



## 一个“玩具店”如何打动世界

“我写这本书的时候并没有想过‘出海’，只是想记录那些藏在老玩具里的情感与记忆。”谈及创作初衷，葛竟直言，“我想以这个切入点打破年龄的界限，让孩子读得开心，也让成年人从中找到童年的共鸣，更想从传统玩具这个小切口，触碰到所有人共通的情感。”

这份朴素的创作初心，最终成就了一部跨越国界的作品。《永远玩具店》由四个相对独立又彼此关联的短篇构成，她把金鱼灯笼、泥哨子、草编昆虫等饱含烟火气的传统玩具，和童年记忆牢牢绑定，再融入隔辈亲情、成长陪伴、青春困惑等人类共同情感，让传统文化在现代儿童文学叙事里，焕发出了崭新的生机。

新蕾出版社副总编辑焦娅楠回忆，当初向葛竟约稿时，希望她能以北京传统文化为背景创作一部童话。葛竟经过思考，主动提出写“中国老玩具”。“我一听就觉得非常好。因为当时在国内，还没有人涉及这样的儿童文学题材。”焦娅楠说。

这个选题背后，也饱含葛竟个人的情感记忆。彼时恰逢儿子出生，看着孩子与玩具相伴的模样，她不禁回忆起自己的童年。“我小时候印象深刻的就那三件玩具，每件都陪了我很长时间。恰恰因为这种稀缺，让我对那个玩具投射了非常多的情感色彩。”她渐渐意识到，玩具是谁送的、经常和谁一起玩、陪伴过程中发生了什么印象深刻的事，这些回忆比玩具本身更有价值。这些是当下无论中国还是外国的孩子与家长，都能感同身受的情感课题。

长期以来，中国童书在国际市场一直面临着普遍困境：要么过度堆砌文化符号，生硬的表达让海外读者难以共情；要么陷入说教套路，缺少对儿童内心世界的真诚描摹，很难真正走进海外小读者心里。

“近些年，我接触到越来越多的海外读者，发现除了古老的传统典故，他们更好奇我们此刻生活的状态。我们之间有共通之处，比如网络时代的生活节奏彼此相似；也有独特的差异，比如情感表达的方式、家庭相处的模式、孩子心底最在意的小事。”在葛竟看来，这种“相同中的不同”，正是跨文化传播里最有魅力的部分。

这种“小切口大内涵”的创作思路，让作品拥有了跨文化传播的天然优势。在波兰举办的中国作家日活动中，当地学者读到“永生小虫”的故事时红了眼眶，她说这让她想起了自己的祖母，想起了童年时祖母为她做的手工作品；在智利圣地亚哥国际书展上，一位当地大学的教授特意找到葛竟，和她分享了家乡的草编玩具文化，说书中的描述让她仿佛看到了自己的童年。

“在我看来，好的儿童文学作品从来不是靠文化符号的堆砌，而是靠情感的共鸣。”葛竟感慨道，“海外读者并非不喜欢中国传统文化，关键在你的叙事方式是否人为地抬高了沟通的门槛。当你把文化藏在情感故事里，用他们能理解的方式讲述，共鸣自然就产生了。”

葛竟的思考，与中国图书进出口(集团)有限公司国际出版部副经理刘怡的观察不谋而合。从事图书海外推广多年，刘怡发现有一些出版社急于将国内热销的儿童文学作品推向海外，却忽略了国际市场的接受逻辑。她认为，衡量一部作品是否具备跨文化传播潜力，关键要看剥离文化表象后，故事的底层逻辑与情感表达是否依然成立、是否具有共性和感染力。


**视点追踪**

《永远玩具店》海外发行。

《哈利·波特》的魔法世界在中国风靡了20多年，从纸质书延伸到电影、文创、主题乐园，长成一个枝繁叶茂的超级IP(知识产权)。《小猪佩奇》《汪汪队立大功》这些海外童书IP，也凭借鲜明的形象和普世的叙事，成为中国孩子书架上再熟悉不过的面孔。它们的成功落地，让我们看到优质少儿内容跨越文化边界的生命力，也让拥有深厚文化积淀、庞大创作与出版体量的中国出版行业认真思考：怎样才能打造出真正走向世界的原创童书IP?

由新蕾出版社出版、青年作家葛竟创作的长篇童话《永远玩具店》，正是这场探索中一个值得关注的样本。这部以中国传统玩具为脉络的作品，不仅在国内拿下第十一届全国优秀儿童文学奖等20多项荣誉，更被翻译成11种语言，在国际持续释放影响力，在去年年底举办的智利圣地亚哥国际书展上，还引发了海外学者和小读者的强烈共鸣。在《永远玩具店》的背后，是中国作家与出版人对童书出海的全方位探索。从题材创作到翻译推广，再到IP打造，他们在各个维度上积累着本土经验，也直面着行业仍需突破的课题。而这，正是中国童书走向世界的必经之路。

力。“就拿经典绘本《玛德琳》来说，许多中国孩子并不理解玛德琳上的教会学校到底是什么，但这不妨碍他们读懂玛德琳在学校里的苦恼和学习中的趣事。”刘怡说，《永远玩具店》恰恰也是如此。它写的是中国传统玩具，讲的却是现代人的生活，书中描绘的亲子关系、代际温情、成长烦恼甚至是家长对孩子错位的爱，兼具普遍性和深刻性，都是全球现代家庭共同面临的课题。正是这份贴近生活的真实感，打破了文化隔阂。”

**从学习到反哺的出版实践**

一本书的出海，从来不是作家一个人的事。作为《永远玩具店》的出版方，新蕾出版社的童书出海实践，其实始于20多年前的“引进来”。

2002年起，新蕾出版社开始打造“国际大奖小说”套系，从世界各国挑选获得大奖的儿童文学作品引进出版，至今已推出180多种图书，覆盖了40多项国际重要奖项。“引进的过程，也是我们学习国际童书创作、出版、审美标准的过程。”焦娅楠坦言，“这不仅打开了出版社的格局，更提升了我们选书、做书的眼光。”正是这段经历，让他们对海外读者的阅读习惯、审美偏好、选题需求有了直观的了解。而这些经验，后来也自然而然地反哺到原创童书的打造与输出中，形成了“引进学习、消化吸收、原创输出”的良性循环。

翻译，是童书出海的第一道关卡，也是一道需要持续跨越的关卡。在推广初期，如何高效地让海外合作伙伴对童书“一见钟情”？新蕾出版社儿童文学中心副主任赵濛告诉记者，海外

出版社在引进作品时，往往希望能快速了解内容，但长篇的翻译样章会增加他们的审读成本。为此，在推广《永远玩具店》等作品时，他们就提前制作十几页的英文样章，把第一个故事完整翻译出来，让海外合作方一眼就能把握作品的风格与内核。“我们做引进时，最头疼的就是外方提供的样章不全、翻译不到位。所以自己做输出时，就把这些问题提前解决掉。”这种换位思考的做法，让版权输出效率大大提升。

而当作品成功进入海外市场后，整本书的深度翻译则决定着它能走多远、走进多少孩子心里。这不仅仅是语言的转换，更是情感的传递和文化隔阂的消融。新蕾出版社国际版权中心的张场坦言，当前行业面临的一大痛点，就是复合型翻译人才的匮乏。“兼具扎实语言功底、深厚文化素养、儿童文学认知与国际传播意识的译者实在太难得了。好的翻译，能让孩子在另一种语言里读到同样的感动，而不是生硬的注解。这样的人才，是我们最渴求的。”

如果说翻译是为童书出海铺就了一条通衢的道路，那么插画，则是让这本书能够跨越语言障碍、直抵人心的“第二张脸”。在打磨《永远玩具店》时，为了找到能与文本幻想气质相匹配的插画师，焦娅楠没有拘泥于手头的现成资源，而是亲自跑到微博上筛选。她从一个年轻画家的社交圈入手，顺着关注和“粉丝”的线索，一个一个地翻看、筛选，最终选定了一位当时还从未画过图书插图的在校学生：“当时她连图书整版图、半版图的概念还不太清楚，我就从头给她讲起，彼此一点一点磨合。”这位年轻人用丙烯颜料完成了整本书的创作——这种当时并不常见

# 中国童书IP如何出海？ 一个“玩具店”的跨文化密码

记者 田莹



《永远玩具店》作者葛竟与外国读者互动。

的画法，既贴合故事的意境，又恰好契合国际主流的审美趣味。这印证了一个朴素的道理：在童书的世界里，视觉表达和文本内容一样重要。

同时，与国际市场的深度对接也让中国的创作者与出版人看到，童书的海外传播，需要学会“因地制宜”。新蕾出版社在阿拉伯地区推广科普漫画《蛋蛋学校》时，这套24册的大系列丛书，可以根据当地阅读喜好和出版规模进行小套系定制。如今，不少出版社都在实行这样的出版策略，让中国童书以更“合身”的姿态走进国际小读者的视野。

值得一提的是，在《永远玩具店》全书的最后，编辑还特别设计了一个章节，用照片配以简洁生动的文字，来介绍作品中的那些传统玩具，恰好让小读者在读完奇幻故事后，带着对传统玩具的好奇与喜爱去了解其背后的文化内涵。“文化传播不是削足适履，而是找到合适的方式，让海外读者愿意走近、能够理解”，这是众多从业者在实践中形成的共识。

**让作者和编辑“活跃”起来**

当前，中国童书出海已到了从“量变”迈向“质变”的关键阶段。曹文轩的《雨霖铃》、陈凯歌的《霸王别姬》、刘媛媛的《帝企鹅》、贾玉倩的《送西瓜》先后获得国际大奖……这些“叫好又叫座”的案例，标志着中国原创童书正在赢得世界级的专业认可。

近年来国家对文化出海的支持力度不断加大。2022年，商务部等27个部门联合发布《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，明确提出扩大出版物出口和版权贸易，推动主题出版物

走出去，支持少儿读物、学术数据库等产品等出口，为童书出海提供了有力的顶层设计支撑。

而在政策与市场之间，中国图书进出口(集团)有限公司(以下简称中图公司)这样的国家级平台正扮演着“桥梁”与“推手”的角色。在刘怡看来，童书出海，作品内容是根本，但要让好故事真正“走出去”，还需要作家和编辑在海外的持续“活跃”。

“国外，特别是欧美市场，一本书动辄折合人民币一两百元，普通家庭不会为一个完全没听说过的作家买单。”刘怡观察到，那些在国际上反响好的中国作家，都有一个共同特点——本人要在海外是活跃的。这种活跃体现在两个层面：一是作品的“活跃”，即要有高质量的、进入当地主流渠道的多语种版本，尤其是英语等通行语种的译本；二是作家本人的“活跃”，要走出国门，通过演讲、对话等方式，在更广阔的空间发表观点，让国际读者和评委感受到中国作家的深度与思考。

当然，对于很多作家和出版社来说，频繁出国成本高昂，单打独斗难度极大。为此，每年北京国际图书博览会期间，中图公司都会在专业展区设立一个特殊的场地“翻译咖啡馆”，聚集海外出版人和汉学家，探讨文学话题，给作家们充分展示自己的机会，规模不大，但在有较强的针对性。“除此之外，我们一直坚持在各类大型书展上，举办专门的儿童文学交流活动，就是为了给中国儿童文学作家搭建更广阔的国际交流平台。”

编辑对海外市场的熟悉同样是童书出海的关键。刘怡坦言，国内编辑深耕本土市场，却对海外的出版社运营、出版流程和规范、市场销售逻辑、读者期待等了解较少，这正在成为中国童书出海时的短板。

在具体的推广策略上，刘怡建议聚合资源，成系统地输出，这往往能起到“1+1>2”的效果。她分享了中图公司开拓伊朗市场的经验：“我们精选了10本不同作家、画家的绘本，凑成一套书。这套书发布后，当年就有3本拿了当地的青少年图书奖。”这套系列书不仅打开了市场，更为后续推出曹文轩、薛涛等作家的个人系列铺平了道路。“你给外方出版社一个清晰的营销点，他们才会更愿意跟你深度合作。”

平台+多媒介的开发布局，是童书出海打破单一传播壁垒的重要趋势。身为北京电影学院动画学院副教授，葛竟兼具儿童文学作家与动画人的双重身份，深谙当下孩子多元的视听接受习惯，她直言：“现在的孩子成长在影像环境里，想让童书IP真正走到海外孩子心里，就不能只停留在纸面上。”2026年1月，葛竟创作的系列绘本《有100扇门的玩具店》举办IP创新发布会，从有声书同步上线，到舞台剧、插画展、文创产品落地，再到动画电影筹备，让这个IP打造覆盖“读、看、玩”的儿童文化生态体系，让童书故事以多元形态走出纸页，触达更广阔的读者。

对于童书IP的海外发展，刘怡也有更深层次的思考，她表示：“童书出海不能只停留在简单的版权输出层面，真正的进阶之路，是走向深度的国际出版。”在她看来，想要让中国故事真正被海外读者理解和喜爱，就要跳出单向输出的思维，与海外出版社联合策划、共同开发，结合当地的市场需求和读者审美打磨内容。“我们作为第三方渠道平台，也一直在向合作的作家和出版社传递这个理念，唯有携手海外伙伴，用国际视野讲好中国故事，才能让中国童书真正扎根海外市场，走得更稳、更远。”

**非遗薪传**
**让内画走向更广泛的应用场景  
让艺术从“小众鉴赏”走向“大众感知”**

记者：您是从什么时候开始意识到，“张氏内画雕刻技艺”这门手艺不仅仅是一门“手艺”，更是一份需要去“破局”的责任？

张昭：我是在长期的技艺传承与创作实践中，逐渐意识到这一点的。核心契机源于两方面：一是我看到老一辈手艺人技艺精湛，但创新能力不足，传统内画雕刻的载体和表现形式较为单一，难以适配年轻群体的审美与需求，面临传承断层风险；二是我在参与非遗展示、研学交流过程中，发现很多人对内画雕刻技艺了解甚少，传统传承模式难以适应新时代的传播节奏。

于是我开始探索内画与其他非遗技艺的跨界融合，探索非遗与AI(人工智能)相互结合，同时借助新媒体、新技术拓宽传播与创作路径。从那时起，我明确了“破局”的方向：既要坚守传统技艺的核心精髓，不丢根基；也要主动创新，打破传统传承与创作的壁垒，通过文创开发、线上传播、研学普及等方式，让这门古老技艺走进现代生活，吸引更多年轻人参与传承，让非遗技艺在新时代焕发新机。这份“破局”的责任，也成为我传承技艺的核心动力。

记者：您一直在拓展内画艺术的“实用性”，尝试“打破传统内画艺术的束缚”。这对于非遗技艺本身的存续和发展意味着什么？

张昭：我始终坚信，非遗技艺的存续与发展，从来不是“束之高阁”的观赏，而是“融入生活”的共生。

内画技艺起源于鼻烟壶载体，最初作为贵族阶层的观赏摆件和把玩件。但随着时代变迁，鼻烟壶的实用性逐渐衰退，曾经的“掌上珍品”慢慢脱离大众生活，导致技艺传承陷入“曲高和寡”的困境：年轻群体不愿去了解、学习一门“无用”的手艺，老艺人的技艺难以找到传承载体，非遗技艺面临“断代”的生存危机。

只有让技艺“活”在日常，才能实现传承发展。从艺术性而言，传统内画的艺术性局限于“观赏审美”，而当内画走向日用，其艺术性便与实用性实现辩证统一，让艺术从“小众鉴赏”走向“大众感知”，让非遗技艺的审美价值与实用价值相互成就，这正是艺术“源于生活、高于生活、回归生活”的本质体现。

内画从“观赏”走向“日用”，是这项技艺“破局”传承的关键，更是非遗技艺实现可持续发展



内画项链

“张氏内画雕刻技艺”的核心是将在壶坯内创作的内画技艺与雕刻技艺相融合，将天然矿物材质的纹理与非遗技艺相结合。作为“张氏内画雕刻技艺”第六代传承人，“80后”张昭自幼便浸润在这项技艺的文化氛围中。在成长过程中，他不断深耕传统技艺，临摹经典作品，钻研技法细节，在传承传统技法的基础上，逐渐形成自己的创作风格。如今，他身兼多所高校文创设计、非遗体验课程的老师，进一步拓宽了这项非遗技艺的传承发展和传播渠道。



张昭

## 张昭 寻找内画雕刻技艺的“破局”之路

记者 郭晓莹

的必经之路。这个“破局”的过程，充满了挑战，从理念的转变到技法的创新，从载体的适配到市场的认可，每一步都需要反复打磨、不断尝试。但正是这种“破局”，让“张氏内画雕刻技艺”摆脱了鼻烟壶衰退带来的传承困境，找到了新的生存与发展路径：内画烟盒、内画茶叶罐、内画钢笔等日用产品，不仅让技艺“活”了起来，更让非遗文化融入了大众生活。

**以AI助力老手艺创新发展  
以跨界让各类传统技艺凝聚共生**

记者：最近您在尝试AI辅助设计，您是出于怎样的考虑，让这门古老的内画技艺去接触最前沿的科技？

张昭：我是出于两点考虑：一是破传承困局，二是拓时代边界。从传承现实来看，传统内画长久依赖匠人经验积淀，造型构思、色彩搭配、题材创新全靠日积月累的手艺积淀，创作思路容易固化，而年轻受众审美多元、视野开阔，单一传统造型与画面，难以走进大众生活，贴合时代需求。从技艺发展来看，我的“内画雕刻”本就是跨界融合的创新技法，既然能打破手工艺的边界，自然也能打通传统工艺与现代科技的壁垒。非遗不该是封存于展馆的老手艺，唯有借力前沿科技活化创新，才能让古老技艺承接当代文化，走进日常应用场景，实现真正的活态传承。

AI天马行空的创意输出，打破了我多年的传统创作思维，尤其在器型重构、主题融合、创

意叙事上，给出了大量人脑很难想到的突破性灵感，在一些成功落地的作品中已经有所体现。AI擅长开拓创意边界、丰富造型思路、融合多元题材、优化色彩构图，解决传统匠人思维固化、创意受限、跨界融合难的问题，能快速对接新时代文创、公益宣传、日用美学等多元需求，让非遗紧跟时代。

但是，在运用AI的过程中，我也在坚守内画雕刻的核心灵魂。其灵魂在于手工雕刻的肌理温度、内画笔触的细腻神韵、匠人赋予作品的文化理解与情感表达，这份匠心、底蕴、人文温度，是算法永远无法复刻的。

记者：您在创作“内画+”系列作品，比如内画+泥人、内画+年画、跨界融合的情况如何？

张昭：我提出打造“内画+”跨界融合系列，本质是打破非遗门类壁垒，让单一技艺走向多维共生，这类跨领域融合在技术对接与审美协调上存在核心难点，但跨界合作也催生出独特的艺术共鸣。

首先在实操层面，最大难点是不同技艺的工艺逻辑互不兼容，每一门非遗都有专属创作规律、材质特性与用料标准，不同技艺的材质硬度、创作角度、成型方式差异极大，极易出现衔接断层，需要反复改良材料、调整工序才能实现严丝合缝。

其次是审美协调的难题，内画雅致含蓄、以细腻笔触传神韵，泥人质朴鲜活、年画浓烈喜庆、风筝奔放灵动，各方风格调性差异明显，强行拼接容易生硬违和，既要保留各自技艺本色，

又要做到气韵相融、和而不同，拿捏这份平衡是创作中的关键考验。

目前内画与风筝的融合正在创作过程中，是“内画+”系列的代表性案例。这种跨界融合最大的吸引力，在于能够打破单一非遗的小众局限，让内画的雅致与各类民俗技艺的烟火气相得益彰、相互赋能，拓宽非遗传播边界，实现多维艺术创作，最终让各类散落的传统技艺凝聚共生，以跨界创新活化传统文化，让古老非遗摆脱固化传承模式，在融合之中扎根当代、走向大众。

**用流量接住当代人的目光  
用手工守住几千年的文化底蕴**

记者：您如何看待短视频、网络直播等新媒体传播方式对传统手工艺的影响？

张昭：很多人觉得网络新媒体让手工艺变浅、变浮躁，但我认为，从前非遗藏在展馆、困在工坊，如今走进短视频、网络直播间，是让古老技艺主动走进年轻人的精神世界，从“被供奉的古董”变成“能共情的审美”。镜头下不是简化手工艺，而是在拆解大众与非遗之间那层厚重的文化围墙，让方寸内画、匠心雕刻，能被千万人看见、读懂、共鸣，这是时代给年轻传承人最大的机遇。

当然，短视频偏爱猎奇、直播追逐热度，也的确容易让手工艺沦为博眼球的噱头。

在我看来，“流量”与“手艺”不是对立取舍，而是以流量为舟，以匠心为舵，让更多人看

见非遗的美，但绝不迎合流量而消解工艺、妥协底线。我的原则是，镜头前可以新潮鲜活，镜头背后必须恪守古法。用流量接住当代人的目光，用手工守住几千年的文化底蕴，让直播和短视频负责“让更多人看见”，让匠人负责“让看见的人记住”。说到底，网络新媒体是给非遗插上翅膀，不是砍掉手艺的灵魂。

记者：在进行非遗传承时，您同时面向大学生、社会爱好者、线上学员传授技艺，这种开放式传承背后，是出于怎样的思考？

张昭：我打破以前非遗只靠家族私传、小圈子师徒秘授的老规矩，进行开放式教学，这里面藏着辩证的道理：真正的传承，藏不住、捂不活；越私藏越容易断根，越开放越能生生不息。

把手艺攥在手里当独家秘密，看似守住了“绝活”，实则是画地为牢。把鲜活的文化困成小众绝学，圈子越来越小，一旦没人接班，再精湛的技艺也会慢慢消失。

而开放式传承，讲究大道为公、文脉共享，主动拆掉门槛，先让更多人认识非遗、读懂非遗、心生喜欢，把热爱的土壤养厚，再从无数爱好者里选出踏实肯钻研的苗子，让手艺从少数人的独门私藏，变成大家共守的文化根基，这才是长久的传承智慧。

没有普及的广度，文脉就单薄站不住；没有深耕的深度，技艺就空心没灵魂。开放教学，是把非遗的声音传出去、聚拢人气，让老手艺走出小众，融入当下生活；深耕技艺，是守住技艺本源、稳住文化风骨，不让手艺越传越浅、越教越水。两者结合，最终实现一门手艺开放共生、代代常青，让古老文脉稳稳传下去。

记者：相较于传统师徒模式，高校给非遗传承带来了哪些不可替代的价值？

张昭：传统师徒制是“守根”的关键，而高校场域是“拓界”的核心。高校能打破传统的“封闭性”，实现从“单点传承”到“网状扩散”的突破，这是传统师徒制难以实现的。此外，高校能实现“传承深度”与“文化高度”的双向提升，让技艺传承不止于“手艺”，更扎根于“文脉”。高校是文化积淀、思想碰撞的场域，在这里，我不仅教学生内画雕刻的基础技法、核心精髓，更会结合美学、文化、哲学知识，让他们明白技艺背后的传承密码、审美内核。更重要的是，高校里的学生有知识、有思想、有创新能力，他们能带着新的视角解读非遗，既能跟着我深耕技艺，又能结合自己的专业，把非遗与设计、文创、传播结合起来，让传承更有时代活力。