



谈《高分对练》的产生

前段时间有个《高分对练》的项目启动会，即《高分对练》产品的第一次开会，各学科的一位负责这本书的编辑，跟着产品经理魏宝健，编辑部经理贾魏华，《高分对练》的策划人赵总（赵学军），翟总（翟维全），就这样，《高分对练》这本书就即将问世。

专题一 直线运动

1. 考点一：一种“特殊”的运动——匀变速直线运动 001
考向一：运动的描述——位移、速度和加速度 003
考向二：运用匀变速直线运动的规律解题 005
考向三：两个典型的匀变速直线运动——自由落体和竖直上抛 006

考点二 两个运动的直接追述——图像问题

考向一：x-t 和 v-t 图象蕴含了哪些信息? 10
考向二：图象的“精”妙用 12

滚动训练 A

滚动训练 B

诊断报告			
考向	难度分级		
	易	中	难
1. 运动的描述——位移、速度和加速度	1,7	5,9	
2. 运用匀变速直线运动的规律解题	6	24,10	12
3. 两个典型的匀变速直线运动——自由落体和竖直上抛	3	8	11

而这本书的工作开始前执了，即在稿件进行研发时，编辑就开始参与选题的策划、这本书的思路、内容的编写、体例设计、装帧、与作者的交流、约稿、催稿、审稿等工作。《高分对练》这本书的思想是赵总（赵学军）的点子，第一次开“高分对练”这个项目的会议，受益颇多，赵总分析了市场上的零售图书，销售比较好的有《必刷题》、《学霸笔记》、《一遍有《完全解读》；3.再后来为了提高高考升学率，教辅书的形式发展为以练为主导，以讲为辅助，市场上的代表作有《五年高考三年模拟》、《一本》等；4.后来又出现了以纯练类的教辅书，《必刷题》《一遍过》等；5.猜测未来教辅书应趋向于导学类，自己能够自学自练，自己发现错因，自己校正，自己强化练习，即归因导学、导学导考这一类的题。

做习题之所以会出错，是因为共存各个环节的记忆是不清楚的，知识储备不准确。以化学为例，哪些离子不能共存，哪些能够生成沉淀，哪些能够生成微溶物，哪些能够生成气体，哪些能够生成双水解，哪些能够氧化还原，这些都应作为一个知识库储备下来，包括溶液的颜色，及化学反应中加条件的，酸性环境下的，碱性环境下的，加热条件下，各个不同的条件，黄色溶液，无色溶液，这叫基本的学科也相应地进行分块，不同的学科进行不同的分块，每一块是一本书，每个专题的前面是本专题的学习指导，或者是学习方法，这是一般的《必刷题》《五三》《学霸笔记》所没有的。它们的书开始时就直接进入正题了，就是所谓的题目了。但在实际教学应用中，非常有必要对这一专题进行一下分析，分析这一专题到底应该怎么学，应注意做实验时会有什么实验现象，什么实验步骤，在具体的实验过程中应该要注意哪几个点，这就是在学习过程中的学

习方法，然后是备考策略，考试占有的分数是多少，考试的频率高不高，将会怎么考你，就等于整个专题的备考指导，一个学习指导，一个备考指导，相当这本书的导学与导考，接下来就是这本书的使用说明，因为这本书和其他书不一样，你必须把它的特点，通过使用说明告知读者，这个书还有这个特色，相当于是我们买的家电，告诉大家这个家电应该怎么样使用，有什么特点，要把它点出来。接下来是目录，先看再练再导，只针对解题能力、错因来分析，不是所有题目都要导，有难度的题目才导，不会让学生厌烦。

这本书还有另一个特色，就是答案的比重应该要重视起来。例如创造设计的答案，比主书的份量还要重，不像原来那样是夹在书里作为一个小册子。另外，字号、字体也很重要，切记一页的书中全是文字，至少要加个导图。里面的栏目设计，建议参考《一本》，是胡子设计的，胡子说了一句话，“如果我做一个封面，上面的内容无限多的话，这个封面非常不好设计，做一个加法，谁都好设计”。但是，《一本》的这个封面，把其余的东西都隐藏了，只突显它想要强调的部分。《一本》的这个封面设计既简单，学生还想买，做得很成功。再如很多品牌的图标也做得很成功，如奥迪、耐克、李宁，简单明了。越简单越容易被人们记住，例如，《完全解读》就是一把钥匙，《一本》就是两个字，别人一提起来，就说这两本书真好，版式设计挺上档次的；又如《必刷题》，就是个专色的封面，加上“必刷题”三个字，反而非常抢手。所以我们在做版式设计上，可以借鉴参考这些书的优点，尽可能地去减少东西。另外，从里面的内容上，如果仅仅为了漂亮而做设计，这个想法一定要取消，做设计一定要为了功能。如加阴影，加波浪线，特色字体，通过加重你改的所去强调的部分来设计，而不是为了漂亮而去加什么啊，底色，反而会喧宾夺主，学生想看的看不到。想看的部分应该突出，不需要看的，就看不到，这是设计的最高境界。

此外，虽然我们只是一个编辑，但我们审稿时，应该以策划的角度去评价稿子，既能提高稿件的水平，使自己工作更出色，又能提高自身的水平，使个人更出色。

教辅书从其诞生到发展至今，已经历了如下几个历程：1.早期教辅书主要是讲解类，很少谈练，接



的逻辑体系。

诊断、专练、过关，导学，训练体系，不是单纯地傻练，它是练、导、过关，是一个完整的体系，先看再练再导，只针对解题能力、错因来分析，不是所有题目都要导，有难度的题目才导，不会让学生厌烦。

这本书还有另一个特

色，就是答案的比重应该要重视起来。例如创造设计的答案，比主书的份量还要重，不像原来那样是夹在书里作为一个小册子。另外，字号、字体也很重要，切记一页的书中全是文字，至少要加个导图。里面的栏目设计，建议参考《一本》，是胡子设计的，胡子说了一句话，“如果我做一个封面，上面的内容无限多的话，这个封面非常不好设计，做一个加法，谁都好设计”。但是，《一本》的这个封面，把其余的东西都隐藏了，只突显它想要强调的部分。《一本》的这个封面设计既简单，学生还想买，做得很成功。再如很多品牌的图标也做得很成功，如奥迪、耐克、李宁，简单明了。越简单越容易被人们记住，例如，《完全解读》就是一把钥匙，《一本》就是两个字，别人一提起来，就说这两本书真好，版式设计挺上档次的；又如《必刷题》，就是个专色的封面，加上“必刷题”三个字，反而非常抢手。所以我们在做版式设计上，可以借鉴参考这些书的优点，尽可能地去减少东西。另外，从里面的内容上，如果仅仅为了漂亮而做设计，这个想法一定要取消，做设计一定要为了功能。如加阴影，加波浪线，特色字体，通过加重你改的所去强调的部分来设计，而不是为了漂亮而去加什么啊，底色，反而会喧宾夺主，学生想看的看不到。想看的部分应该突出，不需要看的，就看不到，这是设计的最高境界。

此外，虽然我们只是一个编辑，但我们审稿时，应该以策划的角度去评价稿子，既能提高稿件的水平，使自己工作更出色，又能提高自身的水平，使个人更出色。

（世纪天鸿 孔志刚）

责任编辑：吴敏

责任编辑：蒲康

以工匠精神迎战编辑业务高峰

“用工匠精神打造精品图书”是2017年公司提出的战略规划。打造精品图书，实施公司战略，离不开对品质的这一核心追求，而工匠精神就体现在以品质为核心的编辑工作中之中。

业务高峰季，工匠精神在编辑工作中的作用应当时刻谨记。

外的口碑，因为这是民营书业得以生存的基本条件。而质量和口碑，主要是通过编辑长期的工作来实现的。在我刚进公司的时候，经常听到老编辑教师“板凳十年，锻造精品”谆谆之嘱。编辑的工作特征在某种程度上就是与“默默无闻”埋首稿纸“数十年如一日”相关联的：图书的字里行间，饱满了编辑的汗水心血。我们今天称呼的工匠精神，其核心特征，就是以精益求精来实现公司产品的品质和口碑，用坚守和传承来发展事业。这与老一辈编辑提出的诸多要求，其实如出一辙、本质是一致的。几代出版前辈以言传身教为编辑这一工作奠定了基本规范和行为准则，其实是揭示了编辑工作的一般作用和社会价值，

揭示了编辑得以存在进而赢得读者尊重的理由。因此，工匠精神，是编辑的重要职业素质。

工匠精神是图书品质的魂魄和编辑的价值体现

世纪天鸿作为教辅图书的内容生产商、发行者，一直担负着文化积累、知识传承的社会职能，从宏大的高度来看，编辑是人类文明的记录者、传播者，但我们的工作又都是具体而微的每部书稿，乃至每个字、每幅图。图书的品质，与我们严谨执着的付出密切相关，有的甚至是十年磨一剑，终其职业生涯。这一职业是对我们的能力和毅力的巨大考验。这种能力，包括相应的知识的、学术的、处理稿件的能力；



竞争力、促进行业发展的呼喚。

2017年编辑业务高峰季，公司对编辑工作提出了新的要求，也出台了一系列激励措施。作为编辑工作者，唤回“工匠精神”，我们责无旁贷。打造“精品图书”，发扬“工匠精神”，为公司转型升级、提升核心竞争力提供有力保障。匠心所指，精品至纯！我相信，我们每一个编辑都能做到。

（世纪天鸿 李鑫）

打造图书精品，重唤工匠精神

图书精品，毫无疑问

是时代的呼声，是千万莘

莘学子对天鸿人的嘱托，是建筑在“心灵默契”和“工匠精神”基础之上的。时代和行业的发展已不同于以往，在激烈的市场竞争影响下，今天编辑的综合能力必须要赶超前辈，具备现代出版条件下的编辑职业新特征。但无论如何变化，出版行业的编辑工作，工匠精神仍然是其职业的核心要求。因此，在公司“打造精品图书”的战略指示下，极有必要呼唤编辑工匠精神回归。它是提升公司核心

知己知彼

知行合一——《立体化营销与渠道铺设》培训心得

“营销”到底是什么？从一个概念的导入拉开《立体化营销与渠道铺设》培训的大幕，在为期几天的培训中，结合自身销售工作，我更加清晰和明确了销售理论，此次课程分为六大部分，分别是：营销与销售的区别，营销渠道铺设，营销人员心理修复，营销五法 31 条，营销人员的激励方式，日考核、日科举、月考核、月科举，绩效考核等，在培训中，培训专家通过对概念的植入、结合案例和分析，让我们更好的领悟理论背后的意思，使我们更好的结合自身的工作，做到有的放矢，在培训中有几段话

个成员的积极性，培养大家用结果交换的系统思维模式。

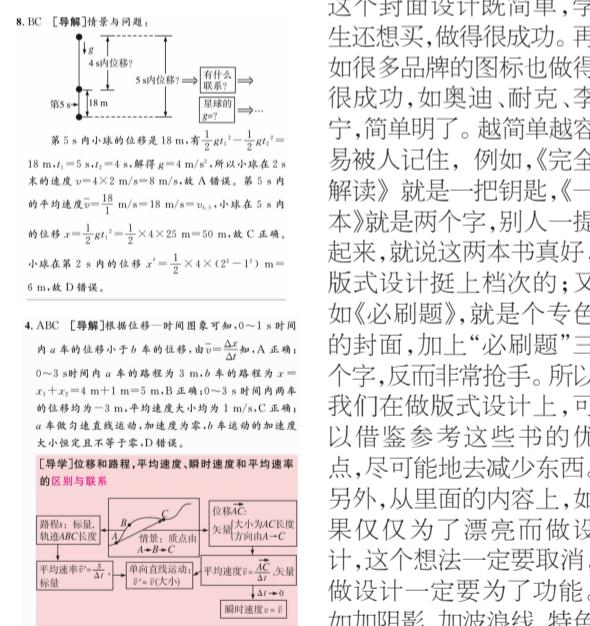
老师在培训中反复提到一流的企业卖文化，二流的企业卖标准，三流的企业卖产品，四流的企业卖修复，营销五法 31 条，营销人员的激励方式，日考核、日科举、月考核、月科举，绩效考核等，在培训中，培训专家通过对概念的植入、结合案例和分析，让我们更好的领悟理论背后的意思，使我们更好的结合自身的工作，做到有的放矢，在培训中有几段话

局，格局就是全局。

4. 数字和数据是我们营销人的初心，也是尊严。

5. 营销一定要知己知彼，知行合一。

6. 通过日考核，日科举，时时激励，绩效考核的最终目的是激发团队每一



做得挺漂亮，学生看着这个版式就想买，导学导考做到位，做书很用心，节省了学生时间，高效学习，不需要再题海战术。另外，装帧设计也漂亮，采用挖槽式设计。语言做成学生喜欢的流行语言，而非现在在挺死板的书面语言，不用“围绕”、“加大”之类的套话，虽然此类套话老师觉得挺好，但上课时学生会喜欢吗？书中用学生喜欢的语言，甚至于一种小游戏，小娱乐一下，为什么不可以呢？《学霸笔记》就不

干销售这行久了，爹妈认为你不孝，总是忙！亲友觉得你不亲，少有时间来往！朋友觉得你很冷，喊你吃个饭还得预约！

诙谐的段子道出了地产营销人的无奈，即使在如此高强度、高压力的工作状态下，印象齐都大客户界艺术坊销售中心一位置业顾问却用心的服务、细致的关怀赢得客户一致好评；更凭借骄人的业绩获得大家一致认可，他就是本阶段销售冠军周海明。

细致、用心、亲切、周到……几乎所有人对他的评价都是如此，如何在压力下保持好的心态？销售中有什么心得？对此我们专门做了采访。

量身定制

在客户面前，周海明说他给自己的定位首先是一个服务员，让客户在整个看房过程中感到舒服、贴心，可以塑造项目好的品牌形象，更能在销售中潜移默化地营销客户。

换位思考

介绍项目时不把自己定位成一个销售者，而是客户的朋友，站在客户的角度讲解项目、分析利弊，目的是为客户寻找一个适合他的居住场所，而不只是为了把房子卖出去。

量身定制

根据客户需求、喜好、兴趣、家庭成员构成，量身定制推荐喜



欢的产品。

心之所向，路之所往。正是这样的服务细节、专业精神成就了周海明的销售，祝他今后能取得更好的销售业绩！

（齐都文化 李菲菲）



上班都不开心的你 还能怎么逆袭?

公司付给你工资，是为了让你给公司创造价值。为此，你需要炼成哪些关键能力？

大多数人在成长时被灌输的工作模式都与此非常相似，但终身制的工作几乎已经灭绝了。

为了最大限度地发挥我们的价值，我们一方面需要在工作上富有成效，另一方面需要具备良好的团队合作精神。

培养能量、热忱和激情

想象一下，我前往你的公司求职，你正在给我进行面试。我坐在你面前，垂头丧气地说：“我想要一份工作。但不是因为我喜欢这个职位，我只不过没有别的选择，因为我需要照顾我的孩子。我不想做任何需要付出太多努力的事情，因为如果我的工作太多，背就会很痛。但是给我一份工作吧，求你，因为我需要一份工作。”你会雇用我这样的人吗？

问题是，许多人仍然相信，只因为他们需要工作就能得到工作。事实是，组织聘用我们的目的是做好一份工作并为公司增值。申请人之间的差异在于承担这份工作和加入团队的渴望。

也许我们相信，表现出过多的兴趣会让我们看上去为了得到那份工作而不顾一切。我们必须意识到，没有什么比热情更能打动人。必须让人能从我们的眼中看到动力和激情。我们需要说的是：“我想在这里工作，因为我喜欢你们所做的事。我已经研究过，我真的很喜欢这家企业和公司的价值观、产品和经营方式。”

如何掌握最新动态？通过每天和每周的阅读。如果我们成为掌握最新动态的专业人士，就不能拖到下午在办公室里听说，或者第二天才意外得知，这就太晚了，对于进程可能影响我们业务的决策来说太晚了。

那些认为自己受

热衷于工作，能镇住愤怒之心，也无暇发牢骚，而且日复一日努力工作，还能一点一点提升自己的人格。

如何投入工作

与其寻找自己喜欢的工作，不如先喜欢上已有工作，脚踏实地，从眼前开始。寻找自己喜欢的工作，往往就像寻找一座空中楼阁；与其追求幻想，还不如爱上眼前的工作。如果对工作缺乏如此深沉的挚爱之情，就无法抓住工作要领。

人可以分为三种：第一种是点火就着的“可燃型”的人，第二种是点火也烧不起来的“不燃型”的人，第三种是自己就能熊熊燃烧的“自燃型”的人。

要成为“自燃型”的人，在热爱自己工作的同时，必须持有明确的目标。

持续输出不亚于任何人的努力

人本来就具备使梦想成真的巨大的潜力。高目标就是促使个人和组织进步的最大动力。要实现高目标，前提就是持续地怀抱能渗透到“潜意识”的强烈愿望。

所谓“不亚于任何人的努力”，不是说“到这种程度就行了”，而是没有终

点、永无止境的努力。

抓紧今天这一天

“将来会搞出什么样的研究成果”“自己的人生将会怎样”，不再痴迷于这些不着边际的远景，而只是留神眼下的事情。首先相信自己，然后必须对“自己解决问题的能力怎样才能提高”进行具体深入的思考。

当项目遇上难以克服的困难，认为“已经不行了”的时候，其实并不是终点，而是重新开始的起点。不能给自己设置界限，要不厌其烦，持续挑战。这样才有可能变“危机”为“机会”，让“失败”转为“成功”。

怎样才能出色工作

任何时候都要求100%的“完美主义”。如果懈怠了最后1%的努力，就会产生不良品，那么材料费、加工费、电费不说，前面各道工序所花费的时间、精力、智慧，所有一切也都全部泡汤。

“敏锐度”是在工作中“贯彻完美主义”必不可缺的。“敏锐度”太差，反应迟钝，即使产品已经提醒你发生了问题，提示你解决的办法，你仍可能不留神，而错过解决问题的最佳方法和时机。

为了把产品做到这样

的程度而不惜一切努力——这种“完美主义”，是企盼登上“创造”这座高山山顶上的人们无论如何必须具备的理念。

每天都要钻研创新

不满于现状，总想做得更好，总想不断提升自己，有没有这种“想法”或许就是产生“成功”与失败之间差距的根源。

如果你期望实现新的计划，那么，不管遇到什么样的困难也绝不能放弃。

必须全神贯注、全力以赴，用高尚的思想和强烈的愿望不断描绘心中的蓝图。只要做到这一点，那么无论什么困难的目标都一定能达成。

人生工作的结果 = 思维方式 × 热情 × 能力

这个方程式由“能力”“热情”“思维方式”三个要素组成。所谓“能力”，就是指智能、运动神经或者健康等，这是由父母或上天授予的。但是，由于它是先天的，所以不涉及每个人的责任和责任。这种可称为天赋之才的“能力”，如果用分数来表示，就因人而异，从“0分”到“100分”。

要在这个“能力”之上再乘以“热情”这个要素。“热情”又可称为“努力”。从缺乏干劲、霸气、朝气、懒散潦倒的人，到对人生



和工作充满火焰般热情拼命工作对人，这中间也有个人对差别，也从0分到100分。

此外，还需要在这个基础上乘以“思维方式”。要度过幸福的人生，要把工作做到最好、事业做到最大，就无论如何必须具备正确的、正面的“思维方式”。

持有正面的“思维方式”，满怀“热情”，付出不

亚于任何人的努力，把自己所持的“能力”最大限度地发挥出来，正面面对自己的工作，把工作做得更出色。

责任心有多强，能力就有多大！



要有“爱”

一个人，不紧要爱自己，爱家人、爱同学同事周遭认识的人，还要有爱天爱地爱万物。这是一种境界更是一种责任的最大体现。

对待问题的态度

面对问题，态度很重要。只要有坚决解决问题的态度，就可以培养起强大的责任心，这是提升能力不二的途径。

成长环境极其重要

一个人有没有责任心及其成长环境很重要，也就是说：父母给了他什么。从小就要教育和锻炼其责任心，长大以后一定会独当一面。

好爸爸……赡养老人的责任、爱的责任、抚养子女的责任让你为之奋斗和骄傲。

当你在企业里，你是下属的领导，你是领导的左膀右臂。这份对同事负责、对领导负责、对客户负责、对企业负责的态度，让你平步青云，扶摇直上。

当你在社会中，你就应该遵守法规、习俗、道德的制约，这是一个社会人应该承担的社会责任。

我们或在各种责任之中游走，这是常态。也正是这样的责任感、责任心激励着我们不断前进。责任有时候会很累，甚至因此付出很多，但是这种责任心是一个人、一间企业、一个民族、一个国家富饶强盛的根源。

一个人因为角色不同
责任也随之不同

当你在家里，你可能只是父母眼中的好儿女，妻子心里的好丈夫，儿女心中的好

大公无私。所以当你敢于面对困难、越无私的时候，你最终得到的肯定更多。

停止锻炼会比以前要胖

事实上，很多人认为一旦停止锻炼，就会变得比以前胖很多，多人因此对打羽毛球而却步。

事实上，其实只有举重这一类锻炼所形成的肌肉块，才会在停止锻炼后的第二周开始减少。而通过有氧运动，包括坚持多年的打球、游泳、长跑、有氧操、跑步和骑马等活动练出的肌肉减少得比较缓慢。

保持肌肉持久不变的唯一办法是在生活中保持有规律的健身锻炼和有节奏的饮食。

穿塑身衣打羽毛球效果更好

事实上，有些女性认为打球时再穿上塑身衣减肥效果更好。

事实上，医学专家通过研究发现，60%的妇科疾病与穿着塑身衣有关。特别

是在打球锻炼过程中，穿塑身衣会更加消耗热量，而且，穿塑身衣还会直接影响血液循环系统，使腰部和下肢血液循环不畅，易发生腰肌劳损、下肢静脉曲张、下肢水肿等症，还会出现头晕等症状。

那些认为自己受



越来越多的人选择羽毛球作为体育健身运动，但是，在进行羽毛球锻炼时还是存在很多误区。

出汗越多，减肥就越成功

误区：打球锻炼时，自己一滴汗也没有，而同伴却汗流浃背，为此感到既疑惑又沮丧。

事实：科学研究证明，流汗消耗的是水、盐分和矿物质，而不是脂肪。锻炼时不出汗，与是否消耗脂肪没有关系。

正式运动前的热身准备没有必要

误区：很多女性轻率地认定，在打球前不做热身运动是次要的。

事实：尚未运动开的肌肉很容易扭伤，因为它还没有做好充分的准备以承受突然的剧烈动作。任何热身动作都可以提高肌肉的适应性，使关节变得灵活。锻炼前的热身有利于运动员的心血管系统，有益于健康。

反正在打球锻炼，尽兴吃喝问题不大

误区：许多人高兴地想，因为我打球健美了，可以不用再为节食减肥了。

事实：尽管从事任何体育锻炼，身体确实会消耗更多的热量和碳水化合物，但这并不意味着对所有食物大开绿灯。关键是保持营养平衡，多吃水果、蔬菜、纤维素、谷物及瘦肉。

超负荷锻炼效果更好

误区：如果我们观察得仔细些，就会发现有的女生打球时在膝盖上带着小重物进行锻炼，以便消耗更多的脂肪。

事实：适量的负重可能造成肌肉和关节的损伤以及肢体的畸形，包括脊柱变形等。

停止锻炼会比以前要胖

误区：很多人认为一旦停止锻炼，就会变得比以前胖很多，多人因此对打羽毛球而却步。

事实上，其实只有举重这一类锻炼所形成的肌肉块，才会在停止锻炼后的第二周开始减少。而通过有氧运动，包括坚持多年的打球、游泳、长跑、有氧操、跑步和骑马等活动练出的肌肉减少得比较缓慢。

保持肌肉持久不变的唯一办法是在生活中保持有规律的健身锻炼和有节奏的饮食。

穿塑身衣打羽毛球效果更好

误区：有些女性认为打球时再穿上塑身衣减肥效果更好。

事实上，医学专家通过研究发现，60%的妇科疾病与穿着塑身衣有关。特别

是在打球锻炼过程中，穿塑身衣会更加消耗热量，而且，穿塑身衣还会直接影响血液循环系统，使腰部和下肢血液循环不畅，易发生腰肌劳损、下肢静脉曲张、下肢水肿等症，还会出现头晕等症状。

那些认为自己受

永怀赤心、永记初心、永保决心

“匠心·未来”2017年世纪天鸿新品推介会·核心客户联谊会纪实

2017年5月30日，世纪天鸿新品推介会·核心客户联谊会在廊坊国际饭店隆重召开，200多位来自全国各地的核心客户和媒体朋友齐聚一堂，见证了世纪天鸿的2017年新产品发布，奏响了世纪天鸿旺季营销工作的序曲。我们要永怀赤心、永记初心、永保决心。世纪天鸿将会把最优质的产品给消费者，通过品牌的打造与代理商实现真正“共赢”。



世纪天鸿盛装亮相第27届全国图书交易博览会



2017年5月31日，第27届全国图书交易博览会在廊坊市开幕。世纪天鸿在博览会上盛装亮相，在博览会上主展场山东展区专设精品展台，“志鸿优化”精品图书在展台上集中亮相，引起了全国各地众多客户的咨询与合作洽谈。

