

孔娃 走进“一带一路” 做中国文化使者

□孟一

2018年12月7日，一纸邀约飞到了孔孟之乡济宁，应中国婴童用品行业协会的邀请，山东孔娃幼教玩具设备有限公司(以下简称“山东孔娃”)将作为中国江北地区唯一一家受邀的幼教玩具行业企业，于2019年4月抵达美国洛杉矶，用充分融入中国传统文化元素的幼教玩具添彩国际大展。

随着学前教育的持续发展，大型幼教设备和玩具成为教育机构的必备，然而，由于僵化的设计思路和对市场短暂性需求的盲目追逐，魔幻、城堡等西方题材成为主要的构成元素，制约了中国儿童对本土文化的理解。对此，孔子故里的文化企业山东孔娃主动承担起弘扬优秀传统文化的历史使命，通过“三个融入”的创意设计和企业发展思路，把荷花、《论语》、万仞宫墙等鲜明的中国符号注入到新产品中，不仅成就中国幼教玩具行业的一枝独秀，更走进“一带一路”，成为中国文化使者。



传统文化融入幼教玩具 一朵红荷绽芳华

“红荷碧叶双色裁，儿童嬉戏浅塘间。”2018年12月8日，2018年中国幼教年会在杭州举行，在这个行业的最高成果展示会上，业界同行纷纷对山东孔娃的创意产品“荷塘清趣”竖起了大拇指，更有人现场作诗一首，表达了对传统文化与玩具有机融合的赞赏。

近年来，幼教玩具产业以每年17.5%的出口增速迅速成长为轻工业领域的一颗新星。然而，与产业快速发展相悖的，是产品设计中中国元素的相对匮乏。细心的人会发现，幼儿园、游乐场、社区广场的大型玩具设备，多是围绕城堡、魔幻森

林、童话卡通等西方元素设计，虽然迎合了市场需求，但也客观上影响了孩子对本土文化的认知。

中华优秀传统文化博大精深，只要能够满足孩子们的兴趣就一定有着广阔的市场前景。2012年，已经在行业摸爬滚打10年的山东孔娃敏锐嗅到市场空白所蕴含的商机，产品研发集中向挖掘中华传统文化转舵，并迅速推出了“荷塘清趣”“万仞宫墙”等系列产品，成为中国市场上独树一帜的文化企业。

“荷花是纯洁与平和的象征，有着‘出淤泥而不染、濯清涟而不妖’的气

质，我们把这种外在美与中华优秀传统文化中‘和为贵’‘和而不同’等理念有机融合，成为现在这个带有浓郁儒学格调的产品。”山东孔娃董事长刘真杰说，在玩具中融合传统文化有助于孩子们从小树立民族自信心和自豪感，其方式就在于润物细无声般的生活渗透。

新品研发是决定转型成败的关键所在，企业研发团队一方面深入研究传统文化的内涵，赋予其新的表现形式；另一方面积极做好知识产权保护，以“荷塘清趣”为例，一个大型玩具上就注册了46项专利，从一个侧面反映出研发创新的力度。



济宁轻工融入“一带一路” “小孔娃”的产业“大格局”

“这些玩具真的很有中国味道，孩子们在上面攀爬、钻行时就像是在荷塘间穿梭的小鱼，俨然一幅活灵活现的水墨画！”2018年10月21日，立陶宛客商来到山东孔娃的产品展示区，看着孩子们在红荷碧叶的大型玩具上开心玩耍，忙让翻译传达出他们发自内心的赞美，并当即签下160万元的订单，从“一带一路”的起点，为立陶宛小朋友送去别样的礼物。

2013年，中国提出“一带一路”倡议，古丝绸之路沿线国家深度合作进入新时代，进一步畅通了贸易互联的渠道；同时，随着中国国际地位的提升，中华优秀传统文化吸引力逐渐放大，二者相辅相成，转化为文化影响力下的重大贸易机遇。

具有成长性的企业善于观察和利用市场机遇，更懂得如何借势而为。山东孔娃第一

时间跟进，一手抓“融文章”，把中国文化做成市场竞争力的卖点融入产品设计，持续不断地推陈出新、丰富内涵；另一手主动对接国际标准，把新产品送到欧盟进行质量标准认定，确保产品经得起市场的考验，用中国品质征服世界。

宏图在前，当需脚踏实地；放眼世界，必先始于足下。在事业发展的道路上，山东孔娃并没有被一次次的成功冲昏头，而是坚持从眼前做起，把脚下的每一步都踏踏实实。如今，孔娃文化产业园一期项目已经全部建设完毕，投入生产，这个集电商产业园、国学文化体验馆、产品研发中心等为一体的综合园区不仅产业链条完整、功能完善，更具备了极大的成长空间。

“一期项目主要是在满足生产需要的同时，拉出文化体验的基础框架，二期项

目重在扩展产品研发中心，丰富进文化影视等内容，坚持向文化创意要效益。”刘真杰说，他们当前的主要着手点是电商产业板块，现已开发了包括手机应用、网上商城在内的系列电商平台，并利用淘宝、京东等实现了互联网销售，也上线了共享玩具项目。

“互联网+”，给山东孔娃插上了数据腾飞的翅膀，也拓展了企业在教育领域的业务发展思路。2017年5月，“孔老师”幼教平台APP上线，专注于为幼儿园招生管理和家园共育提供服务，实现在线教学、儿童定位、交流互动等功能，开启“互联网+幼教”的产业新模式。目前，公司电商销售额已经达到总销售额的三分之一，为未来搭上“一带一路”国际市场快车打下坚实基础。



文化融入学前教育 让每一个孩子爱上中华优秀传统文化

“高轩临碧渚，飞檐迴架空。徐花攒绣槛，残柳散雕甍。”行走孔孟故里，古建筑鉴赏一直是研学旅行的重要组成部分。但由于其专业性太强、讲来晦涩难懂，别说孩子，就连成年人听起来也经常一知半解。可如今，在孔娃传统文化体验基地，一处闹中取静的中式庭院里正用“中国乐高”的形式破解着中国古建的神秘密码，成为国学体验中最受孩子们欢迎的项目之一。

2018年5月21日，来自济宁小记者团的50多名孩子来到国学文化体验中心，很快被一个个可以自行拆解、安装的古建筑结构微缩模型所吸引。“什么榫卯啊、斗拱啊，老师讲得再细我们也很难搞清楚。现在拿在手里一块块地拆解组装，为什么可以防震，为什么

能扩大室内面积，很容易就弄明白了。”11岁的刘一品一边摆弄手里的鲁班锁一边乐呵呵地说，从来没觉得古建筑可以这么有趣。

2016年11月，教育部等11部委联合发布推进研学旅行的意见，明确提出将研学旅行纳入学校教学计划，至此，研学旅行正式成为中小学生乃至学前教育的“刚需”。面对这样的政策利好，山东孔娃看到的不仅是偌大的市场蛋糕，更是在青少年心中重新培植中华优秀传统文化“种子”的宝贵机遇。

兴趣是最好的老师，只有让孩子们先喜欢上自己的文化才谈得上深入了解、学习、应用和传承。深谙此理的山东孔娃积极致力于基地体验项目设计，而核心原则之一就是

体验活动的趣味性。

从把《论语》《大学》等国学经典用吟诵的形式开心地唱出来；到身着汉服体验书画、茶艺、古建等文化项目；再到充满创意巧思、全面融入了传统文化的大型玩具游乐区……山东孔娃充分考虑到了孩子们的接受习惯，变被动接受为主动学习，变照本宣科为实践体验，受到了孩子、家长和教育机构的一致欢迎。

“‘之乎者也’言简却意深，尤其在学前教育阶段，很多孩子虽然背得出，但入不了心。”刘真杰说，在未来的事业发展上，山东孔娃将深度发掘传统文化的趣味点，深入浅出地融入到学前教育中，让每一个中国孩子都爱上中华优秀传统文化。



和而不同 荷为贵