

# 洗牌加速 市场谋变

——2013年度本土培训产业关键词

2012年是本土教育培训行业迎来转折的一年，无论是教育大佬新东方遭遇浑水做空，还是中概股股价的集体下挫，均考验着本土培训市场。2013年，这种表现开始尤为明显。在经历过资本力量的推动后，教育产业大规模扩张，而今各种扩张“后遗症”集中迸发，一连串的倒闭关门事件正由作坊式机构向知名连锁机构延伸。与之相伴的是传统培训业务扩张放缓、招生变难、学费上涨，除了迎接市场洗牌外，一些机构也在通过多元化业务来自救。新东方董事长俞敏洪曾说过，“资本求快，教育求稳”，在资本与教育的博弈中，2013年教育产业的几大关键词或许能带给业界一些反思。



## 关键词1：关门倒闭

10月中旬，北京地区一家名叫翰林新思维教育的培训机构发生了四个校区同时关门事件，据不完全了解，该培训机构所欠课时费达100余万元，关门之后，该机构中高层领导一度“神秘失踪”；10月下旬，位于深圳市宝安区的某上市教育公司旗下的一家少儿英语培训机构突然关门，家长预交的200多万元学费无从着落；11月上旬，上海市的一所地方性培训机构——易思教育陷入停课关门事件，据了解，该机构在上海地区共有30余家分校，此次关门事件由于经营不善导致资金链断裂，相关欠款达1000万元以上……

在不到一个月的时间里，北京、上海、深圳等一线城市，相继发生培训机构关门或“跑路”等恶性事件。上述几起培训机构关门事件只是冰山一角，事实上，一些小城市、不知名机构发生类似事件时，甚至很难有曝光途径。

在梳理今年以来发生的关门倒闭事件时我们发现，在这些关门或倒闭的机构中，除了某些地方品牌外，一些跨区域、全国经营的品牌也相继上榜，而在所有业务类型中，又以一对一培训为重灾区。而机构之所以屡发倒闭关门事件，与其预付费制度有很大关系，因为家长都是把钱提前交给培训机构，一般都是数千元甚至数万元，一旦发生类似事件，家长将处于非常被动的地位。另外，由于缺少预防机制，尚无法从源头上杜绝此类事件，而维权成本过高又导致消费者处于弱势地位。

## 关键词2：扩张放缓

“中国教育看北京，北京教育看海淀。”作为全国重要教育地区，北京同样云集了无数的教育培训机构，在一些全国性的连锁培训企业中，除了许多北京培训教育机构以北京市场为大本营外，一些外地的也以北京为“攻城拔寨”的一大重要市场。

在这些觊觎北京市场的教育企业中，精锐教育便是其中之一。2010年底到2011年初，刚刚获得B轮融资的精锐教育携1.6亿元巨款抢滩北京市场，短短几个月内便开辟了10家以上的高端标准店。可是好景不长，在随后的一两年内，精锐教育扩张带来的问题随之显现，人员震动、校区扩张放缓、学员流失、营收亏损。经历过扩张阵痛的2013年，对于精锐教育来说并不是丰收的一年，如今，精锐总部给北京地区的营收任务并不高，作为旗舰店的海淀黄庄校区月销售目标是100万元，而其他校区每月新增30个学员即可完成任务。

除了精锐教育以外，其他的大型教育企业在2013年同样采取稳步发展的策略，扩张放缓已成为他们的

共同选择。以教育大佬新东方为例，在2012年，新东方新增了200余家教学点，随着利润下滑、管理不善带来的后遗症，新东方在2013年开始实行收割策略，裁员1200-1500人，并关闭了部分不盈利的教学点。从新东方的财报中，缓慢扩张已成定局，其计划在2014财年（2013年下半年至2014年上半年）新增20-30家教学点，此数量仅为2012财年的1/10。

来自学大教育、好未来教育、龙文教育等机构的数据显示，这些机构在2013年同样采取了缓慢扩张策略。

## 关键词3：招生变难

“四五年前，在课外培训行业处于黄金时期的时候，培训机构招生并不是一件多么难的事情。那时，只要是稍有名气的机构就不愁学生招不满，而一些热门课程甚至出现家长排队报名的现象。”在谈到2013年的招生形势时，某教育培训行业内资深人士直叹生源难招，相较于以前，现在的家长们并不会轻易掏腰包，而是更愿意为效果付费。

以课程单价较高的一对一培训为例。数年前，在一对一培训风头正旺的时候，家长通常都是数万元的交费，彼时，某教育机构曾刷新了一笔单价64万元的课程产品。而今，10万元以上的课程已属凤毛麟角，很多家长在为孩子报班时一般都会先花上几千元，一旦效果不好立即换班。

另一方面，来自教育部门的政策文件也在为课外培训市场泼冷水。在9月教育部发布的《小学生减负十条规定》中，明确要求一至三年级不留书面家庭作业，四至六年级将每天书面家庭作业总量控制在1小时以内。而在中学教育方面，各个省市也出台或即将出台相关文件，例如减少英语中高考分值，探索一年多考、招生考试分离制度，严禁中小学教师参加课外补习班，颁布“禁奥令”、“禁补令”等，其意在为中小学生学习减负。

另外，适龄学生的数量减少也在考验着整个课外培训市场的总量。教育部统计的数据显示，2008年高考考生总数超过1000万人，至2013年连续五年降至912万人，但是高考录取率却连续升高。在北京这样课外培训市场发达的地区，也出现了高考考生七连降的现象。

## 关键词4：学费上涨

与其他行业竞争越激烈价格越低不同的是，教育培训行业并不会因为市场的竞争加剧而导致学费下降，相反会出现一种不降反升的特殊现象。

2013年年中，北京商报记者曾调查了北京地区暑假班培训市场现状。

据了解，某中小学培训机构今年的高三暑假班单科收费为2120元（包括10课次，每课时3小时），而去年同期，同样的课程价格则为1820元，增幅为16.5%。某考研机构今年的全科暑假强化提高班价格为1.38万元，两年前同样课程价格仅为7800元，平均每年增幅达到1/3。其他的各年级暑假班，学费也都出现不同程度的上涨，行业增幅普遍在20%左右。

而对于暑假游学市场来说，同样“涨”字为先。相比于去年同期，今年的暑期游学价格上涨明显，例如美国两周暑期游学团的价格多在4万元左右，去年是2.8万-3.4万元；英国两周游学团也超过3万元，去年多为2.4万-2.6万元。以前的英国、加拿大、澳洲等路线价格集中在2.5万-3万元，如今“2”字头的路线已难觅踪影。

相关业内人士指出，人力成本的攀升、营销成本的高企、租金管理的看涨，都促使着教育培训企业不得不涨价。“以一对一培训为例，除了教师课酬费用占40%外，我们在租金、行政、物业、消耗品等方面的开支约占45%。众所周知，今年的租金、物业等费用都在疯长。”

而对于家长来说，并不会因为收费高而放弃报班，因为许多家长的潜意识里，收费越高代表着服务质量越好，在应试教育的背景下，家长们并不会因此而减少教育投资。

## 关键词5：业务多元化

2013年，对于许多教育机构来说，在固守传统领域的同时，也正在谋求业务的多元化转型。

对于中概股教育培训企业老二——学而思来说，多元化的道路在2013年表现得尤为明显。今年8月，沿用了十年的“学而思”集团更名为好未来，并正式对外发布旗下七个子品牌：学而思理科、乐加乐英语、东学堂语文、智康1对1、摩比思维馆、学而思网校、E度教育网。对于更名，其董事长张邦鑫认为，“学而思”的名字用于理科、培优事业部、集团三个层面，三者定位不同，令很多内部和外部客户产生混乱，也稀释了学而思的竞争优势。

对于龙文教育来说，多元化路径在2013年也开始显现。成立于2006年的龙文教育多年来一直专注于一对一培训行业，但在今年8月龙文教育透露计划投资5000万元打造在线学习平台进军在线教育。另据龙文教育官网数据显示，业务范围涵盖了中小学专业个性化辅导、高考复读、幼教、图书出版、出国留学等诸多领域。

来自华图教育的消息显示，华图教育正在谋求“去公务员化”的多元化发展路径，目前除了公务员相关业务占比80%以外，正加速在企业培训、在线教育、会计培训、图书出版等方面的业务布局。