

天津杨柳青画社副社长杨文

让年画不再只是“过年的画”

□本报记者 韩萌萌

“过了腊八就是年。”春联、福字、中国结等红红火火的新春装饰已经上市，春节的氛围感一下子就拉满了，不禁想问一句，您家里贴年画了吗？

“天津杨柳青木版年画始于明末，因产地而得名，拥有400多年的发展历史，最初只有门画，至清中叶发展成为人们装饰家居环境的必需品。”天津杨柳青画社副社长杨文介绍，旧时从入门开始，到厅堂、灶台、窗格，甚至于水缸上，都少不了年画的装扮，除装饰作用之外，杨柳青年画还具备日历、孩童游戏等功能。

对于杨文来说，2024年是收获满满的一年，这不仅体现在步履不停的活动、展览上，更体现在杨柳青年画的非遗传承、保护以及“活化”利用上。“画社守正创新，融合现实生活和科技手段，杨柳青年画‘上新’了许许多多文创产品，让传统民俗文化活在当下。”杨文介绍，天津杨柳青画社是国家级非物质文化遗产项目的保护单位，国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地、传统工艺振兴基地，现有国家级非遗代表性传承人2人、市级非遗代表性传承人8人，继承了勾描、木刻、印制、彩绘、装裱5个工艺流程，同时还拥有“木版水印技艺”“装裱及修复技艺”“印谱制作技艺”等市区级非遗项目，完整诠释了中国古代版印技术，“我们的天津杨柳青木版年画博物馆收藏画版6597块，年画线稿及彩稿28453张，囊括了明清以来中国北方地区民间美术家繁荣的创作成果，丰富馆藏与传承人在这里交相辉映，打造出中国年画产地中最大的非遗活态保护空间。”

2024年，第四届中国非遗传承发展与创新高峰论坛木版年画专场在天津杨柳青木版年画博物馆举办。同期开幕的还有“功同六籍——杨柳青年画中的历史故事”学术展览。各方专家、学者共同探讨木版年画的起源与发展路径、传统技艺与现代创新，“大家一起为木版年画的活化传承、创新发展献计献策，让我非常感动，更倍感振奋。”杨文介绍，杨柳青画社对一直以来销售的年画按照消费需求，进行了内容分类，设定了“婴戏有



余”“富贵对楼”“四时节令”“说书赏戏”等8个系列，并在此基础之上，整理编辑产品册，“这个过程不仅示范了年画的应用场景，还将宣纸的裁切规格与现代纸张开本进行融合定义，既摸清了‘家底儿’，也统一管理了产品内容，为下一步研发打下了坚实的基础。”

让杨文欣喜的是，2024年杨柳青画社的“老版重生”工作有了阶段性成果，“在这一抢救性的工艺复原过程中，我们按照复制、创作、生产、设计不同的工作类别，分类进行艺术人才建设，逐步积累经验，既向传统要经验，也在创作中解决材料问题，在生产中建立艺术评价标准，最重要的是全流程的积累，衍生出工艺实践的生动故事。”杨文介绍，通过大家的共同努力，杨柳青年画艺术品上第一次出现了赋彩、勾描、刻版、套色等工艺研发人员的信息。

让年画不再只是“过年的画”，400多年历史的杨柳青年画将民俗文化更多融入生活。天津杨柳青画社成立了创新发展部，从勾描、彩绘等各部门，抽调“80后”“90后”组建团队，主攻年画创新和文创产品开发。同时，文创产品营收还能按比例奖励开发人员，在画社一直从事勾描工作的张凯，让“连年有余”的胖娃娃化身

熊猫和十二生肖，用吉祥寓意留住民俗文化，从一款旅行包开始，年画元素逐渐被开发成了扇子、压缩毛巾、挂耳咖啡等周边产品。

为继承和弘扬中华优秀传统文化，天津杨柳青画社围绕“在推动文化传承发展上善作善成”创新发展举措，不断探索机制创新、产品创新和渠道创新，先后通过“杨柳青年画创意产业联盟”推动联名文创产品合作。

2024年，为推动文创产品研发创新，天津杨柳青画社与老美华鞋业服饰有限公司联合举办“履吉新展”和“平步青云”彩底鞋暨杨柳青画社首款联名款发布会。两个国家级非遗项目保护单位的合作，旨在将非遗中传统美术的文化元素和传统技艺的技术智慧，充分运用到传承、保护和发展工作中，依托杨柳青木版年画形塑“老美华手工制鞋技艺”，挖掘创造性的手工价值，传达中华民族优秀工艺和元素。

杨文介绍，两家单位组建了包括设计、开发、文案、销售、策划等多个环节的合作团队。杨柳青画社投入了设计、勾描、版印的主创力量，完成了基于清代古版年画图案的形式设计部分；老美华鞋店开发团队调动鞋服工艺，突破性解决了勾描与刺绣、套印与染色、工业色号与国画色号等工艺实现和质量标准的转化问题。

2024年，杨文和同事见证了杨柳青许多“第一次”，能成为参与者，更令他们自豪。杨文介绍，杨柳青画社立足民间美术出版，挖掘民间美术视觉传达的当代价值。通过出版选题对社藏年画图案进行深度挖掘，在结构编辑体例的同时，对设计元素开始了浩繁的分类整理工作。目前，已经在戏剧曲艺、文学名著、民间故事和景观建筑中，完成了内容解构和形象统计。同时以社藏年画为策展内容，正积极组织国内外学术交流展和文化交流活动，让中国民艺传播中国故事。

创新民俗文化形式，让杨柳青年画走得更加久。天津杨柳青画社还和天津职业技术学院等高校合作，利用学校的动漫制作、数字媒体技术，合作开发AR年画互动游戏等产品。

青岛出版社数字出版运营中心运营总监李毅

从技术到文化 实现数字出版的跨越之路

□本报记者 张君成

在2024年初，《中国新闻出版广电报》记者曾向青岛出版社数字出版运营中心运营总监李毅提出了一个问题，“2024年如何让数字技术为文化理想服务？”当时李毅沉思片刻后答道：“关键是深度融合，让技术真正赋能内容。”在之后的出版工作中，李毅和他的团队以此为目标，交出了“AI赋能中华优秀传统文化少儿绘本阅读”和“融合创新赋能教育出版”两张答卷。2025年来了，回顾过去的一年，虽然辛苦，但李毅却很满足，“我们用数字化的桥梁，让传统文化走向了更广阔的读者群体，也为出版业开拓了更多可能性。”

数字化重塑少儿绘本阅读

将出版从内容生产向智能化服务升级是李毅和团队在过去一年的工作重点。在谈到这一过程时，李毅反复提到一个问题：“数字出版的意义是什么？特别是对孩子来说，数字阅读应该带来什么？”在他看来，出版技术的价值不仅在于提升效率，更在于为孩子成长提供更深层的启发。无论是绘本的交互设计，还是教育平台的学习路径规划，团队始终关注的是“阅读如何帮助孩子提问、思考和创造”。“AI可以帮助我们分析孩子的兴趣点和学习需求，但关键是如何用这些数据激发他们的好奇心。”李毅说道。

2024年，青岛出版社数字出版运营中心的“中华优秀传统文化——全场景数字化阅读工程”取得了阶段性成果。团队通过整合AR、AI、小程序等多种技术，将传统绘本升级为适用于多场景的互动阅读产品。孩子们不仅可以点击绘本中的人物互动，聆听角色对话，观看绘本动画故事，还能上传自己关于绘本内容的口头表达视频，并通过AI获得表达能力的评估。在这一过程中，孩子们在潜移默化中融入了中华优秀传统文化的氛围。正如李毅所言，这项工程不仅是纸质内容的数字化，更是阅读体验的深度革新。“以往孩子们翻开绘本，可能只是简单地翻页阅读；如今，他们可以‘读、听、看、玩、创’，全面体验传统文化的魅力。”

过去的一年，童书市场挑战众多，然而李毅却认为家长和小读者对于优质内容的渴求更多了。“多场景服务”不仅放大了版权内容的价值，还让绘本的生命周期显著延长。“我们



还将绘本内容延展为动画片、音频节目和线下互动活动，为家长和孩子提供更多元的文化体验。在节气主题的绘本中，孩子们不仅可以观察绘本中植物随春播、夏长、秋收、冬藏的变化，还能通过人物的对话讲解和小贴士的延伸介绍，进一步了解相关知识。此外，孩子们还可以通过自主点触的方式，探索绘本之外的更多内容。这种沉浸式的互动体验，让孩子仿佛身临其境地融入到绘本故事之中。”李毅解释道。

“我们的目标不是炫技，而是让技术为内容服务。”李毅强调。在“中华优秀传统文化——全场景数字化阅读工程”中，团队在绘本中加入了许多引导式的互动设计，比如通过AR扫描绘本插图，手机屏幕中会出现古代生活场景，孩子可以从人物对话或虚拟场景中获得线索，通过问题导向探索背后的文化故事。“我们希望孩子能从阅读中多问几个‘为什么’，并在寻找答案的过程中发现更多的可能性。”他说。

这一理念得到了行业的认可：“中华优秀传统文化——全场景数字化阅读工程”先后入选国家新闻出版署2024年度出版融合发展工程数字出版优质平台、山东省委宣传部2024年山东数字文化产业项目，其衍生的绘本动画片还入选了山东省广播电视台2025年山东省重点动画片项目，该工程在出版行业具有示范作用。

实现智慧教育生态的全面迭代

如果说少儿绘本的数字化改造是李毅和团队去年工作的一个亮点，那么“青知智慧教育生态”的持续迭代，则是他们迈向教育服务的重要一步。李毅告诉记者，2024年，“青知智慧教育生态”平台用户规模突破百万。通过整合AI测评、个性化课程推荐等功能，平台实现了“教—学—评—测”环节的一体化。

平台通过数据分析和个性化推送，让每个学生都能找到适合自己的学习路径。“‘AI作文批阅’可以根据学生的写作习惯提供即时反馈，帮助他们提升表达能力；而‘AI阅读’则能推荐适合学生阅读水平的书籍，引导他们自主学习。”李毅说道。

教育平台同样注重这种“阅读—思考—创造”的学习循环。例如，平台的AI测评不仅关注学生的知识掌握情况，还强调思维过程的记录和反馈。这种注重思维过程的设计，正是数字技术与教育内容结合的最佳实践。

“传统出版需要突破原有的发行链条，把高质量的内容融入到更广泛的教育服务中。”李毅提到，通过数字技术，出版机构能够更好地满足新时代读者的需求，为行业带来更多可持续发展的可能性。

未来的出版不止于出版

随着AI、AR等新技术的快速发展，出版业正迎来前所未有的机遇。然而，在李毅看来，这种机遇也伴随着巨大的挑战。“数字技术的进步为内容带来了无限可能，但它也要求我们对品质和责任有更高的标准。”李毅提到，在技术应用的过程中，如何保障内容的安全性、适应性和文化内涵，仍然是每个出版机构需要深入思考的问题。

虽然技术进步为出版行业提供了新的可能性，但李毅始终认为，技术不能仅仅为了技术而存在，最终的目标是为读者尤其是青少年提供更加高效、深刻的阅读与学习体验。面对未来，李毅充满信心。“我们会继续挖掘中华优秀传统文化的深厚内涵，同时通过大模型等新技术，进一步优化阅读和教育场景。未来的出版不止于出版，更是一种服务、一种陪伴，更是一种文化的传承。”

上海少儿出版社儿童文学中心主任霍聃

开启“文学+”出版新篇章

□本报记者 张君成



作为上海少儿出版社儿童文学中心主任，霍聃已经在儿童文学出版领域摸爬滚打了10多年。多年的经验赋予了她对市场脉搏的精准把握，尤其在2024年这个充满挑战的年份，她与团队依旧在波动的市场中找到了坚实的立足点。

今年，儿童文学类书籍的销售面临更多困境，然而她并没有气馁，反而在这份挑战中看到了更多的可能性，这也成为她2024年乘风破浪的勇气。

为孩子的阅读“减法”

2024年，霍聃和她的团队做了一个非常明确的选择，那就是“减法”。在儿童文学出版的项目选择上，她决定不再盲目追求数量，而是精心挑选那些真正能打动人的精品。

因此，霍聃强调了市场调研和题材选择的重要性。在做选题时，她非常注重深入了解孩子的阅读需求和家庭的期望。在她看来，能够触动孩子内心的作品，不仅要有有趣故事情节，还要具有一定的思想深度，帮助孩子思考生活、思考世界。“我们需要的不是爆款，而是能够培养孩子内心世界、启发他们批判性思维的书籍。”

2024年，霍聃和团队推出了名为《万里漂流瓶》的儿童小说。这本书自发布以来便迅速获得市场关注，成为今年的亮点之一。《万里漂流瓶》讲述了生活在上海的少女孟浩宇，在改革开放的背景下，如何在城市的变化与成长中寻找自己的梦想，并为之奋斗的故事。霍聃形容这部作品为“请回答，上海1994”，通过讲述一位普通女孩的成长故事，展现了改革开放背景下每个普通人命运的变迁和奋斗的力量，受到了市场与读者的广泛关注。

“这是一部结合了时代背景的儿童文学作品。”霍聃说，这不仅仅是一本儿童小说，更是一次时代的记忆与文化的传承。她希望通过这样的作品，带领年轻读者走进历史、了解过去，从而启发他们对未来的思考。

适应短视频时代的“文学+”创新

2024年的儿童文学市场面临着渠道的巨大变革，这使得霍聃不得不重新审视出版物的传播路径。在她看来，短视频不仅仅是娱乐消遣的一种方式，它已经成为了知识传播的重要渠道。因此，她大胆尝试将传统的儿童文学作品与现代传播手段相结合，推动“文学+”的创新模式。

2024年，霍聃和团队推出了“猫博士大冒险”系列图书。这套书的最大特点在于将文学作品与短视频传播方式结合，打破了传统阅读的局限性，采用了更轻松、有趣的冒险故事形式，以迎合当下孩子们的阅读习惯。书中的幽默元素、知识点和冒险情节让孩子们在享受故事的同时，能够获得更多的学习启发。

不仅如此，这套书在平台上的推广也独具匠心。霍聃团队将“猫博士大冒险”与当当网、拼多多等电商平台的头部主播合作，成功打入年轻父母群体，创造了不错的销售成绩。“我们的出版不仅仅是纸质书籍的销售，还要通过多渠道、多平台，让孩子和家长在更多场景下接触到这些好书。”霍聃说道。

追求更远的文化影响力

虽然市场环境愈发复杂，但霍聃始终没有动摇过自己对儿童文学出版的执着信念。在她看来，儿童文学的价值不在于短期的市场效应，而在于它能够为孩子的成长提供长久的文化滋养。“我们要做的，不仅是出版书籍，更是要为孩子们提供一个能够滋养他们心灵的世界。”她强调，书籍的力量是潜移默化的，它通过一个个生动的故事，激发孩子们的创造力、想象力和对世界的好奇心。

霍聃特别注重与作者的沟通和合作。在她看来，一个好的故事离不开作者深厚的文化积淀和对孩子心理的精准把握。“我们选择的每一个作品，都希望它能够成为孩子们心中最美的记忆。”在《万里漂流瓶》的创作过程中，霍聃与作者之间进行了多次深入的讨论，确保作品能够准确地传递出对时代背景的理解以及对儿童成长的关注。

除了内容上的精益求精，霍聃还特别注重作品的长远影响力。她相信，只有那些充满正能量、能够启迪孩子心智的作品，才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。她深知，出版的真正意义不在于短期的销量和市场反响，而在于它能够成为下一代的成长提供一份独特的文化遗产。

“虽然面临许多挑战，但我们从未放弃对优质内容的追求。”霍聃说，新的一年她和团队将继续秉持“文学+”的理念，将儿童文学出版推向一个新的高度，“我们也会同时推动更加多元化的创作和传播模式，让更多的孩子在现代阅读的世界里，找到属于自己的成长故事。”