

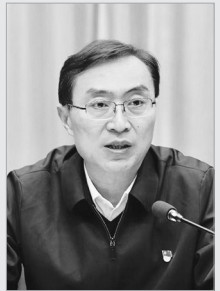
点燃高质量发展引擎：出版业的“新”与“质”

■中国出版传媒商报记者 张馨宇 采写/整理

编者按 新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力,它以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的质变为基本内涵,以全要素生产率提升为核心标志。自2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提到“新质生产力”起,在中央经济工作会议、中共中央政治局第十一次集体学习、2024年政府工作报告中,这一词汇被反复提及,“新质生产力”成为当下最热门的发展关键词。怎样在实践中推动出版业新质生产力的发展?本期专题我们聚焦凤凰出版传媒集团、读者出版集团、深圳出版集团三大集团如何精细化管理,如何在实践中以创新要素驱动降低成本,以新质生产提升发展效益,进而培育出版发展新动能。

制度创新夯基础 数智融合赋新能

■梁朝阳(读者出版集团党委书记、董事长)



当前,信息技术的飞速发展特别是人工智能等前沿技术的发展应用,正在深度影响和重构文化的形态、结构和价值追求,消费者的阅读习惯和获取信息的方式也在发生深刻变化,这对传统出版方式产生了巨大冲击,出版业面临着变与守、破与立的多重挑战。挑战也是发展机遇,科技创新打破了行业壁垒,将促进不同业态的跨界融合,催生许多深度融合的新业态,为出版业注入新的动能。出版企业需要主动探索文化创新表达和消费方式升级,满足人民群众不断升级的文化需求;需要持续提升出版质量和效益,努力打造出版精品,服务全民阅读,提升国民文化素质和社会文明程度;需要加强国际合作与交流,加强版权贸易,促进文化交流和文明互鉴;需要持续加强内容导向管理,守好出版阵地,确保出版业健康有序发展。

六位一体,把握新质强主业

2024年是习近平总书记考察调研读者出版集团5周年,我们将深入学习贯彻习近平文化思想和习近平总书记考察调研时的重要指示精神,坚持正确出版导向,做优做强出版主业,推进出版深度融合发展,培育出版新质生产力,加快推动集团高质量发展,自觉肩负起新时代新的文化使命。

一是做优做强出版主业。在期刊出版上,坚持守正创新、精益求精,持续提升《读者》杂志内容品质,增强思想性,融入时代感。加快期刊集群创新发展,进一步探索推进融合创新、转型发展新路径、新模式。在图书出版上,实施精品出版工程,以主题出版为引领,以敦煌学—丝绸之路、藏学、简牍学、西夏学等特色出版为支撑,努力策划出版一批有筋骨、有温度“双效俱佳”的精品力作。

二是打造文化消费新空间。推进新华书店转型升级,积极探索文化场景打造、文化氛围营造、文化消费体验、文化交流沟通的新思路,围绕市场趋势、门店定位、地方特色、用户需求等,分类打造一批地标式的旗舰店,具有较高辨识度的特色书店、主题书店、社区书店等,推动构建符合当前消费趋势的书店发展新生态。

三是助力书香社会建设。以满足人民群众美好生活需要为根本出发点,不断完善并大力推广建设书香社会的“读者方案”,加快“读者小站”“读者书房”等文化空间建设,努力为广大读者提供更多优秀文化产品,创造更好阅读环境,开展更丰富的阅读活动,提供更个性化的阅读服务,多层次全方位引领全民阅读风尚,持续扩大《读者》的读者群。

四是加快创新融合发展。依托国家文化和科技融合示范基地平台,打造一批优质原创数字出版内容,大力提升数字内容质量,培育数字出版新增长点。深化“读者融媒体矩阵”建设,加强社群营销和直播带货等新渠道开发,提升“读者”直播平台运营质效。加大重点产业项目孵化力度,加快数字出版、绿色印刷、文旅研学、文化创意等产业发展,努力提高发展的质量效益。

五是加大招商引资力度。用好“读者”品牌资源,以重点项目为抓手,围绕推动产业链向上下游延伸、促进产业加速升级做好全产业链常态化招商,为集团高质量发展注入新动能。

六是实施人才强企战略。坚持正确选人用人导向,不断完善“选育管用”全链条人才工作机制,大力培育引进创新型、复合型、战略型等急需紧缺人才,打造结构合理、梯次分明、素质过硬的人才队伍。

深化改革,促进多元发展

改革是经济社会发展的强大动力。读者出版集团将以提升核心竞争力为目标,深入推进国企改革深化提升行动,持续激发高质量发展的活力。**一是健全完善现代企业制度。**持续深化公司治理,构建权责清晰、分工协作、相互监督的现代企业治理结构;兼顾公平效率,完善薪酬和绩效考核制度,激发员工创新创造活力。**二是加快数字化转型融合发展。**充分利用数字化技术改造传统出版业,推动数字技术与传统出版深度融合,创新方式和内容形式,培育数字文化消费新增长点,构建更加高效的数字出版发展新业态新模式新格局。**三是推动“读者+”多元产业发展。**积极探索“读者”品牌赋能、数字技术融合、创新思路推进的多元化业务发展模式,不断拓展“读者”品牌的文化外延,构建“一主多元”发展格局,推动实现多维度、多领域“出版+”的破圈发展。

降本增效,提升企业竞争力

降本增效是提升企业竞争力的关键,也是高质量发展的必然要求。我们着眼于“降”,持续健全完善成本控制措施,从优化管理流程、强化供应链管理、提升技术装备水平、强化人力资源管理等多方面有效控制成本。我们着眼于“增”,依托集团国家文化和科技融合示范基地这一重要平台,发挥科技创新乘数效应,拥抱新兴技术,鼓励创新创造,积极培育新增长点。降本增效需要全体员工的参与和支持,我们将建立健全激励机制增强全员降本增效意识,提升全员成本控制和创新能力,提高工作的效率和质量,努力使每个人都成为成本管理者 and 利润创造者。

以新质生产力全面提升深圳出版发展动能

■唐汉隆(深圳出版集团有限公司党委书记、董事长)



当下,出版业面临着数字时代对传统生产模式的冲击,出版业多元的信息传播渠道和极高的信息传递效率,均对出版业曾经赖以稳定生存的载体优势和渠道优势造成颠覆。作为知识的载体,出版业所提供的图书产品不再是最优解,但是人类对于知识的需求亘古不变,把握住不变的本质,就是转型发展的方向所在。具体而言,就是从狭义的知识服务转向广义的知识服务。未来一段时间的着眼点,在于线上线下的融合贯通。

二是规范经费开支范围和标准,事前管理各项费用支出。通过全面预算管理监控成本费用的执行情况,联动业财系统,做好预算事前、事中全流程监控,加强预算管理刚性约束,增强预算执行的有效性。

三是增量效益决定增量薪酬,强化薪效联动。通过制定年度经营绩效考核办法,将经营绩效与薪酬挂钩,贯彻薪酬总额决定机制改革精神,薪酬预算要严格匹配年度经营业绩预算目标,着力提高薪酬投入产出效率。

四是优化整合资源,降低重复成本。根据集团深化改革方向和战略部署,为提升集团各业务板块资源集约化、专业化水平,集团于2022年、2023年陆续整合了新华集团、文管集团,由书业连锁公司吸收合并弘文艺术公司,整合卖场零售业务。通过资源整合减少重复成本,优化组织架构和业务流程,降低仓储、物流成本,提升人力资源效率。

聚力新质生产 四大板块业务升级

集团将坚决把发展新质生产力作为推动高质量发展的内在要求和重要着力点,推动建设以“综合知识服务”为核心的内容出版、文化零售、文化空间运营、教育综合服务四大业务板块。

加大创新驱动 聚力提质增效 加快打造凤凰传媒出版新质生产力

■中国出版传媒商报记者 白 藏

注练好内功,夯实信息化基础,持续推进出版ERP、战略信息管控平台建设,实现经营管理全流程信息化。二是加快智能化编校、网联印务、全媒体传播等新技术新平台的开发应用。三是加强古籍数字化开发、长江和大运河文化数字传播工程,扩大凤凰书苑、凤凰易学、凤凰职教云等数字出版平台应用,推进数字时代新型出版传播体系建设。四是推动凤凰自营电商矩阵、新媒体矩阵建设,提升凤凰全媒体运营能力,孵化有一定影响力的新媒体账号、主播,保持凤凰新媒体影响力居全国前列。

围绕出版主业,积极拓展新赛道,重点从“原创、智改、数转、网联、融合、绿色”六个方向找准切入点、发力点。将筛选一批重点扶持企业和创新项目,在科学高效论证的基础上,确定创新项目投资和并购重组,加快培育新的增长点。充分发挥凤凰丰富的文化资源,发行渠道优势,进一步整合地域文化资源、激活文化服务载体、探索特色研学内容,大力拓展研学业务,开辟主业新赛道。秉持“以书为媒,多元经营”,推进线上线下融合发展的综合经营服务平台,加快实体书店转型升级,把实体书店打造成为城市书房、文化客厅、研学基地、文明标杆。

以创新型内容精品生产体系促进改革

凤凰传媒致力于构建一套面向新时代、响应新需求的创新型内容精品生产体系。**一是坚持特色优势,做强做优主题出版。**聚焦重大主题、唱响时代主旋律,在党的创新理论研究阐释传播,尤其是优秀通俗理论读物上争取突破。策划推出建设中华民族现代文明、创造人类文明新形态方面的精品出版成果。结合中国式现代化江苏新实践以及大运河文化、江淮文化等地域文化资源策划优秀出版物。聚焦

务板块,加大数字化转型和资本运作力度,增强创新意识和市场开拓能力,努力建设成为国内一流的现代化文化产业集团。

一是巩固壮大“深圳出版”品牌。全面布局“赓续深港文脉读物、科创科普科幻读物、青春少儿读物、法语文学读物”四大产品线,打造有深度、有分量、有影响的精品力作,推动主题出版向深度和广度拓展,深化主题出版,提升市场化图书规模与质量,扩大产业规模,以深圳特色凝聚名家资源,规划文学创作基地,延伸产业链,创新文艺创作机制,助力文化事业发展与强市建设。

二是释放文化零售业务发展新潜能。顺应消费升级趋势,转型知识服务商,优化供应链,通过“书香五进”提供定制化文化服务,拓展服务链,发掘新增长点。激活会员数据资源,运用数字化技术提升数据分析能力,精准营销,提升复购率。

三是高标准打造阅读示范空间。高标准推进湾区书城建设,创新业态规划,融合文旅、创意、商贸元素,打造世界级文化地标,吸引年轻与游客群体。推进“大书城、小书吧”建设,契合政府文化战略,开发多元化城市文化空间,差异化品牌建设,拓展公园、交通站点书吧,探索可持续运营模式。

四是塑造教育综合服务竞争力。强化市场开拓,深挖市场潜力,大力开拓学前教育、职业教育、高等教育等目录外教材教辅市场,做大教育装备和教育服务等新兴业务,在校园智慧图书馆建设、校园延伸教学服务等领域发力,全面提升品牌影响力,增强核心竞争力,提升经济效益,厚实企业经营基础。

五是依托数字化转型和资本运营两大抓手,切实赋能业务发展和管理提升。把互联网思维和数字化战略贯穿到各方面全流程,加速实施集团数字化转型,逐步推进数字化转型项目落地建设。以打造开放互动的数字化集团为目标,建设数字书城与高效流通体系,提升信息化、标准化、智能化水平,更好服务读者与基层。探索发行类REITs等金融产品,盘活资产,促进投融资循环,赋能文化产业创新。利用资本并购重组优质项目,催生文化消费新品、新模式、新业态,推动阅读服务数字化、网络化、智能化。