



中国·海豚传媒
DOLPHIN MEDIA., Ltd

1999年,武汉。彼时还没有合伙人这种洋气的说法。武昌,中北路也远不如今天的繁华,楚河汉街还不曾在王健林的脑海中成型。从湖南出发,辗转广州,再北上武汉的夏顺华,带着8名年轻人,开始了他一生的事业——海豚传媒。

海豚传媒:走在时代前面的领路人

中国出版传媒商报记者 文 董

第一个十年 中国少儿出版传奇

2009年冬,海豚传媒10周年盛典在城市滚石音乐厅隆重启幕。此时,距离海豚传媒最早的8人初始团队创业的历史,已经整整过去10年。200多人的专业团队,年销售近4亿码洋的战绩,在中国的少儿出版领域名列前茅。

在这10多年里,海豚传媒抱着一颗最简单质朴的心,一步一个脚印,坚定而又踏实地经营着事业。从创立公司的第一天起,就以近乎苛责的态度,精益求精,做好每一个产品。正如海豚传媒联合创始人、总裁夏顺华所说:“理想与成功无关。做好每一件小事,做好每一页书、每一册书、每一套书,唯有千万件小事,才有可能成就一番大事业。”

海豚传媒在国内第一个带领策划和设计团队走进欧洲,参加各类书展,上门拜访出版商。而这一传统,从2002年秋天第一次参加法兰克福书展开始,一直沿袭至今。海豚传媒用7年的执着和坚持,感动了德国出版商,获得了全球最经典的少儿科普品牌“WAS ITS WAS”的中文版授权。正是因为如此,海豚传媒在短短的10年里,就一跃成为中国少儿出版领域的领路人。

2008年,被海豚传媒出版的“豪门童书”吸引来的国际品牌迪士尼(Disney),毫不掩饰地表达了他们对于海豚传媒的创新力、高品质的认可和赞许,并最终将迪士尼品牌授权海豚传媒出版。接踵而来的还有芭比(Barbie)、探索频道

传媒希望,每一个中国人有自己的主张,这时候我们才能受人尊敬。

国内儿童教育的弊端,令海豚传媒深深地忧虑。更让弃戎投笔、从军人投身少儿出版产业的夏顺华看在眼里急在心里。因此,这位心怀儿童的出版人大量地走访了欧美、日本等教育发达国家的幼儿园,观察、交流、学习、分享。熟悉夏顺华的人都知道,他是一个永远胸怀梦想的人。他常说“孩子的未来,就是海豚传媒的事业。”作为海豚传媒的总设计师,他始终秉持“爱孩子”的初心,以极具前瞻性的眼光,来进行海豚传媒事业的顶层设计规划。

“我是个布道者,我常常跑到团队的前面,但是他们终究会跟上来,我们的进步就是这样一步一步发生的。”众所周知,在经历了10多年的积累和沉淀以后,中国的儿童出版市场发生了很大的变化。少儿出版逐渐成为中国图书市场中最有前景的领域。众多出版社蜂拥而至,期望在这块蛋糕上分得一杯羹。这时,海豚传媒又做出了一个令行业刮目的决定。2008年下半年,海豚传媒作为“中国儿童教育产业的产品提供商和服务商”的企业定位初次被提出,并在其后被正式确立为海豚传媒发展新方向。

秉持着为中国孩子出好书的初衷,夏顺华开启了海豚传媒出版事业。而随着这种爱的能力越来越大,对少儿出版现状认识越来越清晰,夏顺华和海豚传媒的梦想也在变大。夏顺华认为,中国的孩子不仅需要好书,还需要更有品质的动画片、纪录片,还要有书店、有孩子喜欢的幼儿园……就这样海豚传媒掀起了更高的帆,开动更大的船,向着全媒体、全产业链儿童教育服务的方向驶去。

多元发展,势如破竹。在继续坚持出版主营业务的同时,海豚传媒不断寻找新的业务增长点。2011年,海豚传媒成立数字出版部,致力为中国学龄前的儿童提供最全面、最丰富、最生动的数字化学习资源,为中国幼教机构提供最高效、最系统、最周到的数字化教学解决方案。同年底,大型三维动画剧《米乐米可》正式启动,海豚传媒期望,以自主知识产权的动漫IP打造,带动周边的新产业,构建少儿教育产业价值链体系。

2012年,海豚宝贝教育发展有限公司成立,海豚国际幼儿园·丽华苑开园,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。海豚丽华苑幼儿园、海豚金色港湾幼儿园以及海豚江南春城幼儿园纷纷开业。海豚传媒希望,通过不断的探索和实践,为孩子打造一个快乐成长的Happy Space。同年底,本着为儿童教育服务的宗旨,海豚北京影视制作中心项目启动,致力于青少年儿童创作精致、高贵、专业、优质的儿童影视作品。

2014年,湖北海豚儿童书店有限公司成立,海豚传媒直营实体海豚儿童书店·人信汇店在武汉开业,这是海豚传媒着力终端营销和服务的又一迈进。事实上,2011~2014年,海豚数字出版、海豚教育、海豚影视、海豚儿童书店等围绕儿童教育的多个板块纷纷上马。

随着海豚传媒对儿童教育产业越来越深入地思考和布局,以及通过多年的自办幼儿园,以及在全球幼教产业的学习和思考,海豚传媒决定从产业高度布局产品和服务体系,成为学前教育解决方案服务商,引领和支持中国幼教产业的前行。

2015年,海豚传媒从儿童阅读市场向儿童教育市场全面转型,在“坚挺主业”的同时坚持“转型升级”,积极探索“出版+”“文化+”的多元发展、融合发展的产业链发展模式。2015年底开始,海豚传媒站在全球幼教产业的高度,围绕0~6岁儿童的全面发展和全程成长,在全球范围内甄选具有先进理念、优质产品和服务的顶尖战略合作伙伴,构建品类丰富、品种齐全、形态多元的幼教产品和服务体系。一个专注于高品质幼教装备引进的国际采购平台,“海豚全球幼教资源集成平台”正被快速地搭建起来。2016年3月10日到12日,在上海国际幼教年会(SIEC)的现场,海豚传媒以高品质、国际化的玩具、幼儿图书产品阵列和数字内容惊艳亮相,博得了参展观众的一致好评,在行业内引起轰动。在现场举办的“学前教育整体解决方案”发布会上,海豚传媒正式宣布:向学前教育市场全面进军。

同年,“海豚数媒”全面开花,大型生命教育主题原创三维动画《米乐米可之神奇海豚岛》第一季52集成片,于2016年秋季在CCTV少儿频道首播,围绕着动画形象IP的图书、玩具、消费产品和专业服务的顶层设计合作伙伴,构建品牌成长、民族文化的儿童纪录片《我是中国的孩子》登陆湖南卫视,与孩子们见面;专为幼儿教育量身打造的《海豚智慧花园》数字盒子正式发布;实体店不断被唱衰的形势下,海豚儿童书店第6家店美丽绽放,全国多家连锁店正在筹备中。与此同时,2015~2016年间,海豚传媒与伙伴中的精英代表共享发展成果,先后联合出资成立成都小海豚文化传播有限公司、安徽小海豚文化传播有限公司、北京小海豚启航文化传播有限公司,持续推进销售服务本地化战略。在全国图书市场并不景气的今天,海豚传媒多年来一路高歌,迎风而行。

2016年,海豚传媒图书年销售码洋正式突破10亿,年销售码洋和销售收入双双再创新高。这个数据,在整个中国少儿出版行业,早已一骑绝尘。

融合发展,矢力同心。基于爱孩子的能力和梦想持续变

大,海豚出版、海豚数媒、海豚幼教三大业务板块在转型升级的同时,积极探索“文化+”“技术+”“教育+”的多元发展、融合发展的产业链发展模式,共同致力于高品质儿童教育整体解决方案的服务。同时,持续引领和支持儿童成长当中两大主体家长、教师的成长与发展。希望共同培养具有高尚品格、完整知识和独特能力的“野性而又高贵”的优势中国儿童。

2017年开始,海豚传媒各大业务板块持续融合发展。在海豚出版板块,原创IP图书出版、AR图书出版、影视节目图书出版、阅读教育解决方案的全面落地。3月,海豚传媒首套AR技术图书《**什么是什么·低幼版**》诞生;4月,《我是中国的孩子》大型民族题材儿童纪录片同名图书上市;6月,海豚影视“绘本时光”项目正式启动;9月,“绘本时光”项目重要子产品《**家长会了没**》绘本阅读亲子脱口秀节目正式上线;11月,海豚幼儿园阅读整体解决方案面市;12月,海豚动画“米乐米可”同名图书《**米乐米可AR习惯养成故事书**》出版,Dolphin kids产品线LED课程荣耀亮相,拉开了海豚传媒“出版+数媒”“出版+幼教”融合发展的大幕。海豚数媒板块,海豚原创IP“米乐米可”之美语时光数字课程首次发行海外,标志着海豚传媒原创输出迈入新阶段。同时,海豚传媒实体板块,海豚国际儿童之家·光谷K11店开业,海豚儿童书店全面升级,步入品牌2.0的发展阶段。同年,海豚国际儿童之家·福州店开业,以店长入股的新型经营模式,开启海豚国际儿童之家的伙伴联盟时代。

新兴板块海豚幼教亦取得不俗成绩,基于幼儿五大领域、八大智能的全面发展,以及托小中大不同年龄段儿童的全程成长,海豚全球幼教资源集成平台建设日趋完善,产品逾5000种,涵盖建构、益智、美工、语言、科学、设施设备、地面墙面、生活用品等23条儿童教育和生活类产品线,涵盖纸制品、数字、木制、纺织、塑料、毛绒等丰富的产品形态。未来,平台品种将突破10000种,覆盖幼儿园教育和生活的方方面面。

第三个十年 共力培养未来世界的领导者

作为中国第一个也是迄今为止唯一一个国际化的幼教资源集成平台,海豚传媒在面向全球整合优质的幼教产品和资源的同时,持续与全球各领域出版商和学教具品牌建立深度战略合作伙伴关系。目前,我们已与全球超过20个国家和地区的200多个国际优质学教具品牌商和出版商建立了广泛合作,同时,众多全球顶尖幼教品牌花落海豚传媒,囊括的中国区独家代理品牌达到8个,包括德国Dusyma、瑞典Aquaplay、澳洲EDX、美国Block Science、美国Tilo、英国Le Toy Van、泰国Wonderworld、泰国Clayworks等,海豚传媒将继续以专业的姿态在全球幼教领域赢得众多品牌商的信任,成为他们在中国的最佳伙伴选择。

在大力整合国际优质幼教产品和资源的同时,基于未来发展的思考,海豚传媒也开启了自主知识产权产品的研发。2017年,海豚传媒玩具自主品牌——Dolphin Kids开启了的品牌发展之路。目前,Dolphin Kids已经贴牌(OEM)的产品涉及9大类超过400个单品。同时,海豚传媒将与德国Dusyma在中国合资开办工厂,引入先进的设备和技术,并建设自己的开发和生产团队,逐步向ODM甚至是OBM的方向发展,布局海豚传媒的全产业链服务体系。

立足强大的全球采购资源集成平台,基于园所的痛点需求,以及产品和产品之间内在的价值逻辑,在专业化方案研发团队的科学配置之下,海豚传媒开始搭建方案产品线体系,为园所提供科学的教育教学方案产品。经过3年的持续开发和市场沉淀,目前,海豚传媒已经建设了涵盖标准教室、功能室、幼教课程等超过20条方案产品线。

同时,作为中国儿童教育智库,2018年“海豚教育研究院”正式成立,积极整合全球幼教智慧落地中国,全面助力海豚传媒教育生态建设。美国伊利诺大学幼儿教育博士、国际蒙特梭利体系专家、美国波士顿教师训练中心的李坤珊老师担任海豚教育研究院院长,全面主持开展幼教专业课题研究、提供专业幼教咨询与服务,构建海豚传媒教育体系,服务海豚传媒内容和团队的专业化输出。研究院将积极整合全球儿童教育各领域专家,针对儿童成长过程中两大环境——家庭、教育机构的提升,分别搭建海豚父母学校、DOLPHINKIDS教育学院服务平台,提供专业的儿童、家长和教师三大发展系统,共力推动高品质幼教在中国的发展。

再创新的2018年,海豚传媒年销售额突破13亿元。

从1999到2019,20岁的海豚传媒还很年轻。在过去的每一天,海豚传媒都以国际资源整合者的角色和标准要求自己在,在积极构建“全球教育生态圈”中寻找契机,共创、共建、共生、共荣。无论从过去的“引进”到现在及未来的“原创”,海豚传媒在每一个发展阶段虽战略重心不同,但始终深耕儿童教育,努力实现让中国的孩子“根植中国、盛开国际”的目标。

“我们要把最先进的教育理念,最高品质的教育资源带给孩子。未来,我们期待与全球更多优质生态伙伴共力,推动中国儿童教育产业的升级,在讲好中国故事、传播中国文化的同时,让中国的孩子盛开国际,成为未来世界的领导者,成为国际舞台的中国力量。”

每当海豚传媒联合创始人、总裁夏顺华开始勾画蓝图,坚毅和执着的力量就从他深邃的双眼中流露出来。知识无国界,儿童无国界,教育无国界。“走向世界看中国,打开中国看世界”。海豚传媒将始终如一,立足于中华大地,着眼于全球生态,用孩子连接世界,把全世界的精华带给中国的孩子,也把中国的好故事带给全世界孩子。

第三个十年,海豚传媒充满期待。



夏顺华

1999年脱下戎装投身出版,致力从儿童教育事业发轫、为祖国培养未来世界的领导者。20年整合全球优质教育资源,推动中国儿童教育产业升级;20年坚守“敬畏生命,尊重儿童”初心,缔造了海豚传媒这一国内领先的儿童教育产业王国。多年蝉联“中国民营书业年度影响力人物”“中国教文文创领军人物”,并担任中国教育装备行业协会理事、湖北省民营书业委员会副会长、湖北北省动漫协会副会长。

入选辞

在中国出版界,不乏有文化理想的出版人,也不缺有商业头脑的企业家。

但在文化与商业之间游刃有余,从军人到出版人,从企业家到教育家,既能实现自己“文化育人”的责任,又不负“科教兴国”的担当,还能“做大做强民族品牌”的,屈指可数。夏顺华带领海豚传媒,在融合发展的大潮中,以教育产业的高度,持续推进海豚出版、数媒、幼教、儿童之家等种子产业的融合发展。在儿童教育的红海中,整合全球优质资源,支持儿童、家庭和教育机构全面成长,推动中国儿童教育产业升级。海豚老夏,这位热切而冷静的教育家,用他的智慧和海豚传媒的坚持,给中国孩子未来的力量。

企业画像

海豚传媒股份有限公司是国内领先的全媒体、全产业链的儿童教育服务商。以“培养野性而又高贵的优势中国儿童”为使命,深耕儿童出版、数媒、幼教三大领域,为0~12岁的孩子、家庭和教育机构提供全面、优质的教育解决方案。团队规模超过800人,出版主业码洋逾13亿。

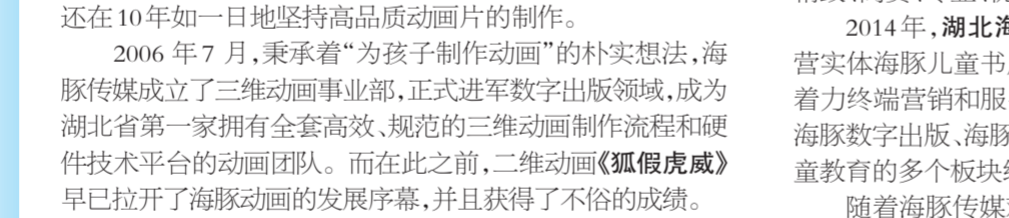
20年用心教育,与超过30个国家地区、120个品牌、2000位各领域专家深度合作,构建超过40条教育产品线,产品规模逾1.2万种,全面引领儿童教育三大主体成长发展。在讲好中国故事、传播中国文化的同时,让中国的孩子盛开国际,成为孩子喜欢的、家长和教育机构信赖的儿童教育明星品牌。

掌门人说

很多年前,我就有一个梦想,那就是为中国孩子的品质阅读贡献一分力量。慢慢地,我还想做更有品质的动画片、办孩子喜欢的幼儿园、拍摄属于孩子的纪录片、给家长和教师好玩的学教具……因为关乎未来,20年来,我始终对这个行业心存敬畏并引以为傲。我们要带中国的孩子去哪里?值得所有人深思。期待与大家共力,为祖国培养未来世界的领导者。



面向儿童 For Children
面向父母 For Parents
面向教育机构 For Education Institutions



(Discovery)、芝麻街、华纳DC、漫威等近10个国际品牌。鲜为人知的是,从1999年到2009年,除了坚守少儿出版,从零开始,一路突飞猛进,勇创中国少儿出版第一品牌,海豚传媒还在10年如一日地坚持高品质动画片的制作。

2006年7月,秉承着“为孩子制作动画”的朴实想法,海豚传媒成立了三维动画事业部,正式进军数字出版领域,成为湖北省第一家拥有全套高效、规范的三维动画制作流程和硬件技术平台的动画团队。而在此之前,二维动画《狐假虎威》早已拉开了海豚动画的发展序幕,并且获得了不俗的成绩。

2009年11月,海豚传媒第一部三维动画片《小鼠乒乓》制作完成,并于2010年获得原新闻出版总署首届“原动力”动漫扶持计划一等奖。当年2月,《小鼠乒乓》登陆央视少儿频道黄金档,精湛的三维技术,掀起了原创三维动画的新浪潮。

从第一个把《唐诗三百首》出版成精装美绘版,到年销售额7000万元的《世界文学名著宝库》,再到浩瀚巨著《世界文学名著典藏》《德国少年儿童百科知识全书:什么是什么》的出版;从最早在中国引进出版图书,经营“海豚绘本花园”品牌,到众多国际品牌入驻,再到10年坚持不懈推动中国儿童阅读,海豚传媒始终走在时代的前面。

第一个十年,海豚传媒投身少儿出版,秉持精致、高贵和温暖的理想,始终坚持为孩子做好书,把好书卖好。善政,民畏之。善教,民爱之。善政得民财,善教得民心。在这种工匠精神背后,还有一份社会责任。海豚老夏说:“出版不仅是商业行为,它自身有着传承文化和弘扬传统的责任,做出版和做其他的事业不同,尤其是儿童出版,需要承担更多的使命和责任。”

做好童书,要有全球化的视野,要有高度的民族责任感和使命感,更要有着一颗虔诚的文化敬畏之心,要了解儿童、尊重儿童。

第二个十年 打破出版边界,驶向儿童大教育蓝海

在做少儿出版接触消费者的过程中,海豚传媒发现,许多年轻的父母在有了孩子之后,由于工作繁忙,将孩子交给了自己的父母,而迫使孩子也在接受着传统教育。在中国,大多数孩子在小的时候最喜欢说的一句话是“我听话”,于是孩子们就没有了自己的思考,而是一味地遵循父母的标准成长,甚至成为了一个“复制品”。海豚传媒认为,少儿出版的本质,不在于图书和知识的传授,而是通过对人的早期教育,培养优秀的孩子。

教育是纯粹的,是支持人类发展的,没有国界的。海豚