



## D2 科学类教育培训蓝海商机待掘

有机构统计,去年全球教育科技行业共有约20亿美元融资,其中约有1/4来自中国。在传统应试教育高墙之外,科技教育和素质教育结合在一起,正成为新的教育产业增长点。

## D3 澳洲高校主推三大专业吸引人才

1月29日,澳大利亚教育参赞透露,为吸引更多中国留学生,澳大利亚将力推医学及健康科学、食品科学与安全、工程学三大专业类别,旨在帮助学生进而选择与未来发展趋势紧密相关的专业。

## D4 早申请能否破题名校录取难

近日某留学机构指出,提前申请能提高大部分美国高校的录取比例,对于部分名校甚至能提高20%的成功率。在名校申请陷入困境的如今,提前申请是否真有如此大的助益?

遭遇互联网冲击 线下业务增长乏力

# 保守or激进 培训机构的扩张之惑



在线教育热潮中,如新东方、好未来等正首当其冲,纷纷放缓扩张步伐。不过,如能动英语、精锐教育、山姆大叔等,却重提扩张计划。业内人士认为,尽管传统教育机构仍有机会,但随着市场竞争的愈发激烈以及互联网的挑战,仅靠线下扩张能走多远亦存疑虑。

### 当教育遭遇互联网冲击

在刚刚过去的2014年,据IT桔子统计数据显示,教育行业相关融资案例超过100起,其中绝大多数发生在互联网教育领域,传统教育领域融资案例屈指可数,越来越多的热钱涌入在线教育领域,已成为不争事实。

互联网对传统教育的冲击并不仅仅体现在资本层面。传统教育业务增长越来越艰难,除了自身存在的成本高企、招生困难外,亦与互联网教育的迅猛势头多少有些相关。在此背景下,传统教育机构除了拥抱互联网以外,大多数机构开始采取谨慎扩张策略。

1月20日,国内最大的教育机构新东方发布截至2014年11月30日的2015财年二季度财报。从财报中可以看出有两点值得注意:在线业务营收占比由2%增至5%,学习中心总数与上一财季相比增长2家至713家。

从国内第二大教育企业好未来的财报上可以看出,传统业务增长趋缓、线下扩张乏力;1月22日,好未来公布的截至2014年11月30日的2015财年三季度财报显示,营收同比增长35.1%、净利同比下降12.4%,与上一财季相比,学习中心仅增长2家至289家。

纵观新东方、好未来、学大教育等传统机构,2012年以前是它们的黄金扩张期,其中新东方在2012财年里,一度扩张了177个学习中心。从教育巨头的扩张策略可以看出,当教育遭遇互联网,其线下扩张的步伐出现了减缓。

### 部分传统机构重提扩张

当以新东方、好未来为代表的教育培训龙头企业普遍采取谨慎扩张策略之际,

仍有部分传统教育机构重提扩张计划,它们大多集中在二三线品牌。

诞生于上海地区的精锐教育,曾大规模进军北京市场却遭遇不顺,2015年,精锐教育再次将进军北京、线下扩张提上议程。二次扩张中,精锐教育除了原有的精锐一对一品牌外,又推出一个3-12岁少儿数学业务的新品牌至慧学堂。据精锐教育北京大区总经理赵江华透露,未来三年内,精锐教育在北京市场的扩张目标是新开40家学校。

上周,成立12年之久的能动英语宣布获得德联资本、浙江金控3000万元战略投资。作为近年来为数不多获得融资的线下培训机构,资料显示,能动英语在全国共有60家加盟店,据能动英语CEO孙群田介绍,融资后将继续加大扩张步伐,以特许加盟模式,短时间内在目标市场迅速布局多家店面并实现品牌突破。

在去年下半年获得3000万元战略融资的山姆大叔少儿英语,同样提出了加速线下扩张的口号。此前山姆大叔主要是以加盟为主,在接下来的扩张中将采取直营与加盟混合经营的商业模式,并将品牌逐步转向高端化。值得注意的是,山姆大叔与能动英语所在的少儿英语市场,在去年曾经历过一系列关门或跑路事件,因此它们的逆势扩张也引发部分业内人士的争议。

### 为市场还是为资本

一方面,在互联网教育浪潮下,作为传统教育机构的上市公司扩张之路保守;另一方面,作为二三线品牌的部分传统教育机构却激进扩张,它们缘何表现出不同的态度?

(下转D2版)

教育产业观察

## 谨慎扩张是龙头企业的正确选择

程铭劼

停下脚步,慢慢思考,然后再出发,是一个成熟的职场人遇到事业瓶颈时最正确的决定。

决定不盲目追求高CPI,而是通过创新和产业升级的方向引导经济正常发展,是一个成熟的政府在面对经济数据下滑、趋势放缓时最正确的决定。

企业越大,试错的成本就越高,尤其

是上市后的行业龙头们,不仅要面临股东和董事会的压力,还要面对行业进入转折拐点的压力,船小好调头讲的就是这个道理。盲目扩张是万万不可取的,固步自封也是企业的致命伤害。所以我们看到教育龙头企业们也在积极地拥抱互联网,也不怕左手革掉右手的命。

教育龙头的扩张步伐放缓跟连锁酒

店全国扩张的思路也有相同之处,试想几个大机构的跑马圈地期一结束,考验的就是品牌总部的管理和服务能力。对于教育企业来说,如果对教学管理和师资进行完善,互联网的冲击只是因素之一,即使没有来自互联网的冲击,龙头的扩张步伐也该慢下来了。

在最依赖人为核心的教育行业,大

佬们现在要操的心实在太多了,收购下来的小机构如何消化、高企的人力成本如何承担、国家教育大政策的方针如何把握……不管公司如何动,都是牵一发而动全身的事,所以我们不妨好好适应行业这段风平浪静的成熟期,等到下一个增长的爆发点出现时,新一轮的行业发展期又将来临。