

教辅销售旺季一线观察

中国出版传媒商报记者 吴慧静

教辅销售旺季如期而至,已然成为行业机构提质增效的关键节点。面对政策调整、技术革新与需求迁移的多重变化,各机构紧抓新课标、新考情,在产品布局、营销推广等方面精准发力。

经典迭代与新品突围并行

在产品端,各机构均聚焦核心品类推进经典产品迭代与新品研发。产品设计紧扣新课标、新考情,纸质教辅与AI技术融合成为普遍实践。

华东师范大学出版社兼硕经典教辅升级与新品补位,推出新版《全新英语听力》与新书《小学数学高阶思维培养教程》。长销17年的《全新英语听力》全面更新听力语篇,分学段适配新题型,新增答案解析与听力技巧。《小学数学高阶思维培养教程》由华东师范大学数学拔尖创新人才培养研究中心领衔编写,适配对数学有兴趣、数学水平较高、想要进行课外拓展但未来没有参加竞赛的打算的学生需求。

黑龙江教育出版社主推《步步高 大一轮复习讲义》《步步高 学习日记》,配合《步步高 加练半小时》《步步高 单元集训》等产品,构建精准训练体系。《步步高 大一轮复习讲义》立足考情、学情,全面覆盖知识点,讲解精透、训练精准、题目典型,并设计微型专题,聚焦高频考点。《步步高 学习日记》打造“目标—活动—评价”三位一体的完整教学闭环,在注重夯实基础知识的同时,辅以“微专题”课程,强化重难点,设置双练双测,层层递进。

江苏春雨教育集团有限公司的核心产品《实验班提优训练》(2026版)主打“AI赋能、三步提优”,构建“纸质图书+智能平台+真人答疑”三位一体的学习、提优解决方案,全程设置课时分层、单元综合、期末冲刺3级提优路径,课时划分含基础、思维、延伸3层梯度,采用1书3册架构,配套“小胡提分”“实验班”App和小程序。《同步作文》(30周年纪念版)以统编教材单元习作作为为主线,用“五步写出好作文”拆解写作难点,搭载AI工具“小雨神笔”,配套第25届“春雨杯”同步作文征文活动。

北京新东方大愚文化传播股份有限公司主推经典词汇书“新东方绿宝书”系列、“100个句子记单词”系列及新品“短文背单词”系列。“100个句子记单词”系列基于“微语境”词汇教学理念,将词汇融入典型句子,实现“词不离句,句不离法”。“短文背单词”系列在语境记忆路径上实现从“微语境”到“意义语篇”的进阶,通过更完整的语义场,使得词汇在段落逻辑中建立跨句关联、在篇章结构中实现复现与激活,推动词汇学习从“识记”向“语用”转化。

世纪天鸿教育科技股份有限公司深耕高考备考板块,《高考总复习优化设计》(2027版)与《高考能力梯级集训》是其核心产品。《高考总复习优化设计》紧扣智能新高考发展趋势,以AI赋能为核心亮点重点备考体系,解剖命题规律、搭建数据底座,通过一

劳动教育

强化劳动教育实践属性 百科社《劳动实践指导手册》



中国出版传媒商报讯 近日,记者从中国大百科全书出版社获悉,该社目前正在大力推进重点产品《劳动实践指导手册》的推广工作。

据了解,《劳动实践指导手册》凭借专业内容与实用价值,在多地推广中收获良好口碑,市场表现亮眼。自2022年秋季上市以来,其累计发货近200万册,码洋近3000万元;其中,在新疆维吾尔自治区十几个地(州、市),累计销售码洋达1600万元。2024年,该手册入选《黑龙江省教育厅教辅目录》,在七台河市实现全市征订使用,销售码洋近百万,获得师生与教育部门的广泛认可。

《劳动实践指导手册》编写团队汇聚60余名劳动教育理论研究者、资深教研科研人员及一线教师,实现理论与教学实际深度融合,专业性、实用性兼备。其育人目标清晰,旨在引导学生树立正确劳动观,培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神,养成良好劳动习惯。

在内容上,该手册遵循2022年版《义务教育劳动课程标准》编写,紧扣新时代育人导向,兼具多重鲜明特色。手册立足教育规律,目标清晰明确;强化实践属性,设计逻辑连贯的劳动实践步骤,实操性强;融入评价机制,形成完整教学闭环,适配多样教学场景。同时,手册高度重视劳动安全教育,配套数字化教辅资源,助力提升劳动教育教学质量。(吴慧静)

题多变、仿真原创等课堂素材优化学生解题思维,适配新高考考情变化。《高考能力梯级集训》采用“主编主导+AI辅助”双驱动编创模式,融入跨学科复杂情境试题,聚焦拔尖创新人才培养,推动学生从解题能力向解决真实问题的综合素养跨越。

洛阳朝霞文化股份有限公司围绕期末复习与假期衔接两大场景,期末主推《过课本·期末复习导航》等产品。“王朝霞暑假预备系列”覆盖1—8年级,采用“知识预习+心理预备”双模式,38天科学打卡搭配AI互动伴学,推行优先级学习法;“王朝霞暑假三件套”聚焦阅读、计算、练字专项,以“16天复习旧知、22天预习新知”的38天规划直击学科短板,适配学生假期的家庭学习需求。

多元推广体系有机联动

在营销推广层面,各机构大都采用线上线下协同模式,线上侧重新媒体矩阵与私域运营,线下深耕渠道与教研服务,形成多元推广体系。

据江苏春雨教育集团董事长严军介绍,春雨教育实施“一体两翼”品牌战略,以“AI赋能+私域运营”双轮驱动。线下深入区县市场,拓展校边店与直销渠道,差异化布局套系产品;线上打造“直播+达播+种草”矩阵,布局自营直播间、扩大短视频产出,联合多层次主播带货;私域培育成效显著,“教师+家长”双社群私域体量突破百万。

新东方构建线上线下融合的全渠道网络:线上以抖音和小红书两大平台为主,B站等平台为辅,通过达人种草、直播带货精准推广;线下深耕书店、图书馆等场景,延伸服务半径,提升品牌曝光度,巩固市场影响力。

华东师大社则注重优化营销节奏与平台策略,抢占旺季先机。华东师范大学出版社教辅分社营销部主任吴骏表示,该社将重点图书出版时间提前,预留预售周期;紧扣教材更替痛点,以专业考点分析、专家趋势解读强化专业性;加大短视频投入,抖音侧重销售转化,视频号、小红书聚焦种草引流;强化私域建设,搭建分年级答疑群、打卡群,提升用户黏性,形成流量闭环。

世纪天鸿以教研服务驱动推广,带动产品口碑传播,构建长期、稳定的用户认可体系。自2021年起,世纪天鸿全面落地入校教研服务,覆盖全国20余个省份,累计开展线下教研会议超1300场,直面一线教师开展教学研讨;同步推出线上教研课程,打破地域限制,打造教研社群,激活教研内驱力,以专业教研实力赢得教师认可,推动营销从“产品销售”向“教研赋能、价值共生”升级。此外,AI智慧课堂“小鸿爱学”和教师助手“小鸿助教”作为AI教育产品深入一线教学,近两年持续收到较好反馈,顺应行业变革的同时,为一线教育需求提供更多服务支持。

朝霞文化聚焦家长决策端,构建内容电商“自营+达人”双驱动推广体系。相关负责人表示,朝霞文化深耕抖音平台,以精准投放、直播带货展示产品优势;联合亲子教育、图书垂类达人,结合真实学习场景创作内容,直击家长辅导痛点;依托视频号、公众号沉淀干货内容,强化用户信任;线上线下协同,线下书店统一物料陈列,保障新品曝光与动销,推动线上成为新品增长引擎。

黑龙江教育社以“数据驱动,联动推广”为核心策略。依托《步步高》系列图书配套的“新教育”智

能平台,提供在线备课授课、组卷制卡、智能批阅、精准精讲、纠错补弱、学情分析等服务,增强用户黏性;基于学情与电商数据构建用户画像,精准推送配套数字资源;线上引流、线下开展观摩课与体验活动,夯实品牌口碑。

以高阶服务应对市场变局

针对线下进校推广难、用户价格敏感度提升、产品同质化严重、家长辅导焦虑加剧等市场变化,各机构调整发力方向,以内容升级、科技赋能、服务延伸破解痛点。

吴骏认为,读者对价格敏感度提高和决策周期延长是当前面临的两大难题。对此,华东师大社坚持维护、完善价格体系,同时也挖掘优质冷门老品种的价格空间,既让利于读者,也保持整体价格的稳定;营销物料则从“大而全”转向“小而精”,注重读者痛点的精准解决;在种草平台弱化销售导向,强化专业价值,为家长提供陪学情绪价值,培养长期用户。

新东方国内考试项目经理张雪梅表示,线下进校推广受限,家长选购教辅难度上升,新东方由此转向线上新媒体主阵地,联合达人直播带货、内容种草,弥补线下渠道收益损失;聚焦家长“选书难”痛点,通过平台干货输出、产品差异化解读,降低家长决策难度,强化产品市场认可度。

春雨教育聚焦三大调整,构建“内容+智能体+服务”生态。一是推进纸数融合,以“小胡提分”等AI矩阵搭配真人答疑,升级三位一体服务;二是深耕私域,沉淀用户,以AI服务拉动复购;三是升级内容,融入跨学科、新情境原创题,适配新教学场景需求。

结合当前市场变化,世纪天鸿坚持“产品+AI教育+服务”核心路径,巩固优势、拓展增量;持续升级教研服务与AI智慧课堂,保障图书质量;巩固评议目录优势,优化产品结构,激活征订业务活力;以AI与电商业务为增量,厘清合规边界,杜绝盲目超前学习,实现平稳发展。

朝霞文化相关负责人表示,“双减”政策要求减负提质,家长假期衔接焦虑突出,且部分教辅沿用知识点罗列、习题堆砌模式,忽略学生学段差异与能力差异,难以适配轻量高效、素养导向的新需求。为此,朝霞文化落地四大解决方案:一是锚定课标核心准则,厘清合规边界,杜绝盲目超前学习;二是语文学科把假期预习顺序从传统的“按课本顺序”升级为“按内容重要程度”,提升预习效率;三是升级“知识+心理”双重预备模式,疏解学生开学焦虑;四是AI伴学破解家长辅导难题,缓解亲子关系压力。

黑龙江教育社则推动两大转型,破解“减负落地难、同质化竞争”痛点。一是从“卖纸质教辅”转向“提供数据驱动的精准教学服务”,依托“新教育”智能平台和智能批阅系统,提升教师批阅效率,减少学生无效练习;二是从“同质化内容竞争”转向“内容+数据+服务”三位一体,提供“学情报告、个性化资源、错题推送、错题重练”等功能,精准匹配师生需求,强化产品差异化优势。

教辅销售旺季的市场博弈,本质上是行业适配教育改革、技术革新与用户需求的缩影。从各机构的布局来看,AI赋能、内容深耕、服务升级、渠道革新已成为行业共识,未来教辅市场将持续朝着“提质增效、精准适配、多元赋能”方向发展。

“教育+”活动

2026中关村“教育+科技”创新周聚焦“新质育人”

中国出版传媒商报讯 近日,以“智能应用驱动新质育人”为主题的2026中关村“教育+科技”创新周在京举办。该活动由北京市海淀区人民政府主办,北京海淀置业集团有限公司、中关村互联网教育创新中心承办。国务院发展研究中心国际技术经济研究所所长张密,中国载人航天工程副总设计师刘晋,北京市海淀区人民政府副区长武凯,中国教育发展战略学会副会长兼秘书长柯春晖,中国教育技术协会副会长陈丽,北京市海淀区推进世界领先科技园区建设办公室党组书记、主任董智杭,海淀区国资委党委委员、副主任杨晓美,北京海淀置业集团党委书记、董事长孙腾,北京中关村互联网教育科技有限公司党委书记、董事,中关村互联网教育创新中心主任杨丹共同启动2026中关村“教育+科技”创新周。

中关村互联网教育创新中心总经理赵伟鹏表示,中关村“教育+科技”创新周已连续举办11届,今年紧跟智能技术发展趋势,深化教育智能化转型,

扩充优质资源供给,助力教育迈向智慧生态发展新阶段,共同探索顺应时代发展趋势的新型教育服务模式与现代化人才培养路径。

据了解,创新周活动围绕“AI+”教育应用、AI通识教育、跨文化教育、青少年心理健康、教育科技企业创新发展等话题,举办涵盖开幕式暨主旨论坛、分论坛、主题工作坊及教育创新应用体验展等多元形式的教育科技活动,深度链接政产学研用多方力量,汇聚教育创新要素,打造资源跨界融通、生态协同赋能的行业交流与成果转化平台。

活动期间,教育创新应用体验展同步展开。来自慧科集团、北京通用人工智能研究院、水晶石、大儒、朗心、塞罕启航等14家教育科技企业及生态伙伴携各自核心产品与技术齐聚一堂,覆盖具身智能机器人、虚拟仿真实验、MR互动体验、AI教学辅助、智能编程、AI数字人、智能教育硬件等前沿应用场景,集中展示人工智能赋能教育教学全流程的创新成果。

(刘言)

暑期新品

暑期即将来临,各出版、策划机构聚焦师生假期教学需求,推出多个新产品。

品名:“100个句子识记汉字”系列

研发机构:北京新东方大愚文化传播有限公司

产品特色:暑期即将上市的新品“100个句子识记汉字”系列是“百句微语境”方法论从英语词汇向语文学科的跨学科迁移。该系列以100个精选句子为载体,同步校内语文教材每个单元的识记目标,将生字学习嵌入真实语境,使汉字在意义关联中获得深度加工,有效避免传统机械抄写导致的“会写不会用”问题。这一设计契合新课标“在语言实践中识字写字”的核心主张,体现了识字教学从“孤立识记”向“语境习得”的范式转变。每个承载句同时兼顾语言优美度与信息密度,学生在识字的同时自然积累优质语料,实现“识字—阅读—表达”的协同发展。该产品以“语境识字”的差异化定位切入语文教辅市场,填补了该细分领域高质量语境识字产品的空白。



品名:《小学数学高阶思维培养教程》

研发机构:华东师范大学出版社

产品特色:该套图书按专题分册,包含计算、几何、应用题、行程、计数、数论6册,涵盖代数、几何、组合、数论四大竞赛板块。在难度上,填补了华东师范大学出版社以“高思导引”为星级标准,难度为2—4星。图书每讲有8道例题,12—15道习题,每道例题都有配套视频讲解,旨在先将知识点、解题思路条分缕析说透,再让孩子通过练习巩固认知、自我测试,适合自学。图书由华东师范大学数学拔尖创新人才培养研究中心编写,致力于激发小学生对基础学科的内在兴趣,让其思维变得敏锐而有序。



品名:《实验班 预备一年级》

研发机构:江苏春雨教育集团有限公司

产品特色:依托“实验班”品牌深厚积淀,专为幼小家庭打造的暑期衔接解决方案。图书紧扣“轻负担、重体验、强衔接”理念,将一年级上册核心知识拆解为42天打卡计划,通过“学—练—测—打卡”闭环,帮助孩子平稳适应小学节奏。该产品有四大核心特色:一是精准同步一年级新版教材,不超纲、无遗漏,暑期提前学习一年级上册知识;二是42天打卡计划搭配超大打卡地图和趣味贴纸,让习惯养成看得见;三是42节名师视频课由真人名师出镜讲解新课,每道练习均有视频讲解,纯人声音频确保发音精准,AI伴学更省心;四是游戏化情境闯关,每周1个主题,IP人物陪伴闯关;配套语文背记单、英语“18天字母快速入门”电子书。



品名:“王朝霞暑假预备”系列(1—8年级)

研发机构:洛阳朝霞文化股份有限公司

产品特色:该产品为2026年暑期重磅新品,面向1—8年级学生打造完整、可落地的系统性暑假预习解决方案。产品按核心学习逻辑打造五大差异化优势:依托38天精细化打卡规划,科学拆分每日学习任务,搭配线上激励机制,帮助孩子养成稳定的暑期学习节奏;语文学科创新采用“重点前置优先级”预习模式,优先攻克高频必考内容,同步培养学生分清主次的思维习惯;升级课本知识预习+心理准备双预备体系,适配多学科设置专属心理预备插页,帮助孩子做好新学期心态衔接;实现全科AI互动伴学,支持跟读背诵、错题精讲与举一反三等;内容同步最新版教材原文,免去家长四处借课本的困扰,高效破解传统预习痛点,让孩子学会自主预习,家长轻松省心。



品名:《高考总复习纲要》

研发机构:世纪天鸿教育科技股份有限公司

产品特色:《高考总复习纲要(2027)》系中国高考报告学术委员会研究成果。该产品是系统讲透“高考备考方法论”的教师工具书,填补了市场空白。其核心特色体现为四点:一是权威解读2025年新课标及“一核四层四翼”评价体系,将抽象要求转化为可操作的教学指向;二是构建“三轮递进”高效备考模式,覆盖基础复习、能力整合与实战演练;三是收录教育强市及全国名校真实内部方案,包括复习进度、分层辅导、集体备课等实操案例;四是专设“非智力因素”板块,聚焦答题规范、时间管理与心态调适,帮助学生将能力转化为分数。

