

产经视线

从最初的一本杂志,成长为年销售码洋超过10亿元的专业少儿出版机构——

童趣出版公司的成功密码

□本报记者 李子木 通讯员 马昱

1994年,一群出版人在改革开放春风中种下一株文化试验苗。秋去春来三十载,幼苗长成参天大树,结出累累硕果。当年的幼苗,如今的大树,就是童趣出版有限公司。

童趣出版公司从最初的一本杂志,成长为年出版新书约400种、再版重印图书800余种、数字出版物300余种,年销售码洋超过10亿元的专业少儿出版机构,有何成功密码?《中国新闻出版广电报》记者近日来到童趣出版公司一探究竟。

拿来主义 国际品牌本土运作

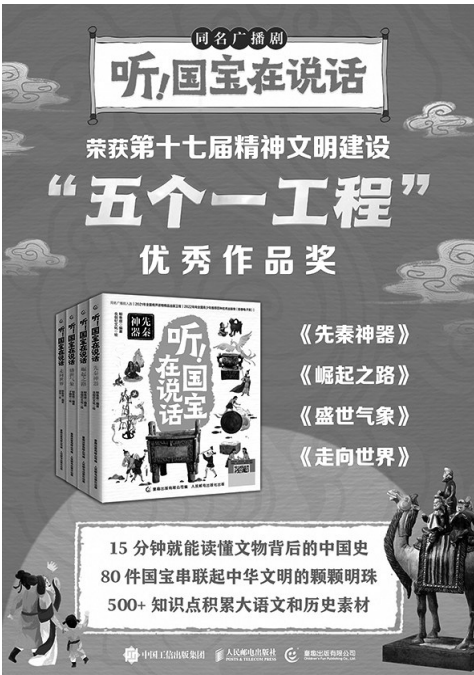
九层之台,起于累土。1993年,伴随着电视动画片《米老鼠》在中央电视台的热播,“米老鼠”形象引来了少年儿童甚至成年人的狂热喜爱,6月,童趣出版公司出版的《米老鼠》杂志创刊。据童趣出版公司的老员工回忆,1995年,这本杂志全年销售达到200万册。

成功的激励效应让童趣出版公司在引进的道路上一骑绝尘。跨入新世纪,童趣出版公司逐步增加《童趣》《漫趣》等画刊。与此同时,童趣出版公司将期刊资源赋能到图书领域,推出了“迪士尼”“米菲”等IP品牌图书。《世界儿童珍爱的100个经典童话》《米菲去海边》等一系列深受孩子欢迎的图书问世,在当时的童书市场形成鲜明的品牌特色。值得一提的是,1995年,伴随着第一部迪士尼动画电影《狮子王》引进中国并上映,童趣出版公司迅速推出同名图书,这本书成为畅销一时的儿童图书,累计销售超过百万册。后来,以迪士尼动画电影为内容的《迪士尼国际金奖动画电影故事》系列产品陆续出版,持续销售10余年,销量超过1000万册,成为一代人的童年记忆。

在与国际大品牌的深度合作中,童趣出版公司发现了这些超级文化企业的成功密码——不是单一维度的图书出版商,而是面向全球市场的IP运营商。童趣出版公司开始尝试将自己看到的、学到的经验迁移到中国本土IP的创设与运营中。童趣出版公司总经理史妍介绍,1999年,上海美术电影制片厂推出动画电影《宝莲灯》,童趣出版公司一举拿下《宝莲灯》图书衍生品开发权,推出同名电影图书,开创了国产动画电影同名图



▲中文版《米老鼠》杂志创刊号(1993年6月第1期)。
►广播剧《听!国宝在说话》荣获“五个一工程”优秀作品奖。图为《听!国宝在说话》海报。



童趣出版公司 供图

书出版的先河,当年该书销售达15万套。2003年,央视首播动画片《哪吒传奇》,童趣出版公司迅速出版了《哪吒传奇》系列图书,累计销量达到700万册。这个项目的成功,让多年经营国外IP的童趣出版公司敏锐地发现,国内IP经营蕴藏着巨大市场潜力。

深耕本土 引领原创IP出版热潮

自2005年起,在童趣出版公司的产品体系中,本土原创IP品牌的规模呈现出追上国际IP品牌规模的趋势。2007年初,童趣出版公司拿到“喜羊羊与灰太狼”图书开发权,创造了中国少儿动漫品牌出版史上的奇迹。

动漫基因给童趣出版公司带来发展红利,但也因其快销特质,难以形成稳健的发展格局。在公司发展的第二个十年,童趣出版公司逐步开始向少儿文学、玩具书、卡通动漫、益智游戏等品类拓展。到2013年底,童趣出版公司在少儿文学本土作家板块的销售收入达到2500万元,主营业务反

转,由原先的图书和期刊3:7变成了7:3,逐渐形成多元品类的出版结构。

与此同时,童趣出版公司不断拓宽合作领域,探索新的盈利模式。公司注重与各领域企业的交流与合作,在行业之外的更大范围内扩张与探索。比如,尝试与各领域合作伙伴联合推出种类繁多的新品。合作伙伴既有电影制片厂、电视台、网站、动漫传媒公司,也有广告公司、玩具厂商、科技公司等。此外,童趣出版公司也一直在探索多维的销售路径。除了传统的新华书店,家乐福等大卖场渠道也一度成为童趣出版公司营销的主攻点。

数据显示,2013年底,童趣出版公司销售码洋超过4亿元,回款超过2亿元,年平均增长率20%。至此,童趣出版已成为兼具市场占有率和影响力的大品牌,在读者中的认知度越来越高。

战略转向 本土原创项目成果显著

童趣出版公司前20年的发展,走了一条学习借鉴、苦练内功的道路。2014

年以后,童趣出版公司在IP图书高速发展的同时,开始思考下一步的发展路径和战略方向。

童趣出版公司总编辑刘玉一介绍,近10年来,童趣出版公司顺应时代之需,在文博、文学、科普、教育等板块重点布局,推出了一大批原创精品出版物。童趣出版公司和国家博物馆、故宫博物院、敦煌研究院合作的历史百科绘本,构建起童趣文博产品矩阵。沈石溪的《狼国女王》从2013年出版至今,销量超过200万册,高洪波主编的《百年百首童诗》荣获多项大奖。《给孩子讲大数据》《大江大河科普绘本》等科普图书,构筑起了童趣出版公司科普品牌的核心竞争力。《小羊上山儿童汉语分级读物》上市4年,服务了超过300万个中国家庭,成为了“纸媒融合”的优秀典范。

近年来,童趣出版公司不仅在经济效益上取得突破,在社会效益层面更是成绩斐然。广播剧《听!国宝在说话》荣获第十七届精神文明建设“五个一工程”优秀作品奖,《中国国家博物馆儿童历史百科全书》荣获中国出版政府奖图书提名奖,《唱学古诗词》荣获中华优秀出版物奖提名奖,《了不起的中国科技》等入选“中国好书”,《长征:红星闪闪照我心》等入选中宣部主题出版重点出版物选题。童趣出版公司入选中国版权协会“2024年度中国版权影响力企业”,600多种出版物版权输出到美国、日本、德国、英国等20多个国家和地区。

不难看出,无论少儿市场如何变革,童趣出版公司总能敏锐地把握时代脉搏,顺应市场趋势,洞察发展先机,持续出版满足不同市场需求的领先产品,同时也带动了行业的发展与创新。成绩的背后,既有合资机制带来的国际视野与全球选材,也有一代又一代童趣人前赴后继的品质坚守与社会责任。

谈到未来的发展,史妍说:“唯有站在国际大舞台上,放眼全球市场,进行交流与合作,不断输入、学习、提升、赋能,完成本土化、掌握原创力,才能在国际平台上输出、对话、互鉴,实现更加多元的企业发展。”更多的先进创新力量融入智能产业建设浪潮,拥抱人工智能转型升级,期待童趣出版公司的下一个黄金十年。

时讯

2025年出版材料高质量发展工作会在京召开

本报讯 (记者王勤 祝小霖)日前,由中国出版协会出版材料工作委员会主办的2025年出版材料高质量发展工作会在京召开。

会上,中宣部印刷发行局、中国出版协会出版材料工作委员会、北京印刷学院等单位有关负责人,以及来自京津冀、山西、广西等地出版产业链相关单位的50余位代表,围绕新质生产力助力出版管理水平和技术创新能力提升,提出多项创新举措和发展建议。与会嘉宾认为,加强出版材料领域的绿色化、数智化、人性化发展,是推动行业高质量发展的必由之路。

此次会议在推动出版材料领域创新实践方面达成多个共识,一是明确发展方向,聚焦绿色材料、高质量纸张的研发与应用;二是深化产教融合,强化出版单位与高校协同创新,构建资源共享、优势互补的合作机制;三是推动技术升级,依托数字化技术优化出版材料供应链;四是强化责任担当,出版产业链共同努力,为广大读者提供更加优质、健康、可持续的阅读体验。

第一届陈伯吹新儿童文学·绘本与插画创作大赛启动

本报讯 (记者徐平 通讯员岳新)由陈伯吹儿童文学基金专业委员会、新世纪出版社共同主办的第一届陈伯吹新儿童文学·绘本与插画创作大赛近日在京启动。

第一届陈伯吹新儿童文学·绘本与插画创作大赛共设置了绘本奖、插画奖及童诗童画专项奖,其中绘本创作金奖奖金高达5万元。大赛奖项重视作品的内容原创性与高质量,以挖掘新人新作、鼓励创新为基本理念,致力于挖掘优秀的原创绘本与插画作品,嘉奖有潜力的新人作者,为绘本和插画创作队伍注入新的血液与活力。童诗童画专项奖征稿对象为16岁以下的少年儿童,旨在为孩子们提供展示的平台,激发他们的想象力与创造力。

国际儿童读物联盟国际执委、生命树文化促进中心理事长张明舟说:“陈伯吹先生1986年参加在日本东京举办的国际儿童读物联盟世界大会,中国才开始和国际儿童读物联盟大家庭、世界大家庭有了真正的交往。”张明舟还表示,我们的儿童文学滋养自己的孩子,同时也应该为世界其他国家、民族的孩子打开一扇了解中国的窗口、一扇了解中国人心灵世界的窗口。

纪录片电影《梦想之家》在厦门开机

本报讯 (记者张福财)纪录片电影《梦想之家》日前在福建厦门正式开机。

该片由史壹可编剧,白志强执导,讲述“中国好爸爸”柏剑带领自己助养的300多个孩子参加国际马拉松赛,与孩子们共同成长的故事。

柏剑是辽宁省鞍山市华育中学的一名体育教师,自1995年起,他陆续助养了300多名困境儿童,带领他们投身马拉松训练,让孩子们通过体育特长生或运动员达级的途径升学成长。过去30年里,已有276个孩子迈入大学校园,其中17人就读985、211高校。当下,还有72个孩子常住柏剑主持的马拉松俱乐部“梦想之家”。

柏剑在开机仪式上说,厦门是“梦想之家”孩子的福地,早在2008年,他就开始带孩子们在厦门参加马拉松赛,有10多个孩子凭借在厦达到马拉松国际健将水平赢得了大学的宝贵机会。

除了厦门外,主创团队还将在全国各地选择不同的拍摄地,拍摄内容包括沙漠马拉松奔跑、草原奔跑等,最后一场比赛则是雅典国际马拉松赛。

《丝绸之路上的葡萄酒》带读者品酒香读历史

本报讯 (记者张博)由南方日报出版社出版的《丝绸之路上的葡萄酒》日前在京举行新书发布会。该书以葡萄酒切入,结合大量海内外考古材料和典籍史料,讲述了丝绸之路繁荣贸易的大背景下,葡萄酒在东西方经济、社会、文化等方面的双向传播交流。

该书作者惠源分享创作感受时表示,中国酿酒文化历史悠久,伴随着西方植物葡萄的传入,葡萄酒及其酿酒技术也逐渐在中原地区流行开来,是东西方交流悠久历史的特殊见证。他希望以葡萄酒为中心,从文化传播的角度讨论东西方交流视野下各类酒及相关问题,从中找到东西方之间的文化联结,引出东西方文明对话,引领读者跟随酒香,回到千年前的丝绸之路。

据悉,该书目前已在全国各大新华书店以及网络书店上架。

苏少社建社40年来,持续深耕原创精品生产领域——

打造原创儿童文学出版“桥头堡”

□本报记者 刘蓓蓓

提起国内原创儿童文学出版重镇,江苏凤凰少年儿童出版社当仁不让。建社40年来,苏少社儿童文学板块名家力作迭出,作家与编辑队伍梯队建设完善。近日,苏少社在南京举办儿童文学40年创作与出版座谈会,出版人与作家、评论家们畅叙文学情谊,描摹发展前景。

苏少社成立于1984年。40年来,该社致力于新时期儿童文学的助推工作,持续深耕原创精品生产领域,引领了当代儿童文学的创作理念和审美方向,共11种图书获得精神文明建设“五个一工程”奖,21种图书入选、入围“中国好书”,6种图书荣获中国出版政府奖,5种图书荣获中华优秀出版物奖。

建社伊始,苏少社即设立专门的编辑室,专营儿童文学读物出版,建立起弘扬主旋律、强调儿童文学的导向性和社会效益,关注作品对于儿童成长的教育意义,

注重文学审美对儿童的熏陶这三条对原创儿童文学产品的基本要求,并落实至今。1995年起,苏少社决定长远规划、分步实施,打造一个国内一流的原创儿童文学出版平台,连续推出《我要做好孩子》《草房子》《乌丢丢的奇遇》《芝麻开门》等重点作家单本精品,逐渐构建起苏少社原创文学出版的核心阵容。

2010年起,苏少社原创产品阵容不断扩大,除了曹文轩、黄蓓佳、金波、梅子涵等作家,先后又有周锐、彭懿、王一梅、彭学军、祁智、班马、三三中等中坚力量加入,逐渐形成立体出版格局。“十三五”“十四五”以来,苏少社不断有中青年作家的新作诞生,原创儿童文学阵地上先后涌现出赵菱、小河丁丁、韩青辰等优秀作家,形成了一个数量可观、年龄有梯次、实力不凡的中青年作家群,构筑成当今苏少社原创儿童文学板块的挺拔山脉。

“40年来,苏少社矢志不渝地推出儿童文学的新人新作,这是苏少社为读者、为出版界所作的非常重要的贡献。”江苏凤凰出版传媒股份有限公司总编辑徐海表示。儿童文学作家曹文轩以“桥头堡”评价苏少社坚持出版原创作品,他认为,苏少社吸引了全国优秀儿童文学作家,那些出版的作品经过时间的检验而愈发光亮。

优秀作品出版离不开编辑的付出。儿童文学作家黄蓓佳上世纪80年代就开始了和苏少社的往来,她深情回忆了与苏少社几代编辑的交往,以及从他们身上看到的编辑对于出版事业的热忱和奉献,对作家的点滴呵护、真诚陪伴与悉心指导。儿童文学作家王一梅也讲述了自己在苏少社编辑的陪伴下,先后创作童话和小说的成长历程。

作为苏少社编辑队伍里走出来的作家,张晓玲和赵菱都非常感谢苏少社提供

的良好成长土壤与平台。张晓玲认为,苏少社唯才是举,能够将合适的编辑放在恰当的岗位上,既能更好地服务作家和作品,又能提升编辑个人的综合素养,让双方彼此温暖,共同前进。赵菱讲述了自己从获得首届曹文轩儿童文学奖,到陆续推出“一路繁花”系列长篇小说的故事,认为苏少社善于发现青年作家,并对她们鼎力支持、用心扶持,用工匠精神锻造儿童文学精品,这是苏少社能获得一大批优秀作者和无数读者热爱的秘密。

“在40年漫长而又扎实的出版实践中,苏少社始终将原创儿童文学作为核心板块来打造。在未來新的发展阶段,苏少社仍将以原创为内容创新的核心思维,使原创作品产生社会影响力和市场影响力,从而散发持久魅力。”在回顾苏少社40年来的传承、坚守与创新之路时,江苏凤凰少年儿童出版社社长王泳波如是说。

《三体》被画出来了,国潮味超浓

本报讯 (记者闫松)《三体》图像小说新书发布会近日在京举办。《三体》图像小说是“三体”IP在出版物衍生开发中,首次针对图像小说这一类别推出的改编作品。该书由知名国风漫画家吴青松与“三体”IP内容开发和商业衍生全球独家版权方三体宇宙(上海)文化发展有限公司共同编绘,译林出版社出版。整个项目计划覆盖原著三部曲内容,全套共3部6册,预计需要五六年全部出版。

据悉,图像小说这一漫画类型诞生于20世纪70年代,意在与老龄化的商业漫画作出区隔,主张比肩传统作品的严肃、成熟、文学化创作,欢迎更成熟、更有深度和审美的成年读者。吴青松曾凭借一卷

《山海戮》摘得中国动漫金龙奖。吴青松称自己是个“《三体》迷”,从《三体》开始连载时就一直追更。

在《三体》图像小说改编中,吴青松在深入钻研刘慈欣原作的基础上,把波澜壮阔的文字转化为二维图像,在画面里再度突破想象,把一些几乎不可能完成的“名场面”,比如“三日凌空”“古筝行动”等,通过整页乃至跨页的大画面调度,生动传神地铺开在纸页间。而“倒计时”“智子”等概念的表达,吴青松则用他的方式巧妙地将具象化,让读者能够代入主角视角去体验故事细节。在创作过程中,吴青松与三体宇宙多次打磨剧本,反复探讨关键场景和角色的细节,有时为一个画面的布局修改

数十次,只为让读者通过图像感受到文字中隐藏的力量与情感。

凤凰出版传媒集团董事长章朝阳说:“漫画家吴青松带有东方美学的绘画风格,将中国传统绘画与现代气息相结合,以国潮、国风的艺术形式再现‘三体’磅礴世界,是对中国故事表达方式的创新,对在世界范围内构建中国文化话语体系,扩大‘三体’IP影响力有着重要作用。相信《三体》图像小说的问世,将进一步发挥《三体》在世界文明交流互鉴中的桥梁作用。”

三体宇宙(上海)文化发展有限公司首席执行官赵骥龙表示:“《三体》图像小说的推出,为文字赋予了非常精美且独