

“互联网+”大势之下,教辅公司做何探索?

- **山东文轩文化传播有限公司**近年来主要针对网络资源助力纸质图书及网络销售来进行开发,增强图书市场竞争力以及延伸销售模式。
- **山东天成书业有限公司**济南分公司数字产业部,结合自身在教辅领域的优势,打造“中国好课堂”教育平台,为老师和学生提供教与学资源。而其集团下的中文天成为其开发的教学软件和资源进校园提供硬件载体。
- **金榜苑时代天宇国际文化传媒有限公司**进行了探索和前瞻性布局,包括涉及中小学的微课,视频讲座等。集团几年前就开始大力投入互联网服务,且专门成立推广部,帮助师生有效利用网络资源,切实将互联网的作用落到实处。

●教辅数字化

在7月底召开的2016年全国书博会上,中国出版传媒商报和阿凡题联合举办了“互联网+教辅的诗和远方”研讨活动。活动现场,中国出版传媒商报总编辑助理孟叶宣布了2016~2017年中国品牌教辅项目的启动预告;阿凡题执行总裁兼COO王庆苑进行了主题演讲,并与武汉接力图书发行有限公司董事长熊辉、江苏春雨教育集团董事长严军、龙门书局副总经理柴雨亭围绕新技术下的教辅新时代进行了对话交流。

自2015年10月,中国出版传媒商报启动了由在线教育公司阿凡题独家冠名并提供终端数据调研支持的2015~2016年度中国品牌教辅TOP榜项目,该项目经由相关教辅策划、出版机构及新华书店、京东等相关力量推选,并参考阿凡题终端大数据调研、商报·东方数据及商报报道资源库,评选出TOP总榜单及子榜单,并衔接举办“新教辅面向新未来”论坛,先后辐射内容生产、渠道推广机构500余家,报道信息在商报官微上线数小时即点击破万,所涉及机构对自身品牌产品的营销持续发酵,在行业范围内引起广泛关注。为进一步在终端用户中提升品牌教辅的市场拉动能效,中国出版传媒商报以中国品牌教辅项目为基础,于今年7月联合百家卖场和试点校园启动暑期&开学季营销活动,活动目前正在持续推动中。鉴于活动的有效性和业界期待,中国出版传媒商报和阿凡题将继续联手推动品牌教辅TOP榜项目,2016~2017年度品牌教辅TOP榜的推选将于10月正式启动。

阿凡题作为新技术服务提供者中的优质力量,致力于与教辅行业领先品牌不断深入合作,与合作伙伴共建新型商业生态、共探新型市场空间。王庆苑从“教辅图书的购买表面上需求是书而实质上是教育服务”“未来教辅行业展望核心是满足用户变化的学习需求”等方面切入,详解了阿凡题如何用在在线即时答疑服务学生用户、如何用数据和技术辅助教辅全面升级。正如柴雨亭所说,新技术、大数据的应用是为了面向用户的需求。在线答疑的解决方案为减轻学生和家长的负担提供了一种可能,也为解决教育资源的不公平提供了一种方式。未来教辅的发展会是一种大融合,并且面临着个性化发展的大趋势,而像1对1在线答疑这样的服务将推动个性化发展的迅速成熟。严军认为,新技术、大数据不仅有利于教辅的运营,更多会有利于教辅的生产。传统教辅开发往往是经验,最欠缺数据。从经验到数据的转变,会给教辅行业发展带来巨大推动。无论是教辅出版还是更大范围的教育出版,未来的目标是要为学习提供全面解决方案,它的实现只有依靠互联网技术的介入,因为就算最具品牌影响力的纸质教辅也只能解决某一方面的问题。熊辉则表示,每个孩子的成长都离不开学习认知的过程,个性化地实现因材施教,是教育出版和未来教育发展的理想所在。孩子的学习档案可以是一个切入,可以从一个学校、一个区域开始做样板,再逐步拓展范围和影响。这其中,新技术、大数据可以发挥关键性作用。

其实,教辅作为陪伴了一代又一代中国孩子成长的学习辅助资源,除了近400亿元的销售规模,它所承载的发展内涵理应更为深远;对于教育未来、学习个体发展而言,它也的确需要探讨更多的诗和远方。而这其中的现实性支点该如何确立,品牌内容和新技术服务的互融是不是可以开启一个教辅新时代?对此,中国出版传媒商报将持续和业者们进行探讨,首批选择了参与了“互联网+教辅的诗和远方”研讨活动的部分业者,主要围绕教辅产业新技术之路来探讨。(相关链接:教辅数字化时代,怎么想?怎么做?) (刘海颖 姜玉琳)

●发展调研

教辅数字化时代,怎么想?怎么做?

■中国出版传媒商报实习记者 刘争艳 温琨滢

Q:在数字化转型中,教辅行业遇到了哪些挑战?需要哪些方面的协作和支持?

商超:随着网络资源的普及以及教学模式的变化,数字化是教辅行业不得不开发的领域。眼下,教辅行业遇到的困难空前:在制作方面,网络技术以及相关人才极度缺乏,特别是在二三线城市,而且网络后台编码制作更新、网络维护服务并不能在短时间内解决;在服务方面,不同地区的教学条件不同,对于网络资源的利用程度差别很大,而图书行业很难做到根据不同地区的实际情况进行定制。教辅行业的数字化问题任重道远,需要高新人才、技术手段的引进,更需要各地区教学设施的统一跟进。

吴飞:在教育体制没有根本改变的情况下,数字化对高中教辅的影响较小,纸质教辅的使用还是普遍模式。但针对未来而言,传统教辅公司向数字化互联网公司转型,挑战不小。一是传统教辅公司负责人要转变思想,不能再用管理教辅公司的模式管理互联网公司,不能再把原来成功的发展模式应用到互联网公司的发展中。二是资金保障。现在,在线教育互联网公司中十家有九家在烧的投资人的钱。但投资人终究是要回报的,不能长时间都不能盈利。互联网创业公司最需要的是

体制的改变和时间的积累,但愿这一天能早日到来。

杨祥震:挑战在于数字化与教辅的有效融合,包括互联网技术与传统教与学如何有机结合,传统教辅如何转变理念而与数字化技术接轨等。经验与数字化的有效结合中,一些年长的资深教师和作者,往往在互联网技术方面偏弱。资源也不平衡,一些在中等以上城市比较普及的技术和适用的教辅,可能在一些偏远欠发达地区还不能很好地应用等。这需要互联网和传统教辅展开系统有效的交融互补,根据国内教育实际,研发真正适用于有利于知识传承的教辅;甚至有实力的研发团体,研发适合不同教育水平的适用教辅,目前很多都难以做到。

罗卫东:民营公司在数字化转型中面临技术、资金、渠道等方面的问题,仍需相关政策对民营书企给予更大的支持。

韩合军:目前,山东金太阳已做到纸质图书和电子书的同步推出,规范排版的电子文档格式,存储了大量的PPT格式的课件,或制作成光盘。但这种以光盘、PPT等形态为主的教辅数字化大多仍是对原书内容的简单重复,不能适应网络技术的发展,这就对人才、技术等方面提出相当高的要求,希望相关力量在人才、技术等方

吴 飞(山东天成书业有限公司数字产业部总经理)
杨祥震(金榜苑时代天宇国际文化传媒有限公司零售事业部总经理)
蔺 超(山东文轩文化传播有限公司风控部经理)
李 丁(北京拓思德科技有限公司副总裁)
罗卫东(河北涛琪图书有限公司总经理)
韩合军(山东金太阳书业有限公司总编室经理)
郑克明(一飞冲天商贸有限公司总经理)
叶腾飞(山东智乐文化传媒有限公司副总经理)
原永海(中育苑文化传媒股份有限公司总经理助理)

- **北京拓思德科技有限公司**在探索点阵技术和纸质图书结合,图像识别和手写识别等。学生用数码笔书写答案并交卷后可实现自动判分与分析。这为师生节省了教学时间,并使自适应学习和因材施教更易实现。
- **河北涛琪图书有限公司**主要探索了微课、二维码应用等,目前已与阿凡题等提供教辅互联网解决方案的公司建立了合作。
- **山东金太阳书业有限公司**积极与数字出版业寻求合理且具有深度的合作,与阿凡题等线上平台形成战略合作伙伴关系,逐步实现由传统出版向数字化出版的转变。
- **一飞冲天商贸有限公司**主要使用的信息化手段是网上销售,以及在所售图书上添加二维码。
- **山东智乐文化传媒有限公司**与“赶考网”等线上教育企业进行了合作,但双方合作还较浅显,需进一步寻找具体盈利模式。

梁山经济开发区文化教育产业

“一园”“三联”促产业集群优化升级

■中国出版传媒商报记者 刘海颖

一个园区规划 集纳式发展促规模建品牌

如果说教辅是极具中国特色的图书板块,那么梁山系教育图书则是其间的特色现象。从20世纪90年代初期一批年轻人自北京海淀、山东滨州等地批发教辅,到1990年代后期有注册公司完整从事教育图书策划编辑和印制发行,到2004年成立全国独一无二的独立建制的县新闻出版局并同时成立梁山书书刊发行业协会,再到金榜苑文化传媒集团、天成教育集团被国家新闻出版总署授予全国出版物总发行权,8家民营书业拥有国家二级发行资质,梁山书业经历了逐步规范的初创发展。

到了2008年,梁山书业则正式进入以优化产业结构、提升产业层次为引导的“集纳式”发展模式。这一年,梁山县委、县政府在设立于1998年的梁山经济开发区规划建设梁山出版印刷产业园。十几家企业已先后入驻经营,产业园区先后被评为山东省重点文化产业园区、山东省十佳文化产业园区、“中国出版物发行产业基地”。

近年来,梁山县委、县政府把文化教育产业列为全县支柱产业之一进行重点培植,从政策、资金、环境等各方面全力扶持。入驻梁山出版印刷产业园的企业均得到了长足发展,逐步进入品牌立市的跃升发展期,真正形成了一批包括山东金榜苑文化传媒集团、山东天成教育集团、山东新坐标书业有限公司、山东长江水韵文化传媒有限公司、山东金太阳书业有限公司、梁山中联翰元教育科技有限公司、梁山弘景印务有限公司、梁山奥文印务有限公司、梁山峰威印务有限公司等大型文化教育出版及印刷企业在内的骨干企业和品牌产品。

事实上,就在梁山出版印刷产业园建立的第二年,也就是2009年,时任原新闻出版总署副署长、现任国家新闻出版广电总局副局长孙寿山考察梁山书业,并很快批复金榜苑和天成两家公司总发行资质,这意味着梁山书业发行又跃升了一个台阶。而在图书开发方面,产品目前已覆盖幼儿到高中教育的全学段,另有《法制教育》《国学经典》《安全教育》等二类教材。其中,高中图书成为教辅界的旗帜产品,

三个联合方向 互联思维引导产业集群优化升级

当出版产业数字化风头正劲之时,梁山经济开发区敏锐地提出落实教育信息化战略决策,推动企业走“联大、联高、联强”的路子,加快推动数字化转型升级,全面打造信息化应用综合解决方案;在纸媒图书基础之上,金榜苑、天成、新坐标、水浒、金太阳等企业在数字出版、科教产品研发、在线教育平台建设等方面全力发展产业集群,且在多个角度取得了行业领先的突破性进展。

在科教产品方面,研发出多媒体教学一体机、精品录播系统、平板学习机、学生学习手机、作业批改仪、校园云主机、CNC数控车床等

科教产品,所使用的软件、系统、平台都是集团公司自主研发的、拥有独立的知识产权。其中山东金榜苑文化传媒集团研发的高速作业批改仪产品经国家教育部教育管理中心认证并建议全国教育领域推广使用。批阅结果自动输入云平台,教师借助大数据分析,全面了解学情,教学针对性明显增强。

在创客产品方面,中教科技与我国台湾天空科技强强联合,率先在国内将创客理念引入中小学素质教育,打造创客教育中心,研发创客教材,生产创客设备,培养中小学生的学习兴趣、动手能力和创新共享精神。

在幼教产品方面,新坐标等企业研发了幼儿园教具、教材、教学一体机及平板学习机、点读机、点读笔及幼儿园云管理系统等。

在“互联网+”教育方面,金榜苑文化传媒研发出“91淘课网”,山东天成研发出“中国好课堂”、新坐标书业公司研发的“师说365”等中小学在线教育、学习平台,教育资源网络平台建设已初具规模;金榜苑正与中国教育大数据研究院合作,共建基础教育研究大数据中心,逐步实现向“互联网+”教育科技企业的战略转型和升级。

为推动产业集群发展,梁山经济开发区文化教育产业园先后与江西中文传媒有限责任公司、中唱集团、中国网库集团、山东朗朗教育股份有限公司、内蒙古新华文化传媒有限公司、北京神州中联教育科技有限公司、网易、赶考网、北京云江科技(阿凡题)有限公司等企业实现了合资合作,深入推动传统文化教育出版业结构升级。而这,也将成为梁山经济开发区推动文化教育产业园发展的主要路径,积极与知名文化出版和传媒集团、现代印刷企业以及各类高新技术企业等国内外大型机构合资合作,发展教育信息化,延长产业链条,实现产业集群优化升级。

水泊梁山,果敢之乡。梁山书业现象的产生,不仅代表着一种地域性人文精神与经济发展的特点,也从某个角度代表着教育图书产业发展不断向好的摸索历程。而这其中所有的努力,并非仅为为了促进产业经济的新发展,而是更多为了服务甚至助推文化教育的新发展;后者,才是前者得以实现的基础和价值所在。

的效用,但网络资源目前广而不精,学生盲目使用效果不佳。这是当前互联网行业作为一个经济行业飞速发展弊端,其在为教育科学服务方面还有很长的路要走。针对教辅行业,期待提供大数据、在线资源等的互联网企业的发展不要局限在抢占市场用户方面,而要加强的定制服务。

吴飞:目前教辅对大数据的应用还较少,效果也不明显。期待大数据能分析出教辅编写的质量,哪些地方编写的较好,哪些地方还需要改进。

杨祥震:说起大数据,很多读者觉得它是很大很深的概念,我个人认为其实更多的是统计学及应用,或者将经验性的事物用数据更具体更客观地表现出来。借助现代化的技术,很好地利用大数据确实对教辅的编写、对老师教学指导有帮助。但现实中也不乏简单统计堆积数据而缺乏深入的分析应用。金榜苑集团及时代天宇公司都非常重视大数据,特别在高考及命题研究方面非常成功,多次命中考题。今年的《大高考》就充分利用大数据分析,将全国卷真题和地方卷真题分开统计分析,避免盲目和误导,契合教与学的实际需求,上市即引爆市场。借此我最想表达的是不要玩概念,要注重研究大数据背后深层次的内涵,同时要转化为有效的生产力即应用,助推教辅及教辅事业的健康发展。

李丁:教辅作业在教学中是最高频的应用,教师批改作业可以采集到学生的学习效果和学习过程的信息,这些数据对教学建模有很大意义。教学数据的应用有三个方面:1.描述——对师生的教学效果进行统计,作出基本判断;2.分析——教学效果的具体问题出现在什么地方,做出教学反思;3.趋势——对教学效果可能出现的问题作出趋势性预判,合理规划教学。教师得到学生们及时精准的教学反馈后,作出适当的教学决策,一定可以让教学效果得到显著提升。

韩合军:山东金太阳非常看好大数据在教辅中的应用。在教育教学中,通过大数据分析和量化和收集学生的行为,制定更加集成、更加模块化和更加复杂化的在线学习系统,探索建立预测模型,重新发现和预测学生如何学习,如预测学生成绩并研究学生表现和对课程满意度的关系、评估学业进步、预测未来表现等。

郑克明:近几年,大数据在教辅中的应用不太,效果也不突显。作为一个阅读产品为主打的企业,我们期待在未来能出现更专业的团队帮助开发产品。 (下转第7版)