



“拓荒”俄罗斯 新时代印刷厂海外“扎根” 安徽人把书印到北极圈

》用手和脚“拓荒”俄罗斯

“印刷工人也能走出国门？以前想都没想过！”2004年5月14日，是卢光荣难以忘怀的日子，这一天，他和几位同事远赴俄罗斯奥廖尔。

卢光荣心里知道，这次远行的背后，是安徽文化产业“走出去”战略的一次“试水”。但他没有了解到的是，等待他们的是难以想象的考验。

现实似乎比想象的还要残酷：厂房是第一

》36小时流泪呛出“第一单”

与之后遇到的难题相比，前面的经历还是小巫见大巫。2004年12月，新时代印刷接到了“第一单”生意：20000本期刊和一份挂历。当时厂内的暖气还没有到位，而印刷是需要一定温度的。他们就想到在印刷机外拉上一层塑料薄膜，里面做个锅炉取暖。但由于木材很湿，烟雾很大，工人被呛得眼泪直流，而这一直持续了36个小时。

终于辛辛苦苦印出来了，可结果却让所有员工伤透了心。因为不符合要求，客户看到产品后，表

个难题。奥廖尔是个小城，空余厂房很少。他们用脚走遍了全城，终于用78万美元购买了城外一个废弃的厂房。紧接着，公司注册又遇到麻烦，卢光荣他们曾在税务局与银行之间来回奔波几十趟，2004年7月22日，投资100万美元的新时代公司注册成功。在之后的几个月内，他们用双手把办公区与生活区建起来……

示一分钱不付，更是把挂历摔到了卢光荣的脸上。顿时，每个人的心里都冷得像奥廖尔的寒夜。生意没做成，生活也已经难以维系。等到快过年的时候，他们已经只剩88元生活费，不得不挖野菜充饥，甚至杀了相依为伴的狼狗……

多年以后，已经回国的老员工楼丽画、纵景东依然忘不了那个新年。“那7个月，我们有一千个可以放弃、可以回国的理由，但是作为首个‘走出来’的企业，我们除了坚持，别无选择。”

》“中国旗”飘扬在遥远地方

2005年初，新时代提出“以情感培育客户、以低价吸引客户、以品质稳定客户、以短周期满足客户”的营销策略，很快，业务量开始迅速上升，特别是《奥廖尔1945》精装书印刷成功后，当地三家出版社社长举杯共庆，为奥廖尔能够印刷出这样的好书而骄傲。接着新时代又提出了“走出奥廖尔、拓展新市场”的战略目标，通过在外地设立业务代理、刊登广告等途径开拓外地市场。2008年，“新时代”的年销售收入达到2000多万。

而这一切的背后，是新时代印刷人一如既往的艰辛。“可以说，他们下床就上班，下班就上床”，安徽出版集团的一位高层这样评价，正是凭着这股干劲，让这个从安徽走出去的印刷企业，在异乡成功扎下了根，让“中国旗”每天飘扬在那遥远的地方。

电子音像行业的“新春天”

安徽电子音像出版社坚持走“立体化全媒体”之路

曾经是出版业告别“铅与火”、走向“光与电”的重要标志，曾经出版品种和发行总金额都基本保持了两位数的增长速度，但是，就是在2005年以后，音像出版业走上了负增长的轨道，这是当时全国电子音像行业发展的态势。然而，电子音像业的发展在安徽却走出了“时代特色”，多媒体教育产品线、实用型产品线、新媒体产品线，这三条是产品线，也是安徽音像电子出版社走“立体化全媒体”之旅。

》吹响数字出版“集结号”

“当下电子音像出版是机遇与挑战并存。”安徽音像电子出版社社长刘桂霞首先带着记者摸索全国电子出版的发展“脉络”，一方面，传统的电子音像出版业务不断萎缩；另一方面，新媒体、新兴数字技术又给电子音像

出版行业带来了无限的商机和市场。

2007年完成重组后，电子音像社审时度势，从市场中找到了“良药”。现在的安徽电子音像出版社，增加注册资本金至5000万，成为全国最大的电子音像出版社，在狠抓传统业务的同时，重点打造“多媒体教育产品线、实用型

产品线、新媒体产品线”三大产品线。

“不光是电子音像产品，我们也开始向配套延伸，争取一种投入，多种产出。”刘桂霞告诉记者。比如，针对《戴光强保健新概念》，该社几乎把触角伸到了相关的全部产品，开办网站、DVD讲座等。

》用“全媒体”迎接新春天

相比传统的出版社，安徽电子音像出版社有自己的“杀手锏”。记者了解到，在今年，该社将集全公司优质出版内容，综合运用数字、视听等先进的技术手段，向“三屏”（电视屏、电脑屏、手机屏）进军，实现出版内容的全

媒体出版。而这一切，都是为了出版社下一步更名为“新媒体出版公司”做准备。“时代空中课堂、时代智能学习机、时代智能3D游戏盒、时代移动多媒体终端、手机SP增值业务等全新的出版产品应运而生，电子社投入巨资，充分利用全新的传媒技术和新兴的传播

方式，大力创新出版形式和出版产品，打造新的产业链。”刘桂霞说。

电子音像社的全体员工都清楚地认识到，不管是传统的出版业务还是新媒体跨媒体出版，都必须立足实干。“实干加上筹谋，相信会迎来电子音像出版行业的新春天。”

飞舞出版产业新时空 翱翔文化地产新天地

安徽普兰德置业让文化与地产“开出鲜艳的花儿”

合肥北城，一座崭新的商圈正摇曳生姿。这里因其高端精到的国际定位、现代时尚的建筑设计、精彩多元的文化品位，成为合肥十大地标性城市综合体，她就是“新天地国际广场”。

而这座新地标的开发者正是安徽出版集团旗下的安徽普兰德置业有限公司。是什么，让这个曾经名不见经传的开发商拥有如此的气魄和品位？又是什么，实现出版产业与房地产行业的水乳交融？未来的普兰德还会呈现怎样的魅力和风采？ 记者 宛月琴

》每年再造两个“普兰德”

对于安徽普兰德置业有限公司总经理刘奎来说，过去的每天都是那么值得记忆：普兰德从一个不够专业、缺少人才、机制也不够灵活的房地产办事机构，“变身”为安徽出版

集团旗下完全市场化运作的地产企业，从接手时的亏损，到如今初步形成相对专业、具有市场眼光、在地产行业中驰骋的中型房产公司，“每一步，我们都走得艰辛而扎实”。

几年来，普兰德的发展有目共睹。刘奎告诉记者，“新天地”就是普兰德走向腾飞的

一部力作。另外，普兰德今年已经成功在马鞍山储备了一个地块，在不久的将来，马鞍山也将诞生一座由普兰德精心打磨的高档地产。“如今，普兰德的销售收入已近7亿元，相当于每年都再造两个普兰德。”刘奎欣喜地告诉记者。

》翱翔文化地产“新天地”

曾有人问，普兰德的秘诀在哪里？普兰德的魅力又在哪里？刘奎总是淡淡一笑，普兰德的最大优势就是依托安徽出版集团浓郁的文化底蕴，开发具有高品位的

文化地产。在他看来，文化是一种产品附加值最高的元素，地产与文化联姻是它未来的发展趋势。

而对于未来的蓝图，刘奎这样勾勒起来：按照集团的总体要求，普兰德3年完

成100万平方米的建设量；5年内进入全省房地产一流行列，并力争年销售额达到10亿元。“我们有信心做集团利润贡献最大的一员，让普兰德成为集团响亮的品牌”。

肖邦名作“E小调钢琴协奏曲”将在安徽首演

本次音乐会由茂呈传播和安徽歌舞剧院联袂主办，本报独家媒体协办。为合肥市民送上一场视听盛宴。王培曾留学欧洲，获音乐学与音乐艺术表演双博士学位。他就读于俄罗斯国立里姆斯基音乐学

院、拉赫玛尼诺夫音乐学院、乌克兰国立普罗科菲耶夫音乐学院等著名音乐学府，先后随俄四大钢琴学派中的三大学派就学深造。

据王培介绍，肖邦的音乐以抒情见长，

其中的意境之美可以从中国古典诗词中找到文化同理。此次音乐会，王培还将演奏肖邦的G小调叙事曲、4首玛祖卡、降B小调谐谑曲、降A大调波兰舞曲，王培的爱徒、省少儿钢琴大赛一等奖得主年仅7岁的余子禾将登台演奏。

为了纪念肖邦诞辰200周年，世界各地举办了2000多场专场音乐会。12月4日晚，我省钢琴家王培将在安徽大剧院举行肖邦作品专场音乐会，还将与安徽省歌舞剧院交响乐团合作演奏肖邦名作“E小调钢琴协奏曲”，这是该曲在安徽首演。