

声音

金国华

展望未来日程,建设文化强国、实现民族伟大复兴的时代新任务要求江苏新华发行集团进一步坚定解放思想和改革开放的信念,坚守文化企业的社会责任和历史使命,主动为出版发行行业的发展创新作出积极的贡献。

李湛军

过去新华书店的中小门店非常容易亏损,地面窄小、摆书有限,读者较少。今年,我惊喜地看到,北京发行集团旗下多家中小门店实现盈利。现在因为有云平台、云技术的介入,读者到任何一家中小门店都相当于进入到了北京图书大厦,通过网络下单,由北京发行集团旗下门店进行统一配送。

曹杰

在完善共享书店借阅体系的基础上,进一步加大技术研发投入,吸引更多读者到店,促进阅读量提升,优化读者阅读体验。在运营方面兼顾基础文化服务的供给和满足人民群众对更多更好文化消费服务的诉求,探索共享书店的可持续经营模式,实现社会效益与经济效益相统一。

于慧丰

新华书店只有坚持正确的发行方针,坚持把社会效益放在首位,才能得到社会的认可,才能不断提升品牌影响力,从而得到消费者的认可和好评,实现经济效益的增长。社会效益和经济效益是一个有机的整体,二者相互促进,相辅相成,协调发展。

(上接第75版)

求新求变 改革开放见证江苏新华涅槃高飞

■金国华(江苏凤凰出版传媒股份有限公司副总经理、江苏新华发行集团总经理)

在过去的40年里,江苏新华始终坚持先进文化的路标指引,坚定传播社会主义优秀文化的信念,以深化文化体制改革为手段,以建立现代文化强企为目标,在政策的指引下求新务实,开拓进取,在一次次的改革中实现创新突破。

1978年,以党的十一届三中全会为标志,我国开启了改革开放的伟大变革,文化产业及出版发行业迎来蓬勃发展的春天。作为国内出版发行业的标杆企业,江苏新华发行集团在竞争激烈的市场环境中积极探索,于改革发展中敏锐感知市场变化,敢为人先,敢于破而后立,从集团化、企业化、股份化,再到整体上市,江苏新华完成了自上而下、由内而外全新蜕变,实现了中国特色社会主义文化企业的跨越式发展。2018年,江苏新华预计实现汇总营业收入132亿元,主要经济指标继续在全国发行集团中位居前列。

改革并非一蹴而就,江苏新华不断深化体制机制改革,努力向现代文化企业转型。从1999年组建全国首家发行集团,到2017年完成治理结构调整,形成“总——分”的集团架构,江苏新华走过了一条从分散到集约、从单一到多元的改革创新之路。2018年,江苏新华进一步

深化改革,启动实施ERP建设,并稳步推进组织架构标准化工作,进一步提升集团的管理水平和经营效率,强化市场掌控能力,保持利润和销售的稳步增长。

改革开放使得江苏新华转变为图书市场的竞争主体之一。面对来自省内外的市场竞争,江苏新华始终以行业领跑者的姿态,立足图书主业,在国内率先实行全省连锁,成为国内具有市场影响力的发行中盘。

2013年至今,江苏新华每年新建100家左右小微网点,投资数十亿元新建、改造大中型书城20余个,逐步形成“大中小特”发行体系,在江苏省实现网店的有序分布、适应读者多样文化需求。截至2017年底,江苏新华共拥有大书城及中小门店1442个,总建筑面积超90万平方米,有12个营业面积1万平方米以上的网点,网点数量和规模居全国前列,以南京凤凰广场、吴中凤凰广场、南通凤凰广场等为代表的一站式文化消费综合体,南京凤凰云书坊、常州青果书房、南京凤凰吾在书舍、南通崇川书房等小微书店,已成为了江苏新华实体书店的“名片”。江苏新华积极探索“书店+”的门店升级转型创新发展之路。通过与战略合作伙伴共建,江苏新华积极尝试联合经营的新模式,打造出了一批跨越性强的特色书店。中版书房正式落户苏州,“不纸书店”品



金国华



李湛军



曹杰



于慧丰

◆求新求变 改革开放见证江苏新华涅槃高飞

◆由为买书向为买书人服务

◆多举措创新推动发行业又好又快发展

◆顺势而为谋转型 乘势而上亮品牌

多举措创新推动发行业又好又快发展

■曹杰(安徽新华发行(集团)控股有限公司董事长)

改革开放40年来,随着经济社会的发展,人民群众物质生活水平不断提高,文化需求也不断提升。随着时代的剧烈变化,文化教育行业正发生着深刻的改变。数字化阅读大行其道,消费者的阅读方式和购买行为发生了变化;科技领先行业,从平台化、大数据、人工智能到万物互联,科学技术极大地影响着图书发行业发展。

安徽新华作为老牌国有企业,始终坚持把社会效益放在首位,唱响主旋律、传播正能量,以更加开放的理念、创新产品和服务形式,满足和引领人们的阅读需求。

以社会责任为己任,推动文化产业大发展、大繁荣。一是以党建为抓手,推动新时代新作为,以抓铁有痕、踏石留印的决心全方位推动党建工作。二是牢记使命,全力以赴做好主题出版物发行,坚持守土有责,切实加强意识形态阵地建设,不断地把优秀出版物输送到人民群众手中。三是强化担当,坚决完成中小学教科书发行政治任务,中小学教科书发行全力以赴确保“课前到书,人手一册”。四是多措并举,严格把控供应商准入制度,确保从源头堵住一切非法出版物。五是加强出版管理,以优秀作品传播正能量。六是高品质活动,助推全

民阅读。自1987年举办黄山书市(2016年更名为“中国黄山书会”),作为安徽的文化品牌活动,一直延续至今。助推“安徽文化惠民消费季”活动的开展,深入推进全民阅读进家庭、进社区、进校园、进农村、进企业、进机关,搭建图书惠民展销活动平台。

颠覆式创新,培育发展新动能。安徽新华加速调结构、转方式、促升级步伐,以推进文化与科技融合为突破口和切入点,深化产业转型升级,催生新业态新模式,加快培育新动能。一是多场景助推实体书店转型,在全新平台上为读者提供更好的产品和服务。坚持实体书店从“文化的消费”为“消费的文化”转型思路,为全国实体书店转型升级不断探索新路径、创造新经验。打造“好看、好玩、好吃、好学、好购”五好书店,形成具有安徽新华特色、多层次的以“新华书店、前言后记、阅生活”为代表的文化商业品牌集群。二是共享书店开启全民阅读新体验。2017年7月16日,合肥三孝口新华书店以全球首家共享书店的身身份亮相,首创开启共享书店模式,实现了“由买书到借书”“把书店变成自家书房”“由个人阅读到共享阅读”的重大转变。截至目前,共享书店已在安徽、上海、北京等地建成44家,覆盖到商业中心、大

顺势而为谋转型 乘势而上亮品牌

■于慧丰(河北省新华书店有限责任公司总经理)

好图书配送,保障了农家书屋的日常管理和运转。自2012年开始实施“农村文化直通车”,年均出车3600余次,向偏远地区农民推送图书近10万册。积极参与开展对口帮扶、捐赠等活动,年均向贫困地区捐款捐物360万元。积极参与图书“七进”和文化、科技、卫生“三下乡”活动,通过打折让利、捐赠等形式,最大限度惠及社会读者。

加速转型升级,推动融合发展。近年来,我国经济社会发展发生了深刻的变化,人民生活水平也得到了很大的提升。同时,新华书店也积极顺应时代发展潮流,实现了自身的快速发展。一是企业综合实力得到很大提升,新华书店的经营规模、盈利水平和品牌影响力进一步增强。二是服务读者方式不断升级,通过实施门店转型升级,打造了阅读生活新空间,满足了读者多元化的文化需求。通过开展丰富多彩的营销活动,吸引了广大读者的热情参与。三是企业数字化转型不断推进。新华书店顺应互联网发展趋势,完善了ERP现代管理

进校园、社区街道、政府机关、交通站点等区域。

科技融合,推动发行业高质量发展。未来,安徽新华将围绕成为人们终身学习教育的集成商和服务商的发展愿景,坚持先进文化的前进方向,坚持转型升级的基本思路,以开放融合的理念推动集团实现高质量发展。一是培育融合时尚、休闲、多元的健康文化消费市场。积极打造线上读书会、城市阅读空间、数字化农家书屋、共享阅读社群等新型文化阅读模式,推动全民阅读体系升级。二是培育融合全要素供应的综合型教育服务产业。全力推进智慧校园、校园书店、幼儿教育、大中专新业务、实体办学等业务发展,延伸教育服务产业链。三是培育融合文化和民生的平台型物流服务能力。启动“园区+网点”的物流布局,完善“智慧+物流”“配送+金融”的发展模式,构建“最后一公里”、绿色、智能、金融为特色的现代物流产业体系。四是培育融合文化“走出去”和“引进来”的文化贸易体系。依托“来买网”“来买书城”海外文化电子商务服务平台;整合集团文化产业资源,开拓海外文化产品的进口业务。五是培育融合文化和建筑的文旅项目开发能力。探索文化综合体、教育培训基地等文化基础设施建设,实现向文化主业的转型和回归。六是打造共享书店为全国知名全民阅读品牌。在各地构造以自营共享书店为中心,政企合作、加盟合作共享书店为网络的共享借阅网络,推进农村网点“共享书店”建设,打通文化服务最后一公里。

体系,搭建了线上综合营销推广平台,实现了线上线下融合发展,传统书业正在向数字化、网络化和智能化转型,企业发展势头更加强劲。

坚持双效统一,做好主业经营。坚持把社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益相统一,是河北新华一贯坚持的宗旨和原则。新华书店只有坚持正确的发行方针,才能得到社会的认可,才能不断提升品牌影响力,从而得到消费者的认可和好评,实现经济效益的增长。为了促进企业健康快速发展,今后河北新华将重点做好以下几个方面的工作:一是继续做好主业经营,提升教学发行能力和教育服务水平。二是提升卖场服务水平。通过实施卖场升级改造,开展丰富多彩的营销活动,多措并举,重点推进,致力让每一家新华书店都成为当地的阅读推广和文化传播中心。三是适应形势发展需要,加快企业转型升级。通过对传统营销渠道进行数字化升级改造,加快河北全省智慧书城建设等,不断提升综合服务水平,促进企业快速发展。

社会效益优先是新华书店诞生以来的优良传统。北京发行集团一直坚持诚信经营,坚持正版图书销售。

改革开放以来,北京发行集团开展多种类型阅读推广活动,履行社会责任。以“中华魂”主题教育活动为例,该活动始于1994年,由中国关心下一代工作委员会、教育部关心下一代工作委员会、人民出版社、人民教育出版社、北京发行集团等共同举办。主题教育活动以书为载体,通过丰富多彩的活动,实现读书育人、提高素质、励志强国的目标。活动至今已走过24个年头,覆盖全国20多个省(区、市),累计有3亿多人次参加并从中受益。同时,北京发行集团还通过向天津、海南、云南等省市的贫困地区捐赠图书、在书店黄金位置展示正能量图书等方式,宣传主旋律,向社会弘扬阅读文化。

改革开放40年,尤其是2008年以来的10年间,新华书店发生的变革超过了以往30年变化的总和。作为文化产业中转型最早的行业,新华书店由过去的计划经济、纯垄断行业转向市场化运营,垄断的单一渠道被打破,民营书商、国外经营商的加入、跨区域销售的形成,网络书店的发展等,使得竞争加剧:首先,出版社对实体书店的依赖减弱,实体书店成为出版社图书的价格体验店和图书陈列平台。其次,书店由以品种多而全吸引读者,变成现在的线上品种齐全、线下经典图书。再次,图书商品存在区间码洋经济,当下实体书店零售利润空间被挤压。因为人工成本、运输成本的增加和网上折扣等各种因素的影响,书店赢利码洋区间由过去图书定价的40%缩减到10%甚至没有。如果书店的销售形不成规模,书店经营甚至可以说是亏损的。面对这样的境况,实体书店面临着如何生存发展的问题。更为特殊的是,因为没有教材教辅销售权,多元化发展受到地域局限,北京发行集团社会效益与经济效益不匹配。对此,北京发行集团加大线上线下连通,从2017年开始已经实现了店店上线云平台,创新解决了中小门店图书品种少的难题,再加上人员成本降低、多元产品盈利,中小门店一跃成为新的赢利点。

“最后灭掉你的不是同行,而是外行”,“书店+”并不可怕,可怕的是“+书店”,因为这些企业并不依赖卖书而生存。我认为未来成功的书店一定是跨行业跨界的“共生”发展。因此,北京发行集团要打造实体书店集群效应,形成品牌力,实现社会效益与经济效益的共同发展。

第一,大型实体书店集群。大书城从全民阅读角度,在精品展示、文化活动等社交生活方式方面,营造一种新的文化生活方式。未来北京发行集团将以北京图书大厦、王府井书店、中关村图书大厦、亚运村图书大厦等7个图书大厦为“航空母舰”,打造一个引领全民阅读,实现全国图书标准化、权威化、信息化的大的阅读场域。

第二,24小时书店集群。24小时书店偏重于打造健康的文化夜生活,为一些夜生活读者提供理想的文化交流、夜读的社交场地。目前北京发行集团已经开设了中国书店燕翅楼店、新华书店花市书店、新华书店香山店等24小时书店,力图通过24小时书店引领文化夜生活。当然24小时书店会有它的特点,晚上的读者不以买书为主要目的,更多的是阅读、探讨、交流。而咖啡、饮料等多元产品经营可以从中寻求商机。

第三,商超书店集群。根据不同社区,例如超市、高速公路、医院、学校等区域,打造不同站点来服务读者集群,它既是特色图书的服务网点,同时还是综合文化生活的服务网点。

第四,无人值守的便利书店集群。该类书店能够降低人力成本、提高效率,它既能通过云平台技术实现图书的销售,同时还能把超市、生活便利的服务捆绑一起,将服务延伸到各个社区,成为引领人们阅读生活的、一个更高层次的生活方式。

(下转第79版)

由为买书向为买书人服务

■李湛军(北京发行集团董事长)