

阅读者

为自己的生活填充色彩 ——《亲爱的安德烈》



《亲爱的安德烈》

不如每天给大象洗澡,给河马刷牙。”正是通过这样简单的生活细节,告诉孩子为什么要用功读书的道理:“孩子我要求你读书用功,不是因为我要你跟别人比成绩。而是因为我希望你将来拥有选择的权利,选择有意义有时间的的工作,而不是被迫谋生。当你的工作在你心中有意义,你就有成就感。当你的工作给你时间,不剥夺你的生活你就有尊严。成就感和尊严让你快乐。”

这段文字不仅对孩子,连大人都会有所触动。读书学习的意义远不止取得怎样的学习成绩,考上怎样的大学或者是将来找一个怎样的工作,而是和孩子共同探讨为什么要用功读书的意义,文中没有提到任何功利性的目的,仅通过非常智慧的几件小事让孩子明白,现在用功读书是为了将来对生活有足够的选择权。

另一封《两只老虎跑得慢,跑得慢》也让我感触很深,一开始看到标

题时就感到好奇,儿歌中唱的不是两只老虎跑得跑得快吗?龙应台怎么说跑得慢跑得慢?看后才明白同样是用生活中简单的例子和儿子交谈是否“平庸”的意义。“设想一个跑道上,有人正在跑五千米,有人在拼百米冲刺,也有人在做清晨的散步。那跑五千米的人,看见那跑百米的人会全身紧张、满面通红,心里会‘颤抖’吗?不会的,因为他知道自己是跑五千米的人,看见那跑五千米的人气呼呼地追过来了,他会因而恐惧,觉得自己要被‘淘汰’了吗?不会的,因为他知道自己原来是来散步的。”

通过这样的举例,得出结论意义“大树,有大树的长法;小草,有小草的长法。这世上大部分的人,都是小草。你不是孤独的。”“平庸”是跟别人比,心灵的安适是跟自己比。千山万水走到最后,我们最终的负责对象,还是“自己”二字。生活中的我们都是独一无二的个体,在父母的眼中更是如此,他们不会在意我们是否飞得又高又远,在他们的心里在乎的永远是你是否飞得很累,只要能找到属于自己的快乐就可以,是否平庸又有什么关系?这让我想起有位当美术老师的朋友,她给女儿画了一幅画,女儿看后直呼好美,略有失望地拿着自己也刚画好的一幅画问妈妈,什么时候我才能画的像你这么好?朋友告诉她,现在就很好,你画中的创意妈妈比不了,不要失望,保持画画时的那份快乐最重要。

这本《亲爱的安德烈》非常适合亲子一起来阅读,每一章的文字及话题总会引起阅读者的共鸣,衍生出的意义也让人受益匪浅。在我看来,这本书的沟通形式也非常有趣,通过写信的方式和自己的孩子敞开心扉的谈天说地。我想我是幸运的,及时地阅读了这本书,在

阅读是一种孤独。几个人共看一本书,那只是在极小的时候争抢连环画。它同看电影录像听音乐会是那样的不同。前者是一块巨大的生日蛋糕可以美味地共享,后者只是孤灯下的一盏清茶,只可独啜,倾听一个遥远的灵魂对你一个人的窃窃私语。他在不同的时间对不同的人说过同样的话,但此时你只感觉他在为你而歌唱。如果你不听,他也不会恼,只会无声地从书页里渗出悲悯的叹息。你啪地合上书,就把一代先哲幽禁在里面。但你忍不住又要打开它,穿越历史的灰尘与他对话。——毕淑敏

我一直坚信,阅读不仅仅是一种行为,还是一种人生方式。阅读是对一种生活方式、人生方式的认同。阅读与不阅读,区别出两种截然不同的生活方式或人生方式。阅读的生活和人生的那一面,便是不阅读的生活和人生。这中间是一道屏障、一道鸿沟,两边是完全不一样的气象。一面草长莺飞,繁花似锦,一面必定是一望无际的、令人窒息的荒凉和寂寥。——曹文轩

前几日,朋友给我寄来一本书,是龙应台的《亲爱的安德烈》。很早以前就听说过这本书,里面的重点句段也早已耳闻,却没有时间将全文拿来阅读一番,这一收到,立马如饥似渴地开始阅读。

《亲爱的安德烈》是当代作家龙应台和其子安德烈三年内互通书信的结果,里面共收录35封书信,信中龙应台和儿子交流内容很广泛,涉及多个领域,针对他们对每个领域的不同理解以书信形式展开探讨。读完书信的

内容,让人感慨万千。其中第27封《给河马刷牙》和第30封《两只老虎跑得慢,跑得慢》给我留下了深刻的印象。

《给河马刷牙》这一封中,龙应台在信中写到:“假定说,横在你眼前的选择,是到华尔街做银行经理或者到动物园做照顾狮子、河马的管理员,而你是一个喜欢动物研究的人,我就完全不认为银行经理比较有成就,或者狮子、河马的管理员“平庸”。每天为钱的数字起伏而紧张而斗争,很可能

练好太极拳 活出精气神

静若伏虎,动若飞龙,一招一式,既稳健又潇洒。这不是武侠小说中的情景,而是世纪天鸿员工练习太极拳的精彩画面。2019年7月12日,世纪天鸿首届太极拳比赛成功举办。经过三个多月的学习、练习,来自全公司的4支参赛代表队,70余名太极爱好者齐聚赛场,以拳会友、用拳“过招”。比赛场上,参赛代表队的运动员们身着整齐飘逸的服装,迈步沉稳轻盈、呼吸吐纳之间,显示出从容不迫的气度;动作恢弘大气、如行云流水,既厚重凝练又矫健翩跹,体现了太极拳厚重的传统文化内涵,展现了天鸿人热爱生活、崇尚运动的良好精神风貌。场上运动员们的精彩表演,不时博得观众的阵阵掌声。“此次世纪天鸿首届

太极拳比赛,旨在大力弘扬中华优秀传统文化,不断推动全民健身活动的广泛深入开展,为全公司的广大太极爱好者提供一个交流学习和展示风采的平台。”太极拳教练李玉福老师说。太极武功,诠释国粹。这次我们组成一支队伍——大客户事业部。不为名利和功夫高低,就是来交朋友,太极已经成为我们生活的一部分。这段时间我们坚持不懈地练,学好练好武德拳术,养成吃苦耐劳、坚韧不拔、自强不息、谦逊宽容、认真上进的优良品质,继承古老的中华太极文化。

比赛中,公司员工身着太极服,练起太极来有模有样,完美诠释了国粹的刚柔并济。虽然大多是太极运动的新秀,但青年们在赛场上生龙活虎。太极拳参赛者,

每一次转步、出拳都清晰到位,吸引眼球,活脱脱是从武侠小说走出来的人物。其实,太极的交流并不限于武术切磋。每一名“太极队员”,文武双修。国学与国术从文武两个方面构建了中华传统文化的基础。文武双修,更重要的是学习中国文化对宇宙和世界独有的认识和思考。互相学习,切磋交流。世纪天鸿首届太极拳比赛吸引了公司员工众多员工的积极参与。赛场内外,交流切磋,好不热闹。虽然公司练习太极的人数有所增长,但是真正愿意了解和参与太极比赛的人并不多。希望通过这样的交流,能够让广大员工更多地了解传统武术知识。

参加这次比赛,不但能够让年轻人认识我国的传统太极文化,也能够促进

太极交流。每个熟练的套路背后,都离不开刻苦的练习和坚定的意志。练习武术,更懂坚持,不论是在工作上的困难还是日常生活中遇到难题,都会选择正视,而不是逃避。从不同的角度去理解太极都是可以的,都会让你感觉意味无穷。李老师临走时夸奖我说有非常大的提高。我说:“这次都是你教的好。我辅导他们,他们也辅导我。如果你教的不一样,他们就提出来,我就看书、看视频改。我和大家互相帮助。教学相长,感觉这次收获非常大。”

比赛结束了,练太极拳没有结束。练习太极更是一种强身健体的方式,更是自我提升的方式。让我们继续共同努力,一起弘扬我国优秀传统文化。(世纪天鸿 魏纯明)

千秋岁·咏夏景 宋/谢逸 揀花飘渺。款款清香幽。梅雨过,萍风起。情随湘水远,梦绕吴峰翠。琴书倦,鸂鶒鸣起南窗睡。密意无人寄。幽恨凭谁洗?修竹畔,疏帘里。歌余尘拂扇,舞罢风掀袂。人散后,一钩淡月天如水。 谢逸(1068-1113),字无逸,号溪堂。宋代临川城南(今属江西省抚州市)人。北宋文学家,江西诗派二十五法嗣之一。与其从弟谢翱并称“临川二谢”。与饶节、汪莘、谢道冲称为“江西诗派临川四才子”。曾写过300首咏蝶诗,人称“谢蝴蝶”。

总第485期 www.kingandkey.com 志鸿教育集团 2019年8月1日 第15期 本期八版 准印证号:(鲁)0300007(内部资料,免费交流) 志鸿教育集团2019年度上半年总结暨表彰大会隆重召开 求变自新,中国课本博物馆提档发展,升级在即 管理平台 志鸿讲堂 营销在线 衔接新高考,助力新学考 前沿 芳地绿洲 一版 二版 三版 四版 五版 六版 七版 八版



微信扫一扫,敬请关注 志鸿教育公众号

志鸿教育集团2019年度上半年总结暨表彰大会隆重召开



2019年7月24日,志鸿教育集团2019年度上半年总结暨表彰大会隆重召开。集团总部、世纪天鸿、齐都文化、华鸿物流等全体员工参加了会议。会议由世纪天鸿常务



副总经理张学军主持,任志鸿董事长作重要讲话。会上,任总分别介绍了出版板块、文化产业园、华鸿出版产业园、集团职能部门以及其他业务版块上半年的工



作亮点和成绩。集团教育出版板块——世纪天鸿聚焦基石业务的同时,积极拓展和布局未来业务。印象齐都文化创意产业园以中国课本博物馆整体升级为核心,突出“成长教育”

特色,进一步升级展陈和体验项目,从而带动整个园区的发展。华鸿出版产业园以“鸿翼创客”的人驻为契机,突出“出版特色”,加快产业导入,积极落实产业扶持政策,推

动园区的快速成型。最后,任总指出,通过上半年对各个板块的梳理,我们的目标越来越清晰,面对新一轮的高考改革和素质教育,面对数字智能时代的到来,面对文化消费的升级,我们要快速反应,大胆创新,升级产品和服务,推动企业的数字化转型升级。全体干部、员工要开阔思维,持续学习,把握趋势,抢抓机遇,跟上整个行业和企业的发展步伐。当前各个业务板块处于一年中最重要的业务高峰期,也是实现全年目标的关键时刻,(世纪天鸿 崔玉贞)

山东省政协文化文史和学习委员会领导一行到中国课本博物馆考察调研

2019年7月11日,山东省政协界别召集人、文史和学习委员会副主任司安民,省政协界别召集人、九三学社省委秘书长王博,省政协界别召集人刘青祝,省政协文化文史和学习委员会副主任刁仕军,淄博市政协副主席

王济众一行到中国课本博物馆考察调研,任志鸿董事长陪同参观。在参观过程中,司主任一行详细了解了中国课本博物馆的建设和运营情况,并对博物馆以课本为主题的创新性策划和丰富的场景化设置给予了高度

评价。中国课本博物馆作为山东省首批“中小学研学实践教育基地”、山东省中小学生研学实践行走齐鲁资源单位、山东省科普教育基地,始终严格按照高标准、高水平的办馆导向,接下来,我们也将不

断积极进行展陈升级、丰富馆藏文物,增加文化体验项目,以打造厚重的文化底蕴以建设现代化的全媒体数字化博物馆、体验馆为目标,加速推进藏品数字化、展陈智能化建设,为文化传承做出更大贡献。(世纪天鸿 于琨)



“山东理工大学文化产业研究中心研究基地”在鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台揭牌



2019年7月26日,“山东理工大学文化产业研究中心研究基地”在鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台举行揭牌仪式。淄博市文产办主任于双胜、山东理工大学文学院韩德信院长、于明涛博士,以及世纪天鸿董事长任志鸿、常务副总经理张学军、副总经理兼董事会秘书张立杰等参加了揭牌仪式。此次活动中,参加揭牌的领导参

观了鸿翼创客·世纪天鸿创业孵化平台及各创业公司,并做了深入座谈交流。在座谈中,双方就孵化器未来发展方向、鸿翼创客发展优势、孵化器生态系统、企业升级转型发展方向等方面做了深入探讨,并达成共识。“山东理工大学文化产业研究中心研究基地”的揭牌标志着鸿翼创客加速了平台校企合作的步伐。在平台内,大学充分发挥“智囊团”的作用,为平台发展提供智力支持,提高创业者创业理论素养。平台依托大学的智库资源,不断加强平台在招商引资、人才引进、资本管理、创新创业、企业孵化、平台管理与运营等方面的资源和优势,聚集力量,助推平台快速发展。(世纪天鸿 黄雪)

志鸿教育集团召开中高层干部年中述职会议

2019年7月,为了更好地总结上半年的各项工作,并对下半年工作做好规划,志鸿教育集团组织中高层以上管理人员述职会议。世纪天鸿、齐都文化等公司分别召开,任志鸿董事长出席了各公司的述职会议。本次会议旨在对集团各业务板块上半年度工作的全面总结反思,找出问题,并提出下半年具体的工作计划。集团中层干部述职人员分别进行了全面的汇报总结,客观地分析了半年来个人工作及分管部门各项指标的完成情况,同时针对集团年度经营目标的要求做了下半年度的工作规划。通过总结,大家认清

了工作中存在的问题,提出了有针对性的解决和整改方案,并对下半年的工作进行了详细计划。在听取了述职人员的汇报后,任总对集团各业务板块上半年的辛勤工作给予了充分的肯定,并鼓励大家在下半年的工作中再接再厉。述职过程中,集团相关领导对参与述职的人员

进行了考核评价。述职会议也是中高层管理人员交流的平台与机会,通过总结和盘点,各业务板块之间,互相学习,加深了认识,有利于各部门间的相互配合和团结协作,对公司各项战略目标的实现有着重要的意义。(世纪天鸿 崔玉贞)



【聚焦绘事与馆事】



经过近三年的运营发展，中国课本博物馆虽已拥有了一定的知名度和影响力，但在市场运营过程中也暴露出许多及需解决的问题和难点。如何提升课本博物馆的学术价值和经济价值，让广大消费者拥有极致的旅游体验，成为中国课本博物馆运营发展的首要课题。

作为中国课本博物馆长期合作的运营设计单位，苏州和氏根据目前的市场需求完成升级方案初稿。集团董事长高度重视

视博物馆的本次全方位升级工作，提出为了精准定位，邀请消费者代表、运营专家、学术专家组成研讨主力，多维度研讨升级方案的指导意见。中国课本博物馆分别于7月25日、29日、30日分三次召开升级方案研讨会。集团董事长任志鸿，集团董事、齐都文化总经理安静和博物馆运营管理团队代表参加会议。

7月25日，消费者代表研讨会 中国课本博物馆升级

求变自新，中国课本博物馆提档发展，升级在即

——中国课本博物馆召开三轮升级研讨会

方案研讨会第一次会议在博物馆内召开。本次会议邀请到省内消费者代表5人参加研讨，博物馆事业部总监刘育做升级方案介绍，在听取博物馆升级方案后，各位消费者代表分别从研学团队到馆体验中存在的问题和需求方面提出了建设性意见和建议，任总在会上表示在听取消费者代表的建议后很有收获，明确“博物馆升级”应将体验项目升级和团队体验感作为重点方向。

7月29日，策划、运营专家研讨会

中国课本博物馆升级方案研讨会第二次会议在博物馆内召开，本次会议邀请淄博市文产办主任

于双胜、山东大学文化产业山东省文化科技重点实验室主任鲁胜峰、原淄博市文化和旅游局调研员荆茂彬等行业策划、运营专家共7人参加研讨。专家团队首先对博物馆22000m²的布局、场景、功能设置做了详细了解。会上，苏州和氏设计团队代表张翀介绍设计方案。各位专家各抒己见，从长远发展趋势，从博物馆运营的角度对定位、文化业态、研学项目、文创产品等提出了宝贵的建议，使博物馆团队的运营思路更加开阔。

7月30日，学术专家研讨会

中国课本博物馆升

级方案研讨会第三次会议在北京志鸿教育集团总部召开，本次会议邀请到中国出版博物馆筹建小组组长宋明昌、首都师范大学教授石砾、江南大学附属实验中学书记王星，教材收藏研究专家李保田共4人参加研讨。专家们从馆内各个板块名称设置，教材、课本、教科书的概念，中国教材的主线以及特色展陈等方面进行了专业的阐述。专家们的真知灼见为博物馆课本的全面提档、升级，中国课本博物馆一定会成为儿童启智游乐地、青少年研学首选地、文艺青年朝圣地、中老年聚集休闲地，成为我省研学旅游、博物馆展陈、教育行业的“网红大咖”，也必将成为集团产业升级发展的成功样板。

三次会议，不同的

（齐都文化 李雪娇）

“唯美的时光——当代朝鲜原创油画精品展”在大家境界美术馆圆满开幕

2019年7月20日，“唯美的时光——当代朝鲜原创油画精品展”在中国课本博物馆—大家境界美术馆盛大开幕。

出席今天开幕式现场的领导和嘉宾有朝鲜驻中领事馆文化教育代表安成喜；平壤美术学院教育交流社团长、画家尹珠赫、平壤美术学院教育交流社、画家朴忠赫；淄博市文学艺术界联合会党组书记、主席王东宏；淄博市文化和旅游局党组成员、副局长严旭；淄博市中国画学会会长，淄博市美术家协会副主席田根承；淄博市油画学会主席毕洪量

以及书画界、摄影界、新闻媒体界的嘉宾共二百余人参加了开幕式。此次画展的参展艺术家均为朝鲜艺术家，朝鲜和中国一衣带水，世代友好。朝鲜油画和中国一样，上世纪50年代受俄罗斯油画传统的影响，现实主义创作方法一脉相承。从这次参展的油画作品中，我们不难看出朝鲜画家细腻的艺术感觉和高超的绘画水平。刻画人物的细腻，描写自然的恬静，表现动物的冷峻或活泼，都彰显出艺术家内心的真挚和热情，述说着朝鲜艺术家的深邃与厚重。勤劳勇敢、



坚韧自强的朝鲜人民，对于自然的崇敬和热爱，对于生活的乐观向上，都在画作中体现得淋漓尽致。此次朝鲜当代油画展，是从朝鲜白虎会社、万寿台美术创作社、平壤



美术综合大学美术教育交流社等美术创作社征集遴选110余幅精品，其中不乏代表了当代朝鲜绘画一流水平的馆藏级精品，包括很多国内藏家很熟悉的人民艺术家、功勋艺术家



和一级画家的作品，风格从写实到印象派，呈现一个积极向上、向前发展的朝鲜美术，给广大市民揭开了朝鲜当代美术神秘而美丽的面纱。“唯美的时光——

朝鲜当代油画精品展”的举办，更给我们提升了艺术的温度。这是淄博美术展览史上首次大型的朝鲜当代油画展，将给淄博美术界带来一股清凉的异域之风。（齐都文化 陈旭）

中国课本博物馆举行消防演习

为了切实做好消防安全工作，有效预防和减少各类重特大火灾事故发生，全力构建和谐景区，齐都文化在2019年7月5日举行了一场消防演习。



此次演习着重模拟了突发情况后人员的疏散、撤离，以及消防器材的操作方法和动作要领。通过这次演习，增强了员工的安全防范意识，进一步提高了员工应对突发情况的应急处置和灭火技能，为安全工作打下一个良好的基础。（齐都文化 周宁波）



图书流动服务车在中国课本博物馆上线

为了保障人民群众基本的文化需求，打通公共文化服务的最后一公里，为居民提供更加便捷高效的公共文化服务。经过严格周密的筛选，首批确立了十个服务点，中国课本博物馆凭借丰厚的文化底蕴入选。淄博市图书馆图书流动服务车，容纳图书2000余册，涵盖少儿、成人、文学、综合等图书，可提供图书证办理、纸质图书借阅等服务，并实现了所有图书与淄博市图书馆总馆及下属分馆统借还。

2019年7月28日，图书流动服务车在中国课本博物馆正式投入使用，一经上线，便受到了广大前来博物

馆参观的游客们的好评。“以前周末的时候，孩子想来中国课本博物馆，但家里借阅的图书还要去图书馆归还，现在方便多了。”周末来博物馆参观，既了解了中国教科书的百年发展史，和孩子体验了手工活动，锻炼动手能力，还能在结束参观后借阅几本图书，方便平时回家查看，一站式的文化体验，非常便捷……”

据悉，图书流动服务车从7月28日起，每两周的周日都会在中国课本博物馆门前广场运营，8月11日、25日，9月8日、22日……依次类推，服务时间为早九点到下午五点，欢迎广大市民前来借阅。（世纪天鸿 于琨）



心灵小语

《怨天者无志，怨人者心穷》

善心，点亮心灯；慧心，使心灯长明。善良的人，往往可以逢凶化吉；宽恕的人，常常可以化除为夷；社会，向善的人越多就越和谐；人生，感恩的心越多就越美好。怨天者无志，怨人者心穷！

愤怒是痛苦之根，淡泊是快乐之源。待人要有平常心，对己要有平常心。积善可以得福，积德可以增寿。无德于天，天必无德于你。无德于人，人必无德于你。忘记对别人的善行，持续不断的为别人施善。

情是一种心灵感觉，情中有智慧，没智慧没情。情是心与心的碰撞，情是心与心的交融。情是心与心的碰撞，情是心与心的交融。情是心与心的碰撞，情是心与心的交融。

人生悟道，在聪明的台阶上只能仰视，只能在智慧的峰顶才会鸟瞰。

心性需要修养，就像空需要清扫一样；心灵需要修养，就像容貌需要美容一样。修养要身体力行，养性要心无杂念。

修养，要知道而学，知错而改，知耻而思。修养性和地善性德，既要去恶做善更要日积月累，去恶要趁早，修身要自律，养性要耐心。

人的本性是爱自己，人的本性是不伤害他人。爱人先自爱，自爱先爱人。自爱先自爱，自爱先自爱。

生命有限，爱心无限。有限的爱可以把有限的爱延长，爱无止境，被爱无所累，使真正的自在和幸福。自爱是己之爱，博爱是大爱，大爱是己之爱，博爱是大爱。

一己之爱，有利于家庭的和睦；众生之爱，有益于社会的和谐。

一颗爱心便是一缕春风，一片阳光，便是一生快乐，一世美好。

爱可以护身，爱可以进德……故大爱可以无过；爱要特别爱珍贵……故真爱永恒。一己之爱是一点光亮，只有点亮大众之光，才会照成一片光明。那福别人，就是造福自己；宽待别人，就是善待自己。

首先是被人需要，然后是被别人赏识，最后才是被别人欣赏。

人生难理解，难求洒脱，解脱只是自救。洒脱是自在，无论教化，还是感化，效果当是心灵的灵魂的净化。

面对非议，无动则心安；身随烦恼，无随则神清。人的欲望不可能一天树立起来，人的欲望要用毕业生的德行来养护。

点火者暖，近火者暖，玩火者暖。任性，往往毁掉作父。善心，则可化怨为友。心如火，而性则可能成暴。足糖、是茶、是咖啡……

这样，心境不同时，心性也会异。天性则是人性的慧根。心气要高，姿态要低。做做做，心气要高，姿态要低。做做做，心气要高，姿态要低。



未来企业的平台化发展之路

平台化的本质，就帮助本行业的产业链从“纵队”变成“横队”，从而使本行业建立一个协同生产的机制。以苹果为例，看看它凭什么成为市值万亿的企业。从硬件上来讲，苹果手机和电脑是全球200多家工厂共同生产出来的，他们先把各种器件生产出来，然后上传到苹果的服务器，再由苹果把它们组装起来；从软件上来讲，苹果系统里的各种APP，也是全球各地的开发者设计出来的，然后再上传到苹果的系统，再让苹果用户使用。

因此，苹果公司的本质，并不是一个高科技企业，而是一个大平台！苹果最大的资产是它的品牌和设计，然后所有环节都是采用分包的形式分摊出去。未来的企业只有一个出路，就是平台化。举一个最简单的例子：排队。在排一列纵队的时候，大家依次往后站立，每个人只能看到他前面的人得后脑勺，后面的人和更前面的人他都看不到，这些人如果做小动作他无法察觉，这就是传统的产业链结构：制造商需要先卖产品给品牌商，品牌商再卖给渠道商，渠道商再通过各级经销商卖给消费者。

于是，消费者面对的是渠道商，渠道商面对的是品牌商，品牌商面对的是生产商，生产商面对的是技术商，技术商面对的是资本，资本面对的是金融市场。现在就卡在了这个问题上，由于互联网带来的冲击，消费者的购物路径发生了很大变化，于是排在最前面的渠道商最先受到了影响，进而导致它身后的产业链产生了连锁反应：对于生产商来说，除了应收账款越来越多之外，用工成本越来越高，税率负担越来越重，再加上产品同质化严重，没有附加值，利润越来越低，工厂倒闭的越来越多。传统商业是一环吃一环，在产品经过的各个环节中，每个环节都会加价，然后再出货，这是一种单向的赚“差价”模式。你的上游环节究竟赚了多少钱，你是不知道的，

你也不知道你的下游环节能赚它的下游环节多少钱，上下游环节是一种侵占的关系，此消彼长，所以大家都是在互相保密。而现在完全不一样了，举一个最直接的例子：电商的普及，让很多消费者有机会直接跟各种品牌方接触了，这就导致现金会不增不减地直接到了品牌方手里。那么，这时中间的渠道方和生产商该怎么赚钱呢？这就需要大家之前有一个协议，按照每个环节的价值大家共同协定一个分配比例，品牌商拿到钱之后，再按照这个协议把钱分配出去。于是大家以契约条款为约束，组成了一条新的价值链，资源共享，彼此协作，各个环节井水不犯河水。

一个产品从生产设计，直到消费者手里，每一个环节都会变的很透明；未来每一个环节能赚多少钱，都是公开、透明的，而不像以前被捂着，层层保密。平台化的意义，其实是给企业乃至人提供创造价值的机会，使之发挥1+1+2的综合效应，中国接下来一定会有越来越多平台型公司崛起。

制造业企业也可以采用这个逻辑，企业可以和上下游企业成立的合资公司，这些子公司依然是平台化公司，最重要的是：公司一切都会按照上市公司标准去操作，做到一定程度既可独立IPO，也可以兼并重组方式走向资本市场，从而获取更多的资源支持。只要你的信用还在，只要你的品牌还有影响力，你就永远不会倒下去。于是社会的基本结构，正在从“公司+公司”，变成“平台+个体”。无数平台在崛起，同时无数个个体在平台上执行任务。

企业平台化和平台化之后，你的股东、员工、渠道、产品都在逐渐开放。海纳百川，有容乃大，万物皆不为我有，乃物皆为我所用。一切组织必须打开自己的格局，敞开胸怀拥抱世界。（来源：健康邦）

准备。数据互通，会使得零售和生产之间的协同效率增加，这就解决了产能过剩、使库存降到最低。

在统计学上，这样就可以找出其中的规律，便于下次提前准备，这反而变成一个“有计划”的生产了。

我们可以有趣的发现：从“计划经济”到“市场经济”，再到“计划经济”，这非常符合事物发展的客观规律，就好比“看山是山，看山不是山，看山还是山”一样，是一场豁然开朗的升级。

要给平台上的各个环节进行授信，降低大家不必要的磨合降低激活了出版机制。步入选择时代的出版市场给消费者带来内容丰富多样的出版产品，同时又提高了信息甄别的难度。在此背景下，出版营销日益受到业界的重视并付诸实践。随着网络新媒体的普及程度不断提高，出版营销正在积极运用新媒体的发展成果，开发了出版营销的电子化渠道，网上书店、微博营销、手机出版等不断推出，这些新的出版营销渠道和方式为读者提供了新的价值体验。

但是，在大数据背景下，这些营销手段需要得到进一步发展，或者说，建立电子营销渠道、运用社会化媒体进行图书营销还不是出版营销的最终目标。基于新媒体营销行为所建立起来的用户数据存储与维护，并为今后的出版市场开发提供数据支持，为出版品牌的战略运营提供多渠道的媒体平台，为细分的读者市场提供定制化的出版产品，为出版企业获得持续发展的动力，才是大数据对于出版营销更高层次的意义。大数据时代的出版营销创新应立足这些方面展开。

1. 构建信息平台，实现数据信息与出版物营销的匹配 当前多数出版社都已建立自己的网站，传统出版社网站的运营模式、呈现样态都处于一种偏低端水平。许多出版企业尚未认识到构建信息资源平台的功能和意义。信息平台将用户的网络行为连同个人信息进行全景式记录，实现数据增量的质变，这些数据既包含出版机构提供的产品内容库，也包含网络使用者的用户数据库。利用大数据帮助品牌提升营销效果的广告营销机构已经出现，如果出版企业能够在专业营销机构的协助下对这些数据进行深入挖掘和处理，出版营销人员即可进行具有针对性的营销、媒体推广，实现精准营销。在现实的出版营销过程中，完善的信息平台所担负的正是将数据信息与出版物营销相匹配的工作。

2. 运用大数据，修正传统出版营销中的数据偏差 出版营销的核心理念是激发、掌握并满足读者的需求。而读者的选择是多样的，也是易变的。这就要求深入了解出版物市场，敏锐把握市场的变化。

随着互联网行业向纵深发展，人类社会面对的是日益多样性的全媒体环境。大数据时代对人类的数据驾驭、分析能力提出了新的挑战，也为人们获得更为深刻、全面的洞察能力提供了前所未有的空间与潜力。

就出版业发展状况来看，出版发行市场的开放和政策准入门槛的降低激活了出版机制。步入选择时代的出版市场给消费者带来内容丰富多样的出版产品，同时又提高了信息甄别的难度。在此背景下，出版营销日益受到业界的重视并付诸实践。随着网络新媒体的普及程度不断提高，出版营销正在积极运用新媒体的发展成果，开发了出版营销的电子化渠道，网上书店、微博营销、手机出版等不断推出，这些新的出版营销渠道和方式为读者提供了新的价值体验。

但是，在大数据背景下，这些营销手段需要得到进一步发展，或者说，建立电子营销渠道、运用社会化媒体进行图书营销还不是出版营销的最终目标。基于新媒体营销行为所建立起来的用户数据存储与维护，并为今后的出版市场开发提供数据支持，为出版品牌的战略运营提供多渠道的媒体平台，为细分的读者市场提供定制化的出版产品，为出版企业获得持续发展的动力，才是大数据对于出版营销更高层次的意义。大数据时代的出版营销创新应立足这些方面展开。

1. 构建信息平台，实现数据信息与出版物营销的匹配 当前多数出版社都已建立自己的网站，传统出版社网站的运营模式、呈现样态都处于一种偏低端水平。许多出版企业尚未认识到构建信息资源平台的功能和意义。信息平台将用户的网络行为连同个人信息进行全景式记录，实现数据增量的质变，这些数据既包含出版机构提供的产品内容库，也包含网络使用者的用户数据库。利用大数据帮助品牌提升营销效果的广告营销机构已经出现，如果出版企业能够在专业营销机构的协助下对这些数据进行深入挖掘和处理，出版营销人员即可进行具有针对性的营销、媒体推广，实现精准营销。在现实的出版营销过程中，完善的信息平台所担负的正是将数据信息与出版物营销相匹配的工作。

2. 运用大数据，修正传统出版营销中的数据偏差 出版营销的核心理念是激发、掌握并满足读者的需求。而读者的选择是多样的，也是易变的。这就要求深入了解出版物市场，敏锐把握市场的变化。

过去我们 通过出版物的 发行量来判断 市场，但具有滞 后性，通过抽 样数据来预判 市场则难以反 映全面的读者 需求，出现数 据偏差。现在， 大数据技术协 助我们清晰地 获取所需求的 信息，而不是 进行从点到面 的推断，因此， 极大地提升营 销的精准性。 这些数据通过

物联网、可寻址技术等与用户 实体相匹配、连接，从而完整 记录、甄别用户需求，为其个 性化产品体验环境，甚至实现 个性化的出版产品定制。由于 大数据的支撑，这些工作将在 极短的时间内完成，而且成本 也会大大低于传统营销。



3. 将数据信息转换为数据产品，拓展新的盈利空间 在网络媒体环境下，用户会将海量数据留在各类信息平台上。经过大数据技术处理后，重新聚合的数据信息被赋予高度的商业价值，并以信息产品的形式进入销售渠道，实现新的盈利增长点。

目前出版企业的数 据使用与信息流 动尚未达到如此 先进程度，但这 不失为一种值得 借鉴的思路。很 多发行企业建立 了管理信息系统，但这主要是 为了企业内部管 理，而没有在整 个出版产业链上 实现有效的信息 流动。

很多信息被视为商业机密，流动性受到限制。在新的出版营销框架下，可以尝试运用大数据技术，将数据信息整合成数据产品，提供给相关需求方，实现数据信息的价值最大化。

大数据时代的到来，让出版营销又一次面临新的挑战和机遇，出版营销的思维创新和方式转变势在必行。重新认识数字时代营销环境的变化脉络，深入了解大数据背后细微而复杂的出版市场变化，才能创新性地提出优秀的出版营销策略，适应出版业发展的现实需要。

大数据时代 出版营销应该怎么创新？

衔接新高考，助力新学考

——高中学业水平考试系列产品介绍

一、研发背景

作为中央部署全面深化改革的重大举措之一，国家关于考试招生制度改革实施意见2014年9月4日正式发布，这也是恢复高考以来最为全面和系统的一次考试招生制度改革。本轮考试招生制度改革在考试科目设置方面明确规定，高中将不再分文理科，高考总成绩由两部分组成，一部分是全国统一高考的语文、数学、外语3个科目的成绩，另一部分是高中学业水平考试成绩，考试范围覆盖普

通高中课程标准规定的所有科目。同时改革高考招生录取机制，建立基于统一高考和高中学业水平考试成绩、参考综合素质评价的招生录取机制，即“两依据一参考”。北京、天津、山东、海南四省份2017级学生进入新高考模式。2019年4月八个省份同时发布高考改革实施方案，明确表示，普通高中学业水平考试分为合格考试和选择性考试。合格考试成绩作为学生毕业、高中同等学力认定的主要依据，等级考试成绩纳入夏季高考招生录取总成绩。合格考试科目覆盖国家课程方案规定的所有学

习科目；等级考试科目包括思想政治、历史、地理、物理、化学、生物6个科目，考生从中自主选择3个科目参加等级考试。重庆、广东、福建、河北、湖北、湖南、江苏、辽宁八省份2018级的学生进入新高考模式。2019年4月八个省份同时发布高考改革实施方案，明确表示，普通高中学业水平考试分为合格考试和选择性考试。合格考试成绩是普通高中学生毕业的主要依据，选择性考试成绩是普通高考招生录取的依据之一。

由此可见，本轮招生考试制度改革的一项重要内容是完善普通高中学业水平考试制度，体现出学业水平考试在新高考模式下的重要意义。

二、编写思路

目前，虽然已经有14个省份进入了新高考模式，但这14个省份的学业水平考试不尽相同，主要原因是虽然进入新高考模式，2017版的新课标也已经发布，但新教材并未使用，这就导致了存在或者将要存在以下几种

情况：①旧教材、旧课标、旧高考，②旧教材、旧课标、新高考，③旧教材、新课标、新高考，④新教材、新课标、新高考。针对目前错综复杂的教材、课标、高考情况，本丛书在编写时，也分了这么两个阶段：①旧教材、旧课标、合格考，②新教材、新课标、合格考。目前我们做的这一版图书是针对八省份2018级和部分省份2019级使用旧教材的考生的。目前针对目标市场，我们根据当地2018级学生的课程设置编写了这一版图书，后期会编

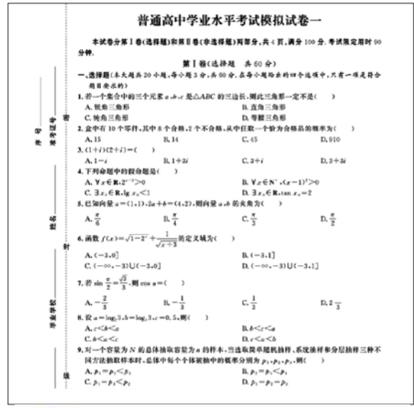
写针对新教材、新课标、新高考的高中学业水平考试系列图书。另外，图书策划编写过程中，通过调研发现，语文、数学、英语三个学科由于要参加高考，且部分省份可以用高考成绩替代合格考成绩，所以大多数学校只拿出很少的时间来复习，甚至有的学校不复习，只让学生自己做练习题和模拟题。因此语文、数学、英语三个学科只设置了“专题检测”和“模拟试卷”，其他学科除此之外还设置了“知识清单”，便于学生考前速记。

三、图书特色

1. 目录设计：全新设计精心编排，诠释知识内在联系。各学科结合教学实际，对目录进行了整合，且根据各版本的差异，对内容进行了完善，使知识之间的联系系统化。

2. 检测试卷：分析合格考试要求，分类训练逐步提高。针对合格考试对于内容的层次要求设置试题，精选各省份学业水平考试试题和原创试题，创设生活真实情境，精准对接考点。

3. 知识清单：精准覆盖学习内容，精确储备必备知识。根据不同学科特点，设置不同的模式。物理、化学设置例题，通过例题巩固考点。政治、历史、地理、生物除了基础知识外，设置大量的“方法技巧”“易错提醒”“规律总结”等小栏目，利于学生掌握学科关键能力。



4. 专题概要：点拨专题主题线索，点明学科核心素养。从知识间的内在联系出发，构建专题知识框架，帮助学生构建知识体系，并点明专题涉及的学科核心素养。



“高中学业水平考试”系列产品是新高考背景下的学业水平考试催生的一套合格考辅助教学和学习的产品，老师和学生可以课上教学和学习使用，也可以作为合格考总复习材料使用。随着新教材和新课标的普及，新教材的“高中学业水平考试”系列丛书也即将开始研发。希望这套产品能够伴随高中生在知识的海洋里乘风破浪，扬帆远航。



教育贴士

《教育最大的失败，就是你的音量》

很多家长有这样的经历，孩子吵闹不听，一吼，孩子就非常服从了。于是吼成了自己教育孩子的主要法宝。其实，我也喜欢用音量征服孩子。在孩子犯错时，我会大声斥责，在孩子不听话时，我会高声要求。在我一次次地吼声中，孩子乖乖地听从了命令，改正了错误。我一度不认为自己有错，反而觉得是孩子不懂事、不听话，才逼得我一次次发火，变成粗鲁的吼叫。直到有一次，我情绪失控，手打了孩子。

其实，事情很小，就是孩子做作业，书桌上的东西掉得一塌糊涂。想到他做作业经常会分心，我就想教育孩子，让孩子知道书桌的整洁对于学习的重要性。结果，说着说着，我的音量越来越大，我的想法也越来越高。看着孩子低头不语，一动不动，最终，气急的我，拿起书，往孩子头上抽了下去。

孩子的头一下磕在了桌子上，痛得大哭起来。那一刻，我心里又自责又后悔，当我抱住孩子检查额头时，孩子却哭得说了一句：“妈妈，我忍不住了，我会听话的……”

这句话差点让我掉下泪来，我忍不住想：孩子是有苦衷的，才会这么急着做保证书？我从来没想过要孩子听话地服从，也想着要打孩子，为什么事情就失控了呢？

反思后，我意识到，是我的吼叫，不断放大了自己的不良情绪，模糊了教育的焦点，最终自己想要的教育变成了无意义的情绪发泄。

那以后，我时刻提醒自己教育孩子时，要控制音量。怕自己做不到，还与孩子和家人做了约定，让他来提醒监督我。

结果我发现，孩子并没有因为我声音低了就不听话了。相反，很多时候，有些指令，我只需平静而温柔地说一次，孩子就能很好地去执行了。

那时，我才真正明白了，为什么我说，孩子有一种伤心，叫作妈妈以为，只有吼我才会听话。

我们很多父母都认为，只有自己大声量，孩子才会重视自己说话的内容，才会把自己说的话听进去，并乖乖按自己说的去做。

然而事实上，实验结果恰恰相反。美国心理学家的一项实验表明：父母说话的音量高，孩子接收的信息就越多；研究者将妈妈们的吼叫内容，以超过85分贝的音量，放给10名7-10岁的儿童听，并让他们写出听到的内容。结果，只有13.3%的内容是正确的。

一方面是因为高音量本身会使孩子的注意力难以集中，另一方面高音量会使孩子害怕，而害怕在很大程度上也会阻碍信息的接收；从某种程度上而言，音量确实就是教育的失败！

【优秀】激励我们前进

“优秀团队”一直是为之奋斗的目标，它意味着志鸿教育集团的一种最高荣誉，也是上层领导及各部门同事对一个团队的肯定和认可。2019年上半年度，佰鸿壹铭被评为“优秀团队”，团队中的每个人都都很激动，这是佰鸿壹铭全体人员互相协作，齐心协力共同努力的结果。

为了优秀的目标，当新书上市时，突破自我，无论是封面还是内文的设计都有所创新，不断进行调研与修改。佰鸿壹铭总经理郑俊杰、研发团队及营销人员，分别从各自岗位工作出发，不断与设计人员对接，与代理商沟通，并拿着设计好的样书到市场一线接收反馈，一遍不行两遍，两遍不行再一遍，直到代理商认可，大家满意，新书才以崭新的面貌亮相。佰鸿壹铭团队也困惑过，到底要不要改？要不要创新？当不断有质疑的声音出现时也曾想过放弃。但身为一个图书制作团队，必须严格地要求自己，内心的信念不断的点燃：要做最好的个性化教育产品。功夫不负有心人，图书上市后，得到了市场的一致认可。学生们亲切地表示，网红色的《十年高考》，我们喜欢！

十年高考上市前，产品策划人及编辑们不断地研究每一道题型，设计穿插时的版式，与作者对接题量解析，特别是高一结束，佰鸿壹铭及编辑们全员加班，一起网上搜集试题、协助编辑传送试题、服务作者解析试题等，每一个环节都有条不紊的进行。为了让学生们用上无差错的好书，每个人都时刻谨记“认真、认真、再认真”的工作态度，这不仅仅是一句口号，更是佰鸿壹铭责任心的体现。

当凝结着佰鸿壹铭心血和期望的图书达到市场时，营销人员马不停蹄地赶到一线，协助代理商对接件数，按照铺货清单和仓库人员一起配货。正当炎炎的夏季，为了提前一点将图书配送到下面市场，每位营销人员都铆足了劲，后背早已被汗水湿透却全然不知，不喊苦不喊累，为了团队的目标，奋力冲刺。

佰鸿壹铭团队中的每个人都都很平凡也很简单，但却凝聚成了一只团结且充满战斗力的团队。在接下来的日子里，团队中的每一员，也将继续保持良好心态，戒骄戒躁，不断完善自我，挑战自我，以“优秀”为目标，继续前行！（佰鸿壹铭 陈叶）



拓展训练心得

公司组织的户外拓展训练虽然只有短短两天，却让大家系统地接受了一次关于团队精神、团队协作、沟通、协作、团队合作的训练与熏陶，让我们懂得了很多。

1. 团队的重要性
训练不只是生理上的挑战，更是心灵上的洗礼。在这个过程中，我体会到了什么叫“团队”。训练前，我们没有深入的了解，几乎无法完成很多团队作战的任务，通过两天的训练，我们彼此之间相互信任，成了一个强有力的团队。

2. 创新的重要性
团队不仅需要责任心，还需要源源不断的创新力。在面对问题的时候，打破固化的思维，反而使得团队能够在训练中脱颖而出。

3. 挑战自己
户外拓展训练的第一个挑战就是高空断桥，这个项目是好多人想都不敢想的项目，但是在团队成员的相互鼓励下，所有人都顺利地通过了这次的挑战。这种心理极限上的突破、心理障碍

的跨越，也让我感受到了个人能力的发展潜力。

4. 团队挑战
信任背摔是一个双重考验，考验自身的心理素质与对团队成员的信任，同时也在考验着成员的责任感。背摔项目没有任何保护措施，只要失败就可能出现安全问题，由不得任何马虎。躺下去的是信任，接住的是责任，很多人双肩都出现了淤青，但没有一个人放弃，这就是团队的力量。

5. 领导者的重要性
七巧板训练让我深刻地意识到领导者的重要性。团队失误，领导者受罚，但是领导者却从未抱怨，反而不断地将失败的原因归结到自身，这让我们在自责之余从失败中学习到了领导者的重要，团结的重要，信息共享的重要性。

6. 团队的核心竞争力
随着社会的发展，靠一个人完成所有任务的可能性已是微乎其微，团队整体效率就显得极其重要。保持整个团队的

志鸿教育集团

2019 年度上半年工作总结暨表彰大会

2019年7月24日，志鸿教育集团2019年度上半年工作总结暨表彰大会圆满召开，集团董事长任志鸿、集团高管团队、中层干部及全体员工参加了本次会议。会议开始，任志鸿董事长首先对集团2019年度上半年工作做出总结，随后，对世纪天鸿2019度上半年优秀团队、优秀中层管理人员、优秀员工进行了表彰。



志鸿教育集团2019年上半年度优秀个人



志鸿教育集团2019年上半年度优秀干部



志鸿教育集团2019年上半年度优秀团队

突破、凝聚、沟通、协作

最佳状态，使其成为一个无坚不摧的战斗团体，必须增进彼此的了解和加强相互之间的信任感，发挥每个人的主动性和参与度，整个团队才能不断进取，取得成功。两天的拓展训练，让大家系统地接受了一次关于团队精神的训练与熏陶。这不仅是一次提高自己思想意识层次和业务能力的机会，也将为我们如何更好地工作、更大地创造价值留下更多的思考。（世纪天鸿 李竟源）



目标感强的人究竟有多厉害？

一切问题都源自目标的不对称

和老板的宏伟蓝图相比，员工则更加务实，他们更关注个人的实际回报，这就回到了问题的源头，如何协调组织目标和工人目标？《孙子兵法》里说：上下同欲者胜。

一个团队中上下一心围绕着同一个目标去发起攻击，这样的团队才有可能胜利。

而现实最心累的是：老板每天想挤进世界500强早日上市，而员工想的是每天早下班多发点工资。

可是他们都没有想到，如果目标永远都是不清晰和不对称，这个公司就像一个前进方向各不相同的马车，永远都是停留在原地。

对一切结果负责才是最好的标准

很多人经常会吹嘘，自己每天到办公室有多早，或者每天在办公室待了多久，其实这些没有任何意义。时间数字并不重要，重要的是工作进度和完成质量。

职场如武场，与其强调渲染过程如何艰难困苦，不如直接交给老板一个让他满意的结果。

就像之前的领导说的那样：如果员工在办公室能够保持更敏锐高效的状态，保证出色的交付成果，我宁愿让团队多睡会儿觉，晚点来上班。

扎克伯格在给哈佛大学毕业生做毕业演讲的时候讲道：一个人真正的目标感在于，意识上知道自己真正想要的是什么，并在行动上心无旁骛、朝它靠拢。

对一切结果负责，是所有考核的唯一标准，在工作层面而言，这也是最好的衡量标准。

所有完美的结果都源自近乎变态的执行力

我们常常高估自己已完成目标的决心和行动力，却总是低估自己的惰性和拖延症产生的影响。你羡慕的生活里，都有你吃不了的苦。

很多人了解到成功背后付出的艰辛和近乎残酷的执行之后，常常会打起了退堂鼓。在浑浑噩噩、随波逐流的日子，继续毫无意义地耗费生命。

如果你细心观察，会发现身边那些目标感差的人，本质上不是缺目标，而是无法排除情绪性感受对自己的影响。

所以目标感差的人有三个关键词：感受、评价、是非。

他们习惯用感受去评判一个人、用评价去定义一件事、用是非去论断结果。

想想你身边那些经常抱怨别人如何不好，且一事无成的人，你就明白原因了。

而真正目标感强的人也有三个关键词：目标、方法、行动。

目标感强的人，本质上不是有目标，而是永远处在3个状态：定目标、想办法、马上干。

有的人永远停留在“只想不做”的状态，而有的人永远都在前行的路上。这才是最大的区别。

一个有目标感的人不会任何时候都讲目标

不得不说，有些人常常自命不凡心比天高，最后却沦为众人默默不得意。

不过是他们往往眼高手低只看着大目标，却不知道将之拆成小目标。

即便是功成名就的扎克伯格也处处从小事入手，从2009年开始，每年都公布自己的新年计划，这些计划也年年全部实现。

一个有目标感的人，不会任何时候都讲目标感。想有的时候，就能有，这就够了。

想做的时候，能把事情做成，这才是一个人最好的目标感。

年轻人，别让“不耐烦”毁掉你

“麻烦死了”，这是很多年轻人的口头禅。

如今出行越来越方便、APP越来越智能，连视频也越来越短，随之而来的是，年轻人也越来越“等不及”“嫌麻烦”。

曾经有科学家做过一项关于“美国人耐心时限”的研究，结果发现：如果网页的打开时间超过1分钟，七成人开始不耐烦；打电话时的平均忍耐极限是5分4秒；

等餐时间如果超过8分38秒，便会冒火；和朋友见面迟到超过10分1秒，对方会很愤怒；事实上，这种“不耐烦”的现象我们同样也有。

白天没耐心吃早饭，晚上睡觉没耐心“戒手机”；上班没耐心听别人的诉求，下班没耐心去健身房锻炼。外卖超时一分钟还没到，绝对不能忍；滴滴司机堵在路上，抄起电话就催；在电影院看电影，还没等片尾字幕播完，就着急出影院。

这些“等不及”“嫌麻烦”的背后，一方面是为了高效、为了节省时间，而另一方面，是我们正在失去耐心。

“不耐烦”的背后，是我们正在失去耐心、缺少信心

毕业后，看到很多招聘要求里都写着“有耐心”“能坚持”，当时不以为然，觉得工作能力才是

最重要的。但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

很多时候，困扰我们的不是眼前的麻烦，而是那颗总是惧怕麻烦的心。

有句话说得好，“有时候，准备得越久，越难以行动。”所以，大多事情并没有你想象的那么麻烦，遇到问题，立马去解决。

不要试图通过拖延，试图通过“躲过”麻烦，因为一旦你“躲过”一次麻烦，后边肯定还有大麻烦等着你。

耐烦、沉得住气的人，才能走得更远

其实不仅当官要能耐烦，任何人做任何事都要能耐烦。耐得住烦是一种修行，也是为人处事的重要条件。

“耐烦”二字，是做任何事的首要修养。既然要成事，就要做事。

“不耐烦”的背后，是我们正在失去耐心、缺少信心

毕业后，看到很多招聘要求里都写着“有耐心”“能坚持”，当时不以为然，觉得工作能力才是

最重要的。但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

很多时候，困扰我们的不是眼前的麻烦，而是那颗总是惧怕麻烦的心。

有句话说得好，“有时候，准备得越久，越难以行动。”所以，大多事情并没有你想象的那么麻烦，遇到问题，立马去解决。

不要试图通过拖延，试图通过“躲过”麻烦，因为一旦你“躲过”一次麻烦，后边肯定还有大麻烦等着你。

耐烦、沉得住气的人，才能走得更远

其实不仅当官要能耐烦，任何人做任何事都要能耐烦。耐得住烦是一种修行，也是为人处事的重要条件。

“耐烦”二字，是做任何事的首要修养。既然要成事，就要做事。

重要的。

但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

很多时候，困扰我们的不是眼前的麻烦，而是那颗总是惧怕麻烦的心。

有句话说得好，“有时候，准备得越久，越难以行动。”所以，大多事情并没有你想象的那么麻烦，遇到问题，立马去解决。

不要试图通过拖延，试图通过“躲过”麻烦，因为一旦你“躲过”一次麻烦，后边肯定还有大麻烦等着你。

耐烦、沉得住气的人，才能走得更远

其实不仅当官要能耐烦，任何人做任何事都要能耐烦。耐得住烦是一种修行，也是为人处事的重要条件。

“耐烦”二字，是做任何事的首要修养。既然要成事，就要做事。

“不耐烦”的背后，是我们正在失去耐心、缺少信心

毕业后，看到很多招聘要求里都写着“有耐心”“能坚持”，当时不以为然，觉得工作能力才是

最重要的。但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

很多时候，困扰我们的不是眼前的麻烦，而是那颗总是惧怕麻烦的心。

有句话说得好，“有时候，准备得越久，越难以行动。”所以，大多事情并没有你想象的那么麻烦，遇到问题，立马去解决。

不要试图通过拖延，试图通过“躲过”麻烦，因为一旦你“躲过”一次麻烦，后边肯定还有大麻烦等着你。

耐烦、沉得住气的人，才能走得更远

其实不仅当官要能耐烦，任何人做任何事都要能耐烦。耐得住烦是一种修行，也是为人处事的重要条件。

“耐烦”二字，是做任何事的首要修养。既然要成事，就要做事。

“不耐烦”的背后，是我们正在失去耐心、缺少信心

毕业后，看到很多招聘要求里都写着“有耐心”“能坚持”，当时不以为然，觉得工作能力才是

最重要的。但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

很多时候，困扰我们的不是眼前的麻烦，而是那颗总是惧怕麻烦的心。

有句话说得好，“有时候，准备得越久，越难以行动。”所以，大多事情并没有你想象的那么麻烦，遇到问题，立马去解决。

不要试图通过拖延，试图通过“躲过”麻烦，因为一旦你“躲过”一次麻烦，后边肯定还有大麻烦等着你。

耐烦、沉得住气的人，才能走得更远

其实不仅当官要能耐烦，任何人做任何事都要能耐烦。耐得住烦是一种修行，也是为人处事的重要条件。

“耐烦”二字，是做任何事的首要修养。既然要成事，就要做事。

“不耐烦”的背后，是我们正在失去耐心、缺少信心

毕业后，看到很多招聘要求里都写着“有耐心”“能坚持”，当时不以为然，觉得工作能力才是

最重要的。但是，工作一年后才发现，“耐心”竟然成了自己最大的缺失。

一个人的“不耐烦”看似是情绪管理问题，实则是你不够有耐心。

把时间战线拉长、把眼光放远，你就不会过于在乎眼前的一城一壑。当你不再患得患失、对未来足够有信心时，你离自己的人生目标会越来越远。

当下麻烦你的事，都是在给你的未来铺路搭桥

做事哪有不耐烦的，要做事，就要耐烦。

著名管理学家陈春花在一次演讲中说过，我给年轻人唯一的建议，就是要“耐得住”。

所有的东西都需要时间的付出，所以不要急于讨论，“我在公司有没有得到肯定，有没有给我平台，有没有让我去到更重要的岗位”，在这件事情上要多一点耐心。



如果你能让时间，在你身上安静的沉淀下来，你的空间和未来会更加巨大的。所以请给自己多一点时间。

对越来越有信心，对当下越有耐心。只有当你“耐得住”时，你才能沉得住气，完成那些更大的挑战。毕竟，从来没有一蹴而就的事情。

所以，无论走多远，千万别把“耐得住”这个品质丢掉，这也是你最重要的东西。希望，你也是一个耐得住的年轻人。

宁要模糊的正确，不要正确的模糊



务实的陷阱

每一个创业的人都怀着梦想开始，可都很快陷入资金不足、人才短缺、技术弱、市场开拓慢的浓雾之中。此时，任何的市场机会，即使不是你想要的，对于你而言，都是“浓雾中的路”，你很难避免它的诱惑。

“浓雾中的路”是“正确的模糊”，你在浓雾中可以找到一条条的路，却不知道这些路把你带向何方。

说到这里，很多人恐怕要我说“站着说话不嫌腰疼”，如果不选择这些当下能给我们安全感的路，我们还能怎么办呢？

为什么“不变”的目标比“可变”的目标更重要呢？

假如我每年做五件特别困难的事，成功率只有20%的话，你会怎么做呢？

答案是专注于做成一件以后最有可能遇到的“不变”的事，这样

一来，五年之后，五件困难的事，你都能完成。

如果你看那些伟大的公司的商业史，你就会发现，它们的决策正确率并不高，但它们做对的事，往往是一劳永逸的事。

做易变的目标，就像俄罗斯方块，成功会自动消除，失败会不断积累；做不变的事情则相反，失败会自动消除，成功会不断积累。

工作中所有平庸的方案有一个共同点：先是按照经验写一些放之天下皆准的套路，再把大家都知道的内容填进去，最后按照工作要求，从结果倒推一些分析。

这些方案看上去都是完整的，但仔细分析，都是证据不充分，论证不清晰，逻辑跳跃，完全是为了完成而完成。

原因就在于，你写的每一个字都是随手可得的想想法，都是“正确的模糊”，最后就变成一份“完整的废话”。

好的方案，一定要从一个宏大而清晰的问题开始挑战，一开始就要认准这个方向去解决问题——哪怕遇上最困难也不要绕开，或者短暂绕开后，一定要再回来。

往“正确的方向”上做困难的事情，就算是失败了，相比“模糊的方向”上做一件容易的事情，前者的价值必定更高。

所以，把模糊放在现在，就是把清晰留将来，把错误放在现在，就是把正确留给最后的目标实现。

运动指南

从“动作模式”来了解如何正确运动

无论你从事什么类型的运动，都需要一些基础的活动能力。就像你跑步、打篮球、踢足球、高尔夫球、抛球、从椅子上坐起来等等这些看起来不相干的事情，其实它们都是由一个或若干个基础动作模式构成的。即使你在健身房做重量深蹲练习，你也需要具备“蹲”这个动作模式的能力。

NO.1 认识动作模式
ACT IFT 动作模式中提到了五个基础动作模式：蹲、单腿模式、推、拉、旋转。

TRX 训练体系中提到了七大动作模式：卧式、推、拉、旋转、弯肘、蹲、弓步。

这两大训练体系所提到的动作模式基本都涵盖了我们的日常生活和所以体育运动中的运动模式。认识动作模式，训练动作模式，获得良好的运动模式是关键！

NO.2 动作模式和运动模式的关联

“蹲”模式可以锻炼到所有下肢肌群对于下肢力量的发展非常有帮助。在获得跳跃时也需要“蹲”的能力。“蹲”需要下肢良好的关节灵活性才能正确完成。在生活和运动中无处不在。日常站立时提起腿发力都需要关节的能力。如果关节的能力不好，会伤及下背部、膝盖等。

弓步或单腿模式是作为走、跑、转向、攀爬、摆腿等动作模式的基础动作。在这个动作模式中要分别两侧“原动”和“伸展”功能。在这个两侧都需要灵活活动的基础上还需要关节稳定性和区域的稳定能力。如果关节的能力不足，就会被破坏稳定机制，造成骨盆旋转；如果骨盆不够稳定，那么腿的活动就会变形。从而造成腿或膝的问题。

推。既是身体推离身体（推门）或将身体推离物体（俯卧撑）、运用身体前侧的胸肌、肩发力。但很多健身的人群把推的范围在卧推之类的胸肌训练中，但实际上生活和运动中都是将身体作为一个整体完成“推的动作”。所以想要很好的推，必须强化核心力量，将上下半身连接在一起，完成“整体推”的动作。

拉在生活和运动中也非常常见，开门就是一个常见的拉的动作。拉和推是一种相反的力量，如果你顺利完成拉，那身体前侧肌肉会对抗旋转。避免身体失衡。如果这种失衡产生，将会导致骨盆排列变形。一些人腰疼其实非常害怕拉那种很重的门，因为在拉门时会造成腰痛不适。这就是其中一个原因。

旋转是生活和运动中运动最多的动作模式之一了。要想旋转的有力，必须先能够对抗旋转。这样才能在旋转时产生力量及在旋转中储存动力。这样的目的是预防损伤。

旋转可以带来速度，可以产生足够的力。所以在体育项目中应用广泛。

无论任何运动模式都离不开基础的动作模式。想要获得好的运动表现，必须有好标准的、有力的、稳定的基础动作模式能力。如果你从繁重运动中经常出现腰痛、成绩无法提高的时候，测试一下你的基础动作模式是否开始出现问题，不妨从这个部分开始进行训练，你的运动成绩或许会有新的发展。



2019年7月27日，第29届全国图书交易博览会在西安曲江国际会展中心隆重召开。全国30多个省、自治区、直辖

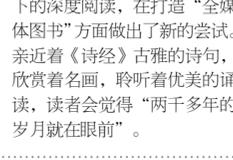
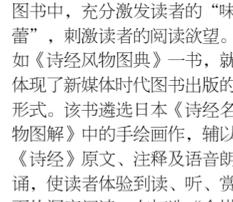
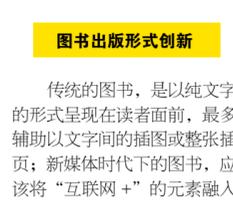


市和港澳地区的近千家出版发行单位，以及“一带一路”沿线国家出版机构参展，参展人数近3万人。本届书博会恰逢新中国成立70周年，大会紧紧围绕“礼赞新中国 书香新丝路”的主题，以“最精彩的书博会，向新中国成立70周年献礼”为目标，通过组织开展出版业成果展示、出版物销售、版权交易、交流研讨和全民阅读推广等系列活动，进一步推进全民阅读和书香社会建设，促进出版事业和产业发

展。本届书博会共有1200多家单位参展，展销图书20余万种，各类主题论坛、舞台活动层出

不穷，吸引了4万多观众的关注。世纪天鸿大客户事业部、电商事业部，鸿翼创客·创业孵化平台参加了此次书博会。各类畅销产品《优秀教案》《智慧背囊》《说文选粹》《十年高考》《中考高手》《优化训练》《小超人》《话说艺术家》《心灵成长屋》等纷纷亮相，吸引了全国各地的客户前来洽谈合作。

在这一届书博会上，越来越多的文创产品成为展会上的



世纪天鸿亮相第29届全国图书交易博览会

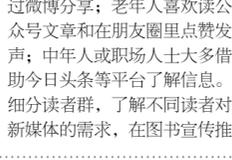
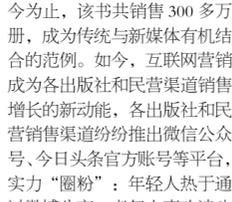
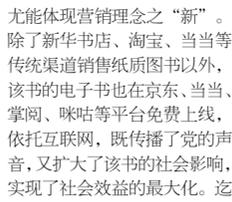
亮点，吸引了参会者的眼球，丰富多彩的文创产品、精致的包装设计成为会场中一道靓丽的风景线。小仙文创此次精心准备，携纸胶带、帆布包、毛毡手账本、精装手账本、止错本等产品隆重亮相，文创产品种类繁多，设计精美，吸引了大批客户的驻足与询问。

在“大众创业，万众创新”的社会环境下，全国各地的创业项目层出不穷，世纪天鸿鸿翼创客·创业孵化平台在此前已经正式入驻华鸿出版产业园，目前正面向全国寻找合作伙伴。本次书博会是鸿翼创客·创业孵化平台第一次参展，

也是创业孵化平台在寻找优质项目途径的一次创新，平台希望借此机会，向广大出版行业者宣传公司“孵化文化教育发展的新生力量，构筑行业开放共享的创业平台”的理念，介绍平台在教育出版、教育服务、教育文创产品及周边等三个方面的孵化方向，展示平台在创业孵化服务方面的优势及特色。鼓励更多的优秀团队及项目积极参与到平台中来，发展优质项目，共享孵化成果。

本次书博会开展了一场精彩纷呈的主题活动，展现出了全国图书出版界积极向上的精神风貌，为市民奉献了一场不一样的文化盛宴。

世纪天鸿在此次书博会中重磅亮相，现场气氛火爆，产品展示效果显著，市场反响热烈，合作意向客户众多，订单数量喜人。未来，世纪天鸿将继续参与各类图书展会，为公司的业绩发展提供更多的机遇和可能。



(世纪天鸿 尹文鑫)

新媒体时代下的现代化图书营销之路

图书宣传方式创新

有人惊呼：“未来已来。”当未来呼啸而至，新媒体就是“未来”的坐骑。在新媒体背景下，作为图书出版与营销界的一员，在实践中要与新媒体密切“联姻”，力争走出一条时代需要、市场需求、消费者急需的现代化营销之路。

传统的图书，是以纯文字的形式呈现在读者面前，最多辅助以文字间的插图或整张插图；新媒体时代下的图书，应该将“互联网+”的元素融入图书中，充分激发读者的“味蕾”，刺激读者的阅读欲望。如《诗经风物图典》一书，就体现了新媒体时代图书出版的形式。该书遴选日本《诗经名物图解》中的手绘画作，辅以《诗经》原文、注释及语音朗诵，使读者体验到读、听、赏下的深度阅读，在打造“全媒体图书”方面做出了新的尝试。亲近着《诗经》古雅的诗句，欣赏着名画，聆听着优美的诵读，读者会领略“两千多年的岁月就在眼前”。

给人耳目一新之感。柔和的光线下，捧起一本书，调动多种感官，打破了原来相对“扁平”的阅读体验，带来全新的体验。

《习近平用典》的营销，尤能体现营销理念之“新”。除了新华书店、淘宝、当当等传统渠道销售纸质图书以外，该书的电子书也在京东、当当、掌阅、咪咕等平台免费上线，又扩大了该书的社会影响，实现了社会效益的最大化。迄今为止，该书共销售300多万册，成为传统与新媒体有机结合的范例。如今，互联网营销成为各出版社和民营渠道销售增长的新动能，老年人喜欢读公众号文章和在朋友圈点赞发声；中年人或职场人士大多借助今日头条等平台了解信息。细分市场群，了解不同读者对新媒体的需求，在图书宣传推

广和营销工作中，有的放矢，线上线下密切结合，可有效提升市场营销的规模和效率。

营销渠道和营销方式创新

在新媒体时代，不论是出版社还是民营图书销售渠道，均要深入学习新发展理念，并将之转化为具体的思路和工作举措，在保持传统出版优势的基础上，锐意创新。创造性地把“互联网+”渗入出版与营销环节，积极推动传统出版与新媒体的融合发展。以《那些年我们读过的诗》《那些孩子们喜欢的诗歌》《那些中学生喜欢的当代诗歌》系列诗集为例，出版社主动出击，在高校校园和中小学校园举行大型诗歌朗诵会，这种“接地气”的线下营销方式，区别于相对传统的新书发布会、读书会等营销模式，扩大了出版社和该系列图书的知名度，增强了销

售效果。以诗为媒，出版方与读者欣然相聚，这种线下的情怀对使营销的过程增加了温度。

2018年出版的《听什么歌都像在唱自己》一书能成为音乐出版的现象级产品，则是综合了以上出版创新方式。该书与网易云音乐合作出版，精选200余条网易云音乐上的优质评论，用最简约的排版和最简单的文字，形成了一本音乐评论集。该书摒弃了常规图书的页码设计，选用字典式独特的分类检索色块设计，大量留白可供读者随手记录心情和生活感悟。个性化的设计，在时尚和审美上极大满足了年轻人的需求，高度切合了该书的读者对象粉丝的精准定位。在宣传销售上，充分利用云音乐平台进行宣传预售，精准面对目标读者。这种突破传统且充分发挥粉丝经济的销售模式，使该书短时间内发行近50万册，市场反响强烈。