把握趋势，适应变化，创造机遇

——高中教辅市场现状分析与发行方式创新

高中三年，教材教辅是老师、学生须臾不可缺少的学习资料。作为一种学习资源，师生需要他很优质；作为一种商品，市场对它的价值、价格有要求；作为一类具有文化属性的图书，它具有很强的文化传播性和教育功能。近年来，高中教辅在教育改革的大背景下，既遭遇困难，也赢得机遇，正如事物往往螺旋上升，高中教辅一直都是在变化中开拓发行渠道的。在新的形势下，我们对高中教辅的发行工作要有新的思考、新的方法、新的举措，做到摸清情况顺应大势，适应变化创造机遇，从而使高中教辅的发行工作再上新台阶。

大教育板块的含义是：以渠道为核心的全品类的教育发行市场。教材教辅，一个中国学生都耳熟能详的词语，几乎陪伴了每一代学生度过整个学习生涯。不可否认的是，教材教辅的刚性需求是很多行业可遇而不可求的“铁饭碗”。正因如此，以教材教辅的印刷、出版和发行为主的出版企业也成为了出版行业的重要玩家。尤其是教辅读物作为读者对象明确、读者群集中的图书门类，一直是图书市场的热点，高中教辅读物也因为高考制度的存在而被市场所看好，特别是近年来高中办学规模的不断扩大，学生人数的增加，高中教辅读物更是独领风骚。但高中教辅读物在繁荣的背后，也深藏着危机。总体来看，当前高中教辅有以下几个方面特点：

1. 新课标的实施，考试内容和难度有变化，素质类教辅将发挥重要作用；

2. 从 2020 年秋季开始，江苏省全省将使用高中新教材，所有教辅将重新编写；

3. 2021 年开始，江苏实施新高考方案，江苏省高考复习类教辅必将面临新的洗牌。

本文试图从当前高中教材教辅读物的出版现状和未来发行市场的趋势两方面入手，对高中教材教辅的出版作一点探讨。

一、高中教辅品种类型分析

高中教辅读物不论书名如何，装帧如何，其内容不外乎以下几种：

（一）教材类

高考试题万变不离其宗，归根结底源于课本，高考题是由课本知识点、能力考察点衍生而来。高考知识体现课本内容，课本是高考的最终落脚点，是高考复习的指挥棒，是高考命题的依据。

（二）同步练习类

同步练习类教辅一般用于高一和高二平时的课后练习，与作业本类似，起到巩固课堂知识的作用。这类书的编排要求与当地所使用的教材严格同步，内容一般紧跟课时，以习题为主，有的则按学生的能力分几个层次，以适应不同学生的需要，如《同步练习》丛书等。

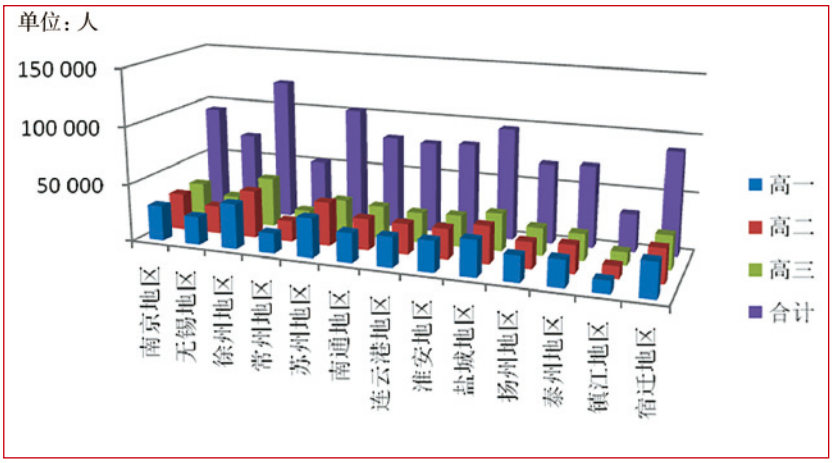
（三）高考复习指导类

复习指导类教辅一般用于高中总复习，由于很多学校到了高三后，即提前教完教材开始高考复习，所以这类教辅又可称为高三教材，但与通常的教材所不同的是，此类图书不传授新知识，而是对整个高中阶段知识的重新组合和整理，侧重加强解题技巧和能力的培养。这类书通常根据单元知识划分章节，每章一般设有“知识回顾”“例题解析”“习题练习”“单元测试”等栏目，全书结尾部分通常配有几套高考模拟卷。目前市场上销售的各种版本的复习用书，虽然栏目名称不同，但内容万变不离其宗，定价极高。

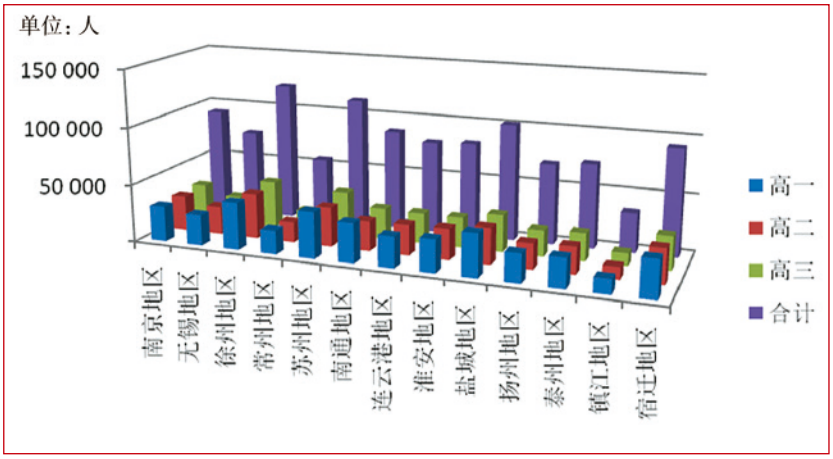
二、影响高中教辅市场变化诸多因素分析

（一）学生人数分析

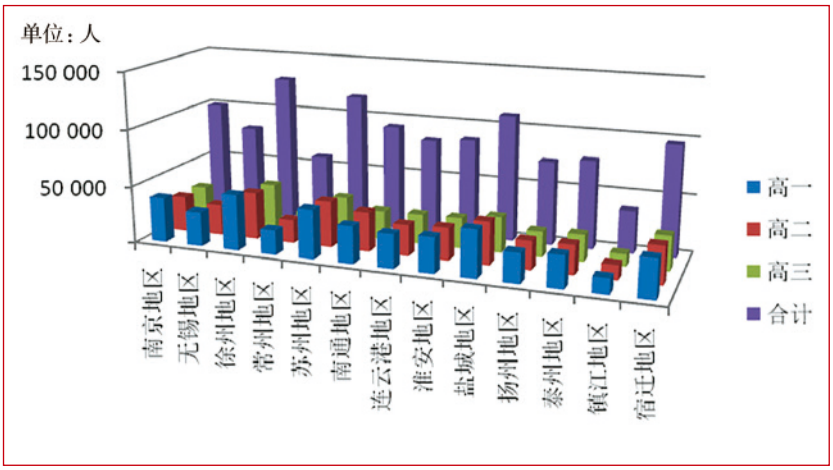
随着高中扩招，高中学生数增加，且这种增加有一定的持续效应。高中学生人数近年有较大幅度增长。目前我国的高中教育属非义务教育，就江苏省来说，由于地处沿海发达地区，进入高中的学生数达到了初中毕业生的 2 /3。以下是 2017、2018、2019 三年江苏省高中学生数的分析对比。



2017 年江苏省高中学生数



2018 年江苏省高中学生数



2019 年江苏省高中学生数

这三年中，江苏省13个城市的高中人数分别为1 042 703人，1 077 461人，1 144 800人，呈逐年递增的趋势。

（二）高中教辅市场新课改因素分析

新高考、新课标即将实施（2021年采用新高考政策，新生可能用新教材新教辅），从2020年秋季开始，江苏省全省高中从高一开始，将使用高中新教材，三年到位。其中语文、政治、历史三科，使用由人教社出版的统编版教材。面对这一变化，各出版社及民营出版公司都在伺机而动，市场上各种正规的、非正规的、非法出版的、盗版的、自编自印的教辅鱼龙混杂。据了解，全国500多家图书出版社中有很多社在出版教辅图书，因此非教育专业出版社出版的教辅读物在市场中随处可见；学校、教育管理部门利用他们手中的权力及对教育改革和考试改革的熟悉、了解，通过学生这一稳定的发行渠道，自编自印讲义、资料等;由此可见，高中教辅图书市场化程度明显高于初中、小学段。新高考模式下基本上是全国统一命题，许多没有地盘的国家及大学出版社只能做高考应试图书的文章，因此图书版本繁多，竞争十分激烈。

（三）买方市场分析

高中段教学方法更为灵活，教学内容和时间安排缺乏统一性。有的学校提前一年半就进入高考总复习，有的则以应试为主，不考或考得少的知识基本不教。考试的形式决定了全国很难有一统天下的教辅读物。由于考试是全国命题，命题人员也每年调换，所以很难有绝对权威的图书。也就是说相对教材来说，高中教辅类图书完全是个买方市场，市场的决定权完全不在我们手里。

三、政策变化是困难也是机遇

（一）从高考新政策变化看高中教辅市场的机遇

1. 考试内容和难度变化

实行新高考改革，改革的重要一项就是文理不分科。其次教育部明确指出各科命题减少死记硬背的知识性考察，目的就是为了推动学生关键能力和核心素养的培养。那我们作为教材教辅发行的第一线，应该及时做出反应，提高素质类教辅的重要作用。

2. 题型进行改革

教育部开始重视学生的动手能力和实际的操作能力，因此在高考题目的设定中，出题者将大量死记硬背的题目删减掉，相应增加灵活性强的题目，以此鼓励学生在学习过程中重视实践动手能力的培养，学会将理论知识运用于实践操作中，达到学习的最终目的。

3. 语文难度增加

阅读量增加，考验学生的阅读速度，阅读范围扩大，哲学、历史、科技什么类型的文章都有，要想做得完，就要在平时的学习中不断地提高阅读积累和反应能力。

（二）从课改政策变化看高中教辅市场的机遇

新的统编版教材有新的编写思路、编写结构和内容，体现新的课程理念和精神。这就意味着所有的教辅将重新编写，整个市场上的教辅将大洗牌。谁能在教辅的编写上贯彻新课标新教材的要求，立足于教师的教和学生的学，提供解决教与学中所面临的新困难的一体化方案，谁就能占据教辅市场的高地。

四、用变化应对变化，创新高中教辅发行方式的策略

综上所述，课题组认为我们作为发行的第一线，应该及时适应政策，用变化应对变化，创新高中教辅发行方式。

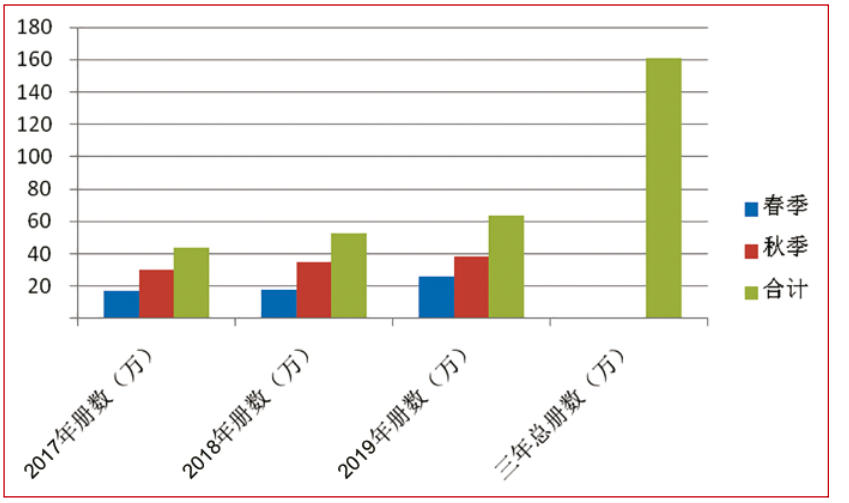
（一）主动协调教研部门、出版社和学校的关系，让教辅内容更有品质

新华书店始终坚持社会效益第一的原则，把教材发行业务当作一项至高无上的政治任务，高度重视，做实教材教辅的基础发行，教材教辅是新华书店的基石。积极营造良好的外部环境，充分发挥新华书店整体优势，确保新华书店教材发行的主渠道地位。在教材发行中，新华书店要争取当地领导部门的支持，密切与教育部门的配合，营造良好的教材发行环境。从教材教辅的征订会议开始，要积极听取教育部门的意见和建议，共同开创良好的工作局面。我们要珍惜与教育部门建立的合作关系，规范教材教辅发行管理，理顺教材教辅发行渠道，组织出版社一并配合教研部门做好调研改进，做好教育服务工作。新华书店有教材发行权，这项权利使我们与教育部门有了密切的关系，

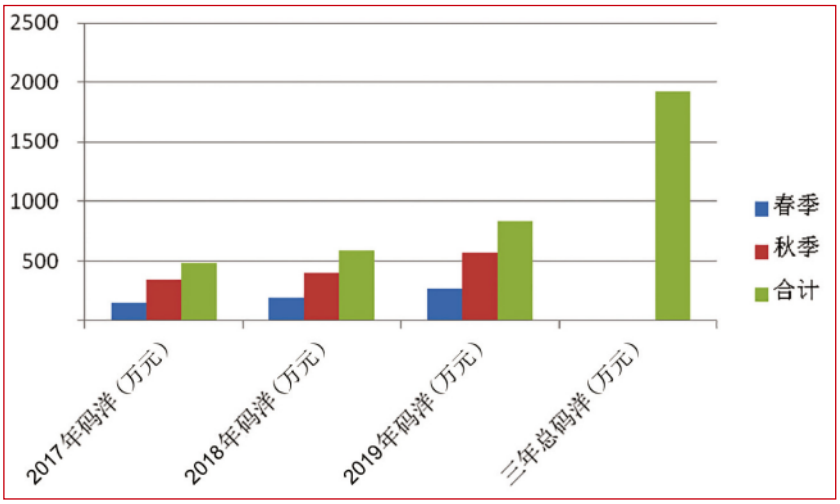
有了和学校服务的优先权，牢牢掌握优先权就是书店的竞争优势。

这方面我们有很好的经验，举个例子：就拿苏教社《高中数学新补充习题》发展的情况来说，当时南京江宁书店薛总有一个建议，他认为小学、初中的语文、数学都有配套补充习题，高中语文有读本，数学一直没有相配套的补充习题，而高中数学教材也由苏教社出版，苏教社可以名正言顺地出一套，这一建议得到了积极响应，并于2011年秋季将书及时出版，当季在江宁地区取得1.8万多册订数，码洋22万元。从2012春季起，此品种开始在全省大力推广，使用地区逐年增加，截至2019秋，历时8年，现已在全省35个地区书店发行，册数38万册，码洋500多万元。使用较多的地区为南京、徐州等地。如下表所示。

年份	册数（万）	码洋（万元）
2017	44	488
2018	53	590
2019	64	840
合计	161	1918



《高中数学新补充习题》三年发行册数趋势图



《高中数学新补充习题》三年发行码洋趋势图

之所以能取得这些成绩，首先是教育部门的负责人、书店负责人经常定期和不定期汇报，提前了解有关教育信息，主动向教育部门有关人员汇报工作计划，根据教育部门的建议，调整计划。分管负责人积极和学科教研室老师充分沟通，邀请学科教研人员召开学校教研会议，搭建出版社与当地教育部门的交流平台，理顺出版发行和教学之间的关系。其次是各片区业务人员按区域划分，责任到人。工作的重点围绕学校做好征订、收款和信息收集，与学校负责人和教师保持紧密联系，及时准确掌握学校的第一需求，做好主动服务。

新高考方案的改革，对我们的高中市场是一个大的利好，有以下几个新增长点：（1）高考科目的增加，原来是 5 门，现在是 6 门；（2）学业水平考试分为合格性和选择性（合格性有 10 门，选择性有 4 门），学生要参加高考就必须要全部合格；（3）新高考改革对学生的阅读量要求很高，得语文者得天下，关键是阅读，我们在阅读品种的拓展上又会有较大的增长空间；（4）对高中教材中包含的部分要加大拓展的力度，比如说配套人教版的读本、实验册、补充习题等，要强化产品的配套率和覆盖率，另外在高一新生报名季销售中，要针对新生，提供高质量阅读服务，要做到高中学校全覆盖，把新生流动服务工作作为教辅征订的又一突破口。

（二）对接学校文化建设，助力书香校园，打造特色化校园书店

大力建设校园书店，构建防火墙，规避经营风险：校园书店既是大阅读活动的校

园平台，同时又是抵御教辅发行风险的防火墙，我们的助学用书和阅读用书可以利用这个平台来进行操作。建议根据省厅的 26 号文，尽快会同地方宣传部门、教育部门，合力做好校园书店的建设，力争所有学校全覆盖，真正地构建好防火墙，规避风险，从而更好地做好教材教辅发行工作。

（三）把新华书店的品牌优势转化为强有力的教育服务优势和社会信誉优势

不断完善服务体系，建立灵活高效的发行新机制，加强各方协调，做好服务工作。在教辅发行新政下，新华书店不仅要在以往基础上加强同相关职能部门的沟通、协调，取得他们的理解与支持，营造良好的发行环境，还要加强与出版社、物流的联系，最大限度保证教材教辅的到货速度，做到配送“畅”，调剂“快”。新华书店要坚持做好服务工作，为广大师生提供优质服务。在进一步完善自愿征订发行模式的前提下，书店将直面师生需求，这时我们除了精心选购一些贴近教学、贴近学生的教材教辅图书外，还要开展对畅销工具书、文学经典图书以及思想、政治、科普读物的上门营销活动，同时进一步细化服务，继续坚持做好“送书上门”、“分书上门”服务，想学校、老师所想，急学校、老师所急，减轻学校和老师的工作负担征订压力，让他们无后顾之忧。

高中教辅的发行工作做得好，不仅仅是经营效益，更重要的是文化的责任。让高中学生能选择到最好的学习资源，助力学生考上理想的大学，这就是人民的获得感和幸福感，这也是我们新华发行人创新发行方式的努力空间。

组长 & 执笔：朱玉芬
组员：沈祥青　宋　柏　高宜卫　曹　勇
董　哲　李雄文　胡新华