

提笔就是练字时！教育部发文进一步加强 中小学规范汉字书写教育

为深入贯彻落实全国教育大会精神，加快建设教育强国，加大国家通用语言文字推广力度，传承发展中华优秀传统文化，近日，教育部印发《关于进一步加强中小学规范汉字书写教育的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》要求，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，提高师生语言文化素养。提出了坚持育人为本、尊重规律、守正创新、系统推进的原则要求，明确了培养学生掌握正确的书写坐姿和执笔姿势，养成良好的书写习惯；培养学生正确掌握规范汉字的字形和书写技能，提高书写能力；引导学生深入了解汉字蕴含的历史文化价值，坚定文化自信等基本目标。

《通知》提出八个方面的任务措施。一是培养良好书写习惯，助力预防和矫正学生“脊柱侧弯”和“小眼镜”；二是提高规范书写水平，培养学生逐步学会书写正楷字和规范、通行的行楷字，不断提高书写质量和速度；三是传承优秀汉字文化，培养学生感悟汉字的文化内涵；四是统筹发挥一、二课堂作用，鼓励多种形式加强规范汉字书写教育，组织学生参加中华经典诵写讲大赛和全国中小學生艺术展演等活动；五是规范校园用字，将规范汉字书写教育融入校园文化建设；六是发挥教师表率作用，倡导学校广泛开展“三笔字（钢笔字、粉笔字和毛笔字）”教师基本功比

赛，将规范汉字书写教育纳入教师培训；**七是**增强数字赋能，探索数字化技术手段赋能规范汉字书写教育的新模式；**八是**建立科学评价机制，鼓励将规范汉字书写纳入有关考核评价内容。

《通知》要求，地方各级教育行政部门要充分认识做好规范汉字书写教育工作的重要意义，建立长效工作机制，在政策、经费、项目等方面给予支持，指导支持中小学校根据学生身体发育情况，确保桌椅、采光照明等符合有关要求。各地各校要多措并举，逐步解决规范汉字书写师资不足问题。

（来源：中国教育报）

2023 年全国教育事业发展统计公报发布

一、综合

全国共有各级各类学校 49.83 万所，各级各类学历教育在校生 2.91 亿人，专任教师 1891.78 万人。

二、学前教育

全国共有幼儿园 27.44 万所，比上年减少 14808 所，下降 5.12%。其中，普惠性幼儿园 23.64 万所，比上年减少 9301 所，下降 3.79%，占全国幼儿园的比例 86.16%，比上年提高 1.2 个百分点。

学前教育在园幼儿 4092.98 万人，比上年减少 534.57 万人，下降 11.55%。其中，普惠性幼儿园在园幼儿 3717.01 万人，比上年减少 427.03 万人，下降 10.30%，占全国在园幼儿的比例 90.81%，比上年提高 1.26 个百分点。

学前教育毛入园率 91.1%，比上年提高 1.4 个百分点。

学前教育专任教师 307.37 万人，专任教师中专科以上学历比例 92.74%。

三、义务教育

全国共有义务教育阶段学校 19.58 万所。义务教育阶段招生 3632.51 万人，在校生 1.61 亿人，专任教师 1073.93 万人，九年义务教育巩固率 95.7%。

1. 小学阶段教育

全国共有普通小学 14.35 万所，比上年减少 5645 所，下降

3.79%。另有不计校数小学教学点 6.60 万个，比上年减少 10924 个。

小学阶段招生 1877.88 万人，比上年增加 176.5 万人，增长 10.37%；在校生 1.08 亿人，比上年增加 103.97 万人，增长 0.97%；毕业生 1763.49 万人，比上年增加 22.88 万人，增长 1.31%。

小学阶段教育专任教师 665.63 万人；生师比 16.28:1；专任教师学历合格率 99.99%；专任教师中本科以上学历比例 78.03%。

小学共有校舍建筑面积 90451.24 万平方米，比上年增加 1489.44 万平方米。设施设备配备达标的学校比例情况分别为：体育运动场（馆）面积 94.26%，体育器械 97.44%，音乐器材 97.22%，美术器材 97.20%，数学自然实验仪器 96.93%。各项比例比上年均有提高。

小学阶段共有班级 283.55 万个，比上年减少 1.20 万个。56 人以上大班和超大班 1.41 万个，比上年增加 296 个，占总班数的比例 0.50%，比上年增长 0.02 个百分点。其中，66 人以上的超大班 370 个，比上年减少 3 个，占总班数的比例 0.01%。

2.初中阶段教育

全国共有初中 5.23 万所（含职业初中 4 所），比上年减少 132 所，下降 0.25%。

初中阶段招生 1754.63 万人，比上年增加 23.25 万人，增长 1.34%；在校生 5243.69 万人，比上年增加 123.10 万人，增长 2.40%；毕业生 1623.58 万人，比上年减少 3392 人，下降 0.02%。

初中阶段教育专任教师 408.31 万人；生师比 12.84:1；专任教师学历合格率 99.96%；专任教师中本科以上学历比例 93.09%。

初中共有校舍建筑面积 81525.84 万平方米，比上年增加 2877.49 万平方米。设施设备配备达标的学校比例情况分别为：体育运动场（馆）面积 95.94%，体育器械 98.16%，音乐器材 97.93%，美术器材 97.95%，理科实验仪器 97.68%。除理科实验仪器外，其余各项比例比上年均有提高。

初中阶段共有班级 113.98 万个，比上年增加 2.13 万个。56 人以上大班和超大班 6184 个，比上年增加 1662 个，占总班数的比例 0.54%，比上年增长 0.14 个百分点。其中，66 人以上的超大班 190 个，比上年增加 16 个，占总班数的比例 0.02%。

3.进城务工人员随迁子女

义务教育阶段在校生中进城务工人员随迁子女 1353.99 万人。其中，在小学就读 952.65 万人，在初中就读 401.34 万人。

四、特殊教育

全国共有特殊教育学校 2345 所，比上年增加 31 所，增长 1.34%。

招收各种形式的特殊教育学生 15.50 万人，比上年增加 8720 人；在校生 91.20 万人，比上年减少 6521 人，下降 0.71%。其中，在特殊教育学校就读在校生 34.12 万人，占特殊教育在校生的比例 37.42%。

特殊教育专任教师 7.70 万人。

五、高中阶段教育

高中阶段毛入学率 91.8%，比上年提高 0.2 个百分点。

1.普通高中教育

全国共有普通高中 1.54 万所，比上年增加 355 所，增长 2.36%。

普通高中招生 967.80 万人，比上年增加 20.26 万人，增长 2.14%；在校生 2803.63 万人，比上年增加 89.75 万人，增长 3.31%；毕业生 860.41 万人，比上年增加 36.31 万人，增长 4.41%。

普通高中教育专任教师 221.48 万人；生师比 12.66:1；专任教师学历合格率 99.20%。

普通高中共有校舍建筑面积 70948.45 万平方米，比上年增加 2913.55 万平方米。普通高中设施设备配备达标的学校比例情况分别为：体育运动场（馆）面积 95.01%，体育器械 97.11%，音乐器材 96.57%，美术器材 96.67%，理科实验仪器 96.85%。各项比例比上年均有提高。

2.中等职业教育

全国共有中等职业学校 7085 所，比上年减少 116 所。

中等职业教育招生 454.04 万人，比上年减少 30.75 万人，下降 6.34%；在校生 1298.46 万人，比上年减少 40.83 万人，下降 3.05%；毕业生 415.45 万人，比上年增加 16.18 万人，增长 4.05%。

中等职业教育专任教师 73.48 万人；生师比 17.67:1；专任教师中本科以上学历比例 95.69%；“双师型”专任教师占专业（技能）课程专任教师比例 56.71%。

六、高等教育

全国共有高等学校 3074 所。其中，普通本科学校 1242 所（含独立学院 164 所），比上年增加 3 所；本科层次职业学校 33 所，比上年增加 1 所；高职（专科）学校 1547 所，比上年增加 58 所；成人高等学校 252 所，比上年减少 1 所。另有培养研究生的科研机构 233 所。

各种形式的高等教育在学总规模 4763.19 万人，比上年增加 108.11 万人。高等教育毛入学率 60.2%，比上年提高 0.6 个百分点。普通本科学校校均规模 17194 人，本科层次职业学校校均规模 20127 人，高职（专科）学校校均规模 10152 人。

研究生招生 130.17 万人，比上年增加 5.92 万人，增长 4.76%；其中，博士生 15.33 万人，硕士生 114.84 万人。在学研究生 388.29 万人，比上年增加 22.93 万人，增长 6.28%；其中，在学博士生 61.25 万人，在学硕士生 327.05 万人。毕业研究生 101.48 万人，其中，毕业博士生 8.71 万人，毕业硕士生 92.76 万人。

普通本科招生 478.16 万人，比上年增加 10.23 万人，增长 2.19%，另有专科起点本科招生 91.25 万人；在校生 2034.69 万人，比上年增加 69.05 万人，增长 3.51%；毕业生 489.74 万人，比上年增加 18.18 万人，增长 3.85%。

职业本科招生 8.99 万人，比上年增加 1.36 万人，增长 17.82%，另有专科起点本科招生 4.67 万人。在校生 32.47 万人，比上年增加 9.60 万人，增长 41.95%。

高职（专科）招生 555.07 万人（不含五年制高职转入专科招生 60.70 万人），比上年增加 16.09 万人，增长 2.99%；在校

生 1707.85 万人，比上年增加 36.95 万人，增长 2.21%；毕业生 553.29 万人，比上年增加 58.52 万人，增长 11.83%。

成人本专科招生 445.49 万人，比上年增加 5.47 万人，增长 1.24%；在校生 1008.23 万人，比上年增加 74.58 万人，增长 7.99%；毕业生 363.13 万人，比上年增加 33.06 万人，增长 10.02%。

网络本专科招生 163.42 万人，比上年减少 117.47 万人，下降 41.82%；在校生 739.97 万人，比上年减少 104.68 万人，下降 12.39%；毕业生 263.35 万人，比上年增加 1.47 万人，增长 0.56%。

全国高等教育自学考试学历教育报考 582.14 万人次，取得毕业证书 42.00 万人。

高等教育专任教师 207.49 万人，其中，普通本科学校 134.55 万人；本科层次职业学校 3.08 万人；高职（专科）学校 68.46 万人；成人高等学校 1.41 万人。普通本科学校生师比 17.51:1，本科层次职业学校生师比 17.57:1，高职（专科）学校生师比 18.92:1。

普通、职业高等学校共有校舍建筑面积 118895.19 万平方米，比上年增加 5814.64 万平方米，增长 5.14%。生均占地面积 56.82 平方米，生均校舍建筑面积 28.26 平方米，生均教学科研实习仪器设备值为 18607.85 元。

七、民办教育

全国共有各级各类民办学校 16.72 万所，比上年减少 11092 所，占全国各级各类学校总数的比例 33.54%。在校生 4939.53 万人，比上年减少 343.19 万人，占全国各级各类在校生总数的

比例 16.96%。其中：

民办幼儿园 14.95 万所，比上年减少 11013 所，占全国幼儿园总数的比例 54.47%；在园幼儿 1791.62 万人，比上年减少 335.15 万人，占全国学前教育在园幼儿的比例 43.77%。

民办义务教育阶段学校 1.01 万所，比上年减少 425 所，占全国义务教育阶段学校总数的比例 5.16%；在校生 1221.99 万人（含政府购买学位 609.46 万人），比上年减少 134.86 万人，占全国义务教育阶段在校生的比例 3.81%（不含政府购买学位）。

民办普通高中 4567 所，比上年增加 267 所，占全国普通高中总数的比例 29.69%；在校生 547.76 万人，比上年增加 49.97 万人，占全国普通高中在校生的比例 19.54%。

民办中等职业学校 2128 所，比上年增加 55 所，占全国中等职业学校总数的比例 30.04%；在校生 266.44 万人，比上年减少 9.80 万人，占全国中等职业教育在校生的比例 20.52%。

民办高校 789 所，占全国高校总数的比例 25.67%。其中，普通本科学校 391 所；本科层次职业学校 22 所；高职（专科）学校 374 所；成人高等学校 2 所。民办普通、职业本专科在校生 994.38 万人，比上年增加 69.49 万人，占全国普通、职业本专科在校生的比例 26.34%。

（来源：教育部）

19 家书店集中签约！

浙江向实体书店购买阅读服务超 248 万元

10月25日上午，第九届浙江书展在宁波国际会议展览中心盛大开幕。浙江书展的特色书店馆区呈现出各类特色书店的不同风貌，充满活力与创意，吸引了不少读者驻足细逛。

为进一步推动浙江省实体书店高质量发展，持续提供更优质的公共文化服务，在第九届浙江书展的开幕式上，省新闻出版局和全省19家实体书店集中签约，购买阅读服务。

近年来，浙江高度重视实体书店建设，采取有力举措积极推动实体书店健康有序发展，已连续多年以政府购买阅读服务的形式来支持和推动实体书店的发展。

根据浙江省新闻出版局《关于做好2024年度向实体书店购买阅读服务工作的通知》要求，经相关工作程序，宁波新华书店、台州市新华书店、杭州晓风书屋等19家实体书店将纳入2024年度购买阅读服务名单，总购买金额超过248万元。

纳入购买阅读服务范围的实体书店需严格按照有关要求，积极开展高品质的阅读推广活动，积极参与公共文化服务体系建设和积极响应浙江省新闻出版局组织开展的主题阅读活动，配合做好项目实施绩效评价。

此次向实体书店购买阅读服务，是浙江省进一步加大对实体书店的扶持力度、进一步推动具有示范引领作用的实体书店做优做强、进一步推广高品质全民阅读活动、进一步开展高质量公共文化服务的有力举措。

松阳县新华书店是第一年进入签约名单，此次得到政府大力支持，负责人周伟珠感到很荣幸。周伟珠介绍道，自2021年升级改造后投入使用以来，松阳县新华书店开展了很多阅读推广的

相关活动，形成了“处州小讲坛”等门店品牌；并且积极进校园、进社区，与非遗、民俗等本地特色结合进行全民阅读推广。

“接下来，我们希望进一步扩大外延，到乡镇、乡村开展活动，进行文旅融合的尝试；另一方面，提高内部品质，结合研学工作，进一步融合本地特色，推进和当地政府的文化合作，承担起国有企业的社会责任。”

晓风书屋负责人朱钰芳已经多次参与向实体书店购买阅读服务的工作，但是这次民营特色书店主理人和国有书店负责人一起上台签约还是第一次。“足见浙江对我们实体书店发展的高度重视。”

杭州的读者会比较熟悉，晓风书屋每周都会举办各种各样的活动，朱钰芳表示丰富的阅读推广活动既是为自己的品牌做维护，也是民营实体书店在数字时代“找活法”的尝试。“政府的高度重视，也让我们更加重视自己的活动，我们做活动不仅仅是个体行为，还要努力向外去辐射，做出更大的影响力。”

朱钰芳当前正在考虑如何吸引更多的年轻人回到书店的环境中：“我们最近在参与做一些IP的延展，比较成功的是丰子恺和《盗墓笔记》的IP。同时，现在晓风的门店越来越多和在地IP共建，比如良渚博物院、中国丝绸博物馆，我们希望更多的故事能够和我们的IP相结合，一起做文化延展、文化活动。”

展会现场

“大家都知道实体书店现在面临的环境和经营情况，所以政府的购买阅读服务对我们的经营和收入带来很大的助力。”温州

无料书铺的主理人张潇很感谢政府的大力支持。作为特色书店，每年无料书铺的每家门店都会办 100 场左右的文化活动，包括读书会、特色展览、沙龙分享等，免费向读者开放，为了支撑这些活动，书店做了大量投入。新一年的政府购买行为，可以支撑无料书铺持续提供丰富的文化类活动，进行资源整合，深化各门店特色，提升品牌影响力。

（来源：钱江晚报）

线上平台买书比线下更便宜，书店怎么办？ 成都高新区这样支持实体书店发展

9月23日下午，散花书院铁像寺水街店，成都散花书院创始人廖芸迎来了她的老朋友们——成都高新区党群工作部和成都高新区教育文体局文体中心的工作人员。此次，他们为解难题而来。

散花书院铁像寺水街店在去年被评为“全国最美书店”，在铁像寺水街已扎根十年之久。也因为喜欢这里的氛围，合约到期时，廖芸选择继续留在这里。

选择“留下来”，她又面临着一个新的难题——随着市民阅读习惯的变化，书院既有的空间设计已不能满足新的需求。例如，书院紧邻社区，很多儿童常常在放学、周末来此阅读；再比如，青年群体中悄然兴起了自习室，原有的设计还不能便捷地满足读者需要。续签合同后，对空间进行改造升级的念头也萌生了出来。

“我们希望打造一个儿童阅读空间，也希望设立一个书店美空间。但我们一直很犹豫，因为装修升级意味着一笔不小的花费。”廖芸说，真正让她下定决心的，是今年6月正式实施的《成都高新区实体书店扶持政策》。

事实上，该扶持政策出台前，成都高新区就集结辖区内大小书店负责人进行意见征集，廖芸就是其中之一。彼时她曾提出，能否在书店空间装修升级方面给予一定资金支持。

“没想到我提的建议被采纳了。”政策的出台，加速了廖芸下定决心：“我们正在进行图纸设计，预计将于今年年底完成改造计划。”

前段时间，廖芸将自己的决定告诉给了成都高新区党群工作

部相关负责处室，咨询政策申报相关事宜。23日，对方专程上门“送政策”。

“针对你的资金需求，我们已经出台了对口政策，设立了扶持资金500万元。”成都高新区党群工作部工作人员拿出政策文件，提到在实体书店品牌升级方面，该政策将对持续经营三年以上、符合要求的实体书店以不超过实际投入的30%（最高30万元）进行补助。“你可以通过‘高新通’线上平台进行申请，我们将尽快将补贴金额争取到位。如果在申报过程中遇到任何问题，可以随时联系我们。”该工作人员说。

不仅有“锦上添花”，还有“雪中送炭”。

廖芸提及一件让她很暖心的事情。在扶持政策制定过程中，她了解到该政策计划对市级扶持项目资金未覆盖的新建50平方米以内小书店、区级阅读美空间也进行补助，同时还设有租金物业费补贴等资金支持，切实帮助企业降低运营成本。“这一承诺最终也进行了兑现，对于小而美的实体书店是一个重大利好。”前段时间，她在工作人员的帮助下完成了该政策申报。

获益的不止散花书院。当天，成都高新区党群工作部和成都高新区教育文体局文体中心一行还走进了钟书阁（银泰中心in99店）。钟书阁西部大区经理陈鹏与廖芸都提到了同样的问题：线上平台书籍比线下便宜很多，如何帮助线下实体书店发展？

对此，成都高新区教育文体局文体中心送上一颗“定心丸”：“针对实体书店与线上购书渠道相比明显的价格劣势问题，成都高新区2024年全年分批次发放1000万元实体书店消费

券，参与范围覆盖区内有证有店的实体书店，设定优惠幅度为50%，使用范围涵盖实体书店内图书、文创、餐饮等多个领域。”也就是说，市民游客只要拿着优惠券到实体书店消费，就能获得五折优惠。

记者了解到，截至目前，成都高新区已发放实体书店消费券800万元，直接带动高新区实体书店消费1600万元。

（来源：红星新闻）

广州购书中心 30 年如何求新求变

11 月，广州购书中心即将迎来 30 岁生日。

从传统书城到综合性文化服务提供商、从书业营销到“阅读+”和“文化+”服务……广州购书中心开业 30 年来，持续在图书主业、阅读服务、线上线下零售拓展、阅读场景打造、阅读空间建设等方面探索实践，不断破茧成蝶、转型升级，进一步提升综合性文化服务的市场化运营效能。

“推动门店从做书店向做平台转变，促进实体书店与文商旅融合发展；推动经营从卖产品向卖服务转变，展现广州新华品牌文化服务综合实力；推动员工从营业员向业务员转变，激发人才队伍干事创业的活力。”广州新华出版发行集团股份有限公司党委书记、董事长刘炬培日前接受《中国新闻出版广电报》记者采访时，畅谈了广州购书中心的转型升级历程及未来发展方向。

转型升级：延伸阅读服务触角

求新求变，是广州购书中心不断蝶变的关键词。

1994 年 11 月 23 日，被誉为“神州第一书城”的广州购书中心落成开业，开创了中国大型购书中心建设与管理的全新模式。

2014 年，广州购书中心主动适应市场需求变化，通过线上线下融合发展、拓展新业务领域、提升服务质量等方式，不断增强自身综合竞争力。

2024 年，广州新华出版发行集团整合发行板块业务，推动广州购书中心与广州新华书店两大品牌合并，成立全资子公司广州新华发行有限公司，致力于成为主业突出、多元并举的综合性文化服务提供商。

广州购书中心的第一家门店位于广州市天河路商圈，开业

30年来，不断延伸阅读服务触角，融入粤港澳大湾区建设。而今，在广州市内天河、黄埔、南沙、白云、番禺等多个行政区和天津、佛山等城市都设有门店，其中天津店开创了国有新华书店跨省经营的先河。截至目前，广州购书中心扩容门店图书超过30万种，多元文创接近2.5万种，引进联营和商品牌超过100个，每年开展辐射全域的文化活动累计超过500场，日均接待读者上万人次。

广州购书中心在转型升级的过程中，不断探索“阅读+”“文化+”的服务模式，如拓展大客户业务，为政府机构、企事业单位提供定制文化服务；不断向外拓展，成立了天津店、佛山店等新型书店；延伸全民阅读触角，建设社区、公共空间文化驿站；积极向文化产业上游延伸，成立广州文化高地投资发展有限公司，开拓文创、教育、艺术等业务板块。“在大型书城转型升级过程中，广州购书中心根据市场需求，不断调整经营理念、业务板块、运营模式，重塑书业销售场景，服务全民阅读，在做强主业的前提下，实现文化服务与商业服务的增值。”刘炬培说。

强化渠道：实现多元盈利模式

“我们持续推进转型升级，形成多元营收的格局。”刘炬培说，广州购书中心多年来一直强化多渠道盈利模式，在线下门店、线上平台、店外市场、异业合作等渠道持续发力，强化小程序综合业务平台，拓展B2B、B2C业务和综合线上零售业务，提升线上消费转化率。

为了提升线下门店效能，广州购书中心以科技创新为导向，进一步引进文化教育、数字科技、沉浸式体验等更加年轻化、体

验化的市场新业态；加强传统业务与新业态协同，打通传统出版与影视、动漫、娱乐、游戏、文创等业态融合发展的通道，打造自习空间、书房定制空间、艺术美学空间等销售场景，将线下门店打造成为市民品质文化生活的目的地，形成常逛常新的体验记忆，持续带给顾客新的阅读文化服务。

为了全面拓展 **B** 端渠道，广州购书中心将门店作为所在区业务拓展的主阵地，更好地利用和当地党政机关、企事业单位、社区、学校等机构用户的联系，培养专业化的客户维护能力，主动加大市场外拓和客户维系力度，动态跟进、分析、了解和挖掘客户需求，为客户提供更专业和精准的服务、更优质和高效的响应、更加科学和人性化的内容，在抢抓重点党政读物发行的同时，聚焦公共文化服务需求，深度参与校园阅读推广，强化推进政企服务，深耕馆配团购项目。

为了优化线上平台搭建，广州购书中心持续链接外部优质文化资源，自主开发小程序平台，不断优化研学活动、家居好物、文化服饰、活动票务等综合文化产品供应链，同时借助小程序发力 **B2B**、**B2C** 业务和综合线上零售业务，与用户进一步建立联系，促成用户数字化、资产化转化，实现私域精准营销，不断提升消费转化率。

为了积极拓展第三方合作渠道，广州购书中心线下运营方面加强异业合作，灵活运用资源置换、通用优惠、空间赋能等多种营销推广手段，将阅读文化服务和产品嵌入文商旅之中，助力盘活空间资源，增加城市文化内涵，拓展销售渠道；线上平台方面，加大直播平台运营力度，组建培育专业运营团队，在直播带货上

进一步突破，同时推动供应链升级。

智慧书城：创新文化服务业态

广州购书中心通过创新书店与多元文化业态组合，形成主业经营全品类、精品化与多种经营、休闲服务互为配套，线上线下多渠道运营的崭新经营格局，建成集微信公众号、小程序（微信、支付宝）、自助付款体系为一体的智慧书城。

“随着互联网时代的发展，广州购书中心不断拓展经营维度，加强书店互联化、智能化、数据化转型，推动传统书城向线上线下融合的智慧书城转变。”刘炬培告诉记者，随着消费者阅读方式和消费习惯的深刻变化，加强新渠道建设、新技术应用、新模式引入，推动文化消费产品更加多元化、数字化、便捷化，提升产品品质、服务方式、场景体验，是提高实体书店核心竞争力的关键所在。

销售业务方面，广州购书中心顺应消费者偏好逐步向线上转移的趋势，不断开拓电商、小程序、直播门店，拓展线上空间，依托广州购书中心影响力建立产品分销平台，打破业务合作的地域限制，并通过自主开发的小程序平台促进私域流量的拓展和利用，陆续增加门店查书、研学文旅、餐饮自提、自研文创等板块，引进户外体验、历史探索、职业体验等研学产品。

宣传推广方面，广州购书中心依托微信公众号、微博、小红书等自媒体平台进行促销优惠和文化活动宣传，利用抖音、视频号开设常态化直播栏目，不断扩大品牌传播覆盖面。截至目前，新媒体矩阵坐拥100万+活跃粉丝，宣传力辐射粤港澳大湾区热爱文化生活的用户群体，年产出短视频近3000条。

对于推动实体书店“文化+”复合型业态创新，刘炬培说，一方面加强新技术融合，提升自身文化价值和服务颗粒度，延伸文化服务功能，建设特色化、品牌化的文化阅读空间，打造高质量文化综合体，成为公共文化建设和服务的专业提供商；另一方面主动适应和精准匹配文化需求端的动态变化，加强高水平的文化产品与服务供给，围绕客群需求持续优化书店的产品结构，加大原创文化 IP 产品及服务的自主研发和培育力度，打造富有竞争力和影响力的品牌书店生态圈。

“未来的实体书店将会是以场景塑造和价值供给为内核的复合型文化体验与消费空间，是公共文化传播的基础设施，也是激活居民读者阅读实践及其文化生活的重要媒介。集团以多元业态运营模式创新，推动全民阅读高质量发展，不断满足人们对高品质文化生活的追求。”刘炬培如是说。

（来源：中国新闻出版广电报）

武汉这波新书店，到底有啥不一样？

最近，一波新书店涌入武汉人的生活，生长出鲜活蓬勃的精神景观。

和武汉现有的书店形态都不太一样，这些新书店有的脱胎于外地商业品牌，极具西方新锐艺术气息；有的来自热衷打造小众文艺生活舒适圈的文化品牌，是专业的策展型书店；还有的备受脚下土地的人文滋养，成为全国首家诗词书店。

东方美学和西方艺术，分别成为这些新文化空间的主题，不过当然，传统和新锐也可以交融并济地共处于书店的某一处。

武汉 SKP RENDEZ-VOUS：约个会吧，邂逅西方艺潮美学

几个月前第一次来 **SKP RENDEZ-VOUS**(以下简称 **RDV**)，一进门就是扑面而来的西方艺术潮流气息。老实讲，很有点时尚买手店的感觉。

除了整面墙的外文原版书、聚焦当下思潮的人文社科读物，以及选自欧洲各国的文创精品，你还可以在西餐区吃个牛排，或者点杯咖啡捧本书，在沙发里窝一下午。

作为 **SKP** 的自营书店，全国共有 11 家 **RDV** 和 **RDV KIDS** 儿童书店，每家选品的侧重稍有不同。相比之下，武汉 **RDV** 更具年轻和活力色彩，无论是书籍还是文创都是如此。

RDV 的文创选品特别重视时尚美学，除了积木熊音响和 **jellycat** 这些网红爆款以外，主要集中陈列了一批外观新锐的欧洲小众文创，而且部分单品在国内实体店基本看不到，在国外的买手店才找得到。

比如，造型出挑的永恒笔，其实来自意大利知名豪车的设计品牌 **PINNFARINA SEGNO** 与文具生产商 **Napkin** 合作推出的

单品，这个品牌因为设计保时捷、法拉利等名车的造型而圈内闻名，但很少人知道它同时也在设计经典的小众文具。

介绍到此处，店长说，有时候，我们甚至可以通过这样的一两款单品来感受某个外国品牌的设计史。

书店里类似的欧洲小众文创品牌还有不少：纯手工打造的法国香薰品牌 **MAD ET LEN**、可回收材质制成的瑞典音响 **Transparent**、外形戏谑有趣的意大利设计品牌 **SELETTI**……

在选书方面，**RDV** 也很讲究。一万多本书零散分布在书店各处，艺术类和人文社科类的书差不多各占一半，西餐区的两面墙上都是经典的人文历史读物，主推区还有漫画专柜，看得出是在尽可能兼顾更多人的阅读趣味。

主推区的艺术类新书，从装帧、出版社，到对书籍内容的选取，都保持在一定水准，有不少可供翻阅的拆封本，店员的引导也很到位，个人体验感还不错。

还蛮意外，听店员说这里卖得最好的竟然是中国传统艺术的书。前段时间就有对 80 后夫妻一口气买走了价值近一万多的《毛泽东手迹》全套。

同时很受欢迎的还有东方美学读物，龙鳞装《三十二篆金刚经》和珍藏版《红楼梦绘画图集》，每次翻书员翻阅这两本「镇店之宝」，总能引起一阵围观。

不熟艺术书店：像逛艺术展一样逛书店

从南京的地下防空洞到杭州的文化综合体，再到武汉 **K11**，让很多文艺青年流连忘返的不熟艺术书店终于开到我们身边了。创始人臧恩千对纸质读物有某种执念，在开书店之前，他做了

10年图书出版，带领团队办《Bonjour!不熟》文艺杂志，19年创办了国内规模最大的艺术书展，至今在全国开了40多场艺术书展。

两年前，不熟品牌拥有了首个实体空间，如今臧恩千和团队把这家专业策展型艺术书店带来了武汉。

走进店里，放眼望去多数都是外文原版的艺术书和杂志，再加上「艺术出版物+艺术家文创+艺术画廊」的板块设置，似乎随处都在散发着一种与店名「不熟」相称的疏离气质。

在臧恩千看来，「不熟」才是人与人之间最好的状态，「不熟」意味着青涩的关系，就像我们多数人和艺术之间的距离，其实存有一定期待的空间才是最完满的。

不熟把策展思路运用在书店的规划布局中，逛书店时感觉自己在逛一个常驻的艺术书展。

入门处的展台放着外国绘本和印度手工书，艺术家文创、Zine、毛绒玩具、画廊专区、咖啡专区分散在500多平的书店各处。

整个空间看上去有种漫不经心的设计感，空白墙上用手稿做成的开业海报和香港号外海报，地上偶尔出现一些手绘符号。座位不多，因为主理人希望给大家提供一个更自由开阔的看书空间，哪怕不买什么，你也可以席地而坐随手翻阅什么。

打造小众文艺舒适圈，可能是不熟最擅长的事情了。在这里，无论是天马行空的文创还是各种主题的画廊展览，一切都围绕着因纸质书而延展出的独特审美生活展开。

书店70%以上的进口艺术书都是首次在国内实体店出现，而

且不熟还是印度手工书 **TARABOOKS** 在中国的唯一合作方。

讲真，还蛮喜欢店里主推的 **TARABOOKS**，细腻的纹理感清晰可触，一页页翻过去，无法不被艺术家们对自然的敬畏和对生命的热爱打动。

很难想象，这是用大象粪便和植物颜料做的手工丝网印刷书，每一页都要手工印刷四五遍，制作每本书都需要花上三五年的时间，所以每本书都是孤本，可以说是世界范围内天花板级别的手工书了。

另外，个人尤其推荐店里唯一一处中文阅读专区，书不多，但本本都是从国内顶级人文社科出版社挑出来的尖货，总体偏思想性，没有一本是大路货或万金油。

总之，像逛艺术书展一样挨个专区细逛下去，能发现不少宝藏好物，就像不熟的 **slogan** 说的那样，「不熟相见，慢慢变甜」。

华拾书店：黄鹤楼脚下的全国首家诗词书店

华拾书店诞生在黄鹤楼旧址片区，主理人徐景政说，千百年来多少文人墨客竞相题咏黄鹤楼，得益于脚下土地的滋养，它成为全国首家诗词主题的书店。

站在长江大桥的桥墩上，能看到书店和黄鹤楼同框的场景。在书店里，觉得门头背后的那句话写的确实应景——「诗在，书在，黄鹤楼在」。

徐景政没想到，华拾书店一开业就广受热捧，店里的客人几乎从没断过，线上的诗词接龙活动有上万人参加，各大民间读书会、武汉著名诗人和本土文化学者的新书分享会等文化沙龙活动也纷纷来到书店。

所有书都是 3-8 折，九思咖啡区的饮品一律十几块钱一杯，店里开展的读书分享沙龙多数都支持免费参加。

书店身处刚开的斗级营商业街区，往来的游客很多，再加上亲民友好的服务环境，难怪华拾会成为全年龄段都喜欢的书店。

书店是一整栋形状方正的透明玻璃房子，正中的位置有一株乾隆年间的三角枫，随四季变换树叶颜色，据说基本上从不掉叶。三角枫的周围被划分为书店的 8 块主题专区。

一进门是在地文创区，集结了各种本地色彩浓郁的冰箱贴和小摆件，满满的汉派文化专区。

主打的还是书店中岛区，陈列了古代唐诗宋词的经典版本，从小朋友入门学习到大众通俗读物、乃至专业古典文学研究，适宜各种人群的诗词读物这里都有。

难能可贵的是中岛区对面还有一处武汉本地历史文化专区，里面都是主理人特意从中图网涿州仓库里一本本找出来的武汉城市志书籍，内容涉猎武汉老字号、汉剧、建筑等各种门类。

旁边还有一处旧书新知区，都是瓜牛循环书店的旧书，趣味涵盖比较广，还有大桥牌缝纫机、老广告画和百年前的武汉怀旧老照片，很多老人在这里停留，细细观摩。

年轻人最青睐的，还是华拾和出版品牌未读共同举办的「纪念卡夫卡百年特展」。互动体验箱、打卡墙、一切装置都以卡夫卡经典作品的元素为灵感，陈列的经典作品小小一本，设计装帧很好看。（来源：优良 better）

夜市书香调和城市烟火气

为阅读开夜市已渐成书展潮流。10月14日落下帷幕的天府书展首次增设阅读夜市，主展场闭馆时间延长至晚8点。与天府书展同期举行的岳麓书会上，“书山有麓”阅读市集照亮长沙橘子洲的夜空。烟火气弥漫的城市，不单有美食的引力，还有“饕餮”书香。

书展是市民的文化节日，对爱书人来说更像一种仪式。主办方的暖心安排响应读者需求，自然也受到读者欢迎。比如今年天府书展的4天展期中，只有一天是休息日，增开夜市让上班族、在校学生也能赴约，静享月色下的书香，而一些喜欢夜生活的市民也有机会“闯进”城市阅读圈。

满足更广泛人群的阅读需求，延长开放时间看似一件小事，笔者认为，这背后是用精准多元的阅读服务，满足人们在快生活中慢下来、在阅读中滋养身心的精神需求。这些具体而微的惠民之举，也将推动阅读“小天地”融入文化消费大市场，让阅读向文化生活的“顶流”进发。

而对城市发展而言，烟火与书香的调味为城市更添人文之美。办夜市在大型书展中也多有先例。上海书展多年来分日场、夜场售票，每年还为最后一名读者颁发纪念证书。今年4月在昆明举办的第三届全民阅读大会，沿海埂大坝的十里书香长廊，晚间人气不减，书香伴海风吹拂。而在日常，图书市集在社区、广场、公园支开摊位，一个个生动的阅读表情，就是书香社会的鲜活因子。

习近平总书记在致首届全民阅读大会的贺信中写道：“希望全社会都参与到阅读中来，形成爱读书、读好书、善读书的浓厚

氛围。”书香夜市渐成风尚，可见引导全社会广泛参与到阅读中来，要精准对接阅读群体的需求，延伸服务触角，打造更多接口。在阅读碎片化、满眼“低头族”的当下，我们倡导深度、纸质阅读，就要从高位布局、小处落子，让书香氛围更加可触可感。

书展为爱书人守候到晚间，书展落幕后，也期待夜读成为更多城市的文化景观，为人们的烟火生活增添温暖的夜光。

（来源：中国新闻出版广电报）

北京将面向全市大中小学推广 AI 学伴和 AI 导学应用

北京市教委等 4 部门近日发布《北京市教育领域人工智能应用工作方案》。

工作目标

到 2025 年，人工智能赋能学生学习与发展、教师教学方式变革、学生身心健康、家校社协同育人、教育治理模式创新 5 类典型示范应用项目场景基本建成并逐步开放使用，打造 100 所人工智能应用场景标杆学校，全市大中小学普遍开展人工智能场景应用，教育领域人工智能应用创新力度进一步增强。

到 2027 年，产生数个符合中国教育特点、在技术创新上居于国际前列的人工智能教育行业大模型。涌现数个引领性教育领域人工智能专精特新企业及大模型智能体，全市大中小学深入开展人工智能场景应用。

主要任务

建设“人工智能+教育”示范应用基地

聚焦学情诊断分析、家校社协同育人、学生身心健康、综合素质评价、教师研修备课、教育现代化治理等关键业务，形成一批教育垂直领域的专用大模型，衍生更多典型应用场景，加快布局具有时代特征、北京特色、教育特点的人工智能创新应用，支撑创新人才培养。

构建教育领域人工智能大模型训练数据集

围绕“五育并举”提取具有育人特色的知识体系、专业术语、算法规则和表达逻辑，在北京数据基础制度先行区内，建立大模型预训练“沙盒”，支持大模型企业、科研机构在安全区域内开

展语料训练，确保教育大模型输出的稳定性、合规性和適切性，为教育领域大模型落地应用提供有力的数据支撑。

搭建教育领域人工智能大模型测试场

围绕人工智能伦理风险、数据安全风险、教学场景符合性、教育科学性和严谨性等方面，模拟真实场景开展测评，形成符合教育教学规律的智能教育通用评价标准，加快推动全市教育领域人工智能大模型的合规准入。

人工智能赋能学生学习与发展

面向全市大中小学推广 AI 学伴和 AI 导学应用，围绕课前自主预习、课中高效学习、课后针对性复习提供定制化的学习建议和反馈，围绕学生兴趣爱好提供个性化学习路径、適切性数字资源和探究性学习指导，提升学生学习体验，促进学生成长与发展。

人工智能赋能教学方式变革

实现教师备课、课堂教学、教学与学情分析、作业管理、答疑辅导等教学全场景应用。探索 AI 情景式教学，营造身临其境的学习体验，创设模拟仿真实验空间和实践环境，有效支撑教师实验实践教学。

人工智能赋能学生身心健康

实施 AI 健康监测志愿者计划，采集学生饮食、营养、睡眠、运动、活动、体测等数据，建立学生健康成长档案，对学生健康情况监测预警。

人工智能赋能家校社协同育人

通过智能推送+人工辅助的方式构建面向未来教育的新型“家长学校”，整合家国情怀教育、亲子沟通教育、学习成长教

育、危机应对教育等资源，配套教育政策、育人方法理论与成功案例，开展大模型专业语料库训练，为家长提供泛在、精准的学习教育服务，协同共助学生成长。

人工智能赋能教育治理模式创新

推进智慧校园建设，开展学校基础数据、业务数据、教学数据的综合治理，设计分析模型和评估指标体系，构建“校园大脑”，支撑教务管理、教师考评、教学评估、后勤服务、校园安防等。

推进学生人工智能教育

小学阶段重在启蒙学生人工智能思维，初步具备人工智能素养和社会责任。初中阶段能够利用人工智能赋能自身学习和生活，更好适应智慧社会的新机遇与新挑战。高中阶段进一步强化人工智能应用基本能力，能够从跨学科的视角思考人工智能伦理、治理以及人工智能与社会发展之间的关系，形成符合时代发展需要的人工智能素养。在高等教育阶段，开发北京市人工智能通识类课程体系。

提升教师人工智能素养

采取市级全员通识培训、区级种子教师培训和校本实践实训相结合的方式，推动形成市、区、校三级培训联动开展。全覆盖开展书记、校长、中层管理干部人工智能专题培训，将人工智能融入到学校办学过程当中，使广大干部更新教育理念，积极拥抱人工智能。（来源：首都教育）

中国教育科技市场：增长轨迹和未来前景

受互联网普及率提高及数字素养增强的推动，中国教育科技

市场规模在 2023 年达到 1339 亿美元。预计到 2028 年，该行业的复合年增长率将超过 6%，尤其是在全球扩张方面，具有巨大的增长潜力。

「双减」等政策虽然给不少教育机构带来挑战，但也促使众多企业转向在线教育，进一步扩大了中国教育科技的版图。

此外，人工智能和语言模型的进步正在进一步塑造这个行业，创造了多样化的机会和增长方向。

01 中国教育科技市场概览

2023 年，中国的教育科技市场预计将达到约 573 亿美元，同比增长 14.17%。

在过去的五年里，中国的教育科技市场经历了几次起伏。2019 年和 2020 年两年内均取得了显著增长，部分原因来自于新冠肺炎疫情的影响，因为家长和教育工作者选择通过寻求替代的方式来实现教育目标。后疫情时代，特别是在 2021 年，由于「双减」政策的监管压力，市场增长放缓。但是，到了 2022 年和 2023 年，市场恢复了增长，各类在线学习平台的用户群于 2023 年扩大到 3.49 亿用户，相比上年增长了 11.14%。

教育科技市场克服「双减」影响，呈现上升趋势，一部分是因为许多机构将其服务从基于学科的学习，转向了专注于个人发展、批判性和逻辑思维、文科或户外运动的课程。

教育科技平台与先进的人工智能技术相结合，让给学生和家长提供学习材料的方式变得更加容易。另外，学生也可以更好地受益于个性化和多样化的学习体验、目标和途径。

目前，中国和印度成为了两个大力投资教育的大国，尤其是

风险投资方面。这导致越来越多的初创公司和小企业进入教育科技市场并迅速扩张。根据中国教育部的数据，2023年，各级各类教育机构共招收2.91亿学生，这一数字在五年多的时间里保持稳定，表明学生人数总体上没有太大变化。K-12学生的坚实基础也使K-12数字教育成为在线学习平台中最大的部分。

截至2023年收盘，排名前七的教育科技公司的总市值为307亿美元。

02 探索增长潜力巨大的中国教育科技行业

中国的教育科技大致可分为三类：在线学习平台、技术学习硬件和学习支持软件。其中，在线学习平台市场最为巨大。

随着中国政策方向和社会环境的推动，预计以下行业将在不久的将来实现显著增长。

2.1 在线学习平台

人工智能学习

即利用人工智能的能力，促进学校或家庭的教育公平，提升教学效率。人工智能学习领域的一个重要参与者是猿力科技开发的数字教育品牌「飞象星球」。2024年5月，猿力科技推出自主研发的教育大模型，这使飞象星球能够推出一系列创新的教育科技产品。

新产品包括飞象心理学、飞象科学和飞象AI写作辅助。这些产品都基于人工智能提供个性化的学习体验，在各个科目上为学生提供帮助。另外，飞象课堂和飞象智能作业等现有产品也基于教育大模型进行了重大智能升级，增强了其功能性和有效性。

放眼未来，飞象星球承诺未来十年投资1000亿元人民币用

于人工智能与教育融合发展。

此项投资旨在进一步推进人工智能技术在教育领域的应用，促进优质教育资源的均等化，提高整体教学效率。

AI 支持

大型模型日益成为技术基础，在此背景下，教育集团纷纷战略性地推出 AI 原生应用。这些平台利用自然语言作为用户交互的新切入点，通过实时交互和反馈功能来提升整体学习体验。这一领域的主要参与者包括网易有道推出的 QAnything，这是一个基于检索增强生成技术的本地知识问答系统。该系统允许用户上传各种格式的数据，包括 PDF、图片、Word 文档、TXT 文件甚至音频文件，以寻求生活和学习中出现的问题的答案。

教育科技领域的另一家知名企业是海豚 AI 学，它利用先进的 AI 技术来增强学习互动。根据个人学习经验和习惯，平台能够提供个性化的练习包以及量身定制的学习计划。并且，它能够将具有挑战性的、经常回答错误的的问题分类到针对性的练习集中，整理相关的学习资源。

政策支持

2024 年 3 月，教育部正式启动了「人工智能赋能教育」行动，推出「AI 学习专栏」、国家智慧教育公共服务平台升级、教育系统人工智能大模型应用示范、搭建数字教育国际交流平台四项具体行动。

8 月 3 日，国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》，提出要培育以数字教育为代表的新型消费模式，为人工智能教育领域高效有序发展注入新动能。

中国城乡之间、地区之间的教育水平差距较大，师资、教学设施、资金投入等教育资源往往集中在发达地区和城市中心。因此，推动人工智能融合教育将是中国政府解决区域间教育质量、资源配置、教育信息化水平不平衡问题的有效举措。把人工智能应用在教育环境中，这为应对教育公平的挑战提供了一条可行的途径。

2.2 技术学习硬件

长期以来，科技学习设备一直是中国教育领域的主流，但最近需求的激增可以归因于两个关键因素。首先，双减政策导致许多线下教育机构陷入了困境，迫使它们调整商业模式。一种常见的策略是转向在线平台，提供多样化、非考试导向的学习资源和支持服务。其次，人工智能技术的进步也激励了教育公司将人工智能融入硬件学习设备，进一步推动该行业的增长。

学而思是不断变化的格局中一个成功的典范。它成立于2003年，到2010年代初已经成为知名的线下教育机构。但是，为了应对双减政策带来的挑战，学而思迅速将业务重点从传统的应试辅导转向提供更广泛的综合学习资源。这一战略转型助力母公司好未来教育集团实现了显著的扭亏为盈。2024财年，好未来净营收达14亿美元，较上一财年增46%。推动这一增长的关键因素，是学而思xPad2的发布，它由独立开发的MathGPT模型提供支持，并由辅以10个AI驱动的学习工具，包括AI对话学习、数学辅助和AI百科问答。

更为广阔的学习平板电脑市场也在经历快速增长。今年上半年，商务部电子商务司报告称，人工智能学习设备销量激增

136.6%。仅第一季度，学习平板电脑线上销量就达到 68.9 万台，同比增长 79.9%。其中，学而思引领市场，在销量和收入方面均位居第一。

中国科技学习硬件的发展正从仅仅关注设备本身转向强调人工智能如何提高教育内容和资源的质量。学而思等拥有强大教育背景的制造商，利用他们专业知识和现有的用户群来主导市场。这些公司在提供个性化、有针对性和专业化的服务方面拥有天然优势。展望未来，专注于提供个性化、多样化学习材料并支持学生自主学习的 AI 学习设备有望实现显著增长，对投资者来说，这是一个引人注目的机会。

2.3 学习支持

语言学习

2023 年，中国语言学习应用市场规模约达 4.78 亿美元，而全球市场规模约为 40.7 亿美元。据一家咨询公司预测，全球语言学习应用市场规模有望大幅扩张，到 2029 年预计达 90 亿美元。

中国的语言学习者大致可分为四类：学龄前学习者、K-12 学习者、在国外学习或工作的人以及自我发展学习者。学龄前学习者尤其被鼓励从小接触外语，这可以通过在线学习活动有效实现。网易有道、贝塔在线英语和 51Talk 等知名行业公司，都提供专门为学龄前儿童量身定制的在线应用程序，帮助他们接触外语。此外，这些平台还为 K-12 学习者提供资源，以满足他们在校内外的语言学习需求。

根据全球化研究中心最新数据，2021 年，超过 102 万中国大学生出国留学。英语是其中使用最广泛的语言，其次是西班牙

牙语、法语、德语和日语。近年来，新加坡、马来西亚和泰国等东南亚国家作为留学目的地，中国留学生人数也在不断增加，这导致外语学习需求的增加。随着人工智能融入行业，预计在线语言学习的市场将大幅增长。

作业辅导

在中国，人工智能作业辅导行业，正成为迅速扩张的教育科技市场中一个极具潜力的投资机会。这些应用中，最常见的形式是人工智能驱动搜索工具，允许学生以文本或图像的格式上传作业问题，实时获得准确的答案。这些平台最初针对 K-12 学生，后来逐渐发展，整合了增强人工智能的存储和分析功能，显著改善了提供的服务。

作业帮是该领域的主要参与者之一，体现了强劲的增长潜力。作业帮成立于 2015 年，目前每月活跃用户超过 1.45 亿，是中国唯一一家每月活跃用户超过 1 亿的教育应用程序。它最初是一个家庭作业辅助工具，现在将服务拓展得更加全面，包括在线练习包、视频教程和以家长为中心的版本，以进一步协助家庭学习。此外，作业帮还战略性地向硬件多元化发展，提供人工智能学习桌、智能手表、迷你学生打印机和学习平板电脑，以加深用户参与度，扩大其市场份额。

除了核心的数字学习服务外，作业帮还涉足多个子行业，包括辅导书籍出版、全方位教育活动和智能学习硬件开发。仅在线课程一项就服务了 6500 万用户，而其硬件解决方案已覆盖 1000 万用户，在不同的收入流中表现出显著的可扩展性。

作业帮产品中，一个值得注意的创新是其自主研发的

「Galaxy」大型语言模型，该模型于 2023 年 9 月推出。Galaxy 模型专为教育应用而设计，迅速突破 C-Eval 和 CMMLU 两项权威评估的基准，名列前茅。该 AI 模型提供多学科、多等级和多场景支持，让作业帮处于 AI 驱动教育科技的前沿。

这种创新水平，加上坚实的用户基础和多样化的产品，凸显了中国人工智能家庭作业辅导行业的巨大增长潜力。人工智能的变革性，将继续重新定义学生学习和参与教育内容的方式，寻求利用人工智能与教育交汇点的投资者，会发现这个行业充满机遇。

03 国家对教育科技有何政策？

2021 年，国家网络安全和信息化委员会发布了《国家信息化「十四五」规划》，旨在加强教育信息基础设施建设。该规划着重构建高质量的教育支撑体系，扩大优质数字教育资源的获取渠道，促进信息化和智能化技术在教学中的融合。此外，它还提倡利用在线教育和虚拟模拟培训，发挥教育大数据分析的作用，最终拓展终身学习服务。

2023 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于建立均衡基本公共教育服务体系的意见》。该政策强调加强中小学智能教育平台建设，打造互联互通、共享的数字教育资源平台，提供全方位的教育资源，满足学生在德智体美劳各方面全面发展的需求。该举措专门针对农村和偏远地区，以提高教育质量和可及性。

这些政策，为渴望进入中国教育科技市场的投资者提供了一个充满活力的环境。尽管双减政策带来了挑战，但领先的教育科

技公司仍在利用他们的资源，转向非应试型学习解决方案。通过提供专注于艺术、体育和心理健康的项目，这些公司将他们的服务与政府的优先事项相结合，迎合家长和学生寻求传统学术外的教育体验的需求。

此外，人工智能与教育实践的融合，正在推动教育科技领域的进一步发展。由于传统教学方法面临限制，企业越来越多地采用人工智能技术来提供个性化学习体验。人工智能平台可以分析学生的学习模式，提供量身定制的教育内容和适应个人需求的学习路径。

总之，政府推动数字教育发展的政策和领先的教育科技公司的战略相适应，使中国教育科技市场成为一个充满前景的投资领域。对数字化转型、全面发展和创新学习解决方案的持续重视为投资者创造了一个独特的机会，既可以与政府目标保持一致，又可以为加强教育实践做出贡献。随着这些政策继续落地，帮助塑造教育的框架，教育科技行业已准备抓住新的机会。

04 优势和机遇

中国教育科技市场的主要优势之一，是其庞大的用户群。2023年，在线学习平台的用户数量达到3.49亿。特别是对于那些成功利用技术，满足多样化教育需求的公司而言，如此庞大的受众群体提高了可扩展性和盈利能力。例如领先的公司粉笔和网易有道，它们通过提供成人教育、考试准备和语言学习服务而蓬勃发展。

行业内企业的适应性也体现了韧性。在双减政策促使传统辅导服务发生转变后，许多教育科技公司将其产品转向个人发展和

创新项目，例如批判性思维和文科。这种转变不仅维持了用户粘性，还刺激了新的细分市场。人工智能技术的整合进一步增强了这种适应性，使作业帮和飞象星球等公司能够提供个性化的学习体验，实现辅导流程自动化，从而提高效率和可及性。

此外，中国政府强有力的政策支持在促进市场增长方面发挥着至关重要的作用。「人工智能赋能教育」等举措表明，政府致力于改善教育公平，并将人工智能融入整个教育领域。这种支持性环境为投资者带来了令人鼓舞的前景，因为它标志着对基础设施和技术进步的持续投资。

总体而言，中国的教育科技市场提供了大量的投资机会，特别是在扩展到多样化的学习市场和个性化的教育体验方面。凭借庞大的用户群，公司可以通过开发专注于数字技能、职业培训和个人发展的专门课程，来满足日益增长的成人教育和终身学习需求。这种适应性提高来学生的参与度，使企业能够在新兴领域占据市场份额。

另外，在政府大力支持下，对教育公平性的重视为教育科技公司开辟了道路，使其能够针对不那么富裕的人群开发负担得起的解决方案。通过利用虚拟现实和增强现实等新兴技术，公司可以创造沉浸式的教育体验，吸引学习者并提高理解能力。这些因素共同预示着一个有利的投资前景，强调了中国教育科技行业可持续增长和创新的潜力。（来源：多鲸）

2025 北京图书订货会将新增文创产品展区

日前从 2025 北京图书订货会组委会获悉，由中国出版协会、中国书刊发行业协会主管主办，北京盛会文化交流有限公司承办的 2025（第 37 届）北京图书订货会将于 2025 年 1 月 9 日至 11 日在中国国际展览中心（朝阳馆）举办。

本届订货会以“培育新质生产力，推动行业高质量发展”为主题，将举办 2025 北京图书订货会论坛、2025 中国出版发展报告会等一系列重要文化活动。将设立出版成果展示廊，集中展示 2024 年度国家出版基金资助图书项目、中国出版政府奖、韬奋出版奖、中华优秀出版物奖、“五个一工程”获奖图书以及“全民阅读·书店之选”推荐图书。

订货会共设 8 个展馆，分别为省团展区，集团展区，社科、科技、少儿、文教等专业展区，中央部委出版社联合体展区，民营书业联合体展区，馆配图书展区，文创产品展区，港澳台展区和数字、相关产业展区。其中，文创产品展区为新增展区。订货会还将继续组织大家赞誉的文化活动、大家赞誉的展台设计、大家赞誉的出版新技术应用案例、大家赞誉的图书销售分会场、大家赞誉的订货会短视频等推优活动。

（来源：中国新闻出版广电报）