# 企宣部2024年上半年工作总结暨下半年工作打算

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-08-01

*2024年转眼间已经过半，在刚刚过去的6个月里，企宣部在本部员工的共同努力下，各项工作较之去年都略有的提升。下面，我结合各项工作的开展情况作一简要汇报：一、网购工作网购上半年的销售仍然延续了2024年的颓势，据统计，1—6月份总的订单为11...*

2024年转眼间已经过半，在刚刚过去的6个月里，企宣部在本部员工的共同努力下，各项工作较之去年都略有的提升。下面，我结合各项工作的开展情况作一简要汇报：

一、网购工作

网购上半年的销售仍然延续了2024年的颓势，据统计，1—6月份总的订单为11759个，与2024同期12414相比下降5.2%；1—6月销售为81.24万元，与2024同期125万相比下降35%。我个人认为这并非是我们网购部人为所造成，而是集团网站发展的必然结果。 6月21日省店博库书城网已经开始独立运行，所有的二级门户将合并到浙江新华书店网，这直接造成了我们二级门户网站访问率的锐减。面对网购销售的直降，我们并没有坐以待毙，继去年12月底开设了拍拍商城，在省集团公司计算机中心的帮助下，上海博库书城淘宝商城在5月4日正式上线运营，上海博库淘宝商城目前是以宜山路店的库存大于等于2的商品基数，商城目前拥有近10万种商品。据统计5—6月份我们总的订单是5138个，与去年同期3929个相比增长30.7%，其中淘宝商城贡献的订单接近1900个。淘宝商城与上海博库书城网相比的优势：

（1）我们将快递的范围从上海本地拓展到了江浙沪，在两个月的运行中，上海本地读者占到33%、浙江读者占到20%、江苏读者占到18%，基本上是总量的70%左右。

（2）满足率得到了进一步提高。淘宝商城是以上海博库书城宜山路店的库存的基数，这与博库书城网以实体店和总部大仓库存为基数相比，满足率得到了大大地提升，目前淘宝的满足率在90%以上。

（3）品种的推荐上更加符合上海地域的要求。针对上海的地域特色，我们将上海本地教辅作为淘宝商城的重点品种进行推荐，特别在最近阶段，这类书的销量明显。

上海博库书城网购今年已经是第五个年头了，随着省店博库书城网正式独立运行，我们这五年发展的成果也被赤裸裸地剥夺了。“凤凰涅槃、浴火重生”，既然重头再来，总结五年来的得与失，是我们下一步开展网购工作的基础。为此，我的设想有三：

1、进一步借助其他b2c的平台开设网点。在拍拍、淘宝商城顺利开出后，我们已经具备了开设b2c网站的经验和技术。网店就像渔民撒网捕鱼一样，网越大，收获的鱼就会越多。就像新华文轩和九九读书人一样，基本上已经在所有的b2c网站布点。在各大网站布点就算不能提升销售，也能为书城搭建宣传的平台。下一步，我建议能够与百度旗下的乐酷天购物网站、上海的1号店进行合作。浙江新华全国有300多家门市，上海博库在上海也有2家门市。同样，我们也可以在网上让博库遍地开花。下半年，我希望何总能同意并支持我们在1号店和百度乐酷天开设商城。

2、真正开设一个属于我们自己的网站。一站多门户忽悠了我们整整五年。对于上海博库自己的门户网站，必须要有自己的一级域名。为此，我们已经申请并抢注了，在期初阶段仍由省店代为维护，等时机成熟后我们将由自己来维护更新，把上海的特色真正的体现在我们的网站上。

3、对网购大客户进行整理维护。这五年，上海博库书城网也有一批忠实大客户，每年的采购量都要达到万元以上。对待这批大客户，我们进行了信息整理，待正式上线运营后，将在第一时间通过短信、邮件告知网站的变更。提升网站的知名度和点击率不是说说那么简单，需要我们在这方面舍得投入。如果我们要做搜索引擎、搜索排行，那宣传投入绝对不是一个小数目。目前，网购人员富足，我会安排专人通过微博、博客、贴吧、论坛等途径对上海博库网进行宣传。通过软文的形式，在各大报纸媒体宣传博库网，与出版社联系，对个别品种在网上进行低价抢购。

需要帮助解决的问题：

1、随着目前馆藏不断中标，实体店现采下架的图书也越来越多，这也导致了实际库存的不准。从目前配送的情况来看，作为馆藏采购的主要楼层，三楼不满足的情况尤为突出。我们希望相关部门能对预销售进行及时的处理，以此确保淘宝商城库存数据的准确性。

2、对重点畅销品种，相关部门希望能够经常的关注。不仅要对我们自己的商城进行关注，也要对我们的竞争对手上海新华、九九读书人、上海钟书的畅销品种进行关注。对他们的畅销品种是否适合我们网店，甚至是实体店销售做出添订的决策。淘宝商城经过2个月的运行，我们已经可以看出文教所占的比率越来越高，特别是重点热点品种，由于我们的畅销文教都列在非图，这需要我们人工上传。由于今年是淘宝刚刚上线，部分品种，特别是暑期作业出现了脱销情况，明年我们希望业务在文教的添订上要考虑淘宝的因素。

3、客服、快递服务仍需要进一步改进。三个月是我对淘宝第一阶段试运行的考察，通过试运行我将针对其中出现的各种问题进行有针对性地制定措施。目前，客服工作有好有差，客服对相关问题的处理需要有一个标准的流程。快递公司目前上海本地、江浙一线城市的配送较好，二级、三级地区的配送较差，这也是需要我们进行改进的。

二、营销宣传工作

2024年，对我们企宣部来讲，开拓网络市场，将博库网合并后所带来的损失降到最低是我们的首要工作任务。为此，我个人的侧重点也将偏向于网购，宣传工作也因此受到了一定的影响。下面，我对2024上半年的宣传工作进行一个简单的汇报：

（1）与上海译文出版社共同开展了“梦想造就财富，财富造就幸福”《财富与梦想：中国股市1990-2024》投资理财讲座暨签售。参加活动的嘉宾有第一财经著名主持人李晨光；第一财经制片人，资深财经作家，价值投资实践者程兆民； 2024年“股市天天向上”节目前三强选手宋俊和祝超。本次活动在我们企宣部精心组织、宣传下，吸引了近300多名股民，签售图书近108册，我们还利用微博进行了现场的直播。

（2）4.23世界读书日促销活动成绩喜人。今年的世界读书日恰逢双休日，为了抓住这个难得的销售契机，经总经理同意后，我们在世界读书日开展了全场图书8.5折的促销。为了使活动起到良好的宣传效果，我们分别在解放日报、新民晚报、青年报、徐汇报、东方网等媒体相继进行了软文报道，这也使得我们当天销售达到了15.1万，成为博库书城开业以来世界读书日所取得的最好业绩。

（3）店庆六周年，业绩有增长。在店庆开展优惠促销是博库书城多年来坚持开展的一项惠民活动。今年的店庆六周年，我们在总结以往的经验上，在五一小长假推出了了全场8折的优惠活动。在企宣前期的宣传推动下，活动也取得了良好的效果，三天总计销售36.3万，与去年26.1万相比增长40%。

（4）张靓颖签唱成功圆满。张靓颖是今年上半年我们开展的各项活动中名气最大、效果最好的一场活动。本次签售与以往不同，张靓颖除了现场为读者签售专辑外，还将特地献唱2首专辑歌曲。虽然本次活动天公不作美，大雨漂泊，但仍然有近500多名粉丝参加了本次活动，签售了专辑近500张。活动还吸引了新民晚报、新闻晨报、smg艺术人文频道、东方卫视新娱乐在线等17家媒体的报道。

（5）建党90周年读物的推销和宣传。今年是我们党建党90周年，各大出版社对党建图书出版犹如雨后春笋。为了抓住这个契机，使党建图书在销量上有所突破。我们也针对性地进行了宣传和营销。首先，我们对徐汇区各街道镇、企事业党组织发放了党建读物征订单；其次我们借助媒体，从春节后我们每周都会在徐汇报固定版面刊登党建读物，对重点热点党建读物比如《中国震撼》、《中国共产党历史第二卷》、《遵义遵义》等品种通过撰写新闻报道的形式进行软文营销。淘宝商城上线后，我们又在淘宝商城首页设计了党建专栏，重点展示党建图书，虽然淘宝商城上线比较晚，但是党建图书在淘宝上的销量却是显而易见。

三、党团工作

今年是建党90周年，全国各地都以各种形式庆祝建党90周年，为明年十八大的召开做准备。为此，上半年企业党团工作也是成立以来最多，也是最忙碌的。下面，对党团工作的开展和取得的成绩向大家作一介绍：

（1）徐汇区文明单位的评审工作。去年下半年，田林街道推荐博库书城为2024—2024年度徐汇区文明单位的，春节后，徐汇区精神文明办、徐汇区国资委、徐汇区商务委派考察组对博库书城进行了文明单位的评审。由于博库书城以往各项活动所产生的社会效应，我们也在本次的评审中顺利过关，获得了自成立以来的最高荣誉称号。

（2）全国文明店堂的评审。上半年，由中国新闻出版总署牵头，中国书刊发行协会发起的“全国文明店堂”评选工作在全国各地开展。为了能够获得此项殊荣，企宣部根据申报要求进行文件整理，整理博库书城开业以来在经营发展、精神文明工作中的成绩，共计整理了3.2万字的申报的文件，本次评选上海共有3家单位获得此项荣誉，除了博库书城宜山路外，另外两家分别是上海书城福州路店、上海书城五角场店。

（3）建党90周年评先创优活动。根据上海市市委的要求，要求各级政府和企事业单位要通过开展评先创优活动迎接建党90周年。根据田林街道和企业党支部的要求，我们分别开展了“田林街道优秀党务工作者”、“田林街道优秀共产党员”、“博库书城优秀共产党员”、“博库书城新长征突击手”的评选工作。我们坚持“公开、公平、公正”的原则，真正评选了一批工作表现好、群众信得过的党团员。本次评选中博库书城党支部被评为田林社区学习型党组织；党支部书记何建华被评为田林社区优秀党务工作者；团委书记朱兵被评为了徐汇区优秀团务工作者、田林社区“两新企业”优秀共产党员、田林社区优秀青年志愿者；任亚华等三位党员被评为博库优秀党员；柳朦等15位党团员被评为“博库新长征突击手”。

（4）七一党建和魅力团组织文艺汇演。为了使广大党团员真正能够参与到建党90周年各项活动之中，我们根据街道党工委的要求，组织了近14位党团员，排练诗歌朗诵《中国青年志愿者》参加七一文艺汇演。在团委组织下，14位党团员放弃休息时间，主动参加排练，活动也得到了街道党工委领导的好评。在本次七一文艺汇演的10个节目中，8个是专业团队，唯独博库书城和市六医院是业余团队参加。7月6日，在徐汇区首届魅力团组织的决赛中，博库党团员不畏强敌，团结奋进，在第一轮大众评选0票的情况下，在才艺表演和党史团史竞赛中均以第一名的成绩获得了本次魅力团组织的“实力团先锋”荣誉。本次文艺汇演和魅力团组织评选我们取得了成绩，但我认为最大收获不仅仅是荣誉。现场党团员为博库喝彩，让我们看到了青年们团结奋进、为企业争光的那种荣誉感，这才是我们开展党团工作的真正目的。

（5）团委的换届选举工作。团委成立至今已经是第六个年头，对于过去取得的成绩也得到了徐汇区团委、田林街道团工委和企业党政的肯定。为了保证团委工作的正常开展，经过田林街道团工委和企业党支部的同意，我们仍然保留第一届的团委班子成员，对部分离团离职人员进行了增补。增补了柳朦、金颖、沈欣雅、蔡健为新一届的团委委员。

四、其他工作

1、按照新闻出版局“创建文明达标先进行业”的要求，开展达标创建工作。今年，新闻出版局将在全市各大书店开展“文明达标先进行业”的创建工作。对各大书城环境卫生、服务态度、创建宣传提出了要求，并且每两个月进行一次集中检查，每个月进行一次暗访。根据总经理室的要求，企宣部负责整个达标创建活动迎检工作，截止的目前，在每次检查中上海博库能够保持在中上水平。

2、书券的销售工作。上半年据统计个人推销书券10.8万元。

3、招商工作开展顺利。继去年成功引进了85度c，上半年企宣部先后又为博库书城引进了“浙江金牛黄金饰品”、“通用模型教学软件”、“新民晚报小记者训练营”、“上海体育用品总店”。纵观这四家公司，除了通用模型引进正逢淡季，要到下半年才能真正看到效果。其余三家都取得了不错的效果，浙江金牛从4月15日开业以来共计销售48万元，其中宜山路店39.7万元，曹家渡店8.3万元。上海体育用品总店7月1日试营业至今已完成销售2.9万元，但从试营业这几天的销量看仅次于文化用品。新民晚报小记者训练营作为文新集团下的品牌，不仅为了博库带来了人气，所有的学员都是品学兼优，也是博库书城的主要购买对象。每周新民晚报都会通过整版刊登招生启示都有博库书城的地址，也为博库书城做了相应的宣传。关于通用模型，它是通过媒体营销，在新闻晚报、新闻晨报等发行量的报纸上都会刊登相关的购买信息，到了下半年开学这类软件也将进入销售高峰。去年上海新华传媒仅通用模型的销量就接近了1200万。我打算下半年要再次启动与麦当劳、必胜客、肯德基商务洽谈，这三家是国际品牌，他们的价值绝对不是能用租金来衡量，他们比85度更能吸引人群。

随着博库网的独立运作，网购的大幅度下降已经是不争的事实，这是有预见性的，四年前我说这个话的时候，很多人认为我是危言耸听，现在终于成为了现实，我对今天的后果不会承担任何责任。我从来不当事后诸葛，敢讲敢做敢为是我的性格，为了工作我不怕得罪任何人。有时候自己想想也很怨，有些事并非是我的本职工作，做与不做，做的好与坏又与我何干。而为什么我要去做，两个原因：一我热爱博库，相伴六年我希望博库书城能够越做越强；二我是一个党员，十二年的党龄让我不得不为这个企业、为我们的党支部书记、总经理分担工作，出谋划策。有人说网购大不如前，人员不减反增，我认为他们是没有远见，我们博库书城地理位置已经决定了我们不可能在零售上再有大突破，除了发展馆藏、网购和招商异业没有其他途径可走。增加人员足以证明了何总对网购发展的决心，我也会勇挑复兴博库书城网的重担，一定不会辜负何总对我的支持。这半年，对我来讲很累，每天上班除了要处理各种日常事务外，还要开启旺旺客服做淘宝生意，晚上9点以后，我同样会在家里开客服端口做一些我们工作时间以外的生意，那是为了什么？我们需要的是动力，而非阻力，工作还没开展，首先束缚自己，这样是做不好工作。我们要结果也要过程，但期初阶段真的能两者兼顾吗？我们需要是的各方面的支持，并非是来自各方面的胡乱指挥，我相信只要何总放权让我全权处理，做不好我必定会承担一切责任，一切后果。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找