

吉林东北亚出版传媒集团不断出版精品出版物

以书为媒 吉林人绘出大世界



书，是每个人必不可少地会接触到的一件寻常物品。随着互联网和电子图书的迅速发展，传统的纸质书籍如何适应全新的市场挑战？近年来，吉林东北亚出版传媒集团顺应市场潮流，逐步摸索出了一条新的道路，但无论是聚焦精品，聚合资源，还是聚力创新，都始终遵循一点——用“心”把普通的书做出更大的文章。于是，便有了呈现在读者眼前越来越多的以“中国梦·吉林故事”为核心的精品出版物。

【聚焦精品】

精致—— 做图书绝不满足于“差不多”

每一本图书，都有属于它自己的品质和灵魂。而为了把书的“灵魂”升华到真正为读者所接受、认可，甚至是竖起大拇指，吉林东北亚出版传媒集团在这几年来没少下功夫。2015—2016年共有26大类102个项目荣获国家级奖项或入选国家重点图书重大项目，实现了“既叫好又叫座”的目标。集团党委书记、董事长成与华说：“我们始终坚持把社会效益放在首位，突出主业，以生产优质内容为核心，强化顶层设计，强化重大项目、重点选题开发，打造精品图书。”

股份公司董事长、总经理刘从星在说起精品图书时，向记者道出了“玄机”：“我们始终坚持的便是工匠精神，图书的品质和灵魂其实就是工匠精神，解决图书出版中的‘差不多’的思维。”所谓的“差不多”就是满足于90%甚至更少，而不追求100%。在打破“差不多”的固有思维后，一大批精品图书在近年接连涌现。首部全景反映解放军援塞医疗队抗击埃博拉疫情的长篇报告文学《大国担当》入选了“十三五”国家重点图书出版规划、文艺原创精品出版工程，今年还将推出外宣版，面向美国、英国、古巴、非洲等国家和地区输出。推进马克思主义中国化、时代化、大众化的经典通俗理论读物《理论自信》、适合孩子看的动物小说《旗驼》。2016年我省唯一荣获中华优秀出版物奖作品的《过年》等，都成为“既叫好又叫座”的精神食粮。

与此同时，吉林东北亚出版传媒集团旗下各出版社都在积极全力打造具有鲜明特色的读物，如给予智慧女性的青春励志文学《悦读时光》系列，深受女性读者欢迎，年销售量超过40万册；原创少儿文学品牌作品《龙与猫之国》以紧扣心弦的故事情节配合华丽唯美的插图，为青少年读者提供了满满的正能量；《大国医》系列中医保健图书既传承了国医绝技，又体现了出版社为弘扬中医国粹所体现的社会担当……

精心—— 幼儿图书细致到油墨

做精品图书，源于出版人的“精心”。在少儿出版物方面，吉林东北亚出版传媒集团一直在全国保持前两名的领先优势。刘从星向记者透露了一个小“秘密”，对于少儿出版物来说，不仅要讲求内容的趣味性、实用性、学习性，更要在细节上做足功夫，“你看，这些少儿图书，特别是幼儿读物，书角是圆的，不扎手。再摸摸纸张，都是很厚的，为什么？纸太薄，对于孩子来说也更容易割伤手。另外，不论是纸张还是油墨，我们都坚持环保，印书的油墨是用大豆油做的。”



【聚合资源】

融合—— 传统媒体成功转型“医界大咖”

在新媒体的冲击下，传统媒体不可避免地都在深思转型之路，在面对读者群大量转移到新媒体的情况下，东北亚出版传媒集团旗下卓信医学传媒集团摸索出了自己的路。过去几年，这家同时拥有《中国医院院长》杂志、《中国社区医师》杂志、《医师报》的媒体集团，打破传统纸媒的市场“寒冬”，逆势上扬，业界习惯将卓信的成功归功于“转型早、积淀深、定位准、服务新”之功。据了解，在三、四年前，卓信的业绩表还没有体会到丝毫“凉意”时，集团旗下三家媒体就已经迈开从传统媒体经营向媒体融合跨界发展的脚步，网站、微信、客户端等新兴媒体以势不可挡之势快速崛起。以《医师报》为例，目前微信公众号的医生用户数量已经超过10万。精准定位，也是卓信形成媒介品牌的保障。《中国医院院长》杂志及互联网媒体，锁定医院管理者，是中国医院管理行业领军媒体，通过线上线下多维互动，现在杂志发行渠道已覆盖国内二级以上医院，平均每家医院2.2本。《医师报》及互联网媒体，从精度上锁定二级以上医院的专科医师，是中国医师协会的唯一报纸。《中国社区医师》从广度上锁定

【聚力创新】

发力—— 互联网帮了出版的大忙

全面启动数字出版工程，让东北亚出版传媒集团对未来的出版发展有了更强的信心，不断借助互联网来发力。“互联网+出版”融合发展的路线走对了，也看到了喜人的成果。目前，已有8个新媒体项目入选了国家新闻出版改革发展项目库，集团资源库已上传13300余种数字资源，并以资源库为基础，开发了网站平台与各类融媒体出版物等多种数字出版产品。

互联网帮了出版的大忙，也在销售渠道开场了一片新天地。集团与天猫、京东、淘宝、当当、亚马逊等电商平台建立了合作关系，抢占精准策划和精准营销高地。据了解，在探索创建了天猫店铺“1+N”集约化运营网络营销体系后，图书销售呈现裂变式爆发性增长。2016年，网络图书公司全年销售额收入达5880万元，同比增长5倍。以“双十一”为例，当天销售了650万元，取得了天猫图书热销店铺第五

基层医务工作者，是我国基层医药行业的主流媒体。

然而，卓信在转型之路上并不能仅仅满足于资讯传播形式的改变和丰富，更多还是在媒体运营模式上创新升级。2014年初，卓信迈开了从传统媒体经营向平台化服务转型的脚步，通过一系列改革创新，集团以强势传统媒体公信力为基础，以覆盖大中小医院高层管理者和学科技术骨干的行业优质资源库为核心，以用户现实个性化需求为导向，以互联网媒体转型为趋势，以中国医院院长年会等高端品牌会议和学术活动为延展，以中国医院微电影节探索跨界融合，以中国医院成长计划项目为突破，推出了一系列针对我国医疗健康产业受众的多维度、全链条、定制式的平台化服务项目，在完成媒体转型、跨界融合发展的同时，也连续多年实现了两个效益平稳高速增长，成为业界的佼佼者。

契合—— 当咖啡与图书擦出热烈的火花

图书出版，终端是每一位读者的手。而传统的购书方式，随着互联网的不断发展壮大，已经越来越多地从书店转移到了网上。传统书店在竞争压力和市场需求的推动下，

都在探索实行多元化经营。重庆路图书音像大厦率先设立了咖啡体验中心，提供更优质的增值服务，为读者创造了新的阅读体验。2016年12月28日，红旗街新华书店的二楼，占地240平方米、设有顶级投影、灯光和音像设备的阅悦咖啡吧也揭开了面纱。

书店内的书，不再是单一地只能通过付款、拿回家阅读，而是可以一边品着咖啡，一边徜徉书海。咖啡与图书因为被找到了完美的契合点，在书店的转型期，擦出了热烈的火花。在被问及是否会担心读者在书店里读书就不去购买了，长春市新华书店总经理宋孟林笑了，“如果是在四五年前，我们确实不喜欢只看不动的，但是随着大家的阅读习惯悄悄发生改变，以前阅读纸质图书，现在更多人习惯在电脑和手机上看，购买方式也在发生改变。因此，我们在观念上也开始转变，毕竟以前面对的是读者，而现在面对的是消费者，书店有人气了才能有销售。”书店，已经成为了以“图书”为载体，多元化汲取知识的渠道，书店和咖啡吧的“结合体”也把更多人联系在一起，例如，每周在咖啡吧还将举行公益活动，读者在长春市新华书店的微信公众号上就能提前获悉活动内容，英语沙龙、插花、国学、书法，甚至是机器人……书香，正在以另一种形式飘进每一位读者的心里。

那么在“VR/AR”技术不断被开发和应用的今天，未来人们的读书方式将在新技术之下，玩出更多的新花样。目前，在东北亚出版传媒集团出品的不少图书中，已经开始用VR和AR技术吸引读者了。一款基于AR技术的全新儿童启蒙教育产品《小宝动物园》就让不少孩子乐此不疲地“阅读”，只要把书中的92章卡片，用装有相关APP的手机、平板电脑一扫，恐龙、鹤、大象等动物便以立体动感的三位视觉效果呈现出来，小动物不仅可以跑、跳、飞、叫，还可以做360度旋转，并伴有中、英、韩、俄四国语言的母语原声发音，教宝宝认识动物，寓教于乐。《进入恐龙公园》则利用了VR技术，戴上随书赠送的“身临其境”眼镜，便“进入”了逼真的恐龙世界，你不仅感受到了恐龙的生活环境、捕食场景，还能仿佛置身于有声有色的大自然中。

读书，正在以一种不可估量的发展形势，极速奔走在创新之路上。吉林图书，蓄势奔跑！
/ 记者 韩玉红 报道 摄