



1844年,宁波老外滩开埠,自此,欧美商船云集三江口,具有商业头脑的中外商家在岸边兴建店铺门面,沿着江边,外国领事馆、天主教堂、轮船码头等一字排开,洋行、夜总会、饭庄、戏院等应运而生,老外滩成为当时宁波城的中心,热闹无比。

和老外滩紧密联系在一起的,还有著名的“宁波帮”,他们创造了风起云涌的中国近代经济史。而自开埠到20世纪中叶以前的宁波外滩,更是近代宁波商帮的起泊地、水运文明的见证者。

■ 王溪 鲍蔓华 据《人民政协报》

从老外滩走出的“宁波帮”



宁波帮第一人:严信厚

1838年,严信厚出生在慈溪费市(现属江北区),早年就读私塾,十几岁时在宁波鼓楼前的宁波恒兴钱店当学徒,1855年到杭州,在胡光墉开设的信源银楼任“信房”,深得胡光墉器重。1872年,胡光墉函荐严信厚于李鸿章,被李鸿章亲保为候补道,加封知府銜。

57岁时,严信厚当上了河南盐务督销,58岁办起了自己的第一个产业——天津同德盐号。之后的几十年中,他的产业越做越大越做越广。比如中国第一家机器轧花厂通久源机器轧花厂、浙江省第一家纱厂通久源纱厂、中国第一家银行通商银行、中国第一家保险公司华兴保险公司等。

1887年,严信厚在一栋洋式砖楼里办起了通久源轧花厂。1894年,严信厚再一次募股集资45万银圆,在轧花厂的基础上创设了浙江省最早的纱厂——通久源纺纱织布局。1905年,股东戴瑞卿脱离“通久源”自立门户,组建“和丰纺织股份有限公司”。

古语有云“穷则独善其身,达则兼济天下”,严信厚热衷公益事业,修铁路、建学校,设医院,使他获得了普遍的肯定和信任。74岁担任上海商会总理并连任2届。宁波帮也在他的带领下从旧式商帮向近代企业家群体发展,成为中国近代史上浓墨重彩的一笔。

1906年,严信厚去世,严子均继承父业,主持源丰润票号,承办源通海关官银号。

金融工商巨擘:朱葆三

近代宁波帮代表人物朱葆三,民国初期任上海总商会会长、上海沪军都督府财政长官,又曾被推举为宁波旅沪同乡会会长。

朱葆三出生于1848年,浙江定海人(当时属于宁波)。1862年,朱葆三就到上海五金店当学徒,自学珠算、语文、英语等。1878年,开设慎裕五金店,兼营进口贸易,商誉日增,后被推为上海五金行业领袖。1897年,朱葆三与叶澄衷、严信厚等人共同创办中国通商银行,总行就设立在上海黄浦路,成为国内最早的华商银行。同年,分别在北京、天津、广州等地开办分行,1921年后,在南京、宁波、汉口成立三家分行。宁波分行设立后以发行钞券为主,内设两部:商业部专营收解汇兑存放置各种银行业务;储蓄部则办理活期、定期各种储蓄存款,1936年10月,还开始从事保管库保管箱业务。

现在,位于外马路35号的一幢6层高建筑就是曾经中国通商银行宁波分行的旧址。这栋三江口的建筑,见证了宁波金融业的发展。朱葆三投资的不仅有金融保险业,还包括轮船公司、电气公司、自来水厂、水泥公司等,更是投身慈善公益事业。

1926年9月2日,朱葆三在上海病逝,上海法租界公董局破例命名朱葆三创办的华安水火保险公司所在的马路为“朱葆三路”,来纪念他对当时社会作出的贡献,这也开创了以商人姓氏命名道路的先例。

一代船王:虞洽卿

1867年,虞洽卿出生于镇海,由于幼年丧父,家境贫寒无力上学,15岁到上海瑞康颜料行学徒,后被提升为“跑街”,与上海商界接触。1872年,李鸿章等人在上海创办轮船招商局,次年便开辟了一条上海—宁波的航线。沪甬线的开通,让沪甬两地的宁波商人也积极投资轮船航运业。1908年,因不满太古轮船公司、招商局在沪甬线上的价格,虞洽卿与旅沪宁波同乡自发组建宁波商人的轮船公司——宁绍轮船公司,初期资本70万元,虞洽卿为总经理。

1909年,宁绍轮船公司在上海正式成立,并在宁波设立分公司,在沪甬线相继投入“宁绍”轮、“甬兴”轮、“新宁绍”轮。宁绍轮船公司还在自己公司的船头上立上了“立永洋五角”的牌子,和当时的东方公司、太古公司、招商局打起了价格战。那时候宁波人宁愿多出点钱也要乘坐宁绍轮船公司的船,宁波籍的商人还约定把沪甬之间的货物运输全部交给宁绍轮船公司承揽,“老百姓当时有句话叫‘宁绍斗太古,乘船不怕苦。’”

1914年,虞洽卿又成立了三北轮船公司,并在江北岸成立分公司,投入“宁兴”轮,航行于沪甬之间。在顶峰时期,虞洽卿的船运公司有52艘船,比招商局的船还要多,成为中国的一代船王和“宁波帮”中的领袖人物。

以主业为基石 以版权为核心竞争力 打造中国童书出版国际影响力

——安徽少年儿童出版社国际合作之路探索

安徽少年儿童出版社 芮嘉

安徽少年儿童出版社是安徽出版集团、时代出版传媒股份有限公司旗下的专业童书出版机构,是一家国际化、专业化、品牌化的童书出版商和运营商,综合实力位居中国少儿出版的第一方阵。安少社成立30余年来,一直把版权工作作为一项具有战略意义的基本工作来抓,从建社初期通过引进来、走出去“双轨道”提升自身的整体出版水平和国际竞争力,到高速发展时期以“战略与品牌”引领主业做大做强,“跨界与融合”布局资本和产业联动发展,版权始终是安少社提高主业竞争力、推动产业发展、提升国际影响力的重要战略资源。以此为核心,安少社正在逐步实现由版权合作到资本合作,从产品“走出去”到产业“走出去”,从项目国际化到资本国际化的跨越式发展。

一、立足版权贸易,从战略高度打造版权品牌国际影响力

近年来,安徽少年儿童出版社坚持“品牌出版 出版品牌”战略,引进版权与原创版权并重,汇聚了国内外诸多一线品牌,出版了一大批具有知名度和影响力的图书:卡通动漫板块有“小猪佩奇”“咪好一家”“奥特曼”“淘气包马小跳”等知名品牌形象,儿童文学板块有“国际安徒生奖大奖书系”“冰心奖获奖作家精品书系”“金麦田国际大奖小说”“中外动物小说精品”等精品品牌,低幼启蒙板块既有国际大牌“迪士尼”,也有自主品牌“好好玩”“小树苗”“金葫芦”等。其中,原创漫画品牌“淘气包马小跳”销售突破7亿元,引进动漫品牌“小猪佩奇”系列销售突破9亿元。自2015年以来,安少社依托强大的版权资源和品牌,市场占有率稳居少儿类第一方阵。

版权输出是安徽少年儿童出版社的传统优势,建社以来累计输出版权1200余项,连续十二年实现版权贸易顺差。在此基础上,安少社精选合作伙伴,强强联合,积

极开发创新合作模式,在出版形式跨界融合与国际影响力深度拓展上实现了突破。2017年至今,安少社与黎巴嫩数字未来公司共达成了58项融合出版旗舰产品合作,这些安少社原创内容自主版权的融合出版物以科学的编排、精致的画面和丰富的交互设计为中东小读者营造了全新的阅读体验,一经推出即受到广泛好评,同时也为安少社融合出版打开国际市场、扩大版权品牌影响力奠定了基础。

二、立足“一带一路”,以多元形式扩大资本跨越国际影响力

安徽少年儿童出版社始终坚持创新谋发展,形成由产品“走出去”到项目“走出去”,再到资本“走出去”和产业“走出去”的渐进模式,实现了由单一版权贸易向多元文化服务贸易、多层次资本运作的升级,在全国专业少儿出版社中处于“排头兵”地位。

2015年9月,安少社围绕“一带一路”倡议和“丝路书香工程”谋篇布局,在黎巴嫩合资成立“时代未来有限责任公司”。这是首家获得商务部正式批准的境外出版企业,是安少社实现“走出去”资本跨越,具有里程碑意义的重大战略部署。

公司拥有遍布中东的营销网络和强大的市场影响力。为促进销售,公司在原有的传统销售渠道以外,开发运营了全新的图书零售模式——自动售书机,计划在中东各国的大型商超、交通枢纽、文化场馆、公共机构等场所铺设,用书籍代替零食饮料,用精神文化产品替代传统物质产品,更好地满足读者的阅读需求。

时代未来有限责任公司入选丝路书香工程本土化项目,安少社借力该公司多次申报并入选国家文化出口重点项目;时代未来有限责任公司从安少社引进出版的“刘

海栖幽默童话”系列、“海边妖怪小记”系列、“皮影中国”系列、“爸爸树”系列等图书入选丝路书香工程、经典中国国际出版工程和中国图书对外推广计划,“兔子作家”系列阿拉伯文版、英文版荣获输出优秀图书奖。

目前,安徽少年儿童出版社面向“一带一路”的版权输出项目已达13国500余种。安徽少年儿童出版社以成立经营时代未来有限责任公司为抓手,在“一带一路”平台上构建产业链,以版权为核心,开辟“走出去”文化丝绸之路和数字出版“走出去E丝路”,力争打造中国文化企业跨国资本运作的品牌项目,努力实现内容建设、渠道建设、平台建设在一带一路上的融合发展,构建中国童书“走出去”的立体化传播体系,为树立中国文化企业的标杆形象,增强文化产业国际影响力,提升国家文化软实力做出新贡献。

三、立足出版主业,以创新发展实现资源渠道国际影响力

安徽少年儿童出版社积极响应国家文化“走出去”和“一带一路”倡议,以主业内容“走出去”为核心,瞄准新方向,把握新机遇,做强版权品牌,从积累国际化作者资源、参与国际奖项评选、打造海外营销推广渠道三个方面入手,逐步扩大安少品牌的国际影响力,力争打造中国童书出版企业全面“走出去”的标杆。

内容是出版主业的核心竞争力,安徽少年儿童出版社专注主业,更关注主业发展的国际化。从2016年开始,安少社着力积累海外作者资源,建立海外作家、插画家资源库,积极打造国际化作者团队。

为了进一步扩大国际行业影响力,争取国际行业话语权,安徽少年儿童出版社积极参与各类国际性奖项的评选,让世界童书出版界倾听安少声音;同时自主举办原创童书评选活动并设立奖项,鼓励创作,助力原创版权发展。

海外营销推广也是安徽少年儿童出版社打造国际影响力、落实国际化战略的重要一环。

在“十三五”圆满收官、“十四五”全面开启之际,安徽少年儿童出版社以主业为基石、以版权为核心竞争力的一系列有益尝试是中国童书出版业在全球化背景下打开国际市场,同时从广度和深度上扩大国际影响力、实现中国文化推广和文化产业“走出去”新局面的突破。