

创新教育样本

幼儿体育 精准锁定园所特色化需求

近几年来,国家对学前教育领域的重视程度正在不断加深。而在学前教育领域,幼儿园扮演着重要的角色。和中小学阶段以教学为主要目标不同,幼儿园需要从多个层面考虑低龄儿童的成长问题,对老师综合能力的要求更高,场地设施的设立也更为丰富。此外,随着近年各类特色幼儿园的涌现,对定制化场地设备和课程的需求也逐步增多。

而针对目前幼儿园存在的种种需求,已经开始有企业将目光锁定在幼儿体育领域内的服务与供应。这些供应商既为幼儿园提供定制化设备解决方案,也提供对老师的培训服务。值得关注的是,在建立起这样的合作后,幼儿体育领域出现了哪些新变化?传统幼儿园管理过程中的痛点又是否得到了有效改善?



个性化需求持续存在

不管是公办幼儿园还是民办幼儿园,近几年来,都在政策的指导下逐步朝着普惠方向改革,同时,幼儿园和中小学阶段不同,不存在教学的严格要求,代称为集体教育活动,分为健康、语言、科学等五大领域。而在办学上,幼儿园往往着力于特色发展,不同幼儿园有不同种类的特色,民族园、体育园等的出现让幼儿园呈现出“千园千面”的景象。

“关于幼儿园的场地及定制设备,在实施过程中往往都是依照主题而定,比如爱国主题。或者会有一些专项项目,比如平衡车,像这样的项目和主题就需要第三方在数量和规模上给予一定的支持。”北京市某幼儿园相关工作人员李丽(化名)向北京商报记者介绍了目前幼儿园在场地和设备上的现状。

据了解,幼儿园在进行场地设备遴选时,一般都需要园长亲力亲为,或通过自身的园长与园长之间的关系网选择合适设备,或在厂商中进行筛选,效率较低且选择空间较为狭窄。而面临一些定制化问题时,更是存在较大信息差,难以快速实现场地和设备的安置。而除了这方面的问题,在进行教师培训时,定制化的需求仍然存在。

“在幼儿园的五大领域内,健康领域是第一位的,老师在接受入职教育的时候,也会接受相应的学习和培训,入职以后会根据需求定期开展相应学习培训。”李丽进一步表示,即使是在老师的培训工作上,每个园也会依据办园特色和园内的实际情况而定,并不是整齐划一的。

从数据角度看,2019年全国学前教育入园幼儿为1688.23万人;在园幼儿为4713.88万人,学前教育的毛入园率达到83.4%。而2018年中国幼儿园市场规模达2300亿元,预计2020年将增长到2787亿元。在学前教育越来越普及的情况下,幼儿园专任老师的缺口仍然有待补充,数据显示,2019年幼儿园未定职级教师占比74.6%,研究生占比仅0.3%,本科及本科以上占比24.2%,对专业培训的需求持续存在。

解决方案的出现

有需求就会有市场。为幼儿园提供定制化解决方案,帮助解决场馆、设施及教师培训的相关问题,正逐步成为教育产业新的创业风口和发展市场。据了解,目前已经有为幼儿园提供运动和健康领域解决方案的机构出现,其中,欢动未来就是市场上为数不多做幼儿体育相关解决方案的机构之一。

“幼儿园的健康领域是体育学、卫生学、学前教育三者的结合,这三个专业的融合构成了健康领域,同时具备这三个方面专业知识的人才相对而言较少。”欢动未来CEO兼总经理季星在接受采访时表示,交叉性素养的需求导致行业内部存在较大的人才缺失。

值得注意的是,目前国内专业培养此类交叉性幼儿体育教育人才的院校也较少,从北京来看,大部分专家多集中在首都师范大学。此外,首都师范大学还向北京市公立幼儿园输送了一大批园长,有数据显示,北京市所有公办幼儿园中,80%的园长为首都师范大学学前教育学院的毕业生;北京100余所示范幼儿园中,85%的园长来自这一学院。

首都师范大学学前教育学院副教授、特级教师、北京市学科带头人人文岩表示:“幼儿园的老师需要综合能力强,因为幼儿园是只有大纲指导而没有课本的。而在培养学前教育老师的本科阶段,部分健康领域的课程是没有的,比如幼儿园的体育活动包含体操和体育游戏,体操课程是没有的,涉及到体育游戏的课程安排在本科学习的后半段,学生在这个时候往往都在实习和找工作,影响了他们这方面能力的提高,也确实需要更加专业的培训”。

由此可看出,在院校之外,第三方机构的相应补充必不可少,欢动未来针对幼儿园健康领域的需求,提供了数字化工具和幼儿运动课程。同时,在师资方面,机构还提供包括教师培训、男教师入园授课、特色活动组织等一体化服务。在B端和幼儿园共同探索学前幼儿体育的新发展方向。

规模扩张面临挑战

“在过去几年时间里,很多K12的学科培训机构已经在师资培训和授课上,实现了所谓的个性化教学,不管是通过工具还是其他方式,像语文、数学这些学科领域从20年前就开始了探索,发展到今天已经非常成熟了。但是在幼儿方面,包括幼儿体育这个角度,个性化授课和定制化课程还是空白。”季星坦言,现有的很多机构无法满足不同年龄段孩子对运动的不同需求,而针对孩子不同的性格特点和身体发展,还需要更多的定制化课程来填补空白。

站在风口上,势必要面临规模化复制和扩张的问题。而正处在成长期的幼儿体育赛道将目光集中在研发和人才拓展上。除了和幼儿园

这样的官方学前机构合作,进行派师入园和课程培训服务,赛道内的机构还可以展开面向B端的亲子活动合作,在合作之后形成品牌效应,实现C端的转向。

但在这一加速扩张的过程中,人才稀缺问题从幼儿园抛回了机构。“除了需要和幼儿园谈合作,在市场上进行拓展,对人力需求更密集的部分还在于数据的获取,只有获得数据并对数据进行整合分析,才能更好地根据幼儿的个体情况去进行课程的定制化解决方案。”季星进一步指出。

