

在改革开放40周年之际,为回望、梳理、纪念40年来图书发行业所作贡献,展示发行业诚信经营、社会责任标杆企业及改革先锋人物、新时代领英人物等企业与人物风采,结合十九大提出的建设诚信体系、打造现代化经济体系,中国出版传媒商报联合新华网悦读频道、书香中国·全民悦读官网,推出“发行四十年·献礼新时代图书发行业”系列推展活动,以弘扬图书发行业改革发展创新精神,激励图书发行业在新的历史起点上,为推动新一轮改革创新和发展凝聚更大力量。图书发行40年“改革先锋人物”推展活动以“在图书发行领域曾产生重要影响,对本单位、地

区和行业的改革创新作出了显著贡献”“提出有一定前瞻性、探索性、实验性的观点思路,曾引领了一时风尚或产生较大反响”“工作业绩在行业内获得历史认可与检验”为评选标准,在图书发行业内广泛征集优秀案例,优中选优,20位“改革先锋人物”从上百位候选人中脱颖而出,成为行业标杆与模范。此次,中国出版传媒商报挑选出10位“改革先锋人物”,从“开展了哪些创新性的管理理念和举措”“未来发展如何破局”等方面进行采访并推出专版,通过先锋人物的视角,管窥图书发行业的当下与未来。

以活动为引领以门店为平台提升新华品牌力

■徐洪生
北京市新华书店连锁有限责任公司党委副书记、总经理

新华书店要以推动全民阅读活动为切入点,扎实履行服务社会、服务人民的社会责任。参加工作30余年来,我始终牢记国有企业应尽的政治责任和社会责任,团结和带领广大的职工深入贯彻落实党中央关于社会主义文化发展的决策精神,确保所在企业“弘扬先进文化的主渠道、主阵地”的地位不动摇,“服务社会、服务人民”的宗旨不偏离,“诚信经营、读者为师”的理念不变调。

北京市新华书店连锁有限责任公司(以下简称北京新华连锁)所属60余家书店成为满足首都广大市民精神文化需求的重要阵地,其中北京图书大厦等不但发展成为图书发行业的旗舰店、北京市的文化地标,同时还成为引领图书发行工作的风向标。

凸显宣传主渠道和文化“窗口”职责。在党和国家历次重要政策文件发行和重大政治活动工作中,为充分发挥国有图书发行企业的主渠道、主阵地作用,北京新华连锁组织所属大型书城及各中小门店在最醒目的位置设立专柜、专台和专架,精心遴选、突出陈列和面向社会公众重点推介相关图书。

千场活动传播文化。北京新华连锁先后组织推出了图书进社区、进校园、进企业等系列举措,每年开展数百场流动售书活动;以4大书城为龙头,坚持常年开展名家讲座、精品诵读、主题“文化节”“文化周”及青少年“暑期读书新计划”、阅读

夏令营冬令营等活动,活动累计千余场。北京新华连锁还大力开展公益活动,创建了北京市第一家“星光青春自护学校”,每年组织“专家讲师团”走向社会、走入校园,举办科普和自护技能讲座。多次向北京读书会、宏志班以及京郊农村和贫困地区捐赠图书。以北京书市为例,参与活动的民营书商、出版社每届均超300家,10余天的活动吸引了60余万读者及北京周边图书经销商,不仅成为京城大地各界人士青睐的文化盛会,还成为图书发行业内的一个特殊品牌。

完善发行网点布局,强化新华品牌力。当下,随着读者

对于服务品质要求不断提高,北京新华逐步开展了店堂环境升级改造工作,构建图书发行网点布局体系,并在各大高校、大型购物中心、大型社区、高速公路服务站等渠道及人口密集区和新建城区布局,先后新建图书发行网点和无人值守书店10余个,打造了不同系列、风格的新华书店品牌,形成了以大书城为龙头,专业书店、特色书店为支撑,校园书店、社区书店、商超书店、交通枢纽店、自助无人值守书店为基础,布局合理、分布均衡、层次分明、遍布京城的集群化图书发行网点布局体系。

值得一提的是,北京新华所属大书城积极进行智慧书城建设,突破传统图书销售模式,引入互联网技术,实现线下经营与北京发行集团线上平台“北京新华”有机结合,突出了智能引领、自助体验、网络链接等科技元素,形成优势互补、资源联动。

以读者需求为核心 找准发展定位

■杨国田(齐齐哈尔市新华书店总经理)

在市场竞争以及读者购买、阅读习惯改变所带来的巨大冲击下,新华书店必须找准自己的发展定位,围绕读者需求,由“卖书”向“卖服务、卖文化”转变,再塑新华书店在读者心中文化地标的美好形象。

齐齐哈尔市新华书店成立于1947年3月。2015年6月改制为齐齐哈尔市新华书店有限公司(以下简称齐齐哈尔新华),隶属黑龙江省图书音像发行集团,注册资本6221万元,下辖9个县(市)店、3个直属门店、2个营销部门,资产总额约3.06亿元,营业面积7000平方米。近年来,齐齐哈尔新华通过大力推进全民阅读、狠抓规范化服务,扎实开展文明优质服务工作,得到了读者的一致赞誉。

由“图书供应商”向“教育服务商”转变。“课前到书,人手一册”是一项政治任务,新华书店应该由教育图书供应商向教育全方位服务商转变。因此,5年来,齐齐哈尔新华投入10多万元协助教育部门培训教师近万人次,帮助学校数字化校园建设减免项目资金近20万元,赢得学校的理解和支持。同时,齐齐哈尔新华深入学校征求意见,实现了从小学到高中的“一教一辅”全覆盖,全地区教材教辅年销售破1.3亿元。

创新观念,大力推动门店转型升级。从2015年起,齐齐哈尔新华就着手从门店的形象、业态、服务、营销4个方面致力于对原有门店进行转型升级,打造了一批广受读者欢迎的新文化地标。重点打造的“鹤之魂绿色书店”,被中国发行协会授予“最美新华书店”称号,目前已接待读者近50万人次,销售800余万元。

把社会效益放在首位。新华书店是图书发行行业主渠道,既有着把社会效益放在首位的使命,又肩负着建设社会主义先进文化,弘扬社会主义核心价值观的任务。坚守文化阵地,传播先进文化,建设书香社会,是新华书店的立身之本,必须把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一。

2年来,齐齐哈尔新华先后举办了国学讲堂、健康讲座、朗读者计划等500余场主题活动,参与人数突破3万,打造了读者俱乐部和朗读者计划两大阅读品牌。鹤之魂·绿色书店被推荐为黑龙江省全民阅读十佳阅读推广基地,朗读者计划、读者俱乐部项目被评为全民阅读活动优秀项目,齐齐哈尔市新华书店有限公司被评为全民阅读组织工作先进单位。



不忘初心坚持创新深耕细作促发展

■季小钧(江苏凤凰新华书店集团有限公司南通分公司总经理)

新华书店作为国有文化企业的重要组成部分,越是深化改革,越是创新发展,越要保持定力、坚持准绳。坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,继续在文化创新和业态创新上发力,深耕细作,砥砺前行。

改革开放40年来,江苏凤凰新华书店集团有限公司南通分公司(以下简称南通新华)不忘初心,牢记使命,热忱宣传党的路线方针政策,积极传播科学文化知识,为广大读者输送优秀的精神文化产品,以创新求发展,为新时代的图书发行事业再添光彩。这是南通新华经营管理企业的缩影,在这一理念的影响下,南通新华许多创新创举工作一直走在行业前沿。

南通新华是江苏省新华书店系统内第一家推广“教辅发行告家长书”的企业,让家长买得明白、学生用得放心,让社会全程了解发行

过程。面对互联网时代,南通新华进一步规范操作,细分市场,强化服务,助学读物等教辅的发行通过网上银行选购付款的覆盖面进一步增大。南通新华连续11年以1号文件形式,坚持做好店外销售工作,建立了市场拓展部和教育装备部,组织精兵强将全力拓展教育装备、网店销售、馆藏图书供应、幼教市场及重点图书等。通过提升服务,教育装备实现零突破,年销售1200多万元。深入农村县店,开展“数字背后见精神”学习活动,图书销售总量连续多年呈跨越式增长。南通新华书店策划发起的“南通韬奋读书节”已成功举办15届,成为南通市的文化名片。南通新华还积极配合“书香校园”建设,邀请作家走进学校,开展校园人文行;常年送书进机关、进企业、进社区、进学校、进医院、进监狱、进楼宇,开展设摊流动供应,满足读者需求。

投资近6亿元,建筑面积5万平方米的南

通凤凰广场于2017年5月开业。作为凤凰广场的旗舰店,南通凤凰书城致力于文化创新和业态创新,打造成为创意书城、智慧书城、体验式书城的试验田。同时,发挥书店在全民阅读领域的引领示范作用,将南通凤凰书城打造成为学生的第二课堂、新市民的阅读之家和书友们开展学习交流的场所。开业以来,南通凤凰书城组织开展了“朗读者”“凤凰姐姐讲故事”等读书活动近600多场。

未来,南通新华书店将围绕江苏新华发行集团ERP建设的目标任务,进一步深化改革,建立一支市场化程度高、创新能力强的发行队伍,继续在改革创新、精细化管理和市场拓展、跨界融合等方面走在前列。南通新华书店还将通过组织机构标准化的实施,激发各类“资源”的活力和创造力,发挥人才、资产、资源优势;进一步提升职工队伍的服务水平和技能;加快门店转型融合,促进业态创新,继续发挥新华书店在全民阅读上的引领示范作用,弘扬江海地方文化,更好地推动江海文化与凤凰文化融合发展,助力全民阅读活动再上新台阶,确保企业又好又快发展。

改革先锋人物话转型

■中国出版传媒商报记者 王少波 王双双 蔡 蕾 王 霖 郝溢男 焦 翩/采访整理



强化顶层设计促融合发展

■徐万明(江西新华发行集团有限公司九江分公司总经理)

体化、体验化、立体化、社群化、信息化进行转型升级,构建以图书文化为核心,以“非书品”经营为拓展的经营模式。三是强化风险防范,通过召开经济工作务虚会,选定议题,就“如何开拓新业态”“如何规避教辅发行风险”“如何对财务中心管理”等议题展开深入探讨,整合出一套切合工作实际的方式方法。九江市分公司进入了注重企业综合规范管理的快车道。

2015年,九江分公司启动九江新华文化综合平台改造项目,并打造“九江书城+”模式,致力于将九江新华文化综合平台打造成文化文创、科普体验的基地。目前,平台已整合中科院科普教育基地、集雅斋等12个业态18个品牌,并致力打造了“浔阳讲堂”文化品牌,实现作者与读者互动。在改造中,九江新华文化综合平台还将门店与新技术进行充分融合:一是打造智慧书城。打破原有各部

门、各产业信息孤岛现象。在综合平台融入Wi-Fi、人脸识别等技术,达成智慧书城基本要求。二是发力微信营销。借助微信公众平台推广培育核心读者,效果显著。

2018年是全面学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神的开局之年,九江分公司在3方面重点发力。一是明确定位。二是回馈社会。“九江市全民阅读活动启动仪式”连续在九江新华文化综合平台举行。三是助力文化建设。2018年,九江新华文化综合平台举办了90场文化活动,有效促进了流量变现,门店一般图书、多元业态实现双双提升,显示出转型升级、融合发展所带来的商机和活力,实现了打造“党的文化宣传阵地、主流文化生活高地、文化互动社交圣地、市民消费园地、综合文化体验天地、时尚创意品鉴要地、城市文化地标重地、文化综合平台境地”的目标。

担负文化传承使命 建设现代文化综合体

■胡海泉(石家庄市新华书店有限责任公司副总经理)

新华书店通过改革创新,不断发展壮大,营业场所从小平房变成了图书大厦,经营方式从闭架经营变成了开架经营,从手工卡片管理变成了微机管理,从码洋管理变成了品种管理,从分散经营变成了连锁经营,从图书店面零售变成了品牌营销、线上线下融合发展,从单一图书卖场变成了现代文化产业综合体。

改革开放40年间,新华书店不忘初心,不断前行,以“全心全意为读者服务”为宗旨,以“把社会效益作为最高准则”为出发点,历经转企改制、连锁经营、转型升级等一系列变化,开始进入集团化管理,并逐步建立现代企业制度。

革新书店旧貌,构建书香社会。首先是信息化提效品种管理。1996年,石家庄市新华书店引进中图图书管理系统对门店图书进行品种管理,添订图书动销率达到95%以上,准确性、及时性和有效性大幅提升提高。2015

年,基于互联网架构的ERP现代管理信息系统上线运营,为商品进销存退各环节高效运营提供了信息技术保障。其次是转型升级推动网点建设。如2014年11月30日,石门书库开业;2015年5月1日,河北首家儿童主题体验式书城“儿童书城”开业;2017年10月1日,“家庭亲子阅读体验店”饭米粒书房开业;2018年6月18日,电影主题书店“书影印记”(IN BOOK TIME)开业等。石家庄新华将利用两年时间完成21家门店的转型升级,形成“一店一景”“一店一品”,同时加强社区书店、校园书店、绘本馆、乡镇网点建设力度。最后是加强文化传播、交流和互动功能。围绕节日、假日和社会热点,持续举办主题展销、名家签售、文化沙龙等阅读推广活动,做到“市店周周有活动、县店月月有新意”。石家庄新华还组织开展了“河北惠民书市”“新华书香节”和“名家进校园”等大型文化惠民活动,营造了全民阅读的使命任务。

强大声势和浓厚氛围。

坚持双效统一,促进企业发展。文化企业具有提供精神产品、传播思想信息、担负文化传承的使命,必须始终坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,因此,石家庄新华完善企业内部运行机制、健全企业干部人才管理制度、加强企业党的建设和思想政治工作、加强企业文化建设。

首先,经济新常态大背景下,文化产业更大有可为。为此,需要书店进一步强化使命担当,坚定文化自信,为推动经济社会高质量发展贡献更多力量。其次,推动企业更好更快发展,必须要在强化管理上下功夫。要进一步完善规范人事、财务、业务管理;通过卖场升级改造、网点布局建设,打造线上线下综合文化服务新平台;强化员工教育,加强党风廉政建设。最后,发挥优势、抢抓机遇、正本清源、守正创新、精准发力。必须始终坚持把社会效益放在首位,实现社会效益和经济效益相统一,牢记宣传思想工作“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务。

(下转第90版)