



体育信息通报

TI YU XIN XI TONG BAO

2019年第1期（总第68期） 广体（K）第004号



广州体育学院图书馆

2019-12-28

目 录..... (1)

一、综合信息..... (3)

- 1、广州市社科规划 2020 年度岭南文化研究专项课题指南
- 2、广体考点 2020 年全国硕士研究生招生考试顺利完成
- 3、广体首门慕课《运动生物化学》在中国大学 MOOC 上线
- 4、体育传媒学院成功举办“拾舞芳华，星衍梦聚”2020 年元旦晚会
- 5、广州体院吕树庭教授：电竞入奥的步伐加快
- 6、最新国际学生评估结果出炉，中国学生包揽三项第一

二、体育信息博览..... (9)

- 1、澳大利亚发起鼓励老年人加强体育运动的“智慧散步”活动
- 2、俄罗斯“体育是生活常态”行动计划开始实施
- 3、“十四五”时期中国体育产业发展前瞻
- 4、打造 IP、跨界做潮牌服饰 电竞俱乐部探索商业突围
- 5、国际足联宣布 2021 年“新版”世俱杯落户中国
- 6、昔日是对手，如今是朋友 围棋界已离不开人工智能

三、高教信息与教学改革..... (22)

- 1、教育部：新增氢能技术、AI 等 9 个新专业 明年执行
- 2、教育部关于深化本科教育教学改革全面提高人才培养质量的意见
- 3、高校付费刷课已成产业链：花钱就能拿高分 学生代理层层分包
- 4、复旦大学“似是而非”课一座难求 教学生“去伪存真”
- 5、日本著名大学吸引大量优秀中国学生
- 6、新加坡：加强 21 世纪电脑科技教育

四、我院优秀学位论文选登(摘要).....(37)

- 1、微视频在羽毛球技术教学中的实验研究
- 2、新塑料球阶段我国高水平女子乒乓球弧圈类运动员技战术分析
- 3、广东省运动员职业生涯管理研究
- 4、珠三角高校轮滑运动开展现状与前景的研究

五、图书馆信息荟萃.....(40)

- 1、2019 中国有声书市场用户画像、发展规模、特点与趋势剖析
- 2、付费自习室火爆 学校不妨加大资源开放力度
- 3、中国数字阅读市场规模达 254.5 亿 数字阅读驶入高速车道
- 4、有声书会成为下一个内容出版风口吗？
- 5、考研路上，广体图书馆一路相伴

六、图书馆新书目录介绍.....(51)

综合信息

广州市社科规划 2020 年度岭南文化研究专项课题指南

为深入开展岭南文化传承发展研究，经广州市社会科学规划领导小组批准，现发布《广州市社科规划 2020 年度岭南文化研究专项课题指南》。

一、指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，坚持以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，深入贯彻习近平总书记视察广东重要讲话精神，全面贯彻落实习近平总书记关于推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要论述，结合省市党代会的战略部署和市委、市政府中心工作，深入推进岭南文化研究，着力推出高水平成果，为广州实现老城市新活力，建设国际大都市，在全省实现“四个走在全国前列”、当好“两个重要窗口”中勇当排头兵提供思想保障和智力支持。

二、岭南文化研究专项课题选题及研究要求

1. 岭南学术传统与当代学术话语建构研究

研究要求：在现代学术与区域文化研究视野下，梳理岭南学术传统，建构现代岭南学术谱系和话语体系，深化岭南文化研究的理论内涵与当代价值。

2. 岭南文化与粤港澳大湾区文化融合研究

研究要求：考察岭南文化作为粤港澳大湾区共同文化基础的价值内涵，探究粤港澳大湾区内部文化结构与形态的丰富性和差异性，在岭南文化底色上促进大湾区的文化融合与共同发展，丰富粤港澳大湾区建设的价值向度和文化力量。

3. 岭南人文传统与当代生态文明建设研究

研究要求：在中华文化视野下发掘岭南文化人文传统，探究其创造性转换与创新性发展的内在路径，助力当代生态文明建设。

4. 岭南商贸与现代海上丝绸之路建设研究

研究要求：立足岭南海上贸易传统，探究岭南商业文化形态与海洋文化精神，助力现代海上丝绸之路建设。

5. 岭南华侨与中外文化交流互鉴研究

研究要求：结合岭南华侨海外生活史与奋斗史，探求岭南华侨在中外文化交流互鉴中所发挥的作用和产生的影响，拓展华侨文化研究的维度。

6. 岭南民俗传承与当代价值研究



校领导黄紫华、刘永东、朱征宇以及相关部门负责人巡视考场。

我校高度重视本次考试安全，协调有关部门，专门成立考试工作领导小组，召开考试工作协调会，为考试顺利进行提供有力支持和保障。并制定了《广州体育学院考点 2020 考务工作方案》、《考务工作手册》等，对所有参与考务工作、监考工作的教师进行严格的业务培训，详细解读相关政策法规，全面部署考务工作。作为首次肩负全国硕士研究生招生考试的考点，我校强化责任担当，严格落实平安考研各项任务；以生为本，贴心做好考点服务工作，确保我校考点考研工作进行顺利。

由学校研究生院组织，监察处全程监督本次考试，党校办、人事处、党委宣传部、学生处、教务处、后勤管理处、现代教育中心、团委等各部门全力支持配合，考试组织工作得力，责任分工明确，考试公平公正，保证了各项工作顺利完成。（来源：校园网）

☆☆

广体首门慕课《运动生物化学》在中国大学 MOOC 上线

本网讯 近日，我校建设的首门慕课《运动生物化学》在国家级慕课平台“爱课程网---中国大学 MOOC”上线，课程由我校省级教学名师翁锡全教授、林文弢教授及其教学团队主讲。其上线标志着我校在在线开放课程建设和在线教学模式改革方面迈出了重要一步，对我校慕课建设具有良好的示范引领作用。

简单分子
如葡萄糖、氨基酸、甘油和脂肪酸

ATP

合成代谢反应
将能量从ATP转移到复杂分子

复杂分子
如淀粉、蛋白质和脂肪等

分解代谢反应
将能量从复杂分子转移到ATP

释放能量

储存能量

广州体育学院 翁锡全 教授

中国大学MOOC

广州体育学院 林文强 教授

PFK活性

糖原贮存 乳酸耐受

广州体育学院 李裕和 教授

MOOC，即 Massive Open Online Courses（大型开放式网络课程），是近年来兴起的一种新型网络学习模式，其便捷、灵活、高效的学习方式吸引了众多的高校和学习者加入。“爱课程”网是教

育部委托高等教育出版社建设的高等教育资源共享系统，其中中国大学 MOOC 是由网易与高教社携手推出的在线教育平台,承接教育部国家精品开放课程任务，向大众提供中国知名高校的 MOOC 课程，目前已成为国内最具影响力的高等教育在线开放课程平台。

《运动生物化学》课程是体育院校运动人体科学、运动康复、体育教育、运动训练、武术与民族传统体育等体育类专业的必修课或选修课。《运动生物化学》课程是从分子水平上研究运动对人体化学组成的影响以及运动时物质代谢和能量代谢的特点及规律与运动能力、身体机能及健康关系的一门学科。

广州体育学院《运动生物化学》课程 2007 年被评为“国家精品课程”，2016 年被评为“国家精品课程资源共享课”，2018 年获体育总局运动训练专业教材与在线课程建设立项，课程定位资源共享面向社会，采用了图、文、声、像、动画等多媒体技术，内容生动活泼，易于理解。课程教学视频以知识点为单元，主线清晰，内容紧密围绕运动时物质代谢与能量代谢变化的生化原理以及运动增进健康的生化分析和健康体适能的生化评价。课程网站支持手机 APP 观看，随时随地学习视频和课件,讨论区可供学习者交流讨论，老师及时答疑。（来源：校园网）

（网站链接：<https://www.icourse163.org/course/GIPE-1207250801>）

☆☆

体育传媒学院成功举办“拾舞芳华，星衍梦聚”2020 年元旦晚会

本网讯 12 月 18 日晚，体育传媒学院 2020 年“拾舞芳华，星衍梦聚”2020 年元旦晚会在礼堂举行。出席本次晚会的领导和嘉宾有副校长李裕和，运动训练学院党总支书记钟新来，武术学院党总支书记林昭雄，校团委书记吴东昇、体育传媒学院院长王晓东，校团委副书记廖远胜，运动与健康学院党总支副书记苏祥国，体育传媒学院党总支副书记夏卫智，体育传媒学院各教研室专业教师以及全体指导员。



节目《永远的格桑梅朵》

晚会由 12 个节目组成，包括声乐、舞蹈、诗朗诵、舞台剧等艺术形式，晚会在充满青春活力的开场舞《怪异少女》拉开序幕。诗朗诵《大河遗梦》大气磅礴，奇情逸发，精彩演绎出勇敢、清醒的溯流而上，立在历史、文化、心灵的关口，与黄河对话，与历史交流，与现实沟通，呼吁着民族精神永恒的支柱--哲学与诗，挥舞着民族发展不竭的旗帜--忧患意识。粤语方言舞台剧《鸡同鸭讲有得讲》展现粤语方言的魅力，诙谐幽默的情节引得观众乐不可支，欢笑不断。《永远的格桑梅朵》重讲红色历史故事，传递正能量，促进爱国情感、维护祖国统一为出发点，融入朗诵、歌唱、表演等元素，歌颂进藏女兵队伍维护民族团结，让在现场的每一位观众都感同身受送出热烈的掌声。街舞 solu《chu desu》、舞台剧《时间都去哪儿了》等一个个形式多样的节目，展现出体育传媒学院学生的才艺与风采，引得台下同学观众尖叫连连，表达出大家对 2020 新年的期许。

(来源：体育传媒学院 图文：梁永友)

☆☆

广州体院吕树庭教授：电竞入奥的步伐加快

本网讯 当地时间 12 月 7 日，国际奥委会发布《第八届奥林匹克峰会宣言》，表示峰会同意对电子竞技与游戏采取两种速度的合作方式。

为期两天的峰会上，代表们讨论的话题涉及了运动员保障、2020 年东京奥运会、对抗兴奋剂、数字化发展等多个方面，其中，还包括外界颇为关注的电竞比赛议题，与会者鼓励国际体育组织探索在电子竞技领域发展的机会。

电竞入奥的步伐加快

在世界发展已经持续十余年，电子竞技虽然成为一些大型运动会青睐的项目，但对于是否纳入奥运会至今仍未有定论。

我校高等教育研究室主任、博士生导师吕树庭认为，人们对电竞是体育的认识需要一个过程，电竞入奥也需要时间。

近几年电竞引发的讨论逐渐增多，也被一些国际体育组织所接受。亚奥理事会曾宣布电子竞技成为亚洲室内武道运动会的展示项目，国际足联也在 2019 年新增的 FIFA 电竞国家杯这项电子竞技足球赛事。

“2017 年第六届奥林匹克峰会上，相关代表认为电竞可以被看作是一项体育活动。这对于电竞入奥是向前迈了一步。2018 雅加达亚运会电竞被亚奥理事会批准为表演项目，第 30 届东亚运动会电竞被列为正式比赛项目，这在一定意义上促进了电竞入奥又向前迈了一步。关于第八届奥林匹克峰会同意对电竞和电子游戏采取两种速度(方式)的合作，它的意义在于将加快电竞入奥的步伐。”吕树庭在采访中表示。

电竞未来发展要各方共谋

电竞项目有版权，这是由知识产权决定的，也是电竞这一新兴体育项目与传统体育项目的一个重要区别。吕树庭表示作为电竞载体的内容提供方，游戏厂商应承担责任，为助力电竞发展，研发出低门槛、万众喜爱，能够有利于释放人类竞争天性并富有教育意义的电竞内容。

通过第八届奥林匹克峰会电竞话题的探讨，与会者主要关注如何与游戏厂商合作，拓展传统体育在电子竞技领域的发展机会，并且关注电子竞技员的身心健康等问题。

可以看出国际体育组织用一种积极探索的态度来面对这项新兴的竞技项目。在电竞发展中，各方都清楚的是与传统体育项目不同，电竞是有版权的。因此电子竞技未来发展，必须在国际体育组织、行业指导协会、游戏厂商之间形成理性对话和合作。

“推动电竞发展，未来需要做的事情很多，这会给与电竞相关的部门与行业留下许多想象与实践的空间。”吕树庭表示。

☆☆

最新国际学生评估结果出炉，中国学生包揽三项第一

12月3日，世界经合组织（Organization for Economic Co-operation and Development，简称OECD）发表了第七轮国际学生评估结果（Programme for International Student Assessment，简称PISA）。其中，中国内地在阅读、数学和科学三个领域都获得了最高分数。

根据官网信息，此次有79个国家和经济体的近600000名15.3-16.2岁学生（代表所属的逾3200万学生）参加了测试。中国内地浙江首次参加测评（2015年参加省市为北京、上海、江苏、广东；2018年为北京、上海、江苏、浙江）。中国香港、中国澳门、中国台湾全部参加，数据单独呈现。

PISA 2018年全球测评包括两小时的电脑考试和35分钟的背景问卷调查。主要测评领域为阅读素养，其余测评领域是数学素养、科学素养和全球胜任力素养，部分国家和经济体还选测了金融素养。

据悉，PISA是一个由世界经济合作与发展组织筹划的对全世界15岁学生学习水平的测试计划，最早开始于2000年，每三年进行一次，是目前世界上最具影响力的国际学生学习评价项目之一。（来源：新京报）

体育信息博览



澳大利亚发起鼓励老年人加强 体育运动的“智慧散步”活动

目前，澳大利亚约有四分之三的老年人（290万）运动量达不到健康标准的要求。据统计，只有大约27%的65岁以上的澳大利亚老年人达到了卫生部建议的每天30分钟的运动标准。因此，为

了让更多 65 岁以上的老人运动起来，澳大利亚心脏病防治中心（National Heart Foundation）发起了一项新的“散步计划”，名为“智慧散步”（Walk Wise）。

实施该计划所需的资金将从澳大利亚体育理事会的“动起来！让澳大利亚人更好的变老”（Move It AUS Better Ageing，下下简称“更好的变老”）项目资金中划拨。所需资金总额约为 100 万美元。其主要目的是通过组织个人或者集体散步的模式让更多的澳大利亚老年人运动起来，拥有更健康的晚年。目前，该项目实施期限为两年，其主要内容是向广大群众宣传一些最适合散步的街路和街区，同时对澳大利亚老年人开展相关知识教育和推广。

澳大利亚在“更好的变老”项目上的投资总额为 2290 万美元，活动范围遍及全国。体育理事会将从其中拿出 100 万来开展此次“智慧散步”活动。澳大利亚体育理事会执行主席帕尔墨先生表示：我们知道将有许多澳大利亚人从“更好的变老”项目中受益。但是从调查数据中我们发现，有许多人由于运动能力以及对运动资源的来源了解有限而导致了他们没有养成运动习惯。每天坚持运动对于健康来说是非常必要的。我们将通过此次活动鼓励澳大利亚的老年人深入了解体育运动对身体、心理健康的重要作用。（来源：体育总局 2019-11-21）

☆☆

俄罗斯“体育是生活常态”行动计划开始实施

12 月 4 日，在莫斯科卢日尼基奥林匹克综合体育场举行了新闻发布会，俄罗斯联邦体育部长帕维尔·科洛科夫（Pavel Kolobkov）、俄罗斯国家足球队的主教练斯坦尼斯拉夫·切尔切索夫（Stanislav Cherchesov）和足球大师罗马·帕夫柳琴科（Roman Pavlyuchenko）出席了本次会议。

会议上，谈到了“体育是生活常态”这一行动将于 12 月 6 日至 8 日作为俄罗斯超级联赛第 19 轮比赛的一部分开展并实施。

帕维尔·科洛科夫提示说：“到 2024 年，俄罗斯体育部的任务是将系统地从事体育和体育运动的人数增加到该国总人口数量的 55%。”“我必须说，对于许多俄罗斯人来说，体育运动已经成为一种生活常态，据统计数据显示，目前有超过 38% 的人口从事体育运动。”

部长简要介绍了国家项目“人口统计”中联邦项目“运动是生活常态”的实施、体育基础设施的建设，体育人才储备以及群众竞赛情况。

“运动是生活常态”项目还包括俄罗斯联邦足球发展。这里主要包括足球场和球场的建设、教练的培训和再培训以及各级比赛的举办。

据俄罗斯体育部部长讲，“为什么要踢足球呢？因为它是最普及和受欢迎的运动项目。在我国，有超过 300 万人参与足球运动，包括专业和业余的从事足球运动人口。我们与俄罗斯足球联盟一起批准了一项足球发展计划，我们的任务是到 2030 年将有 700 万人从事这项最普及的运动项目。”帕维尔·科洛布科夫（Pavel Kolobkov）表示，作为足球发展计划的一部分，将建立了儿童足球中心，到 2030 年教练的人数将从 4000 人增加到 2 万人。

部长感谢俄罗斯足球联盟和俄罗斯超级联赛对“体育是生活常态”行动的支持，该行动包括在体育馆举行促销，讲习班和比赛，并为球迷提供抽奖活动。“这是一个实验，”帕维尔·科洛科夫说。“明年我们计划与 RFU 和 RPL 签署协议，我们将一起承办所有足球赛事。”

斯坦尼斯拉夫·切尔切索夫说：“我很高兴这一行动与足球有关。”我们的任务是创造条件。人类的心理是这样的，如果运动具有普及性，那么他就愿意参与其中。如果我透过窗户看到孩子们

正在踢足球，我本人就想走进院子踢球。”他还指出，2018年在俄罗斯举行的足球世界杯在他的外国同事中得到了积极的反馈，这为俄罗斯足球的发展和俄罗斯人健康生活方式的推动提供了发展动力。

人们想参加体育运动，形成健康的生活方式。我们的任务是帮助所有地区的人们创造适当的条件：向他们提供合格的培训人员和人员来组织这一过程，最重要的是提供基础建设。如果您在全国旅行，您会发现我们的生活正在改变。体育提高了人们的生活质量。帕维尔·科洛布科夫（Pavel Kolobkov）说，包括足球在内，它是一项最普及的运动项目。（来源：国家体育总局 2019-12-6）
☆☆

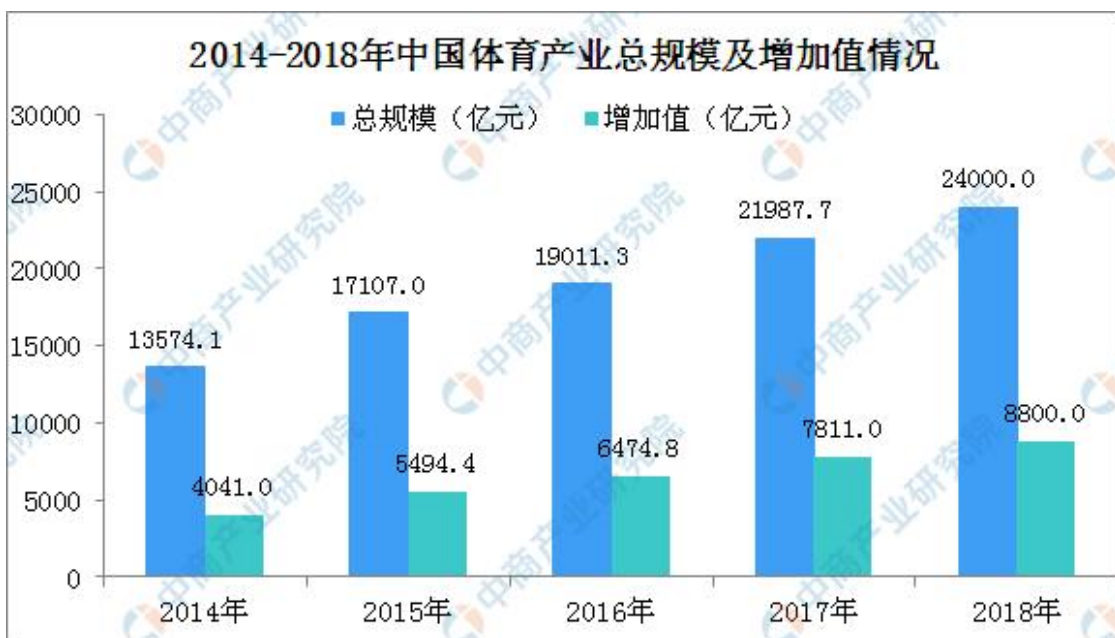
“十四五”时期中国体育产业发展前瞻

“十四五”时期是我国由全面建成小康社会向基本实现社会主义现代化迈进的关键时期，规划起止时间 2021-2025 年，是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年规划。“十四五”时期是“两个一百年”的历史交汇期，这个时间正值中华民族发展之路的重要拐点，中国将从旧常态跃至新常态。“十四五”时期对于我国体育产业的发展同样是极其关键的时期。

一、“十三五”体育产业发展回顾

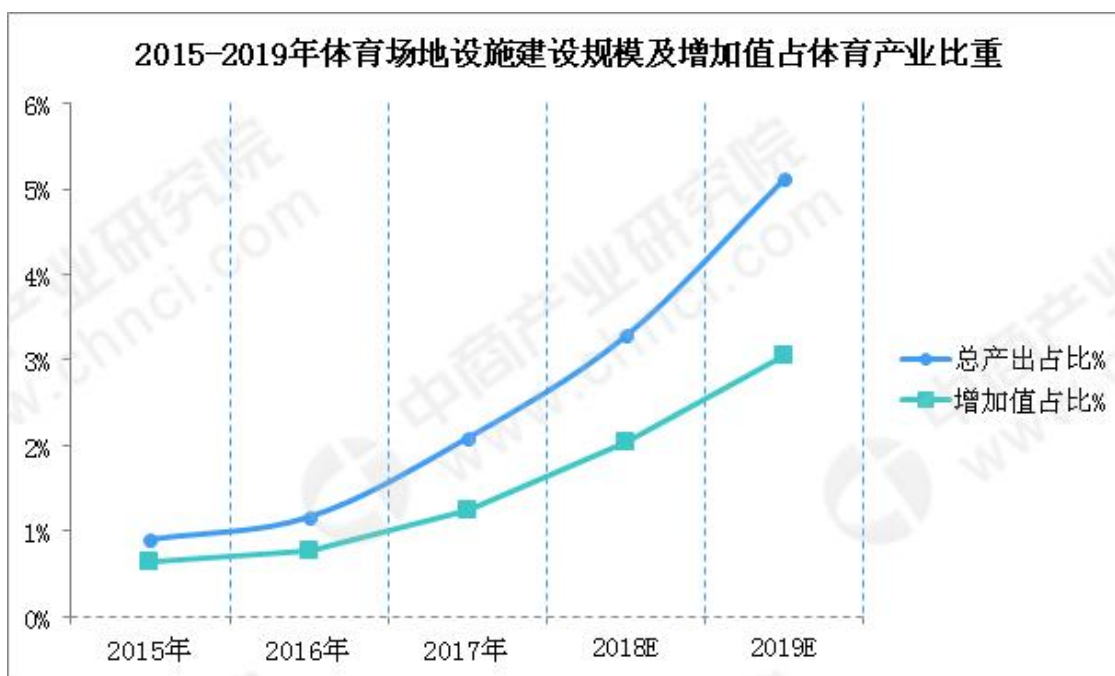
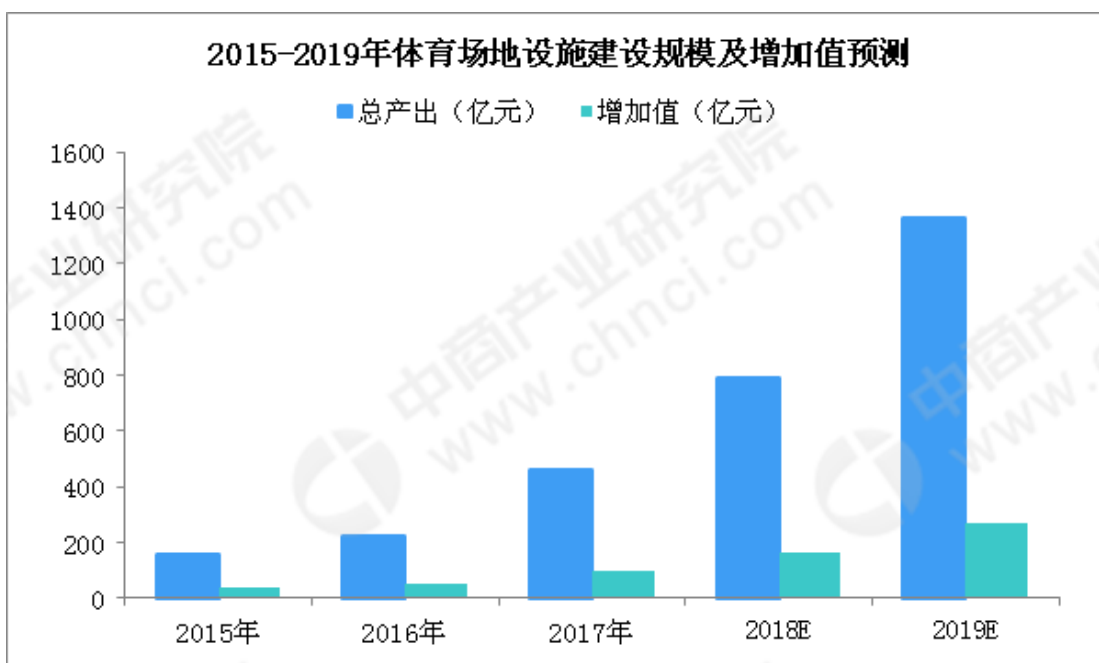
1. 体育产业日益壮大

2018 年全国体育产业总规模达 2.4 万亿元，同比增长 9.09%，实现增加值 8800 亿元，同比增长 12.82%。结构上体育服务业继续保持快速发展势头，增加值在体育产业中所占比重继续上升，从 2016 年的 55% 上升到 2017 年的 57%，其中直接与公众体育消费相关的体育竞赛表演活动、体育健身休闲活动增长突出，增长速度分别达到 39.2% 和 47.5%。



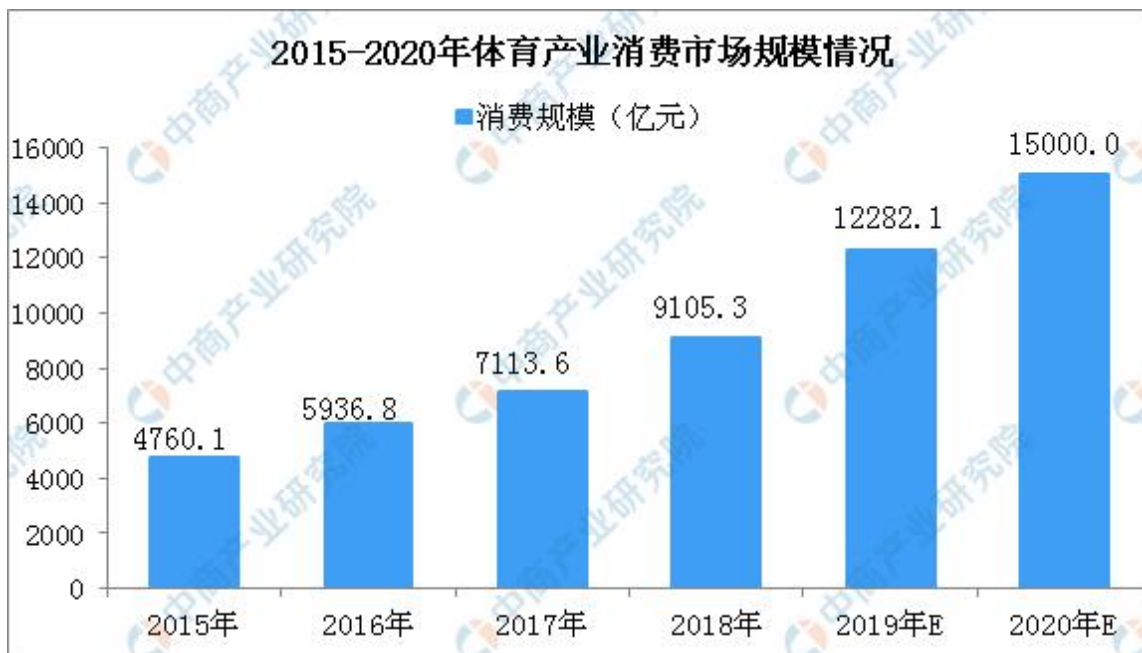
2. 体育场地建设规模不断扩大

2017 年我国体育场地设施建设总产出为 459.6 亿元，增加值为 97.8 亿元；分别占体育总产值和增加值的比重为 2.1% 和 1.3%。2017 年我国体育场地设施建设总产出和增加值年均复合增长率为 72.09%、66.45%，增长十分迅速。预计 2019 年总产出将超 1300 亿元，增加值有望突破 250 亿元。



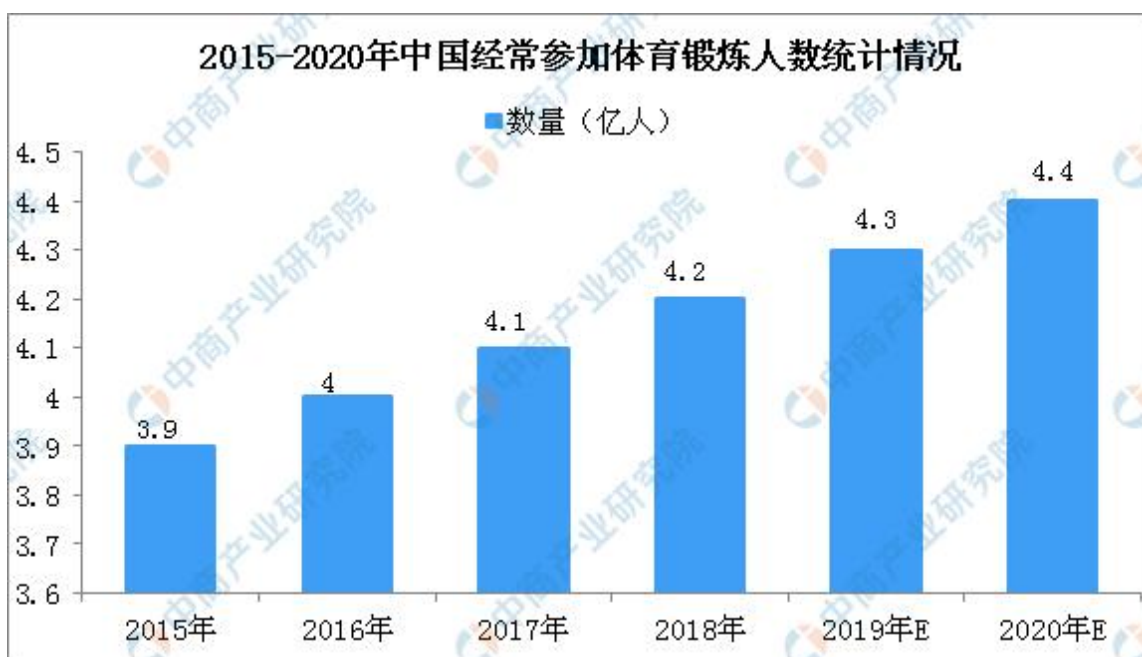
3.体育消费市场稳步增长

近年来，中国体育消费市场稳步增长。数据显示：2018年我国体育消费市场规模达到9105.3亿元，预计2020年中国体育消费市场将达到1.5万亿元。



4. 体育人口持续增长

2015-2018年中国参加锻炼人数不断上升，但与美国和发达国家的平均水平相比，中国体育人口占比仍存在较大差距。



5. 体育总产值占 GDP 比重不断提高

目前，我国体育行业已经进入快速发展期，体育产业增加值占 GDP 比重会逐步提升。数据显示，近6年来我国体育产业总产值占 GDP 的比重不断提高，从2012年的0.6%增至2017年的0.94%，上升趋势明显，预计到2020年将超1.2%，其中体育服务业贡献最大，占比超过30%。



二、“十三五”末体育产业发展目标

根据《体育产业发展“十三五”规划》，到2020年中国体育产业总规模要超过3万亿，从业人员数超过600万人，产业增加值在国内生产总值中的比重达1.0%，体育服务业增加值占比超过30%。竞赛表演业、健身休闲业、场馆服务业、体育中介业、体育培训业、体育传媒业、体育用品业和体育彩票作为发展的重点行业。

1. 产业总量进一步增长

体育产业总规模超过3万亿，从业人员数超过600万人。体育产业对国民经济的综合贡献率明显提升，产业增加值在国内生产总值中的比重达1.0%。

2. 产业体系进一步完善

体育产业各门类协同融合发展，产业组织形态更加丰富，产业结构更加合理，体育产品和服务供给充足，层次多样。体育服务业增加值占比超过30%。

3. 市场主体进一步壮大

涌现一批具有国际竞争力、带动性强的龙头企业和大批富有创新活力的中小企业、社会组织，形成一批特色鲜明的产业集群和知名品牌。建设50个国家体育产业示范基地、100个国家体育产业示范单位，100个国家体育产业示范项目。

4. 产业基础进一步夯实

体育场地设施供给明显增加，人均体育场地面积超过1.8平方米。居民参加体育健身意识和科学健身素养普遍增强，体育消费额占人均居民可支配收入比例超过2.5%。

三、“十四五”体育产业展望

1. 产业规模进一步扩大

体育产业规模将加速扩大，预计到2025年我国体育产业总产出将超5万亿元，体育用品、体育装备和器材等领域发展潜力十分巨大。



2. 体育消费进一步升级

目前，我国人均体育消费仅为发达国家的 1/10，潜力巨大。体育消费需求从传统的体育制造用品初次消费转向娱乐性消费、观赏性消费；消费者对于新型体育运动的消费需求增强，如马拉松、竞技体育、雪上运动、户外运动等。

3. “体育+”产业快速融合

体育产业将与“互联网+”、“AI+”“物联网”快速融合，以全民健身、体育产业等为基本架构，整合教育、医疗、金融、旅游、文化等“体育+”资源，构建一种全新、高级的体育生态系统。

4. 体育服务业潜力无限

如果将体育产业分为体育制造、体育服务及体育衍生三大部分中，体育服务是体育产业的重要主体部分，也是最能创造价值和实现高额利润的领域，除传统体育服务业以外，许多走在前面的企业已在赛事评论、体育综艺等项目中大胆创新并取得成功，未来发展潜力无限。

(来源：体育产业信息 201911 期)

☆☆

打造 IP、跨界做潮牌服饰

电竞俱乐部探索商业突围

英雄联盟 S9 全球总决赛上，中国战队 FPX 战胜来自欧洲的 G2 战队，成功夺冠。这支建队不到 2 年时间的队伍，成为英雄联盟史上最年轻的冠军。微博热搜显示，“FPX 夺冠”“FPX G2”等话题长时间占据前 10 的位置。

这是继 2018 年 iG 夺冠后，中国俱乐部再次给电竞行业一针强心剂。据行业数据显示，2018

年我国热门电竞赛事超过 500 项，正在运营的电竞战队超 5000 支。这意味着电竞的热度催生着越来越多人涌入。

“电竞行业并非想象中那么来钱快，行业爆发时间不过三四年，无论在商业模式，还是俱乐部经营领域，都尚未发展成熟。”11月16日，业内观察者马静向记者表示，“大俱乐部尚且还有资源支撑，而小战队在没有适合的商业模式发展下，只有解散一条道路。”

如何商业突围，或许将成为如今日益火爆的电竞市场中，俱乐部经营者最急需考虑的未来。

FPX 打造俱乐部 IP

不管做什么商业尝试，都不能脱离粉丝

11月12日下午，刚抵达国内的FPX俱乐部CEO李淳难掩激动的心情。FPX以3:0战胜G2，成为英雄联盟最年轻的全球总冠军。

两年时间，FPX获得了全球众多知名俱乐部无法企及的成绩。“战绩是俱乐部发展的根本点，第二个是品牌经营，最后才是商业化经营。”李淳表示。

在担任俱乐部CEO后，李淳除了对战队进行调整重塑，也在品牌经营上开始突围。除了赛事成绩外，他希望同时聚焦在俱乐部的多方位打造上，进而在粉丝心中留下深刻的IP印象。

为增加外界认知度，FPX将俱乐部标志设计为腾飞的凤凰图案，并以“凤出东方，凰鸣四海”作为口号，切合中国文化品牌。“和其他俱乐部大多是以字母缩写为LOGO不同，FPX的LOGO让人印象深刻。”一位电竞玩家表示。

打造成功的IP，除了LOGO的塑造外，还需要能触达俱乐部在玩家心中的共同记忆和情感共鸣。FPX俱乐部希望粉丝能更了解俱乐部和选手的真实生活，为了实现这一效果，FPX开始在各种渠道、随时对粉丝展示俱乐部背后所发生的种种故事。“打比赛其实算是我们做的一个产品，最后用户观赛就是产品体验。”李淳说，“我们希望他们能更深层次地体验这款产品，能了解俱乐部更多的故事。”

俱乐部在多个平台推出FPX俱乐部背后的故事以及相应的纪录片，向粉丝传达俱乐部台前和幕后的故事。11月17日，新京报记者登录B站后发现，俱乐部除了上传9期纪录片外，还上传了多个队员在训练期间的的生活类视频，这些视频播放次数都突破10万次，最多的一条达到70多万次。

初步实现品牌经营后，李淳开始起商业化运作来。

“我们在2018年没有任何赞助商。”李淳回忆，那时FPX成绩平平，没有足够多的粉丝关注，也和多家公司在进行接触后因为理念的不同而不了了之。

2019年，第一家合作伙伴鱼酷餐饮上门洽谈合作，希望用FPX俱乐部和队员的形象对其餐饮品牌进行推广。“其实合作金额不算太多。但我们看重的是，对方在我们还没出名的时候愿意支持，同时所有门店上推广我们的形象，可以让更多的人知道选手和俱乐部。”

2019年战绩逐步提升后，俱乐部也开始迎来越来越多品牌方的合作。“我们在挑选合作商时会考虑到彼此品牌度、调性等是否契合，更重要的是看能给彼此带来什么。”李淳说。如今FPX签下7家赞助商，其中不乏OPPO、快手、虎牙直播等业内知名品牌，在LPL所有俱乐部商业赞助排名上位列第一梯队。

短暂沉浸在夺冠喜悦后的FPX俱乐部计划设计一批战队纪念品来回馈粉丝，对于俱乐部的商业化发展则继续进行，“我们希望不管做什么商业尝试，都不能脱离粉丝基础。只有粉丝更愿意支持俱乐部，商业模式才可能成功。”李淳说。

RNG 走“第三条路”

摆脱纯电竞印象，跨界做潮牌服饰

11月13日，年少坐在位于上海RNG总部的办公室里，翻看着手中的数据表。

两天前的“双十一”上，RNG旗下品牌R39仅天猫销量就突破了五百万。这对于一个仅创建不到3个月的潮牌而言，销量醒目。

“R39是俱乐部针对年轻人市场所打造的品牌。大量的货都已经售空了。这证明RNG在商业领域尝试的第一步没有走偏，我们今后将继续深入地往下探索。”RNG电子竞技俱乐部副总裁年少说。

RNG是国内关注度最高的俱乐部之一，也多次被行业数据机构评为“最具商业价值”的俱乐部。2012年RNG成立时起，除了常规赛训，俱乐部运营部门就开始打造商业发展规划，直到2018年才算打造完成。“如今俱乐部旗下有着包括英雄联盟、王者荣耀等9个分部，12支战队，规模越来越倾向于一个集团化。”

要运营这样一个大俱乐部并不容易。年少称，RNG每年的开支保持在亿元级别。如今商业收入主要源于赛事奖金、赞助收入以及自主商业打造这三方面。

但赛事奖金和赞助收入往往是和俱乐部赛事成绩直接挂钩。“成绩好它就涨上去，成绩差就很容易跌下来。”年少解释。

担心并非空穴来风。2018年，RNG兵败S8赛事时，外界的质疑让年少一度担心赞助商流失，但幸运的是，最终所有赞助商都留了下来。“当时我们发现，战绩确实是战队吸引赞助的一方面，但更多则在于俱乐部本身的价值。合作方所考虑的除了战绩外，更多清楚其是在赞助一个品牌价值。”

RNG除了在赛事上加大训练外，运营部门开始对粉丝文化进行打造。2018年内，RNG在全国建立了32个城市会员会，同时在海外也建立了6个海外会员，以此更方便将RNG品牌进行全球化宣传。

“如果说RNG和其他大牌俱乐部最大的不同，应该是粉丝会比较专业吧，而且和全球其他赛区的俱乐部互动也更为紧密些。”11月14日，一位电竞玩家向记者表示，在S9赛事开启前夕，RNG战队的UZI和SKT战队的FAKER在网上举着印有对方名字纸牌的互动，一度成为微博热搜。

“有粉丝的支持基础，才敢开始尝试商业化探索。”年少称，要形成稳定的造血来源，仍需要俱乐部自身有更合适的商业道路。

“我们考虑过做电竞键盘、鼠标等周边产品，但更希望能摆脱纯电竞的印象，所以最终选择了潮牌服饰。”年少说，“加上电竞行业以年轻人为主，对潮流的追求让他们更容易接受品牌。”

为了让品牌快速被外界所熟知，R39开始一系列和其他领域的跨界合作。除了2019年9月和PDD等传统电竞人士进行互动外，还和张艺兴等文娱圈人士进行互动。

11月16日，记者在R39天猫官方店铺看到，其价格在200多元至1000元的价位，买家留言大多是俱乐部粉丝，留言中充满“为俱乐部打call”等话语。

电竞市场“钱不好挣”

一年解散近百支战队，活下来不容易

FPX、RNG这样的头部俱乐部在商业化的道路上探索，而不知名的小战队则面临着如何活下去的问题。

11月13日，张兵（化名）静静地坐在位于四川老家的工作室前默默地抽着烟。一周前，他决定解散组建近两年的电竞战队，“尽管电竞市场爆发迅猛，但对于没有资源和资金的俱乐部而言，没有任何生存空间。”

2019年，电竞行业加速发展。据2019全球电竞大会发布的数据显示，2018年我国热门电竞赛事超过500项，正在运营的电竞战队超5000支，国内电竞用户规模超5亿，市场规模超千亿元。2019年上半年，电竞市场实际销售收入513.2亿元，电竞从业者超过44万人。

受行业爆发影响，众多新来者开始跑步入场。“成立一家电竞俱乐部本身不需要太多费用。”张兵曾打听过，小型俱乐部初期只需要租下一栋别墅用作战队训练、生活使用，再招募上六七个游戏水平不错的玩家担任教练和队员即可。

“前期每个月队员以及工作人员工资、租房费用需要四五万元。”张兵表示，“只要在一些赛事中获得名次，就能吸引到赞助商，后期资金自然不用担心。”

新生俱乐部要想迅速获得关注，最快的途径就是参加各项赛事增加曝光率。张兵的战队多次参加电竞线上赛，但总是在第一轮就折戟而归，没得过任何赛事前10名。让他头痛的，是俱乐部影响力远低于最初的计划，成立两年时间来，粉丝寥寥无几。

“尽管行业看似红火，但并非每家俱乐部都能顺利活下来。”11月15日，电竞行业观察者马静坦言，“如今国内近九成的电竞俱乐部仍处于‘无收入无粉丝无赞助’的三无状态，业内资源和赞助更集中在头部俱乐部上。”

广告赞助、赛事奖金等费用已成为俱乐部最主要的收入来源。但并非每家俱乐部都能得到这些收入。不少俱乐部因为战绩不佳导致在业内没有关注度，进而无法得到赞助商的青睐，最终陷入“成绩差-没关注-没赞助-没钱发展”的路径当中。

“你做不到前三，人们是看不到的。”刚获得英雄联盟S9世界总冠军的FPX俱乐部CEO李淳印象深刻，俱乐部在2018年期间由于战绩平平，没有接到任何赞助商的广告合同。而在2019年全面爆发，连续获得春季赛季军、夏季赛冠军等成绩后，多家企业找上门来希望能进行合作。

得不到赞助的张兵无比焦虑。每个月5万元的支出让自己创建俱乐部所投入100万元资金早已耗尽，尽管拜访过多家当地企业，但对方得知只是一家名不见经传的战队后，都委婉地拒绝了合作的请求。

这并非个例。在四处打比赛期间，张兵曾加了众多和他相似的小俱乐部经营者的微信，也加入进同行开的微信群，如今群里几乎没人说话。一打听，才发现多个经营者已解散俱乐部。“当时加了差不多100多号人吧，基本都是小俱乐部的人。但现在发现，活下来的也就那么几个了。”

张兵最终决定解散俱乐部，“最开始希望能蹭电竞热度，现在才知道就是白做梦。”

小战队“自救”

疯狂露出吸引粉丝，战队存活靠“接单”

“目前国内电子竞技俱乐部达到上千家，但头部俱乐部不超过10家。仅少数头部俱乐部能勉强自负盈亏或盈利，中下游俱乐部基本处于亏损状态。”马静分析称。

“成立一家俱乐部简单，但要想稳定盈利却并非易事。”在浙江经营着一家绝地求生俱乐部的王飞（化名）表示，俱乐部需要持续投入，如果长时间没有商业发展，迟早会耗尽投资。王飞深知，粉丝是俱乐部商业探索和盈利的核心。电竞行业粉丝的属性维度相对单一，更集中在头部俱乐部上，中下游俱乐部流量都较少，更遑论自己以及大多数刚成立的电竞俱乐部。

在战队成绩没有打出来之时，要想获得粉丝的支持，只能靠不断露出吸引关注。“没有大量资金的支持，再怎么努力也不可能当上头部玩家，那还不如就守住自己的粉丝，安分地赚点钱。”王飞说。

王飞的战队频繁地出没于当地多家网咖线下赛、商城活动等现场，同时在短视频平台上也开始卖力地拍摄各种短片宣传战队。“我们还曾联系上几家当地餐饮和网红店，以战队的身份去拍摄各种搞怪的视频为对方宣传。”尽管战队成绩一般，但由于在当地的活跃，还是吸引到上万的粉丝。一些餐饮公司也表示，愿意进行赞助合作。

“虽然合同都是 10 多万元的级别，但证明这条路还是能走下去的。”王飞说。

为了活下去，无数中小电竞俱乐部都曾尝试过各种“自救”方法。

“现在基本上就半战队半工作室的状态。”在重庆经营着一家电竞战队的唐辰（化名）表示，“有合适的线上赛就参加，平时就接单打打陪玩，赚到的钱来养战队。”

2017 年 9 月，刚从一家俱乐部退役的唐辰组建起一支电竞战队。战队除了自己和教练外，还有 5 名正式队员和 1 名替补队员。每个月工资、租房等成本需要开销 6 万元上下。他同样面临着没有赞助商投资的无奈。“每天睡醒第一件事就是想又得往里面投多少钱了，身上还有多少钱，以及什么时候才能拉到赞助等问题。感觉随时都会垮掉。”

唐辰曾计划入驻直播平台，靠游戏直播吸引粉丝和盈利，但和多家直播平台洽谈后，唐辰放弃了这一打算，“没有知名度，对方根本不会给你大合同。直播时间、直播时长等方面也有严苛的要求，加上没有太多粉丝支持，每个月赚不到什么钱。”放弃直播后，唐辰又打起了组建陪玩工作室的主意。“是以吃鸡为主。”

他曾算过账：按每天工作 10 小时计算，工作室每月接单收入可达到 10 万元，减去每个队员 5000 元的额外奖励，一个月能净赚 7 万多元。“这笔钱再拿去反哺战队的发展。找不到更好的商业模式情况下，先这么耗着吧。”唐辰说。

商业突围命运如何

电竞行业洗牌，头部玩家比拼？

商业模式的困境，让一些电竞从业者开始心生退意。

“如今行业里也就顶部玩家活得不错，其他的都随时面临解散的风险。”马静表示，“很多俱乐部存活期可能只有短短一两年时间，现在无论资本还是资源，都不太可能落到他们身上。”过度依赖赞助商的资本让众多俱乐部面临危机，一旦赞助商撤离之后，俱乐部将难以维持。

事实上，电竞商业模式如今正不断延展，各家俱乐部开始不断尝试自身的市场化运营。

作为如今第一赛事品牌的英雄联盟，联赛所注册的 14 支俱乐部里，大多开始摆脱单纯的赞助商入资合作，纷纷提出“商业化”、“公司化”等计划，开始电商、运动品牌、外设品牌等产品的推出，以谋求更广泛的商业突围。

“连续两届 S 赛事总冠军，加上明年又将在中国举办，势必会将英雄联盟推至更高的热度上。”马静说，“这意味着即将有更多的入局者。”

事实上，除了传统的商业突围外，电竞俱乐部也开始尝试进入商业地产等行业当中。

2019 年 10 月，知名俱乐部 EDG 背后的超竞集团以 12.42 亿人民币的价格竞得上海闵行一地块，以用作发展电竞产业。同月，何猷君的威武电竞宣布获得上亿元融资。据多家媒体报道称，这是 2019 年 LPL 俱乐部单笔最高额度融资。威武电竞还宣布与深圳广播电影电视集团达成战略合作，

并有望在粤港澳大湾区建立主场。

马静分析称，“背靠当地政府或者母公司，能给俱乐部带来更多的资源，也让俱乐部有了更多发展底气。包括 RNG 从北京迁回上海，同样有着类似的考虑。”

另一位电竞俱乐部经营者同样认可这一观点，“现在资源都在巨头上，新玩家以及普通俱乐部根本没戏，今后的电竞行业或许将重新洗牌，进而形成巨头比拼，小俱乐部‘看热闹’的局面。”

“尽管如今各家俱乐部都有着不同的商业探索和突破，但这仅限于头部玩家，其他的俱乐部仍处于拉不到投资的阶段。”11月16日，王飞告诉记者。

“如今顶级俱乐部大多背后都有着多家投资公司，现在进场的话意义不大。”一位投行从业者向记者表示，“而小俱乐部存活率难以保证。说不准今天投了，明天就解散了。”（来源：新京报）

国际足联宣布 2021 年“新版”世俱杯落户中国

新华社上海 10 月 24 日电（记者 韦骅、马邦杰、朱翊）国际足联理事会第 11 次会议 24 日在上海结束，在会后的新闻发布会上，国际足联主席因凡蒂诺宣布，2021 年世界俱乐部杯赛将在中国举行。



图片：新华社记者 韦骅 摄

此前世俱杯于每年年底进行，共有包括各大洲冠军俱乐部在内的 7 支球队参加。作为 2022 年世界杯的主办国，卡塔尔将举行 2019 和 2020 年世俱杯。

据悉，改制后的世俱杯将每四年一届，在具体赛制方面国际足联仍需与各大洲足联讨论，而作

为国际足联旗下的另一赛事，联合会杯将不再举办。“新版”世俱杯将于 2021 年 6 月至 7 月在中国展开，共有 24 支球队参加，国际足联会和中国足协等方面共同决定主办城市。

因凡蒂诺说：“当国际足联在三月份决定举行新世俱杯赛事后，中国方面就立刻表达出了兴趣。中国地域辽阔、人口众多，足球已经成为这里的主要运动之一。我们坚信就足球发展而言，中国很有前途。我们会组织工作小组，对中国各个城市的球场、基础设施、交通等方面进行考察，并最终决定主办城市。”

与此同时，因凡蒂诺还表示，国际足联从世俱杯中获得的收益将全部投入到足球运动发展当中。

除了世俱杯，本次会议还公布了多项决定。国际足联承诺在 2019 到 2023 年，会投入 10 亿美元到女足运动的发展当中。此外，国际足联还公布了 2030 年世界杯的申办时间表，因凡蒂诺透露，2030 年世界杯的申办工作将于 2022 年第二季度正式启动，最终结果会在 2024 年揭晓。

(来源：中国青年网)

☆☆

昔日是对手，如今是朋友围 棋界已离不开人工智能

随着围甲决战收官，近日来围棋界关注度最高的事莫过于李世石和人工智能(以下简称 AI)“韩豆”的退役之战。最终李世石只赢下了 AI 让两子的一局，另外两局完败。

这个曾经唯一赢过 AI 一局的传奇棋手在退役之时，再次选择 AI 作为自己的对手，相比之前无法预知的失败，如今在明知不可敌的情况下，这个选择显得尤其勇敢。

从对手变成朋友

棋手们已经离不开 AI

中国人知道李世石，很多是因为 2016 年他与 AlphaGo 的人机大战。虽然李世石最终告负，但也曾击败 AlphaGo 赢下一局，他成为唯一一位击败过 AlphaGo 的人类棋手。

随着柯洁的落败，人类棋手们从一开始的傲慢，震惊，再到失落，最后回归平静。转眼三年过去了，人们已慢慢习惯了人类棋手被计算机战胜，也开始习惯不再将 AI 当做对手，而是当做老师和朋友，当做成长的工具。

在 AI 的帮助下，棋手们在惊叹的同时也在迅速汲取着 AI 带来的变化，此前的定式被打破，观念被颠覆，棋手们纷纷说道：围棋上帝来了。

“AI 的出现对围棋界的影响很大，它改变了长久以来人们对围棋上限的认知，改变了棋手们的思维，也改变了棋手们的训练方式。”龙元明城杭州队主教练郭闻潮这样说。

在刚刚结束的全国围棋甲级联赛中，去年还处于保级边缘的龙元明城杭州队，凭借一群名不见经传的年轻棋手斩获了亚军，而在他们的日常训练就已经离不开 AI 了。

郭闻潮告诉记者：“现在队里几乎每一场比赛的对局都会用复盘，有些局部变化下的时候看不清，用 AI 就可以清晰地看出不同下法的胜率，大家讨论起来就更高效。”

除了职业棋手们在用，AI 在围棋普及方面作用更大，中国围棋协会主席林建超曾表示，围棋协会已经在 16 个方向上全面应用人工智能，包括智能棋手、智能棋具、智能解说、智能复盘等。

缩短新老棋手差距

新生代迅速崛起

“其实，AI 的出现对于处于中流水平的棋手甚至刚定段的棋手影响更大。”郭闻潮认为，棋手成长最快的方法就是不停地和高手对弈，以前这样的机会并不多。“新入段的棋手水准还不足以在竞争激烈的职业联赛中立足，更别说想在全国大赛、世界大赛中取得成绩，他们和顶级棋手交手的机会都很少，差距自然也很大，想要弥补这个差距所需要的除了努力和天赋之外，还有时间。”

而现在，这个时间被大大缩短。新一代的棋手们有了最顶级水平的“对手”，他们正在迅速接近以前遥不可及的前辈们。

这一点不仅仅体现在龙元明城一支队伍身上，从今年的围甲赛场上就可以看出一些端倪：今年比柯洁更加年轻的辜梓豪和杨鼎新联手从柯洁手中抢走了最佳主将奖，最有价值棋手奖则被“00后”小将丁浩获得。年仅 15 岁的上海小将王星昊本赛季首次征战围甲就以 12 胜 9 负的出色战绩领跑 18 岁以下的新生代棋手，荣膺最佳新人奖……新生代们正在全面接班。

“今年丁浩进步最明显，他的下法招数基本都在 AI 推荐的范围之内。”郭闻潮在评价队员时已经下意识地以 AI 作为标准。

下棋还是与人斗

围棋的魅力没有变

虽然 AI 的参与越来越高，但郭闻潮说，龙元明城的胜利依然应该归结为人的胜利。

“AI 的影响虽然是划时代的，它给大家在头顶画出了一道线，让大家去冲着这个目标努力，但大家学习围棋不断追求的根本没有变；而且对于棋手来说，大家处于同一起跑线上，所以最后的结果还是要看个人努力和天赋，这一点也没有变。”

另外，即便是从教棋来说，水平高超的 AI 也不见得是个好老师。一方面它只是数据，对于初学者来说并不容易懂，还是需要老师来帮你讲解，另一方面从教学的角度说，兴趣是最好的老师，一台机器无法培养学生们的兴趣，如何引导他们面对挫败，如何锻炼出一颗强大的内心，AI 同样无法胜任。

围棋最大的魅力还是人与人之间的对弈，与人下棋你可以感受到对方的情绪、思维，对棋的理解甚至对人生的理解，这是冷冰冰的 AI 所不具备的。（来源：钱江晚报）



高教信息与教学改革

教育部：新增氢能技术、AI 等 9 个新专业 明年执行

教育部官网消息，根据《普通高等学校高等职业教育（专科）专业设置管理办法》，在相关学

校和行业提交增补专业建议的基础上，教育部组织研究确定了 2019 年度增补专业共 9 个，现予公布，自 2020 年起执行。

为什么要设置这些新专业？相关人才如何培养？就业前景怎么样？

氢能技术应用专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握氢能技术专业知识与技术技能，面向氢气制备、储存、运输、加注及氢燃料电池生产与应用等技术领域，能够从事氢气生产设备操作与维护、氢气生产工艺管理、氢气储存运输加注、氢燃料电池装配与维护、氢能应用等工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向氢气制备企业、氢燃料电池生产企业、氢能汽车生产企业、加氢站、氢能应用领域的企业，从事系统运行、检测维护、检验分析、电池装配与维护、安全监管等工作。

衔接中职专业举例：化学工艺 化工仪表及自动化 工业分析与检验 电气技术应用

接续本科专业举例：新能源科学与工程 能源与动力工程

集成电路技术应用专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握微电子工艺和集成电路设计领域相关专业理论知识，具备微电子工艺管理、集成电路设计及应用等能力，从事微电子制造和封装测试工艺维护管理、集成电路辅助逻辑设计、版图设计和系统应用等方面工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向半导体制造、集成电路设计等企事业单位，在微电子工艺技术员、集成电路逻辑和版图设计助理工程师、系统应用工程师等岗位，从事微电子工艺制造和封装测试、集成电路逻辑设计、版图设计、FPGA 开发与应用、芯片应用方案开发等工作。

衔接中职专业举例：电子与信息技术 电子技术应用

接续本科专业举例：电子科学与技术 微电子科学与工程

人工智能技术服务专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握人工智能基础专业理论知识、应用技术，具备人工智能技术应用开发、系统管理与维护等能力，从事人工智能相关的应用开发、系统集成与运维、产品销售与咨询、售前售后技术支持等工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向人工智能产业及其应用相关的企事业单位，在人工智能技术应用开发、系统运维、产品营销、技术支持等岗位群，从事人工智能应用产品开发与测试、数据处理、系统运维、产品营销、技术支持等工作。

衔接中职专业举例：计算机应用技术 计算机网络技术 软件与信息服务

接续本科专业举例：人工智能 智能科学与技术 计算机科学与技术 软件工程

服务国家产业转型升级重大战略，服务制造强国建设，是职业教育的重要使命。2017年，国务院发布《新一代人工智能发展规划》。

2018年政府工作报告指出：“要加快制造强国的建设，推动集成电路、第五代移动通信、飞机发动机、新能源汽车新材料等产业发展，实施重大短板装备专项工程，推进智能制造，发展工业互联网平台，创建‘中国制造2025’示范区。”此次公布的新专业中，出现了人工智能技术服务、集成电路技术应用和面向新能源燃料电池生产的氢能技术应用专业。

高铁综合维修技术专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握高速铁路线路、路基、桥涵、隧道、信号、接触网、电力等设备设施（以下统称高铁基础设施）综合维修一体化知识和技术技能，能够从事高速铁路基础设施运营维护和普速铁路综合维修一体化生产工作的高素质技术技能人才。

就业面向

面向高铁基础设施运维领域，从事高速铁路线路、路基、桥涵、隧道、信号、接触网、电力等设备设施的检查、故障诊断及应急处置、一般性养护维修等工作，从事普速铁路工电供综合维修生产一体化工作。

衔接中职专业举例：铁道施工与养护 铁道信号电气化铁道供电

接续本科专业举例：土木工程 轨道交通信号与控制 电气工程及其自动化

“我国已建成世界上最现代化的铁路网和最发达高铁网，但相关铁路高职院校还是按照传统的线路工、桥隧工、信号工、接触网工培养维修人员，教学内容与高铁综合维修需求相差较远。”全国铁道行指委提出开设高速铁路综合维修技术专业的建议。

跨境电子商务专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握跨境电子商务领域相关专业理论知识，具备跨境电子商务网络营销、活动策划、平台运营等能力，从事跨境电子商务平台运营及数据分析、视觉营销、网络客服等工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向跨境电子商务应用企业，从事跨境电子商务平台运营、视觉设计、跨境电子商务网络营销与活动策划、跨境电子商务客户服务、国际物流与供应链管理、国际市场推广等工作。

衔接中职专业举例：跨境电子商务 电子商务 网络营销 国际商务

接续本科专业举例：电子商务 国际商务 国际经济与贸易 市场营销

跨境电子商务专业可行性论证报告指出，“虽然目前设立国际贸易和电子商务专业的学校很多，但兼具国际贸易和电子商务特征的跨境电子商务企业对人才的综合性需求较强，单一专业无法满足企业需求。”

在跨境电商专业的描述中，增加了“了解主要贸易国家和地区的政治、宗教、文化、经济、地理、有关跨境电子商务法律法规及交易习惯”“掌握国际商务礼仪”等要求。

研学旅行管理与服务专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握研学旅行相关政策法规和标准，熟悉中小学研学旅行相关教育政策、目标、大纲和方案要求，从事研学旅行项目开发运营、策划咨询、线路设计、课程开发等运营、管理及服务工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要在旅行社、相关旅游景区（点）、文博场馆、公共文化场馆、研学旅行营地（基地）等企事业单位从事研学旅行运营、设计、咨询、营销、方案实施等工作。

衔接中职专业举例：旅游服务与管理

接续本科专业举例：旅游管理 旅游管理与服务教育 汉语言文学

中国研学旅行论坛组委会执行秘书长邓青表示，自教育部等十一部门发布《关于推进中小学生研学旅行的意见》两年多来，中小学研学旅行参与率呈显著增长态势，但目前研学旅行带队人员主要是中小学教师和导游。中小学教师大多是单科教学，缺乏跨学科能力，不太懂户外，不擅长安排吃住等环节。

而导游大多对教学方法、认知规律、学生身心发展特点不了解，缺乏教育情怀，大多停留在生活老师或服务员角色，在“学”的层面很难发挥作用。

“因此，研学行业急需建立职业技能等级标准，对照标准培养相应人才，逐步将研学人才培养正规化、专业化、职业化，开设研学旅行相关专业正逢其时。”邓青说。

葡萄酒营销与服务专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握葡萄酒相关专业理论知识，熟悉相关种植、酿造工艺，具备葡萄酒高级侍酒服务、运营管理、国际贸易、销售服务、跨文化交流能力，从事葡萄酒相关高级管理、服务、营销等方面工作的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向葡萄酒相关行业、高端酒店和餐饮机构等单位，在高级侍酒师、星级酒店酒水经理、高级餐厅经理、酒吧管理者、酒庄酒窖运营管理者等岗位，从事葡萄酒管理服务及营销等方面工作。

衔接中职专业举例：酿酒工艺与技术 五星级饭店运营与管理

接续本科专业举例：葡萄与葡萄酒工程

“到2021年，中国将成为仅次于美国的世界第二大葡萄酒市场。”上海旅游高等专科学校提出开设葡萄酒营销与服务专业的建议，“国内大多数院校的人才培养集中于葡萄酒的‘前端’，即葡萄种植、养护、葡萄园管理、葡萄酒酿造等，缺少‘后端’，即葡萄酒的品鉴、服务、营销等。”

新专业的就业方向包括高级侍酒师、星级酒店酒水经理、高级餐厅经理、酒吧管理者、酒窖管理者、酒庄营销经理等。

冰雪设施运维与管理专业

培养目标

本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好职业道德和人文素养，掌握本专业必备的专业知识与技能，能够在冰雪运动场馆从事设施管理与专用设备运行维修的高素质技术技能人才。

就业面向

主要面向各类滑雪场、滑冰馆的经营管理岗位、冰雪装备生产企业的驻场营销和售后服务岗位，冰雪运动专用设备操作、维护及维修岗位。

准，用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人，加快构建高校思想政治工作体系，推动形成“三全育人”工作格局。把思想政治理论课作为落实立德树人根本任务的关键课程，推动思想政治理论课改革创新，建设一批具有示范效应的思想政治理论课，不断增强思想政治理论课的思想性、理论性和亲和力、针对性。把课程思政建设作为落实立德树人根本任务的关键环节，坚持知识传授与价值引领相统一、显性教育与隐性教育相统一，充分发掘各类课程和教学方式中蕴含的思想政治教育资源，建成一批课程思政示范高校，推出一批课程思政示范课程，选树一批课程思政优秀教师，建设一批课程思政教学研究示范中心，引领带动全员全过程全方位育人。

2.激励学生刻苦学习。高校要切实加强学风建设，教育引导学生爱国、励志、求真、力行。要提升学业挑战度，强化人才培养方案、教学过程和教学考核等方面的质量要求，科学合理设置学分总量和课程数量，增加学生投入学习的时间，提高自主学习时间比例，引导学生多读书、深思考、善提问、勤实践。合理增加学生阅读量和体育锻炼时间，以适当方式纳入考核成绩。积极组织学生参加社会调查、生产劳动、志愿服务、公益活动、科技发明和勤工助学等实践活动。

3.全面提高课程建设质量。立足经济社会发展需求和人才培养目标，优化公共课、专业基础课和专业课比例结构，加强课程体系整体设计，提高课程建设规划性、系统性，避免随意化、碎片化，坚决杜绝因人设课。实施国家级和省级一流课程建设“双万计划”，着力打造一大批具有高阶性、创新性和挑战度的线下、线上、线上线下混合、虚拟仿真和社会实践“金课”。积极发展“互联网+教育”、探索智能教育新形态，推动课堂教学革命。严格课堂教学管理，严守教学纪律，确保课程教学质量。

4.推动高水平教材编写使用。高校党委要高度重视教材建设，落实高校在教材建设中的主体责任，健全教材管理体制机制，明确教材工作部门。做好马克思主义理论研究和建设工程重点教材统一使用工作，推动教材体系向教学体系转化。鼓励支持高水平专家学者编写既符合国家需要又体现个人学术专长的高水平教材，充分发挥教材育人功能。

5.改进实习运行机制。推动健全大学生实习法律制度，完善各类用人单位接收大学生实习的制度保障。充分考虑高校教学和实习单位工作实际，优化实习过程管理，强化实习导师职责，提升实习效果。加大对大学生实习工作支持力度，鼓励高校为学生投保实习活动全过程责任保险，支持建设一批共享型实习基地。进一步强化实践育人，深化产教融合、校企合作，建成一批对区域和产业发展具有较强支撑作用的高水平应用型高等学校。

6.深化创新创业教育改革。挖掘和充实各类课程、各个环节的创新创业教育资源，强化创新创业协同育人，建好创新创业示范高校和万名优秀创新创业导师人才库。持续推进国家级大学生创新创业训练计划，提高全国大学生创新创业年会整体水平，办好中国“互联网+”大学生创新创业大赛，深入开展青年红色筑梦之旅活动。

7.推动科研反哺教学。强化科研育人功能，推动高校及时把最新科研成果转化为教学内容，激发学生专业学习兴趣。加强对学生科研活动的指导，加大科研实践平台建设力度，推动国家级、省部级科研基地更大范围开放共享，支持学生早进课题、早进实验室、早进团队，以高水平科学研究提高学生创新和实践能力。统筹规范科技竞赛和竞赛证书管理，引导学生理性参加竞赛，达到以赛促教、以赛促学效果。

8.加强学生管理和服务。加强高校党委对学生工作的领导，健全学生组织思政工作体系，坚持严格管理与精心爱护相结合。加强学生诚信教育和诚信管理，严格校规校纪刚性约束。配齐建强高

校辅导员队伍，落实专职辅导员职务职级“双线”晋升要求，积极探索从时代楷模、改革先锋、道德模范、业务骨干等群体中选聘校外辅导员。积极推动高校建立书院制学生管理模式，开展“一站式”学生社区综合管理模式建设试点工作，配齐配强学业导师、心理辅导教师、校医等，建设师生交流活动专门场所。

9.严把考试和毕业出口关。完善过程性考核与结果性考核有机结合的学业考评制度，综合应用笔试、口试、非标准答案考试等多种形式，科学确定课堂问答、学术论文、调研报告、作业测评、阶段性测试等过程考核比重。加强考试管理，严肃考试纪律，坚决取消毕业前补考等“清考”行为。加强学生体育课程考核，不能达到《国家学生体质健康标准》合格要求者不能毕业。科学合理制定本科毕业设计(论文)要求，严格全过程管理，严肃处理各类学术不端行为。落实学士学位管理办法，健全学士学位管理制度，严格学士学位标准和授权管理，严把学位授予关。

二、深化教育教学制度改革

10.完善学分制。学分制是以学分作为衡量学生学习质量和数量，为学生提供更多选择余地的教学制度。支持高校进一步完善学分制，扩大学生学习自主权、选择权。建立健全本科生学业导师制度，安排符合条件的教师指导学生，制订个性化培养方案和学业生涯规划。推进模块化课程建设与管理，丰富优质课程资源，为学生选择学分创造条件。支持高校建立与学分制改革和弹性学习相适应的管理制度，加强校际学分互认与转化实践，以学分积累作为学生毕业标准。完善学分标准体系，严格学分质量要求，建立学业预警、淘汰机制。学生在基本修业年限内修满毕业要求的学分，应准予毕业；未修满学分，可根据学校修业年限延长学习时间，通过缴费注册继续学习。支持高校按照一定比例对特别优秀的学士学位获得者予以表彰，并颁发相应的荣誉证书或奖励证书。

11.深化高校专业供给侧改革。以经济社会发展和学生职业生涯发展需求为导向，构建自主性、灵活性与规范性、稳定性相统一的专业设置管理体系。完善人才需求预测预警机制，推动本科高校形成招生计划、人才培养和就业联动机制，建立健全高校本科专业动态调整机制。以新工科、新医科、新农科、新文科建设引领带动高校专业结构调整优化和内涵提升，做强主干专业，打造特色优势专业，升级改造传统专业，坚决淘汰不能适应社会需求变化的专业。深入实施“六卓越一拔尖”计划2.0，全面实施国家级和省级一流本科专业建设“双万计划”，促进各专业领域创新发展。完善本科专业类国家标准，推动质量标准提档升级。

12.推进辅修专业制度改革。促进复合型人才培养，逐步推行辅修专业制度，支持学有余力的全日制本科生辅修其它本科专业。高校应研究制定本校辅修专业目录，辅修专业应与主修专业归属不同的专业类。原则上，辅修专业学生的遴选不晚于第二学年起始时间。辅修专业应参照同专业的人才培养要求，确定辅修课程体系、学分标准和学士学位授予标准。要结合学校定位和辅修专业特点，推进人才培养模式综合改革，形成特色化人才培养方案。要建立健全与主辅修制度相适应的人才培养与资源配置、管理制度联动机制。对没有取得主修学士学位的学生不得授予辅修学士学位。辅修学士学位在主修学士学位证书中予以注明，不单独发放学位证书。

13.开展双学士学位人才培养项目试点。支持符合条件高校创新人才培养模式，开展双学士学位人才培养项目试点，为学生提供跨学科学习、多样化发展机会。试点须报省级学位委员会审批通过后，通过高考招收学生。试点坚持高起点、高标准、高质量，所依托的学科专业应具有博士学位授予权，且分属两个不同的学科门类。试点人才培养方案要进行充分论证，充分反映两个专业的课程要求、学分标准和学士学位授予标准，不得变相降低要求。高校要推进试点项目与现有教学资源

的共享，促进不同专业课程之间的有机融合，实现学科交叉基础上的差异化、特色化人才培养。本科毕业生并达到学士学位要求的，可授予双学士学位。双学士学位只发放一本学位证书，所授两个学位应在证书中予以注明。高等学历继续教育不得开展授予双学士学位工作。

14.稳妥推进跨校联合人才培养。支持高校实施联合学士学位培养项目，发挥不同特色高校优势，协同提升人才培养质量。该项目须报合作高校所在地省级学位委员会审批。该项目相关高校均应具有该专业学士学位授予权，通过高考招收学生。课程要求、学分标准和学士学位授予标准，不得低于联合培养单位各自的相关标准。实施高校要在充分论证基础上签署合作协议，联合制定人才培养方案，加强学生管理和服务。联合学士学位证书由本科生招生入学时学籍所在的学士学位授予单位颁发，联合培养单位可在证书上予以注明，不再单独发放学位证书。高等学历继续教育不得开展授予联合学士学位工作。

15.全面推进质量文化建设。完善专业认证制度，有序开展保合格、上水平、追卓越的本科专业三级认证工作。完善高校内部教学质量评价体系，建立以本科教学质量报告、学院本科教学评价、专业评价、课程评价、教师评价、学生评价为主体的全链条多维度高校教学质量评价与保障体系。持续推进本科教学工作审核评估和合格评估。要把评估、认证等结果作为教育行政部门和高校政策制定、资源配置、改进教学管理等方面的重要决策参考。高校要构建自觉、自省、自律、自查、自纠的大学质量文化，把其作为推动大学不断前行、不断超越的内生动力，将质量意识、质量标准、质量评价、质量管理等落实到教育教学各环节，内化为师生的共同价值追求和自觉行动。全面落实学生中心、产出导向、持续改进的先进理念，加快形成以学校为主体，教育部门为主导，行业部门、学术组织和社会机构共同参与的中国特色、世界水平的质量保障制度体系。

三、引导教师潜心育人

16.完善高校教师评聘制度。高校可根据需要设立一定比例的流动岗位，加大聘用具有其它高校学习和行业企业工作经历教师的力度。出台高校教师职称制度改革的指导意见，推行高校教师职务聘任制改革，加强聘期考核，准聘与长聘相结合，做到能上能下、能进能出。高校教师经所在单位批准，可开展多点教学并获得报酬。引导高校建立兼职教师资源库，开展兼职教师岗前培训，为符合条件的兼职教师、急需紧缺人才申报相应系列专业技术职务。研究出台实验技术系列职称制度改革的指导意见，优化高校实验系列队伍结构。

17.加强基层教学组织建设。高校要以院系为单位，加强教研室、课程模块教学团队、课程组等基层教学组织建设，制定完善相关管理制度，提供必需的场地、经费和人员保障，选聘高水平教授担任基层教学组织负责人，激发基层教学组织活力。支持高校组建校企、校地、校校联合的协同育人中心，打造校内外结合的高水平教学创新团队。要把教学管理队伍建设放在与教师队伍建设同等重要位置，制定专门培养培训计划，为其职务晋升创造有利政策环境。

18.完善教师培训与激励体系。推动教师培训常态化，探索实行学分管理，将培训学分作为教师考核和职务聘任的重要依据。加强高校教师发展中心建设，重点面向新入职教师和青年教师，以提升教学能力为目的，开展岗前和在岗专业科目培训。推进高校中青年教师专业发展，建立高校中青年教师国内外访学、挂职锻炼、社会实践制度。完善校企、校社共建教师企业实践流动岗(工作站)机制，共建一批教师企业实践岗位。鼓励高校为长期从事教学工作的教师设立荣誉证书制度。鼓励社会组织对教师出资奖励，开展尊师活动，营造尊师重教良好社会风尚。

19.健全教师考核评价制度。加强师德师风建设，将师德考核贯穿于教育教学全过程。突出教

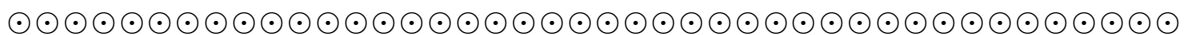
育教学业绩在绩效分配、职务职称评聘、岗位晋级考核中的比重，明确各类教师承担本科生课程的教学课时要求。切实落实教授全员为本科生上课的要求，让教授到教学一线，为本科生讲授基础课和专业基础课，把教授为本科生的授课学时纳入学校教学评估指标体系。教师日常指导学生创新创业、社会实践、各类竞赛展演以及开展“传帮带”等工作，计入教育教学工作量，纳入年度考核内容。

20.建立健全助教岗位制度。助教岗位承担课堂教辅、组织讨论、批改作业试卷、辅导答疑、协助实习实践等教学辅助任务，主要由没有教学经历的新入职教师、研究生、优秀高年级本科生等担任。高校应建立健全助教岗位制度，完善选拔、培训、评价、激励和反馈的全流程助教岗位管理制度。新入职教师承担的助教工作应纳入教师工作量考核，对于表现优秀的应在职称评聘、职务晋升中予以优先考虑。加强对担任助教工作学生的岗前培训和规范管理，合理确定补贴标准，提供必要条件保障，确保教学工作质量。

四、加强组织保障

21.加强党对高校教育工作的全面领导。地方党委教育工作部门、高校各级党组织要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的教育方针，坚定社会主义办学方向，落实“以本为本、四个回归”的要求，加强对本科教育改革的领导。高校党委会、常委会和校长办公会要把本科教育改革发展工作纳入重要议题研究部署，高校主要领导、各级领导干部、广大教师要把主要精力投入教育教学工作，深入党建和思政、教学和科研一线，切实把走进学生、关爱学生、帮助学生落到实处。高校的人员、经费、物质资源要聚焦本科教育改革发展，强化人才培养质量意识，形成全员、全方位支持教育改革发展的良好氛围。

22.完善提高人才培养质量的保障机制。各地教育行政部门要增强工作针对性和实效性，结合区域实际，明确深化本科教育改革发展总体目标、重点内容、创新举措、评价考核和保障机制，加强政策协调配套，调整教育经费支出结构，加大对教育改革的投入力度。要进一步落实高校建设主体责任和办学自主权，提升高校治理能力和治理水平，加强内部统筹，着力解决建设难点和堵点问题。要加强对高校教育改革的督导检查，加大典型做法的总结宣传力度，推动形成抓落实、勇于创新、注重实效的工作局面。(来源：中国青年报)



高校付费刷课已成产业链：

花钱就能拿高分 学生代理层层分包

上学期期末考试的网络选修课挂科后，周平吸取了教训。这学期他通过一个QQ群联系上“刷课代理”，购买了“代学网课、代考试”的一条龙“刷课”服务，轻松拿到了这门课的成绩。

周平选的课程叫“敦煌艺术”，第一次只考了50分，第二个学期重修，花了10元“刷课”，结果考了98分。

周平说，每到新学期初选课和期末考试的节点，“专业代看网课、包考试、分数95+、组团更优惠”“慕课代刷”的广告，就会在校内的相关QQ群里刷屏。

在这里，和周平有同样需求的大学生，可以在QQ群里联系上“刷课代理”，只需要花一二十

元钱，给对方提供在线课程的登录账号和密码，就能享受“代刷”的一条龙服务，从上课到考试全程不用管，就能轻松拿到高分。

目前，中国上线慕课数量已达 5000 门，总量居世界第一，来自高校和社会的选学人数突破 7000 万人次，逾 1100 万人次大学生获得慕课学分。在线课程教学已成高校对学生评价的重要组成部分。

在线课程学习时间灵活，课程质量打磨精细，为学生自主学习提供了极大的便利。但随着学习空间从传统课堂转到线上、学习时间从教师掌控到学生自主性更强这一巨大的转换，在线课程与传统课堂的融合深入，对学校的教学管理带来了不小的冲击，也考验着学生自主学习能力和自律意识的养成。

“刷课”产业链

每学期在线课程开课和结课期间，都是张林业务最忙的时候，有不少同学会在此时找他“刷课”。

作为武汉市某高校负责刷课平台的一级学生代理，张林告诉记者，伴随着在线课程在全国范围内推广，网课教学早已成为高校的“标配”。为了拿到校内刷课业务的“大头”，他注册了八九个刷课平台账号，“几乎可以覆盖市面上所有的刷课平台”。

这些刷课平台直通全国 80% 高校的不同在线课程平台；此外，针对少数监管较严的在线课程教育平台，有的刷课平台还会单独开发软件。

尽管大多数刷课广告打着“纯手工刷课”的名头，但张林透露，“不存在纯手工，太耗时了”。

他介绍，通常刷课平台是利用软件或网站把客户的账号和密码录入系统，让视频呈倍速播放。“安全”点的平台，会专门在一个机房里挂机，这样网课平台不容易发现异常，账号也不会被冻结。

刷课平台的运营者，会将刷课权限进行二次转卖。类似张林这样的一级代理凭借手中掌握的刷课平台权限，就能够将高校里的各大在线课程平台“一网打尽”。

刷课“旺季”来临时，张林和其他的代理们还会通过 QQ 群、QQ 空间、微信朋友圈，主动进行“矩阵”式广告宣传。在他接到的刷课业务中，来自二本院校和高职高专学生较多，也有来自独立学院的学生。除此之外，还会接到浙江、黑龙江等其他省份高校的学生下单。

刷课“旺季”时，张林每天能接到五六百单，单价维持在 10 元至 15 元，除去交给刷课平台的成本，一级代理日赚 5000 元不在话下。“到了在线课程选课、结课前这些刷课的‘淡季’，一天能接 10 单我就满意了”。

“要入行，就得给上级代理送钱，让他们帮忙推荐刷课平台的开发者，并从他们手里拿到权限，这样给的成本价就特别低。”在张林接触到的刷课平台中，一级代理分三个档次：给刷课平台充值 1000 元、5000 元、1 万元。充值的金额越大，刷课的成本就越低，利润也越大，刷课的安全性越高，越不容易被在线课程教育平台发现。

杨黎是张林下属的一名二级代理，他介绍，由于人脉限制，他们所参与的刷课组织主要服务于湖北省内高校的学生。“一般来说，我们接的单子中，普通本科、专科院校的单子占 70%，985、211 院校占 30%，大部分单子都是刷选修课。”

杨黎就读于武汉市某高校计算机专业，才大二的他如今已是刷课行业里的“骨干”成员。他自言，相比其他人，自己还可以享受“超低价刷课”的服务，“上学期选了门在线课程，拿了 100 分，只花了 10 元钱”。

在杨黎的“刷课生意”中，与上级代理的分红由单数逐级而定：20~45 单可以拿到单价 40% 的提成，45~365 单为 50%，大于 366 单可获 60% 的分红，“二级代理一天赚一两百元是没问题的”。

往平台投入千把块钱之后，张林驾驭了这份轻松的兼职，成为多个平台的一级代理。他的成本价从去年每单 0.6~0.7 元降至今年的 0.2~0.3 元，而刷课单价依旧是 10 至 15 元。以学生身份担保“刷课信誉”的张林，总能赢得身边同学的信任。兼职“从业”一年多来，这名“资深刷客”在武汉市的高校内发展了 40 多个二级代理为他接单、刷课。

在线课程的尴尬现实

作为对传统课堂教学的补充和创新，近年来兴起的在线课程，无论是学校引入的慕课，或是开设的选修课网课，都因其学习时间更加自主，课程门类更加丰富，获得不少大学生的青睐。

“很多网课是国内顶尖大学的知名教授的课堂录像，以前根本没有机会听到这些老师的课，这对于我们拓展学科视野有很大的帮助。”郑州大学 2017 级商学院工商管理专业李锦华说，学校对在线课程学习不作强制要求，但自己会根据兴趣学习一些课程，比如数字摄影、艺术史等。

武汉科技大学 2018 级化学工程与工艺专业的吴金伟也提到，学校在寒暑假开设了网上课堂，同学们可以利用假期自主学习如大学物理、线性代数、大学英语等必修课，如果在线测试合格，开学后就可以参加该课程的线下考试，对应的学分也会给到，不用再去课堂上课。

在周平所就读的学校，2019 年上半年，学校开放了近百门公共选修课，其中网络课程有 81 门。他表示，学校的培养方案中要求，本科生须修满 6 个公共选修课学分才能毕业。

“本以为可选性强、范围更广、内容更有趣的网课，上了后却发现并不都是很有趣。不过大家都喜欢选网课，因为成绩由网课平台根据在线学习情况评定，上课、考试也都是在线完成。通过一门选修课很容易获得 2 个学分。”对周平而言，修满相应课程的学分才是正事。

尽管课程分值较大，有些必修课还与保研直接挂钩，但武汉一所 985 高校汉语言文学专业大二学生张正华坦言，自己和同学在学习慕课时确实比较敷衍，“大家觉得学不到太多东西，毕竟一节网课只有十来分钟”。

张正华说，自己所上的慕课，感觉老师和学生都在读台词，表情僵硬。学生回答的语言太过书面。“讲的内容教材里基本都有，还不如看书自学。”于是，在播放课程视频的同时做其他事情成了常态。

华中地区某师范类高校英语系大三学生刘晓，大一时选修过一门“西方文化名著导读”的线上通识课，通过朋友推荐，她在淘宝上找到一家店铺，“交 20 元，提交完账号和密码，最后刷出来的成绩分数有 92 分”。

刘晓认为，网课学习有时收获不大，因为网络测试可以多个平台操作，很多题目都能找到题库。“大家自己挂机刷课的话，一般会把手机放一边，然后去做其他事情，时不时回来点一下课程中出现的题。”

针对大学生线上课程“刷课”现象，湖北校媒日前面向部分高校百名大学生随机做了一项问卷调查，所在院校开设了线上课程的 74 人中，有 66% 的大学生表示会通过“朋友介绍刷课平台、淘宝上搜索购买、高校供需撮合平台 QQ 群、挂机”等方法进行刷课。

新事物有待强监管

“在线教育平台提供视频供，但很多人就是懒，宁愿刷刷、打游戏、兼职，也不愿意好好上在线课程。”兼职“从业”一个月来，杨黎深有感触，刷课业务正是利用了高校学生这一心理才发展起来的。

对于网络课程“刷课”现象，湖北某省属高校一位不愿透露姓名的团委书记认为，在线课程这

一新型教学方式处在发展初期阶段，由于技术的不成熟必然会出现诸如此类的灰色经济，而这也对网课平台和学校提出了更高的要求，应该从技术和校园管理两方面对学生在线课程的学习做好监督工作，加强线上与线下相结合的教育新模式。

对技术上的监管，杨黎也提到，“或许在线课程上采用指纹录入、人脸识别等方式，同时监测好视频的播放速度、IP 来源等，可以在一定程度上缓解这一现象”。

然而对高校层面的监管，张林却不以为然，“一般的老师就算知道也懒得管，只有引起学校领导重视了才会管一管”。至于网课平台方面，他表示，“就算网课平台再怎么检测，软件开发者总有办法绕过检测，网课抓得再严也有办法克服”。

“前段时间网课平台进行过几次检测并冻结了异常账号，现在也消停了。”而张林的客户在上一场“风波”中并未受到什么影响，“检测来了，我就花成本，把单子导入到最稳的平台，虽然成本高了点，不过不会出问题”。

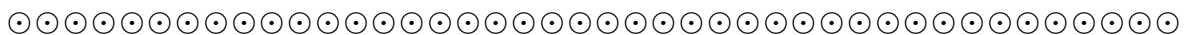
事实上，近两年来，临沂大学、广西大学、贵州中医药大学、天津理工大学等国内众多高校纷纷加强了对“刷课”这一网络课程不良学习行为的管理。

2018 年 4 月 27 日，临沂大学物流学院官网公布的一则《关于对采用第三方软件刷网络在线课程违纪学生处理情况的通报》显示，该校共有 320 人、551 人次利用第三方软件刷网络在线课程（简称刷课），学校对涉事学生作出处理：面向全体同学检讨、取消刷课课程成绩、全院通报批评、取消本学年评先树优资格，并且将联合相关在线课程平台开展刷课监督。

2018 年 5 月 11 日，广西大学教务处官网对 22 名存在不良记录的同学予以公示，并规定，连续两个学期都有不良记录的同学将列入网络课选课黑名单，以后将禁止其再选修网络课课程。

武汉大学马克思主义学院陈慧女副教授参与过慕课教学。在她看来，对于“代刷”组织应当坚决制止，对依靠“刷课”来获取学分、拿到高分的同学也应该按照“违反诚信原则”来予以适当惩罚。

她表示，针对这一现象，需要从根源上寻找解决方案，加强管理与监督是一方面，但治标不治本，关键还是要提高课程质量、增强吸引力。同时，可以适当减少学生的慕课学习任务，减轻学生的压力和负担。(来源：中国青年报)



复旦大学“似是而非”课一座难求 教学生“去伪存真”

一门名叫《似是而非》的课程在复旦大学校园里火了起来。

每到周二 18 时 30 分，《似是而非》的开课教室便“一座难求”。第一轮选课过程中，在课程容量为 258 人的情况下，《似是而非》选课人数超过 1000 人。

2019 年秋季学期，《似是而非》第一次出现在复旦大学的课表上。这门由复旦大学数学科学学院教授楼红卫组织开设、生命科学学院教授卢大儒命名的课程，集结了文、理、工、医不同学科 12 位教授，准备了 17 个专题，以“提高学生的科学素养，提高对伪科学的辨识能力”为教学目的。本学期将进行其中的 14 讲。

“火爆不能只是表面的，我们希望同学们的学习热情与选课热情相匹配，使得本课程今后有持续下去的必要。”楼红卫说。

复旦大学新闻学院 2018 级本科生姜辛宜选择这门课的主要原因，是它的课程介绍效仿了美国华盛顿大学的“那门课”。

2018 年 7 月，几位老师偶然在朋友圈看到了题为《美国大学开了一门课，名字叫“抵制狗屁”》的文章，发现这门课与大家之前的想法不谋而合，当即起意开设一门复旦版“抵制狗屁”课程。

“太多受过高等教育的人，甚至各个领域的专家学者，对于一些常识性的东西，时常会有错误的认知，缺乏必要的判断能力，尤其是当他们面对本专业之外的一些争议时。”楼红卫说。

从《似是而非》课程大纲看，该课程并非美国课程的翻版。

在美国华盛顿大学“抵制大数据时代狗屁课程”中，信息学和生物学两名教师试图从逻辑和传播渠道的角度揭开伪科学如何产生与传播，介绍“狗屁”的类型、常见的分辨方法、孕育“狗屁”的生态系统等。

而《似是而非》集结了包括数学、物理、化学、生物、管理学、计算机科学、医学、文学、哲学、政治学、历史学在内的众多学科骨干教师，讲课内容也更加丰富多元。

在《似是而非》的课堂上，不同学科的老师会从各自专业领域出发，讲述有关“伪科学”的事例。

究竟什么是“伪科学”？在《似是而非》第一节课“用数学发现谬误”上，楼红卫提出一个疑问：某防火用具推销员说，“家里发生火灾时，不能往卫生间跑，因为统计表明，火灾时，死在卫生间的人数最多”。这个说法对不对呢？

楼红卫说，“对与不对”，不在于论据的对错，而是在于从论据“死在卫生间的人数最多”到论点“不能往卫生间跑”的推理逻辑谬误。他举例：特别有名的三甲医院每日死亡的人数超过了社区卫生中心，是不是意味着看病要避开前者只去后者呢？

“这种逻辑上的错误广泛存在于大量统计数据 and 新闻报道之中。它们站不住脚，经不起争论，却让人印象深刻并难以抗拒。”楼红卫说。他希望这门课能够纠正不同学科里这样令人印象深刻的偏见。

数学之后的第二节课，来自复旦大学化学系教授孙兴文，他以“‘改变’世界的分子”为题，从不同的角度阐述“思辨”。

“瓷片漂亮吗？那瓷片有用吗？”“化学合成的‘药’和草本植物的提取物有区别吗？”……随着翻动的 PPT 和逐渐深入的话题，孙兴文步入正题，向学生们介绍了分子、物质在有机化学里的重要性。

中国青年报·中国青年网记者注意到，这门网红课在复旦校园里并非“百分之百受欢迎”。“与期望相比，课程能够达到的效果可能会有很大的落差，但若能达到哪怕百分之二十的目标，也是值得的。”楼红卫自认这门课并不高端，重在“通识”。

在第一节课后，助教共收集了 102 份课程反馈，约 10 名同学建议“增加课程难度”。楼红卫没有采纳这条意见，他认为课程难度仍要以“通识”作为标准。然而，如何在众多院系学生面前把握好这个标准，仍需要探索。

作为一门通识选修课，《似是而非》在校园里面临“水课”质疑。

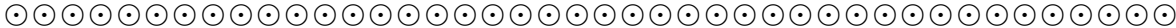
“课程形式有点像讲座，内容不能深入，对我培养批判性思维的帮助不大。”一名数学科学学院 2018 级的同学解释退课原因。

此外，由于每位老师的授课时间短、上课学生人数较多等原因，这门课在一些同学眼中是“用

来凑学分的课”，课程反馈问卷中有 25% 的同学承认这一点。对此，楼红卫回应：“欢迎来凑学分。不过这并不是水课，希望大家都有所收获。”

如何避免成为一门“水课”，楼红卫强调了课程论文的重要性。本学期，该课程采取“课程论文 60%+平时表现 20%+参与课内外研讨情况 20%”的考核方式。论文写作是重头戏。这门仅有两个学分的课程，将安排 3 位常规助教和十几位来自不同专业的研究生组成助教组，帮助学生写出合格的课程论文。

“未来，希望有更多的学校开设类似的课程。”这是楼红卫的期待。(来源：中国青年报)



日本著名大学吸引大量优秀中国学生

日本除了引进外劳来解决人手不足问题外，也在引进优秀外地学生补充人才，日本著名的东京大学、京都大学和早稻田大学近期吸收大量的优秀中国学生。在美国特朗普政府收紧移民政策的背景下，日本当局确信会有更多中国学生到日本留学。

1980 年代，日本为追赶欧美的留学生人数，提出了引进 10 万留学生为目标的政策。目前，单是吸收中国学生，就已经能够达到目标。日本《现代周刊》引述日本学生支援机构数据，在日本留学的中国学生人数占比达四成。2013 年为 8 万人，目前是 11 万 5000 人。

这一报道指出，日本各大名校大力吸收中国学生。例如，东京大学有 2400 中国学生，私立名校早稻田是 3400 人。

日本教育水平和安全环境以及奖学金制度具吸引力

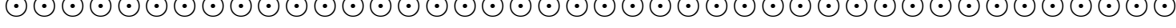
东京大学先端科学技术研究中心的西成活裕教授带的研究队伍就有不少中国学生。他指出，“东大的中国学生十分优秀，他们的表现超越了日本学生。大学有给最优秀学生的总奖状，有好几年都是中国学生获奖。”

西成教授指出，中国学生的学习热度比日本学生强，他教导的中国学生研究上认真，论文量也比日本学生多。

据了解，中国人留学第一热门地点是美国，目前在美的中国学生有 36 万 3000 人。日本专家分析，日本也是中国人喜爱的留学地点，首先是看重日本的教育水平以及安全的环境，其次是日本具备奖学金制度，这大大降低中国学生学习开销。

《现代周刊》指出，到日本的中国学生多希望进入中国名人就读的大学，例如陈独秀就读的早稻田。此外，周恩来和鲁迅等的留日经验，对招徕中国学生也能起作用。

该周刊也引述调查，指中国学生留学日本，大多会留在日本上班。日本的汽车公司丰田以及著名商社如伊藤忠等都大力雇佣毕业于日本大学的优秀人才。(来源：《联合早报》)



新加坡：加强 21 世纪电脑科技教育

从明年起，所有小学高年级学生都必须上编码课程。这项“编码乐”增益课程由资讯通信媒体发展局和教育部在 2014 年合作推出，通过简单的视觉编程课程，培养学生对编码和计算思维等技能的兴趣，同时让他们有机会接触人工智能等新兴科技。由于不必考试，而且获得政府全额资助，因此相信能激发不同背景学生对编码的真正兴趣。这无疑是适应 21 世纪需要的教育举措。

今天的学校教育是多次工业革命的结果。18 世纪，蒸汽机的出现引发工业革命，机器取代人手生产，使得规模化的工厂如雨后春笋。工业生产现代化以后，对熟练工人的需求不断上升。为了应付所需的人力，教育从过去专注于宗教与哲学，逐渐转变为以通识为主，因为这些知识是日后迈向技术职业教育所需要的基础。同样地，今天我们正面临第四次工业革命，对人力的培育势必受到信息技术的冲击而必须作出改变。

现在的学校教导语文、数学、科学、艺术等，这些是人一生之中都会用到的基础知识，例如加减乘除。语文是我们吸收一切知识的最基本技能，不懂语文就无法学习。学习数学和科学可以培养逻辑推理思维和自然常识，学习艺术能提高对美的鉴赏力，培养我们的创造力。现在学校的电脑课教导如何使用各种办公室软件、图像或视频编辑软件等，我们的学生都能制作出让人眼前一亮的 PPT 演示、XLS 报表或视频。然而对下一代人来说，这显然已不足够。

随着互联网、自动化、机械化、大数据、人工智能、区块链等日益普及化，我们必须把第四次工业革命的这些元素融入到基础教育之中。简单来说，我们必须认识它们的基本概念、操作逻辑和应用局限，才能掌握和使用它们。美国苹果公司已故创始人乔布斯以深谙市场营销和创意著称，所以开发出各种引领潮流的产品。其实更重要的是，他也懂编码和编程，所以他能向属下工程师传达构想，要他们打造出崭新的产品。若乔布斯完全不懂编码和编程，也许今天就没有这些苹果产品了。

当然，鼓励小学生学习编码，并不是要栽培出一大批软件工程师或电脑系统工程师，而是要让每个人都有计算思维、逻辑推理思维和批判思维。目前的教育已经在培养逻辑推理思维和批判思维上着力，尽管成效还有待加强。计算思维则是近年来引起关注的概念，而且逐渐被视为基本技能。计算思维包含抽象与现实融合、数据呈现、逻辑性组织数据等理念，其实它与科学思维、工程思维、系统思维、设计思维等如出一辙，计算思维更重视学习电脑处理问题的模式，化繁为简，把大问题或复杂问题分解成小问题，从而找出解决方案。随着大数据、人工智能等的广泛应用，我们在电脑科学领域或现实生活中将面对越来越复杂和庞大的问题，拥有计算思维，可以改变我们看待问题和寻找解决方案的方式。

创意思维同样很重要。人工智能至少在中短期内不会存在情感，不会想象，没有梦想，所以不会有创意。人工智能和机械在计算能力、准确性、记忆能力方面比我们强大很多，唯独创意是我们所独有的能力，教育必须加强创造力的培养，作为人与人工智能相比的相对优势。

此外，物联网、大数据、区块链等科技近年来也成为各行各业的宠儿，物流、金融、制造、新闻、政府公务等都积极采用这些新科技，掌握这些技能的人在求职时有更多的机会。现在，我们常说必须掌握金融通识，也就是认识股票、基金、债券等，才能掌握投资之道；未来，我们必须掌握网络通识，也就是认识区块链、加密货币、众筹、大数据、人工智能等概念。诸如此类的概念可能不再是大学教育的范畴，高中生甚至中学生都得认识和学习它们，即使不是背后的技术操作。

总而言之，21 世纪的教育必须因应第四次工业革命，及时培养下一代掌握和认识各种新思维和新技能，才不至于成为 21 世纪的科技盲。（来源：联合早报）

我院优秀学位论文选登（文摘）



微视频在羽毛球技术教学中的实验研究

RExperimental Study of Microvideo in Badminton Technology Teaching

研究生：庞莉 专业：体育教育学 导师：周良君

关键词：微视频；羽毛球技术教学；实验研究

摘要：近年来，现代信息技术在体育教学中的运用日益广泛，尤其是“微”时代来临，给体育教学带来了新机遇，当前微视频辅助体育教学已经成为一种趋势，但在羽毛球技术教学中并没有发挥应有的作用。

本文采用文献资料法、专家访谈法、实验法、数理统计法，以广州体育学院体育教育系 2016 级羽毛球专项班的 36 名男学生为实验对象，分成实验组与对照组，确保分组合理。根据教学大纲和教学计划，制定教学内容，进行为期 12 周，每周 6 学时，每学时 40 分钟的教学，实验组运用微视频与传统教学相结合的方法教学，对照组采用传统教学，两组的教学进度、教学场地与设施环境等完全一致，实验前后分别进行羽毛球技能的测试与检验，分析出微视频辅助教学的初步效果，为微视频在羽毛球技术教学中的运用做实践性探索，更好的辅助教学。

通过研究，得到如下结论：

1.从政策层面、技术层面、理论层面与实践层面可以看出，运用微视频辅助羽毛球技术教学法符合我国高等教育政策的要求，技术和理论上已经相对成熟，将微视频运用到羽毛球技术教学中更有利于学生掌握各项技术动作。

2.羽毛球技术教学中运用微视频，能帮助学生更好的理解、改进和掌握所需的技术动作，通过自助拍摄的视频能更好的了解纠正、改进错误动作，并形成正确的动力定型，帮助学生更快的掌握羽毛球技术。

3.将微视频运用到羽毛球技术教学中对提升学生的羽毛球技能有促进效果，对提升专项技能的效果优于传统教学。



新塑料球阶段我国高水平女子乒乓球

弧圈类运动员技战术分析

New plastic ball stage Chinese high-level women's table tennis
arc-circle athletes technical and tactics analysis

研究生：蒲德凤 专业：体育教育训练学 导师：李宇星

关键词：新材料球；乒乓球；弧圈类；技战术特征

摘要：新球时代大背景下，研究我国高水平弧圈类打法女子运动员在新塑料球阶段的技术特征和战术特点，为我国乒乓球技术训练和比赛提供理论参考。本文以我国现役高水平弧圈类、世界排名前四女子乒乓球运动员比赛视频为研究对象，采用统计视频、查阅文献、整理资料，专家访谈；运用统计分析软件对数据分析，结合严谨的逻辑分析，最终主要结论如下：

(1) 新球阶段我国优秀女子运动员发球环节为左侧上、左侧下、右侧下、右侧下、奔球；侧上旋使用逐年增多，奔球使用显著增多，正手位底线长球落点显著上升，反手位近网短球比例显著下降，新球阶段发球落点主要集中在集中在近网短位置，同时长球配合使用增多，发球轮的战术思想更加多元化。

(2) 进攻端不仅使用正反手拉弧圈技术，台内拧拉成为了接发球过程中进攻台内球的重要手段；在倡导女子技术男性化的背景下，我国的女子优秀运动员在接发球环节具有技术全面的优势。

(3) 新塑料球阶段在发球抢攻主要表现为正手拉弧圈以及正手摆短差异显著，反手拉弧圈技术和反手防挡技术使用增多，新球阶段女子在发球抢攻阶段反手的对抗变得比较激烈。

(4) 新球阶段接发球抢攻阶段主要存在显著性差异的技术使用环节是正手拉弧圈和正手劈长，通过长时间对新球的适应，我国优秀女子运动员在台内球的处理上战术思维上有了更深的解读。接发球抢攻阶段进攻和防守两端的比例极高，新球阶段下旋球变上旋球的博弈靠前的了。

(5) 新球阶段我国优秀女子运动员在发球阶段、发球抢攻阶段得分效益比较高，在接发球上进攻和控制战术得当，得分效果也很好，但是在接发球抢攻阶段以及相持阶段比较被动，得分效果一般。



广东省运动员职业生涯管理研究

A study on the career Management of athletes in Guangdong Province

研究生：温斯炜 专业：体育教育训练学 导师：任占兵

关键词：运动员；自我职业生涯管理；组织职业生涯管理

摘要：运动员职业生涯管理是将运动员从事专业运动训练的过程作为其职业生涯的开端，进行专业化咨询和指导，一方面，激发运动员对自身职业的兴趣和职业动机，实现自我职业生涯管理；另一方面，通过组织职业生涯管理，帮助运动员树立良好的职业态度、提高职业决策水平，使运动员能够树立正确的职业生涯阶段观，顺利实现职业生涯各阶段的衔接和过渡，从而将社会需要、家庭生活需要和个人价值观更好地结合起来的过

本研究通过文献资料法、访谈法、问卷调查法、态势分析法和数理统计法等，对广东省运动职

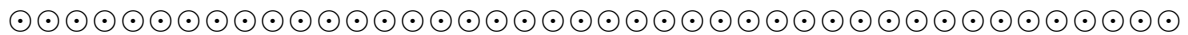
业生涯管理进行调研，主要进行了广东省运动员组织职业生涯管理现状研究、广东省运动员自我职业生涯管理现状研究、广东省运动员组织职业生涯管理策略研究、广东省运动员自我职业生涯管理策略研究等几个方面。

研究结论：

(1)广东省现役运动员期望的职业转换方式突出问题主要表现在过渡依靠组织安排，运动员认为在未来就业的竞争中主要问题是学历、职业技能以及文化知识等方面。

(2)广东省运动员组织职业生涯管理方面，对于现役运动员，各个运动队基本上能够做到积极鼓励运动员参与职业技能培训、鼓励运动员进行文化教育；但缺少专门机构或个人给运动员提供职业规划信息，从而更好地为运动员提供个人职业生涯评估。建议制定并实施广东省运动员职业生涯规划计划，建立广东省运动员职业生涯规划辅助系统，建立广东省运动员职业生涯规划发展基金。

(3)广东省运动员自我职业生涯管理方面，运动员更加注重关系层面的因素，政府和管理部门应该积极引导运动员进行自我职业生涯设计和规划，制定职业发展规划，从而实现职业发展目标。



珠三角高校轮滑运动开展现状与前景的研究

A Study on the Current Progression and Predicted Future of Roller Sports
in Universities Within the Pearl River Delta Area

研究生：李旭薇 专业：休闲体育学 导师：谭建共

关键词：轮滑；轮滑运动；高校大学生；珠三角

摘要：轮滑运动是深受大众喜爱，有着极大趣味性与娱乐性的休闲类体育运动。据报道，到2017年，轮滑运动几乎覆盖了全年龄段的人群，尤其是青少年、大学生群体。近年来，大学生轮滑爱好者人数不断增多，各高校轮滑俱乐部与社团纷纷成立，随之也出现了轮滑课程和轮滑比赛，国家也出台了一系列与轮滑运动相关的、政府支持的政策与举措。另外，轮滑和滑板还被列为2020年东京奥运会正式比赛项目，可以看出轮滑运动的地位在不断提升。拥有“南海明珠”称号的珠三角地区作为中国人口集聚最多、综合实力最强的三大城市群之一，具有深厚的历史、文化和经济基础，人们的思想观念也较为新潮，有利于营造轮滑文化氛围，为轮滑运动提供了良好的开展环境与发展条件。

显然，和任何新兴运动一样，轮滑运动在发展的初期曾遇到过不少的问题与阻碍，但轮滑爱好者的数量的不断增加，不得不让我们思考其生命力，为了进一步认识、了解和推广这类运动，本研究将轮滑运动放在高校的环境下进行探讨，研究结果发现，当前的高校轮滑运动开展的并不是特别普及，在轮滑器材装备、练习场地设施、师资队伍、社团组织管理等方面比较业余、缺乏专业性建设，非常有需要对其进行研究与探讨，目的是希望轮滑运动得以更好的发展。

本文采用定量与定性结合的研究方法，既包括文献资料法、问卷调查法、访谈法、比较分析法和数理统计法，对珠三角地区的14所高校的轮滑运动开展情况进行调查，分别从体验者、旁观者、教学者和管理者的角度展开，从教学、器材场地、高校社团、安全教育、休闲健身等不同层面入手，对其进行调查与分析，其目的是了解并探讨轮滑运动在高校的开展环境与发展现状、大学生对此项运动开展的态度、高校轮滑运动需要改进的方面以及高校轮滑运动的未来发展趋势等等。研究发现，结论有以下几点：

1. 只有少数学校拥有专业的轮滑场地，大部分学校的学生主要在校道和广场空地上参与轮滑运动，有的学校甚至没有一个固定的轮滑场地。

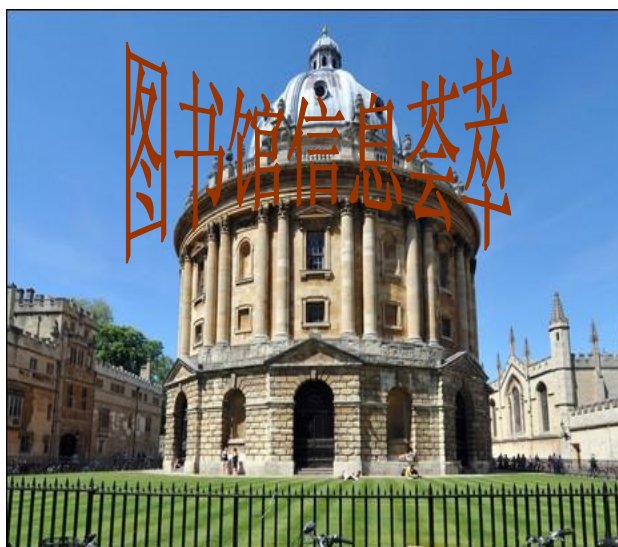
2. 轮滑课程开设较少，轮滑项目多样化较低，轮滑技术指导不够专业，轮滑专业人才缺乏。大多数学生在运动过程中不佩戴护具，学校对运动损伤与防范措施的教育还不够，大多数学生对轮滑运动的安全性感到担忧。

3. 大部分学校有参加轮滑运动的相关比赛，但是比赛的参与和举办的次数不多，比赛趣味性不强。轮滑文化氛围不够浓厚，各高校社团之间的交流不够密切，轮滑运动的宣传力度不够大。

4. 社团成员人数不足，有待加强与规范轮滑运动的组织与秩序管理，学校支持力度不够，对轮滑运动的重视程度不高，存在资金不足的情况。

5. 大部分学生在校期间并未接触过轮滑运动，对轮滑运动的了解程度较低，但在总体上，大多数学生表示支持并希望轮滑运动在高校得以普及，并让更多的人参与其中。

6. 学生有参与轮滑运动的需求、学校有培养专业轮滑人才的任务、国家有综合国力提升的需要，高校轮滑运动在未来有着良好的发展前景。



2019 中国有声书市场用户画像、发展规模、特点 与趋势剖析

摘要：目前有声书市场发展仍处于初步阶段，在原有的盈利模式基础上，付费市场的发展对平台至关重要。有声读物以音频的形式为用户提供内容，在人们对高质量内容需求提升，付费意愿增高的环境下，有声书付费市场发展空间巨大。

作为数字阅读的延伸，有声书提高了受众对碎片化时间的利用程度，表现出强大的市场潜力。

i iMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2018 中国有声书用户规模达 3.85 亿人，2019 年中国有声书用户规模有望增至 4.78 亿。

2018中国有声书市场规模达46.3亿元



2016-2020中国有声书市场规模及预测



注：艾媒咨询会根据市场实际运行状况对预测数据动态调整

数据来源：iiMedia Research (艾媒咨询)

<http://www.iimedia.cn> ©2018 iiMedia Research Inc

2018 中国有声书市场规模达 46.3 亿元，预测 2019 年有声书市场规模将达 63.6 亿元。

2018中国有声书用户规模达3.85亿人



2016-2020中国有声书用户规模及预测



注：艾媒咨询会根据市场实际运行状况对预测数据动态调整；
有声书用户包括收听实体有声书及数字有声书的用户

数据来源：iiMedia Research (艾媒咨询)

<http://www.iimedia.cn> ©2018 iiMedia Research Inc

中国有声书市场发展特点分析

2018 中国有声书市场的发展特点包含三个方面：一是有声书市场基本已形成竞争格局，综合平台及垂直平台纷纷发力，其中喜马拉雅拥有市场上 70% 畅销书的有声版权，85% 网络文学的有声改编权，超 6600 本英文原版畅销有声书版权，领先优势明显，创业型企业恐难以进入市场头部；

市场竞争格局已呈现

有声书市场已形成基本稳定的竞争格局，综合音频平台和垂直听书平台领先优势明显，新的有声书平台恐难以加入激烈竞争。艾媒咨询分析师认为，各大平台的特色与差异化是有声书企业的发力方向。

2018各大头部平台都将活动营销作为主要营销方式。如喜马拉雅的“423听书节”、“123狂欢节”、懒人听书的“有声图书馆开放日”以及蜻蜓FM的“91倾听日”等。活动营销成为了拉新促活的主要方式。

各大平台纷纷造节

结合创新科技发展

喜马拉雅推出了基于AI的智能音箱、讯飞阅读加入了“定制声音”新功能。艾媒咨询分析师认为，结合技术的创新能够提高运营效率、改善体验。随着各企业在技术方面发力加强，未来有声书产品将往智能化方向发展。

二是活动营销成为了2018年各大平台主要的营销方式，喜马拉雅等企业在2018年纷纷推出多样造节营销活动，内容包括会员促销、与主播互动等，是其进一步抢占市场份额的表现；

三则是有声书平台纷纷结合新兴技术进行创新，提高运营效率的同时完善了用户体验。

一线城市偏爱传记，低线城市偏爱名著

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，在针对2018中国有声书用户偏好收听有声书品类分布的调查中，一线城市的用户最为偏好的品类是人物传记类，占比达到29.8%；二线城市用户最为偏好的品类是都市生活类，占比达到36.5%；三四线城市的用户则最为偏好文学名著类，占比达到34.7%。

一线城市偏爱传记，低线城市偏爱名著

2018中国有声书用户偏好收听有声书品类分布



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)
样本量：N=1459；调研时间：2019年1月

数据来源：iiMedia Research (艾媒咨询)

大部分一线城市用户拥有较强付费意愿

iMedia Research(艾媒咨询)数据显示,在针对2018中国有声书用户意愿付费价格的调查中,各线城市的付费意愿有所不同。一线城市用户中仅有6.5%只愿意为一本有声书花费5元及以下;二线城市的用户中愿为一本有声书付费5元及以下的人数占比达12.7%;而三四线城市用户则更倾向于为5元以下的有声书付费。

大部分一线城市用户拥有较强付费意愿



2018中国有声书用户付费意愿及意愿付费价格调查



样本来源:草莓派数据调查与计算系统(Strawberry Pie)
样本量: N=1459; 调研时间: 2019年1月

数据来源: iMedia Research (艾媒咨询)

<http://www.iimedia.cn> ©2018 iMedia Research Inc

未来,有声书行业发展趋势预测

一、有声书付费市场发展可期

艾媒咨询分析师认为,目前有声书市场发展仍处于初步阶段,在原有的盈利模式基础上,付费市场的发展对平台至关重要。有声读物以音频的形式为用户提供内容,在人们对高质量内容需求提升,付费意愿增高的环境下,有声书付费市场发展空间巨大。

二、智能硬件终端将拓宽有声书的应用场景

近年来物联网的发展催生了大量不同生活场景下的智能硬件终端,如可穿戴设备、智能家居、智慧教具等。而有声书平台则可以结合这些多样化的智能硬件终端拓宽其应用场景,切入出行、生活、教育等不同的场景,进一步拓展用户的收听环境。艾媒咨询分析师认为,有声书平台与物联网渠道的深度结合、有声书与智能硬件终端的跨界合作能够通过智能硬件搭配优质内容,为用户提供更多有价值的内容,从而促进两个行业的健康发展。

三、儿童有声阅读市场前景大

中国0-14岁儿童人口规模庞大,在全面放开二胎政策之后,中国每年将有接近1800万左右新生儿,且中国父母愿意给孩子提供高质量内容,拥有更高的付费意愿。听故事对儿童来说是其刚需,基于儿童有声书的娱乐、教育双重属性,以及教育市场的长期需求,儿童有声阅读前景可期。艾媒咨询分析师认为,考虑到儿童的识字水平,以及家长对用眼过度的担忧,音频会在家庭教育中占有重要比重。未来的家庭教育或会基于AI互动,提供全综观、全场景、全媒体、全数据的娱乐学习

内容，科技在这一过程中帮助儿童和内容建立起更友好的连接，让音频内容符合儿童的认知、成长规律。

四、有声书市场的细分化是发展趋势

经历过跑马圈地、版权争夺乃至恶意刷榜等无序竞争后，有声阅读市场有望步入精细化内容主导的内容竞争阶段。且与视频网站发展历程相似，从网站购买版权到用户自制节目和内容自制，版权将成为决定有声阅读公司未来发展的关键因素。而随着各个平台的内容扩张，难免导致平台间的同质化。艾媒咨询分析师认为，内容产品能够细分化、满足细分的受众需求是重要的。而通过细分化内容的确立，更能够为平台塑造鲜明的形象，从而带来高粘度的用户。（来源：艾媒网）

付费自习室火爆 学校不妨加大资源开放力度

这是个让人有些意外的消息——国庆假期，成为不少年轻人、职场白领热门打卡地的，除了热门景点，还有付费自习室。

据报道，近年来，北京、上海、广州、西安、成都、南京、合肥等国内多个城市相继涌现大批付费自习室，其模式类似，费用从每小时五六元到二十元不等。今年国庆假期里，北京、上海等多个城市的付费自习室都预约满额。

动辄 100% 的上座率，让付费自习室被视作另一个“风口”。付费自习室到底是不是投资者的“风口”？我觉得不好说：不少人对付费自习室确实有需求，但该需求到底有多大，是否值得当成“风口”那般运作，显然得透过虚火，认真研判。

但这倒是个提醒：从完善社会服务的角度看，满足求学者的自习需求，也需要加大公共资源的开放力度。

由于考研自习室火爆，以前曾有高校尝试让学生花钱买自习室座位，但之后因被质疑乱收费而被叫停。

问题是，很多考研学生和职场白领对自习室的需求就在那，这些需求光通过纯商业化运作的付费自习室去满足，可能仍有些供不应求。

就目前看，那些付费自习室多是计时收费，有的“体验套餐价格是 4 小时 70 元”，算下来一小时得花 17.5 元。就算是会员，要在自习室里学习 4 个小时，也得花 60 元。这恐非普通考研学生可以承受的。本质上，这样的自习“时间成本”也跟供需状况不匹配有关。

在此情形下，那些高校和社区图书馆、科技馆、博物馆等，完全可以加大开放力度——尽管其条件可能要比付费自习室差，但至少为求学者提供了另一种选择，也有助于增加“供给端”的服务品类，进而拉低整体价格。

近年来，我国一直在推进高校向社会开放，但开放效果不甚理想。主要原因就在于，有些高校既缺乏开放的主动性，也担心开放会增加安全隐患和管理成本。

鉴于此，或许可以探索新的开放机制，如可以通过第三方专业中介机构，整合社区内的学校、公共场馆资源，招募志愿者，以会员制方式（仅收取成本费用），向社会开放这些资源，更有效地服务社会，为建设“学习型社会”提供力所能及的硬件资源支撑。（来源：新京报）

中国数字阅读市场规模达 254.5 亿数字阅读驶入高速车道

从微信读书、网易云阅读到咪咕阅读，在各类应用程序的推动下，数字阅读正深入人们的生活，“一屏万卷”成为现实。而随着 5G 商用牌照的发放，VR(虚拟现实)、人工智能等技术的应用，数字阅读的应用场景和用户体验将得到进一步丰富和提升。未来，数字阅读发展将驶入“快速路”，赢得更多用户。

“一屏万卷”成为现实

2019 年年初，根据刘慈欣同名小说改编而成的贺岁电影《流浪地球》上映，引发观影热潮。看完电影后，小徐立马在手机阅读软件上购买了这部小说。“几个小时就看完了，非常方便，还加深了对电影的印象。”

作为全媒体时代新型的阅读方式，数字阅读扩展了书的样态和文字传播的介质，也丰富了人们的阅读体验和精神文化生活。据《2018 年度中国数字阅读白皮书》(下文简称《白皮书》)显示，2018 年，中国数字阅读整体市场规模达 254.5 亿元，同比增长 19.6%，仍处于较快增长期。其中，大众阅读市场规模占比逾九成，是产业发展主导力量。从投资市场上看，2018 年数字阅读产业的融资数量共 57 笔，融资金额呈现上涨趋势，达 70.3 亿元，这表明数字阅读产业依然受到资本市场青睐，具有较大发展空间。

用户规模也印证了数字阅读的蓬勃发展态势。2018 年，中国数字阅读用户总量达到 4.32 亿，人均数字阅读量达 12.4 本，人均单次阅读时长达 71.3 分钟。

“我在用微信读书，里面能看到你最近读了哪些书、读书时长，每周都有排名。现在我每天在地铁里、办公室里都得看上几分钟。”在一家文化公司上班的小吴说。如今，手机应用商店里的各类数字阅读软件层出不穷，也给予用户更多的读书选择。摆脱了时间空间的限制，随时随地，人们都能通过一方屏幕阅读。

“听书”成时髦方式

近日，中国国家图书馆等 20 家图书馆举办古籍数字资源共享发布活动，在线发布古籍数字资源 7200 余部(件)，免费服务大众阅览和学术研究。从大众阅览到专业领域，数字阅读的影响力正不断扩大，品质不断提升。

据《白皮书》显示，近 70%的数字阅读用户认为如今的数字阅读内容质量有所提升。2015 年，数字内容创作者仅有 480 万人，2018 年已增加到 862 万人。专业作者培训班的出现，进一步提升了创作者的写作水平，推动精品内容创作。

近年来，不少精品网络文学被改编成影视剧和电影，影视剧和电影的走红又带动了网络文学落地，纸质书籍陆续出版。优质的数字阅读内容还走入了海外读者的视线中。目前，有超过 500 部网络文学作品被翻译“出海”。海外中国网络文学网站日活跃用户超 50 万人，日均访问量超过 500 万人次。在各方积极推动下，中国的学术类、知识类、文献类数据库进入世界各国政府公立图书馆和知名大学图书馆，国内知识见闻平台推出 3 门目前世界规模最大的线上课程。

数字阅读产品质量的提升，也刺激了读者的付费意愿。据《白皮书》统计，2016 至 2018 年，我国数字阅读用户的电子书付费意愿持续提升，2018 年达到 66.4%。其中，有 68.7%的电子书用户愿意付费在 20 元以上。值得注意的是，在众多付费阅读产品中，音频内容尤其受读者欢迎，“听书”成了一种时髦方式。

5G 让数字阅读更有趣

戴上虚拟现实眼镜，立刻“置身”于书里的世界，书里的图画也变成了立体图像。从纸质阅读到数字阅读，从 PC 端阅读到移动阅读，从读书时代到读屏时代，每一次阅读方式的发展进步，都是创新驱动的产物，代表了阅读的发展方向。新技术使阅读变得生动立体，读者不仅是在用眼看，更是浸入到情境里，与内容互动。

人工智能、VR、AR(增强现实)、5G 等技术的发展，使数字阅读的空间和场景得到极大拓展。未来，5G 万物互联的特性将使“万物皆可为媒体”，车联网、可穿戴设备、智能家居……都可能成为阅读的载体，各种终端阅读设备之间也能实现无缝切换。5G 高速度、低延时、大容量的特性将开发更多体验场景，令用户的沉浸感更强。

人工智能技术也有望助力听书市场高速成长。随着语音合成、情景识别等 AI 技术日趋成熟，听书节目甚至一切语音播报信息都能得到整合，从而实现智能匹配与处理。这意味着，用户在聆听文章朗读时能够选择自己的声音偏好。这样一来，有声内容的成本降低，产品数量会快速增加。更好的用户体验将带动中国新兴阅读市场，特别是听书市场的规模化发展。（来源：人民日报海外版）

有声书会成为下一个内容出版风口吗？

2018 中国有声书市场专题研究报告显示，2016 年到 2018 年，有声书市场规模年均复合增长率 34.8%，其市场规模从 2016 年的 23.7 亿元增至 2018 年的 45.4 亿元，预计到 2020 年将会超过 78 亿元。

9 月 25 日，“万物有声 2019 京东读书产品升级发布会”在京举办，京东数字阅读业务部总经理魏建明，天津博集新媒常务副总经理邹积川，北京声动懒人文化科技有限公司总经理李惠祥等与会，大家就有声书行业的发展及问题进行了探讨，在之后的论坛环节也谈及和出版社的版权合作等问题。

发布会上，京东数字阅读业务部总经理魏建明谈道：“2012 年 4 月，京东开始开展数字阅读业务，之前叫京东阅读，2018 年 5 月改称京东读书。京东有声有两种模式，一种是知识服务，即第三方模式，内容商也可以入住，自己来运营和售卖你的课程，有很大的主动性。一种就是今天上线的京东图书的有声业务，这种形式则为合作商提供内容，由京东运营。”

魏建明谈道，在万物互联的时代，京东认为下一个内容风口就是有声，“5G 时代以及未来将有更多的创新场景，越来越多的人在忙碌、多场景的生活中选择用新科技来享受多样形式的书本内容。如何让内容进行全场景的渗透，让用户参与其中，这是需要考虑的。今年下半年到明年 6 月份之前，我们要打造京东读书的 2.0 版本，是一个面向年轻人的以内容载体的融媒体娱乐社区。我们希望在降低参与门槛的情况下，让更多的年轻人参与创作，比如在出版社同意授权的情况下，可能做一个《长安十二时辰》的结局的改写等等。2.0 版本还会结合京东自主研发的 AI 技术。因为京东有自己的 AI 实验室，可以模拟各种真人的声音，我们会做成读书或虚拟主播，和读者互动。”

编辑在产业中将被重新定位

博集新媒的邹积川在现场以《出版机构声音产业布局》为题，分享了作为出版商对于声音产业的思考。

邹积川认为：“声音业务是渗透生活场景最多的内容型业务，无论是知识付费、有声书，大家

在使用这个业务的时候一般都伴随着生产的场景。此外，声音业务也是一个内容型的业务，内容真正要传播出去的时候中间一定经过编辑这个环节，而出版社的编辑在当中要起到决定性的作用。”

这也涉及到编辑在整个产业中的定位的问题，之前图书的编辑扮演更多的是走一本图书的审订、发行流程或者策划的功用，但在互联网时代，“一个编辑应该往内容制作人的方向发展：要有复合的评判能力，不仅要评判内容好坏，同时也要评判一个声音从最原始的内容策划到最后成为一个声音，包括后期加工等等。这种能力是互联网时代编辑应该具备的一个技能。”邹积川说。

他提出，编辑在制作有声书的过程中要扮演“导演”作用，举个例子，凡尔纳的小说在做的时候，要考虑剧情，看整个编排哪个地方快、哪个地方慢，不是把作品全部读一遍结束了，希望编辑未来的附加功能在这里。

邹积川认为一部好的有声书应该在四个核心要素上下功夫，分别为文本、主播、后期、运营。“文本即故事的可读性、连贯性；主播是要评判作为主讲人声音、情感是不是适合这样一部小说的作品；最后一点是运营，运营关系到日后的生态建设，一部作品挣钱、不挣钱，其实前面三项是对产品本身品质的一个控制，最后一个才是整个产品的决定因素。”

和出版社的合作：把专业的事交给更专业的人

现场大家也谈到在有声书合作的方面一个比较关键的问题，即许多出版社不愿意提供版权支持。

朱国勇谈道不管在哪个领域，做好自己的能力细分很重要，“我觉得声音这个领域，比如很多作家要做知识付费，自己要当主播，但其实和专业的演播者还是有距离的。互联网就是把专业的事交给更专业的人这样一个匹配的过程。”

人民邮电出版社数字业务负责人赖青谈道：“我们在 2018 年做有声书的调研，我们内部清洗版权的时候，真正适合有声书的品类非常少，目前电子书的品类在架达到七八千种，有声书感觉适合做的 200 种左右，这是我们目前遇到的一个大的问题。再一个关于资源方向的侵权问题。对于出版社而言，目前我们更多是投入人，去培养脚本、后期录制的人力。”

赖青也谈到出版社和有声书平台合作时可能有的问题：“目前所有的大平台的架构是商务和运营分开的，商务考虑的点是搬迁获取，运营考虑的是如何获利，这两个是有一定的矛盾的。对于出版社而言，当我们把内容资源放出去以后，最开始所有平台跟我们说的是授权完了以后会有更好的流量支撑，但是商务给的承诺，运营可能不一定会支持。”

声动懒人总经理李惠祥介绍，成立于 2012 年的懒人听书在 2016 年开始做收费业务，“最开始我们很担心用户的流失，我们的用户是往下滑了一下，但是很快就上来了。懒人听书现在日活 1000 万，月活 3000 万。2018 年年底我们的有声读物的收入是 2.5 亿。我们经常说自己做的是 2 毛钱的生意，懒人听书听一集书是 2 毛钱，我们就这么 2 毛、2 毛、2 毛做到现在，做到 2.5 亿。”

李惠祥也谈道有声内容的持续和快速，变现的重心在于优质内容的整合，目前懒人听书和中国近 500 家出版社都有过合作，比如和中信出版集团、北京出版集团、中国出版集团，都合作过一些优秀的出版物，包括人民文学出版社也在台下，都合作过很多优秀作品。（来源：澎湃新闻）

考研路上，广体图书馆一路相伴

11、12 月份是考研冲刺器，为创造良好学习环境，广州体育学院图书馆特地在 3 楼开辟考研

专区，并 31 天坚持夜间开放时间延长至 24: 00，图书馆老师、学生助馆一起为考研学子创造,良好学习环境。



白日里，阳光照耀，行人匆忙



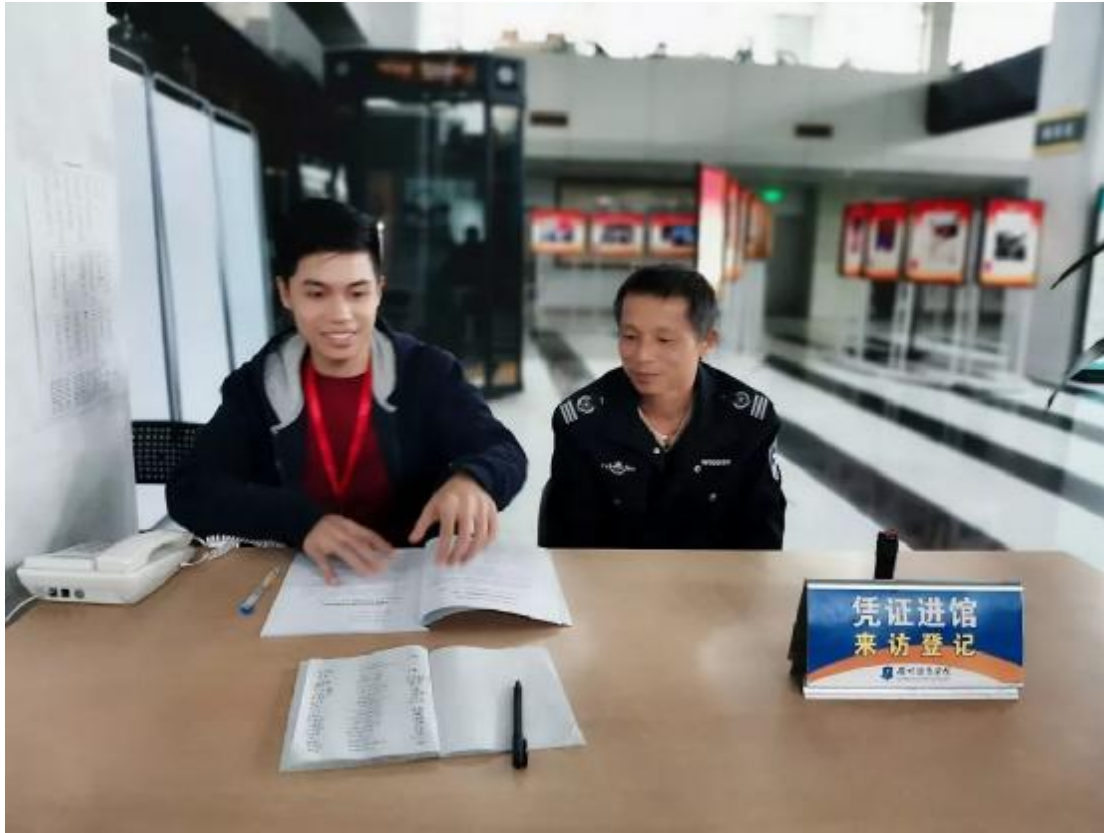
深夜里，这里依旧为一群特殊的人亮灯



累计续灯：31x105=3255 分钟



日夜守护和陪伴，默默支持每一届考研人



如今，2019 年全国硕士研究生招生考试初试已经结束，预祝各位学子考场上能够一展胸中抱负，考上心仪的学校！

我馆新书通报

篇名	出版社	出版年月	分类号
动物百科全书	河北大学出版社	2018	Q95/L324
高等教育视野中的企业大学研究	光明日报出版社	2019.9	G726.84
当代视角下学校体育学课程设置与管理研究	中国纺织出版社	2019.9	G807.01
阳光体育 健康体魄.大学生体育运动教程	上海交通大学出版社	2019.9	G807.4
多学科理论下学校体育课程体系的建设和发展研究	中国书籍出版社	2019.9	G807.01
对症拉伸 5分钟释放疼痛	黑龙江科学技术出版社	2019.9	G883
播音主持艺术发声.第2版	中国传媒大学出版社	2019.9	G222.2
韩国非遗保护对中国的启示	新华出版社	2019.9	G131.26
如何高效学习.建立你的简单有效学习系统,实现人生跃迁	北京联合出版公司	2019.9	G442
大数据技术在我国现代教育系统中的应用	东北师范大学出版社	2019.9	G649.2-39
多元融合视角下的跨文化交流导论	中国纺织出版社有限公司	2019.9	G115
法治新闻之法治精神方略论	光明日报出版社	2019.9	G210
信息检索.第3版	武汉大学出版社	2019.9	G254.9
战略性新兴产业发展动力机制及创新模式	经济管理出版社	2019.8	F264
动作解剖.舞蹈、普拉提、瑜伽运动技巧解析	北京科学技术出版社	2019.8	G804.4
点亮未来.大学生职业发展发展与规划	上海交通大学出版社	2019.8	G647.38
新时代新视野.大学生国防教育教程	航空工业出版社	2019.8	G641.8
大学生国防教育与军事训练教程	航空工业出版社	2019.8	G641.8
创新创业案例分析与仿真训练	江苏大学出版社	2019.8	G647.38
乘风天涯	北京联合出版公司	2019.8	G861.471
大学生创新创业基础	武汉大学出版社	2019.8	G647.38
大学生职业生涯规划.第2版	西安电子科技大学出版社	2019.8	G647.38
大学生积极心理健康教育.理念与实践.第2版	西安电子科技大学出版社	2019.8	G444
《思想道德修养与法律基础》要点精讲	西安电子科技大学出版社	2019.8	G641.6

新时代大学生思想政治教育理论与实践	西安电子科技大学出版社	2019.8	G641
拳意图释	中国发展出版社	2019.8	G852
研究生培养和学术指导概论	经济管理出版社	2019.8	G643
大学生职业导航	经济管理出版社	2019.8	G647.38
基础会计与实务	北京理工大学出版社	2019.8	F230
尽职调查理论与务实	经济管理出版社	2019.8	F271.4
MBA 优秀论文范例	经济管理出版社	2019.8	F203.9-53
开放与远程教育学	企业管理出版社	2019.8	G728
勇士王朝.硅谷和科技缔造的伟大球队	文化发展出版社	2019.8	G841.671.2
大学生体育与健康.生命因运动而精彩	兵器工业出版社	2019.8	G807.4
新媒体环境下高校图书馆嵌入式学科服务研究	经济管理出版社	2019.8	G258.6
大学生体育与健康	北京理工大学出版社	2019.8	G807.4
现代艺术体操与形体美的科学训练研究	中国水利水电出版社	2019.8	G834.02
现代高校体育与健康教程	天津大学出版社	2019.8	G807.4
创新创业与就业导论	北京交通大学出版社	2019.8	G647.38
大学体育教程	苏州大学出版社	2019.8	G807.4
体育产业市场营销学	武汉大学出版社	2019.8	G80-052
健身俱乐部团操课实用教程	上海交通大学出版社	2019.8	G831.3
中西文化回眸	华中科技大学出版社	2019.8	G40-53
新时代大学生心理成长的困境与策略研究	中国水利水电出版社	2019.8	G444
计算传播学.智能媒体时代的传播学研究新范式	人民日报出版社	2019.8	G206-39
澳大利亚国际教育发展与启示	人民日报出版社	2019.8	G561.1
我国出版企业新媒体技术采纳研究	武汉大学出版社	2019.8	G219.2
公共文化服务均等化视角下图书馆博物馆数字文化服务融合研究	武汉大学出版社	2019.8	G250.76
教育史学.教育史研究的斗争历程	华中科技大学出版社	2019.8	G519
当代医学生思想政治教育内容建构研究	吉林大学出版社	2019.8	G641



主办：广州体育学院图书馆

编辑出版：参考咨询部

地址：广州大道中1268号 邮编：510500 电话：020-38024410

E_MAIL:xxzxlibrary@163.com

（内部发行 广体（K）第004号）