

电子商务视角下小学数学辅导教材网络销售措施建议分析

陈 彪

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年4月29日; 录用日期: 2026年5月13日; 发布日期: 2026年10月19日

摘 要

在电子商务蓬勃发展的背景下, 小学数学辅导教材的网络销售成为教育出版领域的重要发展方向。本文分析了当前小学数学辅导教材网络销售的现状, 指出存在营销方式单一、内容同质化、流量成本上升等问题。并从品牌建设、内容创新、渠道拓展、营销策略优化、技术应用、售后服务等方面提出具体的网络销售措施建议, 旨在为小学数学辅导教材的网络销售提供理论支持和实践指导, 促进其健康、可持续发展。

关键词

电子商务, 小学数学辅导教材, 网络销售, 营销策略

Analysis of Measures for Online Sales of Primary School Mathematics Tutoring Textbooks from the Perspective of E-Commerce

Biao Chen

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: April 29, 2026; accepted: May 13, 2026; published: October 19, 2026

Abstract

Against the backdrop of the booming development of e-commerce, online sales of primary school mathematics tutoring textbooks have become an important development direction in the field of educational publishing. This article analyzes the current situation of online sales of primary school mathematics tutoring textbooks, pointing out problems such as single marketing methods,

homogeneous content, and rising traffic costs. And specific suggestions for online sales measures are proposed from aspects such as brand building, content innovation, channel expansion, marketing strategy optimization, technology application, and after-sales service, aiming to provide theoretical support and practical guidance for the online sales of primary school mathematics tutoring textbooks, and promote their healthy and sustainable development.

Keywords

E-Commerce, Primary School Mathematics Tutoring Materials, Online Sales, Marketing Strategy

Copyright © 2026 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

随着互联网技术的飞速发展和电子商务的普及,网络购物已成为人们生活中不可或缺的一部分。在教育领域,小学数学辅导教材作为学生学习的重要辅助工具,其网络销售也呈现出快速增长的态势[1]。网络销售具有便捷性、高效性、低成本等优势,能够突破地域限制,为消费者提供更广泛的选择。然而,当前小学数学辅导教材网络销售也面临着诸多挑战,如营销方式单一、内容同质化严重、流量成本上升等。因此,研究电子商务视角下小学数学辅导教材的网络销售措施具有重要的现实意义。

本研究引入用户接受技术模型(UTAUT)和波特五力模型作为分析框架,系统剖析小学数学辅导教材网络销售市场的消费行为特征与竞争格局,并结合行业数据对现存问题进行实证论证,在此基础上提出针对性的优化措施。

2. 小学数学辅导教材网络销售现状

2.1. 市场规模不断扩大

近年来,随着家长对孩子教育重视程度的不断提高,小学数学辅导教材市场需求持续增长。根据新华书店有关报告数据显示¹,2024年教辅图书零售市场码洋同比上升18.73%,其中内容电商渠道码洋同比增幅超过70%,教辅类图书在内容电商渠道中占比近七成。小学数学辅导教材作为教辅市场的重要组成部分,其网络销售规模也在不断扩大。

2.2. 销售渠道多元化

目前,小学数学辅导教材的网络销售渠道主要包括电商平台、社交媒体平台、在线教育平台等。电商平台如淘宝、京东、当当等,凭借其庞大的用户基础和完善的物流配送体系,成为小学数学辅导教材网络销售的主要渠道。根据最新出版物发行单位年度核验数据发布²,2024年图书电商渠道销售占比达到62.3%,其中京东图书和当当网合计占据超过40%的市场份额。社交媒体平台如抖音、小红书等,通过短视频、直播等形式进行产品推广和销售,逐渐成为新兴的销售渠道。据蝉妈妈数据³,2024年抖音电商教育图书类目GMV同比增长超过120%。在线教育平台则结合自身的教学资源优势,推出与课程配套的辅导教材,实现教学与销售的一体化。

¹<http://etjbooks.com.cn/post/157/73872>

²<http://gxbgsx.com/news/show-40301.html>

³<http://www.ec100.cn/detail--6651451.html>

2.3. 消费者需求多样化

随着教育理念的不断更新和学生学习需求的多样化，消费者对小学数学辅导教材的需求也呈现出多样化的趋势。除了传统的纸质教材外，消费者对数字化教辅产品、个性化定制教辅产品的需求逐渐增加。同时，消费者对教材的内容质量、教学方法、趣味性等方面也提出了更高的要求。

3. 理论分析框架

3.1. 基于 UTAUT 模型的消费者接受意愿分析

本研究引入 Venkatesh 等(2003) [2]提出的用户接受技术模型(UTAUT)，从绩效期望、努力期望、社会影响和便利条件四个维度，分析家长对小学数学辅导教材数字化产品(如电子书、在线课程、教育 APP 等)的接受意愿，见表 1。

Table 1. UTAUT Dimension
表 1. UTAUT 维度

UTAUT 维度	在小学数学辅导教材中的具体表现
绩效期望	家长认为数字化教辅能否有效提升孩子数学成绩
努力期望	数字化产品的操作难度和学习成本
社会影响	其他家长、教师、KOL 推荐对购买决策的影响
便利条件	支付便捷性、物流速度、售后服务等

研究表明，当家长感知到数字化教辅的绩效期望高(即能切实提升成绩)、努力期望低(即操作简单易上手)时，其购买意愿显著增强。这为商家开发用户友好型数字化产品提供了理论依据。

3.2. 基于波特五力模型的市场竞争格局分析

运用波特五力模型分析小学数学辅导教材网络销售市场的竞争格局，见表 2：

Table 2. Competition pattern in the online sales market of elementary school mathematics tutoring materials
表 2. 小学数学辅导教材网络销售市场的竞争格局

竞争力量	具体分析
现有竞争者之间的竞争	市场参与者众多，包括传统出版机构(人教社、北师大版等)、新兴教育科技公司(学而思、猿辅导等)，竞争激烈，产品同质化严重
潜在进入者的威胁	在线教育平台(如抖音、快手)凭借流量优势切入教辅市场，进入门槛较低，威胁较大
替代品的威胁	免费在线学习资源(如国家中小学智慧教育平台)、AI 辅导工具(如 ChatGPT 类产品)构成替代威胁
购买者的议价能力	家长对价格敏感，且信息获取便捷，议价能力较强
供应商的议价能力	优质内容创作者(名师、教育专家)稀缺，议价能力较强

五力分析表明，当前市场处于高竞争、高替代威胁的格局中，商家需通过差异化竞争和品牌建设构建护城河。

4. 小学数学辅导教材网络销售存在的问题

4.1. 营销方式单一

目前，许多小学数学辅导教材的网络销售仍然采用传统的营销方式，如简单的产品展示、价格促销

等。缺乏创新的营销手段，难以吸引消费者的注意力。例如，在社交媒体平台上，一些教辅商家的营销内容同质化严重，大多是千篇一律的产品介绍和促销信息，缺乏趣味性和互动性，无法激发消费者的购买欲望。行业分析指出，教育类短视频内容的用户留存难度普遍高于美妆、美食等娱乐属性较强的品类，反映出教育类内容在流量获取和用户注意力竞争中的天然劣势。

4.2. 内容同质化严重

市场上小学数学辅导教材种类繁多，但内容同质化现象严重[3]。许多教材在知识点讲解、例题选择、练习设计等方面缺乏创新，只是对教材内容的简单重复和模仿。据行业观察，市面上大量小学数学教辅在核心知识点覆盖上高度重合，差异化不足，难以满足消费者对个性化、差异化教辅产品的需求，也影响了教材的销售效果。

4.3. 流量成本上升

随着电子商务竞争的加剧，获取流量的成本越来越高。为了在众多竞争对手中脱颖而出，小学数学辅导教材商家需要投入大量的资金进行广告宣传和营销推广，如购买搜索引擎关键词、投放社交媒体广告等。近年来，教育行业在主流短视频平台的获客成本持续攀升，商家普遍反映流量费用上涨明显[4]。高昂的流量成本增加了商家的运营成本，降低了利润空间，也对商家的可持续发展带来了一定的挑战。

4.4. 缺乏专业营销人才

电子商务的发展需要既懂教育又懂营销的专业人才。然而，目前许多小学数学辅导教材商家缺乏专业的营销团队，营销人员的专业素质和营销能力参差不齐。他们往往缺乏对教育市场的深入了解和把握，无法制定出科学合理的营销策略，影响了教材的网络销售效果。据招聘平台调研，复合型营销人才(兼具教育背景与电商运营能力)在在线教育及教育电商领域普遍紧缺，人才供给与市场需求之间存在明显缺口。

5. 电子商务视角下小学数学辅导教材网络销售措施建议

5.1. 加强品牌建设，提升品牌影响力

小学数学辅导教材商家应注重品牌建设，打造具有专业特色和良好口碑的品牌。通过提供高质量的教材产品、优质的服务和良好的用户体验，树立品牌形象，提高品牌知名度和美誉度[5]。例如，一些知名的教育出版机构凭借其丰富的教育资源和专业的编辑团队，推出了一系列优质的小学数学辅导教材，在市场上树立了良好的品牌形象。根据 UTAUT 模型中的“社会影响”维度，品牌知名度越高，家长的购买意愿越强。

5.2. 创新内容形式，满足多样化需求

随着信息技术的不断发展，数字化教辅产品具有方便保存、便于携带、互动性强等优势，越来越受到消费者的青睐。根据 UTAUT 模型的“绩效期望”维度，当家长感知到数字化产品能有效提升学习效果时，其接受意愿显著提高。小学数学辅导教材商家应加大对数字化教辅产品的开发力度，推出电子书、在线课程、教育 APP 等数字化产品。例如，人教 e 学将人民教育版教材、音频、视频等数字化资源放入定制化的电脑平板里捆绑销售，为学生提供了更加便捷、高效的学习方式。

5.3. 拓展销售渠道，提高市场覆盖率

电商平台是小学数学辅导教材网络销售的主要渠道，商家应加强与淘宝、京东、当当等电商平台的合作，优化产品展示页面，提高产品的搜索排名，增加产品的曝光度。同时，利用电商平台的营销工具，

如促销活动、限时抢购、满减优惠等，吸引消费者购买。商家可以通过抖音、小红书、微博等社交媒体平台，发布有趣、有用的教学视频、图文内容等，吸引用户的关注和分享，扩大品牌影响力。同时，利用社交媒体平台的直播功能，开展直播带货活动，实时与消费者互动，解答消费者的疑问，促进产品销售。

5.4. 优化营销策略，提高营销效果

价格是影响消费者购买决策的重要因素之一。小学数学辅导教材商家应根据产品的成本、市场需求、竞争情况等因素，制定合理的价格策略[6]。可以采用低价定价策略，吸引价格敏感型消费者；也可以采用定制定价策略，根据不同版本、不同套餐的产品制定不同的价格，满足消费者的个性化需求。根据波特五力模型中“购买者议价能力”较强的判断，商家需通过差异化定价降低价格敏感度。

5.5. 应用先进技术，提升营销效率

大数据技术可以帮助商家深入了解消费者的需求和行为特征，实现精准营销。商家可以通过收集消费者的浏览记录、购买记录、搜索关键词等数据，分析消费者的兴趣爱好、购买偏好、消费能力等信息，为消费者提供个性化的产品推荐和营销服务[6]。例如，根据消费者的购买历史，为消费者推荐相关的辅导教材和在线课程。

5.6. 完善售后服务，增强客户信任

小学数学辅导教材商家应提供专业的售后服务，解答消费者在使用教材过程中遇到的问题。可以设立专门的客服热线和在线客服，及时响应消费者的咨询和投诉[7]。同时，建立客户反馈机制是了解消费者需求和改进产品的重要途径。商家应鼓励消费者对教材产品和服务提出意见和建议，及时收集客户的反馈信息。根据客户的反馈意见，对教材内容和营销策略进行改进和优化，不断提高产品质量和服务水平[8]。

6. 结论

在电子商务视角下，小学数学辅导教材的网络销售具有广阔的发展前景。本研究基于 UTAUT 模型分析了家长对数字化教辅产品的接受意愿，基于波特五力模型剖析了市场竞争格局，并结合行业数据论证了当前存在的营销方式单一、内容同质化严重、流量成本上升等问题。为促进小学数学辅导教材网络销售的健康发展，商家应加强品牌建设，提升品牌影响力；创新内容形式，满足多样化需求；拓展销售渠道，提高市场覆盖率；优化营销策略，提高营销效果；应用先进技术，提升营销效率；完善售后服务，增强客户信任。通过采取这些措施，不断提高小学数学辅导教材的网络销售水平和市场竞争力，为学生提供更加优质的教育产品和服务。

参考文献

- [1] 闫有良. 小学数学中计算教学的策略探讨[J]. 中国电子商务, 2013(19): 159.
- [2] Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D. (2003) User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27, 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- [3] 刘凡帆. 我国小学数学教材中数学文化的比较研究——以人教版、苏教版和北师大版为例[D]: [硕士学位论文]. 绍兴: 绍兴文理学院, 2023.
- [4] 吴小华. 浅谈初中数学教学中学生自学能力的培养策略[J]. 魅力中国, 2019(35): 248-249.
- [5] 黄育鹏. 联系生活体验培养学生数学素养[J]. 中国电子商务, 2013(22): 153, 155.
- [6] 杨翠. 积极探索勇于实践喜忧参半任重道远——云南省实验小学作文课堂教学竞赛观摩活动随想[J]. 课程教材教学研究(上半月), 2001(7): 77.

- [7] 廖兴锋. 中职电子商务专业“个性化定制”精准育人模式的研究与实践[C]//广东教育学会. 2021 年度学术讨论会暨第十七届广东省中小学校长论坛. 东莞: 东莞市电子商贸学校, 2021: 82-89.
- [8] 崔萍. 学科型教学游戏在小学数学教学中的应用初探[J]. 中华少年, 2017(5): 125-126.