

庆祝浙江省新华书店成立七十五周年

奋进新华 齐物未来

从“党指向哪里,就奔向哪里”到“解放到哪里,书就送到哪里”,再到如今“群众在哪里,新华书店就开到哪里”,流转的是岁月,不变的是新华书店始终“为人民服务”的初心。

1949年,伴随着杭州解放的步伐,浙江新华书店第一个门市部落地西子湖畔开门营业,就此在之江大地上生根发芽;1999年,浙江省新华书店集团(以下简称浙江新华)成立,探索创新、先行先试,成为文化体制改革的急先锋,积极构建现代化连锁经营体系。发展至今,浙江新华已有所属子公司77家,线上线下发行网点1000余个,成为图书网点遍布全省、多业态融合发展的国有文化企业中坚力量。

为庆祝新中国成立75周年,浙江新华策划主办的“庆祝浙江省新华书店成立75周年文化影像展”在杭州博库书城(文二路店)开展。展览共分为“名社好书展”“历史影像展”和“老书会说话特展”三部分,以影像和书展的形式,将“卖书人”与“求知者”连接起来,带领读者一同穿越1949—2024的七十五载时空,回顾那段书香满溢的燃情岁月,感受浙江新华与时代同频共振的奋斗历程。



“名社好书展”集中展示新中国成立75周年来出版的1000余种不同主题和不同年代的畅销书,吸引读者翻阅。

倪燕茹 摄



“庆祝浙江省新华书店成立75周年文化影像展”吸引读者关注。

倪燕茹 摄



“文化影像展”还原“新华书店流动供应队”场景。

胡俊杰 摄



“庆祝浙江省新华书店成立75周年文化影像展”在杭州博库书城(文二路店)举办。

倪燕茹 摄

回望来时路 薪火相传 赓续使命荣光

1937年,新华书店在延安清凉山创立,毛泽东同志亲笔题写了“新华书店”店招,这是光荣,也意味着责任。从此,新华书店作为红色出版发行机构,便成为党和国家重要的宣传文化阵地,担负着传播先进思想文化,满足人民美好生活需求的使命。在本次“历史影像展”中,浙江新华以“溯源”“赓续”“聚合”“致远”四大板块内容,用280余张珍贵的照片及影像资料,讲述了一代又一代新华人历经烽火护佑弦歌不辍,栉风沐雨走出筚路蓝缕的创业故事,回溯了浙江新华书店这段关于建立图书发行体系,坚守文化传播使命的征途岁月。

新中国成立之初百废待兴,人民对于精神文化生活更是竞相追逐。在展览中可以看到这样一段历史描述,1949年,浙江新华书店第一个门市部开业时,陈列销售的主要品种是《中国革命和中国共产党》《论工商政策》《小二黑结婚》等解放区革命书籍和刊物。当时的《浙江日报》报道说:“很久没有见过这么伟大动人的场面,有这么多热衷求知的男女们拥塞在新开张的新华书店里进行大规模抢购书籍的活动”。从此,浙江新华书店成为向浙江人民宣传党的政策,传播马列主义、毛泽东思想和科学知识的重要场所。

教育是立国之本,保障教材顺利发行也是新华书店必须完成的政治任务,展览中也讲述了这段关于浙江教材发行体系建立的历史往事。1949年7月,刚刚开业的浙江新华书店遇到的最大难题便是中小学教材发行,它关系到解放后第一个新学年

的教育秩序、社会人心和政府威望。面对当时浙江省发行渠道空白,学校需求不清,杭州印刷能力有限的极端情况,浙江新华书店迎难而上、边干边学,联合多方力量用3个月突击完成了这一政治任务,了解了教材发行特点,取得了教材发行经验。

新华书店带着红色基因诞生,自然要走到人民中去。展览现场复原了这样一幕场景:老旧的“新华书店”招牌下,立着一辆“二八大杠”,自行车后座上放着一个大竹筐,竹筐里装着用牛皮纸仔细捆扎好的一摞摞图书,这就是当年浙江新华书店成立流动供应队“送书下乡”的场景。新中国成立初期,为了满足偏远地区居民的购书需求,老一辈图书发行员便是这样骑着自行车、拖着板车、挑着扁担走进了乡镇,走上了田间地头,将书籍送到人民手中,让知识在之江大地上流动。

在七十五载峥嵘岁月里,浙江新华始终以守护文化根脉为己任,筑牢阵地意识,扎根之江大地,坚持做好图书发行主责主业,守阵地、稳根基,用线下连锁经营体系建立了庞大、高效的图书发行网络。

持续建设党政读物发行服务体系,认真组织做好党和国家重要文件文献、重点主题出版物的宣传、展示、发行、推广工作,实现新书发行和阅读推广双同步、双服务,并持续保持全国前列水平。在《习近平在浙江》《干在实处 勇立潮头——习近平浙江足迹》《习近平谈治国理政》等重点党政读物发行工作中取得优异成绩,全省总发行量屡创新高。

不断完善教材发行体系,始终以高度的政治责任感和使命感,坚持全产业链协同、全环节联动、全员齐上阵,举全集团之力保障每一学年的浙江全省中小学学习用书需求,确保圆满完成全省中小学教材“课前到书、人手一册”的发行任务。

全力构建农村图书发行网络,充分发扬送书下乡的“扁担精神”“背篓精神”“板车精神”,通过建立书刊代销关系完成了农村图书发行双轨制,进一步扩大了农村图书发行能力。创新“新华书店+小连锁店”合作方式,参与“新华书店+农家书屋”微改革,建设“农家书屋数字化平台”项目,推出“信阅”服务,让优秀文化资源直达基层,为全民阅读铺设坚实桥梁。

截至目前,浙江新华已拥有线上线下发行网点1000余个,省内自营网点面积超过28万平方米,打造出一大批兼具城市人文特色和生活美学空间的文化新地标,创下了“在人口数不到全国5%的浙江,实现了一般图书销售占全国10%份额”的历史纪录,用行动为浙江文化事业繁荣发展添砖加瓦。



活动现场推出文创周边。

倪燕茹 摄

砥砺前行 创新发展 勇立时代潮头

“每个人心中都有一家新华书店。”书页轻启,翻开的是读者心中镌刻在时光里的记忆,也是新华书店对“为读者找好书,为好书找读者”宗旨的深刻践行。对于本次文化主题展,浙江省新华书店集团党委书记、董事长蒋传洋这样介绍道:“这是给普通读者看的展,也是给每一个书店人看的展”。

对于读者而言,展览专设“名社好书展”和“老书会说话特展”,以书为媒,带领读者回顾那段有书相伴的美好时光。“名社好书展”通过整合优质图书资源,创新阅读推广方式,集中展示新中国成立75周年来出版的1000余种不同主题和不同年代的经典好书,以纵向和横向两个维度带读者回顾新中国成立以来图书出版业

的成长历程,感受新中国文化发展脉络。“老书会说话特展”则联合浙江图书馆一同举办,展出了一批读者耳熟能详的老书经典,包括《新华字典》《飘》《我与地坛》等,讲述时代烙印下的老书故事,勾起读者记忆中的温暖书事。

对于书店人来说,则是以史为鉴,忆初心、知使命,积蓄在新时代下披荆斩棘、奋勇争先的强大动力。“历史影像展”中讲述了浙江新华始终直面市场的创新发展故事,无论是对“社店联合营销”制的率先探索,还是浙版年画、挂历画的声名鹊起,目的只有一个,打开市场、丰富市场、服务人民、引领时代。在经济发展的各个时期,始终敢为人先、始终勇立潮头、始终干在实处成为浙江新华改革创新意识的坚硬内核和文化基因。

七十五载继往开来,面对近年来书业渠道变革和多种因素的影响,浙江新华积极顺应政府引导、经济趋势和行业态势,聚焦高水平高质量发展,进一步深化“新集团化”战略,把双循环产业建设作为关键,持续深化改革,事业产业获得稳定健康发展。

以输出门店文化价值为主线,深入推进实体书店转型,进一步挖掘实体书店新场域价值、新产品价值和新服务价值。为线下门店建设培根铸魂。实施新型文化空间重塑工程,积极参与“乡村书房”建设,探索“书店+”跨界新模式,开拓“共富示范”新空间。经过努力,集团省内自营网点从2019年的213家发展到2023年年底的231家,营业面积从26.9万平方米增长至28.1万平方米。

以线上连锁矩阵为引领,聚焦业务中台建设,强化立体渠道构建,推进线上线下融合发展。截至2023年年底,浙江新华线上线下一般图书销售规模达到“五五开”,实现从传统渠道向立体渠道转换的高位换挡和渠道转换之下的高质量发展跃迁。

以“新集团化”战略为核心,从集约化、规模化、专业化经营的要求出发,建设“五纵三横一主线”新产业体

系:“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;“五纵”指的是浙江新华成立的五个事业部及其对应的垂直渠道;“一主线”指的是以内容运营为主线。通过建立以内容运营为主导的“五纵三横一主线”的强关联产业体系,更好发挥集团总部与基层公司的功能定位及资源禀赋,建立更具规模优势、更具市场竞争力的强关联产业体系,汇聚人才、技术、资金、供应链等优势资源,推动集团实现体系化、专业化、高质量发展。

“此次办展是一次生动的店史教育,初衷是让每位新华人能了解新华的历史变革和传承,有认同感、归属感、使命感,才能讲好新华故事,讲好书业故事,坚定为老百姓服务的使命宗旨。”蒋传洋这样说道。

七十五载砥砺前行,七十五载春华秋实。回顾过去,新华书店之所以能够深受民众喜爱、与老百姓血肉相连,是因为新华书店当时作为一股新生力量,与时代同进退;面向未来,浙江新华将传承光荣传统、赓续红色血脉、扛起使命担当,坚守“以人民为中心”的初心,让老字号焕发新活力,在新时代新征程中贡献更多新华力量。

钱江潮涌,奔腾不息;新华故事,生生不息。