

技术加持资本赋能 教育行业乘风破浪正当时

中公教育集团CEO王振东：回归教育本质 筑好企业护城河

■本报记者 龚梦泽

2020年是教育行业加速分化的一年，疫情背景下，中公教育凭借整体平台优势和团队卓越执行力，快速创建了有效的应对体系，并借此扩大了领先优势和行业主导能力。

谈及如何看待疫情对教育行业的影响，中公教育集团CEO王振东认为，机遇与挑战并存。“今年上半年线上教育风生水起，蓬勃发展，获得了爆发式的增长。”王振东表示，与此同时，“对于很多内功不扎实的机构，疫情成为了压倒骆驼的最后一根稻草。”

公司半年报显示，2020年上半年，中公教育营业总收入28.08亿元，比上年同期下滑22.80%；归属于上市公司股东的净利润-2.33亿元。到三季报公布时，公司前三季度营业收入一跃增至74.4亿元，同比增长20.78%；归属于上市公司股东的净利润13.2亿元，同比增长37.76%。

“正是因为我们这场疫情，更加坚定了我们做教育的初衷，坚定了我们做教育本质的理解。业绩方面，我们在三季度强劲反弹。但是在这个过程中有很多机构迷失了，距离教育的本质越来越远。所以我觉得最大的挑战就是能不能坚守做教育的初心。”王振东表示。

关于教育的线上线下之争，王振东认为，这与教育学的本质属性相关，“中公线上教育做得比较早，我们特别关注科技对教育的影响。2001年到

2002年的时候，我们就开始对无法参加线下开课的学员录光盘，通过光盘给大家补课；2003年非典出现，我们基于56K猫、窄带技术、语音压缩、图片压缩的技术开始了第一代线上教学；到了今天的‘双师’和直播，中公在线上的技术可以说是非常成熟，但即使是这样，我们现在线上的营收占比也不超过30%。”

“很多人把线上和线下对立起来，但我认为线上线下只不过是一个问题的两个方面。如何为学员提供更好的教学产品和服务，更好地满足学员的本质需求，这一点对于线上线下的目标是一致的，所以线上线下应该是相互依存而互补的关系。”王振东强调，无论线上还是线下，产品和研发都是第一位的。离开了产品和研发，片面强调线上或线下就是无源之水和本末之末。

今年也是教育企业迅速扩张的一年。“我觉得教育借力资本首先三观要合，资本的进入和退出要符合教育的规律。此外，资本进来以后要把钱放在产品、研发、教学和服务上，而不仅仅是打广告、人才挖角等。”王振东对记者表示。

“搞教育还是要讲情怀的，不忘初心，方得始终。这次疫情终将会过去，但是未来依然还会有其他危机。”王振东认为，这次疫情对他最大的启示是，要回归到做企业的本质，回归到做教育的本质，回归到投身事业的初心。切实提升品牌价值和教学质量，筑好护城河，练好内功。



王振东



王励弘



柴明一



罗剑



吴佳峻



熊立



蒋铨阳

瑞思教育董事长兼CEO王励弘：教育要善用资本 整合资源实现自身高效发展

■本报记者 陈炜

12月18日，由《证券日报》社主办的“2020中国教育资本论坛”在北京举行。瑞思教育董事长兼CEO王励弘出席论坛并接受了《证券日报》记者采访。

今年以来，新冠肺炎疫情的发生，对教育行业产生了深刻影响。“刚开始大家确实会比较担心，但是通过疫情期间的停课不停学，反过来让教育行业发生了几个明显的变化。”王励弘对《证券日报》记者表示，一是在线渗透率大大提高；二是在供应端，老师对线上教育方式的理解和实践有了比较好的提升和锻炼；三是在需求端，原来有一些家长没有尝试过线上教育，或者对线上教育有一定的抵触，在疫情期间接触到了线上教育，找到了一些适合的场景。

疫情期间，瑞思将Rise+平台由家校平台升级为面向全国学生的课程平台，并成功推出了系列在线课程，充分展示了公司的数字化能力。在教学方面，瑞思通过OMO(Online-Merge-Offline，线上线下融合)的方式实现了线上线下课程的衔接与融合，收获了良好的效果和反馈。

在王励弘看来，线上与线下的模式各有所长。“线上线下融合的这个思路也是不断演进的，刚开始的时候大家都是线上线下分开，这是第一个阶段；第二个阶段是希望线上能够辅助线下教学，包括Rise+的模式；第三个阶段是疫情背景下我们希望线上线下融合，学生的课程可能一部分线上、一部分线下；未来是OMO+AI。”王励弘表示，其中的难点不是技术，而是在整个教学环节中，什么课程的线上效果好，什么课程的线下效果好，同时两方面能够做到匹配。“所以我们说，OMO不是一个单一的上

课问题，而是整体的运营问题，怎样把效果在不同场景中体现得更好。”

“透过现象看本质，线上和线下现在都不是终局，大家都在寻找未来的教育是什么样子的。”王励弘向《证券日报》记者表示，“我认为疫情让大家去实践多种教育场景和多种教育的方式和手段，未来可能也会发展出更多维度，都值得去探索。”

在OMO战略推进下，瑞思教育在今年第三季度实现总营收3.2亿元，其中，课程收入2.936亿元，环比增长93.9%。同时，报告期内瑞思教育净利润为2800万元，实现扭亏为盈。

“教育机构的决胜，有时候大家想的都是‘一招制胜’，但其实我认为教育不是标准化的产品，不是某一点就能制胜的。”在王励弘看来，对教育企业而言，首先品牌是非常重要的，包括家长的信任度等内涵因素；其次是课程产品，无论是线上还是线下，能获得消费者认可，达到一定的质量和效果特别重要。“技术趋同、产品同质化的教育竞争红海，教育企业必须依靠产品效果才能胜出。”

在王励弘看来，做教育更像是一场马拉松，需要具备严肃的心态。而在教育行业的发展过程中，资本也扮演着举足轻重的角色。“资本可以帮助教育企业有一个更好的用户生命周期管理，让教育产品有更好的体验，让我们的教师教学、学生学习的效率提高。”

“教培是一个万亿级的市场，前景广阔。”在王励弘看来，只有教育与资本“互相善待”才能实现良性互动，“资本要‘善待’教育，教育要‘善用’资本。教育企业借助资本支持，可以整合多方面优质资源，找寻全新增长点，朝着平台化发展。”

新东方集团助理副总裁柴明一：教育和资本互相赋能

■本报记者 向炎涛

“这十年来，教育领域的迅速发展与资本有着密切的关系，教育在成就资本的同时，资本的存在也给教育带来一些机遇。”12月18日，在“2020中国教育资本论坛”上，新东方集团助理副总裁柴明一表示。

柴明一认为，民办教育发展到今天，有三个投资热点：地面教育、教育科技和在线教育，这三者不是互相取代的，而是共同成长，共同为教育的核心做贡献的。这十年来，教育领域在迅速发展和试错，这在一定程度上要感谢资本。现今的教育赛道非常繁荣和细分，这在很多行业是没有的现象，越来越多人走进教育这一赛道。

“教育行业是反周期的，或者说与经济周期没有那么紧密，教育有自己的行业周期。”柴明一表示，政策周期、产业周期和资本周期的叠加，加上今年疫情带来的不确定性的叠加，导致今年上半年教育行业的分化与整合异常显著，很多原来做得不错的小的机构倒下，大企业也多少受到一些影响。但对于大企业来说也面临一些机会，可以通过并购或战略控制一些公司。

在柴明一看来，如何创造中长期价值会是企业未来生存的一个重要因素。从2018年到2020年，教育行业的融资次数在收缩，但融资金额在变大，这意味着每次单笔融资的投资量变得非常大。受疫情影响，资本已经开始在思考，从短期的逐利变为中长期的陪跑。

“大潮退去才会知道谁在裸泳。”柴明一说，资本也开始思考，从原来的追逐风口变为着重去看被投资企业如何才能创造出中长期的长线价值。

资本与教育的明天是什么？柴明一表示，会更关注教育和资本的融合。“资本和教育的结合一定会继续下去，但可能会有几个方向性的趋势。资本可能会更快地加入头部、加快模式创新和科技发展这三个方向性的被投资企业，因为有些被投企业的成果可以用于更大的教育领域。中国教育的发展，资本未来会给出更大的能量或者赋能。”

最后，柴明一谈及，资本和科技确实是在推动教育的进步，但实际上并不能够完成教育的使命和目的。教育最后的目的是人，应该由教育从业者、支持教育行业的人、社会各界，以及千千万万个家庭的家长和学员共同努力创造整个教育生态。

掌门教育联合创始人吴佳峻：在线教育突破“边界”拥抱“技术”

■本报记者 向炎涛

12月18日，“2020中国教育资本论坛”在京召开，掌门教育联合创始人吴佳峻在现场表示，2020年，教育行业正在突破“边界”，技术和教育正在迎来深度“融合”。无论对于行业还是公司，有些边界在拓宽，有些边界被打破，还有新的边界在逐渐建立。

首先，在线教育的边界被拓宽，由于今年特殊环境的影响，大部分用户的学习需求转移到线上，很多家长和用户开始接触并接受在线教育的形式，大大提高了在线教育的渗透率；其次，技术的发展进一步突破了教育的原有边界，今年前沿技术的发展和运用，由过去的工具开始向场景转变，为教育内容和形式带来极大改变，并逐步提升了教育效果和体验感。未来，技术和教育的融合趋势仍将继续；最后，随着用户个性化教育需求的不断提升，教育行业垂直赛道的划分也更加细致，整个行业内部的边界将越发清晰。

对于如何看待线上和线下教育的竞争和融合，吴佳峻指出，线上和线下教育公司应该发挥各自优

势，带来更加优质的教育产品和服务。同时，二者在教育理念、教研、技术等方面可以相互借鉴与融合。

随着科技的进步，AI、5G等新兴技术，从内容和形式上大大提升了教育的效果与体验感，将教学创新推进到更高层次。“新的十年，在线教育存在更大发展空间，但关键在于如何拥抱技术进步，打造在线教育行业的核心优势。”吴佳峻表示，随着人工智能、大数据等技术的发展，教育领域的技术应用会更加丰富。因此，对于在线教育领域来说，无论是用户还是市场规模，都存在着进一步扩大的可能和需求。

近年来，掌门教育设立AI研究院等机构，打造智能教学助手、智能学习引擎和后端智能化管理等全场景的“AI+教育”融合模式。同时，搭建起完整的在线教育智能化体系路径，实现了“AI in all”的互动教学方式，以科技串联起智能化管控全流程。

“经过疫情期间的考验，整个在线教育行业将更加成熟。”吴佳峻对在线教育企业的未来充满信心，并深知肩上重任所在，“所有头部企业需要承担起带来更大社会效益和价值的责任，只有这样，未来在线教育行业才会朝着良性、有序的方向发展。”

泰合资本董事蒋铨阳：教育消费是最刚性的消费场景

■本报记者 许洁

2020年即将收官，如果要用一个词来总结教育领域，那会是什么？12月18日，在“2020中国教育资本论坛”上，泰合资本董事蒋铨阳分享了自己的观点。

蒋铨阳认为：“教育行业并不是风口和概念频出的赛道，但确有趋势和浪潮。教育的本质需求是人的发展和提升。在兼具普惠和公共属性的同时，人们对教育永远不缺乏付费意愿，教育消费作为最刚性的消费场景，本质是家庭和个人对未来的投资，这一刚性的普适性需求，使其具备穿越周期的生命力。”

对于教育赛道的现状以及未来，泰合资本提出了五大核心观点：第一，2020年教育行业的关键词是“集中”，头部玩家市场占有率更加集中，马太效应进一步加剧。融资市场出现极度的两级分化，头部企业“钱拿到手软”，大量尾部企业面临洗牌。获客方面，头部企业在品牌影响力、口碑密度以及投放资本上都具备领先身位，头部企业和中尾部企业的差距正在迅速拉开。

第二，线上向线下求势能，首先是找流量；线下向线上求势能，首先是造供给。线上和线下融合的终局是学习效果的最高效交付。如何从预习、教学、练习、测试、评价全链路实现高效教育交付，将是教育公司布局线上线下的最重要命题。

第三，并购融合成熟团队将成为拓展科目的重要选项。但这里有两点特别需要注意，一是要对新开拓的科目心存敬畏；二是要注意同步提升公司的人才储备和组织能力。

第四，大班课终局竞争力将由流量能力决定。不同班型的差异并非在于上课人数，其背后本质的教学逻辑、核心竞争要素差异巨大。

第五，教育行业下一个十年的机会一定出现在技术驱动的供给改革。在线教育必将经历直播化、产品化、智能化三个阶段。随着数据、系统、算法技术的发展推动智能化产品落地，如何实现为每个孩子量身定制个性化的预习、教学、练习、测试、评价体系，以达成更短时间更好效果的学习闭环，将是下一个十年教育行业的最大机会。

火花思维创始人兼CEO罗剑：小班直播课领域群雄逐鹿不再

■本报记者 许洁

12月18日，由《证券日报》社主办的“2020中国教育资本论坛”在京召开。火花思维创始人兼CEO罗剑在现场表示：“我们所处的这个行业比较特殊，不是能够用钱炒出来的，也不是能够用流量冲出来的。那些有流量的公司在这个赛道上并没有太多优势，更多的是看谁能够潜心打造课程产品，潜心培养教师团队。所以我们今天看到，在小班直播课领域，目前已经没有群雄逐鹿的感觉了。”

今年8月末，火花思维宣布布局英语赛道，实现旗下AI课程体系内的数理思维、大语文和英语三驾马车齐驱。起步于数理思维赛道并定义了数理思维赛道的火花思维，从拓展大语文学科开始便已显露出更大的野心。而迈入英语这一更广阔、竞争也更激烈的赛道，则进一步体现了火花思维对于产品和服务的底气，以及做全科教育集团的决心。

罗剑称：“很多北京、上海一线城市用户都知道火花思维。火花思维专注于学龄前或者一年级的小朋友，但我们现在也在往高年龄段拓展。三年级及以下的年龄段，火花思维是第一家采用带有剧情的交互互动的小班课公司。通过儿童认知发展专家、儿童心理学专家，还有经过八九年打磨出的课程，我们发现这个年龄段有同伴一起学习、有老师来引导、有丰富有趣的课件陪伴，可以达到非常好的学习效果。”

在罗剑看来，AI课也好，大班课、小班课、“一对一”也罢，最终还是要看能否满足教育本质上的需求。“孩子愿不愿意学？学习有没有效果？能不能针对每个人不同的个性、特点或者掌握知识的强度、好坏进行不同的辅导？最后就是学科的本质也不同，英语、数学、语文天然是不一样的。”

“聪明的创业者通过各种方式满足了孩子和父母各种各样的需求，但很难说有一家公司把全部都做到了，火花思维更多尝试的是小班课，我觉得小班课是陪伴，孩子愿意尝试，大家看起来很开心，有竞争力。有些人崇尚技术为先，全部用AI课，不想管那么多老师，试图用各种技术、各种手段满足不同的需求。”

数据显示，截至11月末，今年在线教育行业共披露融资事件89起，与2019年同期披露的136起相比减少了34.56%。但融资总额却实现激增，截至11月末，2020年在线教育行业披露的融资金额共计约388亿元，较2019年同期的108.75亿元增长256.78%。

罗剑称，“在线教育领域的投资基本上差不多了，以前投教育的和现在不投教育的，都投消费品牌去了。现在头部活着的品牌口碑比较好的教育企业，都是靠抱有信心、远大理想的创业者坚持做下来的。大家之前交了很多学费，也摸索了很多经验，现在踏踏实实做就行。”

网龙首席执行官熊立：网龙致力于建立服务全球的数字教育生态圈

■本报记者 刘斯会

在线教育、数字教育、智慧教育的发展势头锐不可当。在教育行业深耕多年的网龙网络控股有限公司(以下简称“网龙”)在2020年发展迅猛。12月18日，在“2020中国教育资本论坛”上，网龙获评“最具市场认可奖”。

据《证券日报》记者了解，网龙目前已与20多个“一带一路”沿线国家和地区达成合作，主动对接各国需求，成为输出数字教育“中国方案”的践行者。对于未来规划，网龙首席执行官熊立曾公开表示，网龙的目标是致力于建立服务全球的数字教育生态圈。

记者获悉，网龙已与加纳教育部达成合作，网龙旗下全球在线学习社区Edmodo被加纳教育部选为该国K12教育体系唯一指定在线学习平台。这意味着Edmodo将进入加纳超过3万所公立及私立学校，覆盖加纳全国930万名学生和45万名教师。往前追溯，今年3月初，为防止教育进度受疫情影响而中断，联合国教科文组织建议使用远程学习计划，并在其官网推荐了一份应用程序和平台清单，Edmodo位列其中。随后，Edmodo被埃及教育部指定为远程学习平台，服务埃及2200多万学生和100多万教师；5月份，泰国教育部宣布，Edmodo及银河编程入选泰国1万所K12学校的在线学习平台及编程学习解决方案；6月份，美国佛蒙特州教育厅宣布与Edmodo建立合作伙伴关系。在欧洲，Edmodo在意大利、西班牙等国家迎来用户的强劲增长。

是子公司普罗米休斯在全球学校关闭的大环境下，继续保持其全球市场领导者的地位，并提高市占率，平板出货量同比增长25.6%，体现了公司差异化产品的价值和独特销售网络的优势。同时Edmodo在过去几个月中，市场规模迅速扩大。

网龙董事长刘德建表示，公司于今年8月份与埃及教育部达成共同承诺，签署了谅解备忘录，向埃及提供国家级的定制化混合式学习解决方案，该方案整合了普罗米休斯和Edmodo的产品，将在未来数年带来大规模的收入。

“最近这几年，从网龙海外拓展的实践看，海外国家已逐步认可并接受中国教育企业的能力，甚至欢迎中国数字教育企业扎根当地发展。”熊立称，随着公司的全球合作伙伴越来越多，服务用户范围越来越广，自己愈发感受到作为一个“教育工作者”的责任和担当。

目前网龙的教育业务已覆盖全球190多个国家，200余万间教室，惠及超1亿用户。公司以数字中国建设峰会为着力点，不断开拓“一带一路”市场，目前已与俄罗斯、埃及、尼日利亚、肯尼亚、哈萨克斯坦、马来西亚、新加坡等国家建立了深度合作。

对于未来规划，熊立称，将从三个方面发力，通过数字教育资源生产基地，持续助力全球数字教育业务的发展。第一，公司将提供最优最多的资源与各国加强资源方面的合作，引入全球优质教育资源，打造全球教育资源汇聚中心。第二，打造“人工智能+”生产模式，网龙将利用AI、3D、VR等技术，整合全球领先的开发引擎，打造数字教育资源智能生产线，满足全球数字教育资源的生产需求；第三，建立全球化数字教育生态圈，网龙将持续深化与全球顶尖高等院校、知名学术研究机构合作，联合上下游企业，建立服务全球的数字教育生态圈。