

“中国口腔科普首部元宇宙文学漫画子母书”来了

2024年新年伊始，一本名为《爱牙岛历险记01：惊魂虎牙峰》的创意新书迅速引发关注。这本书先是出现在2024年福建省晋江市“寒假读一本好书”推荐书目中，接着惊艳亮相由中国出版协会、中国书刊发行业协会主管主办的2024年北京图书订货会。福建省新华书店也已在各地门店陆续上架该书。

与此同时，这本书也引起当地媒体的普遍关注。东南网、闽南网、海峡导报、海峡教育报、泉州晚报等媒体都对这本书的出版进行了报道。

这本《爱牙岛历险记01：惊魂虎牙峰》2023年12月刚由福建科学技术出版社正式出版发行，出

版社特别在书的封面标注，这是“中国口腔科普首部元宇宙文学漫画子母书”。据该图书总策划陈道义介绍，《爱牙岛历险记》全套出齐共9集18本，以孩子们非常好奇的元宇宙概念和奇幻的探险故事为方向进行小说和漫画内容的创作。所谓子母书，是指该书分为文学版和漫画版，其中文学版适合小学四至六年级孩子们阅读，漫画版根据小学一至三年级孩子们的阅读特点而设计。

据了解，该图书总策划陈道义现为福建众善医疗集团有限公司董事长，其多年深耕口腔健康领域，敏锐地捕捉到行业发展的拐点，并且研究发现口腔健康最有效的科普突破口应该是在少年儿童。为此，他决定策划一套关于口腔科普的书系，这便是《爱牙岛历险记》的最初来源。他带领团队耗时近一年精心策划，并特邀知名儿童文学作家北辰签约潜心创作。

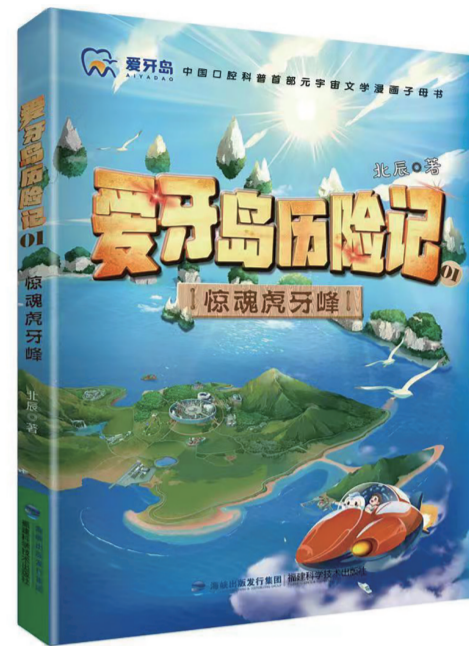
“由知名儿童文学作家北辰担纲创作，极大地奠定了这套书的文学性与趣味性。”陈道义介绍说，北辰的

另一个身份是老师，已有二十多年教学经验。北辰深谙教育与教学之道，对孩子的心理也有较深的了解，其创作的大量儿童文学作品能精准地把握住孩子们的成长命脉，深得青少年儿童的喜爱。

北辰介绍说，他为创作《爱牙岛历险记》系列故事，不只大量学习口腔知识，更考虑到孩子们的学习与接受能力，精心打磨了全新的元宇宙世界观，既有孩子们喜欢的生动诙谐故事情节，又具有孩子们向往的突破想象力的科幻感。“这类奇幻冒险型的故事对少年儿童而言，充满了难以抗拒的吸引力、内核强大的感染力和经久不衰的震撼力。如此，将科普与文学巧妙揉合，为口腔健康科普知识的推广打下了良好而坚实的基础。”一位资源媒体人对此评价说。

据介绍，书中涉及的口腔健康科普知识全部由业内专家把关完善，保证其知识性和科学性。不仅如此，该书的每一集的插画、漫画均由强大的绘画团队历时数月完成，其中“爱牙岛鸟瞰图”更是耗费画家近半年时光绘就。而书中所塑造的以牙宝、牙妮和牙小侠为优秀代表的鲜活角色也从平面形象设计到3D形象渲染，再到实物手办制作成型。

《爱牙岛历险记01：惊魂虎牙峰》的故事，从航航和希希一起进入元宇宙空间中的爱牙岛开



始，一场惊心动魄的历险就此拉开帷幕。他们偶遇歪歪和牙扭扭两大牙怪，从牙怪手上救下了牙宝，才知道来自未来的牙宝是AI机器人。航航和希希在牙宝的带领下，发现了牙城被牙怪破坏的种种情况，得知幕后黑手是名叫牙格鲁的牙魔。当他们在牙城走散后，航航和牙宝受到神秘指引，追随丢失希希的牙怪踪迹，乘坐牙飞车直奔牙山虎牙峰。一路上遭遇牙花子和牙菌的围

追堵截，还遇到被牙魔迷惑心智的牙小虎，更在巧合之下进入量子世界，救出了失踪已久的牙小侠。最后在牙小侠和牙宝共同努力下，救出了希希，恢复了牙小虎的真身，还虎牙峰以安宁，并且揪出了假岛主，大败牙魔的两大护法牙渣子和牙疯子，可谓首战大获全胜。

目前，《爱牙岛历险记》后续8集16本正在紧锣密鼓地准备出版之中，值得期待。（连玉基）



陈道义：中国口腔科普另辟蹊径者



陈道义

众善医疗集团董事长
爱牙岛品牌、IP创始人
中国口腔科普首部元宇宙文学漫画子母书《爱牙岛历险记》总策划

年，陈道义毅然决定结束自己长达10年的职业打工生涯。此前10年，他做过销售，做过企划，做过咨询，服务过消费品企业、房地产企业、互联网企业。

据介绍，他一手创办的泉州市三强母婴用品有限公司，曾是福建省母婴行业经销商中的一家，也是福建省广播影视集团少儿频道的战略合作单位，并与福建少儿频道合作推出电视栏目《潮爸辣妈萌宝》；也是一家与民生银行合作成立“中国民生银行城市商业合作社母婴行业分社”的企业，用金融力量推动合作伙伴业务发展；也是一家与中国移动福建公司合作推出“中国移动三强母婴育婴学堂”的企业，成为福建省一家推出大数据育儿服务的母婴经销商……

12年母婴行业创业生涯，陈道义一路探索，跟随行业环境、竞争环境的变化，他将公司的商业模式从前期的品牌运营商模式，升级到中期的母婴生态平台，再到后期的母婴新零售平台，带领企业转型升级，成为中国母婴行业经销商转型升级的标杆企业。

2020年前后，受国家对婴幼儿配方奶粉产业调控、新生儿出生率下降等诸多因素的影响，母婴行业的发展遇到了很大的瓶颈，陈道义开始着手寻找新的创业赛道。通过一段时间对口腔医疗行业的研究，陈道义发现，中国口腔健康产业迎来了发展拐点，有极大的机会在当地成长出非常优秀的企业。

2021年，陈道义选定进入口腔医疗赛道。陈道义确信，凭借自己10多年的母婴行业经历和曾任职于千亿级外资企业、知名民企的丰富营销咨询经验，他一定能在这家口腔医疗企业发挥出更大价值。

让孩子成为家庭口腔科普的老师

陈道义在这家口腔医疗企业中主管营销。他在倾力策划、推动一系列营销方案的过程中，真切意识到，尽管时至今日人们生活水平普遍有了极大的提高，对于口腔健康知识的认知却群体性差异很大。大多数人仅仅停留在刷牙和治疗蛀牙这种浅显的认知层面，对于口腔健康更细化更丰富的知识几乎未曾涉足。

要怎样让普通民众主动去学学习口腔健康科普知识呢？一次电光石火间的灵感，让陈道义想到，它的突破口也许可以选在需要大量阅读的孩子，由掌握一定口腔科普知识的孩子再来带动家庭成员一同提高认知，让孩子成为家庭口腔科普的老师。这时候，他10多年的母婴从业经历，开始在他的心智发生“化学反应”，他想到了更能激发孩子学习兴趣的儿童小说、漫画、游戏等形式。

陈道义由此从国家健康口腔政策层面、从文化产业政策层面，以及从元宇宙产业政策层面，都进行全面深入的学习和思考。陈道义介绍说，国家卫生健康委2019年发布了《健康口腔行动方案（2019—2025年）》，2023年

8月25日又发布了《关于进一步推进口腔医疗服务和保障管理工作的通知》，两份文件都要求各级卫生健康行政部门和各级各类口腔医疗机构要开展多种形式的宣传教育和科普，提高公众对口腔健康重要性的认识和口腔健康知识的知晓率。

从文化产业政策层面，陈道义认为，未来时代将与我们过往所经历的时代完全不同，用文化IP振兴国家、繁荣城市、塑造品牌已成为主要选项。

2023年8月，工业和信息化部办公厅、教育部办公厅、文化和旅游部办公厅、国务院国资委办公厅、广电总局办公厅联合发布《元宇宙三年行动计划（2023—2025年）》，重点提出“医疗元宇宙”“教育元宇宙”“消费元宇宙”产业创新发展的扶持政策，也给了陈道义极大的灵感。他兴奋地说，“元宇宙+”的产业时代已快速向我们走来。

陈道义在对国家有关政策如数家珍的同时，对中国口腔现状也进行了分析。他认为，多年来，口腔医疗行业从业者、专家已经在口腔科普工作上付出了极大的努力，呈现了多种形式的科普教材，也取得了一定的成效，但仍存在诸多问题与难点，如科普形式不够鲜活多元，科普内容过于枯燥单一，科普推广不够系统、科学，科普过程没有找到合适的杠杆，未能实现以点带面、事半功倍的科普效果。

从那以后，陈道义便在工作之余时不时约自己的高中同班同学北辰泡茶聊天，畅谈口腔科普的构想。北辰是一位中学老师，也是儿童文学作家。那时候北辰或许还不完全明了老同学陈道义的“司马昭之心”，一个填补中国口腔科普读物在儿童文学领域空白的创意却在陈道义的脑海中日趋成型。这也促成了他们日后双剑合璧，江湖一战成名。

勇做口腔健康产业革新者

陈道义在构思策划中国口腔科普这套具有独创性、新颖性读物的时候，实际上也是他开始思考口腔健康产业面临的困境和突围之策的时候。

“当下口腔健康产业的处境，跟我当年切入母婴行业的时机十分相似，整体出现变局，危机中隐藏着契机，这就是拐点！”陈道义早在三年前就敏锐洞察到并做出准确判断。

陈道义认为，口腔健康产业一向被市场归入暴利行列，实际上在国家相关惠民医疗政策一再出台的情况下，比如种植牙集采政策，变局已难避免。然而，不少企业、从业者仍然不愿面对现实，仍然想在既定利益驱使下停留在原有的运行轨道上，这显然是不合时宜的。

陈道义既已感受到“躬身入局”的企业有了生存发展忧虑，便有了深入的思考。在商海沉浮二十几年，他归纳自己早些年创业奋斗史，“结案陈辞”为一句：事业没做大，亏在缺文化。他感慨说：“那时候挣钱凭的是一腔热情和无数勇

气，简单粗暴地一头扎进生意里。虽然挣到钱了，可时间一长，最终发现钱也留不住，更没有商业持久力可用来守住企业的经济命脉，钱就像无渊之水，来得快去得也快。”

“必须要有文化根基，才能铸起事业大厦。”随着年岁的增长，随着阅历的增加，陈道义愈加坚定自己体悟到的经营本质。可要在这家主要由创始人家族成员控制的医疗企业中践行自己的理念，却一时难以取得共识，长远也无法推动。

面对更紧迫具体的市场变革，作为身处经营一线、主管营销的企业副总裁，陈道义也有着深思熟虑的应对方案。在种植牙民众降价呼声越来越高情势下，陈道义果断应变，在同行中率先提出一个惠民利企的营销方案，他的团队也高效执行，一时间门诊量大增。可曾想，这个方案却遇到极大的阻力。一位院长气冲冲跑到陈道义的办公室，要求他立马将相关方案撤下。只因这个方案触及了她的切身利益。

陈道义勇做口腔健康产业的革新者，他自己完全可以顶住压力，奈何在企业中得不到支持，那个充满胆识和智慧的营销方案最后只好撤了下来。他率先提出的营销方案，正是基于洞悉了这场市场变革所撕开的利益创口。陈道义意识到，企业如果不能痛定思痛，革故鼎新，只顾眼前利益，势必积重难返，长此以往，必将在发展中受到制约。

很讽刺的是，当初的营销方案迫于种种压力撤下后，不出三天，该方案的创意即被同行企业起用，降价广告一时间铺天盖地，短时间内赚得盆满钵满。

陈道义当时或许还没有产生“另立山头”的想法，但已经真切意识到，他在这家企业大概率会“壮志难酬”。

带领“众善医疗集团”尝试新路径

让陈道义做梦都没有想到的是，他在这家企业入职短短一两年所展现出的产业变革思考、营销管理能力和人格魅力，早已得到身边人的由衷认可。他们从暗中观察，继而明目张胆“撬动”他出来另立门户。

陈道义说，有一天，他分管的一位部门总监突然来到他的办公室，不惜冒着被他大训一通的风险，动员他一起创业。而与此同时，另一位股东也决定退股出来一起创业。陈道义就这样充满戏剧性地又创业了。

2023年开春，随着众善医疗集团的成立，这



一次，作为集团董事长的陈道义有了绝对决策权，他可以随心所欲，他在开创新事业的前期就想好了要将工作重心布局在文化基因的打造上。

陈道义首先想到要有集团IP，“用IP赋能实体，用IP服务大众”，这也是时下最热门的话题。没有文化IP的事业顶多算生意，在历史和时代中根本连痕迹都不会留下。而有了IP，集团就相当于有了灵魂，生命力就有了可以代代传承的基因。好比人类的发展历史，生命虽然是个体的一代代繁衍，归根结底最强大的其实是基因。一项事业要能传承百年以上，生命力非强大的IP基因莫属，其余均是浮云一般的空谈。那么口腔健康产业需要什么样的IP呢？陈道义这时候又想到了老同学北辰。

接下来的故事便顺理成章。2023年3月，在陈道义的热邀下北辰全力动笔进行《爱牙岛历险记》的文本创作。陈道义也开始了他的一系列IP创意落地。他先是结合元宇宙概念，进行内容规划，继而构思出了七个牙宝的具体形象，找人设计呈现，并打样成功。他还考虑到不同表现形式、不同阅读兴趣的儿童的需要，为每一本书配套一本相同情节漫画书。这就是元宇宙文学漫画子母书从内容到形式创新的由来。这也是陈道义策划的这套口腔科普读物不同于其它本的显著特征之一。

2023年底，《爱牙岛历险记》系列第一本子母书《惊魂虎牙峰》如期由福建科学技术出版社出版发行，福建省新华书店公开上架销售。与此同时，以牙宝、牙妮等为代表的IP形象也从书本走到了现实当中。“爱牙岛”——一个具有科学性、系统化、生命力和无限衍生价值的强IP宣告正式诞生。

在陈道义高起点、大格局的运筹帷幄下，众善医疗集团布局下的口腔实体诊疗、口腔健康护理衍生品、口腔科普文学、爱牙岛动漫产业等多个方向的业务已然全面铺开，各条战线均蕴藏着巨大的商机与价值。

陈道义说：“接下来我们要干的事业，是奔着实现生命价值而去的！”

（连玉基）