

让时代告诉未来 安徽出版集团喜迎五周年



《时代发现》打造“成熟人士知性读本”

“这个春天,我们发现,这世界大不相同。”如今,《时代发现》执行主编徐海燕更加感到重任在肩。对于整个安徽出版集团来说,这一本杂志的诞生,不仅凝聚着诸多领导和同仁的心血,更是其进一步做强出版主业、缔造品牌形象的重要力作。

记者 宛月琴

智慧为经, 打造成熟人士的知性读本

《时代发现》的萌生彰显了出版集团人的勇气和魄力,在纸质阅读遭遇网络挑战的今天,一本新生的杂志何以立足和发展,对此,徐海燕深有洞察。她说,知性和人文,将是《时代发现》最显著的亮点和核心竞争力。《时代发现》是一本智慧的刊物,它强调以智慧的眼光解读世界,以智慧的心灵感受世界,最终落实在它“慧生活”的人文关怀上,带给读者不同寻常的阅读感受和人生启迪。

多元发展, 培育立体阅读的盛宴

徐海燕说,在做大做强本刊的基础上,杂志将在电子阅读、网络互动上进行深度开发,加强与读者的互动,考虑杂志的立体发展。

这世界有大不同,而发现则无处不在,能够在发现的过程中获得心灵的愉悦和智慧的享受,便是发现的意义所在。徐海燕主编如是说。

安徽时代出版发行 打出发行“组合拳”

从昔日的新九雅到今天的时代出版发行,安徽出版集团从战略高度“拓荒”出版产业的发行终端,并以大中专教材发行为突破口,创造了销售收入每年40%的高增长率,成为安徽图书发行业的一匹“黑马”。

记者 宛月琴

“拓荒”出版产业终端

如今,时代出版发行的业务范围已经涵盖中高职教材发行、各类图书馆的图书装备、中小学教育类图书的发行以及政府重大招投标项目。而与全国知名民营发行机构——江苏可一出版物发行集团的合作则被称为是时代出版发行“突飞猛进”的开始。王晓光这样评价双方的合作,“实现了双方优势互补,互借品牌优势,做实图书发行中盘,做大教育图书发行业务,为时代出版主业发展开辟新的经济增长点。”

挖掘多元发行渠道

安徽时代出版发行已经准备好打出一套“组合拳”,在不远的未来,他们将继续拓展多种经营,围绕中高职教材的竞争着力点,做大做强教育图书的发行。而随着数字出版的盛行,他们将在集团强大的资本、人才和出版资源的支持下,开拓网络发行渠道,并及时将市场动态反馈给相关出版机构,让集团出版产业链“动”起来。而凭借与江苏可一的合作,也能“搭上”其庞大销售网络的快车,挖掘更多、更宽广的销售渠道。

在安徽出版集团迎来成立五周年暨时代出版传媒公司上市两周年庆典之际,中宣部、新闻出版总署、国务院新闻办公室分别发贺信表示祝贺,充分肯定了安徽出版集团的显著成绩,并且希望安徽出版集团能够继续探索出版业改革发展的新思路、新模式,不断壮大实力、增强活力,尽快成长为有核心竞争力的大型国有骨干文化企业。

人人有激情,时时在状态。五年,仅仅是安徽出版集团向大型跨国传媒集团迈进的开始,让时代告诉未来。

企业。五年以来,安徽出版集团经济效益和社会效益成果显著,保持行业优秀水平;主业高歌猛进,新媒体、新业态强力拓展;创新“走出去”发展模式,提升我国文化国际影响力、传播力和竞争力;资本运作不断突破,推动文化资本化、资本文化化,成效显著;多元产业发展势头强劲,反哺主业,产业成就主业;塑造独特企业文化,健全内部制度,规范管理,形成较强的凝聚力、竞争力;注重人才队伍建设,具有较强的凝聚力。

安徽人民出版社: 老出版社的新生魅力

▶ 改制后焕发生机

改制后,人民社在激活机制、创新企业文化、调动员工积极性和创造性等方面狠下功夫;管理上引进了ISO9001质

量管理体系和ERP信息系统,使得传统的出版流程与先进的管理平台融合,大为提高了效率和质量。

截至2010年三季度末,

转企改制一年半的时间,人民社出书总品种同比增长64%,销售收入同比增长40%左右,其他各项指标均继续向良性方向发展。

▶ 三大板块齐出手

经过数年努力,人民社心理学类图书品种积累了200余种,已居国内心理学图书出版一流方阵;经济类图书精品频出,地方历史文化图书立足本省,特色鲜明。

传统出版同时,积极运

用网络等新媒体手段,推出视频版《安徽省公务员考试教材系列》,收到良好效果;近期尝试电视动漫等跨媒体合作,策划了系列传统文化动漫选题《十二生肖动漫系列》。

注重做好出版资源的储

备工作,先后与北京泰克公司、上海中欧泰克管理学院、山东星火科技传媒公司等单位建立长期合作关系,挖掘优势资源,出版精品图书,于近期出版了《看图学会会计系列》等图书。

▶ 大力发展农家书屋

抓农家书屋和馆配图书,发力实用专业图书市场。2009年,人民社仅中小学馆配就中标码洋500多万。在

今年的成都全国书博会上,该社在党建党史、经济学、心理学、“三农”等强势板块上推出了一系列精品力作,如:“学习

型党组织建设丛书”、“大众投资理财系列”、“当代中国心理学名家文丛”、“农家书屋系列”等,引起良好的反响。

安徽科学技术出版社: 塑造专业出版竞争力

▶ 管理: 规范出精品

安徽科学技术社在安徽出版集团成立后,制定实施了出版社三大战略规划,同时规范运行机制,完善企业内控规范,创造了多出好书的

的内部环境。

近年来,安徽科学技术社秉承创新务实的出版理念,深挖高端作者资源,打造一大批学术精品。学术专著板块

和英语阅读、大众生活健康、职业培训教材、基础教育、农业图书共六大图书板块,构建起综合性的出版物品牌框架,取得了较好的“两个效益”。

▶ 出版: 两个市场互动

黄和平介绍,安徽科学技术社积极创新图书全媒体营销手段。该社逐步建立起销售讲合同、合作重效益、业务管理讲科学的经营模式。出版社主动采用手机动漫、网

络传播、移动电视、技术合作等创新营销手段,全方位运作重点图书、品牌图书。

国内国外两个市场都在发力,安徽科学技术社大力实施“请进来”“走出去”战略。

如《爱的童话》波兰版权输往波兰玛萨雷克出版社。国家“十一五”规划重点图书《品读中国文化丛书》获国务院新闻办“中国之窗”专项采购,走进境外上千家图书馆。

▶ 期刊: 撑起一片天

11月20日,安徽科学技术社创办的杂志《保健与生活》成立了杂志社,创办于1993年的杂志,目前发行量已经攀升到300余万份。黄和平认为,安徽科学技术社办期

刊充分挖掘出版资源,初步实现了品牌化、规模化和产业化的跨越式发展,成为出版社一项重要产业支柱。

2010年《保健与生活》邮政发行上升幅度居全国同类

杂志首位,先后获得“安徽省优秀期刊一等奖”、“2010中国邮政畅销报刊80强”、“2010最受女性喜爱的十大品牌期刊”等荣誉,被广大读者誉为“值得信赖的健康主流媒体”。

“社长,《天地良心——万里在安徽》的样书刚刚到了。”11月17日早上,在安徽人民出版社社长胡正义的办公室,没有谈多久,不断就有人过来请示而打断了谈话。与安徽出版集团旗下的其他出版社不一样,2009年4月,安徽人民出版社由事业单位转变为企业,12月份进入上市公司:时代出版传媒有限责任公司,真正成为了集团的一员。作为首批“全国百佳图书出版单位”,安徽人民出版社出版的图书主要围绕经济学、心理学和地方文化三大板块。

记者 樊立慧

“改制成企业后,真的感觉压力大,面对严峻的市场竞争必须得有危机意识。”安徽科学技术社社长黄和平告诉记者,成立安徽出版集团后,变得不一样了。不过,数字能够说话,2009年发货首次过亿元,销售收入和利润有了较大增长,经营状况及业绩为近九年来最高。在新闻出版总署组织的全国近600家出版社综合竞争力评估中,安徽科技社入选全国新华书店系统评选最有竞争力出版社之一;出版社上榜品种排行居全国第47位。

记者 樊立慧