

2025春季开学季 紧跟变化趋势 持续打造教育服务供应商

中国出版传媒商报 焦 翊 编辑/整理

随着各地学校教学进入常态,2025年春季开学季已接近尾声。与秋季开学季相比,虽然在重要性上春季开学季略逊一筹,但此次开学季是《义务教育课程方案和课程标准(2022年版)》全面启用的第二个学期,经历了第一个学期的“手忙脚乱”,一个相对轻松的开学季正是以实践查漏补缺的时机。中国出版传媒商报对2025年春季开学季情况进行了采访了解,从受访新华书店的回复来看,春季开学季虽然也面临新情况新问题,但新华书店紧跟趋势,从容应对,在提升数字化服务水平、强化物流等方面跑出“加速度”。

教材教辅注重跨学科延伸。近年来,“双减”政策持续深化、义务教育课程方案和课程标准的全面启用,相应也带来了两教图书在内容上的新变化。山西新华书店集团党委委员、副总经理申衍军表示,2025年春季学期中小学教材在内容、编排、理念和难度等方面有新变化,新教材注重跨学科融合,与其他学科的知识相结合,要求孩子具备知识基础和整合能力。如语文教材中新增了多种文本类型,课文难度增加;三年级英语从原来的600词左右扩展至800词以上,要求学生具备更强的记忆和词汇运用能力等。教辅类图书的需求分层更为明显,学生对教辅的需求不再局限于传统习题集,而向学科拓展、思维训练、综合素质提升等方向延伸。申衍军强调:“针对中考、高考的专项冲刺类教辅仍是刚需,但低年级学生更偏好趣味性强、融合新技术的互动型教辅产品。”

海南海口新华书店有限公司副总经理薛冰也认为,教辅类图书愈发注重能够提升教师课堂教学技能和学生学习能力,单纯依靠题海战术的教辅类图书逐渐淡出主流视野。“在今年教辅类图书的发行中,中小学生学习综合性图书的需求呈现显著增长态势,涵盖课外阅读、科普知识、艺术修养、文体锻炼以及劳动实践等多个方面的图书,正受到越来越多的关注与青睐。”薛冰补充道。

数字化趋势更加显著。随着技术的进步,科



内蒙古新华全力做好两教图书发行

技正在与教育产生更为紧密的关联。今年春季开学季中,“数字化”成为两教图书发行的关键词之一。如内蒙古新华旗下部分子公司探索数字化教辅发行,满足不同学校和学生的需求。云南新华全新推出了云南新华启智线上平台自选商城,打造教科书数字化服务平台。平台精选上架各年级各学科教科书,并配备智能检索系统。

山西新华加快推进教材教辅数字化发行平台的使用,并搭建电商平台,进一步做好私域流量管理。申衍军表示,山西新华不仅从今年春季学期开始,探索教材线上数字化发行,还开展了数字化转型发展业务培训,提升员工对大数据、新媒体技术的应用能力。

打通信息壁垒实现高效合作。春季开学季除面临供型晚、印刷压力大等问题,不少地区还需面

省400万中小学生在开学时领取到新教材,圆满完成“课前到书,人手一册”政治任务。

在此次“两教”图书发行中,山西新华积极协调各部门及相关公司制定教材发行计划,启动“两教”发行应急预案及24小时收发货制度,倒排工作时间表等。与编印环节紧密对接,实时调整收货计划,协调优化教材供应、质量把关、仓储配送、物流发运、分书到校等多个环节。今年春季学期开始,山西新华还开启了教材线上数字化发行探索。教辅方面,山西新华一是加强查缺补漏,将公告教辅覆盖率对比列入工作重点,持续推动教辅经营管理规范化。二是分析产品结构,加强基层产品需求调研,精准对接细分市场等。三是细分市场服务市场,针对性地制定网格化管理方案,通过“网格化服务”深入基层,划分区域市场,由专人负责对接学校、教育机构及家长群体,定期收集教辅需求反馈,为营销策略调整提供精准信息。四是加强履职培训,强化网格员及线上营销人员的业务培训,推行“全员营销”模式,提升员工对大数据、新媒体技术的应用能力,逐步实现从传统发行商向教育服务综合提供商的转型。

**内蒙古新华发行集团
确立全天候收发货制度 推出定制服务**

今年的春季教材发行工作面临春节休息时间较长和较大规模降雪等的挑战,内蒙古新华在全区累计发货3000万册教材,共35万件,虽然在品种和数量上与往年基本持平,但在版本更新和数字化配套方面有了明显提升,学校对新教材的接受度较高。在教辅图书的发行方面,呈现多样化趋势,除了传统的纸质教辅,电子教辅的比重逐渐增加。同时,针对不同学科、不同层次学生的个性化教辅需求也得到了更好满足。

具体来说,教材方面一是确立了全天候收发货制度,确保各环节高效运转。二是推出智能配送方案,采用沿物流线路的智能配送方案,优化了物流线路,提升了配送效率。三是建立教材应急保障机制,利用互联网技术,搭建教材发行信息平台。教辅方面,一是开展教辅图书展销活动,集中展示各类优质教辅。二是根据学校和学生的特殊需求,推出个性化教辅定制服务,定制专属的教辅资料,满足不同层次学生的学习需求。

**云南新华书店集团
强化技术应用 打造线上服务平台**

今年春季,云南新华对教材发行工作启动早、要求严、管控强,2月11日,2025年春季学期中小学教材共征订341个品种,近6000万册,已全部到货并发往全省中小学校,圆满完成“课前到书,人手一册”任务。

在教材发行中,云南新华一是部署征订任务,紧盯时间节点。统一制定征订工作时间表、开展教科书征订培训、建立征订信息审核机制。二是及时采购报订,紧盯教材到货。与教材发行单位密切配合,根据征订信息及时制定采购计划,建立信息共享机制。三是高效物流

对极端天气带来的不良影响。从各地新华书店春季开学季的诸多举措来看,强化物流,打通信息壁垒能够实现各方的高效合作,为做好两教图书发行奠定了基础。凤凰新华提前谋划、无缝对接,并与出版端实施日报制度,建立了高效的信息流通与协作机制。江苏各地新华书店优化工作流程与发运线路,确保各环节的精准运行,实现24小时不间断的教材收发服务。

福建新华与承印主科教材的印刷单位积极协调,确保先主后副、先义教后高中的顺序。此外,集团物流配送中心制定预案、科学安排配送计划,强化配送能力,优化配送路线,并适时启动省外包件第二发运渠道。

内蒙古新华在教材发行中,打破传统地域限制,采用了沿物流线路智能配送方案,提升了管理效率、降低了差错率、优化了物流线路、缩减了发货成本。

云南新华一是加强了物流设备群体智能控制与算法技术在教科书发行中的应用,加快教科书收配发的效率。二是根据学校分布情况,合理规划物流路线,选择高效可靠的物流合作伙伴,确保教科书快速运输;建立物流信息跟踪系统,实时更新教科书运输位置和状态。三是在启智线上平台自选商城的运营中,实现了与物流系统的无缝对接,构建“线上下单,快速配送一站式服务”,切实保障学生的学习用书需求。

转运,教材精准到校。加强物流设备群体智能控制与算法技术在教材发行中的应用,根据学校分布情况合理规划物流路线,选择高效可靠的物流合作伙伴,并建立物流信息跟踪系统,实时更新教材运输位置和状态,供学校和教育部门随时查询。四是创新打造线上服务平台,实现教材精准补缺。全新推出云南新华启智线上平台自选商城,打造教材数字化服务平台,精选上架各年级各学科教材,配备智能检索系统,并实现与物流系统的无缝对接,打造了线上下单、快速配送的一站式服务。

**上海新华传媒连锁
精准服务 高效协同 创新驱动**

受学生人数减少影响,2025年,上海新华传媒连锁有限公司的春季教材发行量较2024年小幅下降。从发行进度来看,除个别延迟进栈教材外,教材总体进栈情况良好,圆满完成“课前到书、人手一册”任务。

今年春季是使用新课标教材的第二个学期,在相关各方的高度重视和全力推动下,教材的出版、发稿、印制速度进一步提升,为教材发行部门完成“课前到书”提供了显著支持和帮助。新华传媒积极配合学校,以“精准服务、高效协同、创新驱动”为核心目标,确保全市中小学教材发放工作有序推进。在数据处理方面,引入数据自动化对比分析技术,大幅提升了订数审核效率与准确度。在作业流程上,教材工作专班采取“两班制”流程,全面提高整体配送效率。配发结束后,持续为学校做好后续工作。随时满足学校的教材补缺退换需求,全力保证服务质量,切实满足学校需求。

**海口新华书店
优化发行流程 探索线上服务模式**

今春的“两教”图书发行面临改版印刷延后、春运物流到货缓慢等挑战。海口新华有限公司统筹协调、科学调度,以“白+黑”“5+2”运发模式,克服教材到货晚、发运周期短等困难,高效完成高峰期收发工作,全力确保全市200余所中小学校“课前到书、人手一册”。

在教材发行中,海口新华书店一是全方位优化两教发行流程,通过精简步骤、剔除冗余环节,实现发行周期的大幅缩短与发行效率的显著提升。二是深化服务理念,提前备货,以最快速度响应并满足学校需求,同时建立完善的质量跟踪与配送服务体系。三是创新发行渠道,教材应急服务部不断探索线上服务模式,借力“海口新华书店教育服务平台”小程序,实现自主下单与预订功能。四是聚焦特殊群体,精准服务需求,确保教材及时送达,诠释以用户为中心的服务理念。教辅发行中,一方面借助线上书店与电商平台拓宽教辅发行渠道,进一步扩大服务覆盖面,另一方面,充分借力学校,以名家、名作进校园为契机,巧妙融入校园阅读文化活动,并积极与校方、师生和家委会等建立联系,提供更专业、细致的服务。

在两教图书发行中,无论是教材还是教辅,都面临着政策的变化与愈加激烈的市场竞争。从今年春季开学季中不难看出,两教图书从出版到发行都呈现出新的趋势:新课标催生新教材,素质教育内容占比显著增强,电子教辅渐成趋势等。面对这些新变化,作为两教图书发行主力军的新华书店,既需要对当下的发展作出合理规划,也要对未来发展进行研判,探索更适合未来教育发展大趋势的发展与转型路径。

申衍军(山西新华书店集团党委委员、副总经理):一是提升服务水平,守好发行基本盘。持续优化供应链,与出版单位建立更紧密的合作关系,减少库存积压和缺货现象;加强与客户沟通,及时了解各方需求和意见;提升业务人员能力水平,准确向学校和家长介绍“两教”新变化;提升物流配送的及时性和准确性,做好售后服务。二是把握市场动向,加快布局新赛道。加快推进教材教辅数字化发行平台的使用,进一步规范完善教材教辅发行工作和全流程监管;搭建线上平台,进一步做好私域流量管理;加强对全国教辅图书发行市场的观察能力。三是优化经营结构,适应市场新变化。围绕“产品和用户、团队和机制、营销和工具、渠道和服务”四个维度进行重构。通过精准触达产品使用客户、跨界学习优化经营模式、数字化重构发行渠道、专业化赋能营销团队,结合《教育强国建设规划纲要(2024—2035年)》,进一步探索教辅与教育科技(AI个性化学习)深度融合,加快理念、技术、组织、机制等方面的创新力度,重新梳理出版端和渠道端的依附关系,促进产品、渠道、营销、服务与用户之间共生机制的搭建。

刘 勤(内蒙古新华发行集团副总经理):一是进一步加强与教育部门、学校的合作,深入了解教育教学改革动态,提前规划和准备“两教”图书的发行工作。积极与教材出版商、教辅供应商等建立更紧密的合作关系,共同研发适应教育改革和市场需求的优质图书品种。二是加大数字化转型力度,拓展“两教”图书发行渠道,积极推进电子教辅的发行和应用。三是加强对“两教”图书发行人员的专业培训,提高业务水平和服务意识。四是继续优化物流配送方案,提高配送效率和准确性。五是加强售后服务,建立快速响应机制。

林 春(云南新华书店集团有限公司教育服务中心总经理):从今年教科书发行工作中更强烈地感受到“教材建设体现国家意志,是国家事权”,教科书作为教育的载体,承载着传承文化、普及知识、培养人才的重任,直接关系到国家意识形态安全、文化传承和未来人才培养。作为发行单位,我们深刻认识到教科书编写、审定和发行是国家教育主权的体现,必须严格遵循国家教育方针和政策,确保内容的科学性、权威性和思想性,要始终坚持以国家利益为核心,为培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人提供坚实保障。

薛 冰(海南海口新华书店有限公司副总经理):一是聚力核心业务,稳固经营根基。坚持贯彻“保存量、促增量、提服务”的指导方针,创新教辅发行机制,优化教辅服务模式,夯实教材教辅发行工作的基础,确保政治使命发达,守护教育的“基本盘”。二是创新经营思路,开拓增长新支点。全力以赴推广自有教育服务平台,汇聚教材精粹、教辅增值与启迪智慧的教育活动于一体,匠心筑造“教育服务+教育平台+教育培训”的全方位服务体系,为教育教学赋能,实现新增长。三是提升文化服务,深耕全民阅读。在全民阅读与书香社会建设的宏伟蓝图下,积极投身并引领校园阅读、街区阅读等,精心雕琢阅读服务品牌,持续从参与公共文化服务向引领公共文化服务方向升级。

张 江(西安市新华书店有限公司总经理助理):在教辅图书发行中,本年度起始年级、起始学科受政策影响,部分教辅品种发行出现“空白”。面对教材教辅发行工作的政策性调整,要提早谋划,通过调研、控制成本、优化产品、多元经营、拓展渠道、强化服务等方法,积极应对。

在两教图书的发行中,西安市新华书店将继续加强内部管理,确保图书发行的合规性和高质量,通过制定详细的教材分发配送方案、合理安排配送时间路线,并采取“装车双人核验+到校三方清点”流程,确保两教图书按时、安全地送达各学校,实现“课前到书”的目标。

费凌清(上海新华传媒连锁有限公司浦东新区教材发行部主任):回顾今年春季的教材发行,愈感到教材发行是一项系统性工作,各环节环环相扣,离不开参与各方的互相紧密协同配合,也需要技术支撑,高效率参与物流体系,只有各项工作一丝不苟才能确保“课前到书、人手一册”任务顺利完成。新华连锁将不断细化管理制度、改进工作流程、提升教材发行信息系统,通过技术升级持续提升数据的准确性,改进教材仓储管理体系,进一步提升配送效率。在服务模式上,以现有的优质服务为基础,探索与学校建立更紧密的合作关系,提供定制化的教材配送服务。

两教图书发行:积极拥抱新变化 实现专业化 精细化服务