



“合抱之木生于毫末，九层之台起于累土。”武汉市新新图书有限公司从白手起家，到现在成为年发码洋逾10亿的大型书业连锁发行集团，不到20年时间。正是一个脚印地持续探索和顽强拼搏，武汉新新在激烈的市场竞争中由小到大，并向着艺术图书领跑品牌的目标迈进。

哲思与仁爱辉耀新新之火

中国出版传媒商报记者 白小禾



王奎英 现任武汉市新新图书有限公司董事长、总经理，武汉市洪山区政协常委，湖北省出版发行协会第五届理事会副会长，湖北省非国有图书发行工作委员会委员。2016年荣获《中国出版传媒商报》社有限公司、中国出版协会民营工作委员会委员评选的“民营书业年度影响力人物”奖。

入选辞

武汉市新新图书有限公司以传播中华文化为己任，以弘扬中国汉字文化为使命，携手优秀书法家，打造经济效益与社会效益双丰收的优秀图书。其知名品牌“墨点字帖”，长期稳居全国字帖品牌前三甲，并远销海外。以工匠精神研发卓越产品，力争成为中国字帖第一品牌。

企业画像

武汉市新新图书有限公司是一家以图书出版发行为主营业务的文化产业集团。业务范围涵盖图书出版、文创产品开发、在线教育、书法教育培训等领域，出版图书主要包括硬笔字帖、毛笔字帖、美术图书、少儿图书等品类，年发行新书300~500种。公司构建了覆盖全国的销售渠道，囊括3000多家新华书店、1万多家民营书店、20多家网络书店。秉承“诚实守信，踏实稳重”的经营宗旨，以“责任、持之以恒、愈挫愈勇”为企业文化精神，汇聚了一批精干的管理团队、高端的研发团队和高效的营销团队。

掌门人说

“企业文化最深厚的东西就是理论思想，现在的企业竞争是思想理论的竞争。只有正确的思想、正确的理论，有一大批有才能的人追随你，在此基础上，进行质量创新、产品创新、科技创新，那才有根基。”

腾飞之路厚积薄发

上世纪90年代初，从小喜读书爱琢磨的王奎英创办了河南省驻马店市图书报刊发行中心，从此与书结缘。1990年代末，他挥师南下，选择九省通衢的湖北武汉，于2001年成立武汉市新新图书有限公司，自此开始了稳扎稳打谋发展之路（详见“武汉新新大事记”）。

深淘滩，低作堰，秉承“诚实守信，踏实稳重”的经营宗旨，武汉新新自诞生之初到发展壮大，如实实在在老黄牛般埋头苦干，稳健可以说是武汉新新发展脉络的关键词，不激进不冒进。王奎英认为，企业不能盲目扩张，一切要按客观规律办事，一定得在夯实基础之后，再摸索开发新项目。

星星之火，可以燎原；墨点虽小，水滴石穿。武汉新新从成立之时，就没有急功近利，而是着眼长远。他们选择了当时偏冷门小众的书法图书，一手抓产品，一手抓市场。“要真正将消费者的需求研究透彻，坚持向社会供应能切实帮助消费者的优质产品，绝不出华而不实、似是而非的产品。”这也是王奎英的初心。武汉新新一方面下功夫研发拳头产品，另一方面注重渠道拓展，产品打造与渠道维护双管齐下。

品牌创建与经营之道

仅有产品还不够，武汉新新早早树立了品牌意识。2008年，武汉新新与长江出版传媒集团旗下湖北美术出版社合作，孕育出全国知名品牌“墨点字帖”。

“墨”字，取“笔墨纸砚”中的一个字，表现了产品的书法特性；“点”字，既表达汉字是由一点一画组合而成，又表达了万物始于一点的文化思想。“墨点”品牌致力于为消费者提供高品质的艺术类图书及服务。其中，“墨点字帖”常年占据国内各类畅销书排行榜前列，产品知名度及市场占有率稳居全国字帖品牌前三甲，并已远销至北美、欧洲、东南亚等国家以及我国港澳台地区，惠及千万读者。“墨点美术”作为武汉新新的美术类图书品牌，包括基础绘画、技法教程、生活美术等各个方面，部分图书还输出国外版权。现在还添加了视频等多媒体功能，方便读者学习。

除了“墨点”，武汉新新还推出了“爱德少儿”品牌，这是在稳步发展的基础上于2014年拓展图书种类而推出的少儿图书品牌。品牌名字取自“大爱无疆，传承美德”。正如王奎英所说，面对外部变化莫测的环境和激烈的市场竞争，企业必须要有持续活下去的能力与适应力，必须在不断改进和提高的过程中才能活下去；且只有保持合理的增长速度，才能永葆活力。外延的扩张取决于做实内涵，机会的捕捉取决于事先准备。武汉新新在多年打好字帖产品市场的基础上，才向少儿图书和幼儿园产品市场进军，虽然品牌创建时间不长，但利用发行渠道优势取得了良好的销售业绩。

武汉新新特别注重服务意识，这得益于王奎英敏锐的市场意识。他经常提到：“要想成大功就得为大多数人服务，要想成小功就为少数人服务，要想不成功就为自己服务。”

针对零售市场，武汉新新的发行团队会定期到各自负责的区域为书店提供书籍陈列、店内导购等图书店面销售指导，为经销商提供专业的库存分析统计，引导书店进行合理备货。针对直销市场，武汉新新与经销商一

起，改变传统的被动送样书模式，主动与直销客户联系，了解学校订书情况，为有意向的客户及时寄送精选样书，受到了经销商和学校的欢迎。武汉新新还在多个省份设立分销机构，把小型的零售店、校边店划归到当地分销客户手中，借助他们的分销渠道进行销售，并且不定期派业务员到一些校边店、终端店去整理产品陈列，为分销客户服务。营销服务极大地提高了武汉新新图书的上架率和曝光率，有效推动了图书销售。

王奎英强调经营要“守正出新，守正出奇”。为实现公司跻身国内一流图书策划发行公司行列，并在艺术图书出版中争创第一名的目标，公司规划了“四步走”的经营战略布局。

一是把武汉新新的根基“字帖产品”市场做透、做实，树立行业旗帜标杆。研判中国大势，中华文化的繁荣兴盛，国家教育部门“书法进课堂”等利好政策都催生了书法字帖产品发展的巨大空间。要继续延伸“墨点字帖”品牌价值，开设墨点文具公司，生产墨点文房四宝等产品，满足用户对书法硬件产品的需求，完善公司产业链，扩大品牌影响力。二是继续把少儿产品做大、做强。重点打造幼儿园产品，以幼儿园师生为服务对象，为幼儿园量身定制高品质的教辅图书。三是立足国内，积极开拓海外市场。教外国人写好汉字，传播中华优秀传统文化是公司的新项目，公司正积极开拓欧美市场，开发新客户，推动文化产品的输出，研究探索以在国外设立办事处或创办公司的模式将汉字文化发扬光大，提升公司的综合竞争力。四是勇于创新，构筑在线教育平台。充分结合互联网技术给传统学习方式带来的颠覆性变革，探究传统书法教学模式与现代新兴技术手段的结合，依托公司现有作者及产品资源，整合行业内优质教育资源，将线下的书法字帖优势移到线上，为用户提供更生动直观、互动性更强、更便捷高效的书法在线教育服务，为读者学习书法提供更多途径。

2018年成立的北京爱德智慧文化传播有限公司拟定期举办哲学读书会，邀请专家学者共同探讨哲学话题。以读书会平台，推出相关哲学图书，集合专家、学者组建新新智囊团，为武汉新新的理论建设和发展壮大提供智力支持。

管理智慧和人才策略

武汉新新目前已构建覆盖全国的销售渠道，囊括3000多家新华书店、1万多家民营书店和20多家网络书店。公司由最初的几十人发展到如今的350人。近几年，武汉新新更是驶上快车道。自2015年起，年销售增长连年超过50%。在书业发展趋缓的当下，武汉新新这匹黑马取得骄人成绩的背后，离不开王奎英的管理智慧，治理公司的“独门秘籍”。

王奎英认为，我国改革开放40年，规模之大、速度之快、参与人数之多，堪称世界奇迹！在这个大的社会背景下，加强社会科学理论创新以及加强思想政治工作创新，对企业文化建设显得尤其重要。“除了经济工作之外，思想工作也是企业的生命线，如果思想工作做不通，企业员工不能做到上下一心、同心合力，企业要发展就没有了基础。”在王奎英看来，公司持续快速发展的秘诀就是拥有强大的理论指导，就是通常所说的企业文化。

“企业文化最深厚的东西就是理论思想，现在的企业竞争是思想理论的竞争。思想再变成组织、变成行动，最后产出粮食。只有正确的思想、正确的理论，有一大批有才能的人追随你，在此基础上，进行质量创新、产品创新、科技创新，那才有根基。所以，企业家与其关其关键技术创新、质量创新、人才招聘，不如首先思考思考，你的理论、你的思想、你的观念、你的价值观是不是符合社会需要？是不是符合你的员工需要？”

“国家治理要依靠理论指导，企业治理也是如此。企业家要站在大局思考，格局胸怀最重要。”与其说王奎英是个地道的企业家，不如说他是一个积极的理论践行者。早在青少年时期，王奎英就开始学习毛泽东思想；在企业管理实践中，他高度重视理论学习，系统研读了大量的哲学理论书籍，形成了自己独特的管理理念，并结合实践对公司进行了卓有成效的管理。

王奎英认为，伟大的思想之所以伟大，体现在为人民服务上，企业家对待员工要有仁爱思想，要关心人，一心一意为员工着想。财富观在王奎英身上很通达。“民营企业只有一部分财富的代表而已，代表社会在管理这笔财富。”他一再强调：“财富是员工创造的，不是我个人的，我是在管理财富，所以我没有权力挥霍浪费。”只有真正坚持为员工谋福利，才能激发员工的积极性，焕发他们的战斗精神。王奎英是这么说的，也是这么做的，他保持了个人朴素、低调的生活作风。自2015年以来，王奎英多次受邀到北京大学授课，站在最高学府的讲台，阐述其理论观点，其敬业奉献的企业家精神，其饱含激情的演讲，广受好评。

武汉新新强调客户、资本、劳动者多赢，劳动者的地位不容忽视。在公司的年度发展计划里，“提高员工工作能力和收入水平，让员工过上幸福生活”被列入发展目标。“员工的收入提高没有，以后能否提高，员工的潜能是否挖掘出来，怎么提高员工的能力，员工的工作是否充满激情，员工是否幸福……”这些问题是公司各层领导要时刻挂在心中的事。在一心一意为员工着想的同时，推动公司大发展。

王奎英认为，民营公司在机制上要增强吸引人才的竞争力。为此，武汉新新提供了行业内极具竞争力的薪资待遇和专业的大学实习生锻炼机会，全方位、全素质的培训环节，营造出浓厚的文化学习氛围和科学的人才发展晋升链条，为员工提供实现价值与获取成就的稳固舞台；同时，还积极响应国家号召，充分担当社会责任，积极安置残疾人就业，为残疾人实现社会价值提供平台。

王奎英还重视培养员工坚韧不拔的人生态度和努力拼搏的敬业精神。他结合自身曲折的求学经历谈到：“苦难即是财富，要愈挫愈勇！”公司也以“责任、持之以恒、愈挫愈勇”为企业文化——责任，即对家庭、亲友爱人如己、尽心尽力；对员工、客户应以人为本，诚实守信；对国家、民族要以传播中华文化为己任。持之以恒，即不忘初心、锲而不舍、持续努力、不懈奋斗的韧劲。愈挫愈勇，即坚不可摧、战无不胜、永不言败、坚强勇敢的强者精神。他经常对员工说：“只要像老板一样工作，一定会成为老板。”授人以鱼不如授人以渔，他注重培养、提升员工的能力、才干等无形资产，并最终提高员工收入、福利等有形资产。

“我们要感谢竞争对手，不要充满敌意，因为有了竞争，才能刺激自己不断成长。”学习哲学理论，学会辩证地看问题，全面地分析问题，是王奎英一直践行并引导下属去做的。公司定期给员工购买各类书刊杂志，每月召开读书学习会，并邀请著名学者到公司培训授课。在王奎英的指引下，武汉新新成为奋发向上的学习型组织。

近年来，武汉新新团队力量扩充迅速，目前在员工350人，从学历结构看，大专以上学历占80%，本科生占42%，硕士生占6%；从岗位结构看，研究与编辑人员占26%，销售人员占36%，电子商务人员占12%，客服人员占10%；员工职级结构中，管理人员占比13%，基层管理人员占比31%；从年龄结构看，25岁以下员工占20%，25~35岁员工占54%，35~45岁员工占21%，45岁以上员工占5%。武汉新新汇聚了精干的管理团队、高端的研发团队和高效的营销团队，真正建立起一支年轻有为、英勇善战、不畏艰难困苦、能创造成功的战斗队伍。

据王奎英分析，当前书业的市场竞争已步入第二阶段，以字帖市场为例，初级阶段的“多方混战”已经结束，正式迈进了“精英与精英竞争”的阶段。企业之间的竞争已不只是产品、销售等外在的硬实力竞争，而升级为企业文化、理念价值观之间的内在软实力较量，必须依靠理论建设和理论指导来“打仗”。用正确的思想理论武装头脑，指引公司前进的方向；汇聚志同道合者的力量，建设一支优秀的精英团队，公司最终才能拥有核心竞争力，在激烈的市场竞争中立于不败之地。企业理论框架、理论体系的建立，企业价值观的形成，到最终运用理论指导实践，是厚积薄发而水到渠成的过程，并非一蹴而就——这是王奎英积累多年的管理智慧。

王奎英表示，为了可持续发展，公司将强化职业化管理，加强管理建设；在正确的理论思想的支撑下，继续坚持努力奋斗，相信未来几年武汉新新仍会高速发展。这家历来以脚踏实地谋发展、稳扎稳打求生存民营书业就像它的名字一样，以“新新”之火的态势，迎来新新的发展机遇，担当起全新的历史使命。燎原的“新新”之火，熠熠发光，定能赢来更加美好的明天。



▲王奎英在论坛上发表《企业家理论创新重要性》演讲

武汉新新大事记

- 2001年 武汉市新新图书有限公司成立，销售范围遍布全国1561家省市县级新华书店。
- 2002年 新华书店发行系统迅猛发展，北到黑龙江，南到海南，西到新疆、西藏，东到江苏、上海，全国覆盖率达到98.5%。
- 2005年 《新编当代名家硬笔字帖》荣登原《中国图书商报》（现《中国出版传媒商报》，下同）畅销榜。
- 2007年 荣膺湖北省新闻出版局授予的“全省民营图书发行业十强企业”称号。签约著名书法家荆霄鹏，开展独家深度合作。
- 2008年 注册“墨点”商标，原字帖产品正式命名为“墨点字帖”。
- 2011年 “墨点硬笔”“书法等级考试”系列多次荣登原《中国图书商报》艺术类畅销榜第一名。
- 2012年 “墨点字帖”在新华书店市场占有率全国第一。“书法等级考试”系列继续蝉联原《中国图书商报》《开卷信息》艺术类畅销榜第一名。
- 2013年 《开卷信息》年度艺术类畅销总榜中，“墨点”品牌图书分别位居前五名中的第一、第二、第三、第五名。
- 2014年 公司推出“爱德少儿”品牌图书。
- 2015年 出版第一套美术类视频教程产品《优画教学》。武汉新新图书专营店入驻天猫平台，公司正式开拓电商渠道。
- 2016年 董事长王奎英被中国出版协会民营工作委员会及《中国出版传媒商报》评为“2016民营书企年度影响力人物”。同年成立中共武汉市新新图书有限公司党支部。举行全国书法家进校园活动。墨点旗舰店入驻天猫。
- 2017年 公司荣获第16届华中图书交易会“最具品牌影响力奖”。旗下品牌“墨点字帖”被湖北省新闻出版广电局评为“双百工程”重点项目。

2018年7月低幼启蒙类图书全国销售排行榜TOP25(除第9名,其余24种均为武汉新新策划的产品)

排名	书名	定价(元)	作者	出版社
1	入学准备一本全——拼音	14.80	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
2	爱德少儿·学前基础描红本——拼音描红(1)	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
3	墨点字帖·轻松上小学铅笔字帖——笔顺	18.00	荆霄鹏	湖北美术出版社有限公司
4	入学准备一本通——拼音	12.00	爱德少儿	江苏凤凰美术出版社
5	墨点字帖·轻松上小学铅笔字帖——笔画偏旁	18.00	荆霄鹏	湖北美术出版社有限公司
6	学前描写轻松练——拼音描红(1)	8.00	爱德少儿	浙江人民美术出版社有限公司
7	学前描红练习本·拼音描红1	10.00	爱德少儿	浙江人民美术出版社有限公司
8	爱德少儿·学前必备描红本——拼音描红(1)	13.00	爱德少儿	江苏凤凰美术出版社
9	汉字笔画笔顺规则表	3.00	喵小卡	四川少年儿童出版社有限公司
10	幼小衔接天天练——拼音(1)	8.00	爱德少儿	浙江人民美术出版社有限公司
11	爱德少儿·学前基础描红本——10以内加减法	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
12	墨点字帖·轻松上小学铅笔字帖——汉字、数字、拼音	18.00	荆霄鹏	湖北美术出版社有限公司
13	爱德少儿·幼小小测试卷——拼音(1)(单韵母和声母)	10.00	爱德少儿	浙江人民美术出版社有限公司
14	入学准备·幼小衔接测试卷——拼音(1)	12.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
15	幼小衔接天天练——拼音(1)	12.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
16	入学准备一本通——数学	12.00	爱德少儿	江苏凤凰美术出版社
17	爱德少儿·学前基础描红本——数字描红(1)	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
18	爱德少儿·幼小小测试卷——数学(2)(20以内加减法)	10.00	爱德少儿	浙江人民美术出版社有限公司
19	爱德少儿·学前基础描红本——汉字描红(1)	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
20	入学准备·幼小衔接测试卷——数学(1)	12.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
21	入学准备一本通——20以内加减法	10.00	爱德少儿	江苏凤凰美术出版社
22	爱德少儿·学前基础描红本——汉字描红(2)	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
23	入学准备幼小衔接测试卷·拼音(1)	8.00	童丹	河南美术出版社有限公司
24	爱德少儿·学前基础描红本——20以内加减法	6.00	爱德少儿	河南美术出版社有限公司
25	入学准备一本全——数学	14.80	爱德少儿	河南美术出版社有限公司