

河南、贵州两省为实行新高考推出实施方案

中国出版传媒商报 近日,河南省2021年度全省教育工作会议采用视频会议的形式召开。河南省教育厅厅长郑邦山特别强调了河南高考综合改革的进程:按照教育部要求,结合河南省基础条件评估情况,针对目前面临的消减普通高中大班额、教师队伍建设和办学经费投入等问题,要责任明确、倒排工期、加快进度,确保在2022年秋季高一新生入学前,实现基础条件全部达标,顺利启动河南省高考综合改革。这就意味着,作为高考大省的河南正式明确将在2022年秋季启动高考综合改革,2025年正式实施新高考模式。

贵州省教育厅发布了2021年工作要点,提出促进学生身心健康发展、强化家庭教育、提升学前教育保教质量等50项工作内容。在“深化改革要实现突破”中,明确提出2021年贵州将制定和完善《贵州省高考综合改革实施方案》及相关配套改革方案,启动实施高考综合改革。方案强调实现“三个突破”——普及水平、结构调整、改革试点。进一步规范普通高中招生,落实民办普通高中同步招生工作,切实解决跨区域掐尖招生破坏区域教育生态问题。加强艺术、体育专业统考的管理和监督。继续做好国家专项计划、高校专项计划和地方专项计划招生工作。继续完善高职分类招生管理办法。积极探索专升本考试改革。(海洋)

高考教辅图书在新挑战中寻找新机遇

关键词 新高考 教辅图书 市场洗牌

中国出版传媒商报记者 李星零

随着新高考的逐步推进,相关教辅图书也随之面临新的市场形势。各出版机构在应变中重塑产品内容,在固本求新中维护品牌基础,创设新的产品阵营。

品种规模持续扩充,核心产品表现突出

总体来看,高考教辅图书市场强需之下,相关出版、策划机构在产品线打造上多维度扩充规模,并重点打造核心产品。

截至目前,北京曲一线图书策划有限公司的新高考教辅图书已实现四位一体。曲一线针对新高考、新教材陆续推出“教、学、练、考”四大类图书:“教”有《新高考》等研究理论、指导教学实践的图书;“学”有《同学教材》等新教材讲解类图书;“练”有《5年高考3年模拟》A版新高考版等;“考”有《1年高考真题详解》新高考版等各类针对新教材、新高考的试卷类产品。而据了解,江西高校出版社针对新高考改革的亚教辅有17种。亚教辅的核心代表产品包括《红色文化(高中版)》《心理健康教育》等。这些产品的市场表现较为强劲,并且在亚教辅出版方面打出了名声。此外,江西高校社原有畅销产品表现也较稳定,如《金太阳导学案》的年销量超200万册。

部分近年开始挺入市场的品牌迅速扩容,表现突出。万向思维国际图书(北京)有限公司在2017年推出了《高考快递》系列,截至目前涵盖10个分类,约100个品种,算上各地的专版,在2021年将将达到400个品种。

新品精荐

“定考神针”系列助力高中语文备考

中国出版传媒商报 讯 “定考神针”教辅品牌由教研员、特级教师等组成的浙江省高中语文团队打造。为满足师生需求,便于高中学生有系统和针对性地备考,该团队陆续开发了《语言文字应用200练(B本)》《语言文字应用200练(A本)》《古诗文阅读38练浙江专版》《现代文阅读38练》《语文大联考18练全解精析(A本)》等。其中,《语言文字应用200练》自面世以来,在浙江的销售已突破20万册。经过市场的筛选与检验,“定考神针”品牌教辅已成为“紧密结合高考、错误出现极少、解析准确详细”的教辅图书。其中,《语文大联考18练全解精析(A本)》是浙江省各地市联考试卷的汇编和全解精析。该书答案内容十分详尽,不仅包括对题目的解析,还有现代文的思维导图、古文的参考译文、古诗词的赏析、作文佳作和点评等。(清凤)

《2021新高考数学真题全刷:基础2000题》用42年真题取代模拟题

中国出版传媒商报 讯 《2021新高考数学真题全刷:基础2000题》基于作者多年潜心思考及高考辅导经验总结,从1978—2019年的42年全国各地共计588份试卷的12627道真题中遴选出2000题,根据新课标考纲分门别类。这些真题有很强的代表性和系统性。同时,该书所有真题按难度分为5类,由浅入深排列。该书力求用真题取代模拟题让考生实战练习,让考生吃透考纲的每个基础知识,既能让基础75分以下的考生摸清门道,又能让目标130分以上的考生挑战自我。不管考生是什么基础,都能跟该书一起,与2000真题背水一战。据了解,对于已能达到100分想突破120分、冲刺130分甚至140分以上的考生,该书的番外篇《2021新高考数学真题全刷:决胜800题》有对高考数学的超级难点更深的淬炼。(莉)

“问鼎高考”系列凸显学生个性化备考

中国出版传媒商报 讯 “问鼎高考”系列图书深入分析高考语文试卷命题导向,深度解剖2020年及近几年高考真题构成,为高考备考师生提供实用、高效、引领性的指导方案。该系列图书本着前沿、实用、有效的原则进行编写,摒除了高考阅读类书籍以得分点为主要分析内容的编写思路,突出了能体现高考命题制特点的典型案例,在短时间里,集中精力,有重点、有目的、有针对性地解决学生个体备考中存在的问题,凸显学生个性化备考的特点。其中,《问鼎高考写作》从高考写作的命题特点及能力要求、考场议论文的构思与成文、考场记叙文的构思与成文、考场散文及其他问题的构思与成文几个部分入手剖析高考写作试题。(海洋)

尤其是,《模拟汇编48套》《一年真题》《信息卷》这几类自从上市后,在全国各个省份加货不断,不断加印。在线教育平台作业帮的教辅业务强劲入市,核心品种的销量直冲市场前列。截至2020年12月底,作业帮教育科技(北京)有限公司教辅团队共原创研发针对新高考的单品25个。其中核心代表产品《高考满分作文宝盒》自2020年首发,全年销售40万册,位居天猫高考作文品类第一名;《名师敲重点》自2020年8月上市,目前单品销售超10万册。

此外,一些出版、策划机构以细分学科稳固市场优势。上海交通大学出版社教育分社教辅图书一直以英语学科教辅为主打产品。“中学英语300训练系列”畅销近20年,重印50余次。目前针对高中阶段的教辅图书品种近30种,主要面向上海高考市场,“高中英语星级训练系列”单品销量已超过12万册,《高中英语语法专练》单销量超过20万册。山东星火教育科技集团股份有限公司于去年推出了新品“新高考巅峰训练-七合一必刷题”系列。该系列出版后,已经连续加印几次。浙江大学出版社青少图书出版中心数学教辅口碑甚佳,竞争加剧,针对新高考的图书主要有两大系列。一是以真题研究为主的“全国卷”系列:《高考数学全国卷真题精编》《高考数学全国卷解密》《高考数学全国卷冲刺演练》;二是凸显主题探究的“秘密”系列,《导数的秘密》《圆锥曲线的秘密》等已出版。这两个系列年销量均超过10万册。

未知性扩大赛道,战略布局各有主张

新高考改革实施过程中的“未知性”充满挑战,但也为教辅出版行业发展提供了无限前景。在机遇与挑战中,各机构结合自身特色资源优势,为新高考产品的开发进行战略性布局。

新高考为教辅市场提供了很大开发空间。浙大社青少图书出版中心数学项目部主任陈海权表示,新高考的特点是没有“考纲”。万向思维副总经理张帆表示,新高考类产品的市场需求会进一步增加。因为新高考还在探索、摸索中,这种不确定性会扩大这个赛道的需求。而需求的增长也意味着更多的机会。

曲一线作为全国高考教辅书的行业标杆,一直高度关注并持续、深入进行新课标、新高考、新教材“三新”研究,在此基础上提出了“准确把握改革导向,准确锁定变化内涵,精确服务一线教学”的整体发展思路。新入力量作业帮教辅团队密切关注新高考总体推进进程,以语数英全国统一命题卷为产品开发主体,兼顾各省命题选考卷的产品开发。

浙大社数学优辅新高考图书开发主体思路基于中国高考评价体系,协同《普通高中数学课程标准》(2017版2020年修订)主题和理念,主要是两个方向——真题研究及主题探究。

教辅出版机构围绕学生的综合素质教育进行产品研发。对此,江西高校社制定了“自主研发+合作出版”双管齐下的发展思路。在自主研发方面,其结合自身优势锁定亚教辅市场,研发了一系列具有较大影响力的产品,如《心理健康教育》《法治教育读本》等。此外,在合作出版方面,与江西金太阳、山东志鸿等品牌民营企业合作,主要研发三大类型的教辅:考试类、同步类和专题类,这些产品在省内外都占有一定的市场。

教辅策划出版机构还以新型智能教辅书为高考提供全面解决方案。山东星火高中英语事业部总监郝新表示,山东星火重点开发的产品是与新高考题型完全一致的新型智能教辅书。图书采用科学、系统的分层

自教育部出台了新高考改革方案以来,各地方教育主管部门相继出台地方改革方案,全国各地的教辅出版单位也在跟着改革。改革方案中的目标任务、考试科目、加分项目等的变化,势必在一定程度上影响教辅出版的格局和未来走向。新高考给高中教辅市场带来的变化实质上是巨大的,加上2020年开始受疫情影响,目前这一细分板块的市场竞争情况主要有以下表现。

一是语、数、外三科备考的教辅用书方面竞争激烈,因为这三大主科的重要性地位依然稳固,所以市场需求依然很大。并且随着课外阅读分值的增加,课

外读物市场成了最大的细分市场。二是学业水平考试备考用书是未来教辅市场争抢的香饽饽,根据国家和地方学业水平考试政策的改革,学业水平考试的重要程度明显增加,所以市场需求会越来越大。三是根据江西省出台的新高考改革意见,除全国统考的语文、数学、外语3科,地理、历史、政治、物理、化学、生物6科由省级命题,所以就江西省高中教辅市场而言,今后这6科的本土产品也将成为市场竞争的热点。四是除了新高考复习类、同步类、考试类用书市场竞争激烈,与新高考改革有关的、专注提高学生德智体美劳全面发展的亚教辅市场的竞争也会加大。例如

未来市场竞争加剧,变局中破局

高考的刚性需求决定着高中教辅市场存在相当的发展空间。未来,新高考教辅这一细分板块竞争将更加激烈。据此,各出版单位对发展现状、痛点进行解读,以寻找突围破局之路。

新高考教辅将面临新一轮市场洗牌。曲一线项目总监刘婧表示,新课标、新教材、新高考改革已经全面启动,意义重大,影响深远,必将推动教辅市场形成新一轮大洗牌。万向思维副总经理张帆表示,每次变革都是机会,但同时也是挑战。说它是机会,是因为需求量的增大会带来新的需求,产品也会重新洗牌。用户固有的选品观念也会减弱,即会给新产品带来更多的机会。这需要编辑、发行等所有从业人员,都要对新高考的需求有很好的了解。更高质量、更符合新高考特点的产品能占一席之地。

作业帮教辅业务部负责人陈彦华表示,要在新一轮市场竞争中取胜,就需要加强专业教研力量,深入研究新高考命题意图,并结合新教材进行研究和产品开发;关注地方专版的命题方向,研发适合各省新高考的选考图书;根据各家出版实力有步骤、有选择地切入新高考专版市场,避免大规模跟进带来的生产和市场风险;把新高考与互联网教育科技手段或大数据结合,研发有差异化的新高考产品,避免同质化竞争。

未来,新高考教辅这一细分板块总的市场竞争情况会更为激烈。对此,内容质量的把关是该类图书的核心竞争力。郝新表示,在激烈的市场竞争下,作为教辅图书生命线的产品质量是首要问题。建议一定要把用户的利益放在第一位,星火将帮助用户提升英语应用能力作为宗旨,这也与新高考测试考查的重点相吻合。上交大社教育分社外语图书事业部主任金英爱表示,一方面高中阶段学科知识难度加大,教辅编写门槛较高,另一方面选择教辅的主要群体是教师和学生,购买行为更趋理性,对于教辅质量的甄别能力更高,因而需要编辑更加慎重地开发选题,更加周全地考虑读者需求。重中之重则是要更加严谨地对待书稿,内容质量是出版的生命线。

市场竞争也会带来一些非传统教辅行业的畅销书。陈海权表示,新高考教辅这一细分板块未来竞争将更加激烈。没了“考纲”,真题的研究显得更有价值,而主题的深入学习留出了很多空间,新题型的出现带来了诸多不适。如何让考生适应新变化,预计将会出现一些非传统教辅行业出版的畅销书。

业者观察

新高考教辅面临六大竞争点

黄长根(江西高校出版社基础教育分社社长)

外读物市场成了最大的细分市场。二是学业水平考试备考用书是未来教辅市场争抢的香饽饽,根据国家和地方学业水平考试政策的改革,学业水平考试的重要程度明显增加,所以市场需求会越来越大。

三是根据江西省出台的新高考改革意见,除全国统考的语文、数学、外语3科,地理、历史、政治、物理、化学、生物6科由省级命题,所以就江西省高中教辅市场而言,今后这6科的本土产品也将成为市场竞争的热点。

四是除了新高考复习类、同步类、考试类用书市场竞争激烈,与新高考改革有关的、专注提高学生德智体美劳全面发展的亚教辅市场的竞争也会加大。例如

年度行动

北京曲一线图书策划有限公司:2021年,曲一线专门为新教材、新高考打造了《四层四翼 核心题练》同步练习类产品。这是一套真正意义上的新教材同步产品,策划定位、模块设计、教学模式完全依据新教材理念;这也是一套真正落实新高考评价体系的教材同步产品,选题方向、命题思路、情境设计全面落实新高考评价体系。这套产品定位零售,主打民营、新华和电商渠道。

万向思维国际图书(北京)有限公司:万向思维针对第三批进入新高考的江苏、广东、福建等8个省份推出专版性的产品,《高考快递》系列的真题类产品《一年真题》《五年真题》等以及原创类产品《信息卷》《预测卷》等品种,都将推出全新的适合新高考、适应各地考情的专版类产品。产品上市后,线下的实体店书店,包括民营和新华渠道,线上的各大平台——京东、天猫、拼多多等都会全面开售。

作业帮教育科技(北京)有限公司:针对2021年新高考,作业帮教辅图书拟推出新高考图书新品36种,含新高考总复习试卷类、真题专项类、同步类、新高考选科指导及生涯规划类等。核心策划亮点是按照教育部公布的《中国高考评价体系》中所明确的“一核四层四翼”的要求,结合作业帮直播课名师团队的教研成果,在知识维度和方法维度上体现新高考的要求和考向。2021年的主打渠道仍为作业帮APP内部商城、天猫、拼多多、京东、当当等电商渠道。

浙江大学出版社青少图书出版中心:浙大社主打以真题研究为主的“全国卷”系列,凸显主题探究的“秘密”系列的两大系列图书。针对2021年新高考,也有一些经典图书逐步向新高考转向,如《至精至简的高中数学思想与方法:30讲突破高考反复考查内容》在2021年推出的第四版,就是聚焦全国卷,服务新高考。核心策划亮点主要针对中等生突围、尖子生培优,以启思为主,方法见长。主打渠道是线上营销,当当、京东、天猫等等。

江西高校出版社基础教育分社:江西高校社自2018年就开始针对新高考筹划运作一些项目。比如《江西省普通高中学业水平考试》,已成为江西省最具权威性的学业水平考试指导用书。针对语文阅读,江西高校社在继续完善既有的《高考现代文阅读高分大冲关》的同时,正在开发适合高中生的《整本书阅读》系列读物。除了新华书店这一传统营销渠道,江西高校社还采取线上、线下融合的方式进行销售,之后还会结合网上商店、网络直播等线上服务进行强势推广。

山东星火教育科技集团股份有限公司:2021年,山东星火还会继续推出与新高考题型相关的系列产品,如完形填空与语法填空、完形填空与阅读理解等系列。这些产品策划的核心亮点就是“题就是好”。此外,每个专项都是由专业研发团队倾力打造,而且还邀请全国高级教师参与编写。产品会在传统的民营和新华渠道同步上市。各大电商平台也会重点推广。

上海交通大学出版社教育分社:面向2021年,上交大社教育分社仍以上海市场为主阵地,逐步适度向全国市场拓展。在选题上,上交大社教育分社一方面将不断丰富和完善拳头产品“星级训练”系列的产品规模,另一方面继续优化和深挖针对统编教材的同步配套产品。渠道方面,新媒体营销汇聚零售读者,地面推广主推团购客户,同时通过社群营销、垂直营销做好读者服务与支持工作。

2020年6月,教育部公布普通高中课程方案和语文等学科课程标准。方案显示,今后普通高中在原来科目的基础上开设劳动课程,加强劳动教育,这也是新时代我国教育改革的重要方向之一,今后与劳动教育相关的指导用书的需求就会加大,该细分品类会成为各大出版单位的重要发力点。

五是在教辅的发行上除了合理利用已有市场渠道外,还可适当邀请教研部门或作者举办相关知识讲座进行宣传。

六是受疫情的影响,实体店销售受挫,作为“刚需”的教辅图书,开始向网店转移。因此,开发相关教辅产品时,也要紧跟教育政策的变化,做好充分的市场调研,及早规划,及时调整产品线,做到有的放矢、精准发力。面对市场营销模式的变革,还要做到随机应变,适应潮流,甚至引领潮流,在网络营销方面积极探索。

2021年,如何发力产品研发和渠道拓展