

### D2 一对一 瞄准中小企业主

随着市场对知识型人才的需求迫切,企业对于员工的培训也迫在眉睫。德仁商学院开始找自己的定位,根据企业自身的实际情况设计案例,做一对一的咨询和培训。

### D3 安博教育能否私有化成谜

3月15日,霸菱亚洲基金宣布对安博提出私有化要约价1.46美元/ADS。资料显示,自2010年4月以来至少19家在美上市中国企业私有化。而安博能否成为中国概念股中第一只成功私有化的教育股票,充满悬念。

### D4 本土国际学校分流海外高中生源

随着出国留学大军的崛起,留学低龄化现象相伴而生。但大多数家长在考虑到子女的留学安全、学费门槛等因素时,会选择先在国内的国际高中里完成过渡期,而这也无形中分流了海外高中的生源。

## 融资困难 盈利模式不清晰

# 网络教育蛋糕看得见摸不着

北京商报记者 李立勋/文 张淼/漫画

近年来,随着互联网的发展以及在线教育概念的热炒,留给人们的想象空间越来越大。然而由于盈利模式不清晰、融资困难、无法赢得资本青睐,网络教育蛋糕对于大多数机构来说,看得见摸不着。



### 网络教育概念愈炒愈烈

在本月上旬召开的“两会”结束前一天,一场主题为“终身学习背景下的网络教育功能和发展座谈会”在北京某高校举行,教育部原副部长赵沁平、教育部科技司副司长雷朝滋、教育部教育发展研究中心副主任杨银付以及众多高校教育工作者出席会议,与此同时,《关于加快推动终身教育立法进程》的提案正式诞生并递交到了全国政协十二届大会提案组。

该提案的诞生从一个侧面反映出当前网络教育在政界、学术界的重视程度。其实,除了政界、学术界,在商界,网络教育概念同样被热炒,不仅许多传统教育机构加大线上投入力度,而且许多互联网创业者也纷纷跨界玩教育。仅2012年下半年,便有前网易总裁李甬创办粉笔网、前世纪佳缘CEO龚海燕创办91外教网……一时间,网络教育迎来“行业春天”之论调颇为流行。

“在线教育的大环境的确来了,互联网生活方式的普及、家庭网络的大面积提速,‘90后’消费群体的崛起,网络支付环境的成熟,都为网络教育提供了良好的发展背景。”网课网CEO、联合创始人张迪欧分析称,网络教育的想象空间非常大,随着职业竞争的加剧,公众对在线教育的需求进一步提升,在线教育的春风已经吹来。

沪江网副总裁徐华表示,除了物质、硬件、环境等因素外,网络教育的兴起还

与整个行业的观念有很大关系。“以名师资源为例,现在沪江网汇集了500多位名师,他们都很愿意把自己的成果放在网上分享,大大丰富了课程产品内容。这在十年前是想都不敢想的。一方面老师们本身的圈子就很小;另一方面在心态上也放不开。”徐华说。

### 细分领域竞争激烈期待行业巨头

北京商报记者大概统计了一下,发现各种网络教育类型可谓种类繁多,有老牌的在线教育机构(如正保远程教育、弘成教育);有门户网站在教育领域的延伸(如网易公开课、新浪微讲堂等);有专做平台的社区性网站(如YY教育、博乐网等);还有众多老牌培训机构的在线教育产品(如新东方在线、学而思e度教育网等)……但仔细研究这些网络教育产品后便会发现,除了K12领域(基础教育阶段的通称)发展相对缓慢外,其他领域已经出现较为激烈的竞争现象。细分到外语、考研、公考、外贸、建工、财会等领域,均出现了行业领先者。

“其实,网络教育的竞争可以类比于电商,会有专门以产品为导向型的B2C模式,以及专门以做平台为核心的C2C模式,在各个垂直领域,同样充满商机。”华图网校总经理李品友说。随着创业者目标的日趋明确,网络教育差异化竞争的现象越来越明显。

“就目前来看,虽然各行业领先者地位已经形成,但绝对的巨头还没有出现。

我想,应该快了,三年之内,教育界的‘京东’和‘淘宝’便会形成。”李品友同时分析称,网络教育同样将会遵循“二八”定律,即20%的网络教育企业占据着80%的市场份额。

### 融资困难成行业发展困局

与大部分热门行业都会引来大量风险投资不同的是,网络教育目前似乎陷入融资难的尴尬。北京商报记者曾接触过多位网络教育的创业者,他们在提到资金问题时,大多摇头叹息。一份2012年度教育培训行业创业投资报告的数据显示,上一年度我国网络教育企业有过融资的案例仅为12起,且大多数为百万美元级别,远低于美国平均金额为千万美元级别的46起。如果倒退到五年前,在线下教育培训领域,基本上每一细分领域中稍有名气的企业都能获得风险投资,而且数亿元人民币的“大手笔”频现。

“相比于线下教育,线上教育并不是一个来钱很快的行业,投资者讲的是回报,当回报不达预期的时候,投资者自然持观望态度。”一位业内人士说。

该业内人士强调,目前在线教育仍面临模式不清晰的问题。找不到能形成规模的模式就很难赚钱,而爆发力强、高成长性才是投资者关注的焦点。“在网络教育领域创业,团队既要有网络教育的基因,又要有丰富的教育经验和资源。不像你找几个老师、租几间教室就能办一个培训班那样简单,这对从业者来说是

个很高的门槛。”该业内人士表示。

### 传统企业提前布局早扎营

尽管资本市场目前并不太看好网络教育行业,但仍难以阻挡传统教育创业者谋求线上转型的热情。大家都似乎预感到该行业会成为下一个掘金点,因此为了抢占市场纷纷提前布局。

以2011年刚刚上线成立、华图教育旗下的好学教育网为例,集团总部已做好了每年投资3000万元、三年不盈利的准备,并把产品布局到了全国各地。据李品友介绍,未来好学教育网将采取线上线下相结合的模式,在全国范围内建立网络学习基地,并计划在三年之内把基地建到1000家。

在视觉艺术教育领域处于领先地位的水晶石教育,也于2009年开始布局网络教育。“除了传统的网络视频教学外,水晶石教育还在积极试水互联网新技术和新媒体教学形式,我们期望能将面授培训的优势延伸到互联网上。早期,水晶石的网路教学主要服务于市场营销,进行品牌营销和吸引目标人群;后期将会偏向于产品和服务,为学员提供一站式在线学习服务,满足其个性化需求。”水晶石教育学院市场总监韩建光说。

对于较早涉足网络教育的沪江网来说,目前则加大了进军移动互联网的力度。徐华表示,沪江网有足够的财力和人力去开拓移动互联网,“包括iOS和Android终端,我们共推出90多款应用,绝大多数都是免费的”。