

成长教育
Growth & Education Weekly成长教育周报
官微本期
导
读

高考用书深度变革期的问与答

P18

甘肃丝路主题研学
深度释放区域文化IP能量

P19

人教信息科技课程整体解决方案：
数智时代的生态型“脚手架”

P20

高考用书如何成为“硬通货”？

中国出版传媒商报记者 刘 言 实习记者 吴慧翀

从年销300万册的《金太阳新考案》、年销超250万册的《高一预习视频课》、年销150万册的“星火英语高考英语词汇”等经典品种，到上市即登顶电商平台教辅畅销榜的《解題觉醒（高考版）》、年销突破100万册的“浙大优学·方法导引”系列等实力新品，这些都是相关策划、出版机构服务高考的“压舱石”。面对激烈的市场竞争，这些品牌书是如何成为“硬通货”的？

内容为王

通过精准匹配需求打造“硬核”价值

以品牌建设为锚点，相关机构从精准性、权威性、创新性3个维度发力，搭建起高考用书的优质内容体系。

一是精准聚焦备考痛点。北京书香文雅图书文化有限公司以“实用、精准、可操作”为核心，针对考生“无素材可用”“写作逻辑混乱”等问题，提供真题范文解析、万能素材分类等内容，瞄准高考语文作文备考刚需。其《高考满分作文》系列从2024年9月至2025年8月累计销售约7万套，复购率与关联购买率高于同类产品平均水平。陕西腾飞致远图书有限公司的腾远高考品牌以“题新、题好、提分快”为目标，深度分析近10年高考真题，提炼命题规律，输出大量高品质原创题。其核心产品《高考题型》系列累计销量超1500万册。山东星火教育科技集团股份有限公司聚焦“深度专业化”，将高考英语各科拆解为听力、阅读、语法、写作等细分专项，组建专人团队研发，实现“考什么、练什么”的精准匹配，“巅峰训练”系列连续多年以高相似度命中高考英语真题，2022年更以90%的相似度命中阅读理解七选五题型。

二是融合“能力与素养”双目标。华版（北京）文化有限公司跳出传统教辅“重知识点、轻应用”的局限，以“方法+素养”为双轨定位，融入高考状元笔记整理技巧、题型拆解思路等可复用经验，同时通过跨学科思维训练、情境化解题引导，助力考生从“知识掌握”向“能力进阶”跨越。其《状元手写笔记》系列自2015年上市以来，成为众多高中教师的教学辅助资源。北京永载文化有限公司以“培养问题解决能力”为核心，贴合新高考改革方向，帮助学生提升应对高考及未来发展的核心能力。

三是构建科学体系化内容。河南天星教育传媒股份有限公司依托27年教研积淀，打造涵盖考点梳理、题型突破、模拟预测等多层次的内容体系，其“金考卷”系列历经市场检验，形成“老品经久不衰、新品引人注目”的态势。浙江大学出版社以“思想方法”为核心，将知识点、解题规律贯穿其中，帮助学生从“会做题”升级为“懂方法”，凸显“工具化+方法化+系统化”特色。2024年“浙大优学·方法导引”系列中单册销售码洋超2600万，该系列总销售码洋超8000万。

创新驱动

以专业团队与研发机制筑牢品质根基

研发能力决定着高考用书的前瞻性与精准性。各机构打造顶尖研发团队、建立长效研发机制，着力将科研优势转化为产品优势。

专业教研团队是各机构保障研发质量的“王牌”。江西金太阳教育研究有限公司制定严格的团队准入标准，要求教研人员须有累计带领学生参加高考3届及以上的经验，且具备学科带头人资质或研究生及以上学历，形成“500人专业教研员+100名特级讲师+600人编审团队+10000人作者库”的全链路研发体系。其《金太阳新考案》年均销量保持在300万册以上，覆盖28个省（自治区、直辖市）的中学。清华大学出版社建立“选题充分论证+三审三校+专家外审”的多重把关机制，更要求作者参与“一审三校”，从源头确保内容质量。其《真题全刷》系列畅销10年，其中《数学真题全刷：基础2000题》单册年销量曾近300万册。浙大社则依托浙江大学的学术背景及浙江省一线教师资源，形成“专家+名师+编辑团队”三位一体的研发机制。

深耕高考研究是各机构提升核心竞争力的“硬功夫”。金太阳自2008年起搭建拥有自主知识产权的高考命题数据库，涵盖近20年全国高考试题分析，每年开展跨省横向、跨年纵向的研究，并对比自有图书与高考试卷的匹配度，动态优化内容。世纪天鸿教育科技股份有限公司引入AI技术辅助研发，依托《中国高考评价体系》深度分析真题，强化教考衔接，其《高考总复习优化设计》近1年销量达300万册。书香文雅每年对

全国各考区高考真题进行“命题逻辑-评分标准-高频主题”三维分析，形成内部研究资料，将其作为内容开发的底层依据，驱动内容迭代。北京新东方大愚文化传播有限公司保持图书内容迭代常态化，定期补充单词释义、更换高考真题例句，其“新东方绿宝书”系列中的《高中英语词汇词根+联想记忆法 乱序版》累计销量突破数百万册。

服务升级

从“单一图书”到“全周期解决方案”

随着考生需求的升级，不少机构逐渐跳出“纸质图书”的局限，以“图书+服务+数字化”的综合解决方案为方向实现转型。

一方面，部分机构打造“教-学-评”一体化闭环。永载文化的“天舟高考”在提供纸质试卷产品之外，还配套阅卷服务、学情分析、教学指导等内容，依托奇骥教育智慧平台为用户提供从试卷使用、阅卷评分到学情诊断的全流程数字化服务。金太阳构建“图书+数字化资源+培训”三位一体服务体系，开发九科星教学资源网，覆盖课前备课、课中授课、课后测评与教研提升全流程场景，服务全国6000余所学校。

另一方面，各机构立足自身特色提供本土化与个性化服务。金太阳以省为单位组建“高考联盟体”，吸纳地方学校参与调研、编写工作，提供考案的地方化、校本化定制服务。北京曲一线图书策划有限公司的《5年高考3年模拟B版》系列图书涵盖新高考版、北京版、广东版等多个版本，适配不同地区高考考情，曾入选“央视新闻”微博“对你影响最大的一本书”微调查活动前7名。书香文雅根据基础积累期、强化训练期、冲刺模拟期等

金太阳教育集团有限公司

立体化构建高考用书渠道优势

在高考用书市场竞争日趋激烈的当下，金太阳教育集团有限公司凭借“线上线下深度融合、数字化驱动、服务赋能”的立体化营销体系，构建起独特的渠道优势。

线下推广是金太阳营销体系的基石，核心在于以“深度教研”带动销售转化。一方面，金太阳打造分层教研服务体系，针对“新教师-骨干教师-教研组长”不同群体的需求差异，提供精准培训课程。其每年常态化举办省级教研会50余场、地市级教研会200余场、校级教研会1000余场，累计覆盖教师超30万人次，通过专业教研服务深度绑定教师群体，增强用户黏性。另一方面，线下推广聚焦“深度合作”与“广泛触达”。在合作层面，金太阳启动示范校共建项目，与百余所重点学校展开合作，提供校本化备考方案定制、每周教研活动支持、教学质量评估、大单元教学示范校建设等全链条服务；在触达层面，组建百人专家讲师团，围绕“百日冲刺”“考前点拨”等高考关键节点开展巡讲，每年通过“请进来”培训3万余人次，“走出去”讲学近万场，为教育局及学校提供教育咨询，使产品直接或间接覆盖全国千余所学校，深度融入教学与管理环节。

线上渠道则以内容赋能和数字化驱动为核心，构建多元传播矩阵。在内容传播端，金太阳运营“金太阳教育”“教科所”“名校研究院”等多个微信公众号，形成协同发力的内容分发网络，通过原创录播课，输出考点精讲、备考政策解读、学习方法指导、新教材解读等优质内容，为学校和师生提供专业支持。在数字化运营端，金太阳自主开发云商城，结合会员体系与各营销部门的个性化增值服务，实现用户精准服务；同时紧跟互联网趋势，在抖音、视频号、快手等短视频平台，以及天猫、京东等电商平台搭建品牌直播间，采取“自建账号+达人合作”双轨模式，联动全网数十万名人达人共同产出内容、推广产品，持续扩大品牌线上影响力。

值得关注的是，“服务赋能”贯穿金太阳线上线下营销全流程。除提供高考备考策略培训、教研工具及数字资源外，金太阳还针对学校高考复习开展阶段性监测评估，并提供技术与专业服务支持，助力学校及时调整复习方向、优化备考策略，通过精细化的过程支持与战术协同，实现“营销”与“服务”的深度融合。

(吴慧翀)

数字
平台清华大学出版社
“i清优”微信小程序
实现低成本高效率运营

清华大学出版社近年针对高考用书板块的新书均常规配套习题讲解视频、英语单词音频等免费数字化资源，还针对性调研考生需求，开发了“i清优”微信小程序。该小程序提供海量学习资源及配套免费视频讲解，具备免费在线刷题、错题统计分析功能，支持互动交流与答疑，还设有积分兑换、图书商城等服务。自2023年7月上线以来，该小程序已完成2次重大版本更新，功能与用户体验持续优化，日活量稳定。读者购买正版图书后，可在小程序“点亮”图书获得积分，参与日常活动也可获得积分，积分可兑换学习礼品或图书代金券，既助力防盗版，又增强读者黏性。小程序上的图书商城涵盖清华大学社的全部高考图书，已成为新书宣发主阵地，兼具销售承接、控价标杆作用，还是直达读者、实现微信裂变的自主渠道，实现了低成本高效率运营。

陕西腾飞致远图书有限公司
打造配套数字化资源与智能化服务

陕西腾飞致远图书有限公司的品牌腾远高考为多款高考图书打造配套数字化资源与智能化服务。在数字化资源方面，其《高考题型》配套新考法试题视频讲解；《高一预习视频课》包含知识课、方法指导及习题讲解视频，还附有思维导图、试卷等电子资料。在智能化服务方面，其智能错题本主要解决高中生整理错题耗时问题：学生做完题后拍照上传至平台，平台即可实现智能批改并生成错题本供学生反复查看，该服务适配《高一预习视频课》《高考题型》等图书。在线真人一对一答疑服务可解决学生暑假、课后遇难题无人求助的困境，学生可随时提问并获得快速解答，该服务覆盖《高一预习视频课》《周末半小时小测卷》《高考黑白卷》等图书。

河南天星教育股份传媒有限公司
三大路径构建数字化服务矩阵

河南天星教育股份传媒有限公司围绕高考用书构建数字化资源与服务矩阵。一是提供免费配套资源，读者扫码即可获取视频精讲、拓展答案解析等内容，延伸纸质书使用边界；二是以“技术+内容”双轮驱动，推出《高考临考预测卷（押题密卷）》《解題觉醒（高考版）》等纸数融合产品，实现即时互动；三是打造智能学习工具“高考提分AI教练”，依托大数据与AI定制专属学习路径，实现精准辅导。天星教育的数字化转型举措成效显著，如《高考临考预测卷》开创高考预测类原创试卷的研发方向，成为该细分领域的标杆产品；《解題觉醒（高考版）》上市后迅速成为爆款，进一步巩固其在高考领域的领先地位。

北京新东方大愚文化传播有限公司
多元数字资源提升学习体验

北京新东方大愚文化传播有限公司推动多款高考产品进行数字化转型，开发配置在线课程、智能题库等资源服务，既满足学生个性化学习需求，增强品牌竞争力，又顺应教育数字化趋势，实现传统纸书与现代技术的融合。以其《高中英语词汇词根+联想记忆法 乱序版》为例，其配套数字化资源丰富：一是含“学习版”“听写版”两版单词音频，助力学生掌握英音、检测拼写；二是为词汇配备国外影视剧切片，让学生学习更高效有趣；三是开发专属背词小程序，支持扫码随时随地速刷单词、检验记忆。

山东星火教育科技集团股份有限公司
资源推送与互动服务赋能教辅使用

山东星火教育科技集团股份有限公司为其“巅峰训练”系列及词汇、写作及语法工具书类英语教辅打造了完善的配套数字化资源体系。核心资源包含名师视频课程，助力学生掌握科学解题、语法知识点速记等方法；同时配备小程序等多元数字渠道。这些资源不仅为用户推送第一手考试资讯与实时更新的备考资料，还搭建了用户交流、获取答疑服务的平台。通过“传统图书+配套数字化资源与服务”的模式，星火教育有效帮助用户更高效提升英语学习能力。

(吴慧翀)