

学大教育CFO卢韶华独家接受本报专访 回应外界质疑

控制成本是一对一培训盈利关键

作为中小学课外培训市场主流模式之一，一对一培训行业曾一度被贴上“低门槛、高竞争”的标签。在经过前几年跑马圈地的扩张之后，一对一培训行业的市场洗牌如今已经很明显，一方面，许多机构正被淘汰出局；另一方面，如学大教育等已实现连续盈利。未来的一对一培训市场该走向何方？对此，学大教育CFO卢韶华结合最新财报分享了她的见解。

高收费并不意味着好赚钱

“今年三季度学大教育的平均课时单价是29.4美元，比去年同期的26.8美元上涨了9.4%。”这是学大教育最新财报显示出来的数据。折合成人民币，每课时约180元，然而实际情况是，在北京、上海这样的地区，许多一对一培训的收费行情远高于此。

谈到一对一培训行业与大班、小班等教学模式的区别时，学大教育CFO卢韶华坦言收费较高，“大家可能会有这样的一个误区，认为一对一行业收费高就赚得多，但事实并非如此，留给机构的平均利润率只有10%，甚至更

低”。这种观点在学大教育今年的三季度财报里表现得尤为明显：三季度学大教育净收入达到了7940万美元，毛利润为2320万美元，净利润则为120万美元。

高收费、低利润的现状在制约着这个行业，培训机构稍有不慎便有可能赔钱。从今年开始，一些机构因为经营不善而关门倒闭的事件愈加频繁，这其中比较知名的有至善教育关门事件、易思教育关门事件，其中前者是一家业务遍及东北、华北、华东等地区的全国性连锁机构，后者是上海一家有着20余家分店的地方性机构，据不完全统计，两家机构因关门所涉及的资金均在千万元以上。



“财报是对外界质疑的最有力回应。”

连续三季度盈利 回应质疑

作为一家在美上市、主营一对一培训的企业，学大教育的盈利模式也曾遭遇到投资者的质疑。2012年，学大教育连续两个季度陷入亏损，其市值

甚至一度低于其账面现金（包括等价物）。

“今年初的时候，我们制定了以盈利为导向的发展策略，开始在节约成本、强化管理、提高教室利用率等方面下工夫。”卢韶华认为，经过一系列调整后，2013年是学大教育迎来转

折的一年，而此后连续三个季度公布的财报检验了这种策略。一季度，学大教育实现净利润200万美元；二季度，净利润为1717万美元；算上此前公布的三季度财报，学大教育已经连续三个财季实现盈利。

对于盈利数额波动较大的原因，卢韶华主要归之为淡旺季因素。“财报是对外界质疑的最有力回应。这说明，一对一行业完全是可以盈利的。”卢韶华进一步解释称，学大教育的盈利并不是靠涨价驱动，“三季度学费上涨除了人民币升值3.6%以外，实际涨幅仅为6.1%，完全在正常范围之内。而我们在控制成本方面的努力已初见成效，例如租金成本由去年同期的14.2%降至12.7%，教工成本由54.8%降至49.7%”。

一对一 低门槛时代将结束

“可以说，2013年是一对一培训行业洗牌非常明显的一年，一些经营出现问题的、违背教育原则的企业正在加速出局，而留下来的则是依靠口碑和教

学质量为核心竞争力的。”卢韶华认为，在经历过前期的大规模跑马圈地后，市场的“挤出效应”尤为明显，“行业的进入门槛将会越来越高，机构与机构间的差距进一步拉开，最终会强者愈强，弱者愈弱”。

对于学大教育下一步的发展计划，卢韶华透露将继续采取稳健的小幅度扩张策略。“今后我们计划每年会新开10%左右的学习中心，为了更好地提高教室使用率，对学习中心的规模也将从1000平方米降至500平方米左右。另外，在扩张时，也会在一二线城市里进行全方位覆盖。”

在卢韶华看来，尽管竞争激烈，但一对一培训市场的前景仍比较乐观。“一方面，放开单独二胎等政策，意味着适龄儿童增多，培训市场将继续扩大；另一方面，一系列自上而下的教育政策，如英语社会化考试、语文高考分值提高等，都为培训市场带来利好商机。对于学大教育来说，未来最重要的是做好产品研发、用户体验以及客户满意度。”

北京商报记者 李立勋

权威发布

明年起高校将发布就业质量年报

据教育部消息，为进一步提高教育质量，教育部要求各高校从2014年起，要编制和发布本校毕业生就业质量年度报告，以促进高等教育内涵式发展，接受社会监督。

教育部要求，直属高校应在2014年2月底前、其他部门所属高校和地方所属本科高校应在2014年底、高职院校应在2015年底完成本校首次毕业生就业质量年度报告编制发布工作，此后高校应在每年年底发布当年就业质量年度报告。就业质量年度报告将作为招生计划安排、学科专业调整、教育教学改革等方面的重要参考，建立专业预警、退出和动态调整机制，使高校学科设置与社会需求相匹配。

教育部同时发布通知，要求各地教育部门要通过进一步拓宽高校毕业生就业渠道、鼓励引导高校毕业生到基层就业、激励高校毕业生自主创业等方式促进高校毕业生更加充分和更高质量的就业。各地教育部门要会同有关部门结合产业升级开发更多适合高校毕业生的就业岗位。

教育部禁止招聘限定“985”、“211”

教育部12月6日召开了2014年全国高校毕业生就业工作视频会，要求消除就业歧视，严禁发布含有限定“985”高校、“211”高校等字样的招聘信息。教育部部长袁贵仁强调，各地要坚决反对就业歧视，高校要加强对就业招聘信息的审核；教育部门和高校举办的招聘活动严禁含有限定“985”高校、“211”高校等字眼，严禁发布含违反国家规定的有关性别、户籍、学历等歧视性条款的需求信息，严禁发布虚假和欺诈等非法就业信息，努力营造公平就业环境，以维护毕业生就业权益。

会上同时透露，截至9月1日，2013年高校毕业生初次就业率达77.4%，就业人数540万人，同比增加10万人。2014年的就业形势依旧严峻，高校毕业生规模为727万人，毕业生总量进一步增大。

北京商报记者 李立勋/整理

在线教育

直播互动成淘宝同学重点发展方向

专注在线授课培训

目前，淘宝教育产品类交易主要归在淘宝本地生活——教育培训类目下。去年淘宝教育销售额3.3亿元，其中1/3是教材教辅，另外2亿元是课程销售，消费者可在淘宝购买学习卡券之后再到线下培训班上课。

不过，此次正式版淘宝同学与原有淘宝教育类目完全划清界限，据淘宝同学负责人裴滨峰介绍，淘宝同学将专注在线教育。北京商报记者在查阅淘宝同学使用手册时发现，目前，教育机构在淘宝同学发布的课程有两种形式，一是直播课程，用户可通过旺旺直播间（多人视频）进行在线互动学习。12月20日前为直播课程推广期，用户可免费体验。另一种则是在线录播视频，用户购买后可直接在线观看学习。

“淘宝同学在测试初期曾采用原有的O2O模式以及Online在线教育直播模式。”裴滨峰透露，“但我们很快发现，双重运营模式带来的客户体验并不好，经过几个月考量试水之后，线下课程销售于10月被暂时剔除出淘宝同学，更加专注深化在线授课模式。”据悉，尚德机构、沪江教育、环球网校等150家教育机构已开设课程涵盖了教育培训全领域，包括考试、职业技能等基础教育培训，同时也涉及烘焙、美妆教学等兴趣类和生活类知识培训。

12月3日，在线教育平台淘宝同学宣布正式上线。该项目负责人表示，经过大半年密测，淘宝同学致力于打造国内最大的精品在线互动课堂。目前，正保集团、环球网校、京翰教育等150家国内知名培训机构以及沪江网均已入驻淘宝同学。此外，新东方在线和英孚教育等垂直领域在线教育机构也正在在线课程的嵌入对接。

直播互动是重点方向

在线教育被业内人士看做互联网金融后的又一热点。数据显示，2004年国内网络教育市场规模约为143亿元，预计2015年在线教育市场规模有望达到1745亿元。

新东方董事长俞敏洪曾断言，“随着互联网等现代技术的发展，在线教育行业将迎来颠覆式的变革”。但在在线教育市场火爆的同时，也面临众多现实困难。业内人士称，教学质量是全球在线教育遇到的重大挑战，也就是说，如何鼓励用户利用碎片化的时间进行在线学习并取得良好效果成为难题。在裴滨峰看来，淘宝同学致力于精品在线学习课堂的优势是淘宝评价体系优势。教育机

构在淘宝同学发布的所有在线课程都与淘宝店铺的宝贝交易体系完全打通，学生在购买体验在线课程后，可即时评价。这种模式将沉淀下优质的课程和老师。文字互动能提高用户现场学习感，提高学习兴趣 and 效率。裴滨峰还透露，从长远来看，直播互动课程将成重点推动的方向。

教育机构初涉淘宝模式

业内人士分析，作为搭建在线教育平台的淘宝同学将为教育机构带来新的增长机会。“在线教育行业的推广成本、流量成本非常高，在一定程度上制约了在线教育的发展。淘宝近1亿注册用户，每天1亿流量对于培训机构来说有足够吸引力。”

据透露，淘宝同学在10月试运行期间推出名师直播课，延参法师开讲《禅说幸福人生》，袁腾飞主讲《历史上的起名学问》，歌星王蓉则进行在线舞蹈教学。当天共吸引15万人登录淘宝同学，并实现千人在线的直播课堂授课。

除内容生产方的教育机构，同样是教育平台的沪江网也入驻淘宝同学。沪江网负责人徐华公开表示，“互联网教育这一领域市场才刚刚起步，即便将来有一天将市场炒热，也是需要大家一起推动，如果真有巨头介入，我觉得对整个互联网教育产业和同行来说都有价值”。

北京商报记者 程铭劼