

湖北省新华书店(集团)有限公司 HUBEI XINHUA BOOKSTORE (GROUP) CO.,LTD

“三化”战略驱动数字引擎 打造教育服务新生态

面对教育数字化转型浪潮和落实教育“双减”政策要求,湖北省新华书店集团坚定不移实施“平台化运营、网格化服务、数字化管控”三化战略,创新构建“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”双擎驱动体系,通过革新服务模式、营销机制、运营架构与团队思维,有效应对政策与市场挑战,稳固并拓展线上发行主渠道主阵地,为出版发行行业教育服务转型提供了“湖北方案”。



从数字到数据 湖北新华教育服务再升级

■受访人：邱从军(湖北省新华书店(集团)有限公司党委书记、董事长)

“我们实现了从数字到数据、从B端到C端的跨越”,专访中,湖北省新华书店(集团)有限公司党委书记、董事长邱从军感慨道。从2022年4月启动“湖北新华教育服务平台”开发,到2024年秋季实现全省75家分公司的线上全覆盖;从开始要求每位业务员带着电脑学习到现在经过推广读者和消费者已经习惯在平台下单并积极参与到平台建设中……经过2年多发展,“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”双平台建设效果初显,而扛着压力的邱从军也松了一口气,发出了采访一开始的感慨。如何看待当下新华书店发展面临的挑战,未来有哪些路径可以开拓?中国出版传媒商报记者对邱从军进行专访。

□您如何看待当下实体书店尤其是教育服务领域面临的发展困境?

■近年来国家推进教育“双减”政策落地和规范教辅征订、减轻学生负担,对全国出版发行行业服务方式、营销模式都提出了新的更高要求。

为了进一步落实国家政策要求,湖北新华在2022年提出了加快数字新华建设的战略,重点围绕“平台化运营、网格化服务、数字化管控”三化战略,创新构建“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”双擎驱动体系,实现从服务B端教育部门及学校到服务C端学生及家长的转型。其中,湖北新华教育服务平台重点打造从幼教、义教到高中、大学的全学段、全学科、全品种的一站式学生服务中心,以满足学生的学习产品为主,未来将成为集学生产品预售、教学教研、交流展示于一体的纸质融合综合性服务平台。倍阅学习中心则打造学生一站式服务中心。经过2年多实践和社会反馈,实现了学生自愿购买、家长放心购买、消费者阳光便捷购买。

□围绕双平台建设,湖北新华今年乃至未来还有哪些规划?

■未来,湖北新华坚持“读者在哪里,服务就到哪里”的理念,以数字化提升线上线下一体化服务能力,不断丰富各类线上平台功能,提供一体化解决方案,努力把各类线上平台打造成服务湖北“文化强省”和“教育强省”的主平台、主阵地、主窗口和新品牌,聚合纸质资源和数字资源,实现教学教研、活动展示、交流沟通全方位服务,向知识服务、教学教研服务升级。2025年,湖北新华重点在“一大一小”端发力服务延伸拓展。“一大”即面向大学生提供一站式服务,“一小”即做优服务幼儿园幼儿教育,实现全学段一站式服务。

顺应教育服务新趋势 湖北新华线上平台应运而生

湖北新华于2022年着手打造线上服务平台矩阵,这一平台矩阵专为满足教育部门教育教学需求而精心设计,旨在为教育部门和学校提供更为便捷、高效的教育教学支持,该平台集营销与服务于一体,功能全面,是湖北新华助力教育事业发展的的重要举措。

一是打造长江传媒教育产品营销发行的线上“主阵地”。以全域会员用户为基石,打破线上线下数据界限,实现教育服务平台的全域化运营、数据互联互通、资源共享以及服务深度融合。通过不断推进营销业务流程与业务执行的数字化进程,借助数智化的强大力量,湖北新华将持续提升营销策划的精准性与营销决策的科学性,全力打造涵盖“教育图书+教育文创+数字产品”的全方位线上营销发行核心阵地。

二是打造长江传媒教育资源整合输出的线上“主渠道”。依托平台庞大的用户基础、高度的应用黏性、坚实的技术支撑以及便捷的服务体验,与各大出版单位紧密合作,对接其优质教育资源。

通过内容资源的深度整合以及纸媒与数媒的有机融合,实现教育资源与产品服务的精准化推送,逐步构建起以“课堂教育+课后服务”为核心的资源整合输出主干道。

三是打造服务教育强省建设的线上“主平台”。充分挖掘并整合内外部丰富的出版资源,通过广泛开展资源整合与业务合作,覆盖学校教育、家庭教育、社会教育以及教育行政管理等多个领域,形成教育数字服务新生态,为教育强省建设提供深入全面的服务支持。

2023年4月,湖北新华教育服务平台、倍阅学习中心同步建成;同年5月,新华书店集团成立了线上服务平台运营项目组,负责统筹全省线上教材教辅发行业务规划,组建了省市县三级运营团队,强化对市县分公司平台运营的学习培训、实操指导、平台运维和推广宣传等工作,出台了线上服务平台《市(州)分公司运营项目建设方案》《预售管理办法》《线上服务平台信息安全管



多维发力 打造教育服务数字化新引擎

构建“双轨运营”体系,推动平台运营注入新动力。紧密结合教育行业的新政策导向、文化消费的新趋势以及发展模式的新变革,聚焦于“数字新华”的转型目标,全力推进“湖北新华教育服务平台+倍阅学习中心”的双轨运营体系建设,不断完善和优化“出版+大教育”的服务生态圈。其中,“湖北新华教育服务平台”作为面向全省教育用户的综合性服务平台,通过不断升级平台功能、丰富平台资源以及提升服务水平,已经成功打造成为覆盖全学段、全学科、全领域的“教学研展评”一站式服务平台。“倍阅学习中心”以满足学生和家长的市場型教辅、助学读物等教育产品需求为核心,通过全域精准营销实现消费延伸与转化,全面覆盖用户教育消费需求,实现业务增量、用户黏性与品牌价值的协同提升。

聚焦“网格化服务”,推动业务转型取得新突破。以“基于服务网格化实现服务精准化”为目标,致力打造网格区域科学化、管理专业化、服务一体化、统筹信息化的网格化服务新格局。结合学生人数、教学层次、地理位置及便于服务等因素,科学划分服务网格。同时,深化“两员团队”的融合,充实网格员队伍,打造适应业务互联网化、网络化的专



理办法》《平台操作手册》等多项制度,从技术和业务层面有力确保了线上运营工作平稳有序推进;分层分类举办平台操作培训30余场,覆盖2000余人次,全面提升了全省分公司线上平台操作应用水平。2023年秋季,线上预售在全省全面铺开;2024年秋季,实现了全省75家分公司义教阶段线上全覆盖,初步探索了“幼教+高中”的线上预售新模式。截至2025年6月,平台服务用户超477万人,订单量突破2645万单,基本实现教育服务模式由传统线下征订全面向线上自愿购买和全方位服务模式转型,成为服务教育强省建设的数字化新引擎。

业运营服务团队。目前,依托全省440余家门店和2200名“两员”团队,已成功组建了720个线下服务网格,显著提升了物流配送服务到班、客服售后跟踪到人的综合服务水平。并且,根据不同网格的教育教学需求,开展“一地一策、一校一案、服务到生”的精准服务。在依托实体门店平台的同时,充分发挥线上社群信息传播的优势,通过“线下网格化服务”与“线上网格化社群运营”的有机结合,全面提升服务质效。

深化“技术+内容”融合,推动线上资源提质升级。教育类出版物配套数字资源在教育服务体系中地位日益凸显,目前,湖北新华已重点聚合了本版公告教辅、读物、幼儿教育等产品配套的数字资源共计12744份。其中,依托“倍阅阅读”智慧阅读平台,自主研发了“整本书阅读”产品测试题库资源5060余份;聚合了少儿社、文艺社的阅读配套音视频资源5800余份。同时,联合湖北教育出版社、长江少年儿童出版社、湖北科学技术出版社、湖北美术出版社、崇文书局、湖北九通电子音像出版社等本版社,共同制定了《建立健全数字教育服务体系工作方案》,聚合并上传了教材读物、公告教辅、幼儿教育等数字资源共计1884份,为线上平台提供了丰富多样的教育资源。

从营销到运营 全面升级“校一家一社”服务新模式

营销模式创新,以“精准触达”打破市场困局。在政策严监管的背景下,湖北新华及时响应政策管理要求,以“自愿购买”为原则,以用户需求为导向,深入实施“平台化运营、网格化服务、数字化管控”三化战略,有效推进业务线上线下一体融合,构建起教材教辅征订发行新体系。

湖北新华郧西县分公司借助“教育服务平台”推行线上预售,推动高中市场规范发展。经过2023年秋季后持续地尝试和实践,初步建立了较规范的操作流程体系。一是规范制作产品预售学习包,针对不同学科、语种进行个性化组合制作。二是规范线上预售,严格按照相关政策要求“不捆绑”“不搭售”“不强制”。三是规范配送到校到生,不断提升家长使用满意度。

平台服务创新,“产品+活动+服务”场景化、生态化赋能。湖北新华以技术驱动服务升级,构建覆盖“教学研展评”全场景、全链条的数字化生态。一是资源整合全域化,建设教育类出版物配套数字资源,目前,湖北新华已聚合本版公告教辅、读物、幼儿教育等产品配套的数字资源1.27万份;开发活动、教学、教研、评价“四中心”,实现纸数融合资源精准推送。二是增值服务场景化,2024年全省共举办覆盖14个区域共42家分公司的“教师能力素养提升培训”104场,惠及教师超3万人;联合各市县教育局共同策划开展近30场“师生展评活动”;44家分公司参与“新华书店杯”中小學生暑假社会实践活动”“寒/暑假读一本好书活动”三项省级层面线上活动。三是服务响应智能化,针对高中科目组合复杂的特点,以“活动码+班级标签”实现个性化组合预售,确保资源精

准匹配。同时,自主研发发货小程序,解决发书单使用不便问题,分书差错率趋近于零,实现“降本增效”双突破;通过“AI客服机器人+总部专业客服+分公司网格化服务”全链式体系,确保售后响应全面高效。

运营机制创新,“数据驱动+三级联动”提高服务效能。湖北新华革新渠道,以数据驱动服务阵地前移,实现教育服务的精准直达和跟踪服务。一是构建高效协同的数字化运营网络,以“湖北新华教育服务平台”为综合性底座,“倍阅学习中心”聚焦市场化学习服务,形成B端与C端双轮驱动;二是打造数智决策体系实现数据赋能,自主研发多层级“数据分析驾驶舱”,支撑全省预售实时动态跟踪与分析;三是服务协同覆盖,建立“省市县三级项目组+总部多部门”联动体系,保障合规运营、个性化服务及多元化发展。

湖北新华宜昌市分公司打造网格服务样板,构建精准营销新生态。率先推行网格化服务管理体系,实现“人人入网,校校进格,以格定责”的精细化服务。同时,积极探索全员营销新模式,打破部门与职级界限,激发全员营销活力。借助数据驱动管理理念,以量化考核指标为抓手,构建起“比学赶超”的良性竞争氛围,显著提升了市场洞察力与服务精准度。

团队思想革新,以“破壳思维”驱动服务能力升级。面对行业系统性变革,湖北新华线上平台建设从“支撑业务”转向“服务师生”,全省基层团队以“破壳思维”转变营销模式、重塑服务核心竞争力。通过“平台化运营、网格化服务、数字化管控”三化战略驱动,从传统发行拓展到“图书+平台+培训”全

生态文化增值服务,以数字化转型重构教育服务价值链;常态化开展平台化运营、教育服务能力提升培训,建立“比学赶超”考核机制,推动全省员工能力跃升,团队服务意识与创新能力持续进化,为“守牢主阵地、夯实主渠道”注入强劲动能。

随着暑期营销高峰期到来,湖北新华咸宁市分公司通过打好线上线下发行“组合拳”,全力做好一至八年级暑期发行服务。一是融合宣传精准触达,打破传统模式,依托抖音、视频号、公众号等新媒体矩阵提前预热,30余场主题直播聚焦“作业到仓”“家长选购”等场景,吸引了超20万人次观看。直播中融入湖北新华会员专属“图书代金券”,带动线上销售额上万元,有效激活家长群体购书需求。二是“两员融合”敏捷服务,以“文化服务专员+教育服务专员”双引擎带动服务升级,文化专员扎根社群直播互动,教育专员借力预售数据精准分析,仓库全员确保分发到位,实现发行流程全面优化。前后端双员联动下,订单响应时间极大缩短,家长满意度不断提升,打造了“需求洞察—精准供给—售后服务”的服务闭环。三是产品分层灵活供给,创新“线上预售+门店选购”模式,线上平台提供单项产品自由组合,并配套“邮寄到家”或“门店核销自提”两种提货方式,有效将线上客流引导至实体门店,通过分层化的产品组合与弹性购买策略,精准触达C端客户,双向引流激活市场,实现供需高效匹配与服务模式升级。

未来,随着“新华E教”APP上线与“四中心”AI赋能深化,湖北新华的教育数字化生态将向覆盖“校一家一社”的全场景持续进化,为教育强省建设提供更坚实的支撑。