

4月13日起北京中小学开展线上教学

北京商报讯(记者 陶凤 王晨婷)大中小学的开学时间一直备受关注。据北京市教委官方微信最新消息,北京将于4月13日起开展中小学线上学科教学。这也意味着线下开学的时间将继续延后。

3月30日,北京市教委召开春季学期教育教学工作部署会,部署春季学期中小学教育教学工作。市教委表示,2020年春季学期教育教学工作是一个整体,延期开学阶段和线上学科教学,以及中小学正式开学后共同组成本学期。教育教学工作将进行相应调整,由以疫情防控为主、学生居家自主学习阶段,调整为进入疫情防控和课程教学相结合的新阶段。

具体来看,市教委将综合考虑学科特点和线上教学条件,按照高中和初二年级、初一和初二、小学各年级的顺序,分批次上线学科课程资源。市级提供的课程资源将在有线电视和多种网络平台同步上线,供学生点播。市级课程资源采取“一课一包”的形式,每一节课包含教案或教学设计、PPT、讲



课资源包、作业辅导等完整的资源内容。各区和学校可以直接安排学生观看,由教师辅导答疑;也可以作为示范课,用于区校开展教研。

除了直接选用市级课程资源外,各区和

学校可以按照统一的教学计划,根据实际情况,自行开发使用课程资源。按照疫情防控要求,在确保安全的前提下,在京学生的教材将于4月13日之前发放到位,对不在京的学生,将指导下载电子教材使用。

同时,为规范线上教学行为,市教委提出了规范性要求。严格控制学生线上学习时间。学生每天线上学习时间不超过半天,小学阶段每节课不超过25分钟,中学阶段每节课不超过35分钟,并指导学生认真做好眼保健操。同时,不要要求统一集中观看课程。学生可自主安排当日应观看的线上课程顺序。

此外,不得安排重复性、叠加性学习。凡是选用市级资源的学科,要按照统一课表、统一进度、统一教师、统一作业组织实施,不再要求学生进行区、校重复资源的叠加学习。严格控制作业量。小学一、二年级不布置作业,其他年级按照精简、分层原则,适量布置基础性、探究性、开放性作业。

市教委强调,在下一阶段学生居家生活中,学校要注重指导学生科学安排学习,通过学习小组等形式,加强同伴互助,帮助学生完成学习任务;注重指导学生合理作息,保证每天1小时体育锻炼时间和充足的睡眠时间,积极参与力所能及的家务劳动,形成良好

的作息规律和生活习惯。

对于高校师生何时返京、返校,北京市委教育工委副书记、市教委新闻发言人李奕日前也表示:高等教育领域要求京内校外有固定居所的老师,可以按计划按批次返京,并严格执行14天的隔离。在高校校内宿舍居住的老师,建议先不返京,等待有开学的通知再返京。对于大学生仍然是要做到不离家不返校,坚持在家做好线上的学习,耐心等待学校开学通知。

对于部分未在京内的教职工及中小学生返京问题,市教委此前也做了整体部署。对于学生随家长返京,可通过“京心相助”小程序进行健康打卡,社区报到签到,居家或集中隔离14天。学生家长要及时向学校上报行程和孩子健康状况。

教职工返京也需登录“京心相助”小程序进行健康打卡并进行隔离;对于确需留宿学校集体宿舍的教职员,学校要在确保可提供14天隔离,并且确保学校防疫安全的条件下,向区教委报告审批后方可逐步返校。

DaDa英语两宗罪:售卖大课时包 App未备案



继被指责变相裁员后,3月30日,北京商报记者再次接到投诉称, DaDa英语售卖超过60个课时的大课时包,且自身并不在教育App备案名单内。DaDa英语课程顾问向北京商报记者证实了此消息;而DaDa英语北京地区负责人却表示大课时包已停止售卖,教育App的审核正在办理中。

近一年在线教育机构监管趋严,然而资本的潮水已经退去,在线教育机构野蛮狂奔的时代已经结束,如何实现正向经营,是包括DaDa英语在内的在线教育机构都需要思考的问题。

DaDa英语近期情况

2019年2月

媒体报道, DaDa英语上海销售团队半年裁员近九成,销售团队规模从3000多人减至300人左右。

2019年8月

有消息称,好未来已结束对DaDa的收购谈判, DaDa创始人邵慧回应称,收购消息不实。

2020年3月11日

多位DaDa英语用户表示,签订合同上称退费周期为2-3周,但实际退费时长短则1个月,长则3个月。

2020年3月18日

DaDa英语有多名员工向北京商报记者反映遭遇不公平降薪、裁员。

2020年3月30日

北京商报记者接到投诉称, DaDa英语售卖大课时包,且不在教育App备案名单内。

预付费超过60课时

据家长反映,在线少儿英语一对一品牌DaDa英语在售大课时包,课时包时长高达114课时,时长超过了此前教育部对教培机构预付费规定的不得收取超过60个课时的费用。

对此,北京商报记者向两名不同课程顾问咨询了DaDa英语课时包情况。

据课程顾问介绍, DaDa英语课程体系分香港朗文IC课程和美国Wonders课程,两种课程分别设有强化班、高定班和尊享班三种,对应60课时、114课时和265课时。以Wonders课程体系为例,最短的60课时包另有赠课12课时,共计72课时,优惠后10492元。最长的265课时包,包含赠课后为277课时,价值36216元。

“三个班级只是课时数不同,报的越多课单价越低。最短课时包按常规一周上两次课计算,可消耗10个月,”课程顾问表示,付费形式上需要一次性付清,不能按阶段付费。关于外教资质问题,只有在报名完成且固定某一位外教后,家长才能获取资质信息。

事实上,政策上对教培机构的收费时长早有规定。去年7月,教育部在规范校外线上培训机构的文件中指出,培训平台除需在显著位置公示收、退费细则外,不得收取超过60课时或3个月的费用。去年底,北京市公布的预付费征求意见稿中再次明确,校外培训机构按课时收费的,每科一次性收取不超过60课时的费用;按培训周期收费的,一次性收取时间跨度不得超过3个月的费用(时间或者服务周期不得超过3个月,不得变相多收费)。

然而, DaDa英语北京地区负责人高强在接受北京商报记者采访时却称,大课时包没有在售,目前在售的是60课时包。而有离职课程顾问告诉北京商报记者:“政策上早有听说不能卖大课时包,但我们一直在卖,说日后会取消,不知真假。”

教育App正在审核中

据公开资料显示, DaDa英语成立于2013年,目标用户为4-16岁儿童与青少年。然而,成立近七年的DaDa英语在新政策下还未实现真正合规。

去年11月,教育部印发了《教育移动互联网应用程序备案管理办法》,要求于2020年1月31日前完成对现有教育移动应用的备案工作。

2019年12月16日-2020年1月20日,教育部分三批累计公布了1928个已完成备案的教育App名单,包括好未来、VIPKID、51Talk、兰迪少儿英语等品牌和旗下众多App皆在此名单中。但北京商报记者查阅了这三批名单,发现DaDa英语并不在列。然而,记者查询苹果商店后,发现DaDa英语App依然在架上,并且下载人数超过751万。

对此,高强表示,教育App的审核目前正处于办理中,公司只是缺了几个小的细节性问题没有上报,加之疫情影响而延后。

DaDa英语北京负责人对北京商报记者表示,从2018年开始国家加大对线下校外培训机构的整顿,2019年起在线教育机构也未能幸免,对于DaDa英语来说2019年亦不“太平”。先是经历政策层面的教育App整改、在线教育机构和外教监管及预付费新规。资本层面在宣布获D轮2.55亿元融资后,被指出融资实际数额与公布金额不符,且上海地区陷入大面积人员动荡期。7月时,被传出好未来对其进行了收购,当时DaDa英语官方回应其为假消息。

而近期, DaDa英语北京多名员工向北京商报记者反映遭遇了不公平待遇和变相裁员,超百人离职。目前,拒绝签署降薪合同的几名员工已正式被公司辞退。此外,根据家长描述, DaDa英语还存在迟发外教工资的现象,孩子的外教因为总被拖欠工资而辞职,高强对拖欠外教工资一事表示否认。

潮水退去之后

在线少儿英语一度是在线教育领域最为火热的赛道。有数据统计显示,2013-2018年间,仅VIPKID、DaDa、iTutorGroup、51Talk四家少儿英语企业融资总额就超过了150亿元人民币。但从2019年起,随着资本回归理性,对在少儿英语的偏爱程度明显减弱,一对一模式被不断诟病。

同时,与DaDa英语同期成长的几家机构,均通过多品类拓展或聚焦下沉城市等差异化策略持续占领着用户心智。不仅如此,在VIPKID历经几轮融资完成E轮融资后,在线少儿英语的中后轮融资难度攀升至顶点,这也意味着已融资到D轮的DaDa英语后续融资充满不确定性。通过烧钱做大规模,再寻求外部输血的循环日后将变得越来越难,拥有独自の造血能力将成为一场拉锯战。

“疫情给经济环境带来衰退,具体到家庭来说营收势必也会受到影响,家长付费意愿存在降低的可能性,或更多留给与升学相挂钩的辅导,这在少儿英语市场发展带来不确定性。在线少儿英语属于素质教育领域,外教体系的英语教学与应试型学科辅导的英语学习相比,差异性较大且刚需属性偏弱,”指明灯智库创始人吕森林表示,疫情下,马太效应会越来越明显,加剧强者恒强的局面。

赛伯乐投资集团教育产业基金合伙人程子婴向北京商报记者表示,资本寒冬叠加疫情下,在线少儿英语企业需想尽一切办法实现持续性的正向经营性现金流。另有业内人士指出,疫情或加大优质外教的流动性,造成机构运营成本和难度加大,如何在保证教师质量的基础上,不断提升自身产品实力、保证市场口碑成为持续性挑战。

北京商报沸调查小组

太阳马戏团陷破产危机 复星旅游演艺受阻

北京商报讯(记者 蒋梦惟)太阳马戏团可能熬不过这一次的市场寒冬了。3月30日,有消息称,太阳马戏娱乐集团正在研究债务重组方案,甚至可能申请破产。复星集团相关负责人向北京商报记者对此表示,所有股东和加拿大当地政府都在积极提供各种支持,复星对其长远发展仍有信心。不过,多位专家预测,目前该马戏团经营情况已非常不乐观,复星亟须重新梳理旗下旅游演艺产品,以应对疫情下的市场需求。

据外媒报道,目前太阳马戏团正在与重组顾问合作,以解决现金流和债务高企近9亿美元的问题。复星集团相关负责人告诉北京商报记者,受疫情影响,太阳马戏团全球线下演出确已暂停,但所有股东和加拿大当地政府,都在积极提供各种支持,复星对其长远发展仍有信心。

就此,信用评级机构Moody's Investors Service将太阳马戏团的企业家族评级由B3降至Ca,前景由稳定降至负面。该机构认为,由于疫情暴发,太阳马戏团的所有巡回演出和拉斯韦加斯的驻场演出都被暂停,2020年的收入损失将引发EBITDA(息税折旧及摊销前利润)的大幅下降。

实际上,就在一两周前,太阳马戏团还接连两次宣布大幅裁员,其中,首次裁员规模为2600人,包括1200名演员和1400名技术人员,而两次裁员总数更高达4679人,约占此前该马戏团员工总人数的95%。裁员后,整个马戏团仅有骨干员工留下。随后,复星集团也向北京商报记者回应称,太阳马戏团的全球演出受到了前所未有的冲击,已暂停了大部分业务,不得不采取临时性削减人员的举措。

太阳马戏团深陷破产危机,成为其大股东还不到五年的复星集团在旅游演艺业务上的经营可谓“雪上加霜”。2015年4月,复星集团发布与国际私募投资公司德太集团(以下简称“TPG”)共同收购太阳马戏团24.43%的股权。

此外,复星也不断强化着自有旅游演艺品牌。去年年初,复星旗下复星旅文的泛秀演艺高调推出了首部原创驻场秀《C秀》,并从去年春节期间开始在其三亚亚特兰蒂斯的剧场中演出。彼时,复星旅文曾多次公开宣传《C秀》在团队、舞台上投入之高,比如:邀请太阳马戏团首任艺术总监作为总导演;演出服装、配饰邀请了为音乐剧《狮子王》设计并制作道具的人偶大师Michael Curry打造等。

“根据公开信息测算,复星《C秀》上的投入应该不低于亿元级别。”有知情人士告诉北京商报记者。

然而,理想的美好却没能抵过现实的残酷。根据复星旅文最新发布的2019年财报,去年其“基于度假场景的服务及解决方案”板块出现亏损的主要原因之一就是三亚亚特兰蒂斯主场表演《C秀》。

对此,景鉴智库创始人周鸣岐直言,近几年,复星在旅游演艺业务上确实下了不小的力气《C秀》砸重金邀请国际团队参与、历经多次改版,但不论是将太阳马戏团引入国内,还是自己开发《C秀》这类产品,复星对于国内旅游演艺的定位还需更精准地对接本土市场。

“当前,国内的旅游演艺产品大多还是依靠流量形成收益。”周鸣岐表示,相较之下《C秀》主要依靠的就是亚特兰蒂斯和周边几个酒店的住客,本身客群基数就较低,而且《C秀》演出的内容和舞台设计都是围绕亚特兰蒂斯的海洋主题展开的,很难做成巡演或复制到复星的其他项目上,作为旅游演艺产品,性价比并不算高。因此,周鸣岐建议,未来复星或旗下复星旅文如果要继续加码旅游演艺,更应专注于国内游客的消费习惯,更多地去开发一些成本较低、适应性较强、较易复制到小型旅游目的地演出的项目。