

全国人大代表
安徽出版董事长
王亚非

设立丝绸之路“一带一路”文化产业引导基金,作为政策性专项引导资金,鼓励和支持重点文化企业和项目“走出去”;成立非物质文化遗产保护与发展引导基金,用来支持对非物质文化遗产的研究、出版、立体开发、传承;推出互联网新媒体融合发展引导基金,激励各行各业特别是文化产业坚持互联网思维。这是全国人大

代表、安徽出版集团有限责任公司(以下简称“安徽出版”)总裁王亚非在今年参加全国“两会”时提出的三个建议,涉及的内容包括文化“走出去”、文化与科技融合、文化保护等多个方面。在王亚非看来,文化产业的发展不仅要加强传承和保护,随着科技的不断发展以及市场需求的快速变换,科技的发展为出版行业做出了巨大的贡献,数字出版的横空问世甚至改变了出版行业的格局,老牌出版社应该认清市场走势,找到企业的定位。

目前文化产业已与科技密不可分,推进文化创意和设计及相关产业的融合,开发相关衍生产品,借科技实现文化产业的“多元融合”将是未来的重要发展方向。

王亚非： 文化体制不改勿谈创新

·商报访谈·

资本助力出版实现大跨越

创意不足使企业举步维艰

当谈到参加今年的全国“两会”,带来了哪些有关文化行业的意见和建议时,王亚非表示,此次来京的目的是为了进一步推进文化体制改革,完善文化与科技、产业的融合,丰富我国的文化产业建设。“文化体制改革已经走了十几年,很大程度上提高了文化企业的竞争能力和体制活力。”王亚非强调,无论是在企业文化还是内部制度等方面都加入到体制改革的过程中。文化产业是一个创意行业,如果从业者思想僵化、制度老化,那么企业的发展将会举步维艰。

作为安徽出版的总裁,王亚非对北京商报记者说:“出版是文化产业的一个方面,要想拥有更广阔的市场空间,出版企业可以借助科技、金融手段实现自身的前进。”

我国的经济状态良好,在这种大环境下,出版行业获得前所未有的机遇时,也迎来了巨大的挑战。伴随市场机会的增多,同行业内的竞争压力也在增加。企业想要在竞争中获得一席之地,应该开始根据国家的经济扶持政策,利用资本市场吸引更多的资金投入,更早地占领市场份额。

图书版权“一鱼多吃”

由于跨界融合的逐渐增多,影视、图书、动漫、旅游等方面的融合为出版行业带来了新的商机。例如,近期上映的电影《狼图腾》、热播电视剧《何以笙箫默》均实现了小说与影视剧的互相带动,而许多网络游戏、手机游戏也多为名著改编。对此,王亚非解释道:“图书版权的‘一鱼多吃’为出版行业带来的更多的价值,很多领域都开始与出版密不可分。”

现在市场上有很多出版公司开始涉足影视、旅游等其他领域。他们也不再仅仅是版权出售,而是设立了属于自己的子公司。“出版企业布局多领域发展,要做的不仅仅是涉猎,而是力求专业,建立综合性的文化产业集团

已经成为很多大型出版公司的战略目标。”王亚非认为,科技在出版行业已经产生了巨大的影响,让那些能跟得上时代变化、科技进步的出版企业获得更好的发展前景。

扩展新业务迫在眉睫

科技的不断发展以及智能手机、电子阅读设备的普及,对传统出版行业产生了一定的冲击;行业内跨界合作的案例也越来越多,人们都在寻求转变,老牌出版公司想要继续在市场上存活下去,企业加速转型、拓展新业务已经迫在眉睫。

除此之外,由于近年来与海外的文化交流越来越多,文化“走出去”同样为出版公司带来了巨大的商机,出版企业不仅要了解国内的市场需求,也要熟知海外读者的喜好,提早占领市场将会为未来的发展带来更多的机遇。“目前安徽出版就已经在海外建立了4家分公司,每年的营收达到亿元。而对于其他出版公司来说,海外淘金也是不错的选择。”王亚非强调。

公司进入资本市场,现在正在向科技、新媒体转型。企业转型、开辟新领域的过程中,每走一步都面临着巨大的困难,都承担一定的风险,但这不是出版人畏缩不前的理由。“资本市场就是有风险才会有收获。”王亚非在全国“两会”上说:“安徽出版在2005年成立之初即开始了转企改制,企业的年销售收入不到10亿元,净利润也只有几千万元,出版图书仅有1000多种,是一个弱小、封闭、单纯做出版的企业,而现在净利润已经是当年的十几倍。”

面对激烈的市场竞争,缺乏创新意识的企业很容易被市场淘汰。“出版公司的管理者需要站在行业的高度思考企业的未来发展,通过开拓新业务来抢占市场份额,而不是偏安一隅,不断打造新产品、吸纳新人才来提升企业的创造力。”王亚非如是说。

北京商报记者 卢扬 沈艳宇



·代表声音·

新媒体是做品牌最佳武器

在数字出版大行其道、人们逐渐养成了碎片化读书习惯的同时,很多人误以为纸质出版已经成了夕阳产业,有一些出版企业也因此在增加数字出版投入的同时,忽略了传统的纸质出版业务,但是市场却远远不是表面上看到的那么简单,其实市场的每一个变化都暗藏商机,纸质出版永远有它的立足之地,无论是学生使用的教辅书籍,还是以一些经典名著,纸质图书都有较大的优势,而数字出版不禁能够节约原材料,在很大程度上降低了出版公司的资金投入,减轻了企业的压力,已经成为出版人争相发展的领域。

现在很多人认为数字出版与纸质出版存在市场竞争,正处于水火难容的状态。其实二者并没有站在对立面,它们只不过是一只鸟的两个翅膀、一辆车的两个轮子,二者之间的关系不是互相竞争、抵消的状态,而是互相促进、补充的关系。对于一些描述悠久历史、传承民族文化的书籍,其中的内容并非电子设备能够充分表达的,读者需要用一本纸质图书反复钻研。但是新闻、短篇小说、网络小说等浅阅读,或者是一些工具书籍却能够在数字出版领域大展身手。

读者的需求才是决定一个出版集团长盛不衰的关键,市场上的数字阅读也不会完全替代纸质阅读。出版社应该在数字出版和纸质出版领域双管齐下,同时针对两种出版方式,依据不同读者群的喜好进行设计。例如,现在很多年轻读者已经习惯于用手机、电子阅读器看书,因此在数字出版方面,制作的书籍应该偏向于现代化,在字体的排版、封面设计、题材选择等方面更加趋于年轻化。对纸质图书的出版则以体现“书香气息”为主,在封面的装订、材质的选择等方面更加精细化,使纸质图书不仅仅适用于阅读,现在很多出版社开始制定精装本,使之成为珍藏的艺术品。

与此同时,互联网新媒体的崛起使各个行业都产生一定的变化,出版公司也应该抓住这个机会发力数字出版业务,开展新媒体阅读平台,不断扩充自身在行业内的影响力。