

你或许拥有无限的财富，一箱箱的珠宝与一柜柜的黄金，但你永远不会比我富有，我有一位读书给我听的妈妈。

——史克兰·吉利兰

让儿童绘本线上线下

宁波“老约翰”首创全国网上绘本图书馆



本报记者 崔小明

在宁波，有一家老约翰绘本图书馆，在实体店步履艰难的当下，致力于推广儿童绘本阅读，倡导亲子阅读。在共享经济的浪潮中，他们借助“互联网+”的翅膀，创建全国首家网上绘本图书馆，开创了绘本阅读新业态。截至目前，“老约翰”拥有区域连锁店351家，网点遍及除台湾和西藏以外的全国所有省、自治区、直辖市，活跃用户近20万。

■ 绘本，曾是奢侈品

绘本，英文称 Picture Book，顾名思义就是“画出来的书”，指一类以绘画为主，并附有少量文字的书。国际公认“绘本是最适合幼儿阅读的图书”。绘本17世纪诞生于欧洲，20世纪30年代流入美国并迎来黄金时代，20世纪五六十年代，开始在韩国、日本兴起。21世纪，绘本阅读已经成了全世界儿童阅读的时尚。儿童心理学的研究认为，孩子从小就具备了一定的读图能力，这时候如果家长有意识地和孩子一起看图、读文字、讲故事，孩子将在听故事中品味绘画艺术，在欣赏图画中认识文字、理解文学。被誉为日本绘本之父的松居直先生曾把绘本阅读比喻为“幸福的种子”。父母用充满爱意的声音把一个个美妙的故事“种”进孩子心田，就是为孩子打好精神底色。中国首位“国际安徒生奖”得主曹文轩先生则认为“绘本的根本

有没有在陪孩子阅读。“这是老约翰绘本馆与众不同的地方，别的商家一旦等你交了年费，巴不得你少消费，‘老约翰’却迫着你消费。我感觉他们确实是当一项事业在做。”王女士感慨地说。

目前，在宁波市区，像王女士这样的“老约翰”会员有1400多人。他们坚持每天与孩子共享快乐的阅读时光。

■ “小而美”的事业

海曙区后河巷19号3幢，是一幢不起眼的厂房改造而成的办公楼。老约翰绘本馆总部就设在这幢楼的西首二楼。走进办公区，几间办公室、活动室分布其间，装饰简洁干净。映入眼帘的是孩子们的绘画、手工作品，还有四处可见的各类绘本。公司的核心理念“爱孩子，爱阅读，爱生活”在墙上十分醒目。老约翰绘本馆创始人吴文嘉清瘦干练，快人快语，讲话充满激情。总经理俞富良温文尔雅，不像个生意人，更像个文艺青年。说起老约翰绘本馆的创业经历，他们称做的是一份“小而美”的事业。

吴文嘉原本从事网页设计工作。2011年一个偶然的契机，她的孩子接触到了绘本，从此深深迷恋，爱不释手。但那时绘本在中国市场出现时间不长，属于高端消费。买绘本给孩子读，不仅花钱，读完后来束之高阁也挺浪费。吴文嘉和她的伙伴们嗅出了其中的商机：如果创办一个网络绘本图书馆，在

■ “老约翰”的中国版图

尽管“老约翰”在宁波的推广没有初创时想象中那么顺利，但墙内开花墙外香，依靠互联网的互联互通效应，老约翰绘本馆在全国小有名气。很多人来函来电要求加盟，公司决定尝试将自己的经营模式在全国推广。第一批加盟城市有西安、武汉、太原、北京通州、石家庄等，馆主都是绘本爱好者，非常欣赏老约翰绘本馆的经营模式。公司总经理俞富良对加盟者的素质严格要求，并在实践中不断完善加盟管理体系，制定严格的考核制度和退出机制。由于这些加盟绘本馆开得分外风生水起，“老约翰”在全国快速扩张——2011年当年，有20家加盟店；2012年增至80家，2013年增长到150家，2014年为250家，2015年加盟店为302家。截至今年5月，加盟店发展到351家。

“没有一艘船，能像一本书，把人带往远方。”谈及“老约翰”的未来，吴文嘉和俞富良都说，与“大”和“强”相比，他们更希望做久，希望通过努力，集结更多的“爱孩子，爱阅读，爱生活”的同路人，大家一起乘上书籍这艘帆船，驶向诗和远方。

为了实现既定目标，“老约翰”努力开展各项“增值服务”。6月29日下午，“老约翰”举行了一场线上绘本分享会，邀请一名专业人士在QQ上直播，与孩子分享读绘本的经验。类似这样的网上直播、微课堂，“老约翰”隔几天就会组织一次。不久前，他们还邀请到著名儿童文学作家曹文轩做讲座，据悉有10多万人

钩沉

宁波人与旧上海报刊

王静

1843年，上海正式开放为通商口岸。此后的上海滩成为旧中国一个重要的经济文化中心，一个以车水马龙、消息灵通两轮接轨现代都市的动感地带。借得动感地带的都市语境，海上宁波人把握风起云涌的时代机遇，创刊办报。本文试图从报刊的视角，展现宁波人闯荡上海滩的情景。

一、综合报的是是非非

自晚清始的百余年间，宁波人参与时政综合性报纸的创刊与出版，至少有《天铎报》《民国新闻》《申报》《时事周报》等。其中《天铎报》是宁波人在上海创办的第一张报纸，由宁波同盟会会员陈训正创办。

1910年3月11日，陈训正聘请同乡洪允祥任主笔，创刊《天铎报》。7年前，陈训正创办的《宁波人白话报》，除在上海发行外，还在宁波设分发行所。翌年初春，陈的堂弟陈训恩寄寓《天铎报》社，替该报结婚请假的戴季陶代笔撰文。年轻的陈训恩就是大名鼎鼎的陈布雷，浙江慈溪人。

辛亥革命胜利，临时大总统孙中山用英文撰写“对外宣言”一文，由外交总长携沪发表。此事被《天铎报》总经理获悉，提请让陈训恩试译《宣言》一段，后见陈译文流畅，遂令翻译全文，翌日刊发。《天铎报》首发“外交宣言”，名声大震。《民立报》编辑徐天复看到后，对社长于右任说：“此文乃为《天铎报》捷足先登，可惜可惜”。此后，陈训恩以“布雷”署名，在《天铎报》每日撰短评两则，每十日撰社论三篇，与当时在甬城的《朔望报》呼应，使《天铎报》成为推翻清朝专政、建立共和的重要舆论阵地。陈布雷还担任过《商报》编辑主任。其撰写的时事评论，与中共主张的观点相符，因而被《向导》周刊转载。时任中共领导人萧楚女曾致函《商报》，赞扬主笔的革命精神。此乃辛亥革命前后，宁波人与上海旧报刊的一些逸事。

此外，陈布雷还先后担任过《时事周报》《时事新报》主笔，合办《新生命月刊》。抗日战争胜利后，又担任《申报》馆顾问兼常务董事。《申报》是近代中国发行时间最久的综合性报纸。参与《申报》编务、撰稿的则有王任叔、冯都良、冯寅符等甬籍人士。

1922年5月2日，上海《文学旬刊》主编郑振铎收到浙东奉化大堰村的稿件，作者署名“任叔”，文题为《对一个散文诗作者表一些敬意》，文章是对诗人徐玉诺的诗歌评论。读过全文，郑振铎立即决定将此文刊登当月11日的旬刊上，并在文章后面加了一段很有分量的按语。由此，王任叔与上海的报刊结下不解之缘。15年内发表了800余篇作品。1938年，王任叔出任《申报》自由谈主编，发起了文艺界“鲁迅风”的争论，在现代文学史上留下一段佳话。此外，王任叔还主持《译报·烟火》与《译报·大家谈》编辑工作。

冯都良先后任《商报》编辑、总编辑，《商报》停刊转

入《申报》馆工作，不久出任主笔。1945年，《联合日报》创刊，冯寅符出任总编辑。参与该报编务的还有同乡郑森禹，这是一份中国共产党领导下的民办报刊。之后，冯寅符还参与了《解放日报》的创刊，时为1949年。与综合报结缘的宁波人还有唐弢与刘以鬯。唐弢与柯灵合编过《周报》，后被禁转入《文汇报》，主编副刊《笔会》；刘以鬯出任《和平日报》总编辑，该报创刊于1946年元旦。

之前的1940年，《民国新闻》创刊，浙江慈溪人穆时英主持了该报的面世。由作家成为报人的穆时英曾主办过《中华日报》的副刊《文艺周刊》与《华风》。接任《国民新闻》主编后的1940年6月28日，穆时英被刺殒命。

二、休闲报的热热闹闹

纵观上海报刊史，旧上海还有大量被学界称作休闲娱乐性的新闻纸（简称小报）。小报跨越了晚清和民国两个历史时期，历经半个多世纪，形成了包括晚清文人、鸳鸯蝴蝶派文人和20世纪三四十年代的部分海派文人的庞大小报文人群体。这一文人群体中有不少是宁波人，其中影响较大的是冯梦云与苏青，前者创办小报，后者是小报作者。有意思的是，两人还打过“笔仗”。

旧上海的《晶报》《金刚钻报》《福尔摩斯》与《罗宾汉》，被誉为小报中的“四大金刚”。原来时政综合报的是是非非已足够热闹，小报的崛起又添了“一把火”。如1933年元旦创刊的《明星日报》，刊登了“电影皇后选举大会”消息，除了沦陷的东北之外，全国各地都有读者参与投票，且屡次出现伪造选票等，轰动黄浦江畔。胡蝶当选第一届“电影皇后”之时，正值淞沪抗战不久，媒体又发出了“救国”的号召……“选美”活动的策划人之一，就是《大晶报》创办人，宁波人冯梦云。

如今，上海图书馆馆藏有365种上海小报。宁波人通过编务、撰稿等途径与小报结缘，并在中国小报史上创下了“一人创办三报”“一报日出三刊”等记录，而专门以小报撰稿的作家们，有的闻名上海滩，有的成为小报史上的奇迹：“八一三”淞沪会战的爆发，为了让上海市民了解更多的战况，《大晶报》日出早报、午报、晚报三份，成为中国报界空前的创举。

宁波报人的群像中，还有一个专门以小报撰稿的群体，其中苏青、冯元祥与冯玉奇颇有影响，他们仨似三足鼎立，立于海上小报小说的潮头。此外，徐评、唐弢等作家的散文、随笔亦多刊于《立报》等版面；周信芳是《戏世界》的特约撰稿人，唱的是世间恩怨，写的是世间爱恨情仇。

三、文艺刊的花花绿绿

据记载，1919年至1949年出版的中文文艺期刊有657种，这些色彩缤纷的期刊，也频现宁波人的身影。

《东方杂志》是影响最大、刊龄最长的综合性杂志。该杂志由宁波的鲍咸恩、鲍咸昌兄弟与



旧上海报刊 (王静 供图)

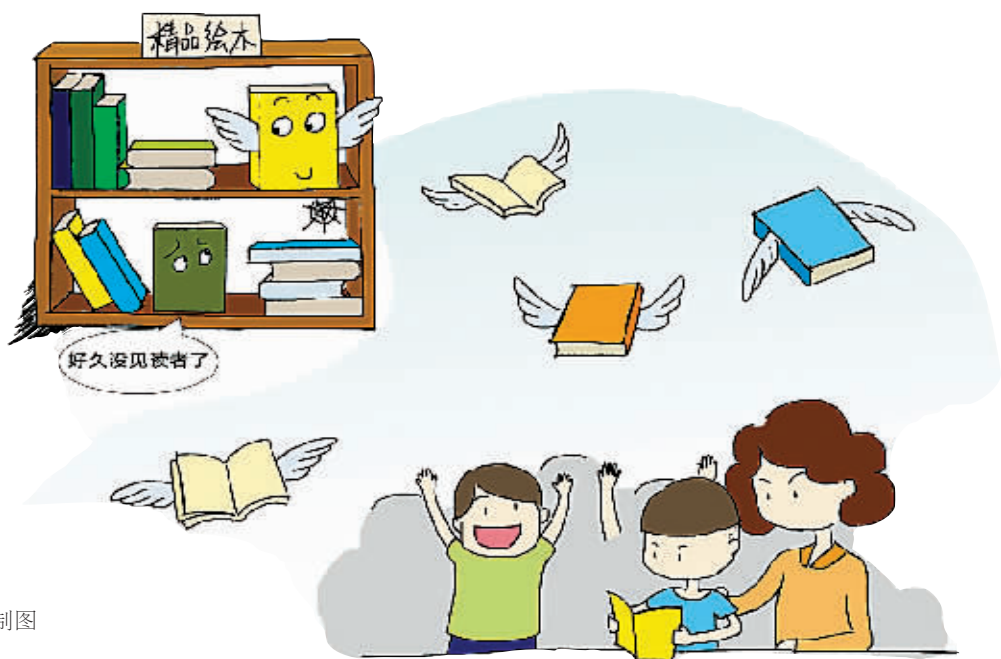
宁波人的女婿夏瑞芳合办，商务印书馆印刷出版。该杂志的宁波作者至少有王任叔、徐评、唐弢等，冯寅符与《东方杂志》的关系颇为紧密，先担任杂志的校对、作者，后又参与创办《世界知识》杂志，由此冯寅符被誉为我国现代杂志编辑的先驱。

1941年4月诞生的《杂文丛刊》，是孤岛时期上海杂文家发表作品的阵地，由唐弢与柯灵创办，唐弢还担任过《文艺界丛刊》的编辑。初到上海的徐评先在林语堂的《论语》（半月刊）发表小说，后出任《人间世》编辑并主编《作风》一刊。

此外，王任叔创办了《鲁迅风》，此为上海沦陷时创办的一本进步刊物，冯梦云既任编辑，又做发行人，邵荃麟等两位宁波籍作家支持该刊出版。此前，王任叔先后任编辑、主编或合编的期刊有《大陆》《人间十日》《救亡日报》等，其中编辑的《每日译报》负责人为宁波作家楼适夷。楼适夷自1927年从事文学活动后，除在《创造日》《洪水》《太阳月刊》《语丝》《萌芽》《拓荒者》等刊物上发表作品，还参与左联机关刊《前哨》《文学导报》和《文艺新报》的编辑。“孤岛”时期的楼适夷还与许广平等共同主办过《奔流新集》月刊。此前，楼适夷、王任叔分别与人合编《少年先锋》《中学生生活》等青少年专刊。

1934年，宁波画家陈秋草与方雪鹤共同编辑了《美术杂志》月刊，该刊作者中有宁波籍画家潘天寿；而在10年前，陈之佛被特聘为《东方杂志》等书刊的装帧设计师；同期，周信芳是《梨园公报》《半月戏剧》等戏剧专刊的主要作者之一。

当宁波画家彩笔挥洒之时，实业界的宁波人开始总结他们的创业经验，其中1920年创刊的《钱业月报》，由执掌上海钱业公会的金融家秦润卿倡议创办，并动议其秘书、同乡魏友棊担任主编。魏友棊曾参与创办《文汇报》，曾为该报主撰经济评论。《钱业月报》后成为中国人民银行上海市分行研编《上海钱庄史料》的基础期刊，为该刊撰稿的还有宁波人冯以圭。



洪茜茜 制图

意义，是给一个人良好的人性基础，包括基本道义观，悲悯情怀，审美教育，情感教育，道德教育”。但一直以来，绘本因为创作费时和制作精美，价格相对较贵，一本正版绘本通常要30多元，而对于一个求知欲旺盛的孩子来说，一周可以读好几本。很多家庭因此只能忍痛割爱。

■ 飞入寻常百姓家

家住江东区“波波城”的王女士，是一家企业的普通文员，孩子3周岁了，喜欢看绘本。前些天，王女士像往常一样登录老约翰绘本馆的网址，输入用户名、密码，《大卫不可以》《月亮先生》《这样的尾巴可以做什么》等绘本就被“收入囊中”。约一个小时后，“老约翰”绘本的客服电话就来了，问她什么时候在家，工作人员会将选中的4本书送到她家里。

王女士是老约翰绘本馆的资深客户。她花了780元的年费成为老约翰绘本馆的会员，获得的回报是每周可以借阅一次绘本，每次可以借4本书。掐指一算，王女士一年可以借阅近200本绘本，都由对方免费送货上门。王女士觉得这是不错的体验。因为孩子阅读量越来越大，如果200本书都自己买的话，可能要花费四五千元。有一次，王女士外出培训，连续三周没有下单借书，老约翰绘本馆的客服来电询问，王女士最近是不是比较忙，

网上借阅，既方便快捷，又能资源共享，降低阅读成本，岂不能最大程度地发挥一本书的价值？

尽管她们当时不懂共享经济的概念，但明白绘本馆若要成功，必须解决几个难题。第一，提供便捷服务。比如实现网上注册、网上付费、网上选书、网上借阅，然后第一时间免费配送到家。总之，要让读者点点鼠标，足不出户，就能看到他们想要的书。第二，必须定一个合理的价格，既能保证有一定的盈利空间，支撑企业持续发展，又要让普通家庭消费得起。经过测试，目前的年会员价格是680元到1080元，根据全国各地经济发展水平不同而略有差异。第三，必须确保绘本卫生安全。记者来到老约翰绘本馆三层的藏书室，万余册绘本分门别类放置在书架上。俞富良告诉记者，尽管业内人士普遍认为图书借阅传播疾病的概率极小，但老约翰还是每天定时对图书进行臭氧消毒，而且在配送过程中用精美的纯棉布袋包装。第四，要进行营销推广。但凡新生事物，人们都有个接受过程，更何况网上预约消费充满了陷阱。“老约翰”的做法是：先在熟人圈里介绍老约翰绘本馆，靠口碑相传来积累客户。之后在宁波东方热线、天一论坛等亲子版块发帖自我营销。然而直到今天，老约翰绘本馆宁波直营店的会员还只有1400多名，远远低于他们的预期。如何让更多的孩子参与到绘本阅读中来，“老约翰”觉得任重道远。

在线参与了分享和互动。线下的亲子活动，如绘画、亲子游、绘本推荐、阅读分享会，更是家常便饭。

■ “老约翰”的启迪

老约翰绘本馆独特的经营模式在业界引起强烈反响，中国图书馆学会曾将其评为全国最具潜力连锁绘本馆。“老约翰”的成功，在全国引起了跟风潮，各种各样的抄袭、模仿如雨后春笋般冒出。然而经过几年的商海淘沙，当初的跟风者大多随风消逝。“老约翰”一直被追赶，还未被超越。可能有运气的成分，但最主要还是我们带着感情在做这份事业。”吴文嘉说。

宁波报刊业协会副秘书长励开刚对“老约翰”的经营模式十分赞赏。他说，目前大多数实体店由于未进行市场细分，目标群体重合，经营的品种门类大同小异。因此，避开传统意义上的全品种经营、避开网络书店的全品种优势，走专业化、多样化、特色化是实体店理想的发展途径。他说，宁波老约翰绘本馆利用自身优势，通过网络推广亲子阅读的理念，短短几年时间在全国拥有了351家加盟店，的确是件了不起的事情，也开创了国内儿童绘本通过网络进行借阅的先河。“老约翰”不仅仅培养了越来越多家庭亲子阅读的习惯，也使图书发挥出更大的使用价值，给喜爱阅读的人们节约了阅读成本，这与国家倡导的绿色、环保的消费理念相吻合。“老约翰”模式一定会带给业界很多启发。