

作为社会主义文化事业的重要组成部分,改革开放40年来,新华书店始终贯彻党和国家文化发展战略,承载着人们对知识的渴望,也承担着“国字号”文化企业繁荣图书市场、传播先进文化、满足广大群众精神文化需求的沉甸甸责任。从40年前那个“阅读饥渴”的年代,到满城书香的当下,改革开放让新华书店越发光彩夺目,已成为读者的精神家园、城市的文化名片,成为人们心灵深处

的一盏明灯。

值此改革开放40年之际,在新华书店转型升级的关键节点,中国出版传媒商报特邀请来自全国各地的24位新华领英人物,以“出版发行业革新40年”为主题,从大咖们的视角展现各家企业改革开放40年来的发展历程和变革风采。

在此,对参与此次话题探讨的受访者致以诚挚的感谢!

新华领英人物论革新

中国出版传媒商报记者 王少波 王双双 蔡蕾 王霖 郝溢男/采访整理



尹昌龙



王忠义



何志勇

尚书不唯书 求利不唯利 深圳新华重新定义人文港湾

尹昌龙(深圳出版发行集团党委书记、总经理)

从创造便利的购书环境,到开展丰富的读书活动,深圳出版发行集团始终坚持把社会效益放在首位,始终以推广全民阅读为己任,践行“尚书不唯书,求利不唯利”的理念,确保社会效益与经济效益的平衡。

所谓“尚书不唯书”是指融合发展多元业务、积极尝试业态创新,打造以“积极休闲”和“能动生活”为特征的一站式综合性文化生活空间。“求利不唯利”是指坚守书业,保证出版物阅读空间作为业态组合核心层的比重,将高质量的出版物运营工作和阅读文化服务作为落实政策支持、实现文化惠民的重要考量。

大书城与小书吧齐头并进,多维度推广阅读。深圳新华实施“一区一书城,一街道一书吧”战略布局,以大书城为“主力军”,以小书吧为“轻骑兵”,兼顾大书城的规模效应与小书吧的基层辐射作用,不仅实现了图书销售功能,更发挥了公共阅读作用,成功打造了推崇全民阅读、构建城市公共文化服务体系的重要载体与主阵地。一方面,依托书城书吧开展“深圳读书论坛”“深圳晚八点”“深圳读书会”“沙讲讲故事”“读书辩论赛”“读剧场”等丰富多彩的公共文化活动。所有活动集聚公益性、开放性、文化性等特点,为市民提供了丰富的免费阅读文化菜单。自投入运营以来,书城书吧每年举办各类文化活动2000余场次,单是深圳书城中心城1年就举办约800场活动,创造了深圳公共文化设施活动场次

新华文轩出版传媒股份有限公司是我国第一家“A+H”双上市的出版传媒企业。改革开放40年来,新华文轩牢牢把握时代机遇,在党和政府的支持和鼓励下,改革脚步从未停止,创新的步伐不断迈进。全体文轩人发扬改革精神,真抓实干,奋力开拓,努力探索文化产业发展之路,取得了行业瞩目的发展成效。

振兴四川出版,进军全国出版一流方阵。文轩出版作为四川省出版业的主体,承担着传承巴蜀优秀文化、建设文化强省的重要使命。2016年,新华文轩全面启动振兴出版工作,力争用3年时间完成5年的目标。两年多来,新华文轩加强出版的战略地位,并通过实施反哺出版、“赛马”机制、资源整合、产业链协同发展等一系列切实有效的措施,文轩出版的产销规模、盈利水平实现历史性跨越,全国市场排名从2015年第26位提升到2017年第15位,排名增速连续2年全国第一。文轩出版连续2年有超过30个品种进入全国畅销榜前500名,均是四川出版史上首次。2家出版社进入全国前100位,其中四川少儿出版社进入全国前50位。2018年上半年,文轩大众出版的市场销售同比增长57%,净利润增长了近30倍,全国排名进一步提升到13位。文轩出版的高速发展,已成为新华文轩产业发展的新引擎。

振兴实体书店,从经营产品向阅读服务转型。近年来,随着互联网经济的发展,实体书店所处的行业环境发生着深刻变化。2016年,新华文轩全面实施“振兴实体书店”战略,主动适应文化消费新趋势,从经营产品向阅读服务转型。新华文轩提出了“多品牌建设、多团队运营、多模式发展”的思路,根据读者阅读差异化需求推出不同的实体书店品牌,并通过专业化的团队运营和创新性的商业模式为读者提供便捷、舒适、智能和个性化的阅读服务。打造了从省到市、县和区,从购物中心到社区、机关

之最。另一方面,不断推动书城书吧深化内涵、拓展外延。以市民读者日益增长的美好生活需要为导向,融合学习培训、电影展览、创意创新等文化业态,构建都市学习中心、休闲中心、创意中心,积极打造功能更加完备的城市文化客厅,致力于为市民提供一个集阅读学习、展示交流、聚会休闲、创意生活于一体的,关于文化消费和精神体验的复合式城市文化生活空间,推动社会效益和经济效益有效结合。

打通线上线下,营造“书香+智能”氛围。近年来,随着实体书业更新迭代的时代变革,集团提出“两核心一平台一重点”战略,强调以数字化转型为重点,做好传统出版发行与新兴出版发行的融合发展。在实体书店经营上,一是推动线下服务向线上延伸,通过云书城、微商城、掌上书城APP等线上服务平台拓展空间,实现商品、会员、营销等多方面的一体化运作,促进实体书城与虚拟书城互相融合。尤其注重发挥电商作用,积极开拓特色电商,不断完善主题导购、书单定制、名家签售等功能,创新开发与线下“亲子阅读中心”相对应的涵盖儿童图书杂志、益智文创、演出课程等内容的“童书堡”平台,力争提供互联网全场景阅读文化生活服务。事实证明,快速发展的电商业务已逐渐成为集团实体书店销售转换的重要补充。二是推动数字技术线下落地,创新打造以智慧书城、智能书城为代表的“数字书城”项目,通过互联网力量与智能化技术促进传统书业实现更大发展。深圳新华不断升级智能楼宇、智能书业、智能书店(无人书店)、智能书吧、

坚持改革创新,争创中国一流出版传媒集团

何志勇(新华文轩出版传媒股份有限公司董事长)

和学校的实体书店网络,形成了“大书城顶天立地,小书店铺天盖地”的现代阅读服务网络体系。2017年是新华文轩实体书店加速探索发展模式、加快转型升级步伐的一年。文轩BOOKS九方店探索“书店+地产”经营模式,Kids Winshare儿童书店深挖细分市场,宜宾购书中心开启二线城市商业综合体书店,文轩云图开创全民阅读新模式……新华文轩通过多品牌实体书店建设,满足细分市场不同消费需求,为人民群众提供优美舒适的文化阅读环境、文化休闲服务和“文化+科技”新体验,做强做优出版发行主业,向着从发行渠道商向阅读服务提供商转型的目标不断迈进。

紧抓科技发展机遇,向互联网经济转型。在巩固传统出版发行产业优势的同时,新华文轩紧紧抓住互联网发展机遇,通过数字化转型、平台化升级、网络化拓展,推动电子商务、数字出版和出版供应链服务等新兴业态的发展,不断向互联网经济转型。从零起步的四川文轩在线电子商务有限公司,现已形成传统出版物专业销售平台“文轩网”、专业从事数字图书加工、管理、销售与数字出版业务的数字化平台“九月网”以及为出版发行业提供全环节服务的“出版物协同交易平台”三大业务板块。其中,“文轩网”在继承中不断创新,采用“自营平台+全渠道网络连锁”“综合旗舰店+专业店”并行的商业模式,不断扩大销售规模,2017年实现销售22亿码洋,超越亚马逊,跻身出版物电子商务三甲。“文轩网”在成都、无锡、天津拥有三大物流仓储中心,合计面积达12.6万平方米,形成了辐射全国的物流仓储配送体系,常备图书85万个品种,订单生成峰值每分钟10

智能生活、智能教育、智能办公等7大智能生态,完善书城智能导购系统、智能营销系统、智能展示系统、智能收银结算系统四个核心系统,以书业与科技时尚的深度融合营造“书香+智能”的购书阅读环境,提升读者线下消费体验。2018年全新开业的深圳书城龙岗城全方位多维度打造全国第一个智能书城,积极应用大数据、移动支付、人脸识别等最新智能科技手段,展现了无人书店、智能书业等新形态。

6大举措让书店成为文化扩张主导性力量。面向未来,深圳新华将从6个方面发力,促进企业更好更快发展:第一,积极响应国家全民阅读战略,用好党委政府的政策支持,争取将书城书吧的建设发展纳入国家全民阅读战略体系和城市公共文化服务体系,在资金、空间、人才等方面寻求更多资源,进而更好地促进文化事业发展。第二,加强内部体制机制改革,尤其加强分配机制改革,完善企业激励机制与约束机制,面向市场铸造更强的生命力与竞争力。第三,促进实体书业与现代商业、现代生活的融合,在“接地气”的基础上打造创意、时尚、高颜值的文化休闲生活阵地,提升形象增强吸引力。第四,借力互联网、大数据与人工智能等高新技术,尤其发挥深圳高新技术城市的发展优势,实现线上与线下、文化与科技更深度的融合。第五,拓展业态组合与发展空间,重点深化书与非书的融合发展,既将多元非书业态引进实体书店,又引领书业向商业综合体等非书领域进军,推动传统书业成为文化扩张时代的主导性力量。第六,赋予实体书店更深厚的场所精神,使之不仅成为具有独特阅读内涵和丰富文化属性的空间,同时还要从生活出发塑造以人为本的场所,增强市民读者对书城的认同感、归属感,让书城成为人文精神的家园与灵魂栖居的港湾。

万单,每秒发出图书15册,80%城市可实现“次日达”。用心服务教育事业,推动教育服务信息化。增强教育服务能力,助推四川教育事业的发展,始终是新华文轩不懈的追求。作为四川唯一拥有教材发行资质的教育服务提供商,新华文轩凭借强大的物流能力、广泛的销售网络以及丰富的教材发行经验,自2005年四川省开始试点推行中小学教材的招投标起,就不断成功中标四川省中小学教材发行业务,以自身的专业能力成功捍卫了在四川教育服务领域的“龙头地位”。在连续40年实现“课前到书,人手一册”的同时,新华文轩以市场为导向,以更好地服务教育事业为己任,在推进传统业务的转型升级方面也取得了不俗的业绩。新华文轩抓住教育与科技融合发展新机遇,坚持创新引领发展,不断将科技进步的最新成果引入教育服务领域,构建教育产品和服务融合发展体系。经过多年的努力,新华文轩教育服务板块多元化的业务格局已初步形成:从以前的“单一的教材教辅发行业务”发展成为现在的“以教材教辅为基础,教育信息化和教育装备业务为重要发展方向的三大业务”,基本实现了对中小学校教学资源、教学设备的全环节、全过程服务的覆盖。

进入新时代,要满足人民过上美好生活的期待,必须提供丰富的精神食粮。新华文轩将把握国家大力发展文化产业的战略机遇,聚焦出版传媒主业,为产业发展插上互联网和资本经营的翅膀,推进传统业务转型升级和新兴业务融合发展,构筑一流内容生产体系、一流教育综合服务体系、一流文化消费服务体系,不断满足人民群众文化生活新需求,打造最具创新成长性的一流出版传媒集团。

2018年是贯彻党的十九大精神的开局之年,适逢改革开放40周年,更是出版发行业务正创新之年。这一年,发行业务进一步加快转型升级步伐,店面更加美观、业态丰富多元、服务精细优化、技术应用日臻完善。2018年的浙江新华也更加成熟、淡定,更能在面对风云变幻时坚定信心、从容应对,不会操之过急。

改革开放初期,作为文化体制改革的先行者,出版发行业改革率先实施。40年来,出版发行业改革成果显著,给出版发行业带来了无限活力。作为有着81年历史的、中国共产党领导下的宣传意识领域的一支重要力量,肩负着知识传播、文化传承社会责任的新华书店,始终坚定理想信念、坚守社会责任、坚持主业发展,有担当、有作为,以自身的红色基因和优良传统,承载了历史赋予的神圣使命,同时经受住了改革开放的洗礼,从事业单位改制为企业,再发展成为股份制上市公司,规模不断壮大,走出了一条独特的发展道路。

我于1977年参加工作,1985年入职浙江新华,30多年间见证了新华书店的变革发展。1985年发行业改革起步,2003年浙江新华作为文化体制改革的试点单位参与其中,一路走来变化纷呈,成效显著。通过改革,新华书店适应了社会进步,没有被时代发展所抛弃;整体规模、管理模式、人员结构、经营理念都取得了很大进步,在卖场转型升级、特色书店打造、技术引进应用、公益活动参与等方面都实现了两个效益兼顾,得到了各级党委政府的认可、社会的肯定和老百姓的关注,他们认为新华书店是信得过、靠得住、可放心的企业。尤其是近10年来,随着新技术的日新月异、销售渠道日趋多元、阅读方式的改变,新华书店在转型升级中更是发生了翻天覆地的变化。浙江新华近年来推出的门店孵化提升工程成效显著,众多门店焕然一新升级为多元文化空间,成为当地新的文化地标。新华书店集团也成长为拥有互联网基因的现代文化商贸流通企业。

作为国有文化企业,一直以来,新华书店始终坚持社会效益优先,双效统一,两手都要抓、两手都要硬。近年来,中共中央办公厅、国务院办公厅出台了《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》,说明党委、政府对新华书店作为图书流通渠道的作用更加重视,也对新华书店有着更高的期待,希望新华书店能够发挥更大作用,尤其是在宣传思想领域,新华书店的发展既是文化安全的需要,也是培育新人的重要阵地。

如今的书店与40年前的书店已完全不能同日而语。从封闭式售书到开架售书再到文化空间的打造,其根本是改革开放带来的理念的彻底转变。这其中,我觉得最大的转变是人民思想观念的变化,全国的新华书店都在转变意识,在发展中与时俱进,这是企业在持续“变化中求生存”的必然规律。这40年新华书店的发展壮大,正是新华人思想观念持续转变的结果,在不同的市场环境、经营氛围中,新华人都找到了一条变中求生存的道路。

站在改革开放40周年的新起点,新华书店更要有自觉、有担当。实现社会效益与经济效益的统一,就是要既能打造精品,也能实现发展精彩的突破,努力践行企业的高质量发展。对于新华书店而言,高质量发展不是片面的追求规模,规模是企业发展的基础,更重要的是企业要有脱胎换骨的改变。

我认为,企业未来的发展,首先要有明确的、能够取得成功的商业模式。未来变化是全方位的,环境、政策、发展要求、人员构成、治理结构等都要顺时应变,但是万变不离其宗,新华书店不能忘记变化的方向与初心,要始终坚持正确的发展方向,实现企业的全面、良性、高质量发展。同时,企业未来的发展必定要跟得上技术的进步。2018年,我越来越深切地感受到技术进步无所不能、无孔不入。技术进步给发行业务带来了巨变,如同改革开放带给发行业的巨变一样,影响深远。未来的书店,必定要以用户为中心来研究新需求,要以新技术为手段来打造线上线下深度融合的图书和文化消费整体解决方案,提升我们的用户服务力,真正实现把书店融入到人们的美好生活中去。(下转第78版)

改革开放带来了发展理念的彻底变革

王忠义(浙江省新华书店集团有限公司董事长)