



与成立时相比,至2020年末,长江传媒的资产总额由最初的39.8亿元增长至109.45亿元,同比增长175%,创历史新高;净资产由26.60亿元增长至79.30亿元,同比增长198.12%;营业收入由26.11亿元增长至66.75亿元,同比增长155.65%;净利润由2.85亿元增长至8.11亿元,同比增长184.56%。2020年,在全国22家上市出版发行类企业中,长江传媒营收规模排名第9,净利润排名第7,净资产排名第8。

千帆竞发 勇进者胜

(上接第1版)

除了图书,长江传媒旗下还有学术类、教育类、行业类和大众类等报刊27种,以传媒矩阵搭建推动产业结构升级,报刊品牌学术影响力与社会公信力逐年提升,激发出版转型升级发展新动力。《统计与决策》《学校党建与思想教育》连续多次入选全国中文核心期刊,学术影响力显著;百万大刊《小学生天地》多次荣获国家新闻出版署向全国青少年推荐百种优秀报刊、中国少儿报刊金奖、湖北出版政府奖等奖项,引领“天地”系列品牌期刊,牢牢坚守着湖北未成年人思想道德建设宣传主阵地……

与此同时,长江传媒开启“一带一路”湖北模式,加快“走出去”脚步,紧跟时代热点,讲好湖北故事,在大国崛起之际,以精品出版彰显荆楚文化软实力,国际传播力显著提升。“十三五”期间,实现版权输出458种,版权引进346种;长江传媒非洲出版中心、东南亚出版中心、中埃编辑部、中捷文学创作与出版交流中心等驻外出版机构相继落地生根。去年新冠肺炎疫情发生后,长江传媒策划实施40余种抗疫选题,其中近10种抗疫图书版权输出至40多个国家和地区,持续助力全球抗疫,传递中国抗击疫情的成功经验。

“四个关键词”谋划主题出版 发挥“四力”做优做强精品出版



影响力的主题图书。其他出版单位根据专业特色和出版优势,找准主题出版结合点,如高水平的学术专著等,切实提升针对性,策划出系列特色主题出版物。

二是全面做优做强精品出版。充分发挥策划力、营销力、统筹力、保障力“四力”作用,发挥集团、股份公司在主业发展上的牵头拉总作用,强化特色定位,聚焦顶级作者,掌控一流资源,催生原创精品,深度挖掘区域文化。鼓励支持各出版社走特色化专业化发展路线,打造“专、精、特”品牌图书生产线,在各出版领域不断提升内容核心竞争力。湖北人民出版社抓好人文社科学术精品、服务湖北和教育类产品出版;长江文艺出版社巩固并强化成人文学板块,积极扶持并扩展少儿文学和大众教育板块;湖北教育出版社持续夯实教材、系统教辅、市场教辅、经典阅读、书法文化等优势产品板块;长江少儿集团重点打造中国原创经典图画书亿元出版工程和儿童文学精品原创“4+1+1”出版工程,形成四大原创品牌;湖北科技出版社聚焦医学、绿手指园艺、教育出版,阶梯式开发学术精品项目;湖北美术出版社凸显专业出版特色,主攻学术原创性精品图书;崇文书局积极推进一批辞书、古籍类重点项目策划出版落地。

建立精品出版项目库,按照“成熟一批、准备一批、策划一批”的工作思路,对精品项目实施台账式管理。发挥

□在推进出版高质量发展方面,长江传媒提出了什么目标,出台了哪些政策,制定了哪些激励措施?

■长江传媒始终坚持做好书、做精品,立足中部地区、面向全国市场,向文化产业高质量发展不断努力。

一是紧扣中心谋划主题出版。始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,围绕敏感、视野、情怀、环境“四个关键词”做好主题图书策划。大力度推进主题出版工程,积极研究中央政策文件并迅速响应,围绕中宣部确定的年度重点“主题”,围绕重要节点和重大现实题材加强内容建设,统筹出版资源,结合各社重点发展方向,在公司层面建立动态化主题出版重点项目库,明确时间表、任务书、路线图,突出产品线特色,推出了多层次、多向性、多元化的主题出版物。湖北人民出版社充分发挥主力军作用,瞄准国家级奖项和出版规划,开发众多具有全国视野和较大社会

推动实体书店转型升级

□在渠道建设方面,长江传媒一直都理念超前。十年来,在实体书店建设、现代化书业物流建设方面,进行了哪些布局和推进?目前规模怎样?

■渠道建设方面,重点推动实体书店转型升级。长江传媒主动把实体书店转型为服务全民阅读、推动文化强省建设的重要载体,将实体书店打造成“城市文化消费中心”和全民阅读服务中心。加速发行主阵地建设,进一步完善全省全民阅读和文化消费网点布局,构建市县乡全域覆盖、政企企多边合作的实体书店网络新体系。

近年来,湖北省新华书店集团构建起以武汉为龙头、市州为骨干,县市相配套、乡镇(社区)为延伸,校园书店、乡村书店为补充的全省实体书店网络体系,在“新华书店”母品牌基础上,创建“书邻小境”社区书店和“倍阅”校园书店2个子品牌。着力解决实体书店重建设、轻运营、轻管理问题,充分发挥各类实体书店平台和价值作用,实现从传统图书卖场向复合式城市文化生活空间转型。截至2021年12月初,省内实体书店增至428家,经营面积达14.5万平方米,数量和面积均较2011年初翻了

1.5倍。

下一步,我们将加快“新华书店”“倍阅”“书邻小境”三大品牌网点布局,不断提升品牌影响力和辐射力。全面启动地市书城建设,推动县级中心门店升级,持续加速高校校园书店建设,积极探索多种建设方式和合作模式,打造校园与区域文化新高地。打造书店党建服务品牌,在机关企事业单位图书室及部分书店建设党建书房。目前已在省建成南漳书城党建书房、黄冈市人民中级法院党建书房、鄂州凤台书吧等示范性、标准型、普及型党建书房115家,创建红色文化党建服务品牌。

通过品牌化建设、专业化运营、特色化服务,满足不同层面消费群体个性化、多元化的文化需求,实现社会效益和经济效益协调发展。同时,要加快书店营销模式创新。过去,我们实体书店建设不足,线上营销同样不足,所以我们两步并作一步走,线上线下同时发力。要进一步做好线下、深耕

好精品出版专项资金撬动作用,每年预算列支2000万元精品资助资金,重点向原创精品项目倾斜,提高“五个一工程”奖、中国出版政府奖、中华优秀出版物奖,以及“中国好书”年榜等奖项的奖励力度,针对不同的出版单位和重点任务,实行分类考核、区别奖励。目前该资金已累计使用1.4亿元,资助扶持项目超过1000个。

三是人才队伍支撑增强。2017年5月,我刚到集团就发现“人才断档”问题比较严重,中层干部平均年龄偏大,子公司班子里80后干部很少。我们的事业要“一茬接着一茬干”,人才成长也需要一个过程,我们不能等到有经验的同志们快退休甚至退休后再去考虑选拔培养年轻干部,事业不等人,现实也做不到。2017年7月6日,在编辑座谈会上,我提出要着力构建“进得来、留得住、干得欢、有盼头”的人才工作机制,提高选人质量。近年来我们引进了一批又一批优秀人才,人才队伍的知识结构呈现年轻化、专业化、高端化趋势,为公司高质量发展提供了坚实人才支撑。我们还实施了青年人才“百人计划”,设立人才成长专项基金,初步构建分级分类、全面覆盖的员工培训体系,精兵强将向一线倾斜,盘活人才“第一资源”,激发创新“第一动力”,全面提升员工获得感、幸福感。经过这几年的努力,人才结构得到了较大改变,人才是第一资源,必将支撑集团行稳致远。

四是基层基础夯实规范。这几年我们抓基层、强基础,党建引领作用进一步凸显,制度建设更加完善科学,依法治企理念和水平有了极大提升,内控体系建设和风险防范水平进一步增强等等,这些工作极大促进了治理体系和治理能力现代化,为我们改革发展营造了良好环境。



线上,创新立体式营销体系,推动线上平台整合,加强天猫、京东网店的运营力度,推进全省新华书店进驻外卖平台,形成实体电商一体化的综合服务平台,进一步激发管理效能、提升服务效率。

2017年以来,长江传媒围绕“图书+”“书店+”“文化+”,大力推行“文化+文创”“文化+教育”“书店+培训”“书店+生活”等全新业态组合和商业模式。一批有颜值、有温度、有品位、有内涵的实体书店,相继成为城市文化地标和“网红”书店。泛海书城、九丘书馆、随州书城、仙桃书城、黄冈遗爱湖书城、荆门书城等多家书店获评全国“最美书店”“标杆书城”“新华名店”。

做好融合发展大文章

□在融合发展方面,长江传媒进行了哪些实践?在文创、幼教、投资方面,分别取得了哪些成果?

■围绕业态创新,构建“出版+”“文化+”产业格局,延伸拓展产业链,搭建文化教育、出版文创等产业平台,打造产业新增长点。在“文化+幼教”领域,充分整合内部资源、嫁接外部资源、借力资本力量,积极探索推进国有企业混合所有制改革,爱立方(股票代码:836859)成为国内首家挂牌“新三板”的同业公司,市场占有率快速增长,现已成长为中国儿童游戏化学习领军者和幼教行业领军企业;在“出版+文创”领域,打通出版与文创产业的界限,鼓励有条件的出版社进入文创产业,重点布局出版IP孵化及授权、文创产品研发及集成、文化策展、文化产业战略投资等,逐步形成“BestU倍悦”“绘森活”“绿手指”等出版文创品牌。

围绕投资创新,重点发挥投资支撑增长作用。长江传媒坚持围绕主业、效益至上、风险可控、专业管理的工作思路,在主业投资上聚焦内容生产、渠道建设、数字出版新业态、出版产业链延伸四大重点方向,在多元板块上重点发展旅游文创、文化金融等投资板块。发力资本运营,对外加强资源并购整合,收购《湖北安全生产》和《统计与决策》两家杂志社,壮大期刊出版阵容;对内盘活资源,推进产业调整优化,分别组建爱立方公司和倍悦文创公司;2020年转让少儿集团持有的部分股权,顺利完成海豚传媒战略投资者引进工作。

围绕融合创新,积极推动传统出版和新兴出版融合发展,实现出版主业向新兴全媒体业态转型,深度布局数字阅读和数字教育两大核心业务,建立从内容提供、平台建设到终端服务较为完整

的数字出版产业形态和产业链。加大优质内容资源挖掘力度,打造“长江云阅读”数字化全民阅读平台、“创教育”融发矩阵、书香荆楚——全民阅读移动书库、长江阅读APP、“长江云校”智慧课堂等多层次数字化服务平台及产品,形成“智慧学习”“智慧易课堂”“崇文慧学堂”等一批公众号矩阵,数字化学习资源超过200万件,有声读物、微课100多万分钟。《新昆虫记》基于AR技术的青少年科普融媒体出版项目、《马克思主义大辞典》融媒体资源库等4个项目入选国家新闻出版署2019年度、2020年度数字出版精品遴选推荐计划。

融合发展这篇大文章是我们的短板。我们必须主动适应新时代,主动适应内容消费群体多样化、分散化、个性化的需求变化,立足优势,探索专业特色的融合出版道路。积极引导、推动同类同质资源整合,运用新媒体技术和资本手段为优质内容资源和版权提供多样化产出渠道,提高整体竞争力和经营效益。大众出版领域要加强版权内容的全媒体出版;专业出版领域要立足于优势学科创新专业出版模式,延长产业链;教育出版领域要紧密跟进技术迭代,做好教育内容资源转化,构建覆盖全学段、“纸电音”一体的数字化产品生态和服务体系,为消费者提供终身学习解决方案。

拓展出版延伸产业空间,完善幼教产业链,以爱立方为发展平台,从幼教内容提供方升级为幼教综合服务商,打造国际知名、国内领先的幼教全程服务机构,成为公司高质量发展增长极。培育文化创意创新新业态,围绕“图书+”“文化+”推进以图书为核心的多元业态深度融合,加大非图产品开发力度,通过联合开发、个性定制、品牌合作、自主生产等方式切入文创产业,逐步形成自有品牌。支持倍悦文创公司扩大中高端文化产品供给,发展个性化商业模式,构建线上线下相结合和国内国际畅通的营销渠道,形成文创产业核心竞争力。

“两张清单”四点谋划

□长江传媒“十四五”期间,将有哪些重点谋划?

■集团、股份公司在“十四五”规划中提出了具体目标,主业发展年均增长速度力争达到8%,到2025年末,综合实力迈上新台阶、主业发展实现新提升、转型融合达到新高度、改革创新赢得新优势、治理效能取得新进步、企业文化激发新活力,整体实力、综合效益和市场竞争能力大幅提升,巩固湖北省文化企业龙头地位、保持中部省份领先地位、步入全国出版传媒集团第一方阵,进军“全国文化企业30强”。

实现这一目标,需要产业和项目作为支撑,需要具体举措作保障。为此,集团、股份公司党委研究拿出了产业发展新项目和产业发展新举措“两张清单”,并明确了狠抓内容生产创新、推动发行体系转型升级、强化教育服务功能、加快发展数字经济、培育“文化+”产业链、强化投资赋能、提升资产管理效能、全面深化企业改革、加强国际传播能力建设九大重点工作任

务。这是集团、股份公司当前和今后一个时期重点抓的事项,这些事项抓实抓到位了,我们的短板和弱项就能拉长补齐,我们“十四五”的目标就能够实现。总体上要做到“四点”:一是明确方向。要做好项目的准确定位,绝对不能“草鞋没样,边打边像”。二是选好“伙伴”。要积极引进国内、行业内头部企业,借鉴发挥他人的管理、营销、市场、客户优势。三是大胆引才。要按照专业人做专业事的原则,“点对点”引进人才和团队。四是加快推进。要按照省委要求,谋定后动、谋定快动,用改革的办法攻坚克难,一级带着一级干,多一些“以上率下、亲力亲为”,少一些“纸上谈兵、高调表态”;多一些“三更灯火、脱鞋下田”,少一些“好高骛远、坐而论道”;多一些“吹糠见米、刀下见菜”,少一些“空喊口号、花拳绣腿”,以事实求是的思想路线、真抓实干的过硬作风、创造性抓落实的勇毅担当推动工作。

奋进“十四五” 启航新征程

二〇三五年远景目标

公司品牌影响力、核心竞争力大幅跃升,营业收入、净利润和市值迈上新的台阶,综合实力在国内同类上市公司中排名位居第一方阵;湖北出版传媒产业脊梁和龙头企业的地位更加彰显。

总体目标

综合实力迈上新台阶、主业发展实现新提升、转型融合达到新高度、改革创新赢得新优势、治理效能取得新进步、企业文化激发新活力,主业营收年均增长速度达到8%。

发展措施

一是不断提高内容质量,进一步突出出版主业;二是线上线下一体化,构建书店营销新生态;三是加快科技创新步伐,深入推进融合发展;四是加快技术改造,推动印刷产业升级;五是防范化解风险,优化物资贸易结构;六是做强做大产业规模,延长“出版+”产业链;七是服务主业发展,加大投资并购力度;八是传播中国声音,加快推进文化走出去;九是持续深化改革,推进公司管理现代化;十是强化规划实施保障。