

K12洗牌 新生代逆行入市

上半年广东新注册教培机构全国最多

文/图 羊城晚报记者 蒋隽

日前,来自全国的上百位教培机构校长齐聚“2020教培See it 数字化升级发展论坛·广州站”,探讨疫情后教培行业发展方向。

记者获悉,虽然疫情中一批教培机构出局,但资本仍然看好教育行业,今年1-7月广东新注册教培机构两万多家,但粗放经营时代已经过去,数字化转型升级和精细化管控成为机构成败关键。

教培行业数字化转型已是行业共识,各大机构需要怎样的策略支持?论坛从产品驱动、运营拉动、营销推动、技术支持等方面进行深入探讨,为教培行业机构展现全新视角。



2020教培See it数字化升级发展论坛·广州站

逆行入市: 广东新注册2万多家教培机构

北京智来时代管理咨询公司创始人邢炼介绍,根据相关部门的公开数据,2020年1月-7月教培机构新注册数量显示,广东新注册教培机构26606家,位居全国第一。其次是山东新注册17391家、北京10119家、河北8403家、江苏7844家、河南7481家、辽宁7192家、浙江6411家、湖南5352家、天津

4428家、山西3789家、上海3269家、湖北2810家。教培信息化应用工具提供商希沃的销售数据也印证了这一现象。希沃教育事业部销售总监柳宗政介绍,今年以来,希沃在主流电商平台上的教培行业产品销售量不降反增,增幅达到100%,培训机构对于直播、双师课堂、摄影设备的需求大幅增长。

资本青睐领域: 转向素质教育及内容打造

邢炼认为,其中原因还是在消费者教育的需求并没有变化,教育市场巨大,资本仍然看好教育行业。

但随着国家教育政策导向的变化,例如小升初就近免试入学、公民同招、强调素质教育等政策陆续出台和落地,资本青睐的K12(教育类专用名词 kindergarten through twelfth grade,是学前教育至高中教育的缩写)领域

有所变化。邢炼表示,根据智来时代的统计,分析去年和今年上半年投资事件的细分领域发现,2019年上半年资本主要投向的前五大领域分别是课外辅导、融合创新STEAM、IT管控系统、英语培训、职业教育;2020年投资前五大领域是融合创新STEAM、艺术教育、课外辅导、职业教育、产品及内容研发。

粗放经营时代过去: 数字化转型升级,精细化管控

在本轮行业洗牌中,新生代并非简单重复死在沙滩上的前浪,而是整个行业面临数字化转型升级。粗放化经营的时代已经过去,思维调整+模式调整+工具推动+技术助力=教培行业新生代。数字化转型并非仅仅是行业需要,更是消费者需要,消费者更需要得到量身定做的推荐、课程、技能以及服务,因此数字化转型升级势在必行。

疫情下不少机构都看到了:利用必要手段打造线上线下结合的获客、课程、运营、管理能力,是教培行业数字化转型的底层逻辑。



圆桌论坛中,企业高管各抒己见

希沃教育事业部总经理郭潇表示,精细化管控在教培行业数字化转型升级中已成大势所趋,重要性不言而喻,谁能抓住这一趋势,谁便能率先完成逆势上扬,占领教培行业高地。

对于教培机构未来的管理,邢炼指出:“跑冒滴漏现象足以致命,决策失误的时间和机会成本已经不可承受,不仅行业需要精细化管控,消费者同样需要精细化管控带来更加舒适的体验。”

希沃教育事业部总经理郭潇表示,精细化管控在教培行业数字化转型升级中已成大势所趋,重要性不言而喻,谁能抓住这一趋势,谁便能率先完成逆势上扬,占领教培行业高地。

中小机构 数字化升级 三建议

目前,线上线下融合的OMO模式成为业界公认的数字化未来。数字化转型到底要怎样理清轻重缓急,稳步发展实现新动能增长?

卓越教育产品总经理曹天一介绍了卓越OMO做的三件事:

一是产品端的OMO,产品转型,将过去线下孩子每周只能上几个小时的课程,转换成线上线下、长期短期结合的、最高效的课程解决包,未来给学生的并不是一个课程,而是一个解决方案。

二是研发端的OMO,从总部中央厨房出去的产品,给予分校一定的修改权限,完成分校的本地化,从而完成整个产品的闭环。

三是提升产品体验,计划用两年时间将全国的上千间教室进行硬件和软件的升级、替换,对整个产品进行更新和迭代。

对于不像卓越这么“财大气粗”、体量较小的中小机构,如何完成自己的OMO转型?对此曹天一建议中小机构:首先数字化升级和产品迭代一定要做,否则只能被淘汰;其次,对于中小机构自己研发数字化升级资金投入上肯定不现实,可以直接购买第三方服务,自己只需要构建“插播”,上面插什么自由选择,最好是插行业最尖端的硬件和服务;第三,将精力收缩回招生、引流、课程本身,在区域内形成优势。

EC SCRM教育事业部负责人卓传洋表示,对于中小机构来说,数字化升级的趋势不是私有化,大量机构都会与行业平台级服务建立深度关系,专业的人做专业的事情,机构未来信息化的趋势一定是和平台级服务的融合而不是自建,未来的校长不必再焦虑营销,而是定位好核心客户群去关注他们的体验,未来客户获取不是问题,而是有没有能力挖掘客户的全生命周期价值。



卓越语文5G全息公开课《二十四番花信》

小朋友向“苏东坡”提问

全息课堂来了! “5G+教育”路往何方?

文/图 羊城晚报记者 蒋隽

还记得星球大战中,莉亚公主向欧比旺求救的全息图像吗?日前,两堂5G全息投影公开课在广州开课。

疫情之后,教培机构的线上线下教育如何融合?5G技术将如何颠覆教育方法和课程?业内人士认为,“5G+教育”不仅止于网速更快、互动更流畅、现场更生动,更关键在于整个行业对课程的创新性开发,赋予课程、教学颠覆性的变革。

各大教培机构加速布局OMO模式

今年的疫情,给教育行业带来深远影响。在线学习推进了家长和学生通过网络学习的接受和习惯。例如卓越财报显示,上半年,卓越教育寒假课程的线下在线转化率高达85%,寒假和春季的退费率分别为42%和25%,报告期内寒暑假续读率为80%,整体受疫情影响有限。同时,卓越教育在线一对一业务取得突破,收益为2019年同期的4倍。

外部危机加速了教培行业内部变革,相关报告显示,受疫情影响,OMO(Online-Merge-Offline,线上线下融合)教育模式在K12教培行业的渗透率大幅提升,达到91%。同时,线下复课后准备使用OMO教学产品的机构比例也达到了72%。

记者观察到,疫情之后,传统的线下教培机构在向上发展,传统的线上教培机构在向下扩张,线上线下融合的教育成为各家认同的教培行业未来模式。线上机构和线下机构在OMO赛道上,各自优势和短板是什么?谁能走得更快、更好?

对此,卓越教育创始人、集团董事会主席及总裁唐俊京认为OMO对于线下机构更有优势,“因为线上公司扩展到线下,可能实现跨区域管理、线下布局等,是一个重资产过程”,而对于线下机构来说,由重到轻相对容易,发展线上的渗透率大幅提升,达到91%。同时,线下复课后准备使用OMO教学产品的机构比例也达到了72%。

新奇:5G全息课堂

OMO怎么做?具体内容和模式业内并无定论。尤其到2019年,中国正式进入5G商用元年。5G“大带宽、低时延、广覆盖”的技术特点,为各行各业数字化、智能化转型提供了技术前提和基础平台。5G智能制造、5G无人驾驶、5G远程会诊……5G在各行各业的创新应用,纷纷登场。

在5G技术浪潮下,教育必然与5G技术结合,技术如何为教育带来革命性变革?

10月18日,卓越教育与广东联通正式签署打造“5G+教育”生态战略布局协议,成为国内第一家“5G+教育”生态打造的教育机构,推进5G智慧教育的纵深发展。

在现场,记者看到卓越教育带来了两堂十分新奇的5G全息投影公开课。第一堂课语文老师李璇带来的当代散文赏析课《四周灯光暗下,一只七彩蝴蝶翩翩飞舞,化为身穿白衣

的李璇老师。李璇老师随着四季的花开花落,把宗璞的散文《二十四番花信》层层剖析,一时令,一句诗,一幅画,整个课堂唯美至极,学生随着诗画似乎触碰到了四季,也真切感受到了作者的写作情感。

第二堂课是张嘉通老师带来的5G全息投影直播课——古诗词鉴赏《浣溪沙·游蕲水清泉寺》。

老师身在发布会7公里之外的采集端直播,发布会现场的学生们可以看到,嘉通老师头戴VR眼镜,身穿西服,自称“东坡居士”。

在接下来的15分钟里,讲台上生动还原了苏轼看过的风景、走过的路、所思所想,一个场景,一段剖白,一句诗。让孩子们穿越时空,似乎真正见证了九百多年前,苏轼这首作诗是如何诞生的,使得学生对这首古诗有了更深刻的理解。

关键:行业合力创新开发课程

但“5G+教育”仅止于网速更快、互动更流畅、现场更生动吗?更颠覆性的方向是什么?

唐俊京告诉记者,一方面,5G课程低时延卡顿、4K高清画面、多方互动,有助于解决在线课程“学生专注力下降、自主学习力差、师生互动难度大”等难题;另一方面,虚实叠加的全新教学场景,在现实中难以呈现的教学难点得以解决,让书本上的知识活起来,帮助教师更好地传授知识,课堂的互动性更强、趣味性更浓。

未来“5G+教育”的关键,在于对课程、教学的颠覆性变革。唐俊京表示,5G全息课堂更大的未来是教学内容的变革,需要全行业所有企业利用新技术开发更多丰富的课程。例如融合VR的小白鼠解剖课,生动再现宇宙、太阳系的科学课等。

他表示,卓越教育已搭建5G全息投影课程采集端,未来将大力研发不同学科的5G全息课程,增强教学效果。



画啦啦学员网上学美术

疫情期间在线上上课,让不少家长和学生接受了在线学习模式;疫情缓解之后,方便快捷的在线素质教育留住不少用户。记者了解到,近来不少在线素质教育机构用户持续增长,获得资本青睐,产品加快迭代,师资招聘加快步伐。

线上素质教育受资本青睐: 加快扩张,占领蓝海

文/图 羊城晚报记者 蒋隽

家长:选择线上美育启蒙

今年4岁的多多,原本在小区附近的一家儿童画院学习绘画。今年上半年,画院一直无法恢复教学。于是,家长为多多选择了一个线上绘画课程,经过一段时间的学习,家长发现,学习效果还可以。

“是直播课的形式,一个老师对6个孩子。本来只打算试

一试,后来发现相比画院一个老师对十到二十个孩子,线上的老师反而对作业的点评能更加详细,而且省了路上来回的时间。孩子还小,先发展一下兴趣,看看有没有天赋。”多多妈妈说。

对于孩子的素质教育,不少家长抱着这样的想法,更愿意选择线上学习。

资本青睐线上素质教育

日前,《2016年-2020年上半年中国教育行业并购活动回顾及趋势展望》发布。报告显示,K12在线教育成为资本关注重点,素质教育在线化得到认可。

报告显示,相较于K12的学科赛道,素质教育属于非刚需产品,因此线下机构受到疫情影响较大,许多用户转战线上。与此同时,对于年纪较小的孩子

在线素质教育机构:加快产品迭代和扩张

在市场和资本的双重利好下,在线素质教育机构也抓紧机会,加快产品迭代,力求迅速扩大市场份额。例如,画啦啦少儿美术母公司六一教育日前上线迭代了智能在线素质教育产品“咕比AI课”,旨在借助AI进一步开发幼儿启蒙及闭环市场,形成少儿素质教育生态闭环。

该课程主要面向3-8岁儿童,AI交互技术打造“游戏化课堂”,以互动游戏的方式为孩子提供沉浸式的学习和探索环境,激发孩子的学习兴趣,培养发散思维和创造力。目前该公司已经形成针对一二线城市和三四线城市

在线教育难点:效果评估和AI应用深化

理解孩子的教育,每个月班主任会给家长一份报告,指出孩子在哪些方面有了进步,哪些方面需要进一步提升,之后将如何规划课程。让家长对孩子的能力提升程度有一个比较清晰的认识,才能跟孩子一起坚持下去。

此外,近年来AI成为线上教学的“法宝”,但AI对教学的帮助还需深化。业内人士介绍,AI在线上素质

教育的初级应用是在维持小朋友的兴趣度上面,利用AI游戏互动让年龄段较小的孩子保持注意力的集中,同时加深对知识的理解。

未来,AI还需在因材施教中有更多的探索和尝试,根据收集到不同学生的创作、学习习惯、课堂的表现,分析不同学生更适合什么样的课程形式,有针对性地调整学生的课程。



画啦啦老师在上课