

# 资本看教育 在线教育如何创业

## 在线教育要瞄准线下难以解决的需求

——IDG投资合伙人李丰

“对创业者来说，在线教育要瞄准线下难以解决的需求”，我想通过两句话来阐明观点，一是新生活方式大部分都与移动互联网的特征有关；二是每一个行业被破坏的时候，都是从线下有需求，但线下解决不好的地方开始。

那么什么东西线下有需求？从目前教育应用的角度出发，你会发现最热的应用，比如口语、单词、习题，几乎都是在线下有需求，但解决难度大。在我看来，教育应被分为教和育。教本质上是内容的互联网化，育则是服务流程的互联网化。内容的互联网化分为两个方面。一方面是将线下解决不好的内容互联网化，形成符合新的互联网生活方式的信息获取模式，例如将习题互联网化并在此基础上形成更好的体验；另一方面则是将线下不可能形成的商业模式通过互联网来实现。

内容是教育的核心因素，但互联网上极少有人看到，所以需要“育”的支撑，也就是服务模式的互联网化，而目前我们对这一领域涉足少，例如上课体验。因此，能够把这些非核心因素真正做到互联网上，得以让用户在互联网上切实感受到这一服务，恰恰是其中最难的环节。我们在投O2O时所遵循的规律也同样在于其是否解决了一个线下原来不合理或解决效率不高的地方。

线下不合理在于两点：其一，在一对教育当中，老师课筹的分筹比例占学生的比例非常低。相当于你花100块钱买服务，其中只有若干钱买了老师真正意义上的服务，剩下的钱有很多其他的原因导致其不能花在老师的课筹上。其二，线下上课地点越来越多，但并没有改变教育的本质。O2O其实本质上做的是信息服务，但因为涉及到教育行业，所以大家把它称为O2O教育，其实它与教育本质没有关系。

## 警惕互联网教育泡沫下的“伪概念”

——真格基金投资合伙人冯新

最近一段时间，关于互联网泡沫的声音已经有很多了，有人说，2015年整个互联网教育就会迎来一拨泡沫的破裂，也有人警告大家，互联网教育的寒冬马上要来了。实际上泡沫是整个创投圈里的一个核心游戏规则。泡沫怎么形成？是创业者和投资人双方一起合谋形成的，是因为在这个市场上有大把连续创业没有取得成功的创业者，这些人就像荒原上的狼一样，眼睛是绿的，一旦有一个机会出现的时候，他们就会像饿狼一样扑上来。

另外一拨人就是这些投资机构的投资人，这些投资机构的投资人手里拿的钱是有时间周期的，必须在很短的时间里把手里的钱投出去，不管有没有合适的创业者，都必须把钱投出去，所以在资金的压力下，很多人会投入到这里面，成为泡沫破灭的助推手。

在投资领域里，在虚拟经济里，永远不会出现理性的市场，如果这个世界上都是理性的人，就不存在投资这样的行业，整个行业就是要靠泡沫推动的。也就是说，泡沫引领我们前进。

互联网教育的泡沫下，现在出现的一大堆“伪概念”，包括移动学习、碎片化学习、娱乐化学习、教育公平、打破大学围墙，这些“伪概念”思考一下，没有几个是能够站得住脚的概念。比如说移动学习，手机作为一个通讯工具，你在移动过程中，主要目的是从一个地方到另外一个地方，伴随的是传递信息，在这个时候能够利用碎片化和利用工具来学习的就是背点单词，听一点听力是有可能的。但如果你要参加托福考试，需要一天花上5-10个小时学习，仅靠一天20分钟的碎片时间很难完成这个学习计划。

互联网对教育的改造将是一个漫长的渗透过程，10年、50年、100年……人类的学习方式一定会被互联网彻底改变，但是这个过程是一个逐步渗透和融合的过程。疾风暴雨式的、摧枯拉朽式的教育革命不会出现。



## 教育创业要善于借助资本力量

——和君咨询集团董事长王明夫

对创业者而言，在公司起步初期需要天使投资，公司在投资孵化的这一过程中逐渐成长，最终实现其创业价值；对基金公司而言，创业叫基金投资，基金公司通过这一过程实现其投资收益；而对上市公司而言，在创业过程中则起到领路人的作用，对创业公司提供具体的指导和帮助。

因此，创业公司一方面需要赢得基金的青睐，另一方面还需要赢得过来人的青睐。前者能帮助你的公司成长，后者能帮助你未来的管理规划，从而实现盈利的最终模式：IPO或被并购。

所以，创业者不单要读懂你的产品、商业模式、行业、目标用户，同时要读懂基金、上市公司，在资本视角下审视教育公司的创业成长，最终成长为令上市公司求之不得的需要。

从另一个角度出发，我建议上市公司与基金联手，形成战略联盟结伴成长。首先，由于创业初始的成功率非常低，因此准备用于早期孵化的风险基金势在必行。其次，上市公司需要与其战略伙伴联手成立孵化基金，以备目标成熟后的并购。因而对于已上市的公司，下一步的成长战略应该是并购整合战略。无论是投资方还是上市公司，或者是成长中的公司，都要把整体的战略思维放在这个框架里去思考，否则你的运势和战略思维是偏颇且片面的。

因此，我有以下四点建议：

一、互联网教育和大数据将彻底改写和颠覆传统教育，所以凡是不基于互联网和大数据的教育产品、商业模式、教育企业都注定没有前途。这个观点应该成为判断一个教育项目是否具备创业价值、投资价值或者并购价值的一条基本标准。

二、我们正处于基于移动互联网和大数据的教育形态早期，这是互联网教育创业的黄金时代。

三、上市一定要优选A股市场，小公司新三板挂牌是首选。

四、创业早期需要保姆，创业后期需要战略伙伴。

## 新三板为教育公司上市最佳选择

——民生证券首席分析师孙洪湛

高速发展的教育企业有统一的方向就是上市，并且希望引入一些有名的战略投资人与之合作。全球资本市场对教育板块估值最高的就是中国，中国的估值是美国的4-5倍，所以教育公司都想在A股上市。但在中国上市有很多政策的限制，其次是财务不规范的现象较严重，很多公司达不到指标。

证监会每年报批200家公司上市，大家都在排队。如果公司现在达到2000万元的净利润准备上市，按照正常情况，六年后才能上市，那时企业能不能存在都是问题。我的观点是，大家一定要想好企业怎么上市，因为正好赶上中国资本市场的黄金点。

教育行业大部分是小微企业或创新企业，所以主要目标是上新三板。新三板就是变相的注册制，通过全国股份转让市场，先进入新三板交易市场，因为新三板同样可以融资，而且股权可以进行质押。上市和不上市，主要区别在于股份的流动性。上市后，股份有充分的流动性，可以进行质押，银行能给贷款；不上市，股份就没有价值，银行不可能给你质押。上了新三板，目前股权是可以质押的，虽然折扣比较低，大概2-3折。

新三板的上市标准比较多元化，倾向于鼓励互联网或民生类项目，教育就是它重点扶持的项目。现阶段国家和各地方政府鼓励企业上市，挂牌新三板的企业能通过各种形式拿到政府的资助，抵消部分上市费用，甚至还有盈余。

为什么北京市政府大力扶持新三板，就是想发展出一个股权交易中心，能够在全球股转系统进行流转，甚至连散户也能去购买股票。整体上来看，一些优质企业在新三板有多种融资渠道，不管是上市、转板还是和上市公司并购重组，都很好。

