

声音

蒋鸣涛

在新时代、新形势和新发展要求下,广东新华进一步明确了“坚守主业发展,以成为教育资源的提供者、品质生活的倡导者、全民阅读的促进者为支撑,打造更具成长力和竞争性的文化传播企业”的发展理念,坚持立足做出版发行的主渠道主阵地,健全渠道网点布局,优化产品供给结构,完善文化服务功能,不断做强业务、做优服务、做大规模。

肖陵

新华书店是文化企业,文化属性是第一位的,正确的导向是做好图书发行工作必须坚守的政治底线。经营实践中,我们始终坚持“二为”方向,坚定正确的文化立场、文化追求,更好担负起传承中华优秀传统文化、弘扬革命文化、发展社会主义先进文化的责任,牢固树立“四个意识”,坚持正确的政治方向、价值导向。

刘兴太

发行工作必须始终坚持把社会效益放在首位,促进社会效益和经济效益有机统一,必须不断强化和提高自身传播先进文化、普及科学知识、引导价值导向、履行社会使命的能力,发扬新华书店的优良传统,多发书、发好书,特别是发行好政治图书。

许伟国

“市民文化客厅”计划明年推出一系列活动,并将不断植入“科技+”的元素,除了举办现场讲座、论坛等,还将推出直播、展播等不同模式,未来还将建成“市民文化客厅”客户端,使得观众通过客户端回看精彩活动,从共享文化生活。“市民文化客厅”将依托报业集团所属媒体“文化+”优势与新华传媒“书店+”优势,通过优势迭加、资源共享,响应“上海文化”品牌建设,打造有特色有辨识度的文化平台,主动对接市民精神文化需求。

(上接第79版)

破解改革难题 实现快速持续发展

■蒋鸣涛(广东新华发行集团股份有限公司党委书记、董事长、南方出版传媒股份有限公司党委委员、副总经理)

改革开放以来,广东省新华书店经历了从合到分、再从分到合的体制改革历程。1980年代,三权下放后形成区域发展不均衡、系统“散小弱”的局面;1990年代,广东率先进行股份制改革。2009年,广东省委省政府确定以市场手段整合广东省新华书店系统。多年来,广东新华边改革重组,边创新发展,采取一系列举措破解改革难题,在受限中开疆拓土,在困局中奋发突围,实现了快速持续发展,经营规模不断扩大,社会效益成效显著,品牌影响有效提升。

一是围绕中心、服务大局。充分利用覆盖广东全省的发行渠道优势,成立专门发行工作小组,积极开展重点政治读物的宣传推广和发行服务工作。近年通过店内店外、线上线下渠道开展发行工作,取得喜人成绩。其

中,《习近平总书记系列重要讲话读本》发行391万册,《习近平谈治国理政(第二卷)》发行147万册,《习近平新时代中国特色社会主义思想三十讲》发行236万册,均排名全国前列。二是积极参与公共文化服务,开展惠民活动。积极参与“文化消费补贴项目”,推动和促进基层基本公共文化服务实现均等化,项目实施已为全省14个地区、76个市县的170万低保户配送3亿多元文化产品。三是大力推动全民阅读,助力建设文化强省。积极参与实施“书香岭南·全民阅读”活动,打造出系列文化名片。“南国书香节”自1993年创办以来,一直走在创新办展的路上,书展规模、模式、内容和服务始终与时俱进:从单一主会场发展到“1+19”(地级市联动)全省阅读嘉年华;先后设置和引进主宾馆、我国香港、台湾、澳门馆及马来西亚馆、东南亚馆、新西兰馆等多个专馆;每年开展300多场文化活动,深受广大读者喜爱,品牌影响力和文化传播力远扬海外。“广东新华书香节”则进一步下沉和延伸,重点对偏远市县打造“书香城市、美丽乡村”的巡回书展文化品牌,得到了各地党委政府和人民群众的广泛支持,吸引了当地各方社会力量热情参与。

在新时代、新形势和新发展要求下,广东新华接下来将通过加强渠道建设与经营、开拓业务新增长源和推进管理机制创新等方面提升企业经营管理成效,努力实现社会效益与经济效益相统一。一是加强渠道建设与经营。认真落实中宣部关于加强实体书店和农村发行网点建设的导向要求,健全全省网点布局,夯实持续发展基础,到2020年末,实现中心门店全面升级、校园书店全省覆盖、乡镇网点建设超额完成,自营网点总数预计达到467个,努力打造更多具有特色空间、多元业态和优质服务品牌及特色终端书店。网络阵地建设方面,一方面整合自有资源构建“广东新华通读在线”平台,另一方面充分借助第三方平台,与线下实体网点和物流体系融合构建O2O业务模式,推动门店销售。经营方面,继续围绕“书+”做文章,在坚持做好书的基础上,引进文创产品、花艺、茶艺、手工艺、咖啡、简餐等多元产品,推动馆店合作和文化活动开展,拓宽产品和服务供给,不断创新门店营销,吸引更多读者到店体验和消费。二是开拓业务新增长源。首先从教育资源服务着手,在继续做好教育图书供应的基础上,大力拓展教育装备配供、校园智慧图书馆建设、学生阅读增值服务等新业务,通过“内创业”和资本运作方式培育和孵化教育培训业务,实现从单一的教育图书供应商向教育资源综合服务提供商转型。同时,依托基层网点及文化服务资源优势,持续深度参与公共文化体系建设,为党政机关、企事业单位提供专业整体服务方案。三是推进管理机制创新。在全省成立五大区域管理中心,整合区域内资源,构建开放、共享的经营格局,强化母子管控整合效能。坚持分线考核、垂直管控原则,强化绩效管理,向一线倾斜,持续激发活力。采用技术创新和管理创新的“两轮”驱动,促进“互联网+生产力”的有效对接,创新发展,打造智慧型企业。

将改革进行到底

■肖陵(重庆新华书店集团公司党委书记、董事长)

重庆新华书店集团公司组建20年来,乘改革开放的春风,持续深化体制改革和机制创新,激发发展活力,提高规模化、集约化、专业化运营水平,实现了社会效益和经济效益双丰收。2017年,重庆新华书店集团公司实现营业收入22.53亿元,利润总额4.81亿元,资产总额64.21亿元,净资产收益率15.3%,营业利润率、净资产收益率在全国出版发行集团中名列前茅。

彰显责任担当 擦亮“金字招牌”。坚持正确的政治方向和经营导向,把社会效益放在首位,实现社会效益与经济效益相统一。始终把做强做优做大图书发行主业作为核心任务,坚持主业优先,强化主业经营。把导向要求体现到经营管理各环节,把社会效益放在首位,弘扬社会主义核心价值观,讲品位、讲格调、讲境界,重市场而不唯市场,重商业而不悖伦理。

狠抓卖场建设,做响“重庆书城”品牌,形成了主业跨越式发展的增长极。2003年投资1.3亿元在解放碑十字金街修建了连锁旗舰店“重庆书城”,营业面积1.4万平方米,年销售高峰值2.1亿元,成为重庆一张响亮的文化名片。2009年启动建设10大书城,涵盖区域中心书城、社区图书馆、青少年培训基地、影视体验中心、农家书屋配供

中心等5大核心功能区。

率先实施连锁经营,拓展图书发行网络,打造覆盖城乡的公共文化服务平台。2002年在全国率先以省为单位成建制实现出版物发行的连锁经营和计算机网络化管理。2004年启动实施第二步连锁经营战略,大力发展社区和乡镇特许加盟连锁店。近年来,大力实施新一轮卖场升级改造,不搞“千店一面”,先后完成了10个区县中心书城装修改造。

针对不同地区、不同消费群体,开设专业化、个性化书店。2017年10月1日开业的城南书城,是一家综合性精品社区书店,营业面积720平方米。2018年6月1日开业的“萌想+”儿童阅读成长体验馆,是重庆第1家以儿童阅读成长为主题的体验式新概念书店。

开展丰富多彩的阅读推广活动,培育读书风尚,助推全民阅读。连续11年承担重庆近万家“农家书屋”配供任务,连续6年在解放碑“十字金街”举办一年两次的重庆读书月惠民书展;重庆新华电商平台“阅淘网”与各大书友会和文化传播机构合作举办“阅淘网朗读者”大赛;与重庆图书馆联合开展“你选书,我买单”活动;“名家进校园”成为重庆青少年课外阅读品牌。

加快融合创新 推动转型升级。主动嫁接“互联网+”,建设“智慧书城”“阅淘网”,推动线上线下融合



蒋鸣涛



肖陵



刘兴太



许伟国

◆破解改革难题 实现快速持续发展

◆将改革进行到底

◆均衡发展强经营 树立新华新风貌

◆“内外兼修”打响“上海文化”品牌

均衡发展强经营 树立新华新风貌

■刘兴太(山西新华书店集团有限公司副董事长、总经理)

为主题出版物的宣传、传播作用。包括历届“全国代表大会政治学习读物”“百店百场‘七进’活动”“名社好书进山西”等。

促进均衡发展,建设“美丽书店”。一是开展股份制改革的尝试,促进教辅发行市场稳固发展。与山西教育图书发行中心(育人书店)在2006年共同成立了股份制性质的山西华育图书有限公司,专营教材的配套辅助读物。二是加速产业集群构建,促进整体经营的均衡发展。通过实施系统内的全域连锁经营、发行业务的全面拓展重组和非图产业链条的横纵一体外延,建立全新的市场竞争主体和市场产品领域,新华现代连锁、新华现代物流、新华现代传媒三大品牌均已成长为三大独立业务板块,显现出三大产业集群雏形。三是发力信息技术改造,促进服务手段的升级发展。不断加大在信息技术上的资源投入,开发引进的信息网络管理系统充分满足了市场新业态、经营新模式和业务新领域的基本需求以及规模经济的增长趋势。四是推动校园书店建设,促进销售网络的合理发展。通过超前谋划和整体规划,建设了覆盖全省109个市县区的289家校园书店。五是实施供给侧结构性改革,促进主业辅业的协调发展。在管理

上,立足现代企业制度、制度体系更加完善;在经营上,注重提质增效,扩大优秀图书、优质文化产品和服务供给,减少无效供给;在要素配置上,优化要素资源,竞争实力显著增强。六是树立新华书店美丽风貌,促进国有品牌的价值发展。作为双效统一的典型代表,入选中宣部组织编写的《坚持把社会效益放在首位,实现两个效益相统一案例选编》一书。

依托新华优势,实现创新发展。未来,以大项目引领、业务链重构、新产品跟进来带动传统业务发展的转型,依托新华书店的资源、品牌和人才优势,实现分散向集约、综合向专业、单一向多元的转变,实现均衡发展和创新发展,具体举措是:一是坚持宣传发行好政治图书,敢于担当政治责任。二是坚决征订发行好“两教”图书,勇于担当历史责任。三是坚定落实推广好全民阅读,积极担当社会责任。四是全力服务支持好乡村振兴,主动担当主体责任。五是倾力做好服务大教育工作,确实体现文化责任。六是努力实现信息技术升级,确实体现管理责任。七是通力保证资产经营落地,确实体现保值增值责任。八是发力保障人才队伍建设,确实体现发展责任。

品阅读、体验阅读的理念,通过整合全国出版机构的文化资源,为广大市民提供了全新的文化阅读体验及交流的平台。截至目前,已举办了136期活动。2018年,上海新华在“全国新书发布厅”的基础上,又携手上海社会科学院出版社,将其出版特色与上海新华的图书推广经验相结合,共同设立“上海·故事”读书会,打造和突出“寻觅·上海”“品位·人物”“共享·上海”三大主题,传扬上海发展所走过的不平凡历程,丰富红色文化、海派文化、江南文化等宝贵资源,增强“上海文化”辐射力、凝聚力,打响“上海文化”品牌。

除此之外,上海新华与上海报业集团联手打造全新文化品牌——“市民文化客厅”,首期活动已于今年11月18日在上海书城正式启动。“市民文化客厅”借助于新技术新设备,将各类精彩的文化活动通过主会场、分会场之间的同步直播、及时互动等实现广泛传播。该活动不仅有助于吸引更多读者走进实体书店,还将提升服务附加值、丰富读者消费体验、增加品牌认同感。

未来,上海新华在做好传统图书发行的基础上,将紧紧依托“新华一城书集官网”,强化“互联网+”的新思维,促进线上线下融合发展,实现社会效益和经济效益的统一,为推动图书文化繁荣发展作出新的贡献。

(下转第83版)

“内外兼修”打响“上海文化”品牌

■许伟国(上海新华传媒连锁有限公司总经理)

改革开放40年以来,上海新华书店不断发展壮大,在上海全市拥有近百家网点,并打造了上海书城、东方书城、少年儿童书店、玛德琳绘本馆等一大批品牌书店,为广大读者提供优质服务,不断创新发展。20世纪90年代末期,上海新华书店逐步将注重系统内分销体制的改革向发行体制和机制改革聚焦;2006年9月,上海新华发行集团通过资产置换、股权分置改革,转制成立了上海新华传媒;此后的10年间,面对新媒体快速崛起和文化消费多元化的发展趋势,上海新华立足现有优势资源,聚焦主业,全力推进线下实体店的转型升级。

特色书店满足读者需求。2012年6月16日,全新的上海新华书店静安店华丽亮相静安寺商圈,作为旗下实体书店的转型之作,该店注入了多元化元素,是上海新华实现传统书店从单一书店形态到复合文化空间的转型;2016年“六·一”前夕,上海最大的以图书为主体的儿童天地“玛德琳绘本馆”正式亮相,同名微店也