

2012年春茗恳谈会举行 200余出版发行精英合肥论剑 树立品牌谋发展 做大产业促增长

2012年,将是时代出版传媒股份有限公司的“品牌营销年”和“爆发增长年”。“春茗恳谈会”经过连续六年的精心打造,已经成为了出版业的一个品牌。昨天,通过“老总聊天”高层论坛、出版合作论坛、营销发行论坛、数字与新媒体出版论坛四大论坛的举办,200余名业界新老朋友畅谈合作发展,共话深情厚谊。

记者 朱玉婷

做大产业链反哺出版主业

关键词 增长

昨天上午,在风景秀丽的翡翠湖茶社,安徽出版集团总裁、时代出版传媒公司董事长王亚非与河南中原出版传媒投资控股集团董事长刘少宇、北京发行集团总经理李湛军、深圳出版发行集团公司总经理尹昌龙、浙江联合出版集团副总裁朱勇良等十余位应邀参加“老总聊天”高层论坛的出版

发行“大腕”一起,聊资本,侃战略,论文化,谋产业。

对于出版皖军,业界总会用这样一个词来形容——“疯狂的增长”。“跳出出版做出版”一直以来都是安徽出版集团的经营理念。在昨天的“老总聊天”高层论坛上,大家也一致赞同这个观点。通过做大产业链赚到的钱再反哺出版主业,出版皖军创

造了一个又一个让业界刮目相看的奇迹。

安徽出版集团成立至今,下属单位已由成立时的14家发展到26家,销售收入由8亿多增长到90亿。去年,时代出版传媒公司累计实现销售收入24.38亿元,利润总额2.80亿元,归属母公司净利润2.727亿元,比上年同期分别增长32.99%、9.46%。

以品牌树形象促发展

关键词 品牌

“突出品牌意识,强化品牌营销”是本次春茗恳谈会最大的特色。“十一五”期间,时代出版传媒公司处于调整积累期,蓄势以望在“十二五”期间有爆发式增长。实现爆发式增长的途径之一则是品牌营销。

品牌,包括产品品牌、企业品牌和活动品牌。时代出版传媒公司组建上市以来,出版主业稳步提升,行业影响力、品牌辐

射力、社会知名度不断增强。承担国家级重大出版工程56项,33种出版物获“国家三大奖”,千余种图书获优秀出版物奖;公司旗下的安徽人民出版社、安徽少年儿童出版社、安徽美术出版社、黄山书社4家出版社入选“全国百佳图书出版单位”;“春茗恳谈会”连续六年的举办已经成为业界的活动品牌,树立了出版皖军的形象,促进其发展。

大文化的融合 大出版的风范 与会专家共话行业合作与发展

记者 孙婷/文 黄洋洋/图

昨日,时代出版传媒公司2012年出版发行春茗恳谈会出版资源合作论坛,在天鹅湖大酒店举行。来自中国美术馆、故宫博物院、中国社科院历史研究所、中国作家协会等机构的代表,出席了此次论坛。与会专家们提出了不同的建议,并表达了和时代出版下一步的合作意向。

大文化的融合、大出版的风范 中国美术馆馆长 范迪安

“从前参与的关于视觉艺术的论坛很多,参加出版界的大型活动还是第一次”,但也是这次活动,让他觉得时代出版传媒公司是真正地做到了“大文化的融合、大出版的风范”,“将文化、历史、文物、美术、音乐各界糅合到出版行业中,时代出版做到了敢为天下先。”

范迪安表示,美术的发展和出版的传播有着千丝万缕的关系,“安徽的出版社出版了大量徽派美术经典,在美术界也赢得了广泛的影响。”



把故宫出版在人们面前 故宫博物院副院长 王亚民

如今身为故宫博物院副院长的王亚民,更是一名资深的出版家,谈到出版和文物的关系,一般人可能并不太清晰。其实,故宫博物院仅书画藏品就有15万件,“正是因为故宫博物院和时代出版传媒公司的合作,出版了《故宫博物院藏品大系》,才不至于让很多藏品‘养在深闺人不知’,而接下来,故宫博物院有计划将更多的馆藏珍品,通过出版物的形式让它们展现在人们面前。”



文化更要走出去 中国社科院历史研究所所长 卜宪群

中国社科院历史研究所所长卜宪群,自称为皖籍的在外读书人。他提到时代出版各出版社的读物时说:“凡在外面听人说到安徽的出版物,都是交口称赞。”

提到给安徽出版行业提建议,卜宪群提出了四点,“要出精品图书,各个社都是以精品确立地位;要走出去,不但是编辑要走出去,与学者、作者互动,我们的文化更要走出去,要注重学术界的动态变化,要把中国文学精品翻译到国外;要多视角地看待文化产业;要了解大局,用好资源。”



时代出版牵头发力数字出版 数字与新媒体出版论坛暨 数字出版行业联盟成立大会召开

星报讯(记者 吴笑文) 为推动数字出版业发展,增强数字出版产业自主创新能力和核心竞争力,昨日,由时代出版传媒股份有限公司牵头,国内多家高等院校、科研机构、出版单位、数字出版技术服务商、风险投资等成员单位共同发起的数字与新媒体出版论坛暨数字出版行业联盟成立大会召开。现场行业精英们分别从产、学、研、用等方面探讨了下一步将如何合作做好数字出版的工作。

此前,时代出版在新媒体出版领域陆续推出了时代教育在线、时代e博、手机彩铃、时代名师智能学习机、校讯通等,已在市场上缔造了优质品牌,取得了良好的经济效益和社会效益。而该联盟的成立将以企业为主体,以创造知识产权和标准为目标,通过产学研联盟成员优势互补、协同合作,形成一种长期稳

定的利益共同体。将数字出版发展从过去的“各自为战”转变为“强强联合”发展模式。

合肥工业大学副校长韩江洪表示:“我们可以和出版商、发行商共同举办活动,激发同学们参与到书籍的内容和形式编制过程中,不断吸引年轻人加入到新媒体的出版形式中,成为这个行业的新生力量。”

中国新闻出版研究院数字出版研究室副主任王懿指出,从事数字出版的企业缺乏核心技术和对产业标准的掌握,依托短期项目的产学研合作多,战略层面合作少;产学研合作形式比较松散,缺乏稳定的合作机制和持续有效的内在动力,从而制约了数字出版及相关应用产品的产业技术创新能力的提升。今后各单位可以通过联盟共同分担共享自己优势,促进产业的健康发展。

30余位专家畅谈如何卖书 “林书豪速度”让我们有信心

星报讯(记者 樊立慧) “北京时代华文书局那么快的时间内就推出了《林书豪:梦想的力量》,显示时代出版的效率和战斗力,与时代出版的合作,我们很有信心。”昨日春茗恳谈会的营销发行论坛上,上海新华传媒采购中心总经理许伟国的话道出了不少合作伙伴的心声。此次春茗恳谈会营销发行论坛同时向浙江省新华发行集团采购中心、上海新华传媒采购中心等24家最佳合作单位颁发了荣誉牌。

2012年,时代出版将推出哪些值得期待的好图书呢,会上也做了揭晓。上海大学教授赵剑敏潜心十年撰写的《大三国》,采用大散文笔法,全面叙述127年的烽火;“芝宝贝孕产完美系列”7册一条龙地关爱母婴;“厘米系列”收集了著名评论家

曹疏影的影评、书评;《百家讲坛》主讲人之一莫砺锋的《浮生忆瓠》记录自己的过往岁月;《小鸟3号·多元能力开发主题读本》则是英国BBC授权的最新的幼教动画故事;天下霸唱又出新作品了,他的《河神》讲的是什么故事那就等着读者自己去翻书了……

在实体书店的冲击下如何卖书成了昨天讨论的重点。上海书城总经理沈勇尧介绍,在实体书店销售遭遇一定困难时,时代出版的去年在上海书城的销售增加14%以上,成绩很不错,他认为在目前的情况下,个性化营销很重要,好书在书店里千万不能断档。“一本书能走多远还是取决于书的品质,但同样的品质,做不做营销差别就很大。”亚马逊图书采购总监雷玫表示。