

出版报道

海豚传媒在新业务研发上投入2000万元

在人口出生率降低和消费整体低迷的大环境影响下,从2023年开始,少儿图书零售市场规模首次出现负增长,同比下降10%。2024年,作为头部少儿出版服务商的海豚传媒积极谋求转型,在新业务拓展层面整体新业务的研究开发人员达到70余人,研发费用约2000万元。对此,记者专访了海豚海豚传媒数字内容中心 内容总监陶莉。

■受访人:陶 莉(海豚传媒数字内容中心内容总监) □采访人:孙 珏(中国出版传媒商报记者)

□眼下,少儿板块传统图书研发、销售模式如何寻找新的突破点?

■必须寻找新的突破点。研发方面,我们努力贴近用户需求,通过更用心的产品和服务来提供独特性的商业价值。重点有两个方向。一是产品形态适应用户的不同使用场景。以海豚为例,我们开发了多款满足不同阅读场景的产品,如APP、点读笔、熏听机、听力宝、阅读机等。二是利用数字技术实现互动和个性化定制功能,帮助孩子记录学习和阅读轨迹,并提供学能反馈。

在销售模式方面,我我们在复用水豚图书现有营销和渠道资源的基础上,大力拓展3C、电教、母婴等领域的优质渠道,构建适应数字业务发展的线上线下营销体系。

□2024,基于社内资源的新业务拓展情况如何?包括但不限于,如研学、新渠道的拓展等。

■在资源端,2024年我们继续发挥海豚传媒在儿童教育内容和版权上的优势,进一步加大全球优质版权的储备,为数字业务的发展提供坚实内容和版权保障。同时,我们持续扩展和完善合作商体系,涉及ODM厂商、软件技术服务商、内容制作商、ID/UI设计服务商等。

在渠道端,我们在复用水豚图书现有营销和渠道资源的基础上,大力拓展3C、电教、母婴等领域的优质渠道,构建适应数字业务发展的线上线下营销体系。

在服务端,我们持续提供一系列线上增值服务,如社群伴读、课代表运营等,以提升用户体验和黏性。

□请详细分析下,新业务涉及的产品研发、渠

道拓展等与传统业务之间存在的差异、关联性以及拓展性。

■在新业务方面,我们的“豚小蒙”APP是一款专为0~12岁中国儿童设计的故事、阅读和学习平台,旨在提供听、读、学的一站式体验。

在数字化浪潮席卷的今天,我们依然坚守着一个信念——培养“精致、高贵、野性”的孩子,并始终相信亲子共读和高质量亲子关系的力量。我们深知,孩子是在探索真实世界的过程中逐渐成长,并形成自己人格的。

然而,越来越多的家庭正被短视频和碎片化信息所包围,陷入信息茧房的困境。因此,我们希望找到一个平衡点,既通过数字化手段帮助父母减轻育儿负担,又不牺牲高质量的内容和丰富的阅读与学习体验。

海豚传媒拥有25年的出版经验,丰富的童书种类以及10000+的全球版权储备,每年出版近1000种新书。自2000年起,我们持续通过音频和视频内容为读者提供多样化的体验,数字化基因深植海豚传媒的发展脉络中。依托这些丰富的内容资源,我们开发了形式多样、应用广泛的陪伴与知识产品——“豚小蒙”APP正是在此背景下应运而生的。我们希望通过与培生、牛津、学乐、企鹅等国际顶级出版机构合作,借助多年来积累的资源,以听故事、数字化阅读和AI课程等多种方式,分龄、分级、分阶段地培养孩子的核心能力。

以“听”为例,“豚小蒙”APP内置了5000+英文原版音频和20000+中文有声书。我们运用AI技术打造沉浸式熏听场景,通过色彩融合提升播放界面的视觉效果,并为音频设置速度、播放次数等参数,满足不同场景的需要。

在“读”的模块中,我们为3000多本互动电子书设计了丰富的扩展功能。英文互动阅读中配备了启蒙双语带读、有声伴读、AI智能纠音、Quiz测试、有声单词卡等功能,帮助孩子从零基础开始阅读。中文互动阅读则设计了“字源识字动画”和“亲子互动故事秀”等功能,让孩子通过游戏化的方式轻松踏入独立阅读阶段。

在课程开发方面,我们与国际知名机构广泛合作。以英语课程为例,通过与培生教育集团的深入合作,我们开发了词汇基础和分级阅读的外教精讲精练课程,能够满足从零基础到KET及中考水平的阅读能力需求。中文课程中,我们不仅提供了全面的幼小衔接基础课,还包括系统的书法、科学实验、数学思维等精品课程。

“豚小蒙”APP由海豚传媒和心喜阅联合出品,依托全球200多家内容合作伙伴及100多名原创团队成员,确保内容的持续更新。由于所有内容均由自建团队开发,“豚小蒙”APP形成了一个扎实的内容生态系统。例如,在英语模块中,我们实现了“听读统一”“读学结合”“学练完整”的有机整合,能够最大限度保证“可理解输入”的效果和“输入输出”的统一性;再比如我们的中文阅读和识字、拼音、阅读能力提升也能做到有机结合,这样的内容系统生态的建设是需要长期主义精神的。

□未来,新业务模块,您认为,哪些是可以实现提升的部分、潜力拓展的方向?

■可以提升的部分主要是社交功能,还有硬件类产品和软件应用的互通方面,让整体产品生态体验链路上更顺畅;潜力拓展的方向主要有开发儿童向、流畅的AI陪伴体验等。

知乎图书联合作家余世存开启读书分享会

中国出版传媒商报讯 10月11日至14日,2024天府书展在成都举办,知乎图书携众多图书作品参展,并联合作家余世存开启彩绘童书《给孩子的节日之书》读书分享会,与读者共绘阅读盛宴。

《给孩子的节日之书》是文津奖推荐图书《节日之书》的彩绘少儿版本,由知乎旗下童书品牌“知小乎”出品,历时3年打造,从历史故事、文化传承、风俗礼节、生活方式等方面,结合独特的传统文化逻辑解读16个中国传统节日,在潜移默化的人文和艺术启蒙中,激发孩子们对中国传统文化的热爱和探知欲。在今年的天府书展上,作家余世存也与读者展开交流分享。

百万册畅销书《奥古斯与小书怪》作者见面会在天府书展举办

中国出版传媒商报讯 10月13日,以“多读一部名著 多体验一个世界 多一份生存智慧”为主题的《奥古斯与小书怪》作者见面会在天府书展举办。《奥古斯与小书怪》的文字作者豪梅·科蓬斯和插画作者莉莉亚娜·福图尼,新华文轩出版传媒股份有限公司(以下简称“新华文轩”)党委委员、副总经理胡巍,四川少年儿童出版社(以下简称“川少社”)社长余兰出席活动。

《奥古斯与小书怪》自2019年出版以来,累计销售超过100万册。本届天府书展上,该系列推出了全新6册。《奥古斯与小书怪》讲述的是一个叫奥古斯的小男孩认识了一群小书怪后,发生了巨大变化。小书怪们住在书里,离开了优

余世存表示,《给孩子的节日之书》是自己对传统节日的个人化解读,也是其与知乎图书联合打造的献给现代人的、有关传统节日的作品,背后蕴藏着现代人的理性和视角。

据悉,知乎自2020年开始涉足自出版业务,依托社区原生内容自主策划并出版图书,截至目前已出版图书近百种,形成科普、故事小说、个人成长、童书绘本等多条产品线。知乎策划出品的《大国重器》《知乎版十万个为什么》《给孩子的节日之书》《世界的形状》《不要挑战人性》《大学进化论》《给孩子的人类文明史》等多部畅销佳作广受行业和读者欢迎,其中多部畅销童书都由知乎旗下童书品牌“知小乎”出品。(林 致)

秀的图书,就会失去活力,所以奥古斯和小书怪们每晚都一起读名著。为了帮助小书怪们回家,奥古斯陪伴它们开启了冒险之旅,在每一次历险中都恰到好处地使用了名著中的经验和智慧,化险为夷。

活动中,该书文字作者豪梅·科蓬斯分享了创作初衷,希望小读者们通过阅读《奥古斯与小书怪》获得乐趣、情感体验和知识。当提及书中人物形象设计和创作灵感时,该书插画作者莉莉亚娜·福图尼说:“这套书用有趣、夸张的图画来展现小书怪们的友好、可爱,它们是奥古斯的朋友,也希望成为所有小读者的朋友,让大家都愿意拥抱可爱的它们。”(林 致)

“三江源国家公园自然教育系列丛书”发布 讲述“人与自然和谐共生”的三江源故事

中国出版传媒商报讯 10月12日,“三江源国家公园自然教育系列丛书”发布会暨“人与自然和谐共生”主题分享会在京举办。青海省政协党组成员彭友东、自然资源部总工程师田文彪出席并致辞,中宣部出版局有关同志参加会议。

该丛书是我国第一套国家公园自然教育系列丛书,包括“三江源国家公园全系统解说手册”“自然科普大全”“珍稀物种专辑”“行走记行丛书”“生态文化专辑”“自然教育读本”和“立体绘本”等7个子项27册图书,由三江源国家公园管理局牵头、中国地图出版社集团组织实施,被中宣部列入“十四五”国家重点出版物出版规划项目。

该丛书围绕三江源国家公园自然教育体系,充分发挥地图独特的可视化表达功能,融合应用多种现代传播方式和技术手段,采用传统出版与新兴出版相融合、线上线下相结合的模式,全方位、多角度介绍三江源国家公园最重要的自然生态系统、最独特的自然景观、最精华的自然遗产、最富集的生物多样性,着力体现三江源国家公园自设立以来,在深入推进生态文明建设领域改革、持续实施生态保护修复工程、保护自然生态系统原真性、完整性,构建自然和文化资源全民共享等



方面取得的一系列创新性、突破性、标志性成果。

“人与自然和谐共生”主题分享会邀请了来自北京大学、中国科学院、北京林业大学、青海师范大学等生态保护领域专家、学者及主创人员,围绕如何开展自然教育、生态文明科普宣传、野生动物保护等问题进行深入探讨,共同分享人与自然和谐共生的三江源故事。

据悉,三江源国家公园管理局和丛书编委会还赴北京市第十五中学开展国家公园自然教育进校园、进课堂活动,并向师生赠送《三江源国家公园自然教育读本》,积极引导青少年了解三江源国家公园,关注自然生态保护。(张聪聪)

4年前,本报记者专访了资深纸艺设计师王伟,请他谈谈对国内纸艺设计市场的认知以及多年的实践。眼下,在北京中轴线申遗成功之际,王伟又推新作《打开北京中轴线》(电子工业出版社出版)。再次听听,他对于立体书市场有哪些新的看法?



□您曾提到,2016年是中国立体书的元年,接下来的8年时间,您认为国内的立体书市场经历了哪些变化和重要节点?

■这8年变化很大,立体书市场从井喷式发展、各出版机构大量涌入,到现在市场萎缩,大家都变得非常谨慎,其实是一个大起和大落。主要节点当然是2016年开启中国立体书的蓬勃之路,2022年应该是中国立体书发展最顶峰的时刻,之后自然就慢慢下滑。现在面临的消费降级情况对大型设计类立体书不利好。

□您认为,立体书市场呈现不同状态的原因是什么?

■首先从大的趋势来说也很正常,过高的热度后自然会面临降温。任何东西都不可能一直保持长期热度不变。立体书这种独特商品形式将来也会成为一种常规图书形式存在。当年出版机构疯狂涌入立体书市场,也有一些追求短平快的图书在市场上销售。开发时间短,自然就比较粗糙,这对刚接触立体书的人群,易造成负面影响。

立体书设计周期长,投资成本相比其他图书高,风险自然大一些。现在的网络平台销售也多是以低价竞争为主要手段,长此以往,对于设计方和出版方的积极性有打击。

另外,我们的图书消费市场也还有一些固有思维。比如,一两百元的礼物或者玩具会觉得很便宜,但是一百元的书就觉得很贵。其实这也是一个误区,书同样也是由设计成本和生产成本以及运营成本构成的。它的价格也是多样化的,有很贵的、比较贵的,也有很便宜的。不过要打破这样的固有思维可能要慢慢来,让大家慢慢意识到书不是绝对便宜的商品。

□从《十二生肖》《我们的新年》《老人与海》到《打开故宫》《清明上河图》《打开北京中轴线》等作品,能详细说说,您在立体书设计的过程中,创作技艺的演进和变化吗?

■作为一个设计者,我希望一直在创新的道路上前行。其实对于我来说,纸艺技巧方面没有太多演进的空间,不是很强,而是纸艺的真正基础原理并不是太多。但是创作的思想以及设计理念确实有很大的发展空间。

《十二生肖》是我1995年的作品,当时还在摸索阶段,而且那时由于生产条件、成本限制,我可发挥的空间很小。后来的《我们的新年》《打开故宫》《清明上河图》就可以放开去做了,这3本书的3种形式都具有独特性。目前的《打开北京中轴线》其实是做《打开故宫》的时候就已经定下来的选题,它算是《打开故宫》的延续和扩展。

创作与众不同的作品,应该是每个设计师以及艺术家最高的理想。像《老人与海》,我就是另外一种设计思想,或者说也是一种新概念的实际落实。这本书和我的另外一本立体书《走近三星堆》一起入围了美国梅根多夫奖。

□具体到《打开北京中轴线》的创作过程,请详细拆解下创作的来龙去脉以及在设计过程中,有哪些印象深刻的事情?

■这本书的设计没有太多的波折,主要是内容庞大,耗时耗力。我们这本《打开北京中轴线》开始于永定门,一直向北结束于水立方和鸟巢。查找考证资料就花了半年多的时间。资料上的二维图片很难立体展现建筑细节,像是古建筑前各有几个门,是不是对称、门楼上的牌匾是否前后都有等。这些看似不起眼的问题,都需要实地确认。

我可能是这个世界上折房子最多的纸艺工程师,所以让这些古建筑立起来并不算难事儿。但是有些建筑外形区别不大,我们在设计布局上要有所区别,比如永定门和正阳门,永定门我们将它立体展示出来,而正阳门部分我们就突出正阳门箭楼,正阳门就做成单片立体。还有天安门和端门,我们把天安门作为重点,立体化端门只做成一个单片立体。读者从欣赏的角度,也不愿意看到两个一模一样的结构放在那儿。

有些建筑又太有特点,如正阳门箭楼。这是北京中轴线上现存的唯一完整的箭楼。正阳门箭楼上还包括一个伸出去的平台,两边长短高低各不相同,这就相当于要设计两个建筑,同时还要让两个建筑在支撑上相互借力,变化很复杂,光是大的模型,就做了十多个,小的调整更是不计其数,几经研究,才有了现在立起来的正阳门箭楼。

我们还在书里做了一些除建筑以外的内容,比如长安街部分,我们做了一个有趣的延展。在上面安排了三组游行队伍。一是1949年开国大典游行的队伍,二是改革开放时期的队伍,三是70周年国庆庆典的三军仪仗队,代表中华人民共和国成立以来的成就和发展。除中轴线本身建筑以外,两侧的建筑我们也有体现,比如人民大会堂、国家博物馆、正阳门两旁的街道等。

□目前,您是否认为,成本依然是对立体书工艺实现影响较大的因素?

■当然成本是很重要的因素,成本决定我们设计应用的方式和手段的多少。我们一般在设计立体书之前就要预计它的成本。然而设计师的水平也重要,因为立体书的设计也有优化成本的过程。也有设计师用很低的成本做出很漂亮的东西,也有很多设计师做的东西无非就是纸张配件的堆砌。一本立体书的好坏,设计师是起决定作用的。(完整版请见“编客实验室”微信公众号)

立体书市场大起大落,迎来消退期?

■王伟(资深纸艺设计师) □采访人:孙珏(中国出版传媒商报记者)

《一代宗师——赵松庭笛子艺术全集》新书发布



中国出版传媒商报讯 赵松庭是我国著名的笛子艺术家,从事笛子艺术六十余载,开创了“刚柔并济、南北交融”的浙派风格,为我国民族音乐事业作出了杰出贡献。《一代宗师——赵松庭笛子艺术全集》是为纪念一代笛子宗师赵松庭百年诞辰而策划的一部厚重的综合性著作。10月13日,该书新书发布暨赵松庭笛派艺术研讨会在京举办。此次活动由人民音乐出版社、中国民族管弦乐学会竹笛专业委员会联合主办,也是庆祝人音社成立70周年系列活动之一。中国出版集团有限公司副总经理、党组成员张宏,人音社执行董事(社长)、党委书记、总编辑杜永寿,中国民族管弦乐学会书记王书伟,中国国际贸易促进委员会驻加拿大原总代表赵晓笛,中国民族管弦乐学会副秘书长宋阳,浙江艺术职业学院院长施俊天,浙江省松庭笛箫公益艺术中心理事长王建元,中国民族管弦乐学会竹笛专业委员会会长戴亚,以及赵松庭笛派嫡传弟子、第二代弟子等出席活动。活动由人音社副总编辑李向颖主持。

张宏表示,希望我们传承赵松庭的艺术精神,坚守民族音乐沃土,坚定文化自信,为传承和发展中国笛乐艺术、繁荣发展中国民族音乐事业贡献智慧和力量。

杜永寿提到,人音社成立70年来,始终坚持弘扬中国优秀传统文化,希望此次活动能够集结更多民乐领域专家、作者,策划出版更多高质量出版物,为推动中国传统音乐文化的传承与发展作出应有的贡献。

王书伟从演奏技巧的创新、音乐风格的融合、创作手法的革新、教学理念的更新、理论研究的拓展、乐器改革的尝试等多个方面阐释了赵松庭作出的重要贡献。

戴亚强调,该书不仅收录了赵松庭及其嫡传、二代弟子在笛子艺术方面作出的贡献,还收录了先生对《易经》研究的相关著述与手稿,更配备了音视频等珍贵资料,为中国笛子艺术发展增添了宝贵财富,对当代乃至未来笛子艺术的发展起到积极作用。

赵松庭笛派嫡传弟子发言代表詹永明是该书编委之一,他提到,该书全面、清晰地展示了先生严谨踏实的治学精神,是我国民族器乐发展的重要资料。赵松庭笛派艺术研讨环节,十余位嘉宾围绕《一代宗师——赵松庭笛子艺术全集》、赵松庭的艺术成就、与先生交往的点滴等展开交流。(张聪聪)