出版传奇——安徽出版集团这十年

十年乘风破浪，书香飞扬

□ 记者 王涛

今天，当蓬勃的朝阳跃过地平线，安徽出版集团迎来十周岁生日。

志之所趋，无远勿届。十年来，安徽出版集团从整体转制到整体转型，从高速发展到高度创新，从出版事业到出版产业，从文化传播到文化经济，在迈向卓越强企的路上越走越宽。

这十年，是跨越发展的十年，地方事业单位华丽升级为全国标杆企业，奋勇前行，谱写华章；这十年，是融合创新的十年，一跃成为全国文化体制改革的旗帜，拼搏进取，长风踏浪；这十年，是多元开拓的十年，经营领域由出版传媒拓展到六大板块，风云激荡，铸就辉煌；这十年是载梦飞翔的十年，APG的书香从安徽飘向全球，志存高远，慷慨激昂。

十年飞速发展的动力何在？十年奇迹背后的秘诀是什么？十年辉煌之后又将走向何处？安徽出版集团董事长王民说：“发展模式是决定企业做大做强的根本问题，要最大程度地发挥出资源的整体功效，要在全产业链上找思路、找突破、找路径。”

安徽出版集团

十年跨越 走出了安徽走向了世界

越已者，恒越。

省版协主席、安徽出版集团原董事长王亚非认为：“改革即转变观念，发展即挑战自我，文化产业发展的关键是转变观念。”

2005年以前的出版企业是自收自支事业单位，出版行业相对封闭，体内循环，观念落后。2005年，安徽出版集团有限责任公司挂牌成立，组建的同时即整体转企改制，这在全国是第一家。改制后，集团大力弘扬“有激情，在状态”的企业文化，发展进入快车道。此后，出版主业整体上市、“走出去”开办印刷企业、设立文化传媒专业博士后科研工作站、设立传媒工程硕士研发中心、出版主业整体通过ISO9001认证、成为国家认定企业技术中心、在公开资本市场上有两个上市企业、异地设立出版机构并获得出版资质、在上海自贸区设立出版传媒企业，安徽出版集团在全国出版行业连续创下了十项第一。这些浸透汗水的荣誉就像一道道闪光的阶梯，承载着安徽出版人的梦想，通向更高远的未来。

2012年，安徽出版集团跻身销售收入和资产总额双百亿文化传媒企业。2014年实现总资产和销售收入“双两百亿”。2006年-2014年累计销售收入670.38亿元、累计利润总额37.72亿元。截至目前，集团经营领域已涉及出版传媒、国际合作、文化旅游、医疗健康、文化金融、智慧城市等六大板块。

在海外拓展中，安徽出版集团从产品“走出去”到产业“走出去”，从产业项目化到资本国际化，从出版“走出去”到文化“走进去”，辐射100多个国家和地区，累计输出版权4280种，居全国出版企业第一。初步形成从产品出口、文化贸易到价值观输出、文化交流互动的新格局。通过独资或参股，在俄罗斯、波兰、斯洛伐克、黎巴嫩、澳大利亚设有经营实体。

辉煌只代表过去，未来充满期待。奋进的安徽出版人不会停歇在功劳簿上，集团董事长王民说：“我们必须把发展作为第一要务，积极探索有自身特色的发展道路，唯创新不禁锢，唯进步不止步，引领出版产业第二次变革浪潮。”

十年创新 找对了方向找到了资源

苟日新，日日新，又日新。

没有十年持之以恒的创新，安徽出版集团很难取得如今这样骄人的成绩。安徽出版集团总经理田海明告诉记者：“创新是维系公司发展的基础，没有更多的创新就意味着我们的发展面临着困境，业绩就可能下滑。文化出版企业强调守正出新，老的要守住，更要出新的东西，这关系到企业的长远发展。”

集团成立以来，通过不断创新，图书产品在精品化特色化品牌化上有明显突破，每年出书品种超过1万种。76个项目获“国家三大奖”（“五个一”工程图书奖、出版政府奖、中华优秀出版物奖），总成绩名列全国前茅。2014年，2本图书1部电影获十三届“五个一工程”奖，获奖数在全国出版集团排名第一，也是唯一获得出版奖和电影奖的出版集团。1000多种图书获得各级各类奖项，332个项目入选“十二五”国家重点出版物规划等国家级重点出版项目，数量和总额位居全国出版集团前四强。每年都有上百种图书登上各类畅销书排行榜，《虹猫蓝兔七侠传》曾销售1700万册，居当年全国销售排行榜第一名。

此外，时代出版4家出版社入选全国百佳出版单位，入选总量和比例分别居全国第3、第4名；黄山书社、少儿社、美术社、教育社综合实力分别全国同类出版社第2、第4、第1、第10，黄山书社在古籍类社中仅次于百年老社中华书局。新华印刷公司连续6年荣登全国印刷100强。时代出版传媒股份公司有16种期刊，年发行量超过1300万份。《保健与生活》、《时代发现》杂志年发行量分别为400万份、150万份，其中《保健与生活》杂志荣膺2013年全国“百强科技期刊”、“全国年度最受读者欢迎的50种期刊”。

“创新还要体现在经营模式上，要对自身经营模式进行认真分析，清醒认识到自身的优势和劣势，提高应对挑战的能力。要寻找新的市场突破口，就必须具有与时俱进的创新意识，既立足当前又着眼长远，在不断摆脱对旧的发展模式的依赖中，推动公司实现创新发展。”对于创新，集团总经理田海明有着自己独到的见解。

十年开拓 创出了特色创立了品牌

为者常成，行者常至。

安徽出版集团把抓布局作为谋划发展的基础，从战略上构筑未来发展的框架。从传统出版向数字出版、立体出版、报纸传媒、文化旅游、文化商贸流通、非金融投资、证券参股等领域延伸；从纸质阅读向泛阅读和互动阅读推进；从立足安徽到进军国内拓展海外。

2014年，安徽出版集团上线全球首个文化生活类社交平台“时光流影TIMEFACE”，引起主管部门、行业内外和风险投资的高度关注，荣获首届中国创意工业创新奖新产品提名奖，入选2014出版发行业年度创新10强。集团所属安徽教育网络公司参与制定电子书包和电子课本国家标准。时代漫游公司开发完成国内领先的幼儿全媒体电子教材产品，业内誉为幼儿教育“数字版人民教育社”。旗下《市场星报》被评为全国传统出版数字化转型示范单位。

影视剧成为集团新的亮点和增长点。投资拍摄的电影《1894甲午大海战》除获得中宣部“五个一工程”精神文明奖，还荣获第15届上海国际电影节最佳影片奖。电视连续剧《决战前》《老爸驾到》等在山东、辽宁卫视及江苏、浙江地面台播出。电视剧《我的老婆八零后》未播先火，入选腾讯视频2014年十大热播剧之首，将于今年底播出。电视纪录片《抗战名将录》在安徽电视台科教频道播出，并陆续在全国60多个地方台频道播出。市场星报APG微电影工作室已成为安徽最具影响力的微电影工作室之一，《微校》、《我的奋斗老年篇》、《爱不停》等作品屡次斩获各类奖项。

此外，集团重组控股武汉时代迈迈教育出版传媒公司，设立北京时代华文书局、时代国际（上海）出版传媒公司、俄罗斯新时代印务公司、波兰马尔沙维克集团等，为未来发展打下坚实基础。

对于企业发展，董事长王民有着清晰的思路，“企业发展不是一天两天，要有长远的发展大计，动手没有早晚，要积极地去寻找新项目、新资源。要以‘跳出出版做出版’的广阔思维，重新审视经营发展模式，将精力集中在解决长远发展、未来发展的全局性问题上。”