奔跑人生

如果不是因为疫情，我下周日就会站在东营黄河口国际马拉松的赛道上，去履行我的承诺。

我的首场马拉松就是在东营，现在回想起来全是黑色。2017 年 5 月 7 日，我站在了东营黄河口国际马拉松的赛道上，开始了自己的第一次全马之旅。那时，我只是一个刚跑步一年多，月平均跑量不足 200 公里的跑步小白。因着跑友们的指引，我开始挑战业余跑者的终极梦想——马拉松。

一开始我只是参加半程马拉松，因为在高青马拉松刷新了自己的半程马拉松纪录，所以我自信满满，准备挑战全程马拉松！

然而我高估了自己的能力，也低估了马拉松这项运动。在随后的比赛中也印证了这一点。前半程我跑得相对轻松，跟着两位马协的跑友用了不到 1 小时 50 分钟冲过半程折返点。之后我就深深地感受到了马拉松的残酷。跑到 25 公里的时候，我突然感觉到身体发沉，腿虽然还是不停地向前迈，可是与两位跑友的距离却越拉越远。这时候我想起了跑友们说的“撞墙”（所谓“撞墙”，就是在马拉松跑到 30 到 35 公里的时候因身体能量耗尽而产生的疲劳感，就像前面有一堵墙在挡着）。接下来我试图冲破这堵墙，一直坚持跑到了 30 公里处。可是我全身的力气已经耗尽，每跑一步，浑身上下每个关节都一阵阵地酸痛。我知道自己不能再跑了，于是慢慢溜达着走到了终点。最终我的首马用时 4 小时 53 分钟，其中，下半程整整用了 3 个小时了！

首马的惨痛经历，让我重新认识了马拉松，也重新定位了自己。跑马圈里流行一句话：半程领先不是领先，谁先跑到终点才是真正的胜利者！一位资深跑友说过，要对脚下的这条赛道充满敬畏之心，任何结果的达成，都需要一定量的积累。马拉松是一项极限运动，平时没有足够的跑量是一定无法完成比赛的。我想起了自己在火炬公园的塑胶跑道上边跑边数圈，旁边的一位大叔跟我说：“你不用数圈，那样多累啊！就近开腿跑就行，跑到累了就停下，歇歇再跑，让自己跑得舒服才能跑得远，跑得久”。

于是我开始从头做起，不再追求速度，不再给自己设定目标。我开始尝试不同的跑步路线。几年下来我几乎跑遍了张店大大小小的街道；我懂得了欣赏路边的风景；我开始在跑步的时候戴上耳机听自己喜欢的歌，让自己放松下来。慢慢地，我越跑越远，每天早上出去跑步也不再是一件痛苦的事，而是跟吃饭睡觉一样，成了每天的习惯。当你不再关注目标，而是关注行动本身，达成目标反而更加容易。

2019 年 10 月 26 日，时隔两年零 5 个月又 20 天，我又来到了龙口，再次站在了马拉松的赛道上。这时的我已经累计完成 6000 多公里的跑量，不再是当初的那个跑步小白。再次踏上马拉松的赛道，我没有了当初的激情澎湃，更增添几分沉稳。比赛开始后，我一直按照自己的节奏，任凭一个又一个的参赛者不断地超过我，我始终关注自己本身。在 1 小时 53 分钟后平稳地通过了半程折返点，许多曾经超过我的人又被我一个个地赶超。到达 33 公里的节点时，那种熟悉的感觉又来了，就像汽车突然一下子没油了。我又遇到了撞墙期！这次我并没有慌，调整呼吸，放慢了节奏，努力同这堵无形的墙做对抗。当我冲过 35 公里时，身上的那股压力突然一下子消失了，我感觉身体又慢慢恢复了力量，就像是一辆燃油即将耗尽的汽车突然打开了副油箱。我明白这是储备的能量在起作用。当我冲过 42.195 公里的终点线时，时间定格在了 3 小时 50 分 33 秒！我又一次突破了自己！

马拉松不仅仅是一场比赛，更是一种对生命的洗礼。跑过，累过，哭过，也笑过。人生就像一场马拉松，当你认真对待每一公里时，你想要的结果自然而然就会到来。我们往往太关注个人成就，而忽略了生活本身。

现在有很多说法，比如人一定要赢在起跑线上，比如 40 岁之前一

定要如何如何，仿佛 40 岁之前不成功，这辈子就这样了。40 岁的年纪，其实还没有跑到半程。看看 84 岁的钟南山院士，依然奋战在抗疫第一线；屠呦呦女士 85 岁获诺贝尔奖；袁隆平 90 岁的高龄依然在研究杂交水稻。

在人生的道路上，我们不要过多地跟人攀比，活在当下，过好每一天，才是最应该做的。把握好自己生命中的每一天，至于结果好与坏，其实已经不重要了！

余生很短，我的下半生会继续跟马拉松相伴。我没有给自己设定目标，必须要跑完多少场。我只希望在有生之年能一直跑下去。享受奔跑的快乐，感受马拉松的魅力，这就够了！（世纪天鸿 房健）

雪夜华菁园

“经历过暴风雪后的人，就不再是之前的那个人了。”

二月中旬雪匆匆，留不下什么标致记忆，若不刻意记录，返回淄博的那个雪夜我也早忘了。

出租车舒了口闷气，在华菁园西门口缓缓停下，它和车上的乘客一样，经历 2020 年首雪的招呼之后，并没对二月中旬这场意料之外的雪露出出一点欣喜与指待。

下雪天的出租车很难打，我刚出火车站时，为打车耗了一些时间。在等待的过程中，我抬头看那雪花如箭镞一般，风织地好密，在风中一点儿主见也没有。当看到手机提示‘出租车司机即将到达’的信息时，我心里默认那个王师傅是我的贵人。

上车落座，望向窗外，路口处红绿灯的轮廓被冰寒的水滴晕开，车轮驶过一个劲儿向东张展的白色道路，沉默的建筑和树木流水线般地从我的眼前划走，这都给人一种不真实的感觉。

当我脚踩雪地上时，已凌晨四点。抬头望去，西门口四周的路灯都亮着，挂在屋顶的大照灯把雪空夜色和“抗击疫情，人人守土有责”的白字红幅打得明晃晃的，映衬出那雪花随风飘落的狼狈模样。

而此时在雪地里有一位正热火朝天打扫卫生的门卫大爷，他的保安服被里面厚实的棉袄撑得格外紧实，人显得格外那么硬朗。看到他之后，我在出租车上翻转不停的疑问等来了它的答案：情势到了现在，不说雪天，即便洪水也是有人坚守的。

他停下了手中扫把，保安帽下的眼睛对突然出现在小区门口的我很是警觉。他一边打量着我，一边询问我的来处。而我虽然听不大懂大爷那厚道的方言，但还是基于自己的理解应着他那亲切、认真的问询。登完记后，他通知我天亮去社区报到并申请隔离。此刻我总算是长舒了一口气：自己没有被拒之门外。

进入小区，脚下的路被雪铺成了一条长长的白毯，而一切都在沉睡，它们听不见雪夜里门卫大爷用扫把“唰唰”的扫雪声。小区里的汽车被雪盖了一床厚厚的白色大被子，显得天空格外地亮堂，可我并

不知晓它何时才能真正地驱逐黑暗。

次日天大晴，不久那场雪也消失得无影无踪。

二月走后，春姑娘三月与四月来了，门卫大爷执勤的门岗挪动了位置，疫情期间的围挡和大门也——拆除，同被拆除的还有大爷脸上那紧绷的神情。

渐渐地，好天气与好消息将人的心情映照得好温柔，我们唱歌，我们跳舞，我们彼此互致春天的祝福，但我们清醒、不糊涂。

我不确定那个雪夜还发生了什么事情，但我可以确定的是没有哪一个春天令人这般珍重，因为经历过暴风雪后的人，就不再是之前的那个人了。

（世纪天鸿 王涛）

努力不等于成功

世上无数的人为了“成功”二字，都在拼搏努力着。成功对于大多数人而言，极具魅力，很多人削尖了脑袋往“成功道路”上驶，但结果往往事与愿违。

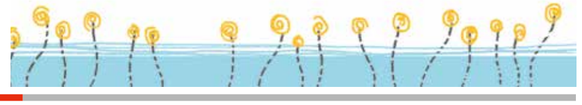
你可能听过很多这样的抱怨：我都那么努力了，为什么我还是不能成功？为什么总会差那么一点？也许你确实很努力，甚至感动了自己，但是或许你没有明白，你奔跑的道路方向错了，所以不管你有多努力，你最终只会离自己想要到达的目的地越来越远。其实不论是在学业、工作，还是在生活的其他方面，想要取得一份好成绩，光靠一股蛮劲是很难能达到目标的。

我在很小的时候就听过南辕北辙的故事，故事中赶车的人想要去楚国，但一路往北驶去。尽管他有上好的马，上好的车，上好的车夫，但楚国在南边，赶车的人装备再好也永远到不了楚国。小时候觉得这个赶车的人怎么那么笨，明明楚国在南边，还拼了命地往北边驶。其实殊不知在生活中，许多人何尝不是在重复“南辕北辙”的故事。

我们认真思考一下，就会发现自己以前或多或少都做过“南辕北辙”的事，有可能是在学业上，在交友上，也有可能是在工作中。其实人生并不怕失败，怕的是失败之后还不知道自己是怎么失败的。虽然有一句话说“失败是成功之母”，但如果一直在同一块石头前绊倒而无反思，何谈成功。生活也许是相对枯燥的，但是并不影响我们去思考如何过好我们的生活。

现在在网络上可以搜到许多写关于如何取得成功的文章，标题极具煽动性，比如“只要你肯努力，不放弃，成功就离你不遥远”。这一类文章在博取关注、获取流量方面取得了成功，但是其对成功公式化的简化和粗暴断定浇灌了不少的年轻人，使得许多人与自己的目标渐行渐远。

须知：任何人的成功都不会一蹴而就，努力是必需的，但并不是唯一的，没有走在正确的道路上没有朝着正确的方向，任凭你策马奔腾、悬梁刺股，最终只会是徒劳无功。（世纪天鸿 朱秋和）



读书时间

《活生生的世间万象》

世间万象皆由心生。你眼中所见的此景就像是一幅立体的画，每个人都在作画过程中参与了一手。画中的每样色彩、每根线条全都是在心灵中先画好了才呈现于外的。

然而，在这比喻里，作画者本身就是画的一部分，而出现在画中。外在世界无有一理不是源生于内，也无有一动不是先发于心。

您识的伟大创造性本来就是你继承的资产，但这份资产并非纯属人类独有。每一个生灵全都拥有这份能力，而在至高与至微间、至尊与至卑间，原子、分子和有意识与理性的心智间，都存在着一种发于自然的合作，也正是由于这种合作才构成了这个活生生的世界。

形形色色的昆虫、鸟兽都从事了这项合作，造就了大自然的环境。这种合作之自然与必然，就像是你对镜呵气，镜面必然也会形成一层雾气一样。所有的生灵都在“感觉基调”（feeling tone）中创造出这个世界，而世界也就是你们意识的自然产品。感觉与情绪因而得以以某些特定的方式在世间显现。思想出现，而在现成造好的温床上派长。四季跃生，由古老的感觉基调形成，有其深厚、不变的节奏。它们也是所有生灵与生俱来的创造力的产品。

这些古老的创造潜能，至今深深地埋藏在所有生灵的心灵深处，在它们里面，个别模式及新分化的明确显图得以出现。

地球的“身体”可以说有其自己的心灵灵魂（随你喜欢哪个用语）。按照这比喻，高山、大海、山谷、河流以及所有大自然的景象无一不由地球的灵魂涌出，正如所有的事件以及所有创造出来的东西，皆无一不由人类的心灵或灵魂中显现是一样的。

每个人的内在世界都与这个地球的内在世界相连。“精神”变成了“血肉”。于是，每个人都有一部分的灵魂，与我们所谓的这个地球或世界的灵魂密切相连。

一株草、一朵花，不管它是多么的渺小，全都觉知这个联系，不必推理就知道它的地位、它的独特性以及它生机的源头。构成世间一切事物的原子及分子，不管它所组成的是一个人体、一张桌子、一块石头或是一只青蛙，也全都知道深藏于自己这个存在之下的那种创造力，它伟大的既既的冲力，而它们的个别性就浮在这上面，清楚、明确、不可怠惰。

同样的，人类中每个人从自己灵魂的那个极古老和永远常新的泉源中升起，胜利地呈现其特殊性。自己（self）由无知而升入有知，不断地为自己带来惊喜。比如说，就在你读表这些话的时候，你所学到的知识有部分是你有意识所知而马上可用的，而另一些则是无意识的，但即使如此，无意识的知识在其无知中仍然是有知的。

自我可说是意识心用以感知的眼睛，或借以观察物质世界的焦点。你所知的实相是你从一个“更大的你”里面的创造出来的。你是否愿意以一个欢欣而生气蓬勃的态度来进行这种创造，全在于你。你是否愿意去清理你的意识心，以使更大的你非具有血有肉的世界中得以喜悦的表达，关键也完全在你。

关心每个角落 · 每个人的教育

总第 503 期

志鸿教育集团 KING & KEY EDUCATION
www.kingandkey.com

志鸿教育

微信扫一扫，敬请关注志鸿教育公众号

■ 2020 年 5 月 1 日 ■第 9 期 ■本期八版■准印证号：（鲁）0300007（内部资料，免费交流）

小仙文创荣获淄博市首届文化创意版权设计大赛二等奖 ◆一版
志鸿动态 ◆二版
管理平台 ◆三版
志鸿讲堂 ◆四版
王敬东：二月江西“疫”考的优胜者 ◆五版
整本书阅读与训练 ◆六版
新型 5G 智慧园区建设的探索与研究 ◆七版
芳地绿洲 ◆八版

2020 年 4 月 20 日，淄博市工业和信息化局副局长邱万勇、范立玉，小米谷仓学院郭剑飞副总裁，小米谷仓山东分院毕艳明、武志刚，山东理工大学企业管理研修班主任董娥一行到世纪天鸿参观考察。

2020 年 4 月 27-28 日，临沂沂水尹家峪田园综合体项目罗继志副总经理一行到中国课本博物馆参观考察。

小仙文创荣获淄博市首届文化创意版权设计大赛二等奖

2020 年 4 月 26 日，淄博市首届文化创意版权设计大赛颁奖典礼在淄博市广电大剧院演播厅中落下帷幕。山东小仙文化创意有限公司的参赛作品《在淄博—淄博城市主题文创系列产品矩阵》荣获地域特色文化主题实物类二等奖。

本次大赛由淄博市文化和旅游局、淄博市广播电视台主办，淄博市文化旅游资产经营有限公司、《鲁中晨报》社、中国旅游报淄博新闻中心、淄博市旅游商品协会协办。大赛旨在深入发掘特色文化资源、汇聚文化创意人才、提高创意设计水平、强化版权保护意识、搭建交流协作平台，推出一批理念新颖、内涵深刻、特色鲜明、竞争力强的文化创意作品，推动淄博地域特色文化创造性转化、创新性发展，不断提升文化旅游融合高质量发展。

小仙文创的参赛作品《在淄博—淄博城市主题文创系列产品矩阵》涵盖了小仙文创自主设计研发的帆布包、抱枕、书签、明信片、台历、胸章、卡套、和纸胶带、红包等产品类型。该作品设计新颖、亮点突出，让人仿佛置身在淄博齐长城、蒲松龄故居、周村大街等淄博名胜古迹之中，品味着周村烧饼、下河羊肉、贵妃酥等美味的淄博特产，倾听着幽默风趣的淄博话……将“玩在淄博、吃在淄博、淄博土言土语”这一主题展现得淋漓尽致。

本次荣誉的获得，是对小仙文创设计实力的肯定，同时也是对我们的鞭策。今后，小仙文创将在传承、发扬淄博优秀的本土文化和艺术的基础上，融入文创设计的新理念、新灵感，着力打造出一批具有地域与时代特色的文创产品，为淄博市文化旅游高质量发展做出积极贡献。

（世纪天鸿 怀红军）

志鸿教育集团“你好 · 春天”2020 春季摄影大赛圆满结束

2020 年 4 月 26 日，志鸿教育集团“你好 · 春天”2020 春季摄影大赛活动圆满结束。本次活动设置了“最美志鸿景”和“最美志鸿人”两个奖项。经过严格评选，电商事业部曹玉伟的“天鸿小景”系列作品、人力资源部宋云涛的“天鸿四季”系列作品获得“最美志鸿景”一等奖；企业文化室于琨的“抗疫保卫战”系列作品获评“最美志鸿人”一等奖。此外还有众多优秀摄影作品分获二、三等奖。

在员工们提交的“最美志鸿景”作品中，有天鸿园区的百花盛放、有物流园区的垂柳依依、有办公楼宇的春光明媚、有中国课本博物馆的屋瓦相接，从各个角度将集团园区美景收入镜头中。“最美志鸿人”展现了疫情期间每日做好防护服务的同事、认真校稿的编辑老师、撰写策划方案的产品经理、正在联系客户的营销人员等忙碌的身影……从镜头里多方位展示出志鸿人积极向上、爱岗敬业的精神面貌。

本次活动让大家在工作之余体验摄影的乐趣，也愉悦大家因疫情困扰许久的身心，以明媚的心情拥抱春天的到来。

志鸿教育集团自成立以来，一直高度重视企业文化建设和员工人文关怀，每年都会定期举办各项文化活动，增强员工对企业的归属感，努力打造积极、团结、合作、进取的企业之风。本次摄影大赛活动开启了志鸿教育 2020 的文化春天，集团也将会继续推出各类文化活动，不断为大家创造更好的工作和学习环境。

（世纪天鸿 张悦）

尚鸿公司与创新能力达成战略合作

——第四届中学生基础知识与创新能力测评总决选开启

2020 年 4 月 15 日，第四届中学生基础知识与创新能力测评全国总决选正式开启。本次测评由博雅闻道考试与评价技术研究院主办，中国老教授协会、中国教育发展战略学会高中教育专业委员会、美国教育考试服务中心联合提供支持。全国 24 个省市地区、近 300 所高中学校约 50000 名学生参加了本次测评。其中，山东区总评选由世纪天鸿旗下山东尚鸿升学帮教育咨询有限公司承办。

中学生基础知识与创新能力测评以培育创新潜质，选拔创新人才为宗旨，以新高考为切入点，结合国内外创新素养理论研究和实践探索的前沿经验，致力于通过客观的测量方法与科学的评价体系，打破教育资源不均衡对人才培育的桎梏，充分发掘中学生的创新潜能，选拔出一批基础知识扎实、创新能力突出、综合素质全面的优秀中学生，为一流大学的人才选拔提供科学参考。

从外研社杯英语大赛到创新能力测评大赛，尚鸿公司在新高考升学板块不断进行新业务开拓。此后，我们将持续探索，通过累积的北大、清华等名校专家资源，助力广大高中学子迈入理想的学校，助推国家素质教育深入发展。

（尚鸿公司 高增彬）

防疫物资进校园 中国课本博物馆助力复学复课

暖心助力开学，守护学子返校路。2020 年 4 月 20-22 日，中国课本博物馆“防疫物资进校园”公益活动火热进行。在三天的时间里，中国课本博物馆团队先后走进桓台第一小学、淄川开发区实验学校、临淄玄龄小学、淄博高新区第一小学、潘南小学、潘南小学北校区这六所学校，将防疫物资送到坚守岗位的老师们手中，助力学校复学复课。（齐都文化 李菲菲）

集团总部地址：北京市朝阳区裕民路 12 号中国国际科技会展中心 A 座 15 层 邮编：100029 电话：010-82250247 编辑部：0533-3590065 编辑部主任：王子荣 副主任：张莹莹 美编：吴敏 责任编辑：于琨 / 吴敏
编印单位：世纪天鸿教育科技股份有限公司 印刷单位：淄博金福印务有限公司 发送对象：公司员工、客户 印数：900 份 印刷日期：每月 1、15 日

●绘事与馆事

走进中国课本博物馆

疫情冲击之下，中国课本博物馆关上了门又打开了窗

我们是由教科书塑造的，教科书不仅是传递知识的工具，更是启蒙思想的载体。

中国课本博物馆是国内首家以课本为主题的博物馆，通过场景再现的方式，按照历史的脉络，将 1745 年至今的各历史阶段的学习场景和课本图书展现在了我们眼前。

从泛黄的页面到光滑的铜版纸，从竖排到横排，从繁体到简体，从黑白到彩色……小小的一本教科书，不仅见证了中国百年来的坦途与坎坷，更是浓缩了中国近代化之路的汗水与沧桑。

疫情下的压力

岁末年初，一场新冠肺炎疫情向我们袭来，它的演变之快、影响之广让各行各业猝不及防，中国课本博物馆作为人流密集的公共场所首先受到了冲击。为了避免因人群聚集增加的疫情传播风险，中国课本博物馆迎来了开馆以来的首次闭馆。

疫情之下，中国课本博物馆切切实

实地感受到了疫情带来的现实压力。春节期间，中国课本博物馆前期筹备的部分活动和展览化为泡影，重新规划展览、策划活动等困难迎面而来。同时，开馆时间无法确定、部分员工因疫情无法到岗也成了博物馆运营的一大难题。

面对疫情，除了闭馆，中国课本博物馆该如何应对?

压力下的应变

虽然面临种种压力，但中国课本博物馆没有消极地等待疫情过去，而是积极应变。

1、夯实基础，苦练内功，打造博物馆核心竞争力

“博物馆不在于它拥有什么，而在于它以其有用的资源做了什么。”研究是一切资源利用的基础，是博物馆“活起来”的前提。博物馆对于藏品的定位不仅仅是收藏和展示，更重要的是通过研究挖掘藏品背后的内涵信息。中国课本博物馆藏书 3 万余册，但自博物馆成立以来，还没有专门针对馆藏进行过系统的整理、细分，使得博物馆盘活、用好馆藏资源工作受阻。

疫情期间，中国课本博物馆紧抓本次契机，号召全体工作人员行动起来，推动博物馆馆藏整理、展陈升级工作圆

满完成。第一，将馆内所有藏品进行单独封装，确保藏品的完整性，避免因储藏不当造成的藏品损失。第二，做好藏品的信息录入工作，将藏品的名称、页数、出版年代、出版社等信息进行统计，为后期数据库建设夯实基础。第三，进行藏品调改、升级，通过全新的展陈方式，结合中国课本博物馆馆内的“办新学”“上学堂”“大后方”“新中国”“公社好”“数理化”“学工农”“拼高考”“新世纪”“新课本”等多板块的场景化设置，使得馆内藏品在展陈时，更具趣味性、知识型、故事性，展现出自身的生命力。拿“新中国”这个版块来讲，中国博物馆将这一个版块按照八次教科书改革进行了划分。同时，按照版本流程，还将其细分为审查版、暂定版、试用版、正式版、改版后修正版等多个小版块，使得展陈脉络更加清晰，游客获取信息更加直观，对博物馆突出馆藏的核心价值、挖掘馆藏核心优势、打造完整的藏品结构也具有重要意义。中国课本博物馆也将加强与相关单位的合作，通过开设特色展览、同行业资源置换、藏品研究成果分享等形式，进一步丰富博物馆馆藏、提升博物馆影响力。

数字时代，越来越多的人认为：“如果某件东西在网上找不到，那么它就不存在。”馆藏数字化的重要性与迫切性可见一斑。面对博物馆数字化建设大背景，中国课本博物馆将采用“两条腿走路”的形式，除了将稀有藏品在馆内进行公开展示外，也会全面展开博物馆馆藏的数字化工作，建立藏品数据共享机制，对藏品在线上进行展示、分享。通过不同的形式，将馆内藏品生动、形象、真实、直观地展现在大家面前，让不同文化程度、不同诉求、不同思想甚至不同国度的人了解教科书背后的历史。同时，也为专家学者和教育工作者的借阅、参考提供方便，从而充分发挥博物馆的教育、研究职能，增强博物馆的学术号召力。

2、立足当下，聚焦未来，打造全方位的研学教育基地

在我国历史上，很早就有“读万卷书，行万里路”的游学和旅行传统。在现代教育制度建立之后，以陶行知为代表的教育家也积极倡导“做中学”“实践中学”。2017 年 12 月，教育部等 11 部门联合发布了《关于推进中小学研学旅行的意见》，将研学纳入日常教学活动中。博物馆研学作为一种全新的学习形式，不仅突破了教材、课堂、学校的边界，也是学生自身生活和社会生活的一种延伸。中国课本博物馆是山东首批“中小学生研学实践教育基地”，凭借丰富的场景化设置、生动的课程体系、有趣的活动，赢得了广大师生的认可，俨然成了孩子们参观、学习的“第二课堂”。

中国课本博物馆一直十分重视课程研发工作，疫情期间，博物馆课程开发的脚步也没有停歇，在原有课程体系的基础上，中国课本博物馆从课本出发，与中小学课程衔接，结合中华优秀文化及现代文明，并将淄博当地文化特色融入其中，推出了传统文化体验、非遗体验项目、特色项目体验、科技项目体验、美育项目体验、文创体验项目、STEAM 课程等七大课程体系，开发出印刷术、扎染、花草造纸、线装书、千字文、太公家教、民国课堂、成长礼、书本的游戏等十大精品课程。让大家在感受中华民族的文化魅力，增强民族自信及自豪感，提高非遗文化保护意识的同时，引导孩子们发现美、感受美、创造美，从而培养他们敏锐的感受力、创造力及高尚的审美情操。此外，中国课本博物馆推出的研学课程体系对拓宽孩子们的视野，深度体验文创的魅力，锻炼团队协作能力，塑造科技与创新意识，从而培养青少年综合运用知识、解决问题的能力也具有促进作用。

应变下的担当

2015 年公布的《博物馆条例》中指出，博物馆是“以教育、研究和欣赏为目的，收藏、保护并向公众展示人类活动和自然环境的见证物，经登记管理机关依法登记的非营利组织”。把教育功能放在首位，说明作为公众文化服务场所与载体，博物馆社会教育职能在当代的重要价值与意义。中国课本博物馆一直致力于不断开发自身的教育职能，思考如何通过馆内研学课程，让孩子们学会动手动脑、学会生存生活、学会做人做事，从而形成正确的世界观、人生观、价值观。在疫情期间，围绕如何充分发挥中国课本博物馆的教育职能，博物馆团队也进行了积极探索。

1. 让劳动教育走进中国课本博物馆。

劳动改变世界，劳动创造文明。近代以来，久经磨难的中华民族正是通过辛勤劳动、持续奋斗，实现了站起来、富起来、强起来的伟大飞跃。劳动教育作为国民教育体系的重要内容，是学生成长的必要途径，具有树德、增智、强体、育美等综合育人价值。在本次疫情期间，中国课本博物馆策划了《劳动》《劳动技术》课程特展，将新中国成立 70 年以来的劳动教育变迁史清晰地展现在了大家面前，让孩子们能够更加直观地看清几十年来《劳动》《劳动技术》课程的变迁。在这些老课本中，有专业的劳动知识，有特色的手工课程，有老

一辈劳动者为人民服务的赤诚，有他们爱岗敬业的坚守，更有着他们格物致知的拼劲，这对孩子们正确认识《劳动》与《劳动技术》，提高学生们的劳动技能与实践水平，培养艰苦奋斗的品质具有重要价值。同时，也能让孩子们体会当下幸福生活的来之不易。

据悉，本次《劳动》《劳动技术》专题展览已开始正式对外展出，欢迎广大市民朋友前来参观。

2. 让传统文化教育在中国课本博物馆落地生根。

中华传统文化是中华民族长期生活实践中的历史沉淀，是无数人用亲身经历凝结成的文化精髓，对人的生存和发展具有极大的指导意义。而青少年作为先进文化的继承者，国家未来的建设者，学习传统文化对丰富精神修养、规范思想品德和道德礼仪、培养当代青少年的爱国情怀及积极的人生态度都具有重大作用。

疫情期间，中国课本博物馆将《太公家教》《千字文》等馆内优秀的传统文化馆藏开发成了系列课程，通过生动有趣的课程风格，轻松活泼的课程互动，将优秀传统文化赋予新时代的价值，打造一个丰富多彩的、有声音的、有温度的课堂。在重温经典时，带领大家贯穿古今，多角度地认识世界，与他们共同

领略中华文化之美，中华文明之美，在文化传承与实践中遇见未来。

博物馆是一座城市的文化灯塔，更是一座城市的会客厅，而打造一个优秀的博物馆，仅仅凭借勇气和胆量是远远不够的，必须有高度、有担当，更要勇于突破、敢于推陈出新。在今后，中国课本博物馆将继续立足教育，创新展览、展陈方式，围绕数字化博物馆建设、体验式博物馆打造等新趋势，借助多方力量，通过系统化的藏品、专业化的展览、多样化的服务内容、多元化的服务方式、无界化的服务范围，以更具包容性、公众性、开放性的心态，打造智汇通达的中国课本博物馆，实现中国课本博物馆多方位、全面化发展。

（世纪天鸿 于琨）

心灵小语

半窗关风雨，片叶渡春秋

月色秋风，萧萧落叶漫天横。自在飘零，不念凄凉舞长空。魂归大地，犹记那一身葱茏。春雨蒙蒙，彩蝶飞燕倚相逢。夏影芳容，蝉鸣蛙叫躲莲蓬。秋风瑟瑟，梦断繁华赴桃红。待那冬雪，轮回百转亦倾城。

叶舞好个秋，斩断繁华笑九州。

时光安静地流淌，岁月不断地变迁。从最初的懵懂无知，到如今的物欲横流，我们在生活里不断地奔波，也在人生中不断地创造。不知道是为了满足自己的欲望，还是为了实现人生的价值，我们在汗水和泪水中不停地努力着、拼搏着。

生命的旅程，总会有或这或那的遗憾，也许是没有良好的家庭背景，也许是没有足够的聪明才智，又或者是没有合适的发展平台。可是上天从来就不会特别去眷顾某人，或者特别去排斥某人。从出生开始，我们所拥有的一切，和遇到的人事，并非是上天赠予的礼物。很多东西，出现在我们的生命，我们要学着去适应，学着去克服。

生活本就这样，我们热爱它，它就热爱我们，我们抛弃它，它也抛弃我们。的确如此，人生总会遇到或这或那的困难，可是只要我们勇敢地面对，不懈地努力，这一切就成了我们成功的基石。生活不会没有挫折，也不会没有幸运，只有我们不断地挑战，不断地成长，才可以将自己完善，获得想要的未来。

在人生的旅途上，我们得到的会越来越多，失去的当然也不会少。很多时候，我们以为得到想要的物质了，却又丢失了可贵的情感；我们以为交到很多的朋友了，却又遗憾没有懂得自己的知音。在这灯火酒绿的世界里，我们被各种东西诱惑着，金钱、名利、权势……无一不让我们的内心蠢蠢欲动。

当然，我从不会拒绝这样的繁华世界，毕竟我们生在了世俗，又怎么可能不沾烟火。只是在我们追求金钱和名利的时候，应该怀一颗善良本真的心去努力，去拼搏，而不是自私自利，不择手段地去获取。毕竟到最后，我们也不想满心愧疚地活着。

得之我幸，失之我命。生活中，有太多的东西，我们注定难以得到。这时，内心应保持一份谦让，一份淡泊，在得失之间留一分从容，留一份洒脱。或许有些东西，我们真的难以放下，可人生本就难以圆满。在丢弃与得到之间，用一颗淡然的心去面对，或许待到来年，你会猛然发现，曾经的苦难，曾经的伤痛，都在岁月的沉淀中，变得澄澈而宁静。

秋风瑟瑟飘零叶，斩断繁华笑九州。秋叶飘零，看似是一个繁华的结束，实则是万千生命对岁月的道别。是啊，在无数个春去秋来的时光里，大自然比我们更加懂得岁月的温柔。去留之间，更是与生俱来便有一份淡泊的情怀，所以这一方世界，才显得这般天高海阔。

心凉好个秋，划破相思惹人愁。

终有一日我们也会明白，所谓的名利与金钱，就像握不住的流沙，在你拽得越紧的时候，流失的往往就越多。还有那相思的情，刻骨的爱，亦如此。所有的一切，不问来生，只求今世。

叹只叹：这半窗风雨，何时关？这片叶春秋，如何渡？

新型 5G 智慧园区建设的探索与研究

摘要：近年来我国园区转型步伐加快，各地纷纷开展了智慧园区建设。以 5G 为引领的新一代信息技术引发了新一轮的智慧园区建设。

我国智慧园区建设典型案例

我国智慧园区建设已形成“东部沿海集聚、中部沿江联动、西部特色发展”的空间格局。环渤海、长三角和珠三角地区以其雄厚的工业园区作为基础，成为全国智慧园区建设的三大聚集区，其中，东部发达地区的智慧园区相对来说更为成熟，以下为典型智慧园区介绍。

杭州望江智慧产业园区

杭州望江智慧产业园区是以“科技 + 金融”为战略定位，围绕大视频、大数据产业、智慧文创产业、智慧商务产业、智慧金融产业 4 类产业开展，从空间上划分为智慧核心区、智慧文创区、智慧商务区、创客孵化区。作为我国首批智慧园区建设试点，望江产业园区 2017 年底营业规模达到了 500 亿元，同比增长 68.2%，创新型孵化器数量达到 8 个，形成了智慧城市、车联网等互联网解决方案集聚地。

深圳天安云谷智慧科技园区

天安云谷位于深圳坂雪岗科技城，聚集云计算、移动互联网等新一代信息技术和智能设备、机器人研发等智慧产业，是深圳市“十二五”“十三五”重大建设项目。作为特区改造示范项目，天安云谷以 SMAC 新一代信息化技术应用为抓点，优化产业生态，构建 O2O 社区整体在线智慧园区资源与服务平台。

新型 5G 智慧园区建设思路

新型 5G 智慧园区的建设思路主要以需求分析为出发点，切实分析园区的需求，明确智慧园区建设目标，以新科技、新理念、新场景为步骤全面开展智慧园区建设。

需求分析

5G 智慧园区智慧化建设需求遵循需求导向的原则，即满足园区参与主体的现实需要和发展需求。智慧园区的参与主体包括园区管理者、园区企业、园区公众。

园区管理者是园区运行发展和决策的主要部门，全面负责园区的规划、建设与整体协调工作，其智慧化需求主要集中在以资源整合和信息共享为基础的电子政务、园区管理、公共服务、招商引资、经济数据分析等。

园区企业是园区主要服务对象，是园区日常运营的创造性主体，其智慧化需求主要在办公便捷、产业升级、创新孵化等方面，如智慧会议、智慧生产、产业大数据统计、产业地图活力分析等。

园区公众是园区内的劳动者、从业者，也可以是居民、游客，是园区重点服务的个体对象，其智慧化需求主要集中在以提升幸福感为目标的衣食住行等各个方面，包括公共交通、物流、文体娱乐、教育、医疗等方面。

建设目标

5G 智慧园区将变革园区在 5G 新时代的发展模式与路径，引领园区网络化、数字化、智能化建设方向，围绕“增效”“促产”“便民”开展，致力于打造“五位一体”园区，即泛在感知宽带园区、科技赋能宜产园区、高效睿智精致园区、绿色节能生态园区、便捷创新亲民园区，主要采用以下步骤。

新科技，以新技术为支撑，充分释放新技术引擎价值，以 5G、云计算、物联网、人工智能、大数据、VR/AR 等技术为载体，并通过技术的高度集成，实现全域空间感知、全时数据融合、全场景智能覆盖。

新理念，以先进理念为引领，顺应数据为王的发展趋势，以数据智能和价值再造为核心，实现全要素数字化融合，多类数据连接、融合、共享、协同，助力产业园区新发展。

新场景，以创新场景为载体，挖掘数据价值，充分发挥应用场景创新活力，以产业需求与管理需求为核心，实现产业服务创新智能、园区运营精准高效的场景体验，挖掘产业园区的数据价值。

打造 5G 特色应用

5G 技术为新一代智慧园区带来了新的应用场景，针对本文视频文创产业园以数字视频为产业特征的需求，打造 5G

特色应用，扩大园区品牌形象，向全国推广示范。比如：

a) 5G 云采编，基于 5G 网络的云采编平台，支撑各类终端远程便捷从素材获取到最终发布的全部功能，满足园区广电、媒体企业快速高效生产的需求。

b) 5G 智能安防，通过 5G 提供的高带宽、低时延、实时位置感知实现海量高清视频流的采集、处理、智能分析，全面提升园区的安全防护能力。

c) 5G 智慧出行，利用 5G 低时延高可靠场景，推广无人巴士、无人物流应用，方便园区公用出行。

d) 5G 智能机器人，以 5G、AI（人工智能）、MEC（边缘计算）、激光导航、SLAM（即时定位与地图构建）技术、自主避障技术、智能识别技术等技术，以服务机器人形式实现智能导航、智能巡检等服务，多方位提升园区智能服务水平。

完善智慧运营支撑

构建 AI 引擎、大数据引擎、物联网引擎等园区基础能力，完成智慧园区各系统的综合运营，实现各系统运行及融合提升，发挥智慧园区最大化价值。如通过园区物联引擎，联动园区进出口监控、楼宇内部监控等各监控部署点，实现针对某人员的位置信息的确立，建立轨道地图，利用 AI 引擎，对人员行为进行分析，实现全方位的园区安全防护及管理；充分整合利用视频相关多维数据，通过大数据引擎，挖掘园区数据价值，助力视频产业园区视频产业地图、精准招商指数体系构建，实现产业升级等等。

智慧园区的建设是实现智慧城市重要举措，是我国城市化建设中的重要内容。新型 5G 智慧园区通过夯实 5G 等新一代信息技术的数字基础设施，赋能智能能力引擎，创新发展 5G 智慧应用，以园区智能运营管理平台（IOC）为核心，将高新科技与智能技术渗透到园区生产、经营、管理各个方面，为园区入驻企业提供高效、便捷、安全的园区管理和公共服务，打造优良的创新、发展环境，提升园区对企业创新等要素的吸引力和凝聚，扩大产业发展空间，加速产业集聚，有力推动我国智慧园区建设。

（梁芳 孙亮 郭中梅 C114 通信网）

杨银付：转危为机，在线教育的一次伟大实验

2020 年新年伊始，由于疫情在全世界的蔓延，全球大多数国家学校停课，学生学习转为居家和在线形式。

在线教育让我们体悟教育之变

第一个变化是“名师零距离”。

本次疫情中，通过“国家中小学网络云平台”和“空中云课堂”“同上一堂课”等，全国各城市、乡村的孩子们一下子可接触到全国名校的名师与课程资源。由于无所不在的、广泛的优质数字化资源，使得知识的传播摆脱了时空的限制，让我们同时达到扩大教育机会、降低教育成本、提高教育质量三重目标。

第二个变化是“学习者中心”。

这也就是学习和教学形态的变迁。在学习形态上，线上线下相融合的学习形态正在形成。在教学形态上，从原来更多地以教为主，转向以学为主。“学习者中心”我们谈了那么多年，信息化让它插上翅膀，让梦想变成现实，互联网让每个孩子都坐到了“教室的第一排”，让“为每个孩子提供适合的教育”成为可能，助力我们的个性化教育、差异化教育，促进学生全面而有个性的发展。

第三个变化是“学校无边界”。

学校的物理围墙依然在那里，但是学校的院墙正在打开。一个基于学分、基于单元学习成果的体系正在形成。学生的学校所有制被打破了，学校的院墙被打开了，学习成为学习超市，教育能够量身定制，这就是未来教育的新形态。信息化甚至带来社会形态的变迁，就是学习社会化、社会学习化，“课堂不止于学校，学习不止于教室”，从一个学历社会走向一个学习社会，使得人人学习、时时学习、处处学习成为可能、成为现实。

在线教育让我们创新以新迎新

在线教育，“不是照搬课堂教学那么简单”。

一是要持续强化硬件条件保障。面对突如其来的疫情，教育部与电信、移动、联通三大运营商和百度、阿里、华为等密切协作，采取“先保障后付费”结算方式，快速满足服务器和带宽需求，不到两周时间，包括 7000 台服务器、90T 带宽的可供 5000 万名学生同时在线学习的“国家中小学网络云平台”搭建成功。下一步要利用 5G 技术等进一步推动信息化基础设施升级改造，进一步提升并发能力、终端保障和互动体验。

二是要深入探索在线教学模式。在线教学在实现“名师零距离”的同时，也带来了“师生的远距离”。与直接、实时、连续互动的课堂教学相比，最本质的区别就是教的行为与学的行为在时空上的分离，这样学生与老师之间的交互、学生与学习资源之间的交互、学生与学生之间的交互，与传统课堂教学相比都有自己的特点，这就需要深入探索其模式和规律，形成相应的教学管理制度、教学组织体系和教育教学方式。比如，探索“双师”课堂，线上名师授课，解决优质教育资源共享问题；线下老师提供学习支持服务和辅导答疑，解决针对性、个性化、差异化问题。

三是要切实提升师生信息素养。师生信息素养还需要持续提升，才能在智能时代的智慧学习中立于不败之地。“互联网 + 教育”带给我们无限可能，但只有苦练内功，才能完成从可能性到现实性的飞跃。

由于数字化、网络化、智能化的梯次发展，由于云计算、大数据、物联网、人工智能、移动互联的叠加倍乘，由于更大的存储能力、更快的传输能力、更强的计算能力和更好的互动体验，由于战略专家、教育专家、技术专家的跨界协同，由于网、云、端的人机协同，由于校长、教师、学生、家长的共创协同，这样一个“互联网 +”时代，这样一个智能时代，正在赋能教育，正在带来教育的建构，正在形成教育的新业态，正在形成教育的新生态。这一过程本在进行当中，疫情使得这一进程突然提速。

而这次大规模在线学习的“被迫”上马和紧急“练兵”，虽然在实践中也暴露出一些问题，但有力地支持了全国范围的“停课不停学”，成效巨大，特别是使得线上、线下相融合的教育和学习，有了社会基础，有了战线共识，有了国际影响，正在成为教育的新常态，这也是学习的革命。

（来源：《未来教育家》文章有删减）

把心填在字里行间——整本书阅读与训练

●◎源 起

著名教育家、作家叶圣陶在《论中学国文课程标准的修订》中对“读整本的书”提到“把整本书作主体，把单篇断章作辅佐”，这是对整本书阅读的肯定；著名教育家苏霍姆林斯基谈到教育和阅读的关系时，曾说过一句非常经典的话：“只有能够激发学生去进行自我教育的教育才是真正的教育，而自我教育从读一本好书开始。”这句简洁而意味深长的话，也许是对“整本书阅读”的意义最为精辟的阐发。

而今，自《普通高中语文课程标准（2017年版）》的颁布以来，整本书阅读越来越受到人们的关注，该标准明确提出“多读书，好读书，读好书，读整本的书”，将“整本书阅读与研讨”位列18个学习任务群之首，并贯穿必修、选择性必修和选修三个阶段。但目前实际教学仍然处于随意化、形式化、肤浅化的状态，很多教师对于整本书阅读教学到底要“教什么”“怎么教”感到格外迷茫。

●◎源 生

在我国当下语文教学中，“整本书阅读教学”，既没有系统的理论研究成果，也没有可资借鉴的成熟的实践经验，市场更无成熟产品。

“整本书阅读与研讨”任务群首次进入课程、进入课堂，是高中新课程改革的一个亮点。但同时，作为新生事物，对于广大师生来说，也是一个难点。在语文教学和学习中，教师如何有效地指导学生开展“整本书阅读”，如何掌握学生的阅读效果，怎样科学命制测试题目，都是在实践中迫切需要解决的问题。鉴于此，我们组织新高考先行省份，在整本书阅读理论和实践方面有深入研究的专家和一线教研人员，针对实践中操作层面面临的困惑和痛点，策划出版《整本书阅读与训练》系列图书。

结合课程建设和教学实际，《整本书阅读与训练》系列图书以引导－精研－活动－训练四个方向编写。第一部分是读法指要，即导读，为学生阅读提供方法的引导和思维的点拨。第二部分围绕特定的专题或主题，通过阅读任务书的设计，精读和研读相结合的方法，让学生通过具体的操作和阅读实践，帮助学生完成阅读任务。书中针对不同专题设计了不同样例，另外，师生还可以根据阅读兴趣和关注重点，参照范例设计新的阅读任务，调动阅读兴趣。第三部分是教学和学习活动设计。本部分为一线教学中18个教学课时提供了教学指导方案和学案范例，对于教学实操有较大的借鉴意义。第四部分是训练备考与测试。本部分按照【高考命题规律】【高考真题体验】和【仿真高考模拟】三部分组成，从题型、命题角度等多方面与高考高度吻合，并给出了较为详细的答题规范指导。与升学有关的训练命题体系和评价方式，使学生有真实的学习获得感。

从图书名称可以看出，本系列图书强化了两个功能。一是“阅读”，二是“训练”。

市场同类书更像是拓展阅读类图书。总体以原著的指导阅读为主，大多采用原著加批注的方式。亦有少量图书，在原著指导阅读的基础上，添加了部分练习题小册子。从目前的命题题目来看，大部分采取了文学常识或文学类阅读题目的考查方式，更多类似于传统课外名著阅读或学生自主阅读的考查方式，与新高考和课程标准倡导的整本书阅读理念不完全一致。

《整本书阅读与训练》系列图书则是教辅，更多的与考试相结合。指导阅读和训练两个功能齐头并进。阅读任务设计，在完成阅读的同时，在命题角度和趋势上与高考命题趋势和角度相一致。

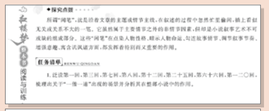
●◎源 展

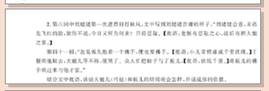
1. 有深度的“整”

“整”合全书，科学设计内容，方便教与学。当前师生都缺少经验，因此我们从文章的主干着手，按照整本书阅读宜粗不宜细的原则，建立先抓主旨，再说细节，先掌握整体，再关注局部，先有上位概念，再去俯瞰全书的原则，引导老师与学生更快地进入“角色”。

2. 串联的“整”

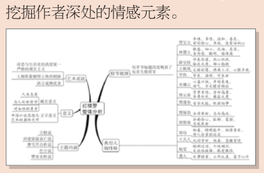
用科学的命题引导学生有效的阅读。引导学生“阅读整本书”，评价“整本书阅读”的效果，最有效的手段还是“做题”。做题，也是连接师生关系的重要纽带和桥梁。作为教师，我们要引导学生有效阅读整本书，我们同样需要研究“命题”，研究怎样通过科学的“命题”和“考试”来促进学生真正“读好书，好读书，读整本的书”。我们的考试需要完全避免机械式填空和纯粹背题的倾向，要把命题指向“整本书”的文本细节，要引导学生去真正阅读整本书的文本，而不是背诵整本书的“关键试题”。只有这样，我们才能真正发挥“命题导向”和“考试指挥棒”的作用，引导学生读好整本书。

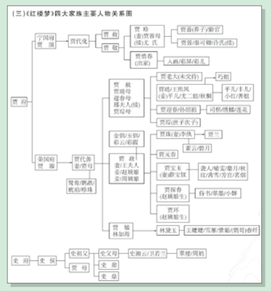




3. 走进作者的思维导图

《整本书阅读与训练》思维导图运用图文并重的技巧，把各级主题的关系用相互隶属于相关的层级图表现出来，更加便于师生共同理解各种关系。“用尽心机”去接触作者的内心，挖掘作者深处的情感元素。



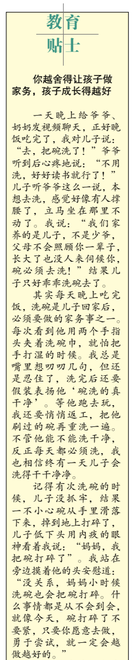


4. 接地气的任务清单

《整本书阅读与训练》命题紧跟当前热点话题，充分发挥学生的想象力，命题符合学生的“口味”，调动学生的阅读兴趣，进而形成良好的阅读习惯。最终形成强大的阅读内驱力，让学生从课内自然而然的延伸到课外，成为日常生活中的一种自觉追求。

5.3D式打印的“对比”

《整本书阅读与训练》为减轻师生们的负担，“别有用心”的设置了一系列表格。单一的描述人物和事件，经常让学生感觉枯燥无味，《整本书阅读与训练》采用了一些与之相对、相异的人物和事件进行比较阐述，人物的形象特征就“凸”显出来了，人物和事件也更加立体，也更加丰满和充实。



编者按：

你能走多远，看与谁同行。世纪天鸿已成立20多年，在一年又一年的春夏秋冬中，有一群爱岗敬业的天鸿人与公司一起成长；时间定格在其中的，是他们一张张阳光灿烂的笑脸，是追梦路上一起前行的脚步，是共同成长的青春岁月。时光里有很多开关，按下属于梦想的那个，前行的脚步便会一直光明。未来已来，属于天鸿人的崭新故事才刚刚开始。

一起成長的日子

◎ 感谢遇见，一路有你

世纪天鸿不仅仅是一家公司，一家企业，更是让每个员工骄傲和自豪的“家”。在这个大家庭里，我们一路同行，共同成长，有拼搏的汗水，也有幸福的泪水；有付出的艰辛，也有欢乐的收获。

2020年4月10日，世纪天鸿系统事业部组织了今年第一次团建活动，本次活动主要围绕入职周年庆展开。系统事业部入职周年庆已连续举办多次，已逐渐成为传统团建项目。系统事业部执行副总经理元嘉国、部分区域中心总经理、客服团队以及部门内入职的新员工一同参加了本次活动。

弹指一挥间，转眼十三年。王雪从刚毕业的小女生成长为一名系统事业部客服部的负责人。一路走来，她通过自己的不断努力，得到了公司的认可。2017年、2018年、2019年，连续三年获得集团“优秀员工”称号，这些荣誉的获得是对她努力工作的最好诠释。

张晨虽然入职只有一年，但我们同样看到了她的成长。她身上有一股拼劲，不服输、不怕输是她身上良好的特质，而正是这些闪光点，让她在工作中得到快速成长，相信她一定会越来越好。

活动期间，大家分别对王雪和张晨表示了祝贺，并给予了祝福。随后，新入职到系统事业部的几位员工也先后做了自我介绍，让大家对他们有了初步了解。

通过本次活动，大家切身感受到了世纪天鸿这个大家庭中的温暖，也提高了团队间的向心力与凝聚力，增强了同事间的互相了解、互相学习，为后期部门间各个岗位的相互协作奠定了良好的基础。对于老员工来说，不仅坚定了自己给新员工树立好榜样的信心与决心，也是对自己的警醒，要一直按照“优秀”的标准做下去，做到最好。对于新员工来说，这样充满仪式感的团建活动让他们印象深刻。在这种团结、积极、向上的氛围影响下，不断向老员工学习、看齐，将工作做得更加尽善尽美。

感谢遇见，一路有你。感谢世纪天鸿给我们大家这个平台，更感谢大家为公司事业的努力拼搏。我们一定勠力同心，勇做“奋斗者”，灵动启航，智竞未来。

（世纪天鸿　宋立平）

◎ 新环境，新开始，新未来

人生中有许许多多的驿站，每个驿站标志着一个过程的结束，同时也意味着一个新的开始。2019年1月7日，怀着对未来的期待和一切从零开始奋发的斗志，我加入了世纪天鸿这个大家庭。花园式的办公环境以及干净整洁的就餐环境是我对天鸿的第一印象。

作为一名进入全新工作环境的新员工来说，尽管在过去的工作中积累了一定的工作经验，但刚入公司还是有一定的压力。为了能够尽早进入工作状态、适应工作环境，我主动学习工作中所需要的各项专业知识，努力提高自己的专业水平，遇到问题也会及时请教同事。在实习期间，带领我的是翟倩倩和王雪两位老师，她们用耐心和细心，教会了我许多。这一年中，正是同事们无微不至的关怀和不厌其烦的帮助，才使我能够更加熟练地工作。

在工作中，大家严肃认真，对待每一项任务都一丝不苟，身处其中，也让我得以快速成长。在生活中，我同样也得到了同事们无微不至的关怀。实习转正之后，组织部门聚餐；在三八节时，每位女同事都收到了精致的丝巾；当员工生日时，还会收到领导和同事的小礼物。这一切的一切，无不体现了团队领导对大家的关怀，体现出一个团队的人情味儿，也使团队中的每个人更有归属感。

作为系统事业部的一员，我由衷地感到自豪。我们是一支执行力很强的团队。张弛有度的管理风格，让团队始终充满了活力与创造力。在这个团队中，除了严谨的工作作风之外，我更是学会了他们身上豁达、乐观与积极的良好心态。同时，在他们身上，我还看到了一股不服输的劲头，这也是这个团队能够一路披荆斩棘的关键所在。

系统事业部的团队是一个快乐的、

向上的、勇敢的团队，同时也是一个敢于创新、追求完美、坚持学习的团队。今后，我将继续尽心尽力、全力以赴，把自己的工作做到最好，成为团队中闪闪发亮的一分子，为团队增添光彩。

（世纪天鸿　张晨）

【你好·春天】2020春季摄影大赛作品选登

天鸿小景系列 / 曹玉伟

把心意贴好 / 王涛

你是谁的风景 / 张青

花木拥回廊 / 谭勇

天鸿四季系列 / 宋云涛

抗疫保卫战系列 / 于琨

天鸿战“疫”/ 何世强

最美讲解员 / 王永甲

芳菲 / 朱海鲲

雨中天鸿 / 吴敏

天鸿卫士 / 索相峰

小河 / 乔婷婷

樱花灿漫齐都时 / 王昆

董事长推荐

德鲁克：何为创新？如何创新？

创新不一定必须与技术有关，甚至根本就不需要是一个“实物”。

所谓创新，是将当下的资源交给未来的期望。同时，企业家不是雇主，企业家可以是，也往往是雇员，或者是自己给自己打工的单干者。任何人有勇气面对决策的人，都能够逐渐学会当一名企业家，并表现出企业家精神。它的基础是观念和理论，而不是直觉。

在创造“企业家”一词时，原本是用来作为一种不满的宣言和声明：企业家颠覆现状，推陈出新。正如熊彼特所阐明的：企业家所从事的工作就是“创造性破坏”。

而德鲁克则认为，企业家视变化为健康的标准。通常，企业家自己并不引发变化。但企业家总是寻找变化，对其做出反应，并将其视为机遇而加以利用。

人们普遍认为，企业家精神充满了巨大的风险。但德鲁克提出，事实上，许多企业家型组织的平均成功率相当高。

创新的4大来源

创新的训练是一种具有诊断性的训练：是对提供企业机遇的变化领域进行系统的检查。

它们基本上是一些征兆，但却是那些已然发生，或者只需少许努力就能发生变化的极为可靠的信号。这四个来源是：

1. 意料之外的事件

没有哪一种来源能比意外的成功提供更多成功创新的机遇了，而且，它所提供的创新机遇风险最小，整个过程也最不艰辛。

但是，意外的成功几乎完全受到忽视，更糟糕的是，管理人员往往主动将它拒之门外。

2. 不协调事件

所谓的“不协调”，是指现状与事实“理应如此”之间，或客观现实与个人主观想象之间的差异。

我们可能并不了解其产生的原因，事实上，我们可能不理解它的本质，但不协调仍然是创新机遇的一个征兆。

3. 基于程序需要的创新

与意外事件或不协调一样，它也存在于某个企业、产业或某个服务领域的程序内部。

事实上，程序的需要与其他创新来源不同，它并不始于环境内部或者外部的某一事件，而是始于有待完成的某项工作。

它是以任务为中心，而不是以形势为中心。

它使一个企业已存在的程序更趋完善，替换薄弱的环节，同时，用新知识重新设计一个既有的旧程序。有时，它通过提供“欠缺的环节”而使某个程序成为可能。

在基于程序需要的创新中，组织中的每个成员都知道这一需要确实存在。但是，通常情况下，没有人对此采取行动。

而一旦出现创新，它立刻就会被视为理所当然的事物而被人们接受，并很快就会成为“标准”。

基于程序需要的成功创新，必须拥有5项基本要素：

- 一个不受外界影响的程序。
- 一个“薄弱”或“欠缺”的环节。
- 一个清晰、明确的目标。
- 解决方案的详细规范可以清晰地加以界定。
- 大众对“应该有更好的方法”的共识，即对此信念的接受度很高。

4. 每个人都未曾注意到的产业结构或市场结构的变化

实际上，市场和产业结构相当脆弱。一个小小的冲击，就会使它们瓦解，而且速度往往很快。

一旦发生这种情况，产业内的每个成员都必须采取应对措施。沿袭以前的做事方式注定会给公司带来灾难，甚至可能导致一个公司的灭亡。

一个产业结构发生变化，要求该产业中的每个成员都具有企业家精神。

它需要每个人重新问这样的问题：“我们的业务是什么？”当然，每个成员的回答都会有所不同，而最重要的是，答案都是全新的。

英国的MG汽车为例，它当年所处的地位，就和保时捷一样，它的跑车非常出色，而如今几乎已经销声匿迹了。

创新实践者所遵循的4条核心原则

目标明确的创新源于周密的分析、严密的系统以及辛勤的工作，这可以说是创新实践的全部内容。

与其他领域一样，想成为一个杰出的创新实践者，只有经过某种训练，并将它完全掌握后，创新才会有效。

代表创新训练核心的创新原则有4项：

1. 对创新机遇的来源进行彻底思考。仅注意到它们是不够的，研究工作必须有组织、有系统、规律性地进行。

2. 创新既是理性的又是感性的。创新第二项要做的事情就是走出去多看、多问、多听。这种做法值得再三强调。成功的创新者左右大脑并用：他们既观察数字，又观察人的行为。他们先分析出要满足某个机遇所必需的创新，然后，他们走进人群，观察顾客和用户，了解他们的期望、价值观和需求。

3. 创新必须简单明了，目标明确。它应该一次只做一件事情，否则就会把事情搞糟。

如果它不够简单，就无法操作。所有有效的创新都异常简单。实际上，一项创新所能赢得的最大赞美莫过于人们说：“这太显而易见了，为什么我就没有想到呢？”

即使是创造新用途和新市场的创新，也应该集中在一种特定、清晰且经过设计的应用之上。它应该专注于它所满足的特定需求，或它所产生的特定最终结果上。

4. 有效的创新始于细微之处，只是努力去做一件具体的事而已。

创新最好能从小规模开始——只需要少量资金、少量人手，而且针对有限的小市场。否则，创新者就没有充足的时间来进行成功创新所必需的调整和改变。

我们每个人处于当下的社会，个人面临着巨大挑战，德鲁克认为每个人都需要不断学习，再学习。并以此对个人的发展和自己的事业前途负责。

孩提时代所学的东西不能被视作作为一辈子的“基础”。已学到的知识应该被看作一个“发射台”，是一个起点，而不是一个能够依靠和休息的地方。对于这种以上的挑战，应该将其视为一种机会并加以利用。

（作者：彼得·德鲁克 来源：华章管理）

如果你业绩不好，看看这些能做到几条？

1、对自己不够自信

如果你连自己都不相信的话，那还有谁能相信你呢？

2、对自己的产品不自信

如果你连自己公司销售的产品都不相信是最好的，那你的表现肯定会很糟糕。

3、没有制定目标和做出详细的销售计划

如果没有长期、中期、短期的计划来明确“自己想要什么“和“如何得到所想要”的话，你就不可能实现既定的目标。

4、较懒惰且对销售工作准备不足

如果不能自我激励和充分准备，你就永远超越不了自己。如果你内心没有强烈欲望的话，也不做任何前期的准备，你就永远没有成功的可能。

5、不懂得如何接受拒绝

很多时候别人并不是在拒绝你，而是拒绝你所推销的产品或服务；

6、没有充足掌握产品知识

任何销售，拥有丰富的产品知识之后，你才能把精力放在销售上。

7、没有遵守销售中的基本法则

简单点，每天去学点新东西吧！也就是多读书、参加培训。

8、不能充分了解顾客，并满足他们的需求

不懂得倾听和提问的销售是无法真正去发现客户需求的。

9、不能随机应变

应对变化是销售工作的一大核心，有时候是产品的变化、有时候是市场的变化、有时候更是技巧的变化，要想办法跟上变化！

10、没有遵守原则

好好想想销售该有的原则吧，打破规则只会让你惹火上身，特别是企业的红线。

11、没有团队精神

销售永远不是一个人在战斗，而是一个团队在战斗。你必须和你的同事先组成团队，才能和你的顾客成为伙伴。

12、过于拜金

有销售人员把佣金作为销售的唯一目的，从不考虑能为顾客提供什么帮助，也不考虑公司的利益。

13、没有遵守诺言

做不到这一点对你和你的公司来讲都将是一场灾难。而且你将无法弥补。千万不要犯这样的错误。

14、没有建立长期关系

如果把钱看作是工作的唯一动力，只顾多拿佣金，你会变得无法真诚起来，懒于服务，最终走向失败。

15、没有认识到勤奋带来工作的好运

看看你身边那些你觉得幸运的人吧，有哪一个不是勤奋取得了今天的成果。

16、为自己的错误经常责备他人

承担责任永远是成功的支点，任何事情都是如此。承担责任的标准是勇于承担责任。

17、缺乏耐心

记住，多数客户都喜欢问长问短的，你要有足够的耐心服务。

18、没有建立并保持积极的态度

当你的心态出现问题的时候，建议你走出去或者请进来，参加一些培训，老师通常会给你很多的正能量。

（来源：顶尖老板思想）

运动指南

对照运动年龄表

◆ 3到7岁幼儿期

3到5岁的学龄前儿童大肌肉发展较快，身体协调性较之婴儿期有所增加，更适合户外运动。比如骑自行车，能有效锻炼孩子手、眼、脚的协调性，提升平衡力。

5到7岁的孩子属于相对缓慢发育阶段，尤其是心血管发育比运动系统的发育还迟缓，这个时期要尽量选择体力消耗不剧烈的运动，如游泳。

儿童可以通过游泳练习控制身体的能力，调节心肺功能，同时也可以整合一些发育的反射，这对于儿童的身体和学习都有好处。

◆ 8到12岁孩童期

此阶段的孩子力量、速度、耐力以及灵敏性都有了一定的基础，但骨骼相对较脆弱，因此要避免强烈的运动冲击，并注意运动时长。建议这一阶段的孩子可以参加以下活动：

①打乒乓球：锻炼身体的灵敏性，减轻眼部疲劳、预防近视。

②打羽毛球：放松颈椎骨骼，增加心肺功能。

③打网球：增强身体的协调性。

④学跳舞：提高身体的柔韧度。

◆ 12到18岁黄金期

此阶段是人的生长发育阶段，要注重骨骼生长及骨骼定形。同时也是心肺适能发育的敏感期，在锻炼时要尽量避开承重过大的运动。乒乓球和羽毛球运动可以继续进行，篮球、足球、排球等球类运动也可以列入运动日程。

◆ 18到25岁成熟期

这个阶段，人的身体功能处于鼎盛时期，心律、肺活量、骨骼的灵敏度、稳定性及弹性等各方面均达到最佳点。这个年龄段可进行高强度的运动，提高身体综合素质。

建议每周进行3次训练，最好有氧和力量训练结合，如健美操、瑜伽结合推举等。

◆ 26到45岁发胖期

这一阶段是人生活和事业发展的关键期，通常压力较大、疏于锻炼，肥胖率高。因此，要防止脂肪堆积，减缓压力。男性依旧要注重肌肉力量的训练，如推举；女性也要适当进行中低强度的有氧训练如力量性锻炼，如瑜伽、慢跑、游泳等。

◆ 46到65岁“衰老”期

这个阶段人的体力和肌肉量开始下降，运动主要以对抗骨质疏松、肌肉松弛为主，要以安全、简便为原则。推荐健步走，以改善血液循环、降低体脂率；静蹲、举哑铃等力量锻炼以增强或维持肌肉力量。

◆ 65岁以后老年期

多数人在65岁以后身体机能都处于低水平，此阶段主要以提高生活质量、预防跌倒、提升心肺功能为主。建议做轻柔的有氧运动，并配合适量的力量训练坚实肌肉，强化骨骼，并注意饮食的均衡，适当多补充优质蛋白质、钙质等营养素。

2020年2月月度明星员工

王敬东，大客户事业部江西湖北区域中心总经理，2009年4月入职，鉴于他在江西优秀的业绩，多次荣获“年度志鸿教育集团优秀个人”“月度明星员工”等荣誉。

王敬东：二月江西“疫”考的优胜者

如果市场产品推广对销售人员来说是一场考试，那么江西市场这一份试卷难度系数比较高。

王敬东是2017年8月份开始负责江西市场。那时江西市场有以下几个特点：一是空白市场多，上饶、宜春等地级市都没有订单，在县城中空白区域更多。二是学校订单主要以新华渠道为主，学校很少直接向直销大客户下统购订单，他们的订单需报到新华书店后，由新华书店统一采购。三是在江西的合作伙伴比较少，很多地方是没有人做。四是没有政策支持，纯属民营推广。

然而，在短短三年之间，王敬东向公司提交了一份优异的答卷——大客户系列产品在江西市场的覆盖率不断提高，以地级市为单位，增长最明显的地区是吉安和抚州，而上饶和宜春已开发成为目前重点工作的区域市场。而且，大客户系列产品在江西销量最高是《高中同步学考优化设计》，其销售额度占比达大客户江西区域总销售额度的七成，另外就是一轮二轮的总复习产品，占比也比较大。

开拓空白市场意味着开发新客户，而产品也需要在同类竞品中胜出。那么，王敬东是如何开拓空白市场的？这首先需要充分了解竞品，通过实地调研获得一手资料，亲自到市场上获取竞品的种类、质量、定价等信息。其次需要提供完善的售后服务，满足客户的需求，优质的服务能够解决客户在产品购买、使用以及收益方面存在的问题，也能够促使客户下决心使用我们公司的产品。最后需要定期拜访和进行客情维护。在当地有一些长期合作的关系是很难突破的，更需要与客户建立良好的合作关系。

就是这样的工作态度和敬业精神一直延续至今，这也是王敬东先后荣获“志鸿教育集团优秀个人”和“月度明星员工”的关键所在。他在江西薄弱市场和空白市场不断开发新客户，其销售完成率高达575%，销售实洋比2019年2月份增长475%。王敬东认为，这一销售业绩的取得一方面有赖于维护老客户、开发新客户。在保证去年同期订单不丢失的情况下才能确保新客户的订单作为本年同期销售的增量。另一方面也在于发货周期变更这一客观原因。受春节物流停发以及年后疫情的影响，很多订单延迟到2月份发货。在公司领导的协助下，他们包车把产品运到江西新华书店，通过中国邮政送到客户手中，圆满超额完成了月度业绩。

与此同时，在疫情期间，大客户事业部以公益直播课的方式推进《中国高考报告》系列图书的销售业务。王敬东作为江西湖北区域中心总经理，主要负责引流，邀请客户进群并听线上直播课，包括直销客户、学校老师、学生家长等，并且会定时发电子版产品样书，点对点地跟进订单。在定制直播课阶段，他主要负责串联工作，整合客户资源，使客户形成规模，拟定开定制课。

由于目前《中国高考报告》系列图书在江西市场认知度并不高，推广时主要存在两大客观难点。一是《中国高考报告》系列图书在江西市场的销售渠道。另一个难点就是《中国高考报告》系列图书的使用口碑还没有树立起来，尚需使用本书的教师和学生对它的认可度提高后，产品的知名度才能广传。即使这样，王敬东仍然不等不靠，主动出击，化客观为主观，将难点变重点，重点联系客户，寻找统订突破。目前，蓝皮书的推广工作向好发展。

大客户事业部是这么评价王敬东的——“不管遇到什么问题和困难，都用积极的心态想办法处理。”相信王敬东以其敬业的精神、真诚的态度、周到的服务，一定会在市场产品推广考试中继续交出优秀的答卷。

（世纪天鸿 胡瑞晶）

2020世纪天鸿月度优秀员工（三月）

系统事业部
福建江西区域中心总经理 宋立平

大客户事业部
产品经理 李帅

智能教育事业部
管培生 宋畅

2020年，风险与机会并存。对市场人而言，挑战持续加剧。

我们需要警惕的思维范式和要反思的实践如下。

◆品效合一

品效合一，从中短期看，能实现的路径就是：

量变迅速引起质变

只有巨量而正确的砸钱推广，带来品牌和效果的双丰收。

具体分两种情况：

一、从品牌端，巨大投放，无论是品牌铺天盖地推广，还是借助大平台、大流量、大资源集中轰炸，这是唯一能驱动品牌带动效果的动力；

二、从效果端，花大钱补贴，靠让价吸引巨大流量且持续一段时间，为自己打造出“性价比”“实惠”标签，这是唯一能驱动效果反推品牌的推力。

◆直播卖货万能说

直播卖货补足了线上购物的导购缺失——类似柜姐和促销喇叭。

柜姐作用式的直播属于电商标配，对增加转化、增强粉丝黏性以及新品推荐都会发挥很强的作用；促销式直播在于爆款引流和清库存。

然而，直播卖货并不是万能的。它的作用替代不了品牌认知、市场推广和心智影响。

◆koc

Koc是养成游戏，不是投放策略。

对一家公司来说，养成需要时间，koc的数量有限，且维护成本也不小。

因此，重视频繁复购或者客户终身价值管理的公司，培养koc理所应当。

但并不是所有企业，都要把精力和资源重点投入在koc上，更不能直接把koc当成投放策略。

◆内容营销

没有多少人会对你的产品和品牌抱有很大的兴趣和忠诚。更别说广告了。

要让用户认真听、认真看：

要么品牌特别牛逼，比如苹果、华为

要么广告特别有价值，比如非常具有搞笑、有趣、共鸣、知识、审美价值等

因此，在设计营销内容的时候提前做一遍预想：谁会注意到，哪些内容能吸引人看到第五秒，广告出现后怎么样让大家不反感……

◆理性决策人

绝大多数的购买行为，不是理性驱动，更不是理智决策。

人们购买决策是两种感情的较量，正面感情超过负面就买，否则不买。理性的作用对感情提供信息和辅助。

所以，商家要说服客户，不应该直接就罗列数据、依据、卖点，而应提供足够的动机、提供正面诱因，并减少负面情感因素的影响。

不去说产品本身的优势，而是给用户故意讲一个不够完整的故事（缺少解决方案），这个故事的答案，需要让用户自己找到，品牌只提供线索和路径。

◆花小钱，办大事

花大钱能办成特大事，一个钱当好几个钱用，获得巨大溢价，拼眼光和判断力，以及执行力。

花小钱能办中事，钱不算多，但声量对比同行更大，更在圈层引起反响。考验的是用户洞察、创意策略和执行力。

持续花小钱，能积累成大事，比如持续的品牌IP建设，逐渐构建出鲜明的品牌形象，成为重要品牌资产。

◆念slogan

信息在传递过程中，不可避免地受噪音干扰，如果一段信息编码过于简单，很容易受噪音影响被误判。

所以，克服噪声的正确办法，就是增加信息的冗余程度。

你怎么日常和朋友对话的，就怎么和用户对话。

关于营销的这九个误区

看似内容不少，并没有非常直接、惜字如金的沟通，但被证明，是更有效的沟通。

◆铺路式营销

把信息铺在各条路上输出的方式，很可能造成无效触达。

设计营销方案，应该模拟人的路径：

目标用户会关注什么话题、会经过哪些触点，容易被什么吸引——在这群人的路径上不断设计触点。

另外，用内容吸引关注。在这些人可能聚集的广场上，打造出一个吸引人的“冰激凌车”——爆款内容、热门事件、有趣话题。

◆模块化分工

这个时代，游击队往往能战胜正规军。

因此，团队最佳的组合模式，是按项目更灵活地组织，而不是传统的分地盘、划界限。这样保持流动性，能最大程度激发积极性和空间。

营销人的最佳能力组合：突出的核心能力＋综合能力不拖后腿＋软实力。

核心能力，如用户洞察、数据分析、精准营销、创意策略、商务资源等。综合能力指的是营销基本功扎实，拥有基本素养。软实力指逻辑、沟通和学习、抗压能力。

（来源：市场部网）