

海豚传媒:优化业务布局 多元创新并举

2024 海豚传媒新品发布暨合作伙伴大会在武汉举办

2023年,全球经济迎来拐点,我国书业也度过了极其艰难的一年。面临着市场整体下滑、竞争加剧等严峻考验,海豚传媒创始人、董事长夏顺华在3月14日于武汉举办的2024海豚传媒新品发布暨合作伙伴大会上感慨道,身处其中感受到的是重重压力与肩负的责任。值得欣喜的是,在合作伙伴的大力支持



下,海豚传媒主动出击,优化业务布局,在研发、渠道、融合发展等方面进行了一系列创新和变革,2023年实现了持续高质量发展。2024年,海豚传媒继续以儿童为本,精准捕捉Z世代父母和孩子的需求,用优质的内容加持儿童成长,呈现出亮点颇多的各类创新产品。

加速数字化教育布局

此次会议主题为“聚力向前、真诚合作、创新发展”,来自全国各地的经销商代表齐聚一堂,共同见证海豚传媒的高光时刻。会上表彰了2023年为海豚传媒的发展作出卓越贡献的合作伙伴,发布了2024年海豚传媒营销及市场规划,其中,海豚传媒智能硬件、图书和玩教具业务板块分别发布年度重磅新品。

海豚传媒销售副总裁辛炜昕发布海豚智慧阅读馆多元融合解决方案。该方案以实体门店空间为基础,以“图书+益智玩具+教育智能硬件”为载体,以“阅读服务+教育服务”为核心,增加品类收益,为终端提供利润增长点。辛炜昕表示,公司将围绕“人、货、场”三个维度,部署全渠道、全时段、多元化的营销活动,还将根据不同渠道的差异性提供适销的产品池和精细化定

制化的营销策略,以及基于销售链路的科学分利方式、严格的价格保护机制等,全方位助力合作的达成。此外,还将为合作伙伴提供线上场域的打造支持,包括特色店铺、店内专区、社群分销店铺、特色直播间,并提供极致且完备的产品视觉呈现、店铺会员活动方案等。

海豚传媒市场总监向丽萍强调“产品满足需求,品牌创造偏爱”。海豚传媒已搭建多平台、多形态的自媒体矩阵,并为海豚粉丝搭建了专属的成长赋能平台——海豚妈妈团;同时,以读书会、品牌溯源等各类形式的活动,为合作伙伴助力引流。另外,积极与教育系统、图书馆系统、公益组织、异业机构进行全方位连接,让优质的产品、阅读服务走进公众视野,推动全民阅读纵深发展。

会上,海豚传媒2024年度重磅新品缤纷亮相。值得一提的是豚小蒙双语学习机T10,以“内容+技术+教育”为核心理念,聚焦3~12岁学龄前至小学阶段启蒙教育与中英文阅读,是兼具高品质、智能化和高性价比的家庭教育伙伴。这是海豚传媒以25年儿童教育沉淀为依托,优选全球大牌学习资源创新研发而成,彰显了其加速数字化教育布局的决心。

以全球化格局和视野甄选好书

在“根植中国、面向国际,以国际水准打造海豚原创精品”的发展战略下,海豚传媒持续深耕原创,建立自有版权。由中国科学院院士刘嘉麒担任总主编的《中国少儿百科知识全书》已出版2辑20册,第2辑新获评“2023年全国优秀科普作品”,今年3月底第3辑10册即将上市。美国知名童书出版品牌——学乐出版集团的《学乐国际大奖英语绘本》花落海豚。该系列引进后,在年龄段上作了分级阅读,也在成长主题维度上作了区分,一共3辑45册,现已上市,销售火爆。2023年,由海豚传媒策划的7册“景绍宗中华国韵绘本”掀起了国风绘本热潮,入选教育部推荐书单,《中华国韵绘童谣》将于今年4月上市。海豚绘本花园编辑以多年的专业经验和独到的眼光,在奖项未揭晓之前就拿到了2024年凯迪克金奖作品《大女孩》的版权,国内第一本关注胖女孩的反霸凌绘本即将于5月上市。6月,海豚传媒还将推出20世纪美国童书黄金时代巨匠作家阿洛·洛贝尔的两部作品,分别是“猫头鹰的眼泪茶”系列以及《洛贝尔寓言集》。

20多年来,海豚传媒一直坚持选择和国际大牌合作,以全球化的格局和视野为孩子们甄选好书。自2012年开启与迪士尼的合作以来,海豚传媒策划了“米奇系列”等畅销品牌,并于2023年上市了《幼儿自然科学绘本》和“世界真奇妙”系列,今年还将上市迪士尼100周年纪念典藏和“知识大爆炸”系列。此外,海豚传媒科普线当家王牌——“德百”系列也将迎来全新精装单本大百科,包括动物、植物、人体和进化大百科。长踞少儿英语榜单的“培生幼儿英语”系列将在2024年全新升级,实现内容体系、点读、熏听课程的全面焕新。累计销售码洋达1.8亿的“幼儿美绘本”系列今年将迎来新品《水浒传幼儿美绘本》;涵盖语文教材小学到初中必读必考的先秦诸子经典《诸子百喵》,采用2000余幅漫画将遥远的智者智慧带到孩子的面前,还未上市版权就已售出。

发布会上,海豚传媒旗下心喜阅读童书也带来了许多实力新品,如《Muzzy说英语》《咕噜卡超燃科学探险》《小学生科学漫画大书》《少年不迷茫》等,备受孩子们青睐的小鸡球球、经典IP大侦探福尔摩斯、万能工程师麦克、疯狂树屋系列也将迎来众多亮眼新品,产品类型丰富多元,还可搭配小硬件(小鸡球球、小猴皮皮、豚小蒙点读笔、豚小蒙熏听机、故事机、听力宝),产品体验创新升级。

另据透露,幼教作为海豚传媒多元业务的重要板块,原创品牌豚小蒙玩具携手国际精品玩具商,兼顾家庭端和学校端,将在2024年推出一系列可玩性高、教育价值丰富的经典教具、创意玩具和游戏产品,让孩子们玩出大能力。

“爱孩子 找海豚”是海豚传媒二十几年来矢志不渝的初心,正如夏顺华所言,用未来视野打造中国孩子,海豚传媒一直在奋力前行。

(晓茜)

(图片由海豚传媒提供)



一部工整且迷人的书

关键词 鲁迅 故居 精致出版

○马雪

《西三条二十一号——鲁迅在1925》是北京鲁迅博物馆研究馆员钱振文先生的“鲁博学术”专项著作,2022年10月在海燕出版社出版后获得了广泛好评。也被钱先生本人看作是“最满意的一本书”。我认为这是一本工整且迷人的书,体现着我们对精致出版的理解和实践。

先说工整。该书的工整主要体现在内容的严谨、专业上。除前言、后记、附录外,主体内容共六章。记录了1923年8月周氏兄弟失和后,鲁迅搬离八道湾11号、砖塔胡同61号暂住、购置西三条21号并携家搬入,直到1926年8月同许广平离家南下的一段生活经历。鲁迅在西三条21号居住的时间并不长,从1924年5月至1926年8月,满打满算,也就2年又3个月,但却是鲁迅生平重要的转折时期。作者钱振文先生通过大量的史料、回忆性文章和鲁迅先生的日记、作品等互为参照,以及鲁迅研究学界长期的研究成果,为读者描述、论证和还原了鲁迅先生转变的心路历程。鲁迅先生这一时期的转变主要表现在思想和生活两个方面。这一时期是其战斗思想的形成和鲁迅精神由来的铺垫。在生活上,作者同样通过大量的日记、书信等史料,为读者呈现了一个亲切、幽默、情感丰富、重情重义的鲁迅形象。

对于崇敬鲁迅、热爱鲁迅的人而言,踏访名人故居是另一种纪念、怀想和学习的方式。当然,人们对于鲁迅先生曾经生活、思考和战斗过的西三条宅院也充满着好奇和向往,同时对通过西三条的坐落位置构建一整个鲁迅人际网络也怀有浓厚的兴趣。所以,该书的行文有两个重要的坐标点,一个是地理上的,即西三条21号;另一个是时间上的,即1925年前后。时空交汇,作者以文化地理学的视角,勾画出了现代文学史上的一个重要片段。地理上的呈现,该书除了文字描写外,还精心制作了4幅地图。这四幅地图分别是西三条21号示意图、鲁迅在北京的住房路径、去鲁迅家的路和近距离交往的路线图。通过这4幅图,可以直观地看到西三条21号内部建筑结构的情况;看到那个鲁迅休息、写作和招待客人的“老虎尾巴”;看到鲁迅在北京曾经住过的绍兴会馆、八道湾11号、砖塔胡同61号、西三条21号四处地方的位置关系,以及和鲁迅任职的教育部的关系;还有同时期的那些文化名人与西三条21号的交往距离等等。通过这种对地理空间的细节还原,作者钱振文带领读者成功实现了一次对中国现代文学和新文化运动的“窥视”。在时间脉络上,六个章节的标题按照时间展开的顺序,分别用“宴之散者”“出了象牙之塔”“运交华盖”“我可以爱”“这也是生活”“到别的地方去”这些鲁迅文章中的语言做标题也别具意味。总之,该书的内容严谨、专业,结构立体、丰满,无不体现着工整、细致的用心,而绝无潦草、敷衍的应付。这“工整”内容的最大保

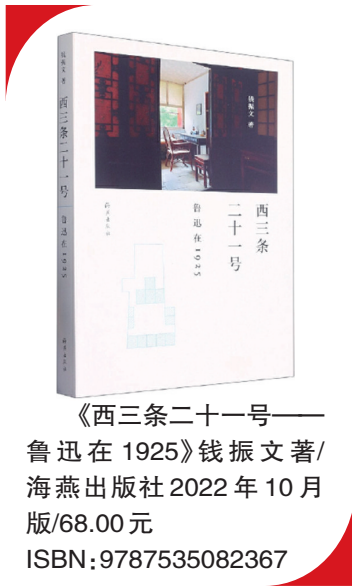
障是其作者钱振文先生“用十年研究鲁迅一年”的专业追求和扎实的学术功力。

再说迷人。我不知道有没有人用“迷人”一词来形容一本书。所谓“迷人”就是使人迷恋、陶醉、喜爱。对于《西三条二十一号——鲁迅在1925》这本书,可以毫不夸张地用“迷人”这个词。说它迷人,在内容上,该书虽是“鲁博学术”的专业出版,但处处以文学的手法做“通俗性”的转化,使人能够一头扎进去,沉醉其中,在了解新文学历史的同时,感受到时光隧道深处,那些永不消散的激情、追求和坚持。

西三条21号,是鲁迅的生活世界,这个生活世界在大多数时候是自我隐匿的,而今展示在我们眼前的房屋,房屋内的家具、用具都是具有内在特性的日用品,因为它们曾经和这里的主人有过如此密切的接触,向今天的我们传递着当年主人寄存在它们“身上”的信息,让所有的“后人”面对它们时感到一种特别的惊奇。这种由物及人,由人及事的指向和生发,也是另一种迷人之处吧。这本书在装帧设计之处极下功夫,也是让它格外迷人的另一个原因。书出版后,钱振文老师专门写了篇文章《总算出了本好看的书——张胜和我的〈西三条二十一号——鲁迅在1925〉》,发表在《博览群书》(2023年12月)杂志上表达他对此书的满意之情。

最后结合该书谈谈对精致出版的理解。所谓精致出版,首先,内容精深,要立意高远,富有思想和文化内涵;其次,结构层次精当,要结构完备,层次分明,篇章体例、附图等细致讲究,合体得用;另外,装帧设计精美,开本、装订样式、版式封面等与图书内容互为表里,与目标读者趣味相合;此外,印制精良,纸张顺纹,锁线整齐,绿色印刷。这“四精”共同构成一本精致出版的好书。张元济说“出好书,济天下”。这是出版人的职责和使命。回到《西三条二十一号——鲁迅在1925》这本书,我以为就是践行了精致出版的理念和要求。从选题上,该书填补了鲁迅阶段性人生地理专题研究的空白。从结构体例和装帧设计上该书也体现出了精当妥帖的要求,被钱振文先生和许多读者认为“最满意”和“好看”的一本书。在当下数字出版和电子媒体流行的时代,纸质出版,作为一种实物的存在,坚守精致出版的定位和追求,既是我们的职责,也将凸显出实体书独特的价值和魅力,同时也是其不能被替代的理由之一。

(作者系中原出版传媒集团党委委员、董事、副总经理)



订全年《人民文学》 阅新时代优秀作品

创刊于新中国成立的同年同月

中国作家协会主管
中国作家出版集团主办
综合性文学月刊

每期定价:20.00元 全国各地邮局订阅
全年定价:240.00元 邮发代号:2-4

地址:北京市朝阳区农展馆南里10号
邮政编码:100125
电话:010-65030264 65003876

人民文学

承载文学史书写新时代

北极村童话 李自成
珊瑚岛上的死光 王昭君
雪落黄河静无声 无主题变奏
你若无选择 你不可改变我
故里三陈 红高粱 秀色 大厂
狂雪 塔铺 一句顶一万句 玉米
推拿 生命册 梁庄 极花 蟠越
独药师 瞻对 三只虫草 北归记
牵风记 主角 那山那水
人间正道是艳阳 海边春秋
经山海 报得三春晖 烟火 琵琶围
回响 寻金记 乌江引 秦岭记
中国少年 白洋淀上 豹

科尔沁草原的人们 三里湾
山那边人家 山乡巨变 铁木前传
天山景物记 组织部新来的青年人
红豆 李双双小传 创业史
桂林山水歌 正红旗下 羊舍一夕
宝葫芦的秘密 白求恩大夫
光的赞歌 青纱帐甘蔗林 阿诗玛
为了六十一个阶级兄弟
记一辆纺车 创业
机电局长的一天 乔厂长上任记
班主任 哥德巴赫猜想 西线无战事
剪辑错了的故事 陈奂生上城
春之声 乡场上 夏 西望茅草地