



中国·海豚传媒
爱孩子 找海豚

海豚传媒23年高品质童书之旅

中国出版传媒商报记者 文 莹

1999年，武汉武昌，中北路也远不如如今繁华，楚汉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（业内人都亲切地称他“老夏”），带着8名年轻人，开始了他一生的事业。从创立海豚传媒股份有限公司（下文简称“海豚传媒”）的那一天起，老夏就以近乎苛责的态度，要求团队精益求精，做好每一个产品，将“精致、高贵、温暖”刻入品牌基因。“一本书的好，是每一页的好”是海豚传媒对匠心的坚守、对品质的苛求。23年来，海豚传媒立足中国、放眼世界，出版的童书已进入了中国亿万家庭，为孩子们带来最有益的精神食粮，陪伴孩子们健康、快乐的成长。

2022年，海豚传媒迎来了23周年庆。通过对海豚传媒股份有限公司董事长夏顺华的采访，我们与他一起踏上海豚传媒23年高品质童书之旅，了解每一本海豚精品童书的基因密码。

1. 要把全世界的好书带给中国孩子

2002年，夏顺华在参加意大利博洛尼亚童书展时，看到很多精美童书，无论内容还是版式设计都是精益求精，他感到非常震撼，在心中暗暗坚定了自己做好中国童书的决心。“既然有差距，就更要虚心学习，只有做出高质量的童书，才能对得起中国的孩子。”夏顺华坦言。只有开阔视野，团队才会有前瞻的眼光与专业的判断力。夏顺华经常带领自己的策划和设计团队走进欧洲、美国、日本等地，参加各类书展，看世界各国的好书，上门拜访出版商洽谈合作，这一传统一直沿袭至今。在这个过程中，海豚传媒更深刻地认识到为孩子做好书要肩负的责任，并成为一家优秀的企业要秉持的标准。

2002年秋天，作为国内第一个带领策划、设计团队参加德国法兰克福书展的出版人，夏顺华用7年的执着和坚持，感动了德国出版商，获得了全球少儿科普图书领域经典品牌“WAS IST WAS”的中文版授权。海豚传媒将该品牌中文版图书系列名称定为《德国少年儿童百科知识全书》（简称“德百”），并以“学习源于好奇，科学改变人生”作为其品牌slogan。自2009年《德国少年儿童百科知识全书》120册中文版震撼上市，此后12年间，海豚传媒围绕“德百”这一品牌开始了持续的研发、策划之旅，在2020年底，完成低幼版、儿童版、学生版、珍藏版四个套系的产品搭建，“德百号”集结完毕。其中的珍藏版更是屡创销售新高，在2021年的4·23世界读书日期间24小时销售超30万册，今年7月在东方甄选直播间，10分钟又狂销10万册，这套书用实力真正走进了儿童的心里，赢得了市场的尊重。



正是因为走出国门，夏顺华带领团队发现并认识了绘本这一神奇的存在，绘本借助图画来叙事，通过鲜明的色彩、富有创意的构图、独具特色的画面结构来讲述故事，具有美感与艺术性的同时充满了童趣，呈现出别具一格的魅力，深深吸引着海豚人。夏顺华认为这些书能滋养儿童的心灵成长，应该被中国的孩子喜欢并阅读。于是，在绘本这种儿童读物还没有被中国读者普遍接受的时候，夏顺华就毅然决定要引进绘本。2004年，海豚传媒陆续引进了很多国外大奖绘本，并在全国各地举办“大手拉大手、大手拉小手——小图画书里的大世界”系列推广活动，大力推广绘本，直至绘本之风席卷中国。海豚传媒还率先将精装绘本大量地平装化，让优质教育资源走进寻常百姓家。可以说，海豚是最早、最大力度将国际优质出版资源带到中国的企业，并在2006年建立起

4. 从高品质产品到高品质服务



好产品和好服务是相伴而生的，企业的价值乃是产品与服务的合奏。为将“敬畏生命、尊重儿童”的教育理念真正贯彻到用户服务中，海豚传媒于2018年成立了海豚儿童教育研究院，通过专业性、综合性、前瞻性和战略性的儿童教育与出版研究，探索少儿出版与教育、科技的融合共生，推动海豚出版的融合创新和高品质发展。研究院持续深耕分级阅读领域，不断探索基于出版实践的分级阅读理论研究，研制了《海豚中文分级阅读标准》，以期通过海豚的实践为行业的创新发展贡献样本案例。

基于该标准，海豚儿童教育研究院结合《3~6岁儿童学习与发展指南》和《义务教育语文课程标准》等国家政策及权威标准，以0~12岁儿童身心发展特点研究为基础，研究制定了0~12岁分龄阅读体系，将0~12岁细分为五大阶段，明确提出每一阶段的阅读素养发展目标，概括不同发展阶段的阅读特点，为家长和孩子选书提供建议和阅读方案，以期解决中国父母对于孩子读书不专注、为孩子选书难、阅读效果不够好、缺乏阅读兴趣等困扰。

同时，依托海豚优质的内容和丰富的产品，针对线上直营店铺，海豚传媒打造了学龄前宝宝专营店、学龄儿童图书专营店、科普主题店、绘本主题店、文学主题店、点读笔主题店等多个特色店铺，针对线上分销渠道，海豚设计并提供文学、科普、绘本等主题专区，以满足不同消费者对于不同年龄、不同品类的个性化需求；同时，策划制作了一系列分龄阅读、阅读中的教学智慧、阅读方法的短视频，分发在线上店铺及自媒体平台，有针对性地家长提供精细化的选书建议，帮助家长了解不同年龄儿童的身心发展和阅读发展特点，以及适宜阅读的图书，并提供相应的阅读指导。

未来，海豚传媒将继续以儿童成长为中心，肩负国家培根铸魂、立德树人的教育责任和全人教育的目标，用好的内容加持儿童成长，以优质的服务引领和支持家长成为智慧的父母，以高品质产品和高品质服务让海豚成为中国出版行业领先的阅读教育服务商。



“海豚绘本花园”品牌，如今，“海豚绘本花园”已成为了响当当的品牌。2007年之前，“桥梁书”的概念在欧美和日本早就已经日臻成熟，也出现了许多脍炙人口的畅销书。但是直到2007年，“桥梁书”这一概念才进入国内。一向善于抓住阅读先进理念的海豚，在2007年引进出版了国内第一套中文桥梁书《我爱阅读桥梁书》，该书是法国最大的童书出版集团——巴亚集团的镇社之宝。很快，全国就掀起了倡导“桥梁书阅读”“分级阅读”的风潮。《我爱阅读桥梁书》中的每一册都是海豚从巴亚集团原有的几百个品种中精心挑选出来的，海豚传媒围绕“我爱阅读”这一品牌进行了系列开发，完整搭建了适合5~11岁孩子的蓝色、黄色、红色的阶梯阅读体系。这套书目前在国内销量已超过1200万册。2022年，完美契合部编教材的识字读物——《我爱阅读桥梁书》（注音识字版）也全新上市。



2008年，被海豚传媒出版的高品质童书所吸引，国际品牌迪士尼（Disney）毫不掩饰地表达了他们对于海豚传媒出版理念的认可和赞许，并最终将迪士尼品牌授权海豚传媒出版。之后，海豚传媒与国内外越来越多的品牌IP达成了商务合作，包括DC、芝麻街、芭比、海底小纵队、超级飞侠等，一大批耳熟能详的经典动画形象借由海豚出版的图书带给了中国千万家庭和孩子。

海豚传媒产品线丰富而多元，在少儿英语板块，海豚传媒是英国培生教育集团在国内双语版少儿图书（家庭端）TOP1的合作伙伴，双方早在2009年就已建立合作关系，多年来，携手打造了一系列面向3~12岁读者的英语学习品牌读物，如“培生幼儿英语”系列、“培生儿童英语分级阅读”系列、《培生词汇妙趣屋》等，经过市场的检验，成为孩子们喜爱的英语启蒙读物。以培生为核心，海豚传媒也探寻出了一条适合中国儿童的英语学习路线。

23年孜孜经营，海豚传媒开创了一条全球合作出版之路，与28个国家和地区、200多家品牌商、出版商、版权代理，以及2000位独立作绘者达成了广泛且友好的合作，沉淀了丰富、优质、多元的内容资源，版权储备超过5000个，构建了服务0~12岁儿童成长的强大内容矩阵。涵盖了包括安徒生奖、凯迪克奖、凯特·格林威奖、德国青少年文学奖、卡耐基奖、博洛尼亚最佳图书奖、陈伯吹国际儿童文学奖等全球各大童书奖项的作品。

夏顺华表示，着眼于全球生态，用阅读连接世界，海豚传媒将坚持“专注产品线的经营，打造品质好的产品”，在把全世界的精华带给中国孩子的同时，也把中国的好童书带给全世界的孩子。

3. 敬畏生命，尊重儿童

“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，更要有一颗虔诚的文化敬畏之心，要了解儿童、尊重儿童”。多年来，夏顺华行走于不同的国家，以他敏感的情绪和反思的精神捕捉动人的教育细节和前沿的教育思想。

在夏顺华看来，无论是哪个国家哪种理论的先进理念，归根结底就是“爱，以及由爱而生的对儿童生命需求的敬畏与尊重”。于是，“敬畏生命、尊重儿童”成为了海豚传媒儿童教育产业的基础，他要求所有的业务单元都要以儿童成长为中心，尊重不同年龄段儿童身心发展的规律。在夏顺华的期待中，海豚教育的终极使命是“培养祖国未来的栋梁”，让他们有宏大的志向、爱国的情怀、高尚的品格、积极的能量、完整的知识结构、独特的能力，以确保中华民族处于世界领先地位。

秉持健康、科学的儿童观和教育观，海豚传媒持续致力于集趣味性、知识性、艺术性和美善性于一体的高品质童书的出版。布局了九大品类，包括少儿文学、少儿科普、少儿绘本、少儿英语、低幼启蒙、卡通动漫、传统文化、主题出版、家庭教育，构建了服务0~12岁儿童和家庭全面发展、全程成长的阅读产品体系。

例如，在0~3岁阶段，旗下心喜阅出版的“小鸡球球”系列，从洞洞认知书、触感玩具书、立体阅读绘本到创意互动绘本、双语大图鉴等，呆萌可爱的小鸡球球已是无数幼儿的童年伙伴。而在3~6岁阶段，“海豚绘本花园”更是有口皆碑，全部甄选全球大奖大师经典之作，很多囤书的爸妈都表示“如果不知道买什么绘本，选一本印有‘海豚绘本花园’字样logo的绘本总是没错的”，情绪管理、生命教育、成长励志、价值观培养、情商培养、哲学启蒙、艺术启蒙等，可谓百花齐放，如大家耳熟能详的《爷爷变成了幽灵》《我的爸爸叫焦尼》《小魔怪要上学》《世界为谁存在？》《小熊不刷牙》《大城市里的小象》《小地铁的第一次大冒险》等，都是经得起读者们严苛考验，经得起时间洗礼和过滤的精品。待通过桥梁书攀上自主文字阅读高峰之后，海豚传媒的当家文学和科普作品也俘获了7~12岁孩子们的心，除上述的“德百”和“中百”，还有堪称童年珍藏的“小红蓝”共享系列、经典IP“大侦探福尔摩斯”系列、火爆全球的“动物妙想国”系列、“威廉格利尔长篇史诗级科普绘本”系列等等。

结语

“未来20年，我们依然要奋力奔跑，做一个努力承担社会责任、老百姓尊敬的企业。”夏顺华对记者说。20多年来，海豚传媒努力在消费者心中建立“爱孩子、找海豚”的专业品牌形象，海豚传媒的一切发展态度都归于爱，从关心每一个孩子的阅读开始，进而关心千千万万个中国孩子的教育。这份不断放大的爱，是海豚人未竟的责任和使命。23岁正青春，昂首阔步，一个朝气蓬勃的海豚传媒正向我们走来。

夏顺华最常对海豚员工说的一句话是：“成功无大事。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，才能成大事。”夏顺华天天说、月月说、年年说，有时在员工眼中，他似乎是一个布道者。“图书生产，装帧设计中的色彩把握十分重要！”夏顺华告诉记者：“海豚传媒在初创期，我们在为美编购置电脑设备时，都会选择最好的苹果电脑。”夏顺华对于细节的高标准、高要求给了海豚传媒的所有员工一个至今都牢牢不变的信念，那就是海豚传媒要做就要做到最好。

为了找到更优质的印厂与海豚合作，保证海豚的印制水准和出品品质，海豚传媒曾遍访国内的各大纸厂、印厂，一家家进行考察、谋求合作。现在，与海豚传媒已经建立长期友好合作关系的大型印制企业二十余家，极大地保证了出品品质，为海豚童书穿上了一层高端、精致的外衣，让不论是业内亦或是行业外的读者和客户，都能在众多图书中一眼认出海豚产品，正如夏顺华所说：“品相是产品的第一张名片，我们要让海豚的产品第一眼就能抓住读者的眼球。”夏顺华也经常强调，相关企业的高度决定了海豚传媒的高度，只有和最优质的企业合作，海豚传媒的产品才能天生基因高贵，成为行业的标杆。

海豚传媒去年独家引进的《Baby All 英语》是一套玩具书，里面有翻翻书、洞洞书、胶片书、发声书、洗澡书、棉花糖书等多达20种超200个机关设置，合作印厂深圳市星嘉艺纸艺有限公司承接了这套书的印制，从设计、结构制作、印刷，到印后表面处理、成册、包装，每一步都反复打磨和校验，只为给孩子们更好的阅读体验。该书面市后获得众多大V种草，迅速火爆妈妈圈，它的成功也获得了品牌方认可，海豚传媒又获得了BABY ALL新品艺术系列的版权，《Baby All·和艺术做朋友》已于今年9月重磅上市。

此外，海豚传媒早在2000年就成立了原画部，希望在给予儿童知识的同时，还给予他们“感受美的能力和想象力”，这也是一种“前瞻性的眼光”。后来又新增了设计和制作部，组成创意生产中心。研发编辑团队关注读者诉求，用心做好书的每一页，确保内容的高质量；创意生产中心则精心打造高品质图书，包括封面设计、内文排版、插画、图书装帧和印制。

2021年10月，少年儿童出版社和海豚传媒投资2亿、历时十年联合打造的大型原创百科大系《中国少儿百科知识全书》（简称“中百”）第1辑上市，这套书以其独特、时尚的视觉设计，引领着儿童百科的未来审美。文编们对于每一个知识点的讲述字字斟酌，以求生动形象有趣。其创意生产团队则在排版设计、装帧布局上极尽巧思，在内芯设计和产品封装中，力求简单直观清晰，将主题内容与图像化设计深度结合，尽可能图像化呈现知识点，将原本生涩的知识内容，更生动、更直观、更多样化地呈现在孩子面前。比如：以时间轴的方式，展示宇宙的诞生；用全景图的方式，展示整个太阳系；通过放大还原，将肉眼无法观察的天文现象，呈现得更直观；还有透视分解图、纵深线轴等等，摒弃灌输，以强烈的视觉冲击力，给孩子们一场融合知识与视觉、科技与文化的阅读盛宴。这套书2022年先后获得“首届奇迹童书年度大赏十佳作品”以及第四届“全民阅读·书店之选”（少儿知识）类十佳作品。

秉持“精致、高贵、温暖”的出版理念，海豚传媒始终坚持“为孩子做好书，把好书卖好”的坚定信念，这种工匠精神背后是一份强烈的社会责任感。目前，新理念、新创意、新技术、新工艺、新包装下的海豚图书，伴随着可视、可听、可看、可玩的新形式，集合了知识性、趣味性、交互性等当下新一代的中国儿童成长的需求，也在更好地引领变化的市场。

