

省级新华书店相关负责人畅谈75载发展 坚守文化阵地 持续擦亮“新华书店”金字招牌

中国出版传媒商报专题报道组 王双双 焦翊 王新雪 张绮月

今年是中华人民共和国成立75周年。75年来,在中国共产党的带领下,人民生活水平日益提升,文化活动蓬勃发展,全民阅读、书香社会建设成效显著。75年来,作为党创办并领导的重要文化企业,新华书店不断满足着人们的精神文化生活。门店是新华书店宣传党的思想,传承中华优秀传统文化,传播社会主义核心价值观的重要阵地,新华书店从清凉山出发,伴随着党的解放事业和新中国的成立走向全国,上万家门店、超10万名从业人员,从城市到乡村,从商圈到社区,都活跃着新华人的身影。一本本优秀书籍被送往全国,成为人们的重要精神食粮广泛地传播至祖国大地的每一根毛细血管。在做好主题出版物发行,服务好学生群体需求方面,近年来,一方面,新华书店创新发展,在主题出版物发行中,不仅成立了以一把手为核心的工作小组,在门店重要位置设立专区展陈,还不断创新工作方

法,走出去、走下去,开展图书销售,通过建立红色文化空间、推出红色文化项目等方式,不断助力主题出版物发行,取得了双效统一。另一方面,连续多年、克服种种困难圆满完成“课前到书,人手一册”政治任务,保证了各地学校教学任务的顺利开展。在开展校园服务中,新华书店主动出击,以校园书店为平台,持续满足学校文化需求,并通过发力教育装备、切入课后服务等,不断服务教育事业发展。作为城市的重要文化场所,新华书店还致力于开展更多文化活动,以文润人,以文化人。从阅读分享到体验活动,从名人名家到百姓舞台,新华书店开展的文化活动从不同方面,以不同类型,全力满足不同阶段读者的文化需求。党的十八大以来,以全民阅读为引领,新华书店不断创新活动形式,夜宿书店、研学旅行等新形式的文化活动,成为书店满足人们多种文化需求的新形式,书展书市蓬勃发展,名人大咖轮

番上阵,打造了区域重要文化平台,成为新华书店践行文化惠民,推动全民阅读的重要阵地。当前,随着科学技术的全面发展,社会发展进入了新阶段,互联网的发展,也进一步改变着人们的购物、阅读习惯,为实体书店的发展带来了诸多挑战在此背景下,新华书店不断触网,一方面,拓展线上渠道,通过打造线上平台,发力短视频、直播等新渠道,不断与更多消费者产生链接,推广更多精品好书和产品。另一方面,以数字化武装自身,不断提升数字化水平。实体书店把互联网思维贯穿到实体书店经营的全流程中,围绕“文化+科技”,充分挖掘知识数据等新生产要素的潜能,以数据洞察利用为着眼点,健全数据治理机制,提升用户需求实时感知、分析和预测能力,构建会员全生命周期价值挖掘机制,增强数据对经营决策和效率提升的赋能作用,实现以数字化驱动的价值增长。新时代,新课题。党的二十届三中全会对文化事

业的发展提出了新要求,谋划了新方向,在推动中华民族文化复兴,社会主义现代化强国建设之路上,文化必不可少,新华书店也不可或缺。正如广东新华发行集团股份有限公司党委副书记、总经理何宝贤所言,未来,实体书店不仅要成为城市的文化地标、市民的文化会客厅,更要成为人们生活方式的提供者;要注重环境颜值,更要注重文化内涵;要做好阵地服务,更要积极向“上”而兴,使书店融入城市的发展,融入读者的需要,承担起文化担当。无论未来如何变革,书店服务社会、服务读者的本质不会改变,全国各地新华书店人以自己的担当与责任坚守文化阵地,持续擦亮“新华书店”金字招牌,为读者服务,为人民服务。值此新中国成立75周年之际,本报特推出“礼赞新中国 书写新华章”特刊,本报记者采访部分省级新华书店相关负责人,畅谈新中国成立75年来的发展。

优化升级产业链 加快构建专业化发展新格局

唐汉隆(深圳出版集团党委书记、董事长)

院,深度挖掘并培育作者资源,尤其是深圳本土资源,探索文艺精品创作新机制。以中法建交60周年为契机,策划举办中法法讲书团等活动,出版一批法语文学读物,深化中法文明交流互鉴。加强优质版权储备与对外合作,推动《为什么是深圳》等图书在国内外出版发行,持续弘扬中华优秀传统文化。

三是推动渠道融合,全面发力线上文化零售业务。打造更为紧密的供应链产业链,推进发行渠道传播内容、服务体系、运营方式再造。依托“全国新书首发中心”,加强新媒体运营策划,搭建自媒体营销矩阵,联动名家资源与新书资源,策划短视频栏目,增进来深名家与深圳城市的人文互动,持续扩大栏目影响力。建立统一直播平台,组建直播运营团队,稳定输出优质内容,不断拓宽传播渠道,延伸服务功能。进一步推进社群营销,优化深圳书城小程序,与美团、大众点评等线上平台展开深度合作,推出闪送到家业务,提高用户黏性,推动线上业务规模不断扩大。

四是把握特色优势,创新打造科创教育服务品牌。顺应市场需求,积极探索传统出版发行业务与研学旅行的创新融合发展路径,深挖深圳科创文化资源,加强与教育、科创等部门机构合作,以“每周半天计划”试点工作为契机,以中心书城、白鹭坡书吧等优质阅读阵地为平台,策划推出深圳科创教育研学路线,精心设计全领域学科阅读课程和书单,打造具有深圳特色的研学品牌。大力推进全民阅读“五进”活动,通过书香共建,加强与各行各业合作,将文化产品和服务延伸到社会各个角落,扩大品牌影响力和辐射力。

五是强化运营管理,焕发知识服务新活力。持续实施“三品书店”工程,围绕“品质、品位、品格”,积极打

造特色场景空间,优化产品陈列布局,提升文化空间品质感和专业性。提升书城选品水平,完善供应商准入审批机制,优化采购服务体系,大力引进符合市场潮流的新图书新文创,提高产品适销性,进一步满足读者需求。持续扩大“深圳晚8点”等品牌的影响力,为广大市民读者提供更为丰富的“文化菜单”。

六是深化内外联动,塑造教育综合服务市场引领力。把握基础教育优质发展的契机,做细做实做深目录内业务,积极开拓学前教育、职业教育、高等教育等目录外市场,实现品牌、品类、品质的全方位提升。以“教材发行主导者、校园阅读推广者、智慧校园建设者”为定位,做大教育装备等新兴业务,打造资源涵盖全面、业务架构专业、服务质量一流的现代教育综合服务商。协同政策性业务与市场性业务,联通校内与校外,在校园智慧图书馆建设、校园延伸教学服务等领域发力,全面提升新华书店品牌影响力、产品服务力和阅读推广力。

七是加快数字化转型,赋能业务发展和管理提升。以打造开放互动的数字化集团为目标,把互联网思维贯穿到改革发展、企业经营工作中,充分挖掘知识数据等新生产要素的潜能,利用新科技赋能多元复合文化空间体验,打造数字化体验新场景,通过提升信息化、标准化、智能化水平,推动阅读服务数字化、网络化、智能化。

未来,深圳出版集团将把全民阅读实践创新视为关键路径,通过创新打造阅读空间、深耕阅读品牌活动、构筑全民阅读文化新高地、以企助力乡村振兴等举措,助力深圳特区的现代化建设和高质量发展,促进新质生产力的蓬勃发展及产业链的优化升级,激发社会的内生动力与创新活力。

2024年是新中国成立75周年。75年间,各行各业飞速发展,新华书店历经多次变革与升级,实现了从单一的图书销售向文化综合服务商的转型。陕西新华出版传媒集团顺应时代发展,多维度拓展,不断巩固文化主阵地、主力军、主渠道作用。

全面深化全民阅读,持续创新拓宽服务路径。陕西新华出版传媒集团各级书店均成立流动展销服务小分队,每年举办展示展销、新书发布、签名售书、专家讲座、阅读分享、经典推介、主题诵读等形式多样、内容丰富的文化活动800余场,使全民阅读真正深入基层、深入群众。积极向公共图书馆、农村党支部、农家书屋、中小学校捐赠图书,为农村留守儿童、城市务工人员随迁子女等群体提供阅读服务保障,全力参与“我们的中国梦——文化进万家”“新时代乡村阅读季”“绿书签行动”等活动,更好满足各层次、各年龄段读者的阅读需求。坚持用户体验留住读者,不断推进实体书店升级改造,打造一批复合型文化综合体以及小而美的特色书店、校园书店,持续提升服务阅读的能力。近年来,我们推进汉中书城、安康书城、蒲城新华和光购书中心、丹凤书城等26家实体书店升级改造,新增延安中国红色书店、吴堡柳青新华书店等9家实体书店,先后荣获“第二届全民阅读大会·年度最美书店”“全国最美新华书店”“年度主题书店”等荣誉。

稳固主业,构建线上线下一体化服务体系。面对新一轮的零售变革、行业转型升级以及教辅变局,陕西新华出版传媒集团一是持续稳固主业。全力做好政治理论读物发行工作,构建从线下到线上、店内到店外的服务体系,努力使党的创新理论普及到党的各级组织中,飞入寻常百姓家。始终把中小学教材发行工作作为重要政治任务来抓,连续多年实现“课前到书,人手一册”的庄严承诺。夯实一般图书发行基础,建设业务、平台、仓储、资金、物流、技术相互支撑、有机统一的新型中盘。二是实施项目带动。以西北出版物流配送中心的全面投入使用为新起点,加快安康市创新文化发展产业园、商洛新华传媒大厦等重大项目建设进度,力争早日形成西安—关中—陕南—陕北立体化的出版发行物流体系。三是发力多元经营。聚焦陕西独特的文化资源优势,加快安康市创新文化发展产业园、商洛新华传媒大厦等重大项目建设进度,力争早日形成西安—关中—陕南—陕北立体化的出版发行物流体系。三是发力多元经营。聚焦陕西独特的文化资源优势,加快安康市创新文化发展产业园、商洛新华传媒大厦等重大项目建设进度,力争早日形成西安—关中—陕南—陕北立体化的出版发行物流体系。

(下转第10版)



2024年,中华人民共和国迎来了75华诞。75年来,新华书店坚守文化阵地,传播知识与思想,适应时代变革,积极转型升级,推动全民阅读,助力文化繁荣。深圳出版集团立足“打造国内一流的新型知识服

务提供者和现代文化空间运营商”的总体定位,实施以内容出版、文化零售、文化空间运营、教育综合服务为四大核心业务,以数字化转型、资本运营为两大抓手的“4+2”发展战略,聚力推进以资源整合为核心的转型变革,通过塑造具有城市特色的内容出版品牌,推动文化零售业务融合创新,打造文化空间运营专业化主体、整合新型教育综合服务业务等举措,加快构建专业化发展新格局。

一是持续深化改革,健全高质量发展体制机制。坚持数字化赋能,把改造传统业态和发展新兴业态结合起来,运用先进技术走向网络空间,推动品牌建设提档、营销服务提能、产业布局提质、资产管理提效。坚持市场化方向,健全市场化经营机制,分类制定政策性、公益性、市场性业务考核激励机制,切实提升市场拓展能力。坚持融合化发展,探索“文化+科技”融合,优化文化服务和文化产品供给机制,培育发展新型文化业态,增强产业发展动力。

二是坚持打造精品,不断丰富高质量出版供给。持续布局“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,策划出版一批展现深圳特色和深圳气派的主题出版物,重点推介《奔腾的深圳河》等图书,讲好深圳故事。谋划建设鹏城文化

“新集团化”战略开启浙江新华新征程

蒋传洋(浙江出版联合集团党委委员,浙江省新华书店集团党委书记、董事长)

1949年5月16日,浙江新华书店第一个门市部在杭州西子湖畔开业,在75年的发展历程中,浙江新华扎根浙江大地,与时代同频共振。坚定思想宣传与文化传播责任,重点完善党政读物发行服务体系;紧紧围绕浙江打造新时代文化高地的重要部署,积极应对行业转型,实施“新集团化”战略,构建双循环产业体系,因地制宜构建以阅读为核心的新型文化服务空间,取得了良好的社会效益和经济效益。2023年,浙江新华实现线上零售9.5亿元,一般图书线上零售业务占比从2020年的9.35%上升至2023年的近50%,线上零售交易规模首次超过实体门店传统时代零售业务的峰值,实现了从传统渠道向立体渠道转化的高质量发展新跃迁。

实施线上补链工程,构建线上线下双循环产业体系。浙江新华改革的主攻方向主要在两个领域,一是以发掘新华书店文化价值为主线,深入推进实体书店转型,进一步发挥实体门店的新场域价值、新产品价值和新增服务价值。二是强化立体渠道构建,以线上为引领,线上线下高度融合,双循环、双推进,构建立体、高效的图书发行渠道。

推进实体书店转型,线下主阵地进一步巩固,开展门店分类管理。在推进实体书店物理空间转型的基础上,成立阅读服务事业部,组建门店建设专家委员会,出台《浙江新华实体书店转型升级和等级评定工作指引》,按照旗舰店、标杆店、标准店、特色店四大类对全省门店进行分类指导,试点运营“文字里”“非读书”等品牌形象店。实施门店“上云工程”。布局线上阅读体系,开发线上标准门店系统“钱塘湾书”平台,参与“农家书屋数字化平台”项目,打通服务“最后一公里”。延伸“书店+”服务场景。“新华书店+农家书屋”模式探索扩点覆盖面,联合浙江省直机关事务管理局等打造书香政企,有效融入“15分钟品质文化生活圈”。

线上连锁体系建设初具规模,双循环体系正式成型。浙江新华2020年7月开始自上而下全体系进军线

上板块。在机构设置上,总部设立电商事业部,实行全新的管理体制,业务结构采用“1+10+N”的顶层设计,即以总部线上旗舰店为龙头,代运营10家地市公司线上店铺为主力,孵化全省县市区公司特色店铺群为纵队,形成浙江新华线上连锁经营矩阵。截至2023年,浙江新华形成公域电商矩阵百家店铺群,线上销售收入实现3年增长4倍,线上业务的迅速崛起被业界形容为“浙江新华的线上突围”。

强化数字融合,深化改革为企业发展提质增效。浙江新华明确“强化用户思维,做再造线上发行集团的奋进者”的发展目标,以用户和网点建设为基础,以数据和技术为驱动,以智慧书城建设为抓手,致力于业务中台建设,推动线上线下连锁门店体系、教育服务、行业大数据平台深度融合,充分提升业务能力,推动公司实现体系化、专业化、高质量发展。

实施以“智慧书城”为统领的数智化体系改革整体方案:以ERP系统和书目信息平台为根基,辐射专业ToB云馆配、行业ToB云中盘、公域ToC线上连锁、私域ToC钱塘湾书、ToG新华政采云,浙江省中小学教材征订平台和新华阿里线上资产交易平台,形成产业交易闭环体系。目前,云馆配、线上连锁、钱塘湾书、新华政采云、浙江省中小学教材征订平台和线上资产交易平台建设已基本完成。云馆配平台累计订货码洋达14亿,省外多家发行单位推广应用。

致力“五纵三横一主线”新产业体系建设。面对新的产业形势,浙江新华以内容专业化、队伍专业化和渠道专业化建设为主线,充分发挥横向渠道和纵向渠道建设的合力,搭建纵横交错的专业化网格体系。“五纵”是浙江新华成立的五个事业部及其对应的垂直渠道,五个事业部包括阅读服务事业部、教育服务事业部、馆藏事业部、创新业务事业部和电商事业部。“一主线”是以内容运营为主线,“三横”指的是线上连锁经营体系、线下连锁经营体系和总部业务中台。通过“五纵”“一主线”

建设将“三横”贯穿起来,努力形成阵地牢固、渠道融合、空间共享、产业聚合的融合发展产业体系。

深化“浙江新华共同体”认知,弘扬浙江新华铁军精神。“浙江新华共同体”凝聚力建设成为浙江新华全员共识,持续赋能基层的集团化体系建设稳步推进,铁军建设卓有成效。认同感、战斗力和荣誉感显著提升,有效支撑了企业的新发展。

现代企业制度建设持续推进。在新的历史起点上,浙江新华持续以“浙江新华共同体”凝聚力建设为主线,开展浙江新华铁军建设,稳步推进持续赋能基层的新集团化体系,探索推进以“市县业务协同”为主要内容的地区产业协同管理改革。按照建立现代企业管理制度的要求,新出台投资管理、工程建设、“三公”经费等30余项制度。推行跨部门联动工作机制,加大规范管理力度,为生产经营提供强有力的保障。

党的建设与企业发展实现相融互促。浙江新华始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领,厚植“忠诚、担当、奋斗、创新、清正”国资国企新风尚,聚焦主责主业,推动形成党建引领有力、担当履职有为、服务保障有效的工作格局。加快推进党建引领人才队伍建设,实现市场化选人用人机制与党内组织考察选拔程序有效结合,持续推进“业绩倒逼”的绩效文化,更深层次推进三项制度改革破冰破局,锻造一支政治过硬、堪当出版发行高质量发展重任的高素质专业化队伍。

在新中国成立75周年之际,浙江新华策划举办“浙江省新华书店成立75周年文化影像展”,重温几代新华人不忘初心、胸怀大局、赓续使命、砥砺奋进,铸就新华书店事业的奋斗历程,在全集团营造传承光荣传统,赓续红色血脉的浓厚氛围,坚定转型进程自信,努力在新时代新征程中贡献更多新华力量。



梁葆(陕西新华出版传媒集团党委书记、总经理)

多维发力 构建线上线下一体化服务体系



蒋传洋(浙江出版联合集团党委委员,浙江省新华书店集团党委书记、董事长)