

入局启蒙教育 好未来打响寒假生源战

学而思网校和猿辅导的“K12网校暑期营销战”仿佛还在昨日，好未来就开始为即将到来的寒假生源抢夺战“排兵布阵”了。12月13日，北京商报记者获悉，好未来旗下的学而思网校针对幼儿园及小学低年龄段儿童正式孵化出了“小猴”品牌，主打AI互动课。其中，“小猴语文启蒙体验课”于12月16日开课。

据了解，早在今年8月，“小猴英语”试水上线，加之正处于孵化中的“小猴数学”，好未来攻占启蒙教育领域的决心尽显。尽管好未来已连续出现两个季度的亏损，但其依然秉持了加码线上业务的战略。而此时上线启蒙教育产品，是为了寒假市场生源争夺做储备还是另有图谋呢？

亲自下场做防御

好未来在投资了不少学前阶段的教育品牌后，终于决定亲自下场将业务链延伸到了启蒙教育领域。北京商报记者发现，小猴语文的公众号目前正在“大力”售卖49元10节的AI互动语文启蒙体验课。据介绍，课程由清华北名师主讲，还赠送包含绘本及教具的礼盒，12月16日第一期开课，且开课即赠新人代金券，完成一定课时还可全额退还体验课学费。

有别于以往对低幼教育品牌如咕咕故事、小伴龙、鲨鱼公园等的投资形式来构建学前教育生态，这次好未来“亲自下场”了。根据其公众号介绍，小猴语文是由好未来旗下学而思出品，是市面上首款学前启蒙一站式语文学习App，主要面向4-6岁的孩子。内容上，按照国家部编版大纲要求，将小学低年级所要求掌握的汉字、拼音、国学、表达、阅读五大模块知识，用趣味动画、AI互动课等形式给予呈现。北京商报记者针对小猴语文及小猴品牌的市场定位、投入情况等向好未来相关人员询问，截至记者发稿未得到回复。

有业内人士透露，学而思网校内部已设立了“小猴项目组”，成立小猴英语、小猴语文、小猴数学等部门。项目组由原摩比思维馆总监赵璞负责，目前团队超过500人。据了解，小猴英语已于8月上线，针对2-8岁的孩子以AI互动课形式提供英语启蒙课程。现阶段，小猴数学仍处于孵化

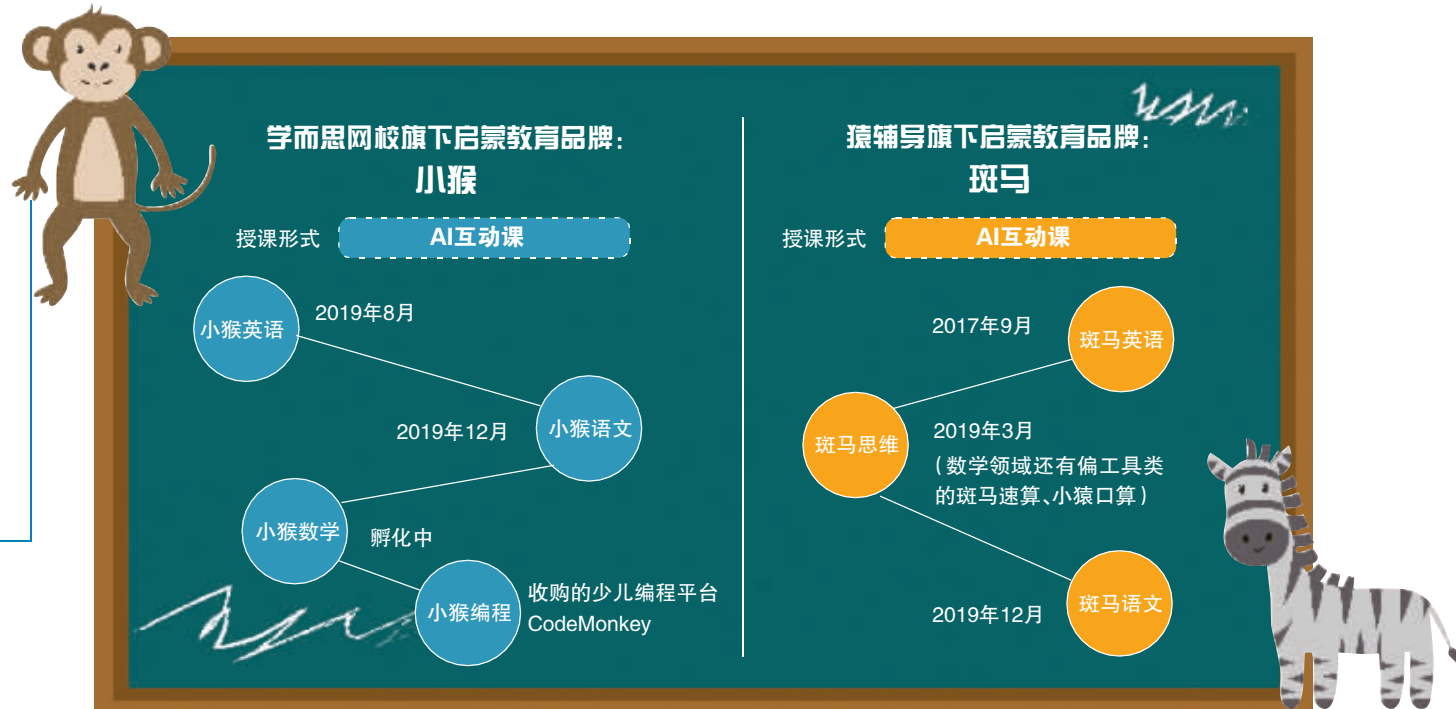
中，但已注册了公众号“小猴数学启蒙”。据介绍，小猴数学是面向2-8岁孩子的数学思维启蒙课。据悉，好未来已将全资收购的少儿编程平台CodeMonkey整合打造为小猴编程，形成小猴品牌的多学科布局。

好未来为何没有再通过投资来布局启蒙赛道，而要选择在这个时间点亲自下场搏击呢？在多鲸资本高级分析师汪恒看来，这是好未来的战略性防御策略。在今年可以看到，专注于数学思维启蒙、英语启蒙的企业都已呈现出高速增长态势，证明了这块市场具有良好的成长性，在还没有巨头出现之时，好未来需要主动入局做好防御。加之学而思网校的K12业务相对成熟完善，也就顺理成章从入口圈进流量。

加码线上抢生源

不仅亲自入局启蒙教育领域，从小猴英语和小猴语文的AI互动产品形态来看，好未来也在持续加码线上业务。正如好未来教育集团CEO罗戎在2020财年二季度财报中所表示的：公司将继续投入在线教育及相关技术。

但事实上，好未来已连续出现了两个季度的亏损。7月时，好未来2020财年一季度财报显示，公司出现了730万美元净亏损，这是好未来狂奔九年后的首次亏损。受此影响，财报公布后股价一度跌幅达14%。不仅如此，亏损延续到了二季度，净亏损额几乎翻倍至1440万美元。一方面亏



损扩大与不断上涨的成本和营销密切相关；另一方面，好未来在投资方面产生的资产减值也令财务数据承受较大压力。

今年，暑期K12在线教育公司集体掀起营销大战。据不完全统计，学而思网校大概投入了8亿-10亿元的营销费用，猿辅导大约在4亿-5亿元之间，作业帮投入约4亿元，仅这三家之和已超过20亿元，整个行业达到40亿元。有学而思网校工作人员告诉北京商报记者：“外面的‘狼’太多了，不下大力气投入就会丢掉市场。”值得注意的是，好未来自暑期大战后股价一路上涨，市值逼近前期高点，被投资人认为是好未来的暑期营销费用被资本“买了单”。

在猛烈的市场攻势下，好未来二季度总学生人次（长期正价课）突破340万，同比增长54.5%，主要是由于小班课和在线课程入学人数增加。可见，面对在线教育快速增长的大趋势，好未来不得不持续加码线上，且在竞争白热化阶段，谁烧钱多，就意味着谁的市场份额更大。

从目前来看，好未来对于小猴品牌还未开始大规模营销。新产品的推出一般会小规模小范围的论证后才开始铺量。”业内人士刘鹏（化名）向北京商报记者表示，在条件成熟后，相信好未来依旧会开启营销模式，这与其是否亏损没关系，是发展在线业务和布局新赛道的战略方向所要求的。

汪恒认为，启蒙教育业务属于好未来的增量业务不是重心，不会下大力气在这块。好未来除了网校外，也在深入布局to B端的未来魔法校业务。

在下沉市场突围

值得注意的是，就在小猴语文启蒙体验课售卖前一周，猿辅导旗下启蒙系列“斑马”品牌推出1元购买原价49元的斑马语文体验课活动。据悉，斑马语文也适用于4-5岁学生的语文启蒙，配有10次AI互动课程以及配套随材，赠送语文启蒙礼盒。目前，斑马语文还没有App，体验课需要下载“斑马英语App”进行学习。

业内有观点认为，好未来的“小猴”品牌，其市场定位、产品类型直接对标了在线教育头部玩家猿辅导旗下的“斑马”系列产品。此前，猿辅导已推出了斑马英语和斑马思维。其次，业内在启蒙教育的英语和数学思维赛道已有一些垂直玩家，如叽里呱啦、火花思维等都进行了深度布局，作为“后来者”的好未来是否有机会呢？

在刘鹏看来，有口碑沉淀的好未来是具有优势的，教育行业是一个高度分散的市场，没有一家企业可以做到通吃，在启蒙教育领域，各家的跑马圈地也刚刚开始。好未来有完善的学科教研体系、师资

团队，还有美国硅谷的技术团队支撑。但也不能否认，现阶段在线教育的获客、转化是共性难题，对于好未来这样的大机构有钱可“烧”，但也可能会存在预期高于实际的“偶像包袱”。

据前瞻产业研究院发布的《2018-2023年中国早教行业发展前景预测与投资战略规划分析报告》显示，2017年我国早教市场总体规模已经达到了4891亿元左右，预计2020年早教服务总收入将达到8100亿元。二胎政策开放后幼儿教育市场升温，预计2020年幼儿教育市场规模将突破8000亿元。

汪恒认为，现阶段幼儿启蒙教育市场进入快速发展期，渗透率还较低，用户整体的线上使用习惯和品牌认识都还不够，正处于一二线城市的认知普及期和流量圈入期，然后会下沉到三四线城市。波比英语创始人兼CEO荀向东也曾表示，以启蒙英语为例，中国目前仍有8000万儿童的英语启蒙教育有待深度开发，三四线城市才处于萌芽状态。

眼下，正值寒假市场生源的争夺期，而流量争夺将成为在线教育企业的持久战，竞争也将更加激烈。开始在入口处“截留”的好未来还将再获得多大的市场有待时间验证。

北京商报记者 刘斯文

Market focus

美联英语独立IPO失败 成人英语“魔咒”难打破

北京商报讯（记者 刘斯文）自5月向SEC递交招股书后，以线下成人英语起家的美联国际教育集团（以下简称“美联英语”）上市一事又有了最新变化。12月12日，美联英语与美股上市公司EdtechX Holdings（以下简称“EdtechX”）达成最终合并协议，合并后，新公司名称改为Meten EdtechX。

在业内人士看来，美联英语已经通过SPAC（Special Purpose Acquisition Corporation）的方式完成了上市，类似于A股的借壳上市，同时这也意味着美联英语的独立IPO上市计划失败了。

据悉，EdtechX于2018年10月在纳斯达克上市，是一家总部位于英国伦敦的公司。与EdtechX的交易中，美联英语估值约为5.35亿美元。从今年5月提交上市文件，到之后不断被传出上市受阻的消息，直至近日从纽交所转战纳斯达克并以“借壳”的方式完成上市，美联英语的资产证券化之路颇为崎岖。

美联英语成立于2006年，业务包括

成人英语培训、青少年英语培训、海外培训服务、在线英语培训等。根据招股书，美联英语的营收从2016年的8.02亿元增长至2018年的14.24亿元；净利润从2016年的-2715万元，到2017年扭亏为盈，净利润达4034万元，并于2018年增至5345万元。

根据财报显示，尽管美联英语近三年的营收和净利润还算可观，但成人英语“魔咒”似乎难以打破：市场整体萎缩，互联网红利的持续释放，成人英语培训还面临着线上形态的崛起和少儿英语品牌的夹击。

英语行业资深从业者彭迪表示，传统成人英语行业红利期已过，市场在萎缩。15年前，英语是稀缺品，能报班的学员都具有较强的消费能力。但近年来，大学生、刚参加工作的上班族成为成人英语的主力军，引发培训机构大规模推销教育分期以获客。

从美联英语招股书可以看到，2018年，约43.5%的学生使用分期付款，而这暗藏着较高风险。前段时间“崩塌”的韦博英语，其全国范围涉及学员资金过亿

元。同时，市场的不景气，资本是最先撤离的。“技术的发展使成人在线英语教育机构也以“颠覆”的互联网玩法，极大冲击了传统成人英语培训市场。”彭迪补充道。成人的语言学习需求不构成刚需，尤其是成人语培市场的增长速度远赶不上少儿英语。客户周期较短，导致续费率及转化率也偏低。

有数据显示，2014-2016年，少儿英语的投资额从1.2亿元增长到14.5亿元，而成人外语的投资额则从10.5亿元下降至3亿元。其实，美联英语在2018年4月也推出了青少英语业务，但与以在线成人英语起家后快速转型K12的51Talk相比，入局稍晚了些，而青少英语业务在美联英语内部无疑将承担增速发展的重任。

根据招股书，美联英语成人业务营收占总营收的比重在不断下降，在线业务和青少英语业务所占比重在逐步上升，青少英语业务2018年底占比4.6%，2019年一季度占比12.5%。上市在即，美联英语能否借此打开在线、低龄两个增长空间将是关键。

· 人物声音 ·

素质教育或更加细分 也会有领头羊跑出

贝恩投资私募股权董事总经理王励弘



孩子真正的能力。

以往以考试为标准、以考大学为目标的培养方式，需要发生变化，培养学生的学习能力、独立思考能力和沟通能力，提升学生的综合素质，才是现阶段人才培养的目标。培养学生的创新能力和思维能力，让学生可以做到融会贯通，才算是真正达到了素质教育的目的。

虽然大家都在倡导素质教育，但现在越来越多的人又将素质教育简单归结成了一些技能。以编程教育为例，如果变成了固定的几个步骤，跟着老师走，那么本质上很难激发学生的创新能力和思维能力，最后又变成了应试的一部分，与真正的素质教育背道而驰，其实对素质教育的商业模式提出了很大的挑战。

随着家长对机构的课程产品和服务的要求越来越高，如果素质教育企业无法提升学生的能力，同时做到效果外化，提高学生的保留率，就会面临发展困境。不管线上线下，可能有一批做素质教育的公司，在接下来几年都会比较痛苦。

（以上观点不代表本报立场）
栏目主持：程铭劼

素质教育的必要性已经不言而喻，未来素质教育赛道或将更加细分。比如英语、语文、数学、体育、艺术这些学科也会进一步分类，变得更加细分。以体育为例，橄榄球、射箭等这些细分赛道也会有众多企业进入，形成众多小而美的门类。各个门类发展的过程中，也会有领头羊逐渐出现。

可能一些门类就是小而美的，如果能够做成全国性企业，自然也会有较大体量。但发展一定不能盲目求大，一定要建立在课程效果、企业管理体系的基础上。未来五年，超过50%的工作机会都会被人工智能所取代。应对未来的变化，教育要做的是培养