

(上接第 18 版)

2024 发行集团培根筑基 理念引领 持续构建文化教育阅读服务供应商

安徽新华发行(集团)控股有限公司 数字化赋能 新业务拓展 壮大新型文化业态

2024 年,安徽新华加快推动数字化转型,以“数字皖新”为基底,坚持数字产业化与产业数字化“两翼齐飞”,加快发展新质生产力,持续全力推进“1234”战略布局和发展路径。

做好重点政治读物发行服务,巩固提升教育服务专业化能力。坚持首位度工程,持续创新“全媒体营销、全渠道发行、网格化服务”主题出版物发行服务体系,上线重点主题出版物数字化管理平台。攻坚高中、大中专空白市场并取得实质性突破,建设首批分级阅读实验校。皖新传媒微文化研学教育基地成功入选 2024 年省研学旅游示范基地名单,皖新传媒成为安徽省研学旅游课程教学设计标准起草及编写单位。构建智慧教育服务体系,开发皖新 AI 阅读大模型,推出“阅伴”智能学习机、皖新“朱子”机器人,皖美教育平台基本实现全省中小学线上缴费全覆盖。

提升全民阅读品牌活动影响力,培育壮大新型文化业态。阜阳“书棠计划”、安庆劝业场店婚礼策划、元小鳌助考服务、志愿填报指南、行走的书店等活动,成为媒体关注的热点内容。国庆期间,安徽全省新华书店开展“皖美阅读 共庆华诞”文化活动,以丰富的图书特展、文化活动、文创市集、社交互动和便民惠民等活动打造文化奇妙游。2024 中国黄山书会期间开展文化活动 600 余场、展销图书 30 余万种、参展单位近 300 家,线上线下总客流量 258.1 万人次。发起“兴文化”五省产业发展联合体筹备会议,集聚优势资源,构建联合体产业新生态。

推动重点项目建设,持续构建线上平台。围绕网点建设、文旅融合、数字化消费场景等业务领域,稳步推进重点项目建设。推出首个时尚文化类 IP“元小鳌”,以新华书店为载体,推动 IP 在书本、文创产品、文旅项目领域率先落地。持续推进新华书店“五化”提升工程,15 家基层门店新建改造计划正在有序实施。打造产教智融平台,参与《数字人才培养国家标准》编制。合肥“北幻城”艺术中心项目全面开工。打造文化新零售生态体系,“皖新书店”新零售平台已覆盖全省 200 家门店,用户数超 42 万人。加大电商平台建设,打造“一大 16 小”店铺矩阵,构建“3+N”元小鳌直播间矩阵,培育小红书等自媒体内容矩阵,销售码洋名列行业前茅。

湖北省新华书店(集团)有限公司 “三化驱动”多元融合 加速转型发展

2024 年,湖北新华坚持平台化运营、网格化服务,数字化管控“三化驱动”,不断延长产业链、优化服务链、缩短供应链、提升价值链,推动线上与线下融合、店内与店外融合、纸媒与数媒融合、文化消费与教育服务融合,加速推动传统主营业务向数字化转型,深耕公共文化服务,持续提升品牌影响力,构建线上线下一体化营销服务新体系,实现了文化产业多元融合,有效推动了创新转型和高质量发展。

立足文化惠民,打造高质量全民阅读品牌。以“深化全民阅读 助力共同缔造”为主题,突出内容引领、服务扩圈、文化惠民,助力“书香荆楚·文化湖北”建设,不断提升品牌引领力。深入开展 2024“荆楚阅读季”系列文化惠民活动,举办“2024 荆楚阅读季·全国百家精品童书文创展”,策划开展“书香校园公益行”“阅界大讲坛”等一系列丰富多彩的全民阅读活动,全年累计开展“荆楚阅读季”系列活动 9700 余场,持续擦亮“荆楚阅读季”活动品牌。9 月举办的“书香长江”阅读周·武汉书展暨第 19 届中国书交易会期间,线上线下展销近 20 万种精品图书和文创产品,两个主会场累计开展文化活动 175 场,进馆读者市民 16 万人次,通过创新办展方式,搭建了高品质产业交流合作新平台。“倍阅”大学生红色共读活动成功入选中宣部 2023~2024 年度全民阅读优秀项目,“倍阅”高校校园书店“一站式”高校综合性文化服务品牌影响力持续提升。

创新运营模式,形成教育服务新格局。以“五育并举”全面提升学生综合素质的教育需求为导向,以“数智化”理念缔造教育服务新生态,构建了以“湖北新华教育服务平台”为核心的线上平台矩阵,通过常规服务与增值服务、线上渠道与线下渠道、传统教育图书与数字教育产品“三个融合”,实现了由传统“B 端线下集中征订、统一收费”向“C 端线上预售、自愿付费”运营模式转型;通过“线下网格化服务”和“线上网格化社群”运营,打造了全学段“产品+服务+活动”的教育服务新模式。今年 1 月,在业界率先启动了助力首批书香校园示范区试点工作,目前已与湖北省内 9 个地区共建书香校园示范区,通过政校企联动、家校社协同、课研融融合,优化资源配置,助力各级教育部门深化素质教育,推动“书香校园”建设。

线上线下融合,优链强链提升渠道新价值。充分利用线上新媒体平台,积极探索线上线下、店内店外相结合的一体化服务模式,以“实体店书+云端”“平台电商+新媒体电商+整合电商”模式,构建了文化消费板块线上线下一体化运营新格局,全渠道会员和粉丝人数达 400 万。在多元产业方面,着力推进线上线下一体化运营、上下游产业链一体化整合、研供销体系一体化构建,自主开发并运营了国内首个“一站式”文化创意服务供应链共享平台——“倍阅文创在线”,于 9 月上线,充分聚合设计、生产、市场三端资源,以“研供销”一体化的新场景,打造了上下游产业链融合文创服务生态。

湖南新华书店有限责任公司 创“新”引领 破圈发展 打造发展新动能

今年是湖南新华改革转型的攻坚之年,通过聚力攻坚、破难而进,努力形成新机制、新模式、新赛道、新市场、新平台,不断推动高质量发展再上新台阶。

拥抱数智化浪潮,不断推动教育服务数字化转型。今年 6 月,湖南省教育厅与湖南出版集团签署战略合作协议,携手推进湖南教育事业和出版产业深度融合发展。8 月 6 日,湖南省中小学校“智慧操场”试点建设项目在长沙市开福区青竹湖湘一外国语学校正式启动。不到两个月的时间,湖南全省 14 个市州已经有 68 所学校完成勘测工作、30 所学校启动建设、16 所学校完成建设。该项目由湖南省新华书店负责承建并运营。

9 月 2 日,湖南新华创新建设的“智慧新体育”平台 1.0 版正式上线。该平台实现了从数据采集、展示到管理的全覆盖。目前,“智慧新体育”湖南省中小學生体育与健康教育服务平台已成功接入湖南青竹湖湘一、师大滨江等试点学校,实时展示学生每天的运动数据。湖南新华还重点推出“四维阅读”校园阅读整体解决方案,打造了一套从小学到高中的优质精读丛书,并构建了一个全员参与、全程指导、线上线下相融合的校园阅读生态。

深度挖掘读者需求,创新推动全民阅读新风尚。10 月 9 日~13 日,第

三届岳麓书会开幕。重点活动“书山有麓·阅读市集”汇集全国 70 多家头部出版社的 1.5 万余种、逾 10 万册书籍,并首次设立咖啡市集,累计接待读者近 12 万人次。“盛开心灵之花——阅读一小时”等活动,以“文化+公益”的形式助力“书香湖南”文化品牌建设。

积极跨界破圈,探索双效兼备的文化服务模式。不断丰富经营内涵,转变经营理念,打造创新发展新动能。如今年 1 月,与湖南工商大学就共建“产业研究校企合作基地”进行座谈并签约,双方将依托各自资源优势,深化领域、扩展空间,开展广泛深层次合作。今年 2 月,携手茶颜悦色共建新华书店·茶颜悦色“翻书阅岭”联名店,打造书香充盈、场景多元的文化体验场所。今年 5 月,邀请中国篮球协会主席姚明作为特邀嘉宾,共同推出了“篮球正青春”主题活动,助力青少年身体与心灵的健康成长等。

山东新华书店集团有限公司 内融外拓优化管理 文化特色引领新发展

2024 年是山东新华书店建店 80 周年,山东新华以融合创新发展为主线,坚持内融外拓、优化管理,全面提升新华书店品牌影响力,推动实体书店转型升级、融合发展。

全力发挥推动全民阅读主力军作用。2024 年全国图书交易博览会第 4 次在山东举行,展现了山东新华作为完善公共文化服务的主阵地、创新文化消费的主渠道、深化全民阅读服务的主力军的新形象。全力打造“新华阅领计划”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。组织开展“沂蒙夏季书市”“滕州书展”等区域品牌文化活动,积极推动全民阅读进农村、进社区、进家庭、进学校、进机关、进企业、进军营。在常态化举办文化阅读活动的基础上,承接各类文化活动、提供定制化服务等,不断深化新华书店在推进全民阅读工作中的重要作用。

文旅研学精品课程体系进一步完善。立足山东省内特色文化资源,研发推出七大课程体系、八大主题课程、200 余套体系课程,内部研学课程大赛开展如火如荼,“一市一品、一县一品”研学课程资源库不断充实。文旅特色研学营地集群初具规模。涵盖中华优秀传统文化、红色革命文化、人工智能科技的曲阜、沂南、青州“一大两小”营地一体化运行。同时,将门店的新场景、新业态及相关文化活动与研学业务进行融合,挖掘不同群体需求,探索“门店+研学”新模式,不仅提升了实体门店客流和人气,还充分体现了新华书店在文旅研学方面的文化特色。

着力创新文化消费、文化服务新模式。积极探索可复制、可推广的商业模式,精心打造“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”等新服务场景,满足不同年龄段读者的多元化需求,让“文化+服务”辐射更多群体。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文化服务,实现精准触达、精准营销、精准服务。

江西新华发行集团有限公司 “五个新华”建设见实效

2024 年,江西新华深入实施“责任、担当、创新、活力、平安”“五个新华”建设,积极实施改革,着力推进转型升级。

一是厚植社会效益。发挥文化宣传主阵地主渠道作用,大力推进全民阅读,积极参与公共文化服务,通过实体门店、新媒体平台等线上线下全渠道及优质行业资源,组织开展近 5000 场文化惠民活动。推进阵地建设,南昌书城在第三届全民阅读大会斩获“全国最美书店”称号。

二是持续深耕主业。高质量完成了春秋两季中小学免费教材的发行工作,圆满完成了“课前到书、人手一册”任务。完善“大中盘”“大连锁”经营机制,以“新华大讲堂”等文化活动为抓手,以“智慧党建书屋”“新华第二课堂”“六维悦读”等项目为带动,依托贯通线上线下的多维渠道,推动市场图书业务,向阅读服务提供商转型。推动市场图书业务向阅读服务提供商转型。全年市场图书销售总体保持稳定,其中政治读物发行近 110 万册。

三是促进数智转型。打造“江西新华在线”平台、AI 应用“文书守正”、智慧物流等项目。其中,投资 2000 多万元打造的“江西新华在线”平台,融合全民阅读推广、政治读物发行、教育服务赋能、数字文化惠民、新兴业态孵化等五大场景,累计交易额达 4 亿元,付费会员 105 万人。

北京发行集团有限责任公司 提质增效数字赋能 强化文化服务能力

2024 年,北京发行集团以走上良性发展轨道为总体目标,在聚焦大力弘扬主旋律中巩固主渠道主阵地作用,促进政企文化服务、教育服务、馆配业务等经营工作提质增效,强化数字化赋能,完善法人治理结构和内控体系建设,有效提升品牌影响力、行业影响力。

发挥文化服务优势,强化创新发展举措。圆满完成全国两会驻会服务保障、中小学两季课本发行和“中华魂”主题教育读书活动读本发行等重点任务。承办朝阳公园和地坛公园春秋两季北京书市及“地坛书市进保定”活动,共接待读者 115 万人次。推出北京发行集团成立 20 周年惠民月、点亮王府井大街“书香市集”,策划“旧书新知”系列文化活动。举办 2024“书馨节”,开展各类阅读文化活动 100 余场,通过打造跨界特色沉浸式场景,吸引 45.4 万读者到书店逛市集,为广大爱书人奉上书香盛宴。充分调动广大员工全员营销意识,推动全面、全员、全品种营销,围绕服务群众文化生活,大胆开拓市场,积极寻找新的经济增长点,尝试新的销售模式。

以点带面,推陈出新,有效推进实体书店转型升级的探索与实践。重装开业的中关村图书大厦全面升级图书选品、服务场景和读者体验,并同期上线云店。以中关村图书大厦等重点项目升级改造为契机,不断深化改革创新步伐,完善会员运营服务体系并贯通线上线下服务端,通过营造体验式阅读生活场景和丰富多元的业态融合,为读者提供新文化生活和消费体验。

强化实体书店四大功能,构建文化服务重要平台。一是主题图书的展示宣传平台。实行主题图书全品种供应,征订服务在 16+1 区全覆盖的基础上,以京津冀区域为主,逐步拓展到全国范围。整合重点主题图书出版社的资源,加大对主题图书的深度解读和宣讲。二是引领阅读的服务平台。全力做好“全国新书首发平台”项目,与合作媒体特别是新媒体开展联合推广,联手实体书店集群,构建阅读推广传播的融媒体宣传矩阵,努力将实体书店打造成全国新书首发第一站和优秀图书面向大众传播的重要平台。三是品质阅读的体验中心。利用数字化、互联网技术手段,通过图书、音频、视频、实物等多媒介融合展示方式,营造场景化、体验式和

沉浸式阅读氛围。四是会员运营的服务中心。通过数字化手段,打通线上线下渠道,构建一体化的会员运营服务体系,实现由商品运营向用户运营的转变,实体店作为线下渠道的主要支撑平台,更多地承担线下推荐、体验、互动等职能。

上海新华传媒连锁有限公司 专业化、体系化、品牌化 构建发展新生态

优化教育服务与文化服务水平,提升公共文化参与能力。为确保实现“课前到书、人手一册”,上海新华连锁今年建立了教材发行工作专班,加强对发行过程的管理,第一时间制定详细工作方案,各相关部门密切配合。同时新华连锁教材中心与上海市教委、市新闻出版局和各教材出版社保持密切沟通,了解各教材发稿和印发进度,并将教材进栈动态及时反馈给各上级部门和出版社,以促进协调各印刷单位加快教材印发进栈,全力保障 2024 年秋季教材准时送达全市师生手中。

深化门店品牌建设,打造一系列有影响力的文化活动。2 月,江南书局·清溪之源开业,不管是设计元素还是运营布局,处处体现着江南书局与青浦的紧密融合。门店以江南书局品牌为内核,唤起生活的丰富性和文化的想象力,将文化艺术生活化,打造舒适的、全新社交属性的复合型美学空间。4 月,“新华悦读·知新书院”亮相,面积约 500 平方米,秉承责任、价值、专业、便捷的原则,书院建立了丰富多元的藏书体系,为全市中小学图书馆提供高质量的图书采购、配送服务。同时,充分发挥场地优势和作者资源,以书为媒,为学校图书馆教研员及相关教师提供业务交流、学术讨论、新品体验、实践创新等活动。10 月,新华书店朱泾店重装回归,蜕变成一座集图书、文具、美妆花卉、文创产品及轻餐饮于一体的多元化社区书店,积极引领新时代阅读与文化生活的新风尚。

以“新华悦读”为核心,持续性举办丰富的、有灵魂、有温度的文化活动。开展 2024 年长宁咖啡文化节·新华悦读生活节暨第十九届“法华牡丹节”、“新华悦读生活节·春日季”、“阅读中法 60 年”主题图书联展等活动,持续丰富市民的精神文化生活。

内蒙古新华发行集团股份有限公司 固本强基 培优促转 推动数字化升级

2024 年,内蒙古新华发行集团突出把握“稳进结合、立破结合、以稳推进、以实增进、以进促稳”的工作总基调,全力推动各项重点工作突破进位、提档升级。

固根本、保稳定,教育服务能力不断增强。提前谋划、主动作为,优质高效完成“课前到书”任务。推动仓储网络、运输网络“双网”物流服务协同,加速推进包头、乌兰察布、通辽、赤峰等地仓储物流建设。积极应对教育政策调整,投入使用新教材预订系统,持续强化业务整合与重点产品推广。走进通辽、赤峰、呼和浩特和阿拉善等地院校举办精品教材巡展。截至今年 11 月,内蒙古新华在全区开展研学活动 225 场,参与人数 2.2 万多人。

抓创新、优服务,扩大品牌影响力。主动引入“红色剧本游”“书店研学”等多元项目,“阿拉善天驼”“中粮优选”等特色产品,开展“书店故事”“蒙新好物推荐”“翻阅北疆”等线上线下营销活动。通过主题出版物发行与馆配业务系统推进,内蒙古新华在书店营销与店长培养上双管齐下,塑造了实体店书专业化、特色化发展的新优势。

促转型、筑平台,数字化升级迈出坚实步伐。积极推进数字化转型升级,形成“一个大脑、五个平台、N 个单元”智慧新华体系。建成集业务系统、管理系统于一体的信息化管理平台。有效推进一般图书 ERP、线上教辅征订、新教材征订、大中专(中职)教材征订系统与智慧物流系统建设,优化完善“内蒙新华马上购”“阅日知新 图书共享”、内蒙古数字草原书屋与馆配业务系统,持续向数字化企业转型。

建机制、重培养,打造高素质专业化人才队伍。大力实施人才培养计划,坚持“请进来”和“走出去”原则,建立源头培养、跟踪培养、全程信息培养的素质培养体系,分级分类进行精准培训。针对中层管理人员,依托知名高校开展管理能力提升专项培训,组织深入同行业先进企业交流学习。截至 11 月,内蒙古新华分层级开展了 19 场培训,为培育企业新质生产力提供了源源不断的智力支持。

此外,集团还参与承办了 2024 年全国少儿图书交易会,实现图书销售 403 万元、客流量 24.5 万人次,成为“人气最旺、读者最爱、销量最好、媒体关注度最高”的一届全国少儿图书交易会。

宁波新华书店集团有限公司 谋新求变 重点发力 探索发展新模式

2024 年,宁波新华继续围绕打造宁波重要的“文化产品供应商、文化服务提供商和文化业态集聚平台”的总目标,在多个方面持续创新。

线上线下共同发力,构建发展新模式。一是在线下,围绕高品质新型消费场景,致力于打造一批“小而美、小而精”的新型公共阅读文化空间。如新增横街天一书店,为四明山区首家新华书店乡镇直营店。鄞州公司携手东钱湖文旅集团共同开设旅人书店。北仑公司新增白峰城市书房、“知舒房”等新型阅读文化空间。余姚公司与余姚市工人文化宫以合作经营的方式开设五一书屋门店等。二是在线上,围绕新华伴读和企业微信社群,加快线上生态体系建设。其中,“新华伴读”平台第三、四期建设基本完成;已建立 400 余个企业微信社群,初步形成了完整的会员营销体系。

加大多元探索力度,持续提升文化服务纵深。一是以飞卫眼镜、朴市咖啡为抓手,注册全新文创品牌“三支半烟霞”,不断培育做大自营品牌。二是举办第二届宁波伴读日活动,打造文化阵地,深入推进全民阅读。邀请常新港、慈琪、梅思繁、赵菱、秦文君等知名作家,开展近 30 场“名家进校园”活动。深入开展“我陪孩子读经典”全民阅读活动,持续贯穿全年。鄞州公司顺利续签“鄞州区新时代文明实践中心”和鄞州区图书馆“董书房”运维项目,承办第二届“宁波伴读日”、第五届“书香鄞州悦读大会·我陪孩子读经典”专场等活动。

重点项目持续推进,持续探索“馆店融合”模式。一是总投资 1.5 亿元的“Y+”综合体项目成功申领施工许可证并正式破土动工,施工建设有序推进中。二是第九届浙江书展首次以“三展合一”的全新形式亮相,入场人次再创新高。三是鄞州区图书馆入驻宁波书城 2、3 楼,并开办 4000 平方米的鄞州区少儿图书馆;奉化区少儿图书馆、象山县少儿图书馆明确入驻奉化新华书店和象山书城;前湾新区图书馆“馆店合一”项目顺利落地。