

花儿为什么这样红？ 三部作品入选 第十三届“五个一工程” 安徽出版集团：“软实力”彰显“硬功夫”

日前，第十三届精神文明建设“五个一工程”（2012~2014年）入选作品揭晓，安徽出版集团三部作品获奖，其中，《梦焰》、《少年与海》获图书奖、《一八九四·甲午大海战》获电影奖。安徽出版集团本届获奖作品数量位列全国出版集团之首，成为唯一同时获得图书奖和电影奖的出版集团。这是安徽出版集团软实力的充分展示，是主业挺拔的明显标志，是跨界融合发展的重大收获。

三部作品同时获奖，看上去是硬指标，其实质是对企业软实力增强、出版主业做强的褒奖，是对安徽出版集团在传播价值观、担当社会责任、进行文化创造、打造优秀品牌、引领产业发展等方面作为和贡献的肯定。花儿为什么这样红？事业为什么这样火？主业为什么这样亮？产业为什么这么大？为什么想做什么就能做成、做一件成一件？追根溯源，来自于多年来的内外兼修、上下求索，归结于“路子正、功夫深、业态新、人才兴”这十二个字。

A 路子正 ——始终把积累、传承、传播文化作为主业发展的主方向

安徽出版集团的多元产业发展在业界有口皆碑，用产业反哺主业、成就主业，让主业潜心做出版精品，不去天天为员工吃饭、企业稳定发愁，使发展有了保障、后劲和空间。

在这个前提下，安徽出版集团为主业确定了正确的发展方向，就是以弘扬先进文化、传承民族精神、打造时代精品、传播主流价值、引领审美风尚、担当社会责任为己任，发展方式相应从粗放式的数量增长转变为内涵式的质量效益提升。畅

销书大都不具有传承和保存价值，各出版单位都以出版社会效益显著的作品为使命，少做畅销书，致力于为社会提供厚重精致的精神文化产品。

这次获奖的三部作品都是弘扬主流价值观念的代表，是坚守文化使命结出的硕果，是主业强大的冰山一角，安徽出版集团在积累和传承文化方面更是可圈可点，大型项目《全宋文》、《昆曲艺术大典》等精品不仅获得主管部门肯定，在国内读者有良好口碑，在海外也广受欢迎。

B 功夫深 ——“十年磨一剑”抓布局谋资源打造精品

出版是资源和智慧密集型产业，做出版的本事和功夫主要体现为拥有的版权和作者资源，通过创意和策划把内容资源表现出来的水平。安徽出版集团注重在这方面下功夫，且下得早、下得准、下得深，提前布局，超前谋划，占领先机。正如安徽出版集团董事长王亚非所说的，“5年前要布局5年后才能看出5年前布局的意义和价值。”

内容是出版资源的核心。如果没有内容，出版就没有源头活水。优质的版权内容存在于博物馆、文化馆、美术馆、档案馆和作者的大脑中。安徽出版集团加强与国家级文化艺术机构签订战略合作协议，获得他们馆藏资源的优先出版权。2014年8月31日，中共中央政治局常委刘云山到第21届北京国际图书博览会安徽出版集团展台视察，仔细翻阅安徽美术出版社整理山西永乐宫资料出版的《瑞应永乐——永乐宫三清殿朝元图》，称赞其“艺

术价值高，设计制作精良”。

作者是出版资源的抓手。有了作者，原生态的内容和创意才能得到展示。出版者一头连着作者，一头连着读者。安徽出版集团注重找大师、傍“大款”、跟“大腕”，用真心换真情，用真诚换信任。

有远见的出版者必须把关注的目光投向北京、上海。这是国内文化学术研究与交流的中心，集聚着最高端的科研机构、高等院校、历史文博等资源。为增强长期发展后劲，安徽出版集团在京沪两地均进行了机构布局。

内容是静态的资源，创意是创造性脑力劳动，有创意还要有设计，只有通过创意设计和策划，才能把高端内容资源变成有生命力的作品。早在2009年初，安徽出版集团就敏锐地感到海洋在国家的地位越来越重要，维护国家海洋权益的任务越来越艰巨，随即决定投拍《一八九四·甲午大海战》。

C 业态新 ——打造以出版主业为龙头的时代产业群

《一八九四·甲午大海战》是安徽出版集团全资投拍的第一部电影，也是首部由出版企业投资拍摄的史诗巨片。选择这样重大的历史题材，不仅是安徽出版集团多年来文化理想的自然延伸，也是积极进军新业态的重大举措。企业不是简单地做产品，出版企业更不是简单地做书，就如同“星巴克不仅仅是咖啡”、“赵本山不仅仅是二人转”。从《一八九四·甲午大海战》起步，安徽出版集团立足大文化，深耕产业链，“跳出出版做出版”，形成一个以出版为龙头，包括影视、数字出版、在线教育、文化旅游、文化物流、艺术品经营、文化智能建筑等于一体的“时代产业群”。安徽出版集团的业态创新呈现三大特征：

一是传统图书出版与影视剧生产相互对接、立体出版趋势日益明显。今年年

初，联合京沪等地影视界知名编剧、制片人、发行人，成立了时代雅影视文化有限责任公司进军影视业，搜狐2014十大热播剧之首《我的老婆八零后》已于近日开机。

二是传统出版转型升级走向以“时光流影 TIMEFACE”为代表的数字出版、互联网出版和按需印刷。这个一面世就备受关注的全球首个文化生活自出版社交平台，完全颠覆了传统出版思维，改变了出版印刷时空，将成为国内第一大出版内容数据库。

三是传统媒体和新兴媒体、文化产业和多元产业跨界融合发展，微电影、短视频、微视频创作生产迅速推进，文化物流产业不断壮大，文化旅游蓬勃发展，艺术品收藏、授权、交易和拍卖开始起步，数字教育服务平台进入全省教育市场。



《一八九四·甲午大海战》获电影奖

D 人才兴 ——通过体制机制创新 调动人才的积极性

对文化产业来说，人才是最重要的生产要素。人在财聚，人走财散。安徽出版集团着力健全激励、约束和保障机制，完善“能者上、平者让、庸者下”、“岗位凭业绩、收入看贡献”的用人机制，研究谋划股权分配激励机制，培养一支自己的队伍。坚持事业每发展一步，人才培养就跟进一步，甚至提前布局储备好，从机制上避免走了一个人，带走一个团队，毁掉一个企业，损失一方事业。

产业扩张和新型业态发展需要创新人才。2011年，面向全球引进一批高级管理和专业人才。为推进“时光流影 TIMEFACE”发展，在3个月时间内，有计划地在国内外知名互联网和高科技企业引进50多人，使“时光流影 TIMEFACE”在数字出版领域横空出世，迅速蹿红。安徽出版集团对引进来的人才既给平台和舞台，还配灯光和音响，让人过得舒心，干得带劲。2011年，面向全球引进的那一批人才现在都走上了重要岗位。

在用好用“空降兵”的同时，更加注重培养使用“本土”队伍。打破学历、年龄、职级、资历等框框，营造“公开公正、竞争择优”的人才成长环境。胡凌飞原是出版社的一名年轻编辑，因其懂财务、会运作，被调整到投资基金管理公司，在资本市场上一搏天空。市场星报社蒋乃纯和桑红青从传统媒体人华丽转身，成为微电影和小记者项目负责人，开辟出一片事业新天地。

人才定，天下定；人才兴，事业旺。安徽出版集团立足现实开发使用人才，着眼长远培养储备人才，始终保证这支队伍发展跟得上、人才不断层、未来有希望。因为企业土壤“肥”了起来，带来人“活”了起来，事业“火”了起来、品牌“香”了起来，员工积极性创造性充分释放出来，使企业走出一条充满生机活力的创新突破之路。安徽出版集团董事长王亚非说：“回首近十年，我们集团最大的成功和收获不是发展业绩，而是培养造就了一支‘有激情，在状态，想干事，会干事’的优秀团队。”



《梦焰》获图书奖



《少年与海》获图书奖