

# 归因与策略：“双减”背景下教育类电子出版社发展路径研究

刘敏, 曾艳

四川开放大学四川远程电子出版社, 四川 成都

收稿日期: 2022年6月6日; 录用日期: 2022年7月4日; 发布日期: 2022年7月12日

---

## 摘要

为进一步理清电子出版社未来发展方向。通过文献分析, 正视“双减”政策出台对全国教育类电子出版社产生的极大影响, 看到教育类电子出版社的困因, 实质在于其内生性的发展瓶颈, 既有新技术带来的颠覆效应, 也与行业发展的积弊如同质化和无序竞争等有关。教育类电子出版社未来的价值意义在于守正创新, 厘清出版理念, 依托以创新为驱动产业结构调整, 寻求电子出版物生产端、消费端的发展新动能, 实现新技术加持下的融合发展, 赋能教育发展。

## 关键词

“双减”政策, 出版理念, 创新, 新动能, 赋能教育

---

# Attribution and Strategy: Research on the Development Path of Educational Electronic Publishing House under the Background of “Double Reduction”

Min Liu, Yan Zeng

Sichuan Open University Sichuan Distance Electronics Press, Chengdu Sichuan

Received: Jun. 6<sup>th</sup>, 2022; accepted: Jul. 4<sup>th</sup>, 2022; published: Jul. 12<sup>th</sup>, 2022

---

## Abstract

To further clarify the future development direction of electronic publishing house, through litera-

ture analysis, we face up to the great impact of the “double reduction” policy on the national educational electronic publishing houses, and see that the essence of the difficulties of the educational electronic publishing houses lies in their endogenous development bottleneck, which is not only the subversive effect brought about by new technologies, but also related to the disadvantages of the industry development, such as qualitative and disorderly competition. The value significance of educational electronic publishing houses in the future lies in abiding by innovation, clarifying the publishing concept, relying on the industrial structure adjustment driven by innovation, and seeking new momentum for the development of electronic publication production and consumption, realizing the integrated development with the support of new technologies and enabling the development of Education.

## Keywords

“Double Reduction” Policy, Publishing Concept, Innovation, New Kinetic Energy, Empowering Education

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2020年7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,要求各地区各部门结合实际认真贯彻落实。教育乃民生之本,“双减”政策一经出台就引发广泛热议,这一政策着眼教育发展本质,是党和国家对未来教育健康发展高瞻远瞩的战略性决策,也是回应民生关切,关注教育公平的生动体现。

“双减”政策的出台引发了相关行业的大“地震”,教育类电子出版社“首当其冲”。教育出版赋能教育发展是教育类电子出版社应有之义,“双减”政策出台无意中与出版社早已有之的发展困境形成了某种看似“耦合”,引发了教育类电子出版社的发展危机,如作为出版物发行流通渠道(中小学课外教培中心)的阻断,和随之而来的中小学教辅教参出版选题的断崖式下滑。“双减”政策似乎倒逼出版社进入了思维转变和加速融合的窗口期,教育类电子出版社何去何从的“问题”意识日益凸显。而“问题”实质为多重的疑虑与思考:一是在类似“双减”政策这种方向性调整带来的环境突变下出版社该如何从容应对?中小学教辅教参选题策划范围的锐减,能否从别的路径进行充分补位?如何充分利用新技术红利,发挥电子出版社最大潜能?二是在电子出版社数字出版转型常态环境下,教育类电子出版社如何克服不利因素,在出版效益上回到原先(“双减”之前)的固有状态?换言之,“双减”政策之后,出版理念上的宏观方向调整,是权宜之计、无奈之举,还是它们无意中加快了电子出版社自我革新的步伐,使这类动态调整成为未来电子出版社发展的新常态?归结而言,“双减”政策所引发的电子出版社的“问题”意识,本质是渐起的危机意识,核心需纠准产生“问题”的复杂成因,关键要着眼长远、冷静研判,以期理性擘画新时代教育类电子出版社存在的价值与可行路径。

## 2. 教育类电子出版社发展困境原因具累积性与必然性

“‘双减’政策及其之后密集出台的一系列文件对目前泛滥的被资本裹挟的校内外培训机构实施了精准有力的打击,造成的直接结果就是教材、教辅图书出版数量的减少。”[1]。看似“双减”政策和教

育出版属于同频共振的状态,但实际上作为外部因素,“双减”并不会成为影响电子出版社命运的根本性因素。电子出版社处于困顿的当下实际愈发明显地暴露出教育类电子出版社在产业常态下所遭遇的内生性发展瓶颈。其发展困因绝非偶然和突发,而是偶然中包含必然,突发下暴露累积性弊端,这至少可从以下两个维度辨析:

## 2.1. 外部环境的影响

一方面,在现代技术更新常态化、数字出版成熟化与网络阅读大众化的背景下,以 CD-ROM, DVD-ROM 等介质为载体的电子出版物销售大为减少,教育类电子出版社的转型发展却略显迟缓。在数字出版迅猛冲击传统图书出版的事实面前,以教育类出版物为出版范围的电子出版社似乎对新技术的“伤害”感受不深。在“双减”政策之前的国内市场上,受众对中小学教辅教参的需求盛景基本遮蔽了新技术冲击的“阴云”。另一方面,在“新闻出版业已进入印刷、电子、数字、互联网、大数据五种业态交叉竞争、立体发展的时代,原有的传统格局和管理模式已难以适应这种革命性的变化。因此,必须进行以供给侧革命为重点的转型升级”[2]之后,“书号收紧”、“控制规模”的导向日渐明显,在政策宏观引导着精品出版、融合出版之际,教育类电子出版社的管理却更加灵活,可观的效益掩盖了转型发展的现实需求,电子出版社的转型发展略显迟疑。

当然,这并不意味着电子出版社对技术环境变化大势没有敏锐的感知、完全无动于衷,否则就与教育类电子出版社转型融合发展目标大相径庭了。以我国数字出版为例,2010年《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》就明确提出“加快推动音像电子出版单位数字化升级”;十二五规划纲要则专门提及“数字出版、数字印刷、数字发行等新业态将进一步加快发展”;十三五规划纲要又明确指出要“加快发展数字出版这类新兴产业……,推动出版发行的转型升级”。国家宏观政策为扎实推进传统出版向数字出版的转型发展中的各类出版社提供了更多鼓励与扶持,电子出版社似乎由得益于政策的向好,形成了一个结构与功能更优的出版新业态,为读者大众提供了更多形式多样的出版物。同时一些带有前瞻性的数字化建设成果,为电子出版社的发展提供了更优质的生存空间。然而实际上,无论是电子出版社管理优势还是宏观政策向好,电子出版社转型的步伐和节奏始终没有期望中的如意,这类出版社往往在能保持“双效益”的基础上,未加深入思考出版发展的未来方向。另外,部分出版社转型困难的实际也影响了电子出版社转型的进度,以苏州大学出版社为例,有学者就指出“形态上的转变并不意味着盈利变现……数字出版收入并不乐观……整体而言,数字出版仍然处于幼苗阶段。”[3]。大出版社转型尚且如此,教育类电子出版社的转型势必存在同样的问题,一定程度上影响其转型发展韧性和劲头。

## 2.2. 内部机理问题

电子出版社自循环的内部机理中存在亟待整治的顽瘴痼疾。以电子出版社教育类出版物的竞争状况为例,因转型发展过程中的知识传播需要、出版社形象营销、经济效益等动因,电子出版物也存在与图书出版一样的同质化问题。据国家统计局近十年数据显示,我国每年电子出版物出版种类保持在7000~12,000种,出版数量最低也保持在25,270万张(数据来源:国家统计局),这本是电子出版界值得庆幸的喜讯,无可厚非。但出版同质化问题突出,有学者指出“出版主体在选题策划等方面存在效仿其他教辅图书出版主体的问题,……市场中存在着许多图书内容、包装形式、编排方式相似的产品”[4]。长期而言不利于出版业的健康成长。其次,中小学教辅教参的亲缘性特质导致一些出版物内容雷同、定位相似,营销方式差异化不足。而同类出版社的运作方式和管理模式趋于一致,客观上加剧了出版物的同质化竞争。此外,电子出版物在时间与空间分布上的差异化,导致策划方和读者大众甄别、选择同类出版物时耗时费力,长期而言,难免会令教育受众对小型电子出版社的出版物滋生选择困难症与疏远心理。

可见,重复性、同质化的出版物对教育类电子出版社整体生态系统是内耗的、非建构性的。

总括来说,教育类电子出版社危机具有整体性,既有来自复杂的外部环境冲击,也有发端于其内部的行业弊端。“双减”政策的出台加速了这些危机面相地呈现与凸显,也猛然触及了电子出版社艰难转型发展实质,随着政策的调整和变动,这类“问题”并不会随之自行转好,发展困境也不会自发销声匿迹,电子出版社的进一步发展需要脱胎换骨式的自我革新。

### 3. 守正创新,挖掘出版“生产、消费”端新动能

“动能”一词源于物理学概念,简言之就是指物体运动所具有的能量,人们常借用其来指推动事物发展的能量。习近平首次(2015.7在吉林调研)使用“新动能”一词时指出要“在适应经济发展新常态中寻求新突破,在振兴老工业基地中积聚新动能”。此后,该词多次被中央领导和中央文件提及。“不难理解‘新动能’实际是指新的推动经济发展的能量,是相对于新经济而言的,是在中国经济进入新常态、需要高质量发展的背景下提出来的。”[5]。基于此,中国出版业也需要培育新动能,即找到推动出版业发展、形成出版业新的增长点的能量。

#### 3.1. 重塑出版理念:助力电子出版社的转型破困

自2019年末新冠疫情发生以来,新媒体技术在多个领域日趋成熟,5G技术、云技术、直播、短视频、人工智能等列队上阵,教育也为此一改常态,通过各种新生的、趋成熟的技术形态丰富着教育的资源(包括各类数字出版物)及全方位的交流服务形式,这些变化大大拓展了传统教育形式的时空边界,从纯技术思维的角度看,这类数字出版物是可以满足传统教育所需的基本功能的,一段时间内电子出版社得益于此安身立命。“双减”政策的出台,无疑加剧了这类业态的存在和成熟。然而,纯技术性的改革是否就足以支撑电子出版社的发展与创新呢?

“有载体、不联网、封装化的传统电子出版物正在向多终端、网络化、开放性的数字化融合出版升级发展,移动互联、社交网络、云计算物联网、大数据、人工智能正在不断向传统电子出版渗透,VR、AR等可视化、强交互的技术正在加速服务于教育,帮助师生获得沉浸式的教与学体验。”[6]。这一状况反映出新闻出版业迅猛发展的现状,对电子出版社而言是机遇也是挑战。基于“双减”而引发的现实性问题,反映在出版理念上需结合“双减”政策的指向性,找准教育出版赋能教育的关键,在产销融合的结构上做进一步思考。

##### 3.1.1. 自觉承担新时代出版业的使命任务,以科学的出版理念指导电子出版社发展

找准教育类电子出版社立社之基与发展之重,认清其日渐明显的在融合发展新业态方面对传承民族文化、赋能教育教学的助力作用。围绕《“十四五”文化产业发展规划》和2021年7月教育部等六部门《关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见》等政策性文件,找到其中推动电子出版社有关数字资源的供给侧结构性改革要求和指导性文件,开发新型的教学资源和工具,从内容生产、出版传播、版权保护、运营服务等方面聚力,实现出版初心,助力电子出版物的教学赋能功能优化升级。

##### 3.1.2. 基于“双减”而发的现实性出版问题,要明晰其利弊,找准教育类电子出版社赋能教育的关键

教育类电子出版社市场份额本身不小,“双减”政策的全局性影响并不仅仅局限于教育类电子出版社一隅。电子类出版社的教辅教参(中小学)类选题势必锐减,但可喜的事,教育不会锐减,我们应该看到,教育类电子出版社的融合发展之势不会锐减。电子出版社的发展不仅仅是某一环节需要转型、创新、改革的问题,而应该看到其作为产业和企业的系统工程性。电子出版社转型发展的优势是独有的,比如网

络出版能助力产品形态的多样化。而从“生产、分配、交换、消费”角度而言,需进一步优化产业结构,进行全方位的筹划和布局,并进行立体化的思考与多层次的构建。

### 3.2. 着力结构优化,生产出版精品:实现教育类电子出版物价值最大化

#### 3.2.1. 加强环节管理,优化资源配置

电子出版社的一个共同特点在于:发展时间短,发展规模小,市场份额不大,大部分处于传统出版与全媒体出版的夹缝中,转型发展缓慢。数字出版融合发展的改革号角吹来已久,但可见的有效与高端供给却鲜有。推动电子出版社多层次改革,使“生产、分配、消费”等各环节更趋科学、合理,才能真正推进电子出版社的可持续发展。

一是,在生产环节,教育类电子出版社,应借“双减”之机,重新审视出版的方向和重点。明确电子出版社有别于图书出版社之处,在转型升级发展的过程中,注重把控生产端的信息、知识、数据、标准等要素的配置和使用,转变出版方式对图书出版轨迹的参照依赖程度,把电子出版社的优势,通过各要素的优化配置凸显完善。进一步整改粗犷的发展方式,细化指标、量化目标,注重选题创新、减少同质化投入,实现稳规模、求效益的发展大局。“文化兴则国家兴,文化强则民族强”,随着中国出版战略由出版大国向出版强国的转移,书号收紧的政策导向已经明确这一要求,这实际同“双减”政策对教育类电子出版物选题范围锐减的影响相似。因此,教育类电子出版物(中小学教辅教参)由品种数高速增长转为高质量发展的步伐必将随之加快,但坚持质量为王,“围绕素质提升、知识普及、课后服务、阅读辅导等环节”[7]。拓宽教育特色鲜明的知识服务面,将出版重点转向“高峰”大作的方向性举措仍是其发展不变的法宝。

二是,在分配环节,需要进一步解放思想,以人为本,调动文艺工作者的积极性,特别在对待青年文艺工作者方面,要识才、爱才、敬才、用才,引导青年文艺工作者守正道、走大道;在职称评审方面,出版社应参照2021年2月出台的《关于深化出版专业技术人员职称制度改革的指导意见》,以更加灵活多样的激励约束机制吸引人才、使用人才;“坚持多劳多得,着重保护劳动所得”,以此留住人才,真正做到以职业能力为核心守正创新,把人才队伍建设好。

三是,在消费环节,已有侧重挖掘教育培训机构消费者潜力的历史中,各教育类电子出版社经验丰富,面临新形势,这类消费群体大部分已然逝去。随着“双减”工作的推进,“教育出版机构纷纷表示,经历这次洗牌,原有教育出版格局将出现新变”[8],教育类电子出版社会更加紧迫地从“内容服务商”转向“知识服务商”,面临新形势,电子出版社对教育受众的群体引导、刺激和挖掘,必将随之改变。电子出版物的形式也应由此产生多元化、个性化、多层次的形态,不断丰富类别,提升出版物与教育受众的适应性,不断提升不同类型教育受众的消费品位。

#### 3.2.2. 强化创新意识,提高电子出版物内容供给质量

电子出版社的破困之举应立足实际,创新发展。坚持以提高出版物质量为主攻方向,以创新为第一动能,以特色创新为重要突破口,坚持原发性、持续性创新,不断提升可持续发展的出版能力,提升出版物的高品质供给。

一是,充分利用教育电子出版社的已有内容优势,优化存量资源的使用。在“双减”政策的背景下,教育类电子出版社应顺应时代新要求,对内容资源进行多元化嫁接和输出,对产品形态进行创新和突破,有步骤、有计划地建设各类教育文化资源数据库,从而实现内容资源、出版专业技能的整合优势,减少在媒体融合的环境中对教育政策的依赖而向纵深延伸和发展。在媒体融合纵向深入的阶段,电子出版社更要趁机抓住机遇,扩大自有优势,大力挖掘和整合内容资源,打造有特色的复合型产品,从内容(文字、

图片等)、形式(音频、视频等)两方面入手进行整合,结合知识服务的供给,将深耕多年的教育类产品优化升级,实现内容资源多元化、全方位整合。

二是,找准教育类电子出版物的特色,以出版社的出版特色、品牌资源为切入点,减少同质性产品的推广,从传承优秀传统文化和地方特色文化的教育角度,找准定位,挖掘文化教育资源,利用全媒体的技术与平台,结合传统出版与新兴出版的优势,对出版社原有的内容资源深层次加工、开发和整合,形成自己的竞争优势,真正实现内容资源的有效增值,如,地方特色教育产品,非物质文化遗产类教育产品。

三是,加大新技术、新知识等生产要素的投入,创新动力机制,变粗放式发展为集约式发展。在技术要素配置方面,充分利用自己的资质优势,以本社特色、品牌资源为切入点,进行选题创新,减少跟风出版的可能,以优质选题打造产品竞争力,提高单个选题的出版效益。在技术要素协作开发方面,教育类电子出版社可以考虑与第三方制作单位建立战略合作伙伴关系,通过内容资源共享、技术形态优势互补,拓展出版业务,在内涵式建设和外延式发展方面共同搭建互利共赢平台,将教育资源按照教育受众需求整合。此外,可通过建设高质量营销模式,实现发现工作去库存,增效益,促发展的目标。特别是在产业链平台的开发和建设方面,优化多载体、跨媒体的发行模式,实现教育产品资源的价值增长。

### 3.3. 转变服务意识,增强客户“黏性”

“海量优质的数字资源、良好用户体验的数字产品、高品质的数字出版服务可以引领、激发和创造新的数字需求。”[9]。面对融媒体业态下的教育受众,教育类出版物赋能教育发展的要求更高,个性化需求更突出。电子出版社更需注重从教育受众角度思考,在传承文明,传播文明的同时注重个性化传播,强化个性化服务,多角度、全方位、多层次满足教育受众的需求,增强客户“黏性”。

#### 3.3.1. 重视用户体验,挖掘消费潜能

教育类电子出版物赋能教育功能愈发凸显,电子出版社应重视教育受众的特殊性,内容上坚持传承中华文明,传播科学,弘扬正能量;形式上注重创新编辑理念和编辑手段,优化教育受众体验。电子出版物制作要兼顾其科学性、实用性、生动性。在与客户保持互动性方面,思考教育受众的范围、类别、学科需求、知识需求等,创新与教育出版物受众互动的广度和深度,从内容、服务、社群等方面着手,以持续地让电子出版物受众群体深度参与其中,实现产品购买的周期性呈现。保持“线上+线下”的融合,在出版物制作方面,立体化建设教育类电子出版物,多角度满足“视觉文化”时代人们追求知识更新又偏重感官刺激的精神追求,提高用户使用的可行性、知识性、灵活性。在技术加持的当下,引入图像识别技术、AR/VR技术、语音识别技术等提高教育受众学习的沉浸度,通过提升体验显著影响用户黏性。

#### 3.3.2. 激活数据潜能,提升对教育受众的个性化服务

顺应数据中台建设在出版业推进的大势,从技术、运营、管理方面创新优化机制,打破层级壁垒,提升数据管理、处理、运用能力。首先,基于数据资源,赋能个性化产品的定制。电子出版社存量教育产品有明显的数字优势,出版社可根据相应的数据分析、区块链技术等,从制作、传播、消费、应用各环节融入教育受众思维,建立良好的教育受众生态系统,依托受众数据库,准确跟进受众的知识需求变化,以更快、更好、更优地完成出版使命,以特色内容获取受众注意力,加大出版社品牌溢价。其次,推出大数据分析下的知识个性化服务。在数据分析基础上围绕知识传播、素质提升、课后阅读等环节进行个性化服务设计,以数据化、智能化的数据管理,增值服务内容和服务形式,以个性化服务增强用户黏性。

#### 3.3.3. 多元营销模式,助力教育受众选择

着眼教育受众群体实际,加强多元化电子出版物之间的联动,创新电子出版社营销模式。一方面,

当下我国移动支付技术的成熟, 教育受众阅读碎片化、受教育程度相对较高, 线上支付得心应手。因此, 在营销过程中, 电子出版社应积极顺应这一趋势, 着眼在移动支付、知识付费环节的易用性, 围绕读者实情, 广开盈利渠道, 加大零售模式的探索, 增强用户使用的便利性。另一方面, 在 5G 技术、区块链、物联网、云服务等现实条件下, 多渠道拓展营销渠道, 细化直播带货、短视频营销内容, 强化流量思维, 结合品牌创建, 实现多平台、多维度、多端口的全域营销。

#### 4. 结语

综上所述, 现阶段电子出版社在“双减”政策这类外部政策因素刺激下, 存在一定程度的发展困难, 但应该正视电子出版社在我国未来出版产业发展宏图中的重要作用。教育类电子出版社不可避免地承担了赋能教育的重要内容, 尽管受诸多因素影响, 其破困过程缓慢、滞后, 但是我国出版产业高质量发展要求和态势不可逆转, 促进出版产业在新时代的改革这一中心话题和发展主线不会动摇, 教育类电子出版社势必重新思考与探索出一条适合电子出版社发展的最佳路径, 实现教育出版赋能教育的初心, 发挥教育类电子出版社赋能教育的巨大作用。

#### 参考文献

- [1] 曾建辉. “双减”政策下我国教育出版的格局新变及未来发展[J]. 科技与出版, 2022(1): 63-69.
- [2] 柳斌杰. 中国新闻出版业改革创新 40 年[J]. 中国出版, 2018(20): 3-11.
- [3] 陈爱梅, 李天蔚. 数字化时代大学出版社版权现状分析——以苏州大学出版社为参照对象[J]. 新闻研究导刊, 2018, 9(10): 222-223.
- [4] 吴窈. 教辅图书出版现状及存在的问题分析[J]. 新闻传播, 2020(6): 47-48.
- [5] 文心. 国有出版企业亟需强化培育出版新动能[J]. 出版参考, 2019(3): 30-33, 37.
- [6] 王薇. 电子出版融合联动之路径初探——以人民教育电子音像出版社数字化产品出版为例[J]. 中国传媒科技, 2020(7): 99-104.
- [7] 王飏, 毛文思. 2021 年中国数字出版发展态势盘点及 2022 年发展展望[J]. 科技与出版, 2022(3): 13-23.
- [8] “双减”后教育社加速向知识服务商转型[EB/OL].  
<https://www.gdpg.com.cn/index.php?m=article&a=index&id=1483&cid=9>, 2021-09-07.
- [9] 冉梨, 张洪建. 深度融合发展视域下数字出版二元共计体系探索与研究[J]. 编辑之友, 2021(2): 38-46.