福建新华连续3年门店零售保持平稳,秘诀何在?

■受访人:何 强(海峡出版发行集团党委委员、副总经理(主持福建新华发行集团日常工作)) □采访人:焦 翊(中国出版传媒商报记者)

2024年是福建新华发行集团成立20周年。20年前,在文化体制改革大潮之下,福建全省新华书店系统等国有图书发行单位,以股份制形式组建成立了福建新华发行集团,成为全国首批文化体制改革试点单位。20年来,福建新华发行集团秉承"爱党、爱国、爱店、敬业"的新华精神,牢记使命,守正创新,为宣传党的方针政策、传播先进文化知识、提升全民文化素质、促进科技进步和经济发展作出了积极贡献。

近年来,实体书店受线上冲击,门店零售持续下滑,福建新华却通过多举措提升主业,连续3年保持门店零售平稳。福建新华有哪些创新举措?又有哪些保障措施?在福建新华发行集团成立20周年之际,中国出版传媒商报独家专访海峡出版发行集团党委委员、副总经理何强(主持福建新华发行集团日常工作),在一家地方发行集团的弱冠之年,回首过往、思索当下并展望未来。

赓续历史文脉 传承红色基因

□福建历史文脉悠久,在宋明时期就是我国规模最大的图书市场之一,图书出版业长时间居全国前列。福建从第一家新华书店成立至今,经历了怎样的发展?

■福建新华书店福州宫巷口门市创立于1949年9月,是福建省首家新华书店,与新中国同龄。当时,福建新华书店不仅要做好图书发行,还承担着出版的重任。直到1951年福建人民出版社成立才成为专业的图书发行机构,1958年6月更名为福建省新华书店,并担负着课本和闽版图书发行的重任,管理全省新华书店业务。2004年5月,福建新华发行集团挂牌成立。2009年12月,福建新华发行集团整体加入海峡出版发行集团。

从1949年到集团组建前,福建新华的管理体制几经变更。从高度集中的计划管理模式,到管理权限的"三上三下""三放三收",再到改革开放以来的分级管理、独立核算、目标管理、承包经营,在探索中发展、曲折中前进,也留下了诸多可圈可点的坚实脚印。

集团组建以来,我们积极贯彻落实中央关于文化体制改革的重大决策和福建省委关于文化强省的重大战略部署,围绕做强做优做大集团,以创新体制、转换机制、面向市场、增强活力为目标,大力推进管理、业态创新,集团的社会影响力、客户凝聚力和满意度越来越高,社会效益和经济效益协调发展。特别是2019年伊始,我们提出了"抓党建、严管理、促主业、补短板、强弱项,以改革为抓手实现高质量发展落实赶超"的工作要求,持续扎实推进。

深化全民阅读 创新渠道发展

□2014年,"全民阅读"首次被写入政府工作报告,为新华书店带来了新的发展使命。近年来,福建新华在推进全民阅读方面进行了哪些尝试?

■近年来,面对宏观经济下行的压力、行业政策的调整、市场竞争的加剧和数字技术的挑战,福建新华发行集团在福建省委宣传部和海峡出版发行集团的正确领导下,认真贯彻落实习近平文化思想和党的二十大精神,紧扣"守正创新、双效统一、做强主业、融合发展"的目标要求,坚持稳中求进工作总基调,持续提升"抓党建、严管理、促主业、补短板、强弱项"的工作力度和工作质量。

在推动全民阅读,持续建设书香八闽工作中,福建新华举办了"海峡读者节""新华悦读季""新华阅读大会""假期读一本好书""新华新春天天乐"等活动。其中,连续举办10届的"海峡读者节",已成为福建省重要文化品牌、重点文化惠民工程和全民阅读推广服务体系的关键载体。通过"新华·阅读中心""新华·作家空间"等阅读平台,举办各类主题阅读文化活动,深入推动全民阅读进农村、进社区、进校园、进军营、进企业、进机关、进家庭、进网络;联合全国重点出版单位,打造"百家万品"选品工程,举办全省性馆藏图书订货会、新华惠民书展、"新华·假日书市"、"新华·书香夜市"等惠民活动,积极践行"为读者找好书、为好书找读者"的服务宗旨,推动全民阅读走深走实。

□做好图书发行工作是新华书店的主业主责,如何在当下创新图书发行渠道,更好地满足读者的阅读乃至更广泛的文化需求?

■福建新华重点从三个方面进行尝试探索。

一是推动教材教辅业务"稳步"前进。保质保量按时完成中小学教材发行任务;持续开展好爱国主义读书活动及用书的宣传发行,扎实推进"新华名师荟"(新华教育研究院)建设,重点在组建名师团队、建立工作机制、提速项目实施等方面开展工作。

二是推动一般图书业务"大步"前进。做好主题出版物发行,人均发行量努力保持位列全国第一方阵;开展好"海峡读者节""新华阅读大会""新华悦读季"等活动,以高频次有效营销活动的开展为抓手,吸引客流、提升销售;开展好"我们正在读·百家万品·全员营销"工作,通过短视频、直播等激发读者阅读冲动,并与线下门店展销和研学等相结合。

三是推动综合多元业务"跑步"前进。开拓省内教装市场,加强"新华福服"等产品宣传推广;挖掘门店多元经营潜力,打造"福文化"文创产品空间,提升门店坪效;加大研学业务和亲子阅读家园项目拓展力度,开发契合集团主业,具有红色文化、朱子文化和海丝文化等地域文化特色的新华研学课程。

在推动线下渠道建设方面,福建新华下大力气、苦功夫,持续开展门店转型升级工作,总投资已超亿元,并先后建成了全国首个元宇宙空间——福州安泰书城、全国首家"福"文化主题书店——福书轩,创新性复原福州老城区新华书店——城市记忆主题书店,至今已有9家门店被评为全国"最美书店"和"最美新华书店"、31家门店被评为福建省示范书店,形成了出版物经营为主、文化产品和文化服务供应为辅的多元化经营业态。

□当下,互联网与人们的生活关系愈发密切,在推动数字化转型,实现线上线下融合发展方面,福建新华发行集团进行了哪些探索?

■早在2021年,我们就实施了主要由数字基础设施智慧升级、新华智慧实体建设以及新零售数字化驱动暨网上新华电子商务平台三个相互关联、相互呼应的子项目构成的"智慧新华工程"项目,并通过打造"新华·悦读驿站"APP和线下体验空间,建设"家乡的故事"多元商品项目,打造省域新型文化消费平台;搭建新媒体演播室,扩大"百家万品""新华名师荟"等项目的社会影响力;优化新华会员卡功能,培育发展数字商务、新零售等新兴业态,加快推动传统业务数字化改造提升,实现线上线下的有机联动和高效融合。

把握"新"寻求"质" 持续探索特色发展路径

□习近平总书记在中共中央政治局第十一次集体学习时强调,加快发展新质生产力,扎实推进高质量发展。您认为文化领域如何发展新质生产力?未来,福建新华又有哪些新规划?

■"新质生产力"核心在于"以新促质",映射到文化领域,就是如何用科技创新赋能,实现生产力要素的迭代突破,实现新质生产力系统的结构对称、供给侧结构性改革,推进文化产业链的强链、补链和延链。打造文化领域的新质生产力,福建新华将从两个方面入手:一是把握"新"的内在要求,从技术、业态、模式、管理、制度"多位一体"焕新文化产业链;二是寻求"质"的重新定义,通过生产管理技术突破、生产要素创新性配置、产业科学转型升级催生先进生产力。

为此,福建新华一是把"培育新质生产力"作为数字赋能集团产业转型升级的重要着力点,主动研究谋划人工智能、AI等技术在提高图书发行工作各环节效能中的创新举措,切实发挥"智慧新华"工程等数字化项目作用。二是认真对标《集团数字经济"十四五"规划》,强化数字经济业务意识和管理意识,聚焦项目带动,提升品牌赋能,强化数字营销,拓展多元渠道,切实推动"新华悦读驿站""社交平台兴趣电商"等项目高质量发展。三是持续开放线上体验空间,拓展线下网点。通过市场导向数据驱动、社店营销合作加持、节日营销策划前置等手段,提高"我们正在读·百家万品·全员营销"工作成效。四是对接相关图书云仓与非图产品供应链平台,扩充商品库,发挥"长尾效应";合作福农优品等供应链平台商,丰富非图商品库。五是统筹兼顾乡镇、社区、商圈、校园、景区,健全覆盖全省的新华书店网络体系;提升福书轩品牌效应,打造集图书、文创、美食、表演等功能于一体的新空间;以航海、古建、华侨、海洋、朱子文化等为主题,开设一批主题书店,推动新华悦读驿站线下店建设。重点推动中小学校和高校书店网点建设,有效支撑校园业务增长。六是扩大数字科技手段在人力资源管理中的应用,加快人才素质(新华人九种能力)测评工具推广使用。

未来,福建新华发行集团将进一步聚焦读者文化消费诉求,通过持续赋能文化内容,提升平台和产品的市场竞争力,走好具有福建新华特色的发展之路。

(上接第2版)

河南展团

豫版图书"走出去"成绩再次刷新

中国出版传媒商报讯 本届BIBF,河南展团带来800余种图书、16场活动。据统计,本届BIBF期间,河南展团共达成版权输出、合作出版意向及协议152种,签约图书数量在去年历史新高的基础上再翻一番。

展台精品展区集中展示近年来河南主题出版的重要成果,包括荣获中国出版政府奖、中华优秀出版物奖,入选"中国好书"的系列图书。《共和国日记》、《玄奘全集》、"中华文脉"丛书等精品力作组团亮相。在展台显眼位置设置的"行走河南 读懂中国"图书专区,展示了与河南相关的各种虚构、非虚构的成人以及少儿出版物,彰显中原特色。

展台接待台上,以老家河南、历史文化等为主题的集章打卡及图书配套文创销售活动人气火爆。河南展团此次还专门邀请了19位来自海外图书馆和书店的东亚文化研究领域的专家学者到河南展台,通过豫版图书了解河南的历史文化、风土人情。

此次展会河南展团带来16场活动。河南人民出版社向加拿大北美科发出版集团输出8种传统文化图书,大象出版社《诗书里的成长》举行了法文、波斯文版权输出签约仪式,海燕出版社联合埃及希克迈特文化产业集团成功举办《幼儿智力开发画报》阿拉伯文版新书发布暨战略合作签约仪式,河南科学技术出版社和施普林格·自然集团联合举办《中国脉翅类昆虫原色图鉴(英文版)》合作出版签约仪式。河南电子音像出版社的《希望的田野——舞阳农民画》和吉尔吉斯斯坦、蒙古国、泰国3个国家出版机构同时签约。河南展台举办的各场新书发布、版权输出活动,均由百姓文化云进行现场直播,线上同期吸引49.16万人次观看。 (白 藏)

四川展团

向国际传播四川声音 让世界看见巴蜀文化

中国出版传媒商报讯 作为四川出版的主力军,四川新华出版发行集团携四川民族出版社和新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称"新华文轩")旗下的13家出版发行单位,与四川大学出版社等在川共计19家出版单位参展本届BIBF。四川展团以"向国际传播四川声音 让世界看见巴蜀文化"为主题,展区呈现浓郁巴蜀文化特色与时代特色。

本届BIBF,新华文轩集中展示各单位讲述共建"一带一路",阐释中国制度、中国经验、中国成就的重点出版作品,体现三苏文化、蜀道文化、三星堆、大熊猫等具有巴蜀特色文化的外向型精品出版物,获得"亚洲经典著作互译计划""丝路书香""经典中国""中国当代作品翻译计划"等国家级对外出版项目支持的出版物,以及四川数字出版传媒有限公司的"知信链"平台、看熊猫杂志"大熊猫IP+内容+文创"融合发展成果、四川文轩在线电子商务有限公司"内容+渠道"融合新型阅读产品等融合出版成果。同时,新华文轩以国际熟知的四川文化名片"大熊猫"为载体和纽带,以传承弘扬三星堆文化、"三苏"文化、"蜀道"文化为核心,以精品活动为载体,通过精品展区、特色展区、数字展区、直播展区等特色区域,以及特色文化活动,全方位、多元化宣传四川出版的精品力作和"走出去""引进来"成果,充分展示四川出版产业高质量发展的成果和四川文化的独特魅力,进一步提升四川出版国际影响力。

新华文轩展示出版物近600种,其中外文版40余种。重点展示新华文轩近年来"走出去"的成果,获奖荣誉图书、蜀道文化出版工程,以及巴蜀文化和畅销热点图书。 (靳艺昕)

湖北展团

以阅读与世界共振

中国出版传媒商报讯 长江出版传媒股份有限公司携旗下7家出版社、300余种图书参展,举办版权输出签约仪式和新书首发活动等。

其中《楚文化史》《中国年画史》2种图书备受关注。湖北教育出版社与加拿大皇家柯林斯出版集团签署了《楚文化史》英文版权输出协议。湖北美术出版社与著名美术史论家薄松年联袂打造的非遗类史论专著《中国年画史》新书首发。

作为"全国文化企业30强"之一和"国家文化出口重点企业",长江传媒以图书为载体,在世界舞台上弘扬楚文化、讲好湖北故事、讲好中国故事,将推出更多体现中华文化精髓的优秀作品,着力加强国际传播能力建设,持续开展版权贸易,推动出版"走出去""引进来"。

BIBF湖北展区展出的图书涵盖人文社科、文学艺术、科技生活、少儿教育等多个品类,集中展现了长江传媒在主题出版、精品出版、"走出去"项目上取得的优秀成果。作为重点陈列的长江文化主题精品图书,如《长江! 长江!》《长江的微笑:中国长江江豚保护手记》《神鱼驮屈原》《楚艺术全集》等,记录长江、服务长江、宣传长江,得到现场众多中外出版商和读者的关注,激发广大读者对长江文化的热爱和尊重。 (穆宏志)

陕西新华出版传媒集团

陕西文化"走出去"成果丰

中国出版传媒商报讯 本届BIBF,陕西新华出版传媒集团所属8家出版社精心挑选近年来出版的400余种优秀图书参展。

陕西新华出版传媒集团参展图书涵盖主题出版、人文社科、"一带一路"、"文学陕军"、传统文化、自然科普、少儿教育等多个类别,《西安何家村唐代窖藏文物集成》《陕西历史博物馆馆藏古器物全形拓整理与研究》《中国唐代帝陵》《陕西古代文明》《秦岭野生大熊猫·陕西》等精品力作受到极大关注。各出版社版贸人员也纷纷前往海外出版展区,与相关人员围绕版权引进和输出开展交流洽谈。

参展期间,陕西旅游出版社举办《人民至上 宝塔山下的热血青春》版权输出签约仪式,与英国普洛林格出版公司签订英文版权输出协议;陕西人民教育出版社开展多场《〈三国演义〉皮影动画绘本》集章打卡活动,吸引不少读者参与。

此外,陕西人民出版社《国家至上》、未来出版社《文化都在节日里》等多种图书入选第三十届北京国际图书博览会精品出版物展,三秦出版社《史记中的治国理政智慧》俄文版荣获第二十三届输出版优秀图书奖,充分彰显了陕西新华出版传媒集团在主题出版、传统文化出版、版权输出等方面取得的成绩。 (张馨宇)

广东展团

活动历届之最! 广东对外出版实力尽显

中国出版传媒商报讯 本届BIBF,广东省出版集团、南方传媒负责此次广东展团的参展工作,组织旗下11家出版单位和以深圳出版社为代表的其他共11家广东省内出版社集体亮相。

广东出版馆共展示了近2000种精品图书,集中展示了包括伟大征程、中国故事、国际传播、花城文学、湾区气韵、岭南风采六大类精品出版物。期间,广东展团举办7场文化交流活动,为历届举办活动次数最多的一次。

6月19日,由广东省出版集团、香港联合出版集团、广东省粤港澳大湾区文化教育交流中心、香港出版总会主办,广东教育出版社承办的《读懂中国——用文物讲述中华上下五千年》新书发布仪式举行。同日,广东人民出版社举办了《宋明新儒学略论》韩文版新书发布仪式。随后,广东教育出版社、花城出版社、新世纪出版社联合举办了粤港澳大湾区图书版权合作签约仪式。由广东科技出版社和广东经济出版社共同主办的《时节养生:中国人的健康智慧》及《"一带一路"与粤港澳大湾区建设》吉尔吉斯文、蒙古文的版权签约仪式也于19日举行。

此外,广东经济出版社主办的《推动形成全面开放新格局》阿拉伯文版签约仪式、《完善社会主义市场经济体制》俄文版新书发布会以及深圳出版社主办的《完善社会主义市场经济体制》俄文版新书发布会,也相继举办召开。 (伊 璐)

读者出版集团

力推主题精品彰显出版陇军实力

中国出版传媒商报讯 本届BIBF,读者出版传媒股份有限公司(以下简称"读者传媒")旗下13家出版单位参展,集中展示出版陇军近年出版的精品力作和重点"走出去"图书新成果。

展区以"交响丝路 如意甘肃"为主题,以"敦煌底蕴 读者品牌"为内涵,将甘肃地域、人文等多元文化融入设计,兼顾文化与科技的融合,整体布局呈现积极开放、不断探索的视角。展区布局延续主题出版、敦煌学出版、西夏学出版、藏学出版等特色分类,新增期刊展示区域,集中展示甘肃特色出版成果,向世界讲述"甘肃故事"、传播"读者声音"。

本届BIBF上,读者传媒带来了500余种书籍,另有期刊、文创产品、手工书、音像产品等多元化展品。重点展示了《社会主义核心价值观读本》、《写给青少年的敦煌故事》、"中亚与丝路文明研究丛书"、《冬格措拉的孩子》等主题出版精品,《甘肃藏敦煌文献》、《敦煌通史》、"中国百部秦腔大系丛书"、《丝路花雨》等力作,以及《少年筏子客》、《徜徉在狼的原野》、"点虫虫系列"丛书、《跟航天员去太空》等对外讲好中国故事、传播中国声音的优质出版物。

在体现传统出版与新兴出版的融合发展方面,读者传媒设立直播间,以"线下为主、线上配套、线下线上一体"的方式进行传播,各出版社轮流展开线上直播,凸显甘肃出版走融合发展道路的特征及趋势。 (靳艺昕)