

“探路”数字出版,再展故宫“神秘面纱” 安徽出版集团“给力”新媒体

转企改制、股改上市、资本运作、“走出去”、多元化……5年来,安徽出版集团的每一步都承载着安徽文化体制改革的使命,而在老出版人眼中,安徽出版集团成长为安徽乃至中国出版业的旗帜,似乎可以用“新瓶装新酒”来形容。

从经营方式上的“转变”,到出版领域的“拓宽”,再到业态的“与时俱进”,安徽出版集团在出版的舞台上唱出了不一样的音符。

记者 沈娟娟



“转企”带来了“头脑风暴”

哪里有改革,哪里就有新局面,哪里就有大发展、大跨越。5年前的11月28日,安徽出版集团有限责任公司挂牌,标志着全国第一家组建集团同时完成整体转企改制的出版集团正式挺进市场。也就是从那一天起,安徽出版集团的系列改革拉开了帷幕。

原来的黄山书社,目光只锁定在一个领

域:古籍,但是2005年的转企却让他们有勇气有理由寻求更广阔的天空。黄山书社社长任耕耘告诉记者,“转企”信号发出后,事业体制下人员编制以及一系列制度都被打破了。

黄山书社只是安徽出版集团的一个缩影,也正是这种敢于创新的勇气和魄力,使

得安徽出版集团一次又一次书写了奇迹。

为推动企业快速做大做强,安徽出版集团充分利用了重组、兼并、收购等方式,拓展了外经贸、医药、报刊、酒店、旅游、文化置业等多条产业链,突破了单一的出版边界,实现了资本与资源、资本与市场、资本与创新、资本与产业的嫁接。

“抢滩”新媒体领域

纸质出版遭遇新媒体的巨大冲击,这几乎是所有出版人都感觉到的变化。安徽出版集团也敏锐地捕捉到了这个趋势,在发展纸质出版的同时开始摸索着数字出版的道路。

ipad面世了,让很多人想不到的是,安徽的产品也搭上了“苹果”的快车。

这一款由安徽出版集团自主研发的学习型漫画《魔术笔记》以漫画内容为基础,实现了集合图书、影视、网游、移动及电子阅读

以及相关衍生产品在内的全媒体产品形式,借助iPad全球发行,实现了纸质出版和新媒体有效嫁接。在《魔术笔记》带动下,动漫图书《黑脸大包公》、《啊拉聊斯幽默漫画》也成功借助iPad实现了其电子书全球发行。

数据显示,五年来,安徽出版集团共出版图书228万种,年均递增30%,其中新版图书9172种,再版重印图书13574种,再版率达60%。

此外,集团还创办了全国出版行业第一份“手机动漫杂志”,开发了全省第一份教育类手机彩信报《校讯通·家教助手》,在iPad中“植入”了《魔术笔记》、《黑脸大包公》等图书,开办了“三大课堂”(在线课堂、空中课堂、移动课堂)……安徽出版集团积极进军新媒体、新业态、新技术,以图文、音频、视频等形式,对传统出版内容资源进行了全方位、深层次、多元化的开发利用。

系列丛书再展“故宫”绝妙

故宫里有多少神秘的藏品?在去年的第六届徽商大会上,故宫博物院来安徽为故宫里的藏品找个“档案建立者”,最终相中的就是安徽出版集团。

而安徽出版集团的任务就是重磅出版500余卷的“故宫博物院藏品大系”,对故宫藏品进行一次前所未有的完整梳理,其中,还包括很多从未对外公布的藏品目录。

“最终,我们与安徽出版集团互相倾

慕!”故宫博物院院长郑欣淼看中的正是安徽出版集团雄厚的资金实力、广阔的发展思路、强劲的发展势头以及文化产品多元开发的专业水平。“能在这里出版,很放心!”

今年1月,故宫博物院与安徽出版集团合作出版《故宫博物院藏品大系》的第一批图书,《雕塑编》《玉器编》《珐琅编》等隆重面世,这套大系是从故宫博物院180万件藏品

中精选最具典型和代表性的文物15万件,共分26编,总规模预计五百卷,被誉为“纸上故宫”,具有极高的考古和科研价值。

不过,将故宫藏品里的档案建立起来并不是安徽出版集团总裁王亚非的唯一心愿,他向记者透露,“牵手”的第一步是纸质出版物面世,慢慢退出数字版和衍生文化产品,用更形象更生动的方式向全世界介绍故宫、解读故宫、弘扬故宫。

攀登新领域的“制高点”

成长的五年,安徽出版集团似乎每一年都会有新动作,带给人们一些惊喜。

而记者了解到,“抢滩”新领域,安徽出版集团有这个优势。安徽出版集团总裁王亚非表示,新媒体发展必须有两大平台,即内容资源平台和技术研发平台,集团积极利用两大平台,进行新媒体出版的产业开发和延伸。

就内容资源平台来说,以版权为核心的

内容资源,是一切文化产业形态的基础。近年来,安徽出版集团积极推进出版文化资源的聚集,以版权占有为目的,投巨资购买了一大批精品力作、文化积累成果、优秀教育科研成果、影视媒体资源、数据库和信息资源以及海外内容资源等,打造优质内容资源平台,同时将安徽近五十年的优质出版资源重新梳理,使上万种图书实现数字化,为新业态的快速发展准备了丰富充足、持续多元

应用的内容资源。

王亚非介绍,安徽出版集团将紧抓数字出版发展趋势,加大进军新媒体出版领域的力度和步伐,积极尝试数字出版、数字电视、数字图书馆等市场的开发和推广,进一步转变出版方式,加大投入,创新产品,拓展渠道,利用好网络、新材质、新终端,加强新媒体出版的整体实力和盈利能力,努力实现新媒体业务的新突破。

市场星报

2011年4月29日 星期五

编辑 谈正民

组版 崔琛

校对 仕明

