



社科理论和哲学思维是企业和个人成长不竭动力

中国出版传媒商报记者 白小禾 宜心

武汉市新新传媒集团有限公司从成立伊始就稳扎稳打,一步一个脚印,不激进、不冒进,一心一意谋发展。2001年成立至今,深耕图书策划、文创产品、书法绘画教育培训等领域,旗下“墨点”“爱德少儿”两大品牌赫赫有名——“墨点”品牌图书知名度及市场占有率均稳居全国字帖品牌前三甲,“爱德少儿”品牌图书长期位居实体店销售前列;构建了覆盖全国的销售网络;拥有近500位员工。刚刚又传来捷报,今年上半年,武汉新新销售同比增长40%,其中新华书店、民营书店等实体店渠道增长60%,网店渠道增长近8%,完美跑赢大盘。

武汉新新行稳致远,一直保持旺盛的生命力和上升势头,是由领路人——董事长王奎英的站位、思路和格局决定的。他在长期的学习、思考和实践中,形成了独特的企业经营理念并付诸实施,成效显著。基础逻辑就是企业和个人都要构建完整系统的社会科学理论和哲学思维。

理论决定企业和个人出路和高度

站得高看得远,透过现象看本质,理论决定出路,决定未来的空间和高度。10年前,王奎英就指出,书业已经进入理论竞争阶段,现在回头看,确实印证了他的思路。

“中国改革开放首先是从理论、思想上突破,之后几十年经济飞速发展,说明理论、指导思想的重要性。对于企业经营也是一样。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。曾经一批很有名的企业走向没落,或者走在风口的企业走不远,根本原因就是没有强大的理论、指导思想作支撑。”

“如今社会上躺平、内卷的根本原因,是过于关注专业知识和业务知识学习探讨,对社会科学理论和哲学知识学习不系统,遇到难题缺乏应对方法,无法竞争。社会科学理论、哲学思维就是解决问题的关键钥匙。丰富的社会科学理论知识,会让人有更多的思路和工作方法。方法对了,思路有了,只有干不完的话。”

“企业最后的竞争就是企业文化的竞争,企业



文化的根本就是企业的思想理论系统。企业文化不是简单模仿,一定是结合公司的实际情况,有选择地吸收。”

“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’。只有拥有正确的思想、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,企业家与其关心技术创新、质量创新、人才招聘,不如首先思考一下,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?”

马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想是武汉新新的指导思想。“马列主义让我们掌握了很多社会发展的客观规律、工作方法和剩余价值的本质;毛泽东思想指导我们为人民服务,我们的企业就要为消费者服务、为员工服务、为社会服务;邓小平理论、‘三个代表’重要思想、科学发展观让我们大胆解放思想,敢于创新,在遵循社会客观规律的基础上科学发展;习近平新时代中

国特色社会主义思想是对前述思想的继承和发展,是马克思主义中国化的最新成果,对现实的工作具有重要的指导意义。”

不忘初心加大实体渠道建设

王奎英站在理论的高度,不忘初心,脚踏实地做实事。自新冠肺炎疫情以来,武汉新新从未放弃对实体渠道的关注和投入。当其他图书公司掉转船头,开始主攻网络营销的时候,武汉新新选择“逆向思维”,反其道而行之,进一步加大实体店渠道建设,增加图书上架力度。这种定力也是来自理论思维的强大指导。

诚然在疫情期间实体店渠道困难重重,但市场竞争者的减少为武汉新新留下了更广阔的、值得深耕的市场空间。更多由武汉新新打造的图书,被摆到了展架上更好的位置,与众多实体店之间的情谊也愈加深厚。今年以来,随着实体渠道购买力增加、人流量恢复,武汉新新进一步加大了促销、导购、品类建设等方面的实体渠道市场投入,销售业绩也是“芝麻开花节节高”。

王奎英对实体店充满信心。随着国家教育政策的变化和家长心态的改变,有关社会科学理论、青少年素养提升、心理健康、文学名著等大部分类型的图书将迎来实体渠道的销量增长。家长带孩子走进实体店,既能买到货真价实的图书,也能享受书店的文化氛围,这是网上购书所缺失的重要亲子场景。王奎英认为,书店的规模和体量需要得到保证,在产品上仍要以书为主,坚守主业,有餐饮休闲区域为宜。如果书店能联动上游出版社、图书策划公司做一些优惠活动,消费者会更倾向于在现场选购图书。“立足优势、再做创新”“要有定力”,这是王奎英的经营之道。

牢记使命布局全球销售网络

王奎英认为,伟大的思想之伟大,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。王奎英在财富观上很通

达。“民营企业家只不过是一部分代表而已,代表社会管理这笔财富。”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。”与员工、社会、国家分享财富是民营企业企业家应尽的责任。

通达的财富观,让王奎英牢记使命,立下了鸿鹄之志——“帮助国人乃至其他国家热爱中国文化的人写好汉字;向中国人民乃至世界人民传播优质的中国文化,成为一个国际性的文化产业集团”。

秉持高远的战略眼光,王奎英响应国家“文化自信”“文化走出去”“文化强国”的号召,怀抱“传承中华文化,传播中华文明”的理想,布局全球销售网络。疫情让“走出去”按下了暂停键,但武汉新新牢记使命,更加坚定开拓海外市场的步伐,即使艰难,仍不放弃,积极应对,愈挫愈勇。海外开拓逐步走上正轨,“下一步版权输出数量、合作,都会有进一步的实质性发展,销售会快速提升,进入快车道。我们也会加大人员、资金投入”。在讲好中国故事、传播好中国声音的道路上,武汉新新开疆拓土砥砺前行。

制定目标并坚定执行,是王奎英的恒心与坚守。2023年,在海外版权输出和市场销售方面,武汉新新计划双轨并行,从内部组织建设和外部渠道梳理两个维度上下功夫。面对实体店渠道,在新业务拓展、新客户开发、新合作关系建立等常态化动作上持续发力,同时向线上图书选购平台投入新图书品种,增加推广费用,优化客户群体结构、加重头部客户比例。武汉新新目前在考虑成立新的数字出版公司,制作更多形式丰富、视听结合的少儿图书和艺术图书。武汉新新也将在线书法课程定位为一项增值服务,提供给消费者,作为图书产品和线下课程的补充。在创建北京大学新新智库论坛基础上,计划与高校合作共建文化产业管理学院,进一步加强产学研合作。

2023年,王奎英更是为武汉新新定下了同比增长60%~70%、4亿元的年度经营目标。在其自传《创业路线图》一书中,王奎英以手写的引言开篇:“我们自己就是创业的资金,可以无限地开发。”王奎英带着武汉新新团队,在书法和少儿出版策划、美育培训、智库建设、文化输出方面,乘风破浪、一路高歌。未来或许有更多可能。

(上接第11版)

投入千万营收百万的企业不足半数

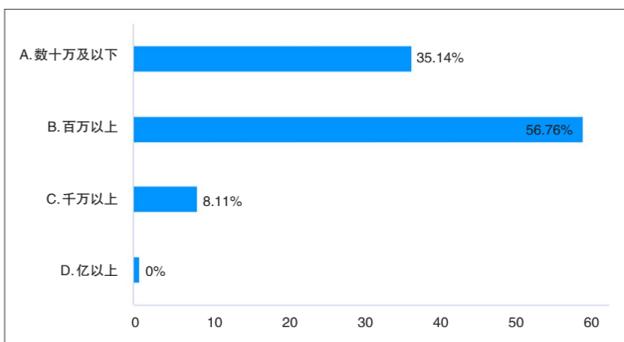


图8 投入百万级企业营收情况及占比

投入不足百万的13家受访企业中,8家的营收水平在百万元以下(61.54%);5家营收超过百万(38.46%)。在利润方面3家尚未盈利(23.08%),6家在50万元以内(46.15%),两家利润在50万~100万元(15.38%),2家在百万元以上(15.38%)。这13家企业全部未设经济指标。

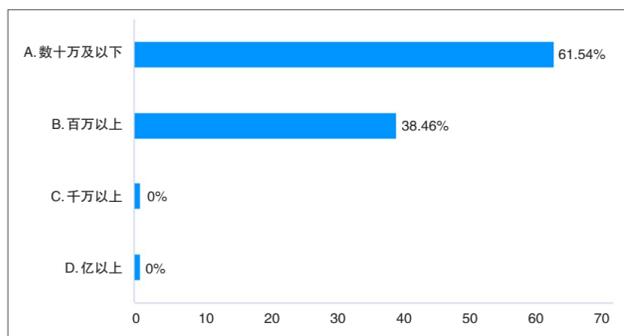


图9 投入数十万及以下企业营收情况占比

河北教育出版社、山西教育出版社、安徽少年儿童出版社、东南大学出版社等多家机构均获得了上级单位专项资金扶持,辽宁教育出版社、湖南电子音像出版社、甘肃教育出版社、大象出版社等则获得了政府专项资金扶持。36家企业在10年间从未获得资金扶持。65家单位投入了自有资金,约占92.86%;25家单位获得过上级单位专项资金扶持,约占35.71%;33家单位获得过政府专项资金扶持,约占47.14%;3家单位有融资;另外1家企业通过提供内容资源换取技术研发来解决经费投入问题。

在13家投入百万以下的企业中,4家单位曾获资金扶持,约70%的企业未获得资金扶持。在37家投入百万级的企业中,21家曾获资金扶持,约43%未获得资金扶持。在16家投入千万级企业中,50%获资金扶持;在4家投入亿级的企业中,2家曾获资金扶持。

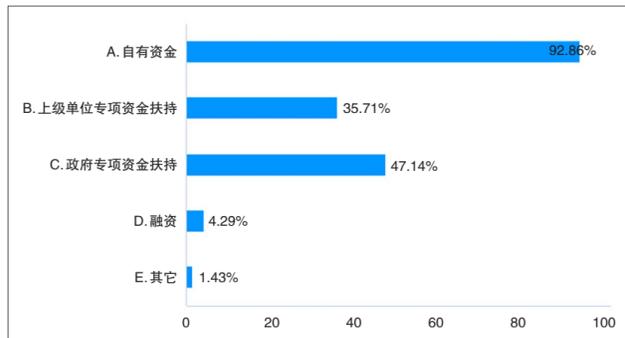


图10 资金来源及占比

专项资金扶持对于出版行业内目前教育数字化的发展具有关键作用。例如,2014年“广西教育出版社教育资源MPR整合推广服务工程”项目获中央文化产业发展专项扶持资金1000万元。项目以广西教育社资源为基础,以国家标准MPR技术为抓手,优化整合资源,推出系列MPR出版物及系列数字教育产品,同时建设资源管理系统及“指魔方”阅读平台,为该社探索推动“图书+资源+平台+服务”的运营模式奠定了基础。“浙江出版联合集团在线教育服务平台”获“2015年浙江省文化产业发展专项扶持资金”600万元,“‘青云e学’智慧教育综合解决方案”获“2016年中央文化产业发展专项资金”1000万元,“基于核心素养的教育服务平台建设”获“2017年中央文化产业发展专项资金”500万元,为平台早期上线提供了关键支撑。

一部分机构通过长期深耕和创新探索,在高质量发展方面取得了阶段性成果,其中精品项目的打造成为重要表征。在70家受访企业中,13家企业获得过国家级奖项,约占20%,包括高教社、华东师范大学出版社、

福建教育出版社、北京师范大学出版集团、大象社、浙江教育社等。在这13家企业中,9家(69.23%)获得过上级单位资金扶持,11家(84.62%)获得过政府专项资金扶持。在57家未获国家级奖项的企业中,16家企业(28.07%)获得过上级单位资金扶持,22家企业(38.6%)获得过政府专项资金扶持,29家单位未获得过相关资金支持。此外,28家企业相关产品或项目获得过省部级奖项。52家受访企业(74.29%)期待系统了解各级各类扶持项目。

目前,“资金不足”仍是教育出版数字化转型中的一个突出问题,六成受访企业面临此方面的挑战。从调研来看,“人才短缺”的问题最为突出,56家受访企业(80%)都面临人才难题。其次,43家受访企业(61.43%)普遍认为“盈利模式不清晰”。六成受访企业认为“机制制约”的问题仍然突出。近五成的受访企业对于技术瓶颈、知识产权版权保护问题感受明显。

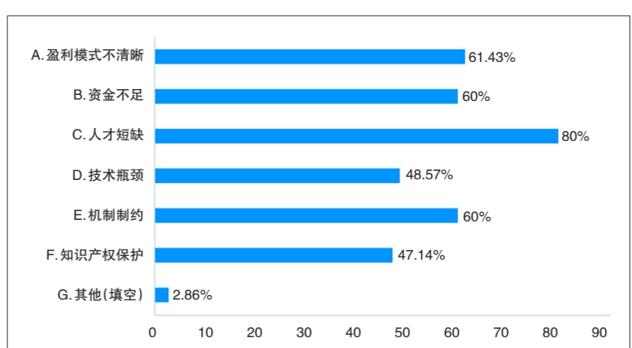


图11 教育出版数字化转型突出问题及占比

总体来看,与教育有天然连接点的出版业已紧密参与到教育信息化发展体系中,教育出版在数字化方面实现了阶段性的创新发展。大量书企特别是教育社、大学社以及部分少儿社、科技社、综合类出版社、民营文化公司等投入到数字化教育资源的开发中,在产品类型、细分资源、学段、用户群体等方面逐步趋向规模化、体系化。新型产品体系在生产能力和配套服务能力方面体现了一定的基础和实力。同时,教育出版板块以产品为根基,在数字化发展方面逐渐形成了一个新型发展生态。这期间,各企业打破传统发展模式,在“互联网+教育”的高潜能空间中,从技术、资金、人才等发展核心要素以及组织构架、服务模式等各方面持续探索新型发展路径,教育出版板块也正在数字化转型发展的出版行业大趋势中探索新发展体系,但仍有很多难题亟需破解。

资金资源

资金扶持仍是重要推动 重大项目社会效益明显

在70家受访企业中,34家企业曾获得资金扶持,接近50%。其中,