

马旻老师
猿辅导学校执行校长

对话猿辅导

融合图书生态圈
重塑市场新未来

前言

在当今快速演变的教育和图书行业中，我们见证了一场前所未有的转型浪潮。这个领域不仅受到了科技革新的深刻影响，同时也在经历着市场需求和消费习惯的巨大变化。在这个大背景下，传统与创新的融合成为行业发展的核心动力。特别是教辅行业，它正在经历从纸质媒介向数字化平台的重大转变，并在这一过程中开辟了新的市场机遇和挑战。在本期算数说中，我们有幸邀请到猿辅导学校执行校长马旻女士，她专注于教育行业的深度研究和大概概念体系构建，迄今已为百万用户提供了多元化的课程产品和服务。马旻女士将分享她对当前教育和图书行业趋势的见解，以及猿辅导在这一领域所采取的创新策略。

目录 CONTENTS

01 革新基石：猿辅导的图书战略布局	03
1.1 图书行业的革新：科技融合与数字化战略	04
1.2 迎合趋势的转变：图书市场的多元化响应	06
02 跨界共赢：与图书产业的融合创新	08
2.1 渠道创新：线上引领与线下探索	09
2.2 数字化融合：图书产业的科技赋能与创新模式	11
03 生态共创：打造教育和图书的融合生态系统	12
3.1 抖音协同：借势数字平台强化教育与图书产业融合	13
3.2 全民悦读会：创新IP项目中的运营策略与成效	14
04 结语	17
05 声明	18



第一章

PART 01

革新基石： 猿辅导的图书战略布局



1.1 图书行业的革新：科技融合与数字化战略

04

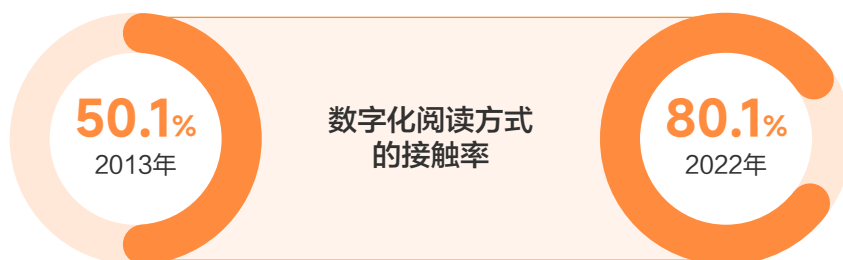
1.2 迎合趋势的转变：图书市场的多元化响应

06

1.1 图书行业的革新： 科技融合与数字化战略



图书行业经过多年发展，已成为受广泛关注的领域。随着数字技术的进步，这个行业正经历重大变革。《第二十次全国国民阅读调查》显示，从2013年到2022年，数字阅读的接触率从50.1%上升至80.1%，电子书和在线阅读越来越受欢迎。教辅市场因其对学习方式和知识获取的影响而变得尤为重要。猿辅导作为一家领先的在线教育机构，决定进入图书市场，希望将其教育科技的经验应用于图书行业，为其带来创新和积极的转型。



数据来源：《第二十次全国国民阅读调查》

注：数字化阅读方式指网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad阅读等

观点碰撞

算数说

猿辅导今年成立了图书业务线并与知名出版社建立战略合作，进一步深耕图书领域，意图推动教育内容的数字化转型。作为线上教育机构，猿辅导进入传统图书行业的初衷是什么？

猿辅导

我们的课程产品已基本满足用户需求，且公司正通过扩展产品形态来应对学生多样化的学习场景。图书行业并非新兴行业且有成熟的公司和产品，猿辅导不想仅是模仿者。在考虑了自身优势以及能为行业带来的新变化之后，猿辅导将科技优势，如大数据和拍照搜题技术，融入教辅产品中，提供便捷体验。公司在教研和内容上也有优势，不同于传统教辅书的单纯题目罗列，而是将多年的课程经验融入产品中。借助内部资源，猿辅导在产品的设计、包装、印刷等方面追求极致，旨在提供独特的用户体验。

在2022年，中国图书零售市场规模达到871亿元，显示出行业的稳步增长和市场的多元化。这一增长主要得益于数字化转型和线上销售渠道的扩展，同时也反映了消费者对高质量内容的持续需求。特别是在教辅图书方面，需求的稳步上升凸显了这一细分市场的重要性和发展潜力。



871亿元

2022年中国图书零售市场规模

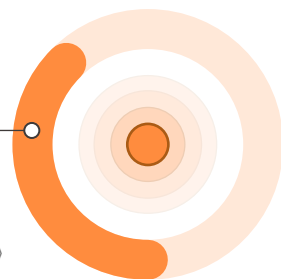
数据来源：《2022年图书零售市场年度报告》

在教辅类图书市场中，教辅类图书的码洋比重位居第二，占到全年的16.7%，市场总码洋达140亿，显示其市场重要性和影响力。《2023线上图书消费观察》报告显示教辅的销量占比达到了40%，其中中小学教辅书的销量占32%。

40%

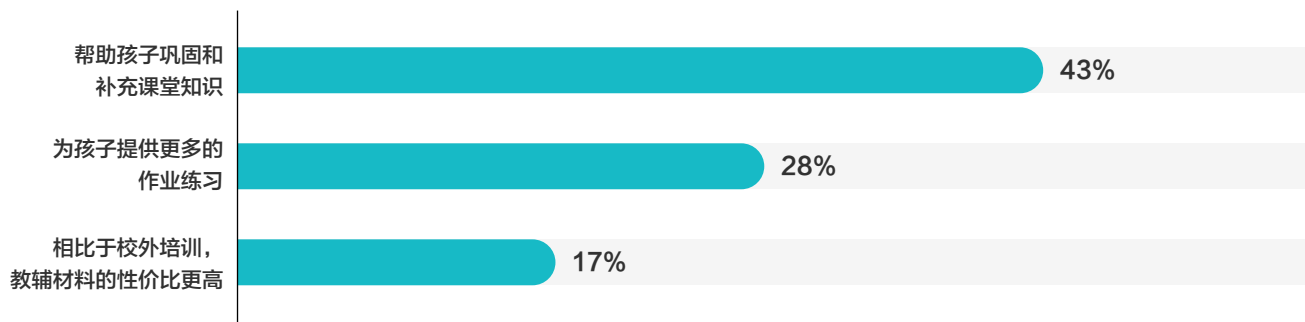
2023年教辅的销量占比

数据来源：《2023线上图书消费观察》



教辅不仅能满足学生在学习内容和方式上的多元需求，还能为家庭提供性价比高的教育解决方案，展现了其在多样化学习场景中的应用价值。调研显示，43%的家长认为教辅材料可以帮助孩子巩固和补充课堂知识，28%的家长表示教辅材料能为孩子提供更多的作业练习，而17%的家长认为相比于校外培训，教辅材料的性价比更高。这些数据不仅反映了家长对教辅多方面价值的认可，也说明了教辅在满足个性化和多样化学习需求方面的重要作用。

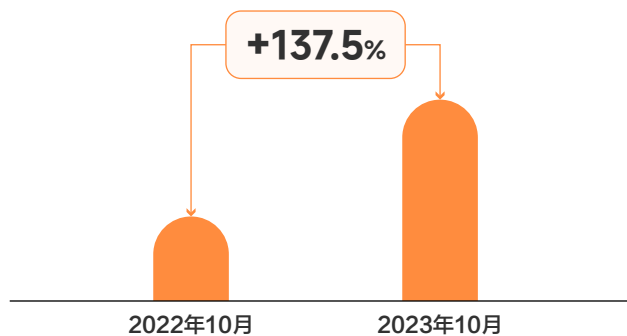
调研家长认为教辅的作用



数据来源：中国教育报调研，2023年

猿辅导的策略与市场变化同步，致力于产品的快速迭代和灵敏的市场响应。抖音平台则成为其策略实施的关键平台。据巨量算数的数据显示，抖音图书的兴趣用户超过2亿人，图书短视频数量同比增长超过130%，点赞量也同比增长超过60%，这一显著的增长不仅反映了抖音图书内容的丰富，同时也证明了用户对这类内容的高度兴趣和积极互动。

抖音图书短视频数量及同比增速



数据来源：巨量算数；时间周期：2023年10月，2022年10月

结合此背景，猿辅导进入图书行业，不仅是对市场的响应，更体现了对教育领域的深刻理解。猿辅导将科技和教研优势与图书行业需求相结合，利用大数据和拍照搜题等技术，为传统教辅书领域带来新动态。这不仅是技术创新，也是在产品设计和内容提供上的全面革新。

1.2 迎合趋势的转变： 图书市场的多元化响应



在这样一个日益向数字化和短视频渠道转变的市场背景下，猿辅导的进入不仅是对行业趋势的迎合，也是对其在教辅市场上多元化应对策略的展现。

“ 观点碰撞

算数说 算数说

在图书行业中，教辅是重点品类，猿辅导对于教辅图书行业有何看法？

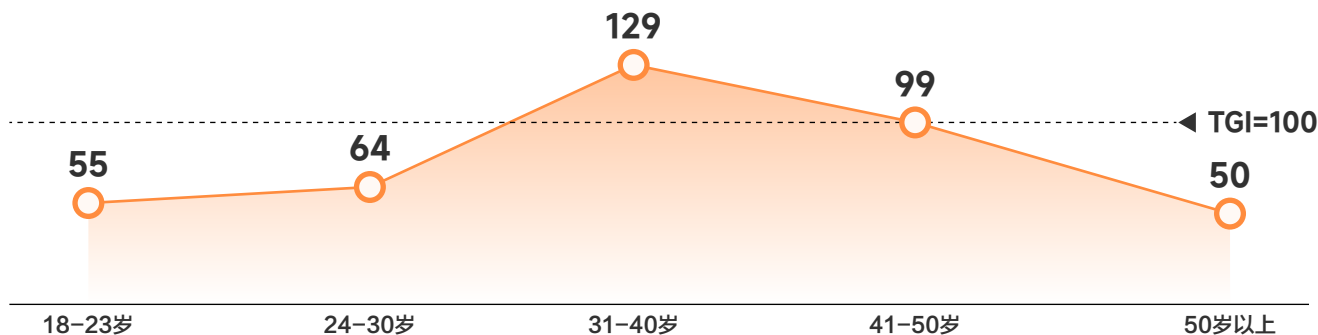
猿辅导

学生对教辅书的需求已从单一的题目训练转向多元化，如分级阅读和晨晚读，同时出现了在简短内容中提炼核心知识点的新需求。销售渠道方面，随着在线渠道的增长，购买决策权从教师转向家长。考虑到解决养育痛点，教辅行业参与者需适应新型销售模式，如短视频平台和直播销售，这改变了他们的能力要求。

”

随着学习需求的多元化日益增长，学生和家长对教辅书的需求也呈现出更加多样化的趋势。特别是“双减”后，由于供应端大规模缩减，零售教辅、教育硬件等资源载体，立刻成为家长解决教育“刚需”的新出口。尤其是在家长追求全面教育的背景下，他们对教辅书的选择不再仅仅局限于传统学科，而是开始涵盖创新教育、综合素质培养等更广泛的领域。市场数据揭示，购买教辅图书的人群中，超过60%的人群年龄集中在31至40岁之间，TGI达到129，这一年龄段的家长更倾向于为孩子选择能够提升创造力和实践能力的教辅材料。这一趋势正在推动教辅图书市场朝着更加多元化和细分化的方向发展。

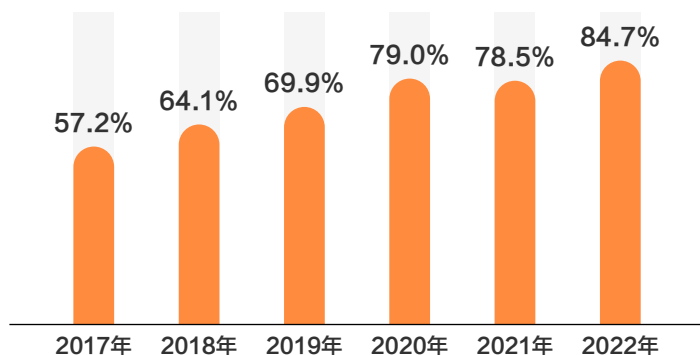
抖音教辅购买人群年龄TGI



数据来源：巨量算数；时间周期：2023年1-10月

渠道销售方面，图书行业正在进行显著的转变，线上图书销售渗透率高达84.7%，突出了线上化的强劲趋势。在这一大背景下，短视频电商在图书零售领域表现尤为突出，其年度销售额同比增长42.9%，增幅超越传统实体书店，成为一个重要的新书首发渠道。这一趋势不仅反映了数字化和社交媒体平台对图书销售渠道的重塑，也预示着短视频和直播在未来图书市场中的核心作用和广阔前景，为图书业带来了革命性的机遇。

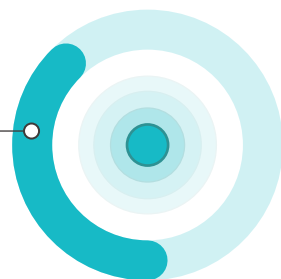
图书销售线上渗透率



数据来源：北京开卷；时间周期：2017年-2022年
注：线上渗透率指图书销售码洋网络渠道的占比

42.9%

短视频电商同比增长

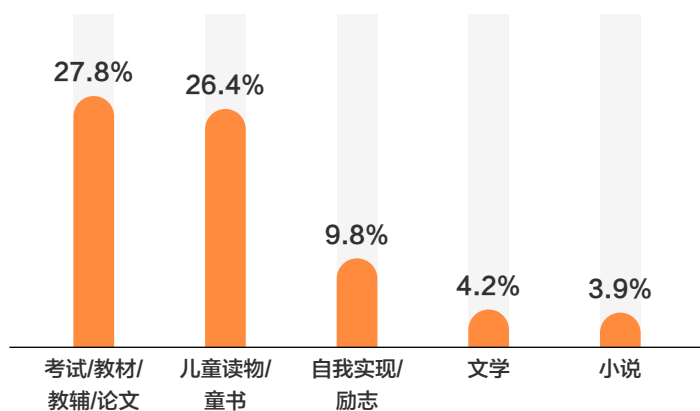


数据来源：《2022年图书零售市场年度报告》

短视频平台不仅成为了销售教辅书的重要渠道，也是用户获取信息的主要来源。抖音图书生态体现了题材多样性，特别是在教辅书籍方面，不仅满足了家长和学生的需求，还反映了对于各类读者群体的广泛覆盖。根据巨量算数的数据，2023年前10个月，教辅等类别在抖音图书上的销量位居第一，凸显了教辅在线上化销售取得的成功。

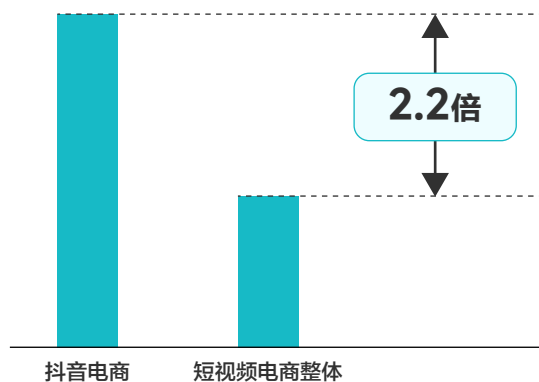
在抖音等短视频平台上，教辅书籍的销量显著增长，显示出消费者获取教辅书信息和做出购买决策的方式正在改变。抖音图书通过短视频和直播展现了其独特魅力，增速达到行业的2.2倍，证明了短视频和直播的巨大促销效果。

抖音图书订单量TOP5类别及占比



数据来源：巨量算数；时间周期：2023年1-7月

抖音电商和短视频电商整体图书销售额增速对比



数据来源：巨量算数，江西出版集团；
时间周期：2023年1-3月，2022年1-3月



第二章

PART 02

跨界共赢： 与图书产业的融合创新



2.1 渠道创新：线上引领与线下探索

09

2.2 数字化融合：图书产业的科技赋能与创新模式

11

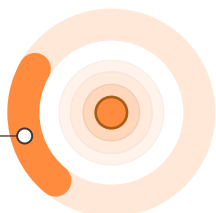
2.1 渠道创新： 线上引领与线下探索



教辅行业渠道转变是教辅行业面临的问题，线上销售渠道的增长数据突出，短视频平台和社交媒体在教辅书销售中的作用越来越重要。实际上教辅行业还面临内容供需不平衡的挑战。根据巨量算数的数据，抖音上与教辅相关的短视频数量年增长率为24.5%，而播放量更是增长了42.6%。这一趋势表明，尽管存在供需增速不一致，但教辅内容的线上需求仍在稳步增长，用户对这类内容的兴趣和参与度显著提升。

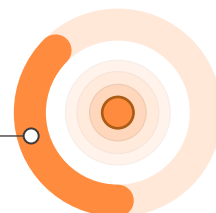
24.5%

教辅短视频数量同比增长



42.6%

教辅短视频播放量同比增长



数据来源：巨量算数；时间周期：2023年1-10月，2022年1-10月

“ 观点碰撞

算数说 算数说

现今教辅行业面临的主要问题是内容供需不平衡和渠道转变的问题，面对这样的问题猿辅导如何进行转变？

猿辅导

我们在探讨教辅行业时特别关注渠道转变问题，但是猿辅导并没有经历传统渠道的转变，因为从一开始就聚焦于线上渠道。凭借我们在互联网企业的经验，线上运营能力已经很强，但线下运营方面经验不足。

我们的策略是利用线上渠道的优势，发挥我们对线上渠道的理解，以及已建立的关系和资源。同时，我们也在学习传统行业在线下的成功做法。目前，我们正在探索如何让线上渠道赋能线下渠道，比如在推广《我们的语文》产品时，在线上投入大量资源做品牌推广，以扩大品牌在线下的影响力。我们也在积极探索渠道组合的新策略。

”

猿辅导这样的教育机构正在积极利用线上渠道优势，尤其在抖音平台上进行布局。截至2023年7月，已有近75万图书企业号入驻抖音，同比增长接近40%，显示出企业对抖音作为关键线上经营阵地的认识。根据《2023抖音读书生态数据报告》，入驻抖音的出版社超过300家，其直播场次同比增长92%，加深了图书行业与短视频平台的融合。

抖音图书企业号数量及增速



数据来源：巨量算数；时间周期：2022年10月，2023年10月

保持线上优势的同时加大线下探索也变得重要。

自2016年起，随着相关政策出台支持实体书店发展，实体书店的重要性得到了进一步强调和推动。这些政策的实施与推广有助于实体书店数量的增长，从2016年的18.5万家逐渐回升，到2022年达到约24.2万家。年轻人将“网红书店打卡”作为一种潮流，进一步促进了实体书店的流行和增长，预计到2023年实体书店的数量将达到25万家。这种趋势不仅反映了实体书店在传统阅读文化中的持续吸引力，也显示了线下实体书店的重要性。

实体书店数量

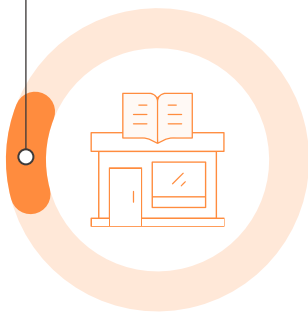


数据来源：共研产业资讯

尽管线上渠道发展迅猛，人们对线下实体店的追求依然强烈。根据巨量算数的数据显示，抖音上关于实体店打卡的短视频中，点赞量排名前100的视频里，有11.1%是与实体书店相关的打卡内容。这一比例表明，人们对于实体书店兴趣并未因线上渠道的兴起而减退。事实上，用户在抖音上打卡线下实体书店的短视频同比增速超过了10%，这一数据展示了线下实体书店不仅保持了其独特吸引力，而且在市场上仍具有潜力。这些趋势说明，尽管线上渠道提供了便利和多样性，但线下实体店书店，依然在提供独特体验和文化价值方面占有一席之地。

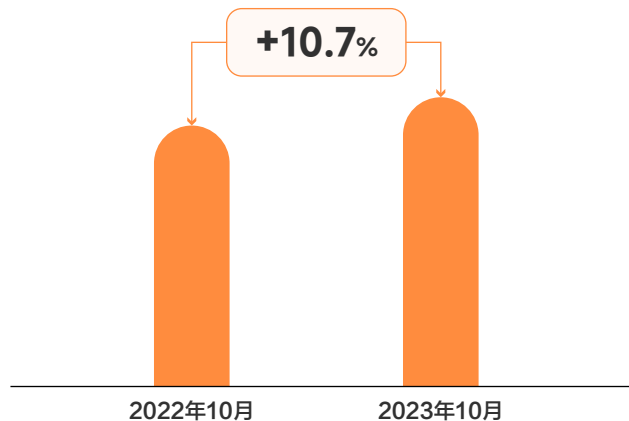
11.1%

实体店打卡视频点赞TOP100中
打卡书店占比



数据来源：巨量算数；时间周期：2023年1-10月

抖音书店打卡量及同比增速



数据来源：巨量算数；时间周期：2022年10月，2023年10月

2.2 数字化融合： 图书产业的科技赋能与创新模式



在教育领域充分利用线上渠道优势的同时，对线下实体书店的重视也在增长，这种线上线下的并行发展为机构提供了新的商业模式探索机会。特别是在数字化与传统图书产业的融合方面，猿辅导等教育机构面临如何有效结合自身科技优势与图书行业的挑战。

观点碰撞

算数说 算数说

在探索新商业模式和服务方式时，教育培训机构如何结合自身优势与图书产业有效融合，实现互利？

猿辅导

我们致力于将我们的科技优势与图书产业结合，探索新的商业模式。我们的策略包括使用科技为传统图书增加数字化体验，并从优质的传统内容中提炼适合家长和孩子的材料，致力成为权威内容与用户之间的桥梁。同时，我们注重与传统图书业者在工作方式和销售策略上的差异，如采用精品策略和快速出版新书。

猿辅导通过其数字技术的优势正在改革传统图书内容。公司利用先进技术和数据分析，推动产品发展，重点提升教育内容的个性化和有效性。这种科技核心的赋能方式不仅刷新了传统教辅书概念，还满足了当代学习者的多样化和定制化需求。

在图书销售方面，短视频营销展现出显著影响力，为图书的销售策略提供解决方案。巨量算数的数据显示，带有购买链接的图书短视频的点赞次数与销量相关系数为0.58，证明了短视频营销在推动图书销量方面的有效性。高点赞短视频能吸引观众并促使他们购买相关图书，这种趋势强化了猿辅导利用数字技术在内容推广方面的策略。

猿辅导在教辅图书市场的精品策略也取得了成功。根据巨量算数的数据，2023年1-10月间，抖音上销量最高的教辅TOP50中，前5名销量占比达38.8%。这一数据不仅证明了精品策略的有效性，还显示了高质量教辅产品在市场上的优势和受欢迎程度，与猿辅导的数字技术创新相辅相成。



0.58

图书短视频的点赞次数与图书销量相关系数

数据来源：巨量算数；时间周期：2023年1-10月
注：图书短视频指有图书带货链接的短视频

38.8%

销量最高的教辅
TOP100中前10名的
销量占比

数据来源：巨量算数；
时间周期：2023年1-10月



第三章

PART 03

生态共创： 打造教育和图书的 融合生态系统



- | | |
|----------------------------|----|
| 3.1 抖音协同：借势数字平台强化教育与图书产业融合 | 13 |
| 3.2 全民悦读会：创新IP项目中的运营策略与成效 | 14 |

3.1 抖音协同： 借势数字平台强化教育与图书产业融合



通过线上引领与线下探索，以及猿辅导在图书产业的数字化创新，我们已见证了渠道和商业模式的转型。接下来的重点是构建一个融合教育和图书的生态系统，这正是抖音平台在教育与图书产业融合中所扮演的关键角色。

观点碰撞



猿辅导

在成功融入图书产业并贡献于其发展之后，我们应该如何利用抖音的影响力和广泛覆盖，以推广我们独特的在线内容、科技创新和教育理念，从而实现进一步增长？

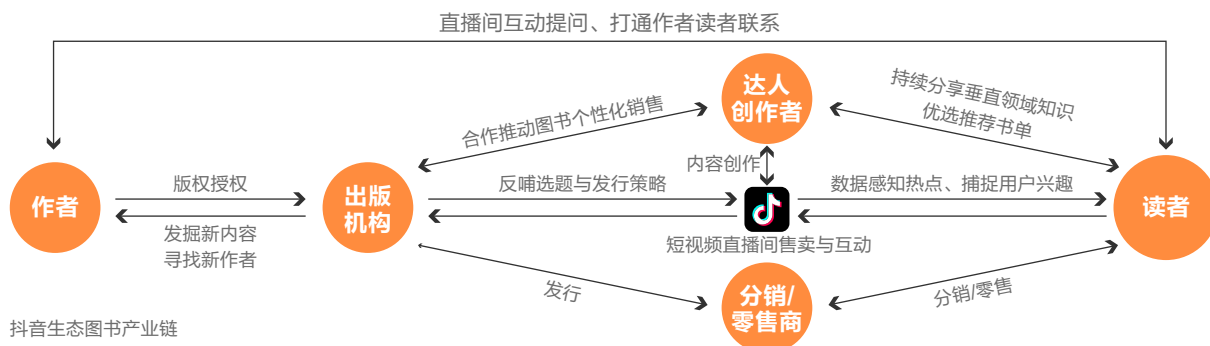


算数说

抖音为机构提供一个完整的生态，通过深度融合图书产业链，正在引领着出版产业链的关系重构。它不仅有效地协助用户优选书单，而且利用用户兴趣点为导向的短视频和直播方式，极大促进了图书的销售，使得整个图书产业链能更快速地触达用户。从供给方面考虑，传统书商在线上的转型正在快速布局抖音，同时出现了许多针对教育特色的图书经营模式创新。而从平台角度，像“全民悦读会”这样的重要IP，正在驱动图书的存量和增量销售，进一步加强了抖音生态内的电商运营能力。

平台推动出版产业链关系重构

有效帮助用户优选书单、图书全链以更短速度抵达用户



抖音平台已经成为图书行业的关键生态系统，它不仅融合了创作者的影响力和多媒体工具，而且提供了从选书到阅读的一站式体验。这一平台有效地链接了传统文学与现代技术，为作家和创作者提供了一个展示作品的新平台，并通过深度融合图书产业链来促进书籍销售。抖音不只是重塑了版权产业的关系，还促进了教育内容提供者 and 传统书商的在线创新，形成了一个包含用户、创作者、内容和图书的全面互动生态。

3.2 全民悦读会： 创新IP项目中的运营策略与成效



在抖音平台成为图书行业的关键生态系统之后，“全民悦读会”第五季的运营活动成为了这一生态系统的延伸。这不仅巩固了抖音在整合创作者影响力和提供多媒体工具方面的地位，还加强了其作为图书行业一站式体验平台的角色。作为巨量引擎孵化的图书IP，“全民悦读会”主要旨在鼓励图书从业者通过线上渠道进行经营，从而使图书更易于销售并推广知识。利用平台的强大能力，它已成为图书品牌经营的重要推动力。

在“全民悦读会”的第五季，活动从线上到线下进行了全面的布局和运营。核心活动包括悦读冲榜赛、悦读官倡议和悦读书单等，旨在帮助图书机构扩大影响力，提升销售业绩，同时为读者提供更加丰富和多元的阅读选择。

“ 观点碰撞

算数说

“全民悦读会”作为抖音图书的创新IP项目，教育猿辅导深度参与到第五季运营中，合作具体表现在哪些方面，带来了哪些具体成效？

猿辅导

在第五季“全民悦读会”这一抖音图书的创新IP项目中的深度参与和合作表现在以下几个方面：

- 1. 高层发声：**猿辅导学校执行校长马旻老师担任了本季悦读会的「悦读倡导官」，引领了对青少年阅读的联动号召。
- 2. 内容创造：**猿辅导通过短视频、直播等形式为用户甄选好书，激发了抖音用户交流阅读和学习的兴趣。
- 3. 线上推广：**利用全民悦读会的开屏、H5、搜索品专等线上资源权益，猿辅导获得了更多元的曝光机会。
- 4. 线下活动：**猿辅导在上海书展中重点发力，打造了专场图书直播活动，提供了创新的逛展体验和个性化的书籍推荐。

通过与“全民悦读会”的这些合作和运营动作作为猿辅导带来了巨大成效，尤其是在GMV增长上，图书支付订单的GMV在冲榜期间同比增长了150%，显著提升了销售和品牌曝光。

”

品牌高层
担纲悦读倡议官



上海书展
打造品牌线下专场



搜索品专
承接品牌阅读兴趣人群

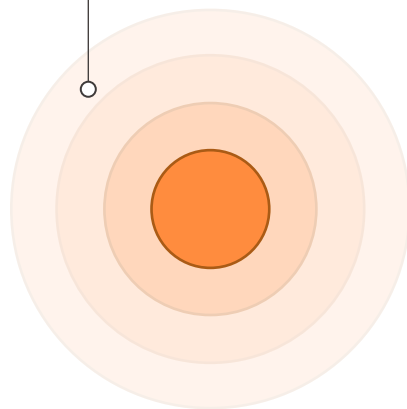


悦读会5主会场定制猿辅导品牌直播专区



150%

猿辅导图书
支付订单的GMV
在冲榜期间同比增长



数据来源：猿辅导