



李同学(北京大学社会学专业大二):

据我所知,学校没有让我们订购教材,我们专业也是如此。我们的课程一般以老师的课件教学为主,指定教材不多,灵活度比较高,学生根据需求自由购买。在课程教材上,80%以上的学生都去买旧书市场上的旧书,如《社会学教程》、吉登斯的《社会学》等专业课程用书。北大每周末有文化市场,旧书资源丰富,价格通常是半价或者更低。

使用情况调查  
大学生教材

刘同学(中央财经大学经济学专业大四):

学校在大一的第一个学期帮我们统一订购了课程教材,之后就自己根据所需单独购买。购买教材时我们一般班集体订购,比如《计量经济学》、《微观经济学》、《宏观经济学》等。90%以上都是从当当网、卓越网和京东网等网络书店购买,因为送货比较方便,也很及时。有些科目的教材,比如数学、思修课或是英语类课程,我们也会考虑买旧书。因为中财沙河校区有旧书市场,所以大部分旧书还是就近购买。

## 高教产品数字化未来方向在哪里?

郑 奇

(清华社数字教学服务平台项目组总监)

未来数字化出版物会朝着技术含量越来越高、移动互联网融入程度越来越深的方向发展,如果不时跟上移动互联网发展的脚步,必将被淘汰出局。

李恒平

(华东师大社高教分社副社长)

大部分教师目前还偏爱纸质教材和传统教学。目前,教学者和教育机构的习惯无法改变,数字教材仍为整个教学体系中的辅助部分。但高校需要定制化的数字产品服务,已有一定趋势。在高校之间的激烈竞争下,各院校急需发展办学特色,改变“千校一面”的同质化竞争,出版社在这股浪潮中也将起到重要作用。

出版社转型,为目标院校提供“信息服务”和“教育服务”。长远来看,出版社的角色并不仅止于此。未来高等教育领域的数字出版,会更注重元数据的管理和处理。一方面是针对学生的个体情况进行分析,并提供与之相适应的学习辅助,另一方面为教师提供具体的、直观的学生及班级学习情况记录,为教师制订和调整教学计划提供切实的参考依据。想与高校实现深度合作,出版社还需将业务延伸到与办学相关领域,从提供课程教案到提供目标服务机构的整体解决方案。

出版社面对多方面的竞争压力。定制化教材正在演变成市场的主要需求,这将导致传统的批量化教材出版模式利润一定幅度的下滑。网络公开课将与传统课堂形成互补,对传统教材出版造成一定冲击。远程教育市场发展也将引发课程内容传送方式上的革新。

高等教育出版从传统出版向数字出版转型的过程,仍处在投入大、收效微的阶段,还有许多亟待解决的问题。出版社将越来越依赖

数字化内容的扩充以赢得商机。传统教材出版只提供“内容”,数字教材出版将立足于“内容+数据+数据分析”的全套完整服务。想成功完成转型,出版社需加强力度整合资源,拓展业务,建立与上下游相关产业的合作链。

童华章

(浙大社数字出版中心常务副主任)

高等教育领域数字化出版市场刚刚起步。高等教育数字化出版不是原来传统教育的纸质教材的数字化,它会继承原有一些传统教学模式的数字化,但基于新技术的应用,又延伸出了新的教育手段和教育模式。高等教材从原来的纸质的、平面的传统版本向立体的、多元的互联的数字化学习支撑环境模式迈进,支撑更丰富的线上学习模式。高等教育领域数字化出版需要大量丰富的课程资源支撑,提供了更立体化的、多元化的学习模式,是未来的发展趋势。未来的高等教育数字化出版会融合社区学习、移动学习、互动学习等多种学习模式,支持个性化终身学习和随时随地学习,这是未来一个方向。

韩学谦

(方正阿帕比高教行业总监)

未来的高教数字化出版市场,将朝着个性化、移动和大数据方向发展。每个学校、每门课、每个教师、每个学生都有自己独特的知识内容需求,就像智能手机,App Store上有上百万现成的APP,但是没有任何两个人的手机装的APP完全一样。随着3G甚至4G的流行,校园内WiFi的普及,教师和学生有不止一块屏幕,随时随地获取内容将成为刚需。而知识爆炸和个性化需求的碰撞,用户行为将成为知识内容服务的重要一环,如何在海量数据中提升每一个人的应用体验,将成为高教数字化产品研究的重要课题。

(上接第9版)两者均主要由出版社自身的销售队伍和经销商进行推广。而据清华社数字教学服务平台项目组总监郑奇介绍,除借力几大电子书的常规渠道外,该社也在打造高校出版社数字教材销售平台,同时开拓自己的数字教学服务用户群。后两者主要通过直接和用户接触,但目前暂时还未发展代理商。

方正阿帕比所提供的高教数字化产品目前已经取得了可观的市场推广效果。该公司高教行业销售总监刘春涛表示,80%的211高校、重点大学图书馆已多年使用“中国高等教育教参教辅数据库”,近100所高校在使用“教材数字化解决方案”,近500所高校正在使用“中华数字书苑”;而学知课堂作为革新性产品,目前还处于推广阶段,多所学校申请开通使用。这些产品均采用直销方式,即企业客户经理通过拜访校长、图书馆馆长,进行产品演示,并且为学校开通试用,同时获得来自师生的一手反馈意见。

为支撑和提升产品市场竞争力,各机构可谓多方着手。浙大社在软件开发、内容制作、管理及营销等方面投入人员10多名;在产品开发上突出数字化优势,开发立体化、侵入式、多终端的富媒体移动课程。目前针对数字化教材,该社进行了支持互动的数字教材的开发,并开发了碎片化应用的产品,如在线测试等,还针对移动学习开发了移动课堂等。清华社在内容层面成立专门部门,与国外科学可视化公司合作,开发数字化科学教材;在平台层面成立专门部门,开发智能教学平台。在化解成本压力方面,多家机构积极争取相关资金支持,如上海外语教育出版社的“交互式外语数字教材编纂系统的研发”获得了上海市新闻出版局上海市新闻出版专项资金40万元,另一项“基于电子书包平台的外语电子教材平台”获得了上海市文化创意产业扶持资金150万元。“国家医学电子书包”获得了国家文化产业发展专项资金重点资助。

阿帕比一直围绕“数字资源如何能以最易于被老师和学生获取、使用的方式提供服务”这个理念进行研发。据公司CTO汤帜介绍,在产品易用性方面,方正开设有专门的数字出版研究院,自主研发的CEBX版式技术,已经于2013年2月被原新闻出版总署定为国内移动阅读的行业标准。方正正在研究CEBX新一代版式技术时,正是为了满足目前移动互联网的高速发展,学生、教师更喜欢用移动设备学习、教学这样的大趋势。该公司认为,教育已经不仅仅是数字化,而是越来越移动化。

## 多渠道购买 重复使用率高

### 大学生教材使用情况调查

近日,就高校教材使用问题,记者在北京大学、中国人民大学等高校对本科生进行随机采访,如课程教材如何选定、从何种渠道购买教材等问题。调查显示,本科生在大学初期绝大部分仍使用固定教材,随着年级提高,教师指导灵活度加强,使用固定教材的比例也不断下降。购买渠道主要有网上购买、学生间转换课本、旧书市场购买等方式,教材可重复使用率也随之增加。

张同学(北京邮电大学通讯工程专业大三):

每个学期学校方面都会给出课程书单和教材书目,学生可根据自身需要选择从学校订购或者自己购买。对于课程教材,班里同学买新旧书的比例基本对半。如果买旧书,一半以上的同学都是从学校附近旧书市场上购买,价格相对便宜,比如《通信工程》、《现代通信技术》、《信号与系统》等书。但有时候由于旧书有涂画的痕迹,为方便学习,我们也会从网上购买相关教材。对于课程教材的选择,我觉得还是老师指定教材比较方便,这样复习考试的时候比较有针对性。

姜同学(中国传媒大学电视摄影专业大二):

我们每学期都有指定的教材用书,但都自主选择购买。约有三分之一的人会从学校订教材,比如《马克思主义基本教程》等必修课教材;另外三分之二的人自行购买教材,从网上或旧书市场。我们电视摄影实践性比较强,摄影类专业课程没有指定教材,一般是老师用课件教学。不过,老师会提供给我们一些摄影类的参考书目,让我们选择性地购买。

彭同学(中国人民大学人力资源学专业大一):

大一开学时班里集体订购了一些教材,差不多占80%的课程。一些教材和课程结合度比较高,大家还是集体订购。如英语类教材,因为英语分级课程使用教材不同,所以需要统一购买;高教社出版的《马克思主义基本教程》去年刚刚修订,所以需要购买新教材;数学课用的《微积分》教材也需要购买。对于一些专业课程,老师一般会给出参考教材,我们自己去购买,绝大部分都从网上集体购买,价格比较优惠。我们订阅的教材课本都能用上,不存在浪费现象。(杜萍萍/采写整理)

## 博 揽 古 今 文 化 · 交 通 中 外 科 技

### 本科类

### 高职高专类

#### 普通高等教育“十二五”经济与管理类专业核心课程规划教材



国际贸易理论、政策与实务(第2版)  
宏观经济学  
微观经济学  
统计学一原理、方法及应用(第2版)  
计量经济学一模型、方法及应用(第2版)  
商务谈判  
市场营销学  
人力资源管理概论  
经济法(第3版)  
管理学  
现代企业管理(第2版)  
管理信息系统

#### 普通高等教育“十二五”国际经济与贸易专业规划教材



国际经济学(第2版)  
国际贸易实务  
国际贸易理论和政策  
国际服务贸易(第2版)  
世界经济  
国际技术贸易  
国际商法(第2版)  
国际经济法  
国际商贸英语  
国际投资与跨国公司(第2版)  
国际区域经济合作  
国际商务谈判

#### 职高专“十二五”国际贸易专业(含金融方向)系列规划教材



国际贸易概论  
国际贸易实务  
国际市场营销  
国际金融实务  
国际贸易单证制作  
国际商法  
证券投资实务  
货币银行学  
外贸函电  
国际结算  
商务英语  
国际货运代理

#### 高职高专“十二五”经济与管理类核心课程系列规划教材



管理学基础  
现代企业管理  
会计基础与实务  
统计基础与应用  
国际贸易理论与实务  
企业人力资源管理实务  
市场营销  
电子商务项目化教程

#### 普通高等教育“十二五”会计与财务管理专业规划教材



基础会计学  
中级财务会计  
高级财务会计(第2版)  
成本会计学  
中级财务管理  
高级财务管理  
管理会计  
审计学

#### 普通高等教育电子商务专业“十二五”规划教材



电子政务概论  
电子商务管理  
电子商务案例分析与比较  
现代物流与供应链管理(第2版)  
电子商务法教程  
网络金融理论与实践  
网络贸易与网络营销  
网络价格  
网络广告  
网络消费者行为  
电子金融与支付实例教程

#### 高职高专“十二五”建筑及工程管类专业系列规划教材



建设工程监理概论  
房屋建筑学  
建筑材料  
建筑设备  
建筑工程项目管理  
建筑施工组织与管理  
建筑工程计量与计价(第2版)  
建筑工程经济与管理  
建设工程招投标与合同管理  
工程经济  
中外建筑史  
道路建筑材料  
建筑力学  
建设工程合同管理

建筑施工技术  
建筑工程制图  
建筑结构  
建筑工程制图习题集  
建筑工程施工技术  
房地产估价  
土力学与基础工程  
电工基础  
电子技术基础  
建筑力学(上册)  
建筑力学(下册)  
建筑施工测量放线  
建筑构造与识图  
CAD

#### 普通高等教育“十二五”金融学专业规划教材



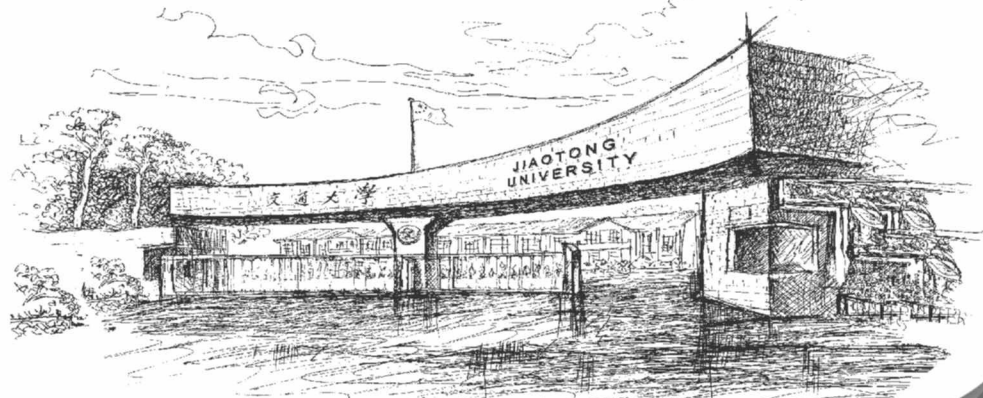
商业银行财务管理(第2版)  
商业银行经营学(第2版)  
商业银行会计(第2版)  
中央银行学(第2版)  
公司金融学(第2版)  
证券投资学(第2版)  
金融监管学(第2版)  
跨国银行经营管理(第2版)  
国际金融实务

银行会计学(第2版)  
金融市场学(第2版)  
保险学(第2版)  
金融投资学(第2版)  
金融学(第2版)

#### 普通高等教育“十二五”旅游与饭店管理专业系列规划教材



旅游法规  
旅游地理  
旅游市场营销  
旅游公共关系  
中国旅游文化  
旅游服务礼仪  
旅游企业财务基础知识  
旅游景区管理  
导游业务及实训教程  
旅行社经营与管理实务  
饭店管理概论  
前厅客房服务与管理  
饭店实用英语  
旅游英语



全国百佳图书出版单位



西安交通大学出版社

XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

地址: 西安市兴庆南路10号交大出版大厦 邮编: 710049 电话: 029-82668316 82668315  
传真: 029-82668280 网址: www.xjtupress.com E-mail: press@mail.xjtu.edu.cn