

“海外中国研究丛书”30年 185个角度看中国

中国出版传媒商报讯 10月20日,“海外中国研究丛书”出版30周年回顾暨学术研讨会在清华大学举办。凤凰出版传媒集团董事长、党委书记梁勇,凤凰出版传媒集团副总经理,凤凰出版传媒股份有限公司总编辑余江涛,江苏人民出版社社长、总经理徐海,江苏人民出版社总编辑府建明等出版方代表,美国加州大学圣地亚哥分校教授周锡瑞,德国马克斯·普朗克科学史研究所所长、教授薛凤等海外知名学者,以及数十位国内学界、新闻出版界代表参加了研讨会。

“海外中国研究丛书”是国内人文学术出版的一大品牌,也是江苏人民出版社重点产品线之一。截至2018年10月,已出图书185种,在编及在译选题数十种,每年仍有新选题不断被遴选纳入,较好地反映了海外中国研究的

重要成果。丛书所出图书涉及中国从古及今的政治、历史、经济、社会、思想、宗教、文化、艺术等各个方面,内容宏富,包罗万象;作者囊括了海外特别是西方世界最有影响力的中国学研究专家,如早期的拉铁摩尔、费正清、列文森、史华兹等,中生代的孔飞力、易劳逸、魏斐德等,目前的中坚力量宇文所安、彭慕兰、周锡瑞、滨下武志、池田知久、冯珠娣、薛凤等,另外还有旅居海外的华裔著名学者如萧公权、杨联陞等,“天下英雄尽入囊中”。

作为“海外中国研究丛书”作者代表,周锡瑞、薛凤等海外知名学者在会上结合学术专长及研究心得,对“海外中国研究丛书”持续出版30周年表示祝贺,对其推动中外学术文化交流的成绩表示赞赏。参加研讨会的国内嘉宾还有清华大学国学研究院教授、“海外中国研究丛书”主编刘东,北京大学历史学系暨中国中古史研究中心教授荣新江等。

(李允)

拓渠道 强机制 民营书业双措并举念好人才经

关键词 民营书店 人才招聘 多元

互联网对人们生活影响的加剧,难免波及到书店的人事领域,拓展新的招聘渠道成为必然。加之当下人们生活理念的改变,为员工提供有别于以往的发展规划势在必行。同时,正如重庆购书中心有限公司人办资源部经理蒋莉所说,书店的一线销售人员薪资普遍偏低,新员工缺乏职业认知与职业规划,容易导致出现不理性职业导向,造成了书店部分岗位员工流动性增强。

借力多种渠道吸引人才

因为工作时间、就业前景、薪资等原因,实体书店人员流动性大、专业程度不高等问题长期存在。通过招聘注入新鲜血液,能够有效解决基层员工不足的问题。不少书店还在招聘上下功夫,拓宽应聘渠道,借力新理念,吸引更多人才。

员工推荐、自主应聘效果突出。山东京广传媒在挂牌新三板后,书店拓展发力频频。除在山东省内布局,还向外拓展至西安等地区。山东京广传媒股份有限公司人事部招聘专员周洁表示,在快速发展中,书店在图书货品选采购、图书货品销售、门店

声音

书店有哪些人才激励举措?

周洁(山东京广传媒股份有限公司人事部招聘专员):书店主题、图书或文创品、装修风格、自有特色产品、艺术展览、作家讲座、图书分享会、礼品赠品、会员活动等,是书店吸引年轻人到书店入职的关键。个人晋升发展空间、专业技能培训、福利待遇等措施,是留住他们的关键。

李双喜(北京字里行间文化发展有限公司总经理):字里行间依托凤凰出版传媒集团旗下的译林出版社和凤凰壹力文化,对图书编辑、出版、发行等相关专业知识开展定期进行,在相关专业知识的培训上有得天独厚的优势。基础培训由公司内部讲师进行,同时会定期进行各部门间的交叉培训,使各个部门间了解彼此领域的最近理念和专业知识。

田应芬(物外书店人事行政经理):能够留住人才,首先是基于企业整体发展,只有企业有良好的发展趋势,才能让人才有用武之地,也有工作成就感;其次是打造人性化的企业文化,让员工在现有的条件下,工作会觉得更快乐,更有归属感。另外在企业经营合理范围下,提升员工薪资福利,加强激励措施,为员工提供更好的经济保障。

任庆酣(山东文友书店有限公司总经理):除了正常的晋升、培训、薪酬和企业文化外,书店还为95后、00后提供了更多施展自身能力的机会,包括实行“公司出钱,员工创业,工资保底,利润对半”的运营模式,让更多95后、00后的想法付诸实践。

罗慧娟(大众书局人事部经理):对于90后员工,日常管理要平等,靠管理者的魅力、影响力而不再靠简单的行政指令。同时,实行管理制度透明化,多聆听、理解,打造轻松的工作氛围。同时,为每一位新员工制订职业生涯规划,打造一系列培养计划,并设定导师制。

蒋莉(重庆购书中心人办资源部经理):通过建立激励政策、完善企业内部机制,提升员工积极性,合理开发员工潜能,创造良好的竞争环境来吸引和留住优秀人才。

田娟(深圳市友谊书城有限公司人力总监):为了更好的提升管理人员的视野与眼界,友谊书城在内不断修正,共同研究,制定出更适合员工的培养计划和指导文献;在外,每年组织员工开展游学,学习其他行业的优势,打造良好企业文化和团队氛围。

出版发行集团总经理尹昌龙曾表示,对于年轻一代来讲,工作的目的之一是为了好的心情,特别是90后员工,可能为了一身漂亮的工装就愿意选择在书店工作。在面對这样一个群体时,书店应该怎么办,这是我们要思考的问题。当下,书店亟需哪些人才?为了吸引和留住人才,进行了哪些

中国出版传媒商报记者 焦翊

运营管理、营销活动策划、门店形象设计、企宣文案、市场门店拓展等方面缺乏专业性人才。为此,京广传媒多方发力,从学校双选会、社会招聘会、员工内部推荐、招聘网站以及自主应聘等方面吸引人才。“员工推荐和自主应聘的效果较为突出,入职率高;招聘网站的招聘效果较好,企业职能管理岗的人才较多,但门店销售人员入职率偏低。”

创客模式吸引优质人才。随着书店的发展,运营人才短缺的弊端逐渐显现。山东文友书店有限公司总经理任庆酣表示,“在常规招聘形式之外,文友书店还采取了‘公司出钱,员工创业,工资保底,利润对半’的创客模式,得到了不少优秀人才的青睐和加盟。”

设立内部推荐奖励机制。江苏大众书局在发展中,除了优秀店铺管理人员的短缺,具有创新思维和融合发展思路的高层管理人员也亟需补充。江苏大众书局图书文化有限公司人事部经理罗慧娟表示,公司内部推荐,设立内部推荐奖励机制是重要的招聘方式。“此外,与外部渠道合作,如与职业培训学校进行校企合作等,正在成为大众书局新的尝试。”

校招与猎头招聘为书店补充优质人才。学生群体是书店人才的重要来源之一。四川言几又文化传播有限公司人事经理李娟表示,校招的招聘成本较低,结合较为完善的培训体系,对书店的人才培养及选拔能够提供有效支撑。对于高层管理岗位,猎头招聘的方式,虽然招聘成本高,但岗位匹配度也高,较为理想。”字里行间书店目前以社招为主,也在尝试校园招聘,职位以兼职为主。北京字里行间文化发展有限公司总经理李双喜坦言,学生群体对实体书店的认可度比较高,“书店也有大学生兼职在毕业后正式入职,目前已晋升至总公司的运营经理职位。”

物外书店在发展中,在市场人才方面有所欠缺。据武汉市物外文化有限公司人事经理田应芬介绍,熟悉书店整体市场状态和经营创新的人才相对较少,同时,实体书店处于摸索中发展的状态,很难沉淀有资历的人才。在人才引进形式上,物外书店以校招与社招结合的方式,满足人才需求。“对于中高端岗位,书店更多考虑与第三方猎头合作的方式开展。”田应芬补充道。

以强化能力建设留住人才

吸引和留住人才是企业生存和发展的关键。随着书店转型升级的不断深入,对人才的培养更能体现出书店在综合运营能力上的实力。书店在进行员工培训的过程中,除了注重对基础工作的传授外,还注重团队能力等方面的提升。

完善培训机制,凝聚团队向心力。针对不同人才,不少书店制定了适合其自身发展的培训计划。在人才引进之后,山东京广传媒主要从企业文化、规章制度、团队建设和凝聚力、职业技能、运营管理等方面开展培训。周洁表示,基层岗位培训主要包括企业文化、规章制度、职业技能培训等,中层和高

尝试?商报据此,对山东京广传媒股份有限公司、北京字里行间文化发展有限公司、江苏大众书局图书文化有限公司、四川言几又文化传播有限公司、武汉市物外文化有限公司、山东文友书店有限公司、重庆购书中心有限公司、深圳市友谊书城有限公司进行了采访,以飨读者。



层岗位主要从运营管理提升、团队建设和凝聚力等方面进行培训。“与团建企业合作,进行团队建设、素质拓展、团队凝聚力等方面培训,有效提高了员工积极性和团队向心凝聚力。”文友书店也注重团队向心力的培养,任庆酣表示,文友打造了一整套完整的培训机制,包括入职培训、晋升培训以及定期的在职培训等。书店还不定期举办视频培训会议,以及内部组织共读一本书的活动,增强团队向心力。

外训与内训推动培训升级。书店的基层员工与其他行业不同,需要具备一定的图书出版知识,因此,不少书店在新员工入职后会开展图书出版知识培训。田应芬表示,基层员工在入职后,会经历入职培训、岗位实操培训、进阶培训等阶段,中层管理人员则以行业知识培训、同行交流会、展会等。同时,也会不定期开展外训。高层管理人员的培训形式较为灵活,可自主选择参加行业交流会、高层峰会等。“通过内部培训,能让员工熟悉行业和岗位实际状况,帮助员工胜任本职工作,以保障书店正常运转;外部培训则提升了员工的综合能力、增强对行业知识的了解。”

蒋莉表示,重庆购书中心通过建立内部激励政策、不断完善企业内部机制,合理开发员工潜能,创造了良好的竞争环境。“在基础培训(企业文化、规章制度、消防安全等)外,还根据工作地点不同,各门店相应用人部门对不同岗位进行岗位技能培训、考核等。如中层管理人员每周/月/季/年度进行相应岗位职责优化培训、考核等,高层管理人员除开展上述活动外,还参与外部培训机构开展的拓展训练。”

大众书局按不同的岗位建立标准化的培训模块,通过标准化的培训课件,建立内部培训师制度,定制培训年度计划,通过全流程动态监控与执行,提升员工岗位技能以及创新思维。罗慧娟表示,书店新入职员工,将以月为单位阶梯式开展培训,中高层管理人员的培训则以战略发展、领导力提升、创新融合等为主题,并且组织管理层跨出行业,走进国内优秀企业开展实地考察。“通过内部培训可以强化部门之间、上下级之前的同事交流,一定程度上缓解了员工之间的隔阂,促进员工相互沟通、相互学习、相互认同。”

书店的非书品经营在书店布局中越来越重要,因此,不少书店还加强了对员工在非书品经营能力上的培养。字里行间书店在开展培训的过程中,针对不同部门和职务开展了相关培训,意在帮助员工尽快掌握和熟练实体书店业务。“如针对店面运营人员的培训,除了常规的运营培训外,还增加了咖啡、图书、文创等几个领域的专业培训,做到人人掌握,同时让员工能够选择自己感兴趣和专长的模块。”李双喜补充道。

分销微讯

第26届南京书市开幕多种文化活动助推全民阅读

中国出版传媒商报讯 日前,由南京新华书店举办的“阅读,更多精彩”——第26届南京书市开幕,主题书展、公益活动、文化活动和跨界活动陆续展开。为方便读者购书,南京新华书店各门店还举办了“庆祝改革开放40周年”主题书展、“第26届南京书市推荐图书”主题展、“国庆黄金周,与阅读一起旅行”畅销图书展、“看历史,游南京”南京历史文化主题书展等。

南京新华书店在新街口旗舰店、教育书店、外文书店等6家书店在书市期间,门店总服务台设立读者评议箱,采取读者评议的形式,对书店的购书

环境、图书品种、图书陈列等公开征集读者意见和建议,还抽取幸运读者进行奖励。

南京新华书店还在书市期间举办“我是书店代言人”创意抖音大赛,参赛者可拍摄视频上传至抖音APP,内容以“书”或书及与书的故事为主题,带上话题“南京新华书店代言人”即可参与,11月初将于南京新华书店官方微信公布大赛名次及优秀作品欣赏,并举办颁奖仪式。

此外,书市期间还将举办古籍修复体验之旅、绘本故事会、非物质文化遗产“南京白局”演出、“刷书布艺手作”活动等。(肖颖)

近年来,面对实体书店经营的困境,福建新华发行集团以“推动全民阅读,建设书香八闽”为己任,坚守文化担当,坚持把社会效益放在首位,全力推进新华书店全渠道转型升级,着力在“好”字上下功夫,取得了转型升级工作阶段性成效。目前,集团完成了35家书店的新建或升级改造,新增门店面积2万多平方米。改造后的门店颠覆了传统新华书店形象,激活了门店人气,社会效益和经济效益显著提升,重新擦亮了新华书店金字招牌。2017年,福州鳌峰坊书城、厦门江头少儿主题书店、永定土楼读者书屋获评全国“最美新华书店”,福州鳌峰坊书城、厦门中山路新华书店、福州安泰新华图书城入选全国“百佳文化地标”,集团打造的“创新阅读、书香八闽”系列活动入选“福建思想文化十大亮点”。

一是坚持规划好。为重塑“新华书店”这一具有悠久历史的“金字招牌”,集团于2015年启动了新华书店全渠道转型升级项目,用3~5年时间,将福建省各设区市和主要县级书店升级改造为“以图书为主,融合人文、创意、艺术和生活的复合型体验式综合文化产品交易平台”,该项目被列入《福建省“十三五”文化改革发展专项规划》;出台《福建省新华书店转型升级与阅读环境业态梳理指导意见》;着手设立“实体书店发展专项资金”;相继召开全省新华书店系统转型升级推进会及门店网点建设规划推进会,对书店转型升级进行全面动员和规划部署。这些举措的实施,为实体书店转型升级提供了保障,有效保证了门店转型升级的顺利开展。

二是注重形象好。集团始终坚持“因地制宜、一店一式、连而不同”的设计理念,邀请国内外优秀的书店设计专家,打造一批有温度、有品位、有情怀的地标式新型书店,实现从简单装修向凸显文化特色转型。根据各地城区面积、人口状况、人群居住分布情况、GDP、读者消费习惯、消费水平、自身经营情况等因素,因地制宜确定各类型书店设计风格和VI标识,并将地方文化元素融入到实体书店的设计中,努力为读者营造具有当地特色的阅读体验和交流空间。如福建永定土楼读者书屋在装修风格上,结合土楼元素,古朴典雅,成为土楼景区又一道亮丽风景。

三是推进业态好。为改变传统实体书店功能单一和业态布局不合理的现状,不断满足读者多样化和个性化需求,集团加强全省门店多元产品资源整合,积极引入与图书融合度高、粘合度大,能提升门店品质、创造效益的新业态,与70多家多元业务供应商签订了合作协议,要求所有新改造的门店至少具备文具、数码电教、绘本馆以及咖啡(茶饮)4种基础多元业态,并始终保持书店“书香主题风格”地位不动摇,实现了多业态融合发展。如福建霞浦新华书店以“书店+”为基本模式进行多业态组合,融合亲子互动阅读、摄影展览、咖啡书吧、文创产品等功能于一体,将生活、时尚、休闲、艺术、图书销售全方位打通,极大地发挥了文化聚集和辐射功能,为读者提供了全新的一站式文化消费体验。

四是着力营销好。集团强化互联网思维,积极探索智慧书城建设,在各书店架设了无线商用Wi-Fi,开通微信、支付宝支付方式,与京东合作开发了“有福图书云平台”,实现了线上线下一体化营销。同时各门店转变传统新华书店等客上门的经营思维和单一的打折让利营销模式,根据区域特点和营销时机,不间断地开展各类时尚和接地气的文化活动,增加读者的参与感和体验感,提高读者忠诚度,增加书店人气,提升社会影响力。如福州鳌峰坊书城2017年共举办了261场特色活动,做到了品牌活动推陈出新,周周活动精彩不断,月月活动宣传有爆点,其策划的《朗读者》计划、《书店奇妙夜—与书共眠》《名师直播课堂》等活动颠覆了读者对传统新华书店的刻板印象,吸引了大批读者。

五是做到服务好。集团秉持“为读者找好书,为好书找读者”的服务宗旨,在门店大力推行考核绩效、人效、毛利率、读者满意度4个重要指标,实行销售业绩与薪酬挂钩,举办“最美书店,最美营业员”培训,充分激发书店员工的责任意识、竞争意识和创新意识,不断拓展服务领域和渠道,优化服务技术和手段,提高服务质量和水平。明年还将开展全省星级门店、星级营业员的评选和竞赛活动,每半年对门店进行一次交叉拉练式评议活动。同时通过增设休闲体验设施,开展丰富多彩的会员活动,用人性化、细致化的服务感动读者、粘住读者,让实体书店焕发生机、重现活力。

“十三五”期间,福建新华发行集团将继续对旗下大部分传统的新华书店门店进行升级改造,并及时调整、优化网点布局,大力发展校园书屋、商圈书店、社区书屋和乡镇书店,以展现新华书店不忘初心、忠于职守、服务社会、开拓进取的新形象,发挥在推动全民阅读、建设书香社会中的主力军作用,最大限度地唤起广大读者的阅读热情,进一步弘扬新华品牌,提供高品质的精神食粮。

■庄新风(福建新华发行集团)

五『好』助力福建新华推进实体书店转型升级