



秉承工匠精神 以匠心致初心 成就卓越品质 助力学子远航

《高中同步测控全优设计》是一套在教师指导下，学生课堂集体使用的同步讲练类图书。本丛书在深入研究新课标涉及各个维度的基础上，结合学科核心素养和新高考指导思想，以“主题活动式教学”理念为基本编写思路，围绕新教材各学科的课程内容精心打磨而成。本书必修模块以合格考为主，兼顾等级考，选择性必修模块则主要针对等级考，从而既满足学生高中毕业的基本需求，又为有学习兴趣和升学考试需求的学生提供指导和帮助，促进其全面而有个性化的发展。

2020年，本丛书陆续在重庆、云南、福建、广东、河北、浙江、广西、贵州等省份投入使用，并得到广大师生的高度认可。2020年8月，结合内外调研意见，《高中同步测控全优设计》全面启动新一轮的修订工作，截至目前，修订组稿工作已进入尾声。2.0时代，丛书更注重以下几点：

1. 学案设计，注重体现学科素养

学案流程式教学设计，保障学习效果；在突出主干知识的基础上，注重将“主题活动式教学”理念与新教材有效融合，力求使学科核心素养以显性的方式落地或以隐性的方式渗透。

素养·目标定位

素养	目标定位
1. 通过对天体及天体系统的学习，认识宇宙中物质的存在形式，培养地理实践能力	知识概念
2. 通过对太阳系行星的分析，认识太阳系八大行星及其位置、八大行星的运动特征和结构特征，理解地球是太阳系中一颗普通的行星，培养综合思维	知识概念
3. 通过对地球上存在生命物质条件的学习，理解地球上存在生命的原因	知识概念

课前·基础认知

一、地球在宇宙中的位置

1. 天体

(1) 概念：宇宙中存在的形式。

(2) 常见类型：恒星、行星、彗星、流星体、卫星等。

2. 天体系统

(1) 概念：运动中的天体形成的系统。

(2) 太阳系

(3) 名称

课堂·重难点突破

一、天体和天体系统

二、行星地球

三、地球是太阳系中的一颗普通行星

1. 主要天体的类型及特征

宇宙物质	组成(举例)	特点	观测特征
星云	气体和尘埃	质量大、密度低、轮廓模糊	轮廓模糊
恒星	炽热气体	质量大、发光	一闪一闪
行星	固体	质量小、不发亮	相对星空背景

随堂训练

读天体系统层次图，完成1~3题。

1. 图中甲、乙、丙、丁所代表的天体系统名称分别是

2. 下列天体系统中，级别最高的是

3. 下列天体系统中，级别最低的是

课时训练

第一章 宇宙中的地球

第一节 地球的宇宙环境

1. 与北半球属于同一类型天体的是

2. 火星表面液态水的发现说明

2. 微化预习，助力深入理解教材

参照教材中的辅助性栏目灵活设置“微思考”“微判断”“微训练”“微解读”等微栏目，帮助学生在常规预习的同时进一步理解教材，适当拓展学生的知识广度。

微化预习

1. 太阳系八大行星之最

2. 行星位置判定的方法

3. 行星位置判定的方法

3. 精准讲解，强化策略方法指导

对重点、难点进行全面深入的剖析，并结合生活中的实例精心设置有效的问题情境，为学生进一步领悟、运用知识提供认知背景，让学生获得知识、提高能力、发展科学探究的精神，促进意义建构；同时注重归纳解决问题的方法策略，使现实问题学科化，学科问题模型化，提高学习效率和针对性。

用描述法表示集合

1. 集合表示方法

2. 集合表示方法

3. 集合表示方法

模型方法·素养提升

复杂过程的位移和路程计算——科学思维培养

1. 方法归纳

2. 方法归纳

3. 方法归纳

4. 习题鲜活，分层巩固提升能力

分层级设置习题，既能准确了解学生学习状况，又能以人为本，避免“一刀切”，从而及时巩固基础知识，提升学生综合能力。

习题鲜活

1. 火星在太阳系示意图中的位置是

2. 火星在太阳系示意图中的位置是

3. 火星在太阳系示意图中的位置是

编者按：2021年7月14日，中国出版协会民营工作委员会电子商务专题培训会在世纪天鸿举行，两位图书电商行业电子商务资深专家分别做主题演讲。中国出版协会民营工作委员会参访团及世纪天鸿等相关部门参会，共同学习未来教材教辅发行的趋势以及与实际业务有益的知识和技能，助力大家在本职岗位上积极探索，主动应用新科技、新思维、新知识。

了解行业新趋势，把握行业新脉搏

出版业的未来：出版产业互联网

分享人：北京易诚信息技术有限公司总经理 杨明书

产业互联网是互联网与产业的结合，而现在移动互联网的主战场已经从消费互联网转向产业互联网。消费互联网的特征是平台化的企业，是典型的B2C；产业互联网强调的是企业的平台化，是S2B2C，将供应商、买家和买家紧密互联。

出版产业未来的发展趋势有五点：泛阅读化、扁平网络化、去中心化、去库存化和IP最大化。传统出版面对的问题是与用户断开了连接，出版产业互联网就是在解决这个问题，与用户建立强关联，形成以用户为中心的多边生态网络。



出版产业未来的发展趋势有五点：泛阅读化、扁平网络化、去中心化、去库存化和IP最大化。传统出版面对的问题是与用户断开了连接，出版产业互联网就是在解决这个问题，与用户建立强关联，形成以用户为中心的多边生态网络。

教辅行业，我看到了什么

分享人：江苏一二一企业管理咨询有限公司总经理 张金文

在图书直播带货如火如荼的今天，终端渠道变化迅速，我们必须聚焦有更多流量、能够吸引用户更多时间的平台，才能与用户产生更多交互，进而形成交易。

与传统的直播平台将用户的搜索习惯固化相比，新平台的进入成本更低，投入产出比更高，非常适合有完整产品体系的企业进入，开展品牌直播。淘宝、天猫等这些需求承接型的平台不能放弃，同时要瞄准有真实需求但目前又不是特别明确的板块和平台。

目前，不少互联网教育公司都展开了线下布局教辅的探索。面对这一轮紧张的校外教培整顿，他们的获客能力被控制进而转移到2C最直接的教培。新技术在不改变场景的前提下改变了场景内的元素，B端市场的有限需求与C端市场的无限需求刺激着这些线上企业通过收购或直接进入的方式对传统教辅行业进行降维打击。这必将推动“新教辅”机构与“新教辅”产品的出现，并走上舞台挑战传统教辅。



在图书直播带货如火如荼的今天，终端渠道变化迅速，我们必须聚焦有更多流量、能够吸引用户更多时间的平台，才能与用户产生更多交互，进而形成交易。

中国课本博物馆

诗行齐鲁·礼润人生——中国课本博物馆上海学子研学营顺利结营



研学营既是一段充满乐趣的夏日时光，也是一场不可或缺的学习经历。它能带给我们的，不仅是不能错过的成长体验。

诗行齐鲁·礼润人生——中国课本博物馆上海学子研学营在一首激昂潇洒的《将进酒》中拉开序幕，随后，齐都文化副总经理暨诗词研学营总指挥车凤祥致辞，并向本次营队的队长和副队长两位同学授旗。

在中国课本博物馆内，同学们首先体验了一把课本文化穿越之旅，紧接着又体验了线装书、射礼、入学礼、齐王夜宴等多个趣味研学项目，在其中感受到了泱泱齐风、巍巍华夏的无限魅力。

在济南，研学营的同学们先后参观了辛弃疾纪念馆、趵突泉、大明湖，与那些在课本上频频出现的知名诗人、名胜古迹来了一场穿越古今、时间和空间的邂逅。

在泰安，攀登五岳之首——泰山，在诵读文学经典的过程中，传承文化精髓，启迪学子智慧。

在曲阜，走进世界文化遗产——孔府、孔庙、孔林，接受文化洗礼，体验明礼生活。

在青岛，同学们攀登崂山，观沧海拍岸，赏“天下第一仙山”——崂山；在帆船基地，共同探寻海洋的奥秘，筑造远航梦想。

过去，书本是孩子的书本；现在，世界是孩子的书本。这个夏天，跟着我们的脚步，一起出发吧！

（世纪天鸿 于珏）



团队风采

“充电”ING：全员培训强技能

世纪天鸿作为一家立足于教育出版的文化企业，员工主体是知识型劳动者，不论从企业角度还是个人角度都对通过培训优化团队和个人知识结构，提升竞争力有着更高的需求。以此为契机，并根据公司的统一安排，在商学院指导下建立了采购供应部内训机制。

我们根据自身业务需要和团队成员思想状况，选择认为对个人成长和团队发展有帮助的优质课程。在实际执行中，也常有团队成员推荐了相同主题更好的课程替换掉原计划课程的情况。

除了7、8、9月业务高峰期，我们每月都有一个培训主题。一方面根据工作需要安排务实的业务技能培训，如2021年我们安排了《EXCEL函数在统计工作中的应用》《图书用纸》《从“图书设计”看图书成本控制》等与工作密切相关的主题课程。

在培训形式上我们也尽可能丰富一些，既有现场授课、视频课，也有共读活动、团队研讨和体验培训，努力使培训不那么呆板枯燥，增强培训效果转化率。

作为天鸿培训文化的亲历者和受益者，我希望能创建一支学习型团队。通过团队学习，提升个人执行力和综合素质，进而提升团队绩效；通过团队学习，帮助个人改善心智模式和思维模式，进而提升获得感和幸福感；通过团队学习，让团队成员间相互促进，增加团队的荣誉感和凝聚力。

（世纪天鸿 杜继鹏）



3种思考方法，让你比90%的人更高效

一、从上帝角度看问题

第一层，自身视角。按照这样的思路，你会想出很多解决方案，然后去看哪个方案的实现成本更低，再去调配资源实施。

第二层，用户视角。你会更能实现用户要求的功能/服务。

第三层，场景视角。你开始思考：用户在什么场景下才需要复习呢？这个场景下的痛点是什么？只有到了这一层，你才有可能发现真正的需求，以及提出真正有效的解决方案。

所以，只有知道了使用场景和最本质的痛点，才能真正提出有效的解决方案。第二层视角满足了用户提出的方案，似乎可以让用户满意，但只有第三层视角才能打造产品的核心竞争力，让我们脱颖而出。

第四层，上帝视角。有了第三层，知道了用户的痛点，是否就要去做呢？

未必，你还需要继续思考：解决这个问题是不是用户最需要的？频次有多高？公司最近的重点规划是什么？改进这项功能/服务，是否是当前公司的重点？比如说，公司最近的重点其实是企业端业务，而非个人业务。而企业课程本身就有定制化案例，

学员也是学了就用，而且有更多配套服务，不存在这个复习的问题。那么我就不需要现在做这个解决方案了。

这四种视角，对应了不同的思考层次，也就对应了不同的位置。

拿产品或者运营岗位来说，如果你能想到第一层，可以做好一个执行层的岗位，工作不会出什么大问题；如果想到第二层，可以成为一个普通的产品经理或者运营，或是优秀的产品助理/运营助理，能够让用户满意，只有做到第三层，才可以成为一个优秀的产品经理或者运营经理，做出让用户愿意买单的产品/服务；而做到第四层，才可能做到总监，成为一个模块的负责人，从公司的角度去思考问题。

经常有人问：如何才能知道老板在想什么？为什么老板总是跟我想的不一样？我觉得老板的想法很奇怪。

那么，你可以试着从这几层视角去思考一下，或许会给你不一样的答案。

二、不断提出和验证假设

比如，年底大家不爱学习，那么验证方式就是：其他同类型公众号的打开率是不是下降了？去年同期的打

开率是否也会下降？甚至，百度指数“学习”这个词，在年底是不是热度也下降了？

这样验证之后，才能找到真正的原因，最终出具一份有效的解决方案。

没有“提出和验证假设”的习惯，最终结果就是：成功不知为何成功，失败不知为何失败，做所有事情都跟能运气差不多。最后努力了半天，一点成效都没有。并且，经过“提出和验证假设”这种思维方式训练过的人，直觉往往比一般人更加准确。这样，又能够大大提升他的效率。

但是每跑一小步，得有一小步的成效，而不是盲目乱跑，耗费了大量力气，最后发现自己还停在原地。

三、永远记住自己的无知

人与人之间的差距，不在于知道多少，而在于多大程度上承认自己的无知。

我们今天处在一个信息过剩的时代，每天接触的信息量，超过任何一个古代先哲一年的信息量，但我们为什么不如他们智慧呢？因为我们只用了眼，却没有用心。看上去，我们有很多信息，但实际上我们根本没有消化掉。如何消化、入脑呢？那就是：

承认自己的无知，然后多思考，才能透过事物和信息的表面，看到本质。

对未知领域视而不见、看轻任何一个领域，是最大的思维定式，也是我们成长的最大障碍。所以，在任何问题面前，多思考“为什么”，别轻易接受表面的那些信息。

所以，高效工作，的确有一些通用的思考方法：

- 1、尽力站在上帝视角去看问题，而不是陷入问题本身。
- 2、面对问题，需要提出和验证假设，从而小步快跑、快速迭代
- 3、永远记住自己的无知，多思考“为什么”

这些方法并不难理解，但我们常常就会忘记，其实，能做到这些，不过是一种习惯而已。

总之，如果你总是做不到这些，不妨用一张便利贴，把这3点写下来，贴在你的电脑前面，慢慢去尝试形成习惯，你会发现工作效率有很大的提升。

(来源：国外同学)



别在最该奋斗的年纪选择安逸

永远别说自己老，只有你嫌自己老。不要在最该奋斗的年纪选择安逸，不要挥霍你本该拼搏的前半生。

“命运所赠予的每一份礼物，都暗自标好了价格。”

你20岁的舒适，可能会造成30岁的无奈；你30岁的无奈，可能会导致40岁的无为；你40岁的无为，可能会奠定50岁的失败……

当你老了回首这一生，是否会因虚度年华而悔恨？会因碌碌无为而羞愧？

作家李尚龙说：真正的强者，他们在年轻的时候，经历了沧桑，化解了迷茫，学会了坚强，懂得了疗伤。他们在哪里都能活，哪里都是舒适区，哪里都是自己天堂。

希望我们都能成为生活中的“强者”，在能奋斗的时候用尽全力，能改变的时候竭尽全力。

希望我们都能在忙碌中体会到闲暇的可贵，在闲暇中找到人生的意义。希望我们都能在看清世界的本质后，敬畏生命，快乐工作，好好生活。

(来源：晨读管理)

运动指南

雨季居家运动做什么？

夏天到来，全国各地的雨水开始逐渐增多。在下雨的天气，登山、徒步等户外运动要暂时搁浅，宅在家里，可不要趁机偷懒睡觉，我们仍然要做一些力所能及的运动，来保持运动习惯，养成健康的生活方式。日前，中国体育科学学会单位会员陕西体育学院体育科学研究所推荐了一组适合下雨天在家做的运动。

对于女生来说，俯卧撑、弓步蹲、仰卧抬腿都是非常不错的运动。做俯卧撑动作的时候，一定要感受上肢肌肉的发力，而弓步蹲则是在帮助拉伸大腿下部的肌肉，这个动作也可以帮助拉伸大腿前部的脂肪。平板支撑以及在这个基础上的支撑式抬腿都是非常不错的全身性运动，对运动者的平衡力以及核心力量是个考验，能够快速消耗脂肪，更能够帮助锻炼到下腹部的肌肉。仰卧抬腿的好处是可以同时锻炼多处的肌肉，可以帮助腹部、腹直肌和腹横肌、腹部的腹四头肌，同时还能够帮助腰背部的肌肉，所以是一举多得的锻炼动作。

此外，对女生而言，卷腹也是一种锻炼腹肌非常有效的动作，因为卷腹运动主要借助的是腹腹力量，所以需要消耗腰腹脂肪从而达到瘦腹部的作用。同时这个运动需要我们背部始终落地，所以背部也需要发力，这样一对背部肌肉有一定的刺激作用，从而能够减脂塑背，锻炼身体的协调性以及耐力。开合跳和负重深蹲也强烈推荐给女生尝试的。开合跳可以增加全身燃脂，负重深蹲可以锻炼臀部肌肉，打造翘臀，初学者可先进行自重深蹲，再进阶到负重深蹲。

而对于男生，仰卧起坐是对身心发展非常有益的动作，它可以起到拉伸背部肌肉、韧带和脊椎的作用，从而有效地调节中枢神经系统，改善身体的抗疲劳能力，还能调节人的心理，使人精力充沛。

男生还可以尝试跳绳。在家选择一块空地，进行跳绳运动，一次跳100-500个，具有减肥、锻炼心脏、加快血液循环、有效预防骨质疏松、失眠、肌肉萎缩的作用。

跳绳对自己的情绪、俯卧撑和弓步蹲也同样非常适用。在家锻炼，带上瑜伽垫，前腿和后腿都需要保持在90度的跳跃式弓步才能够锻炼到腿部肌肉，消耗较多的热量。俯卧撑可以使胸肌，在家中的客厅或是就餐区，找两个独立左右各摆放一个，用两手作支撑，将身在上就可以了，口分为一组，要做三组，需要提醒的是，在做俯卧撑时，要收紧胸，尽量拉伸胸筋，这个动作能使胸肌肉饱满有形，校正驼背。



营销人看营销

编者按：

有时候，我们经常质问甚至怀疑自己，为什么自己都已经这么努力了，但成功的人却不是自己。其实，很多时候，并不是我们不够努力，而是我们做事的方法不对，缺少了思考的空间，导致事倍功半。只有正确的思维方式，并在正确的思维指导下朝着目标前进，才能找到通往成功的大门。接下来，营销在线将开设营销人看营销的特别栏目，与大家共同学习，如何成为一名优秀的营销人。

自2001年6月份入职公司，到现在已经20年了。在这20年中，我从大客户销售的岗位到系统开发经理，再到现在的区域中心总经理，虽然岗位调整了几次，但是都没有离开营销。在这20年从事的营销工作中，也有些点滴的感触，恰好接到企业文化室的约稿，便简单地与大家聊一下“如何成为一名优秀的营销人”。

我们首先给营销做一个定义，营销就是个人和集体通过创造，提供出售，并同别人自由交换产品和价值，以获得其所需求之物物的社会过程。简单地讲，营销其实就是一个把产品销售出去，把款收回来的过程。看似很简单的这个过程，其实做起来并非那么简单。

首先，我认为作为一名营销人员所具备最基本的就是要勤奋。我们经常说“机会都是

优秀的营销人应该具备什么样的品质

留给有准备的人”这句话，这个“有准备”其实与平时的勤奋是分不开的。

记得2001年我到学校做业务，当时正值7月份，南方天气很热，但是我还是每天早上赶到车站，坐最早的一班车，从这个县城到另一个县城。从这个县城拜访完，为了节省时间，又是坐最后一班车赶往另外一个地方。用了20天的时间把我当时所负责的十一个县区高中学校拜访了一遍，并把这高中进行了分类，这也为后期销售奠定了基础。当时，我经常去拜访一所高中的老师，有一次就见到了该县新华书店

的总经理，也是通过这个经理，开启了与新华书店合作的模式，我觉得这便是“勤奋”带来的机会。

其次，我觉得一名营销人员还要具备良好的品格。良好

的品格包含了诚实、正直、善良等。在与与合作伙伴接触的过程中，良好的品格是对方能接收到的。平时与代理商要既是“伙伴”更是“兄弟姐妹”，在交往过程中，公私分明，对方会感觉我们与公司是值得信赖的，合作起来是愉快的，即使有一天不合作了，还是好朋友。

再次，作为一名营销人员还应该要有一个强大的内心，要有境界。在营销人的日常工作中，因为某些细节原因或者其他的什么细小的问题客户临时撤单等情况偶尔也会出现。这时候，拥有一个强大的内心便显得十分重要了。我们的沟通了解问题并解决问题，得到合作单位的认可后争取得到合作的机会才是正确的解决方法，而不是自我怀疑、自乱阵脚，

这样只会适得其反。所以，作为一名营销人员，心理素质得过硬，眼光要放长远，有境界，没有永远的困难，关键看你怎么样来解并战胜它。

当然，除了以上的三点外，想成为一名优秀的营销人员，平时要加强学习，不断给自己充电。当自己知识面广了，在与合作伙伴交流的时候才有话题。另外，我们面对的客户群体不一样，拜访沟通的模式就不能一样，拜访学校领导和拜访新华领导沟通的方式就不能一样，去出版社拜访领导又是一种模式。

最后我想说，要想成为一名优秀的营销人员，要靠平时自己的总结积累，不断地去提升自己，改变自己，最终会成为一名优秀的营销人。

(世纪天鸿 宋立平)

创业公司基于电商直播新营销的探索

知名度来进行产品宣传，实现产品销售。志鸿超仁拟通过与头部主播合作，以直播带货的手段达成带动销售的目的。小仙文创计划自建直播团队，利用合作方影响力和知名度的优势，以合作方式为切入点开展直播，将合作产品作为直播间吸引流量的手段，将直播带货中的“场”直接定位于校园内进行创新。小鸿童书对直播带货的尝试则更早，最初是与淄博本土网红博主在短视频社交平台进行合作，在合作方式与主播选择方面有更大的探索空间。天易鸿图寻求电商平台全案运营服务商和头部、中腰部主播合作，通过打造系列爆品和明星产品反哺品牌。

选择与产品调性较为一致、深耕垂直领域、粉丝与目

标客户群体重合度较高的主播合作更加符合现阶段对直播业务的规划。

不论未来的营销方式如何变化，优质的内容都一定是硬核的竞争力。正确看待新兴的线上营销方式的前景和更多可能性，才能在危机中获得新的发展，找到实现企业快速增长的突破口。

(世纪天鸿 刘天蓝)

乘风破浪的营销人 谁是你眼中的门面担当？

生活、工作中难免会时不时地发生一系列的变故，唯一不能变的是我们对生活和工作的态度。

目前我们从事的营销工作是一份极具挑战同时也非常简单的工作，说它极具挑战是因为每年市场都会下达比前一年更高的任务目标和要实现的增长点，而每年市场上都会有难以预测的各种风险和问题去需要我们去解决和处理，这就需要随机应变的去对待各项任务。说它简单是因为我们在平时认真完成工作的同时，不断地对工作进行分析总结，吸取平时的经验不断地去汇总一套

应对那些万变不离其宗的市场问题。此外，我们从事的营销产品比较特殊，是给行家推荐，我们面对的客户大多数从事了十几二十年的新华教材经理、出版社编辑或者是教学一线老师，他们才是这个行业的专家，这在产品销售上就难免有点公面前要耍大刀

沉稳。微胖的身材从进公司到现在几乎身材没走样，喝酒没服过谁、业绩没怕过谁。转战几个岗位从公司市场一线做起，从一个偏远经济萧条、教育落后、业绩平平的小省份，经过几年的辛苦付出和努力做到能占事业部半壁江山的大哥大省份，并且一直到现在都是事业部业绩的扛把子，通过连续多年的精彩业绩，得到了公司高层的绝对认可，实至名归地被提升为公司系统事业部的带头人和门面担当。

不用我说，想必大家都猜到他是谁了吧。

(世纪天鸿 刘庆堂)

编者按：门面担当这个词儿首先来自“偶像文化”，一般引申为组合中的“形象代言人”，也就是组合中对内、对外最受欢迎、最具影响力或者在某一方面极有特长、备受别人信赖的人。后来，这个词语也随着网络的快速传播，被无数人熟知，又被应用到各行各业、各个岗位中。那么，在你看来，谁是营销人中的门面担当呢？