编辑 汤艺甜 美编 代小杰 责校 池红云 电话:64101897 lyzx0405@126.com

营收涨不动 流利说换道少儿英语

5月27日,AI在线教育第一股流利说发布2020年一季度业绩,首次出现了单季营收下滑的情形。面对付费用户增长停滞以及居高不下的营销费用,流利说开始布局少儿赛道,并强调自己“AI+教育”的实力,包括英语语音识别引擎、深度自适应英语学习系统等。新赛道早已杀成红海,而AI技术的壁垒以及公众对于AI老师可行性和有效性的担忧,对于流利说而言,无疑都是突围过程中的重重关卡。

营收首次下滑

根据财报,流利说一季度营收2.28亿元,同比下降9.9%。公司实现毛利润1.495亿元,同比下降22.8%;毛利润率较去年同期减少10.9%至65.5%。同时,运营亏损1.965亿元,同比扩大180.3%。归属于公司股东的净亏损为1.97亿元,去年同期为0.67亿元,亏损同比扩大192.7%。

针对亏损原因,流利说方面回复北京商报记者称,主要是因主营业务成本增加,包括产品研发人员、通用能力教研、网络资源保障和教学内容等相关投入加大有关。

自2018年9月上市以来,流利说一直处于亏损状态。根据财报,其2016-2018年三年累计亏损超8亿元。2019年依旧没能扭转亏损局面,净亏损5.75亿元,同比扩大17.76%。但流利说曾以高增长著称,单季最高营收增速曾达265%。而从2019财年起,流利说的高增长逐步消失。在2019三季度时跌出了100%的增长范畴,在四季度增长速度下降到个位数,到本季度,流利说首次出现了营收同比下降9.9%的情况。

这与其付费用户的增长停滞有着密切关系。财报显示,截止到2020年3月31日,流利说累计注册用户1.797亿,同比增长45.62%,一季度付费用户数超90万,相比去年同期的付费用户110万减少20万用户。其实在2019年三季度时,流利说独立付费用户和二季度及上年同期相比增长已经停滞,去重后均为90万。有业内人士指出,其付费用户比例缩水一定程度上表明了付费课程魅力小,用户认可度低,且没找到新的吸引用户的增长点。

伴随着业绩下行,流利说股价依然在低位盘旋。截至记者发稿,报收3.32美元/股,上涨5.4%。其目前总市值为1.64亿美元,较上市时近6亿美元市值缩水超七成。

营销费用高企

除了营收下滑,流利说运营支出同比增长扩大,销售费用高企也是挤压公司利润的主要原因。财报显示,2020年一季度流利说销售费用2.65亿元,较上年同期1.94亿元同比增长36.6%;研发费用5922万元,较上年同期5008万元同比增长18.25%。

其实流利说一直在控制并缩减费用,其2019年全年销售和营销费用9.694亿元,占净收入的百分比从110.7%下降至94.7%,但从结果来看收效甚微。“流利说是在线教育的先驱,但其商业模式一直存在问题,没有找到可行的盈利途径,上市前后始终没有实现正向的经营性现金流。而渠道推广成本不断上升导致获客成本提高,在竞争激烈的语培赛道陷入困境,”教育投资人刘章指出。

对于居高不下的营销费用问题,流利说方面回复记者表示,将持续提高整体运营效率,挖掘自有流量。董事长兼CEO王翌在财报会上表示,疫情给在线教育带来机遇,也增加了竞争,预计今年夏天在线流量竞争将进一步加剧,用户获取成本将增加。可见,若想吸引到更多付费用户,加大营销是手段之一,而这会让其扭亏之路更加漫长。

值得注意的是,就在此前不久,流利说在半个月内集中进行了两次高管人事任命。首先是在月初任命孙兵为首席财务官(CFO),之后任命张敏为公司董事会独立董事,将担任董事会审计委员会成员,提名和公司治理委员会成员。在刘章看来,组织架构的调整无非是希望为公司找到更好的商业模式和方向。

“流利说以成人英语在线业务起家,但其提供的服务并不是强烈需求之下的产物,所以用户黏性有限,完课率是很大问题。加之在线教育公司的同质化竞争,让流利说的优势不再明显,一定程度倒逼其转战K12市场,布局少儿英语业务”,指明灯智库创始人吕森林认为。

资料显示,2019年,流利说上线了少儿英语拼读课程,日前上线了对标成人产品“懂你英语”的少儿产品,用户人群锁定在3-9岁。王翌曾多次表示,K12市场是公司2020年重要的增长动力。对于少儿业务的营收贡献和用户增长是否达预期,流利说方面未正面回复,只表示用户增长等呈向好趋势。

AI技术壁垒遇考

流利说入局的少儿语培市场其实早已杀成红海,外部竞争压力巨大。而流利说“AI+教育”的标签也不再引人注目。

2018年9月28日,英语流利说正式在纽交所挂牌上市,当时被誉为是“AI+教育”的第一股。彼时,流利说一直对外强调自己在AI方面的技术实力,自主研发了英语语音识别引擎、精准写作打分引擎和深度自适应英语学习系统。

流利说表示,其首创的AI英语老师就是基于这三项技术,AI英语老师可以根据用户的基础水平和学习轨迹为每位用户提供个性化的学习课程,可24小时全勤在线,并同时服务上万学员。

今年起,主打AI技术机构间的竞争颇有胶着之势。4月时,在线教育公司猿辅导宣布旗下斑马AI课单月收入破3亿元,2019年整体营收超10亿元;互联网巨头字节跳动旗下启蒙AI课瓜瓜龙英语也已于近日上线;再加上早已在英语启蒙赛道布局多年的叽里呱啦等垂直品类公司,AI教育正逐渐变得普及化。

除了竞争之外,技术壁垒也是流利说面临的挑战。目前,AI技术在教育中的应用仍处于早期探索阶段,AI教师及产品服务的可行性和有效性都是公众挥之不去的顾虑,在没有产品跟技术的优势下,流利说如何打出差异化竞争进行突围尤为关键。

“少儿产品围绕AI智能教学,依托流利说多年算法技术沉淀,使得AI技术充分对产品智能化进行加持,”流利说方面告诉记者。同时,依托成人的协同效应,少儿英语在获客上有天然优势。随着越来越多的成人用户转变社会角色为人父母,品牌认知度将促使他们为子女选择流利说的学习产品,以高成本效益的方式实现交叉销售。

然而,面对低幼儿童业务,更需要极强的运营能力和售后服务,这对从成人市场起家的流利说而言,也是一个挑战。

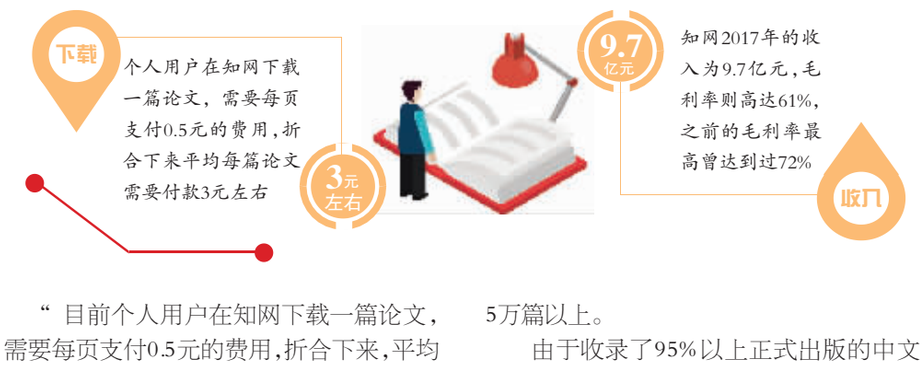
“成人和少儿完全是两个领域,产品的设计也是完全不同的,教育产品不是一次性消费,课程设计与内容、价格制定、销售和售后服务团队等因素都关系到产品的成败,”吕森林谈道。

刘章也提出,流利说作为后来者想在少儿语培市场分一杯羹,必须使用完全不同的商业模式,采取创新的技术革新才能实现超越。

北京商报记者 刘斯文

知网该不该免费

“把知网纳入政府购买服务,在国内供用户免费使用”,两会期间,全国政协委员、上海市教委副主任倪闽景的一份提案引发了热议。作为查找并下载学术文献、论文、工具书等多种资料的主要渠道,知网在国内学术研究界的地位几乎是独一无二的,其论文查重等服务的价格更是水涨船高,“天下苦知网久矣”,戏谑之词里尽是大学生对于知网垄断地位的不满。



“目前个人用户在知网下载一篇论文,需要每页支付0.5元的费用,折合下来,平均每篇论文需要付款3元左右,同时一年后如果需要再次下载,则要另外支付费用。但对于刊物而言,只有承诺为知网独家提供稿件的编辑部,才可收到知网象征性支付的3万元左右费用,其他的则都为免费纳入系统,部分期刊因考虑到自身的阅读量和影响力,对知网的垄断只好忍气吞声。”倪闽景如是说。

在提案中,倪闽景提到,随着知网影响力的不断增强,出现了收费贵、行业垄断等方面问题,并建议把知网纳入政府购买服务,在国内供用户免费使用。

公开资料显示,知网始建于1999年6月,由清华大学、清华同方发起。通过多年的发展,知网与期刊界、出版界及各内容提供商达成合作,成为集期刊杂志、博士论文、硕士论文、会议论文、报纸、工具书、年鉴、专利、标准、国学、海外文献等多种资源为一体的网络出版平台,中心网站日更新文献量可达5万篇以上。

由于收录了95%以上正式出版的中文学术资源,知网的内容丰富程度远远超过万方、维普等其他平台,再加上成本较低,而论文下载在学术研究过程中无法避免,种种因素叠加让知网坐拥丰厚的利润。根据知网母公司同方股份的历年财报,知网2017年的收入为9.7亿元,毛利率则高达61%,之前的毛利率最高曾达到过72%。

事实上,近年来,知网在收费方面已遭遇过多次争议,最近论文查重涨价一事就引发了极大的关注度。自今年4月以来,邻近毕业季,有不少学生在公开平台上反映,知网查重涨价幅度较高,从100多元涨价至二三百元,且随后价格仍在上涨,增至600元甚至是800元左右。而为了避免论文出现问题,不少毕业生仅在查重方面就花费了近千元。较高的价格以及持续不断的涨价,引发了学生们的诟病。

而除了论文查重涨价争议外,知网还曾因设置最低充值额限制而被告上法庭。2018年5月,某学生在知网下载文献时,收到提示需付费7元,但该学生在进入充值页面后,发现多种充值方式均设置最低需充值50元的规定,而在充值50元并购买文献后,剩余余额却无法退还,对此,该学生将知网告上法庭。经法院审理,最终判定知网设置的最低充值额限制规定无效。

在数字文创产业智库研究员李杰看来,多起事件的发生并引发争议,在一定程度上反映出知网在收费方式等方面有待进一步完善。“知网积累较多资源,确实为各类人群提供了便捷的查询方式,但除了提供内容外,也需在服务模式上进行优化,若因收费等原因而影响到使用,反而会给用户、平台以及内容版权方等多方面带来负面作用”。

事实上,已有不少高校出资购买了知网的数据库,免费提供给在校学生使用,在一定程度上满足了学生的需要。但问题在于,这一方案并不能覆盖在校生之外群体的合理需求,如毕业生以及疫情期间被隔离在家的大学生。不少毕业生曾吐槽,自己下载自己的文章都要付费。近期还有大学生反馈称,疫情期间,他们不得不隔离在家,却无法免费使用学校的知网资源,因而耽搁了论文写作。

对于以上诸多问题,倪闽景认为,技术让知识越来越便宜,而垄断让价格越来越昂贵,因此建议知网一般的论文浏览和下载功能应纳入国家购买服务,从而供国内用户免费使用,对单位和研究人员的深度服务,如论文查重、论文引用检索、大数据服务等,依然采用市场化的运作方式,并可继续进行收费。而在暂时不能免费的情况下,知网应不断降低使用费用,且相关资源需设定一个使用期,超过一定期限就应全免费。此外,为了鼓励学生利用文献学习,知网应对青少年学生获取专业文献采取免费的措施。

北京商报记者 郑蕊

聚焦 Focus

北京日上免税店大量线上订单作废

北京商报讯(记者 蒋梦惟)北京日上免税店的“cdf会员购”小程序上,多个已付款订单突遭取消,客服电话长时间无人接听,甚至一度变为空号,由此引发了众多消费者的担忧。

5月27日,消费者张女士(化名)向北京商报记者反映,自己通过在线上购买商品且扣款成功后,订单长时间处于待付款状态、最终直接被作废,而且通过各种方式联系客服未果。更值得关注的是,像张女士一样在北京日上免税店线上渠道遇到订单问题的消费者并不在少数。

对此,日上免税店所属中免集团相关工作人员在接受记者采访时回应称,此次是由于系统不稳定,造成部分订单付款状态出现异常问题,目前正在解决恢复中。与此同时,小程序内也已发布通知宣布暂停用户下单。

“在拨打客服电话的过程中,开始电话还处于排队等待状态,后来直接变为空号,确实令人对钱款去向产生了担忧。”张女士表示。据她介绍,自己于5月27日早上7:15通过“cdf会员购”小程序下单购买了商品,虽然微信显示扣款成功,但小程序里却一直标注该订单为“待付款”。

“开始我以为是系统没有及时刷新并未在意,但是一上午过去后再进入小程序却发现订单因‘超时未支付’被直接作废了。”张女士向北京商报记者透露,自己发现这一问题后随即拨打了客服电话咨询,但完全打不进去。就此,北京商报记者也多次尝试拨打客服电话,但电话一直都处于占线状态。

另有不少消费者在网上公开留言称,自己从5月26日晚间至5月27日上午下单购买的商品,在已扣款成功的情况下,订单被关闭或一直显示待付款等状态,款项也没有立即退回。部分网友还表示,自己尝试重复下单后这一问题仍然没有得到解决。

截至北京商报记者发稿,张女士以及部分订单突遭关闭的网友透露,在向一些渠道进行了投诉后,款项已经得以退还,但同时,目前仍有消费者表示扣款未退回,也未得到客服或任何工作人员主动联系自己解释这一情况。

“可以看出,包括日上在内,国内的免税品牌都在尝试通过真正的线上渠道去拓展收入来源,以缓解疫情对其经营造成的冲击,”北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云分析,“此前虽然部分免税店推出了线上服务,但基本都局限在线上预约、线下取货这种单一的形式上,真正的电商业务几乎没有,线上服务也无法为其直接产生新流量。”

在她看来,疫情确实倒逼免税企业加速打开线上业务,而这也是一个非常有价值的新方向,但本次事件折射出,免税企业在这一板块还十分不成熟,技术支撑也有所欠缺,而且它们对客流的判断也不够充分,因此,免税企业尽快搭建出一个适应消费者需求的新框架、引入更专业的技术,才能在这一新领域站稳脚跟。