

破局新生 重塑辉煌

安徽出版集团强势回归“全国文化企业30强”



5月10日,由光明日报社和经济日报社联合举办的第十届“全国文化企业30强”在第十四届深圳文博会上揭晓,安徽出版集团有限责任公司和安徽新华发行(集团)控股有限公司两支“文化皖军”双双入选。

曾连续8年入选“文化企业30强”的安徽出版集团在时隔一年之后,重获这一殊荣。是怎样一份答卷让安徽出版集团重回全国文化企业30强,重回行业发展的领跑者、文化产业的建树者?请跟随记者一起寻找答案。

■ 记者 于彩丽/文 高斌/图

主业挺拔 打造文化出版高峰

出版主业是安徽出版集团的立身之本,必须坚定不移突出主业优先。为此,集团设立编辑委员会重大出版工程办公室、审读室,冲刺精品高峰,把握正确导向,守住质量底线。每年拿出1000万元出版专项基金,支持主题出版、原创出版和重大项目,向高水平、精品化道路迈进。

有志者事竟成。2017年,安徽出版集团实现了去规模化,向质量要效益。据了解,当年图书出版品种为6651种,相较2016年减少3379种,手起刀落,斩掉近三分之一。但令人惊叹的是,出书品种少了,图书市场占有率却提升到全国前十位,较上年提高两位。

2017年,在原国家新闻出版广电总局发布的

《2016年度新闻出版产业分析报告》中,安徽出版集团总体经济规模在全国出版集团中位居第6位。连续12次入选全国服务业企业500强,2017年全国服务业企业500强中5家新闻出版企业入选,安徽出版集团排名位列5家之首。荣获第四届中国出版政府奖10项,获奖总数位居全国出版集团前五;荣获第六届中华优秀出版物奖13项,获奖数量位居全国第三、上市公司第一;推出《试飞英雄》《赵孟頫书画全集》等一批精品图书;荣获优秀儿童文学出版工程2项;原创民族漫画品牌《淘气包马小跳》(漫画版)销售1500万册,销售码洋2.5亿元;《小猪佩奇》单品种销售码洋3亿元。文化“走出去”全国领先,连续9年在北京国际图书博览会上图书版权输出全国第一,在全国地方出版集团“走出去”单位中位列第一。集团在波兰和黎巴嫩的2名海外子公司负责人双双荣获第11届“中华图书特殊贡献奖”,获奖人数占全部获奖总数的十分之一。

过去一年,安徽出版集团各类奖项数创历史新高,实现了“双效统一”。既能获大奖,又能占市场,安徽出版集团文化精品战略初显成效。

融合发展 满足人民文化之需

安徽出版集团发挥出版传媒企业改革的先发优势,深化供给侧改革,开展了“出版+”“文化+”服务,大力发展文化与教育、旅游、医疗、智慧产业多元融合

的新兴业态,大力发展多种高新技术应用的新兴文化业态,不断满足人民群众美好生活的新的需求。

2017年,安徽出版集团与有声阅读在线服务企业“懒人听书”公司及上海阅文集团开展资本和业务合作,入股“懒人听书”,致力建立一个“由视听读到互联”“由立体到全媒体”出版的大格局。

2018年初,安徽出版集团携手深圳广电集团和上海阅文集团,探索版权IP开发、线上线下出版融合、文化旅游产业拓展、影视制作发行等方面的深度融合。与北京电影学院开展战略合作,在电影教材和剧本出版、共建电影文创产品实验室、电影衍生产业人才培养、文创产品开发等产学研各领域开展深入合作。这一系列举措,拉开了又好又快发展的新的强劲序幕。

围绕出版求发展,推进文化与相关产业融合,安徽出版集团还向文化产业关联门类延伸拓展,从单纯的内容出版走向“文化+”的深度开发,积极打造出出版主业之外的四大优势板块,即:文化旅游、智慧城市、文化金融和医疗健康板块。

“读万卷书”更要“行万里路”,2016年,安徽出版集团整合内部资源,新设立全资子公司安徽文化旅游投资集团,由安徽文化旅游投资集团在省内外布局。“诗与远方”携手走进了安徽出版集团的新业态,逐步成为人民群众日益增长的美好生活“新常态”。

以科技为引领,以文化为内涵,“智慧城市”成为安徽出版集团融合发展的又一重器。庐江县智慧城市、科大立安公司“智慧消防”平台、集团旗下安泰科技公司自主研发的“智慧能源”“智慧建筑”平台等均产生了良好的社会效益。

在“文化+健康”的理念引领下,集团依托安徽省医药(集团)公司,发起成立安徽健康文化旅游产业促进会,与上下游企业探索合作运营健康养老基地,将医疗理念践行到产业发展中。积极推进与华润健康集团、安徽中医药大学开展合作,三方共建康养学院,共同打造中高端医养基地,发展景区健康小镇,组建健康产业基金,探索大健康产业发展新模式。

积极推进“文化+金融”,资本运作动作频频,成效明显。2017年,实现短融、超短融募集资金30.9亿元,可交换公司债券募集6.5亿元,推进实施一批资产证券化项目。

安徽出版集团党委书记、董事长王民表示,重归30强,是一次认可、一次检阅,更是一种勉励、一种期待。安徽出版集团会以高度的文化自觉、清醒的产业视野、强烈的责任担当,秉承“打造文化出版高峰”的执着信念和“唯创新不止步”的发展理念,继续谱写写出文化强省和现代化五大发展美好安徽建设的动人篇章。

“文化皖军”亮相第十四届深圳文博会 安徽出版集团融合出版“书”写创新

“有戏安徽”、芜湖铁画、《合和》茶具、华米智能手环、科大讯飞阿尔法蛋陪护机器人……5月10日上午,第十四届中国(深圳)国际文化产业博览交易会在深圳会展中心开幕。以“创新安徽 创意生活”为主题的安徽展区惊艳亮相,一大批安徽明星企业以及融汇科技创新、体现徽风皖韵的文化产品集中亮相,充分展现“文化皖军”新形象。

本届深圳文博会上,安徽展区位于深圳会展中心2号馆,参展文化企业和单位41家,其中省属8家,市县33家。展出项目50个,分为3个板块:文化科技融合板块项目16个,重点展示省属文化企业集团近年来在融合发展方面取得的最新成果;数字文化产业板块项目11个,重点展示我省近年来在智能语音、新兴动漫、网络游戏、沉浸体验、网络文化、数字文化装备、数字艺术展示等方面取得的最新成果;文化创意产业板块项目23个,重点展示我省近年来文化文物单位利用馆藏文化资源开发的文化创意产品、通过创意提升开发的非遗特色精品等。

■ 记者 于彩丽/文 高斌/图

会“说话”的书,代替家长讲双语故事

在安徽出版集团展馆,安徽少儿出版社的这款萌仔听书,可以自己讲故事。杨红樱注音童话绘本系列、《小猪佩奇》系列、《海底小纵队》等知名童书IP都带有二维码,扫描二维码下载萌仔听书APP,在翻阅纸质书

的同时也可以听书。“我们的音频资源请的都是名家来完成配音,像杨红樱注音童话绘本系列,请的是孩子们比较喜欢的鞠萍姐姐来朗读,给读者带来亲切的收听体验。”安徽少儿出版社相关负责人告诉记者,除了中文阅读以外,家长还可以为孩子选择英文版本,学习发音或培养语感。

据了解,该听书项目是安少社在全国少儿社中首次进行的纸质书+配音伴读的融合出版创新模式,是早在这两年有声读物市场兴起之前就着眼布局的融合发展新板块。听书项目将线下图书和线上产品相结合,丰富了图书的表现形式,相较传统图书销售业绩明显提升。同时安少社还出版了AR图书产品、玩具书图书产品,是全国首家玩具书出版基地。

会“唱戏”的书,跟着名家学戏曲

深圳文博会开幕式当天,位于安徽出版集团展馆的全息投影机里循环播放着黄梅戏选段,吸引不少参展人员驻足。工作人员告诉记者,这是利用时下最先进的全息投影技术在少儿书上的融合应用,让平面的动画形象变成可以说话可以唱歌甚至可以跟小朋友们产生互动的立体形象,以“凭空出现”的三维形象展现中国传统孝道故事、名家唱戏曲等,引起小朋友们学习中国传统文化的兴趣。“它最大的优势在于突破了传统图书单一的表现形式,相比于传统的教材,能够更生

动,进而让学生们对传统文化更感兴趣。”

据了解,目前已初步开发中国传统孝道系列、京剧国粹系列产品,未来有望推广到全国的小学校园,帮助推进戏曲进校园。

会“动”的书,能与孩子智能交互

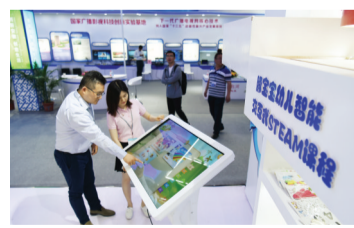
安徽少儿出版社本次展出的豚宝宝幼儿智能交互一体机,就是这么一个会动的“绘本”。

“这是我们出版社自己开发的一套幼儿教材,随着电子化的普及,纸质书已经很难勾起孩子的学习兴趣,采用这种交互式一体机,点一下就让里面的卡通形象‘活’起来了,可以跟孩子进行交互。”该负责人告诉记者,豚宝宝幼儿电子课件,采用了渗透式教学和情境式教育理念,严格按照《3~6岁儿童学习与发展指南》编写,五大领域相互渗透,课件中融合爱的渗透、美的渗透。课件中有一群个性鲜明的主人公,他们用爱陪伴小朋友从小班到大学的成长,给孩子创设了身临其境的环境,打破传统灌输式的教学形式,充分利用信息化技术,优化了传统教材中较为抽象的环节,知识点通过交互声效、动画、故事和游戏传递给孩子,真正呈现了“玩中学,学中玩”的教学手段。

据悉,这套课程入选国家网络扶贫“双百”项目。截至目前,豚宝宝幼儿园电子互动课程已覆盖全国23个省,85个城市,全国3000家幼儿园,合作伙伴达100多位。每年销售额呈500%的增速。



一位来自乌克兰的小“萌仔”在妈妈的陪同下,正使用安徽少儿出版社研发的“萌仔听书”APP



工作人员正在演示豚宝宝幼儿智能交互电子课件



安徽博物院展品《合和》茶具