



作为中国儿童教育产业的产品提供商和服务商,成立于1999年的海豚传媒股份有限公司集图书、教育、数字为一体,始终以“给孩子带来健康、快乐与知识,为中国的儿童和家庭提供全面、优质的产品和服务”为使命。目前,海豚传媒已涵盖45个业务部门、397名员工,市场销售产品品种6000多种、年销售额近7亿码洋。2013年,海豚传媒在“新海豚、新产业、新使命”的战略规划下,开启了以出版为主业、以教育和数字为两翼的产业发展新格局。重大的战略转型带来了新的机遇和挑战……

夏顺华(海豚传媒股份有限公司总经理)



拥抱梦想,向着明亮那方……

——海豚传媒华丽蜕变后的梦想缔造

■中国出版传媒商报记者 郑杨

海豚图书 精品出版 品牌经营

以全球化的视野、高度的民族责任感和使命感,以虔诚的文化敬畏之心,采集和传播最先进的文化和文明成果,海豚坚持将世界各国的经典童书带进中国,带给中国的家庭和孩子。为了让引进版经典童书更适合中国孩子的心理诉求和阅读习惯,海豚努力挖掘引进版童书的核心价值,并进行本土化的二次呈现,为中国的孩子策划并出版了一系列优质的图书,如“塑造优雅女孩”的芭比系列图书、“培养阳光男孩”的漫威和DC超级英雄系列图书、“培养智慧阳光儿童”的兔巴哥和崔弟系列图书、“培养自信快乐孩子”的芝麻街系列图书等。

“在目前竞争日盛的业态环境下,少儿出版需要通过转型和升级,寻找和形成新的核心竞争力,以专业化的姿态突出重围,走出一条个性化的生存和发展之路。这是海豚在践行并努力的方向。”对于传统出版板块,作为海豚传媒的掌舵人,夏顺华在2012年底提出“新海豚”的战略规划时,心中就已经有了新的思考。

近几年,国内少儿图书市场各类图书纷繁芜杂,而被消费者认可的优秀品牌特别是原创品牌却寥寥无几。“少儿图书行业,图书的制造是基础,而最终的目的是创造品牌,进而创造更高的价值、影响整个社会”。同时分管编辑中心和市场推广,海豚传媒副总经理安海洋认为,同质化严重的大竞争时代,定位成为战略的核心。“海豚传媒坚持‘精品出版’的出版理念,通过品牌化经营,打造拳头产品,强化核心价值,培养市场忠诚,在细分市场实现专业化的纵深发展。同时,我们积极与读者互动、与媒体连接、与版权方联合,强化读者的认知,彰显品牌的影响力。”

在“精品出版、品牌经营”的理念下,编辑、生产、营销三大中心通力合作、密切沟通,以全新的姿态经历着转型期的升级发展。2013年,编辑策划中心按照教育特性和读者需求重新划分了各部门职责,专业人做专业事,构建扁平化、专业化的组织结构。经过大量的市场调研、内外部多级论证的选题立项机制的运行,一个新项目才会得以立项和进入生产,从而保证从品种出版到品效出版的有效转移。通过“编辑讲堂”的定期培训、市场走访、国外出版社拜访学习以及延长产品的管理长度以更好地服务营销。在资源整合、市场意识的强化、全球出版视野的开阔和编辑技能的培养上,每一位编辑都得到了全面的提升。而如何有效地贴合内容并传达编辑的意图,如何打造精致、温暖的童书,则是生产中心面对每一本童书时思考的焦点。为此,涵盖原画部、设计部、制作部和出版部的生产中心进一步紧密与编辑的沟通和协作,强化团队的市场意识,积极关注先进的理念和技术,实现对生产中心升级的要求。各种新型销售终端和多样化的市场零售客户的出现、网络渠道市场份额的大幅提升,对供应链提出了更高的要求;渠道下沉和终端精细化的要求,使得业务量大幅增加;图书市场品种增长和同质化现象日益加剧,营销成本上升;图书发行管理的专业化需求,对发行人员的知识结构和综合能力提出了更高的要求,行业从业人员的综合素质需要提升。在当前的市场环境下,海豚营销中心在加大营销力度和营销投入的同时,大大加强了对产品和渠道的管理,进一步提升产品的渠道适应性和各个渠道的市场竞争力。2013年,海豚营销中心在公司“营销升级”的战略要求下,努力打造一支懂儿童教育、懂产品、有营销意识和服务意识

海豚传媒一直专注于少儿出版,着力打造全产品链的产品结构,涉足少儿出版的各个门类,以满足儿童不同年龄阶段的成长需求。目前,海豚传媒已经掌握了最前沿的图书信息技术,聚集了大批专业、优秀的图书编辑、制作和发行人员,拥有6000多个动销产品,年出版新书近1000种,并组建了海豚教育、海豚绘本花园、海豚低幼馆、海豚文学馆、海豚科学馆、海豚国际品牌馆、海豚“乐易学”玩具书七大产品板块,同时坐拥美国芝麻街、美国美泰、美国漫威、美国华纳、美国培生、美国探索频道、德国 Tessloff 等众多国际品牌。



信息化时代的科技进步和网络普及,改变了人们的阅读习惯和信息获取方式,也深刻影响着出版业。数字革命正在改变传统出版流程和出版业态,数字出版已经在世界各地呈现蓬勃之势,而作为大众出版领域最活跃的板块,少儿出版也在积极迎接数字化浪潮,寻求顺应时代的更大发展。

“数字内容的建设对海豚传媒在儿童教育产业的产品提供商和服务商的定位转型中尤为重要。目前,我们已将其作为重点战略之一。”夏顺华说,“海豚走进数字板块是必然。我记得五六年前美国一个很优秀的企业家曾说过,现今,如果你的企业还没有跟 Internet 连接的话,机会就不多了。我们必然要走进数字板块,而且数字板块的商业模式一定要具有规模效应,要提供国际的、技术高端的、规模的产品和服务才有可能被广泛应用,深入人心”。从2002年海豚传媒成立动画事业部,到如今的动画制作、幼教数字出版、影视制作三大项目平台的组建,经过十多年的发展,海豚传媒在数字领域的尝试已经初具成效。

十多年的摸索尝试和一路成长,海豚的数字出版之路是痛并快乐的。自2009年10月登陆央视及全国各大省市电视台以来,海豚的第一部原创三维动画《小鼠乒乒》就受到了小朋友的喜爱并得到社会各界的广泛关注。2010年原创动画大奖“金熊猫奖”、原新闻出版总署2009年“原创

海豚教育 精英教育 成功导向

加快幼儿教育事业的发展,就是我国构建社会主义和谐社会的重要内容之一。近几年,由世界范围内的“早期教育热”可见,幼儿教育在世界各国受到了普遍的重视。“为了适应幼儿教育发展的新形势,使更多的儿童能享受到优秀的学前教育,推动和加快中国幼儿教育事业的发展,‘海豚教育’项目势在必行。我们期望,能为中国学龄前的儿童、幼儿园、早教机构提供全面、优质的教育产品和服务。”谈到踏足儿童教育的初衷,夏顺华如是说。

2012年7月,海豚宝贝教育发展有限公司注册成立,由此,海豚传媒吹响了由传统图书出版领域向幼儿教育领域进发的号角,竭力打造集幼儿园连锁和幼儿教育图书研发于一体的幼教品牌。2012年9月1日,海豚传媒第一所幼儿园武汉丽华苑幼儿园的开业仪式上,夏顺华提出,未来5年将在儿童教育领域投入重点资源,协力中国的幼儿教育机构与家庭,用优质的产品与服务为孩子创造更加美好的未来。随后一年的时间里,海豚幼儿园分别在武汉开设了第二所分园金色港湾幼儿园

和第三所分园江南春城幼儿园。结合自身的儿童出版优势,海豚传媒将着力打造“海豚幼儿园”品牌,以“精英教育,成功导向”为立园之本,整合优质的教育资源服务于中国0-6岁的儿童及家庭,力争实现“3年全国、5年全国”幼教连锁的经营格局。根据中国教育部颁布的《幼儿园教育指导纲要》和《3-6岁儿童学习与发展指南》等纲领文件,“海豚教育”搭建起“高起点、高标准、面向未来”的教育产品体系。它已经上市发行的以绘本阅读为特色、围绕绘本内涵挖掘多领域教育价值的《海豚绘本主题活动》综合课程;即将在2014年秋季上市的国内首套三维动画情景式国际儿童英语课程《Time For English》;以及凝聚国内权威幼教科学教育专家心血和智慧,并于2014年秋季上市的国内首套系统化的科学启蒙课程《Curious Kids》。未来,“海豚教育”产品还将陆续推出蒙氏数学课程、奥尔夫音乐课程、幼儿美术课程、幼儿园游戏课程、幼小衔接课程等等,全力构建“综合课程”、“特色课程”和“数字课程”为核心的产品体系。

从20世纪60年代开始,人们开始意识到幼儿教育的重要性。20世纪70年代中期开始,作为正规教育补充的非正规幼儿教育迅速发展。20世纪90年代以来,随着社会对幼儿教育要求的提高和科学技术的进步,世界各国越来越倾向于将幼儿教育放在教育和社会发展的整体中来规划和思考。

“海豚教育”不仅关注学龄前儿童的人格建立、潜能开发、个性发展等影响儿童发展的多元因素,更关注在幼儿教育大环境下的师生共同成长,帮助教师不断接触优秀的教育思想和现代教育方法,并提供丰富的教育配套资源,让教师爱上教学、乐于创造。海豚教育”不仅关注教育产品的研发,还汇集全国权威学前教育专家和学者,组建了一支强大的师资培训团队,为全国幼儿园树立特色品牌、提升教育品质、打造园所文化等,提供全方位的培训服务。对于海豚教育的未来发展,夏顺华脸上写满了期待,“在我看来,中国的强大需要培养一群有竞争力的中国儿童,而只有让自己幸福并有能力带给他人的幸福的人才是成功的人。我们一直在努力,把最好、最美的书献给中国的孩子们;我们也一直在努力,将健康、科学的儿童教育理念带给中国的学校和家庭。未来,我相信,海豚教育将培育出一批又一批精致、高贵、睿智、勇敢、责任、担当的未来领导者,因为我们爱孩子、尊重孩子、敬畏生命。”

海豚数字 跨界融合 初具成效

除了动画片的制作外,幼教数字出版是海豚数字的另一重要组成部分。2011年7月,海豚幼教数字出版部的成立,使得海豚传媒将十多年来在传统出版领域的积累,通过一种新的渠道进一步开发潜力,使公司在出版产业的大潮中始终能够与时俱进,让海豚传媒在新的机遇面前取得更大的发展。以幼儿园数字课程的研发为核心,海豚幼教数字力图给幼儿园提供优质先进的各领域数字课程资源,为中国幼教机构提供高效、系统的数字化教学解决方案,为幼儿教师提供更多的教学辅助,为孩子们创设积极趣味的教学游戏课程,让孩子在快乐的体验中学习和成长。同时,2012年11月29日,依托海豚的发展优势及已有的发行基础,海豚传媒(北京)影视制作中心的成立,更让夏顺华对“数字”的“热情”彻底而全面。依托北京人才资源集中的优势,海豚传媒(北京)影视制作中心面向全国,将为少年儿童创作精致、高贵、专业、优质的儿童影视作品,以这些作品为载体,传递知识、弘扬文化,向孩子传播快乐、阳光、向上的正能量。

PEARSON



结语

“跳出传统出版行业的藩篱,构建产业发展的格局,更好地服务中国的儿童和家庭,是解决我们这个行业发展空间问题的唯一思考方式。”夏顺华积极谋划海豚的发展格局。未来,海豚传媒将朝着经营格局多元化的方向继续迈进。从单一图书的出版转变为集少儿图书出版、数字出版、学前教育于一体,从武汉拓展至上海、北京、广州、济南、深圳等地域,真正实现了跨媒体、跨行业、跨地区、跨所有制的发展。在“新海豚、新产业、新使命”的战略规划下,海豚传媒将一如既往,不断开拓创新,努力为中国的家庭和孩子带去更多优秀的精神产品。经历华丽的蜕变,海豚传媒始终拥抱梦想,向着明亮那方——他们的目标将更加宏伟,他们的工作将更具有挑战性,也祝愿他们的事业更加辉煌!