

颜小鹏： 拓展国际合作渠道 助力中国原创童书“走出去”

本报记者 赵依雪

2007年，颜小鹏联合贵州人民出版社创立了蒲公英童书馆（以下简称“蒲公英”）。10多年来，蒲公英推出了一部部畅销、畅销童书，如《神奇校车》《斯凯瑞金色童书》《野兽国》……在引进国外优秀童书的同时，蒲公英一直坚持中国本土原创作品开发，如“中国优秀图画书典藏系列”、《总有一个吃包子的理由》《桃花鱼婆婆》等，其原创绘本以鲜明的风格获得了市场认可。本报专访蒲公英总编辑、创始人颜小鹏，谈谈关于近年来中国原创童书“走出去”的经验与做法。

记者：近年来，蒲公英在“一带一路”对外合作方面有哪些新成果？“走出去”工作的布局思路是什么？

颜小鹏：近年来，我们在“一带一路”对外合作方面取得了一些成绩，近70部作品通过版权输出与国外出版社达成合作，涉及英语、法语、俄语、日语、韩语、意大利语、波斯语、尼泊尔语、阿拉伯语、僧伽罗语等多个语种，提高了中国童书在国际市场上的知名度和影响力。同时，我们与外国作家、插画师密切合作，推出了一些受到海外读者喜欢的童书。

在“走出去”工作的布局思路方面，我们通常会根据目标市场的特点和需求，选择合适的出版物进行推广。除了目前已有的合作资源，我们每年还通过参加国际童书展和交流活动寻找新的合作伙伴，拓展国际合作渠道，增加与海外读者和出版商交流合作的机会。通过这些做法，我们在“走出去”工作中取得了较好成绩，为中国童书走向国际舞台作出了贡献。

记者：今年蒲公英为推动童书“走出去”做了哪些努力？在打造优质对外出版物方面有哪些新思路？

颜小鹏：在今年博洛尼亚童书展上我们举办了《我爱妈妈，我爱爸爸》新书分享会，会后来自俄罗斯、法国、英国等国家的出版人汇聚在蒲公英展台洽谈该书版权，并对这本书表达了浓厚兴趣和感动之情。当时我们带了20多本样书，

翻译了英文全译本，对版权感兴趣的国外伙伴拿走了相关资料。从书展回来后，我们陆续收到他们的报价，这为我们面向国际推广营销和渠道拓展打下了基础，也为版权输出带来了很大的推动力。在今年北京国际图书博览会（BIBF）上我们成功举办了《我爱妈妈，我爱爸爸》版权输出签约仪式，共计输出8个国家11个语种（俄语、法语、英语、尼泊尔语、波兰语、韩语、僧伽罗语、阿拉伯语、哈萨克语、吉尔吉斯斯坦语、乌兹别克斯坦语）的海外版权，这是我们在最短时间内输出版权最多的图书，创造了蒲公英海外输出版权纪录。

对于打造优质对外出版物，我认为主要有两方面体会。一是精心挑选内容。我们注重挑选有深度、有观点、有独特性的内容作为出版物的主要内容，确保读者能从中获取知识、启发和思考。二是注重图书设计和制作。我们重视出版物的视觉效果和印刷品质，精心设计每个细节，确保排版美观、内容布局合理。同时，我们与专业印刷公司合作，确保印刷质量达到最高水准。

记者：从图书“走出去”到“走进来”，如何确保中国内容在海外有效落地，让中国文化更深入海外读者内心？

颜小鹏：在海外渠道建设方面我们有一些成功经验。我们意识到“走出去”和“走进来”需要不同策略。“走出去”是指将我们的内容推广到海外市场，而“走进来”是指与当地合作伙伴建立合作关系，让我们的内容更好适应当地市场。

我们通过与当地出版商、媒体机构和文化组织等建立合作关系，为内容传播至海外市场打下良好基础。同时我们会对内容进行有针对性的调整，使之更符合当地读者的口味和文化背景，从而增加海外读者对中国文化的接受度和认同感。

此外，我们非常注重与当地读者保持互动，通过举办文化活动、展览等方式，让中国文化更深入海外读者的内心。同时我们会利用新媒体平台与海外读者建立更直接的沟通渠道，提高我们的品牌影响力和行业地位。

总而言之，要确保中国内容在海外

有效落地，让中国文化更深入海外读者内心，我认为全方位的策略和措施是非常重要的。只有持之以恒地推进海外渠道建设，才能不断提升内容质量和市场适应能力，最终取得更大成功。

记者：随着科技发展，您对“出版+人工智能（AI）”有何看法？目前国外出版社对AI的态度如何？

颜小鹏：近年来，AI不仅在科技领域得到广泛应用，在出版领域也引起极大关注。我认为AI可以帮助出版社更有效地管理内容、推广图书和分析读者的阅读偏好等，对出版业发展可以发挥重要作用。

目前一些国外出版社已开始业务中使用AI技术，如利用AI进行内容推荐，根据读者阅读习惯和兴趣推荐相关图书；通过自然语言处理技术进行内容创作、编辑和翻译；利用大数据分析读者购书行为，优化销售和市场推广策略等。这些为出版社带来了新的商机与增长点。

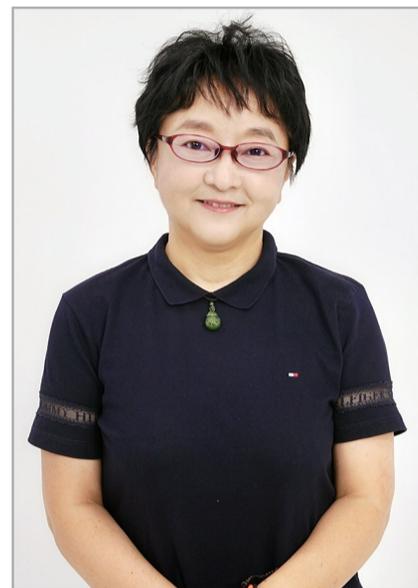
对于出版合作及业务创新来说，AI不断发展既带来机遇又带来挑战。通过与科技公司合作，出版社可以加快数字化转型，提高出版效率，推出更具吸引力的数字产品。然而，出版人也应关注数据安全及智能化技术带来的人员转岗等问题。同时，出版社应及时了解新技术的发展动态，提前做好技术储备和人才培养计划，以保持市场中的优势。

记者：数字化时代，培养外向型人才尤为重要，蒲公英做了哪些工作？

颜小鹏：首先是强化多语种能力培养。对外出版必须跨越语言障碍，因此加强人才的跨语言交流能力和文化理解力是首要任务。我们鼓励所有员工学习外语，并提供语言实践的机会，如中外交流活动、国际书展等。

其次是加强国际视野。负责版权输出的员工需具备国际视野，了解国际出版市场的新需求和新趋势。我们会定期邀请国际出版专家开展交流活动，组织员工参加国际出版会议，鼓励大家阅读和研究海外出版物。

再次是增强跨学科知识学习。对外出版不仅是语言文字工作，更是多领域



颜小鹏
蒲公英童书馆总编辑、创始人

跨学科工作，涉及到国际贸易、市场营销和文化传播等多个领域。因此增强跨学科知识学习对于培养对外出版人才是非常必要的。

此外，加强对数字技术的了解与应用。数字技术已成为出版业的重要工具，因此员工掌握最新的数字出版工具和技术非常重要，如在线内容管理系统、社交媒体营销等。

最后是注重职业道德与法规的学习。对外出版工作涉及不同国家的法律法规和文化敏感问题，因此培养员工的法规意识，使他们能在复杂多变的国际环境中作出恰当的判断和决策。

记者：下一步，蒲公英在对外出版合作方面如何布局？

颜小鹏：未来我们将密切与国内外合作伙伴的关系，拓展合作领域，共同开展更多项目合作和交流活动。同时，我们将进一步加强与国际出版企业、作者和插画师的合作，推动业务创新和国际交流，助力企业的可持续发展和国际竞争力提升。最后，我们将加强与国内出版企业的合作，共同探索出版市场新需求，开发新产品，提升产品质量，实现互利共赢。P



今年意大利博洛尼亚童书展期间，拜访《嘭！一个大大的梨》《一个大大的大巴士》原版出版方



蒲公英原创图画书《我爱妈妈，我爱爸爸》出版交流会



蒲公英与来自8个国家的版权签约代表签署《我爱爸爸，我爱妈妈》版权输出协议