

# 坚守文化阵地 持续擦亮“新华书店”金字招牌

## 创新服务路径 构建山东新华品牌体系

■安蓬生(山东新华书店集团有限公司党委书记、董事长)

新华书店从诞生之日起就具有鲜明的“红色基因”，是党建设和领导的出版发行机构。75年来，新华书店作为党和国家重要的思想宣传文化阵地，始终坚持围绕中心、服务大局，坚持读者至上、服务群众，为促进全民阅读、建设书香社会发挥了积极作用。成立80周年以来，山东新华书店集团从单一售书模式到集图书发行、文化服务、文旅研学等多种业态于一体的综合性文化服务商，积极发挥着新华书店在新时代的社会价值和责任担当。在新时代的征程上，新华书店将继续坚守文化阵地，为中华文化的传承与发展贡献力量。



“十三五”以来，山东新华以融合创新发展为主线，采取诸多创新举措，迎来高质量发展的新局面。一是创新赋能党建工作，实现党读物发行的有效跃升。以打造“新华聚力”党建品牌为抓手，始终把党读物发行作为重要政治任务紧紧抓在手上，切实发挥了党的思想宣传阵地的优势和作用。二是创新赋能门店升级改造，实现门店自主营收能力的有效跃升。鼓励基层发挥首创精神，培育一批以分公司命名的新商业盈利模式。山东各地新华书店已成为当地的“文化教育中心、时尚体验中心、社会交往中心”。三是创新赋能业务多元发展，实现经营业绩的有效跃升。不断强化互联网思维，拓展文旅研学、多元产品业务板块，不断提升文化服务普惠化、便捷化水平。企业经营结构不断优化，社会效益和经济效益取得双丰收。

面对零售变革，山东新华书店集团加快数字化转型、积极构建线上线下新型营销矩阵。一是深度挖掘流量资产，精细化运营社群。充分利用第三方平台及新媒体传播平台，提升数据流量分析和应用能力，围绕不同用户群体和圈层建立专属社群，推出多种有针对性的营销活动和客户服务，实现精准触达、精准营销、精准服务。通过创新运营模式，深化体制机制改革，提升自主发展能力应对行业转型升级。二是积极探索可复制、可推广的商业模式。精心打造的“新华书店老年大学”“新华青年夜校”“新华自习室”“新华书香实践营”等新零售场景，满足不同年龄段读者的多元化需求。同时，加强组织管理的顶层设计，进一步优化考核评价

价体系，激发员工干事创业积极性。三是前瞻性思考，优化协作机制，深化社店融合应对教辅变局。充分发挥社店双方资源优势，优化教辅产品结构，拓展教辅线上发行渠道，加强与教育部门和学校的沟通，并在研学、文化旅游、教育培训、文创研发等领域开展深度合作，全方位服务教育事业。

山东新华聚焦自身定位，力求创新，积极转换员工新角色，搭建营销新场景，拓展全民阅读新路径，努力将自身打造成为读者心目中的“公共阅读服务平台”。

一是实施“新华领阅计划”，打造全民阅读品牌。全力打造“新华领阅计划”全民阅读品牌，针对不同群体、不同领域打造丰富的子活动品牌。二是加快布局线上渠道，创新阅读服务模式。加快员工角色转变，聚集优秀青年员工开拓直播及电商运营的新领域，逐步拓宽线上渠道服务领域。三是深化大客户战略合作，探索实施文化共建。以文化阅读为链接，创新阅读服务模式和载体，延伸服务链条，为大客户提供专业化、多样化文化服务，吸引更多单位参与到文化共建中。四是拓展“阅读+研学”，赋能文旅融合发展。借助出版资源、图书资源优势，将文旅研学和图书定制出版、门店活动有机融合，打造精品化、体系化课程，组织开展一系列特色鲜明的店内研学活动，实现全民阅读和文旅研学的相互赋能。

党的二十届三中全会将“建设社会主义文化强国”纳入进一步全面深化改革的“七个聚焦”，为国有文化企业的发展指明了前进方向。山东新华一直致力于改革与创新，未来重点在四方面发力。

一是增强社会责任感，推动全民阅读走深走实。通过举办读书会、图书展览、文化讲座等，为建设学习型社会作出贡献。二是加强模式创新，构建多元运营新格局。通过数字阅读平台和智能化服务体系，打造展示文化、体验文化、传播文化的重要平台，构建全方位的阅读生态体系。三是优化服务机制，提升用户体验。进一步优化服务流程，打破传统文化服务边界，探索更加多元的内容形态，丰富读者的文化体验。四是助力品牌升级，提升市场影响力。通过构建山东新华品牌体系，激发品牌活力，提升品牌在消费者中的认同感和美誉度。

展望未来，山东新华将以发展文化领域新质生产力为抓手，紧紧围绕服务读者和聚焦时代主题，保持特色、激发活力、开拓创新，助推全民阅读向纵深发展。

一是着力在“创新”上做文章。创新阅读服务模式，把购书阅读、新书发布、名家讲座、知识分享等形式与文化旅游、公共文化服务联动起来、深度融合，着力培育“阅读+”新业态新消费。积极探索“阅读+空间”“阅读+市集”“阅读+艺术”“阅读+科技”“阅读+研学”等新产业，营造“阅读大生态”。二是在“专业”上做功课。系统化整合碎片式阅读，在图书选品、数字资源、活动策划上回归阅读的整体性、思想性、价值性和引领性，挖掘出版资源中的新品、畅销品、常销品，向阅读对象推送优质读物；利用人工智能、大数据等科技手段，为数字阅读的内容生产、阅读形态赋能，提供个性化的数字阅读产品和服务；尝试在南国书香节，打造剧本沉浸式阅读、游戏体验式阅读等“大阅读”活动，以一种时髦的方式，增强人们的阅读兴趣。三是着力在“覆盖”上下功夫。重点关注儿童分级阅读和新课程阅读。今年南国书香节期间，在东莞打造了分级阅读馆，举办分级阅读相关活动，旨在为儿童提供更加精准更加科学的阅读服务和购书指导。同时，以新课标为导向，为全省中小学构建“一套高质量丛书、一组配套课程资源、一个科学评测体系、一个智能阅读平台、一个专家指导团队”整体解决方案和服务体系。积极推动成立广东省全民阅读促进会，加强阅读推广队伍建设。四是着力在“宣传”上添动能。进一步布局新媒体平台，构建小红书、抖音、微信视频号、哔哩哔哩等热门线上平台传播矩阵，加大达人视频、直播的力度，通过多元化的新媒体营销、独家策划出版爆品等形式，建立多样化分销渠道，推动图书供应链优化升级，在新媒体领域建立完整产业链。

## 深化数字转型 推进融合发展 创新强企新路径

■刘金凤(黑龙江出版传媒股份有限公司党委委员，黑龙江新华书店集团有限公司党委书记、董事长)

新中国成立以来，新华书店同祖国共同成长，始终站在服务大众教育、推进公共文化服务建设的第一线。75年来，黑龙江新华书店集团作为龙江教育服务和文化服务的重要力量，不断进取创新、服务社会，按照“形象升级、业态升级、营销升级、服务升级”理念以及构建“线上线下协同发展新格局”总体目标，线上、线下发行业务取得显著发展成效。



一是转型升级成效显著。35家实体店完成升级改造，形成“多样化主题、差异化服务”特色文化矩阵。目前已升级改造面积超过2万平方米，累计举办系列活动上万场，受众达百万人次，11家书店荣获“全国最美书店”称号。二是打造自建线上平台。顺应数字经济新趋势，持续深化“百店互联”线上连锁体系，自主研发打造线上统一化电商平台，为读者提供120万种教材教辅、一般图书及文教、文创产品，着力为读者提供良好的线下体验和线上服务。目前平台粉丝数量突破135万，门店运营能力显著提升。三是持续探索多元经营。着力在文创产品、文化服务、店外营销方面开拓市场，注重重文空间建设，从以图书为中心向以图书为中心转变，致力于构建“图书经营、文创文具、咖啡简餐、文化沙龙”融合一体的复合型书店业态。四是提升教育服务和文化服务能力。深化“服务进校园”工作举措，坚决完成“课前到书，人手一册”政治任务。不断提振经营水平，打造“书香龙江读书节”“朗读者计划”等一批独具特色的品牌活动，丰富人民群众的精神文化生活。

黑龙江新华积极探索企业创新发展的多元尝试，以数字化、智能化赋能线上线下协同发展，稳步推动传统发行业务优化转型和新兴产业蓬勃发展。

一是持续加大市场开发力度。紧跟教育政策变化，精准把握市场需求，引进更多市场类教辅产品，拓展业务增量，充分发挥品牌优势和服务潜能，提高教材人员市场开拓能力，不断完善教辅营销推广和考核激励机制，做好重点品种推介，确保教材教辅征订码洋稳中有升。二是重点加强大中专教材市场开拓。制定专项考核机制，组建专业团队，深入省内大中专院校沟通对接建立合作，增强服务的主动性和实效性，创造新的业绩增长点。三是持续深化服务进校园工作。落实中小学课后服务“一校一案”，科学布局校园

阅读空间建设，做优教育装备市场延伸。围绕“五育并举”统筹推进中小学课后延时服务，加强重点品种推介，建立中小校园阅读整体服务方案，拓展课后服务市场。

提升文化服务价值，深化新华阅读品牌影响力。一是创新阅读文化活动。积极融通整合各类文化资源，组织全省各级书店举办荐书分享、阅读推广、文化沙龙、艺术交流等丰富多样的文化活动。精准对接地方文化特色和群众精神需求，围绕冰雪旅游、“亚冬会”等重要时间节点，策划开展阅读体验、非遗特色等文化活动，做优店内店外文化服务产品。二是加强公共文化惠民服务。以阅读“八进”为导向，广泛深入参与公共文化服务，落实农家书屋、图书三下乡等帮扶支持工作。聚焦“书店+图书馆”合作模式，将图书销售与图书馆借书有机结合，探索馆店共建的共享模式。加大力度拓展党建学习书屋、职工书屋等多渠道布局。三是融通各类资源推动产业融合。坚持以阅读为核心，融合咖啡、艺术、文创、展览、体验等业态项目，营造复合多元业态功能的主题化场景。丰富龙江非遗、冰雪文创等受市民青睐的多元文化产品，借助哈尔滨“亚冬会”东风，让冰雪文化、冰雪运动成为推动书店发展的重要契机。

拓展数字发展空间，加快建设综合性线上平台。一是持续打造综合性电商平台。聚焦内部私域和外部流量，下大力度布局和运营好北国书香网自建平台、微信社群、抖音直播等线上网络矩阵，打造线上线下融合、图书非图融合的综合化文化服务品牌。二是加快推进教育服务信息化建设。推进建立校企合作，开发线上智慧教育平台及配套讲义，充分发挥各自优势，开发北国书香网上智慧教育平台，为学生、教师等特定群体远程提供高效、个性化、智能化的学习体验。三是深入探索东北三省一区协同发展新局面。探索推进同吉林省新华书店集团开展北国书香网项目合作，培育和壮大线上发行业务增量。四是常态化抓好抖音直播营销团队建设。加强平台主播培训，提高新媒体矩阵的运营质量，进一步丰富新书宣传、阅读推广、读者交流等多元化直播内容。拓展同实力主播合作开展直播带货，通过名人影响力为新华书店品牌背书，在粉丝效应和品牌营销双重作用下争取品效合一的双赢局面，将直播打造成集团品牌塑造的重要赛道。

## 创新引领促发展 初心如磐向未来

■钱宗华(广西新华书店集团股份有限公司党委书记、董事长)

1949年，广西新华书店随广西解放成立。75年来，始终坚持宣传党的理论和路线方针政策，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，在新时代新征程牢记使命、笃定前行，开创广西出版发行事业高质量发展新局面，为提高广西人民思想道德素质和科学文化素质，推动文化事业和社会经济发展作出重要贡献。



聚焦主业躬耕“责任田”，实现从经营书店到经营文化的蝶变。创新发行方式和服务理念，在聚焦出版物发行主业的同时，优化产业结构，推动研学实践教学、教育装备、文具连锁经营、业态融合等多元业务协同发展，实现了从单一图书销售向文化综合服务模式的根本性转变，实现社会效益和经济效益双丰收。截至2023年底，广西新华书店集团连续11年列入“广西企业100强”，连续8年列入“广西服务业企业50强”，获“广西企业文化建设示范基地”“广西文化产业龙头企业”等荣誉称号。

扭住创新发展“牛鼻子”，大力培育发展新质生产力。立足广西、面向东盟，因地制宜发展新质生产力。一是打造区域性国际性文化交流平台。自2017年以来举办5届广西书展，创新打造了具有广西文化特色的“广西读书节”。二是构建业态融合全民阅读推广体系。建设本土特色文化阵地，积极参与“兴边富民”大会战，立足广西区位优势，在边境地区建成国门书店，并打造具有民族特色、地域特色的新华书店门店。同时，有效落实文化惠民举措。2019年以来逐步构建形成了党委引导、企业实施、群众参与的文化惠民新模式。三是加速推动新业务新业态崛起。自主研发推广“中小学生学习标准化作业本”项目，“中小学生学习标准化作业本”通过视力健康安全产品认证，成为少数获得此认证的产品之一，2023年实现销售近亿，推动新华书店品牌形象不断优化、品牌价值持续提升。

广西新华书店集团把握机遇，积极拓宽文旅赛道。2024年上半年，联合发起并成立“中新协研学教育专业工作委员会”及“全国新华研学协作共同体”，与广东新华发行集团合力推进“粤桂”新华研学实践教学综合服务体系，推出了近40个创新且多元化的课程和线路产品，153人获得研学旅行指导师证，形成了融合“教育+体育+科技+出版文化+旅游”的研学实践教学新格局，充分发挥了综合实践的育人功能。

锚定高质量发展“新航向”，精心做好“数字+文化”文章。为解决传统生产经营模式越来越难以维系

的问题，构建融合发展核心竞争力，下一步，广西新华书店集团将抓住数字技术发展机遇，聚力打造新质生产力，在原有业务的基础上，催生更多新业务、新模式、新动能，为企业持续健康发展注入更多动力和活力。

深入推进“校园智慧共享书屋”项目，解决中小学生学习选书问题，推进分级阅读适配工作，在学校内设立高品质的共享书屋，向学生提供多元阅读活动和阅读教学指导，并运用大数据平台协助教育部门、学校、家长及时掌握学生阅读成果，共同构建完整、科学、可持续发展且具有辨识度的阅读服务体系，提升中小学生学习阅读质量。

推广普及智慧体育项目。广西新华书店集团以服务学校、服务学生为己任，拟合作开发智慧体育教学系统，将智慧体育引入各地中小学校，引领广西开启智慧化体育时代。项目的推进将为学校解决体测运动身份信息匹配难、人力成本高、缺乏科学统计、成绩复核难、缺乏过程性评价、缺乏个性化指导等一系列问题。打造研学实践教学新高地。加强研学实践教学业务规划布局，以精品课程为核心驱动力，以“教育+体育+科技+出版文化+旅游”课程元素，重点打造研学基(营)地，并激励广西各市新华书店布局本地化研学实践教学基(营)地，并加大对课程研发、新兴数智产业、技术创新及师资培训的投资力度，积极拓展与学校、教育机构及各行各业企业的合作渠道，实施线上线下融合的全方位营销策略，进一步扩大市场知名度，拓宽业务版图。

科技赋能渠道建设。加强发行渠道数智化建设，进一步催生传统发行与数字业务相融合的新型出版物发行业态，筑牢发行主阵地，完成服务党委、政府主流意识形态的主渠道的使命。一是大力推进智慧书城建设。将门店建设与数字化转型相结合，运用新理念新技术，开拓新时代阅读体验和场景，增强读者体验感，探索门店运营新模式。二是深度打通线上线下渠道。打造广西首屈一指的数字化、智能化发行平台——广西数智化发行平台，通过大数据、人工智能等技术赋能，拓展广西主渠道发行业务，同时涵盖文创产品、数字化文化产品、文化服务等多种文化产品销售，支持电商、新媒体等线上渠道的运营管理，同时为线下实体门店的数智化运营、线上线下融合发展提供助力，提升广西在全国的文化影响力，实现线上线下一体化运营的文化产品经销体系。

## 强化综合文化服务 助推全民阅读纵深发展

■何宝贤(广东新华发行集团股份有限公司党委副书记、总经理)

新华书店是党领导和创办的红色文化企业，流淌着红色基因，是党的宣传文化主渠道主阵地，是新中国发展历程中不可或缺的宣传思想文化力量。

过去的75载，是新华书店与新中国共同成长的75载。新华书店自1937年诞生于延安清凉山，始终跟随着党的脚步，见证了党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革，也在党和国家的大力支持下，从小到大、从弱到强，为社会主义建设事业和文化发展作出了应有的贡献。



过去的75载，是新华书店矢志不渝坚守使命的75载。随着党和国家的发展，新华书店的外观、业态、体制也在不断发展中不断改变，但新华书店党的宣传文化阵地的性质一直没有变化。新华书店始终致力于服务政治、文化、教育，始终坚守“课前到书、人手一册”的政治承诺，主动扛起政治读物宣传发行的责任担当，自觉肩负全民阅读推广的使命任务，新华书店始终保留着这一抹红色，初心不改历久弥新。

过去的75载，是新华书店改革创新与发展的75载。新华书店从分散经营走向统一，到各省进入集团化管理，逐步建立现代企业制度，先后历经转企改制、连锁经营、转型升级等一系列变化，已经从单一的图书销售发展为综合性文化服务现代企业，新华书店的品牌在持续擦亮，在推进文化强国建设中发挥着重要作用。

“十三五”以来，广东新华坚持深化改革与创新发展并进，坚守主业经营，注入科技化、数字化基因，不断拓展多元业态发展，提出了“打造基于数字化技术和成就美好生活的综合文化服务集团”的企业愿景，以及“坚守主业发展，成为教育资源的提供者、全民阅读的促进者和品质生活的倡导者”的发展理念。

一是构建完善的网格化服务体系。在全省基层子公司实行教育服务网格化改革试点工作，以“全面覆盖、分级管理、层层负责、网格到校、责任到人”的原则，将对校服务工作全面落实到具体人员，力求在今年完成网格化改革全覆盖，建立全面教育服务的共享平台，全面提升服务能力。二是加大信息技术赋能力度。加大信息化建设，全面提升经营管理效能，运用信息化工具搭建新的业务模式。今年上线的教育服务综合平台，对各类教育服务业务实行全流程管理，不断优化通读在线平台，加快线上线下融合发展步伐，构建toB、toC等多终端销售模式，不断提升服务质量和水平。今年，广

东新华还完成了新物流基地智能仓储集成的规划并于年内开始建设，力求通过搭建先进的智能物流基地，全面提升整体业务效能，推动各项业务高效运转。三是主动为政府公共文化服务提供社会力量支持。新华书店应该充分发挥渠道和资源优势，主动参与公共文化服务体系建设。今年初，广东新华参与的广东省首个采取社会化运营模式进行全委托管理的县级公共图书馆正式运营，运营以来得到了群众以及业内的高度认可，为新华书店以社会力量参与各级公共文化服务进行了有益尝试。