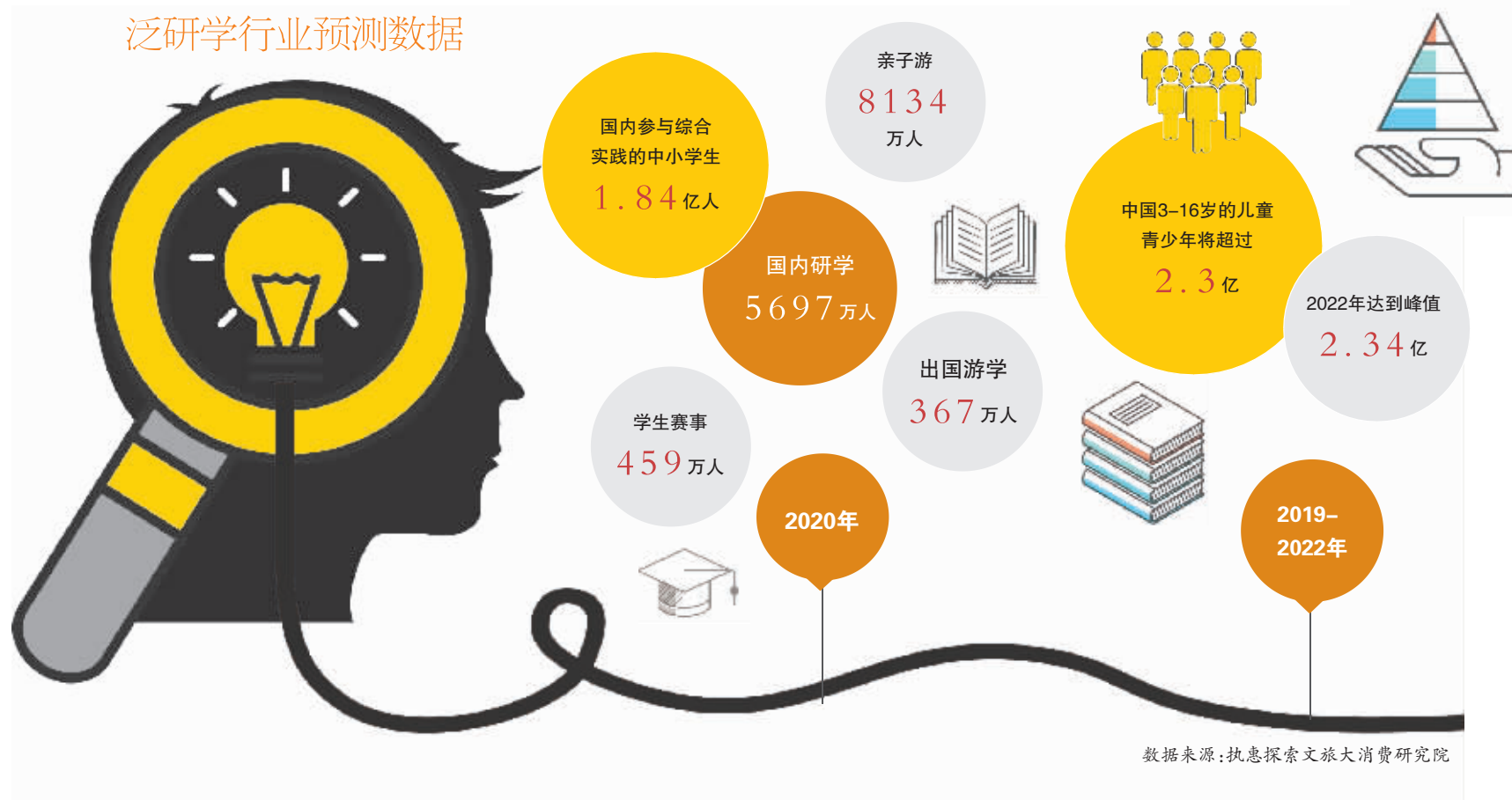


尝试直播营销 百亿级研学市场待重启

泛研学行业预测数据



在政策助推下,一直不温不火的研学行业(针对中小学的国内研学)近两年逐渐崛起,据悉,这一细分赛道市场规模达近百亿元。然而,突发新冠肺炎疫情却给行业按下了暂停键。业务停滞、中小学全面开学遥遥无期、与校方沟通遇到阻碍等,无不对高度依赖线下场景的研学机构造成巨大打击。日前,多位从业人士向北京商报记者表示担忧,全年营业额恐不及去年的一半。但也有企业管理者指出,有危也有机,在尝试直播、短视频等线上化研学营销的同时,还能利用空档期重点研发课程产品,完成行业反思和思考。疫情无疑会加速研学行业的洗牌与变革,但也会孕育出更加丰富的产品形态与发展格局。

不开学没收入

据了解,从2013年起国家就提出了研学的概念,但直到2018年,国务院强调鼓励有条件的地区开展中小学生研学旅行和各种形式的夏令营、冬令营活动;建设一批具有良好示范带动作用研学旅游基地和目的地”后,市场才真正开始迎春。研学主要针对国内项目,纳入校本课程之中与学分挂钩,成为学生每学期的课程。但疫情黑天鹅让这一赛道的发展踩下急刹车。

“业务全面停滞,去年这时候已经开始走学校团了,目前公司靠零星的租车业务维持,3月开始我们自愿降工资。”在小型研学机构从事一线工作的晓言告诉记者:去年经我手的团,北京地区约10余个学校,覆盖20余个年级。就算下半年疫情结束,预估业务量也仅为往年的1/3。”

成立十年、挂牌新三板三年多的中凯国际董事长王亚超表示,截至1月底,寒假未出发的急停出境团有300余人,国内研学团600余人,这超千人的团未来是取消还是延期都不得而知,学校不开学收入就是零。我们现在复工了,但无法复产,今年营收同比下降或达40%-50%。”

其实,研学行业不仅是新生事物,属性

也较特殊。因横跨教育和旅游两个领域,教育系统和文旅系统均对其进行管理规范。据业内人士介绍,研学集中服务于体制内中小学,内容广、可扩展性高,需要旅行资质和安全性保障,教学内容又要与旅行资源高度结合。学校在人力、资质等方面承接能力欠佳,因此涌现出了不少旅行社、教育公司和文化公司。

这一特殊的属性,也决定了疫情对研学行业的打击是双重的,一方面中小学全面开学遥遥无期,一方面相关出行地开放情况存不确定性。我们研学基地往年春天至少能接待5万人。今年来看,上半年市场整体已消失,学校开学后面临学习任务紧张,暑期安排不明朗。而研学属于大规模集体出行,预估7月或8月开始会有小批次的团组。”中湘鑫盛教育科技有限公司董事长王红坦言。

花式线上营销

线下业务暂停了,但并不意味着研学行业停止发展。在王红看来,这正是企业磨炼内功的好时机。据介绍,中湘鑫盛在疫情期内,开启了名为“暖春计划”的研学教育线上直播,公司研发与培训中心负责人李爽,首次以直播的形式讲解了《研学基地课

程设计与运营》,近6000人参与互动。随着技术发展,直播新业态崛起,依赖于线下场景的研学企业该抓住这一机遇尝试内容输出,赋能小微机构的同时,吸引流量形成自身转化,”王红补充道。

此外,王红提及,随着云旅游、云逛博物馆等的发展,倒逼研学行业拥有信息化能力,有利于打通B端和C端通道。可以把标准化强的内容,如行前宣讲等课程挪至线上。来也股份相关负责人指出,研学旅行信息化、数字化、智能化在线咨询、在线培训、视听课程等)发展趋势已显现,尤其是“短视频+研学”开启了全新的文旅内容生产传播、视频营销和推广模式。

而在晓言看来,维护好现有学校和老师关系很重要。研学行业竞争激烈,一般通过招投标方式争取项目,中标后对于学校的服务尤其关键,而疫情期内不能见面,怎么做服务?”她告诉北京商报记者:我在自媒体上以及微信朋友圈每日定时发布有关研学目的地的短视频和特色介绍,与老师线上研究部署开学后的新产品。也会上直播,并做好自己的知识储备,听取如何设计研学产品、营地讲座课程等。”

有从业者认为,研学行业处于发展的初级阶段,在行业标准、课程设计、师资能力和安全问题等方面的痛点一直存在,还

属于粗放型发展模式。同时,研学的核心是“学”,但发展至今,仍有不少产品摆脱不了“玩”的性质。

王亚超认为,疫情让企业不再局限于手边业务,投入更多精力完善企业标准,拓展业务链,进行行业反思和思考。研学产品十分多样化,并与课本知识有高度相关性,基本都是一校一策量身定制,在此空档期可以更好地进行课程产品研发、设计等。”

聚焦产品与服务

据执惠探索文旅大消费研究院预测,到2020年,国内参与综合实践与研学、出国游学的中小学生规模将超过2亿人,庞大的用户群体将支撑泛研学行业未来巨大的市场成长空间。

在王亚超看来,疫情加速行业洗牌,一些业务发展不清晰或财务能力欠佳的企业不可避免地会遭遇淘汰,未来也会有新的企业进入,百家争鸣决定了百花齐放,这有利于行业更加健康和规范地向前发展。而究竟谁能胜出,将聚焦在产品和服务上。研学旅行未来一定是有体系性的学习,把一个个毫无关联的地方演变成课题性质的学习,并逐步实现标准化。同时加大师资领域的培养,不再局限于旅游

型人才,拓宽至学术性、体育性的复合人才培养。”王红谈道。

同时,随着疫情结束,研学产品的形态也会更加多样。王亚超指出,疫情一定程度上会影响受众对于健康和生态方面的重视,促使除传统文化、历史、科技等主流研学产品外,孕育出如偏健康类、乡村生态类等更加丰富的产品形态,行业向精细化演变。疫情的负面影响是阶段性的,看好未来研学行业的稳步发展。

放眼到泛研学中的国际游学领域,英孚教育相关负责人指出,标准化运营是产品和服务品质的保障。在疫情下,服务运营体系的完备与可靠性,对保障客户、学员的健康安全,有着至关重要的作用。对于疫情结束后的游学研学计划,家长需提早做好规划,了解海外研学营地和资源的恢复情况等。

此外,来也股份相关负责人曾提出,在未来条件允许的情况下,直属部门可鼓励中小学校恢复启动研学项目,修复消费者信心、重启研学市场。阶段性扩大政府、学校、教育部门、社区的研学采购业务,国有研学营地可定时为中小学研学免费开放,从而刺激研学消费,释放市场复原信号。

北京商报记者 刘斯文

恶意注册“火神山”商标 朝阳区市场监督管理局顶格处罚10万元

2020年3月4日,国家知识产权局发布《关于依法驳回“火神山”等63件与疫情相关具有不良影响商标的通告》,根据相关通告,北京市朝阳区市场监督管理局迅速对辖区内知识产权代理机构展开核查,对代理注册申请“火神山”等疫情相关商标的知识产权代理机构进行调查。

2020年3月7日,北京市朝阳区市场监督管理局对北京亿捷顺达国际知识产权代理有限公司涉嫌代理恶意商标注册申请行为立案调查,2020年3月9日调查终结。2020年3月11日,北京市朝阳区市场监督管理局向当事人下发行政处罚决定书(京朝市监工罚〔2020〕166号),对当事人代理恶意商标注册申请行为予以警告,并处以最高额度10万元罚款。此案为打击代理恶意商标注册申请行为的全国第一案。

经查,北京亿捷顺达国际知识产权代理有限公司于2020年2月3日-13日,受广州懿姿美容美发用品有限公司、劳恩斯建材实业湖北有限公司两家公司委托,向国家知识产权局申请名称为“雷神山”“火神山”的商标共计

10件。

“火神山”“雷神山”是武汉火神山医院、雷神山医院的名称,是臆造词,具有较大的知名度和影响力。武汉火神山医院与雷神山医院承载着全国人民对疫情感染人员早日康复的美好祝愿,象征着全国人民万众一心抗击疫情的决定决心。武汉火神山医院、雷神山医院以外的申请人,申请“火神山”、“雷神山”商标,不仅损害了武汉火神山医院、雷神山医院的在先权利,更损害了社会公众利益,造成了重大不良社会影响。

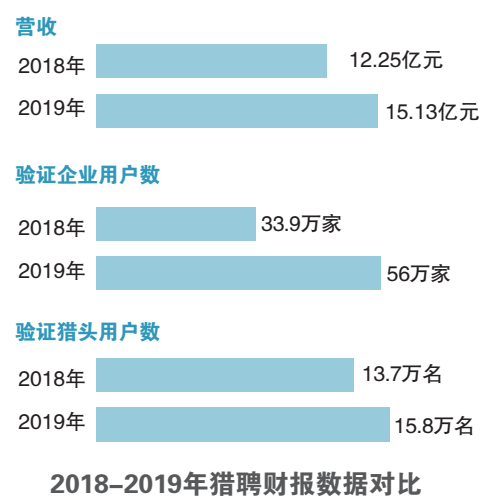
劳恩斯建材实业湖北有限公司和广州懿姿美容美发用品有限公司将“火神山”“雷神山”作为商标注册申请,损害了武汉火神山医院、雷神山医院的在先权利,易造成重大不良社会影响,违反《中华人民共和国商标法》第三十二条的规定:申请商标注册不得损害他人现有的在先权利,也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”的规定。在疫情防控期间,当事人知道或者应当知道上述情况,仍接受两位申请人代理注

册申请,为申请人代理注册申请“火神山”“雷神山”共计10件商标,当事人的上述行为违反了《中华人民共和国商标法》第十九条第三款“商标代理机构知道或者应当知道委托人申请注册的商标属于本法第四条、第十五条和第三十二条规定情形的,不得接受其委托”的规定,构成代理恶意商标注册申请行为。依据《中华人民共和国商标法》第六十八条第一款第(三)项的规定,朝阳区市场监督管理局责令当事人立即停止违法行为,并作出行政处罚决定如下:一、给予警告;二、对当事人处以10万元罚款。

北京市朝阳区市场监督管理局也将对广州懿姿美容美发用品有限公司、劳恩斯建材实业湖北有限公司的相关违法行为移转至其属地市场监督管理部门进行进一步处理。

下一步,北京市朝阳区市场监督管理局将继续对辖区内其他涉嫌代理恶意商标注册申请的知识产权机构进一步加速调查,打击疫情期间商标申请注册及代理申请注册的违法行为,规范商标注册申请的市场秩序。

中高端人才招聘需求旺盛 猎聘2019年营收增长23.5%



北京商报讯(记者 程铭劼)疫情之下,在线招聘正在迎来市场爆发期。3月19日晚,有才天下猎聘(06100.HK)发布2019年全年财报。值得注意的是,猎聘在全年营收和毛利润稳步增长的同时,出现了净利润大幅增长的情况。对此,猎聘方面表示,在2019年经济环境整体下行的情况下,猎聘逆市增长的原因,与其通过闭环服务的面试快和入职快产品符合以结果为导向的在线招聘模式有关。

根据财报显示,猎聘的主营收入来自企业用户,这部分收益主要来自猎聘为企业提供一站式人才获取服务,包括基本人才获取

服务,人才测评、背景调查等增值服务,以及面试快、入职快等猎头辅助闭环人才获取服务。猎聘在2019年全年营收15.13亿元人民币,同比2018年增长23.5%;毛利润为11.67亿元人民币,同比增长18.2%;净利润1.26亿元人民币。财报显示,2019年,猎聘平台验证企业用户数由2018年的33.9万家增至56.0万家;验证猎头用户数由2018年的13.7万名增至15.8万名;个人用户数由2018年的4690万名增至5420万名。

受到疫情给春季线下招聘带来的影响,在线招聘平台正在迎来属于自己的“金三银四”。据悉,疫情下的企业对于在线招聘服务、视频面试、移动培训、灵活用工以及在线调研等的需求井喷式爆发。据某大型企业HR介绍,每年春节过后都是校园招聘的高峰期,但是今年受疫情影响,网上招聘已经成为了企业HR们的主战场。而这有望带动在线招聘行业进一步发展。

猎聘网CEO戴科彬表示,人才升级是经济结构转型及产业升级的必要条件,当前经济环境也促使企业进行组织架构优化调整来更好地应对挑战,因而中高端人才市场蕴含无限发展机会。在海量的人才数据库和海量的招聘需求之间,招聘平台需要进一步加强AI、大数据在招聘领域的应用,提升招聘求职双方的效率,做到精准匹配。