



教育部印发《中小学生校外培训材料管理办法(试行)》

中国出版传媒商报讯 为深入贯彻中央《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》的决策部署,落实立德树人根本任务,全面加强校外培训监管,强化中小学生学习校外培训材料管理,教育部日前印发了《中小学生校外培训材料管理办法(试行)》(以下简称《管理办法》)。

《管理办法》围绕落实立德树人根本任务,针对突出问题,抓住培训材料编写审核、选用备案、检查监督等各个环节,明确管理职责,健全管理机制,对培训机构自编的面向中小学生的所有线上与线下、学科类与非学科类培训材料提出了全面规范要求。

一是明确材料内容编审标准。强调不得出现超标超前问题;列出了十二条负面清单,强调要守牢政治底线,不得出现意识形态问题,确保正确育人方向。二是完善相关人员资质标准。培训材料编写研发人员必须政治立场坚定,全面贯彻党的教育方针,从事教育教学相关工作3年及以上,具有良好的思想品德和社会形象等;学科类人员应具备相应教师资格证书,非学科类人员应具备相关行业资质证书或专业能力证明。审核人员还应具有较高的政策理论水平和较丰富的相关教育或培训经验。三是健全审核把关制度。学科类培训材料采取校外培训机构内部审核和教育行政部门外部审核相结合的方式进行双审核。非学科类培训材料在校外培训机构内部审核基础上,由各地教育行政部门协助相应主管部门开展抽查、巡查。

(聂慧超)

“双减”后教育社加速向知识服务商转型

关键词 教育出版 书课一体化 知识服务

中国出版传媒商报记者 田红媛

变局:积极调整适应新角色

“双减”政策的出台,于教培机构、教育出版机构、学校而言都是一次重要变革,各方用“急刹车”“敲警钟”来形容其作用和意义。教育出版机构也从中得到重要提示和警醒,未来面临的“责任更大、要求更高”。

教育出版机构纷纷表示,经历这次洗牌,原有教育出版格局将出现新变,要做好“双减”政策解读,在有关部门指导下,找准自身定位,及时调整方向。

现代教育出版社副总编辑王春霞认为:“以前出版机构作为教培内容的供应方、推广方,在家庭、学生、教培机构之间起到桥梁纽带作用。新格局下,教育出版机构一方面要从教育高质量

“双减”政策落地后的第一个开学周,教辅书热销,教育出版升温。从“内容服务商”到“知识服务商”,教育出版机构这些年来的转型之路走得不急不缓。新政对原有教培市场甚至整个教育领域,都将带来颠覆性的变化。教培机构、教育出版机构、学校等多方角色和职责也与从前大不相同。教育出版机构如何从中挖掘新的机会?记者就此采访了一些教育类出版社。

的目标出发,服务学校教学主阵地的需要;另一方面要把社会效益放在更加突出的位置,对接学校教育需求,分类指导、精准施策,做好策划、多出好书。”

山西教育出版社副总编辑潘峰将这种变化细化到图书品种、选题策划、发展方向3个方面,并结合该社具体情况指出教育出版调整的指向:“从品种来说,原有面向教培的教辅产品会下架,相应教辅图书品种都会减少。从选题来说,教育社要及时调整,侧重提升教师教学技

能和学生学习能力方面的选题,而不是搞单纯的题海战术。从发展方向来说,要提高教育知识服务能力。当下缺乏的是素养导向的优质内容,能满足个性化学习要求的分层作业。”

“教育出版板块的内涵很丰富,教育思想、教育方法、教育实践、教学研讨以及教学辅助材料等内容的出版,均会朝着提高核心素养的方向平稳过渡”,清华大学出版社考试编辑室主任陈明认为,“在培训资料出版、培训讲师关联网课等方向几

乎已经被切断的情况下,培训行业必将面临大范围转型。出版社更加青睐高中优秀教师和优质教育资源,所出版的内容也将符合国家的长期战略发展需要”。

转型:“知识服务商”始终是方向

从“内容服务商”转向“知识服务商”,一直是教育出版机构近年来的努力方向。“双减”政策的落地可谓“助推剂”,加速了这一进程。在遵循国家政策的前提下,各方都在观势蓄力,挖掘未来更大的空间。

面对“不转型就转行”的困局,教培机构积极寻找新赛道,有些一夜之间下线学前业务线,有些摇身一变转做托管机构。

(下转第10版)

开学季助学专刊·精彩导读

教育市场生变 助学读物研发“见招拆招” P2

“双减”落地,怎么才能帮到家长和孩子? P6~P7

开学季晒一晒编辑爸妈的私藏助学书单 P8~P9

开学季100位店员推荐的100种靠谱好书 P11

本期12版

编辑:聂慧超 排版:彭庆伟

中国出版传媒商报

●商报专递 首届国家文化出口基地论坛亮相服贸会

中国出版传媒商报讯 9月4日,首届国家文化出口基地论坛于2021年中国国际服务贸易交易会(简称“服贸会”)期间在国家会议中心举行。论坛期间,商务部、文化和旅游部、广电总局为第二批国家文化出口基地授牌,国家文化出口基地联席机制成立并发表联合倡议。

商务部副部长王炳南出席并致辞。王炳南强调,“十四五”期间,商务部将立足新发展阶段、贯彻新发展理念,加强国家文化出口基地建设,推动对外文化贸易高质量发展,更好服务构建新发展格局:一是加强对外文化贸易顶层设计,制定推进对外文化贸易高质量发展的政策文件,完善对外文化贸易

政策体系;二是激发对外文化贸易创新发展活力,培育一批具有国际影响力的文化企业和品牌;三是推动国家文化出口基地提质增效,建立建设定期协商机制,健全基地政策保障体系。

截至目前,商务部、中央宣传部会同文化和旅游部、广电总局等部门已联合认定29家国家文化出口基地。

下一步,商务部将建立基地建设定期协商机制,及时总结推广基地创新实践案例。《关于支持文化基地高质量发展若干措施》也将于近期印发,支持基地加强公共服务平台建设,健全基地政策保障体制,推动对外文化贸易高质量发展,为文化强国建设做出新贡献。

(聂慧超)

2021全国有声读物精品出版工程评审启动

中国出版传媒商报讯 9月1日,国家新闻出版署2021年全国有声读物精品出版工程评审工作正式启动。该工程“已组织过4届,向读者推荐了75部有声读物精品。

2021年该工程将重点支持5类题材作品:以新颖、独特的表现形式,立体呈现、生动宣传习近平新时代中国特色社会主义思想的有声读物;围绕中国共产党成立100周年主题,讲述中国共产党百年光辉历程和伟大业绩,讴歌党百年奋斗伟大精神的有声读物;聚焦全面建成小康社会取得伟大历史性成就、

脱贫攻坚战的全面胜利,展现人民群众奋进新时代、开启新征程的信心面貌的有声读物;坚定文化自信,汲取中华优秀传统文化的思想精华和道德精髓,传承和发扬中华优秀传统文化的有声读物;着眼提高人民群众文化素养和科学素质,传播普及科学文化知识的有声读物。

截至申报结束,评审办公室共收到中央在京及30个省、自治区、直辖市的244家单位,共计495个项目申报材料,申报项目总时长约为9341小时。

(伊尹)

新华联合发行有限公司

——书业物流及供应链协同数字化解决方案提供商

图书物流托管服务热线:
15101139152 18001025299 张东明

●最美书店 樊登书屋敏锐捕捉沈阳“沉浸式”新风口



中国出版传媒商报讯 随着AR、VR、MR等科技的应用,“沉浸式”成为热词。日前,沈阳市印发《沈阳市推进沉浸式文化产业发展行动方案(2021-2023年)》。9月5日,在辽宁省沈阳市浑南区花园城购物中心,推出首个“沉浸式”书店“樊登书店”“迎风”亮相。

该书店面积524平方米,分为儿童阅读区、沉浸式小剧场、读书沙龙茶室等区域,是基于线上互联网书店会员的线下“沉浸式”体验中心。将沉浸式体验引入线下活动是樊登书店的一种尝试,通过沉浸式光影剧场、沉浸式演讲等形式,为读者提供全新闻读场景与社交空间。开业首日,收到良好的读者反馈。据了解,该书店预计全年举办400场沉浸式文化活动。

(聂慧超)

基于“国家出版发行信息公共服务平台”图书销售榜 (2021年8月下半月)

榜单快评 新学期开学前的最后一期榜单,亮点新爆和风光依旧同在:张嘉佳全新长篇力作《天堂旅行团》,8月由湖南文艺出版社甫一推出,即以数十万的销量,雄踞文艺书榜首,且位居非主题图书市场热销“龙头”。商务印书馆再续风采,7种书接续上期热势再次悉数打榜;现代汉语、古代汉语、英汉双解三类经典工具书不但继续囊括文教热销书TOP3,同类另品的文教书榜位还从上期的前14提升至本期的前11。

2021年8月下半月图书销售综合总榜				
排序	书名	版别	出版时间	定价(元)
1	中国共产党简史(小开本)	人民出版社 中共党史出版社	2021年2月	42.00
2	习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答(小字本)	学习出版社 人民出版社	2021年2月	29.00
3	论中国共产党历史(普及本)	中央文献出版社	2021年2月	26.00
4	毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编(普及本)	中央文献出版社	2021年2月	16.00
5	新征程面对面 理论热点面对面 2021	学习出版社	2021年6月	25.00
6	在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话(2021年7月1日)	人民出版社	2021年7月	3.00
7	天堂旅行团	湖南文艺出版社	2021年8月	48.00
8	毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编(大字本)	中央文献出版社	2021年3月	30.00
9	论中国共产党历史(大字本)	中央文献出版社	2021年2月	46.00
10	学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想打赢新冠肺炎疫情疫情防控人民战争总体战阻击战案例	党建读物出版社	2021年3月	53.00

(下转第10版)

9月5日,东京残奥会闭幕,距2022年2月4日北京冬奥会开幕,还有5个月。自2015年国际奥委会宣布北京获得冬奥会举办权,冰雪运动就在国内日渐升温。6年来,出版传媒业响应“三亿人上冰雪”号召,致力于帮助读者系统了解赛事知识、享受观赛过程,推出大量各具特色、影响广泛的优秀出版物。

冬奥在即,中国出版传媒商报特别策划,以出版社自荐、商报征集推荐的方式,发布首批100种“冬奥冰雪主题书单”,以期为出版社做书、读者选书、书店备书、图书馆藏书做好参考。这也是国内首次集中发布并公益推介相关主题书目。

此次推展的100种出版物涉及30余家出版社,分为学术研究类(15种)、科普读物类(43种)、教材读本类(18种)、文学艺术类(24种)四大类,多为近期各社集中推介、内容形式俱佳的精品力作。

从分类数量来看,科普读物因“入门普及”的优势,以43种居于榜首,其中方圆电子音像出版社、化学工业出版社各4种,人民邮电出版社3种,在这一细分中表现突出。该类冰雪主题读物多以青少年、运动新手为主要对象,有的概述性普及冰雪运动知识,有的对滑雪、花样滑冰等项目的科学训练进行详细解读,还有少量英语教程、实用手册。

24种文学作品覆盖小说、童话、童谣等多种体裁,另有绘本、画册、摄影集等图文互补形式提升可读性。黑龙江少年儿童出版社的“名家冰雪童话”系列和“中国冰雪儿童文学童话卷”,安徽文艺出版社出版的唐家三少(张威)筑梦冬奥温暖都市新作《冰雪恋熊猫》等都是该类代表作品。

18种教材类读物由北京出版社的《京奥冰雪》、方圆电子音像出版社的《冰雪运动》和黑龙江教育出版社的《冰雪奥运》构成。15种学术研究著作包括冰雪产业发展报告、冰雪运动参与报告、城市研究报告等。

从地域特色来看,冬奥会举办地北京、张家口,以及独具冰雪运动区位优势优势的东北三省,产品呈现较为集中。

北京出版集团入选16种,北京出版社的《冰嬉溯源》与《清代冰嬉考》运用大量文献档案和图像资料追溯了冰嬉的起源、形成和发展历史,具有极高的学术价值。河北出版传媒集团入选10种,其中既有大众滑雪、滑冰晋级指南,又有《北欧两项国际规则》等竞赛规则类专业读物。

黑龙江出版集团入选22种,主要是黑龙江教育出版社的一类教材读本和黑龙江美术出版社的两套童话。辽宁出版集团入选种数虽不算多,但重在立意。辽宁少年儿童出版社的长篇小说《教练,我想打冰球》聚焦冰球项目,通过励志故事塑造青少年积极坚韧的性格品质。吉林出版集团3种产品中,吉林美术出版社的《冰天雪地也是金山银山:吉林省冰雪产业掠影》对该省冰雪产业、冰雪文化作全面展示。

从内容质量来看,首先,作者团队的高规格确保了图书的高品质,其中既有各领域的顶尖研究者、从业者,也不乏体育收藏专家、考古专家等,他们的作品以冰雪主题为线索,融入多年观察和思考,兼具知识性和可读性,如中国大百科全书出版社的《北京2022年冬奥会运动项目图解》等。其次,入选图书多为原创策划类选题,知识普及读物,如接力出版社的《冬奥奇缘:遇见冰雪赛场和中国榜样》等。部分引进版图书都为大部头,典型案例、真人示范、图文并茂是最大卖点,如化学工业出版社的《滑雪宝典》等。

北京冬奥会是展示国家形象、振奋民族精神的契机,也是出版传媒业服务国家大局、展现文化担当的重要时刻。此次100种冬奥冰雪主题书单为首批推介,中国出版传媒商报还将继续关注冬奥主题出版,欢迎更多出版社积极参与。

首批百种冬奥冰雪主题书单发布

中国出版传媒商报

田红媛



扫描二维码
获取完整书单