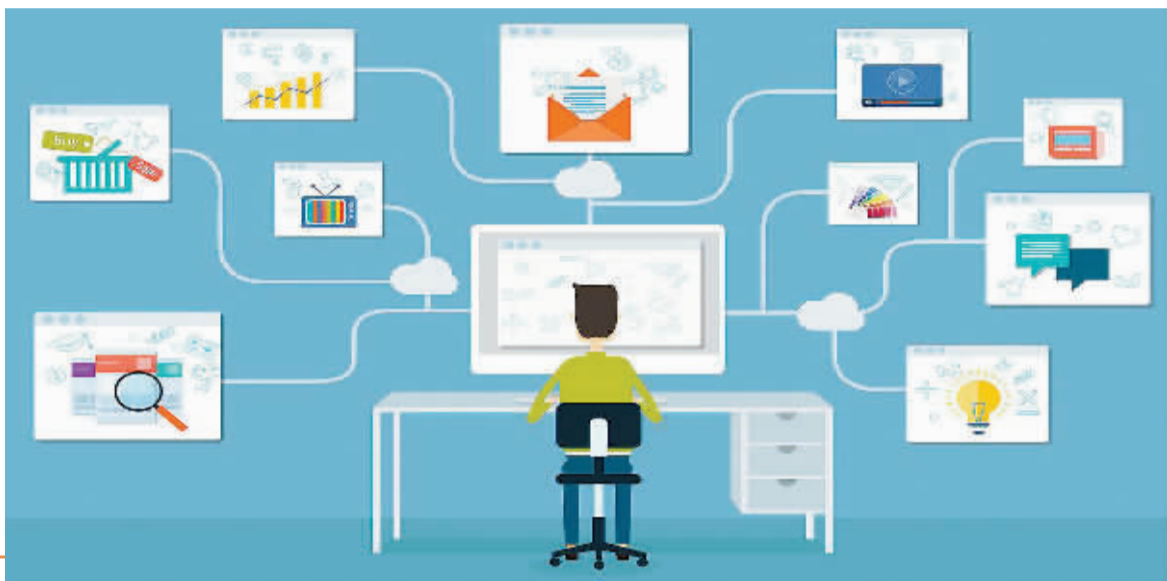




“互联网+教育”回归理性发展之路

教育沙龙系列之一

和其他很多领域一样,在过去两年中,资本成为“互联网+”迅速渗透到教育领域的重要推手。在面临资本寒冬时,不同的商业模式也冷热有别。日前举办的北京商报教育沙龙上,业内人士认为,作为教育领域的新生事物,“互联网+教育”顺应了信息化大潮,旨在解决信息不对称难题的商业模式将成为未来的主要方向。



教育“互联网+”冷热自知

2015年9月底,曾经风风火火的教育O2O“老师来了”的倒下,让很多同行都感到了一丝寒意。

在总结失败原因时,“老师来了”创始人虞益栋表示,因为B轮融资失败而导致资金链断裂固然是主要原因,但另一方面,各个平台目前都还停留在“解决师生交易撮合”的环节上,对于教师、学生、家长在教学过程中的价值都没做深。

换个角度来理解,“老师来了”既输在了资本上,也可能输在了时间上。如果得到更多时间,谁能说平台一定不能超越“撮合交易”,在固有的模式上打造出新的价值体系?

当然,创业没有如果。对很多仍然走在创业路上的在线教育机构,目前最重要的是如何熬过寒冬。“活下来”是它们当下的惟一目标。

好消息也不是没有,少儿在线英语教育机构VIPKID不久前就拿到了近2000万美元B轮融资。VIPKID创始人兼CEO米雯娟表示,因为公司的现金流还不错,寒冬对自己基本没什么影响,在融资过程中,融资完成后,一直都有感兴趣的投资者约谈。

VIPKID是典型的分享经济模式。通过在线视频教学的方式,VIPKID把北美的语言老师和中国的K12学生连接起来,创造了一个在以往技术条件下难以实现的沟通平台,并成功实现了市场的增量。

泛教育导购平台决胜网选择的则是另一个切入点。决胜网COO王雷表示,与其说决胜网是一家教育公司,不如说是一家互联网公司。决胜网的定位是成为商家和消费者的桥梁,使消费者找到适合他们的、最高性价比的产品。这里的“商家”和“消费者”,分别就是教育机构和学生家长。此外,决胜网还有一个针对B端的产品线,即面对商家,帮助中小型教育机构实现“互联网+”。

基于这样的定位,王雷表示,决胜网和

传统培训机构的合作进展顺利,所以,过去的一年里“日子还比较好过”。

慎言颠覆,融合才是主流

拥有多年房地产中介经验的王雷表示,很多创业者以“颠覆”作为自己的口号,但事实上颠覆一个行业并没有那么容易,“我还在做房地产时,曾经有记者问我未来的互联网是不是能干掉房产中介。我的回答是,互联网在中国发展了20年,但在美国的发展更早,为什么美国的房产中介门店仍然存在?其实互联网的作用只是改变了信息不对称,并让中介回归了服务的本质。而中介服务这件事本身仍然是有价值的,无论在房地产行业还是教育行业”。

约课科技公关总监赵万春也表示,相比零售业实体店和电商水火不容的局面,教育领域线上和线下更多的是互补关系。“假如我在淘宝上买了手机,不可能在苏宁再买一个。但在教育领域,报了线下的课程也可以再选线上的课程,两者并不完全冲突。”

选择模拟考试作为切入点的穿杨模拟考试CEO江懿则认为,成功的企业一定不是为了颠覆别人而存在的,“如果你的模式可以把上下游各个类型、各个层级的客户融合在一起,就是一个很好的商业模式。一个很成功的企业,存在的目的不是颠覆别人,而是服务好客户,为自己和合作伙伴创造价值”。

对于职业教育巨头达内教育来说,线上和线下其实从一开始就是互相辅助的关系。达内教育总裁助理高玮表示,虽然O2O概念的火爆是近一两年的事,但事实上早在2005年,达内就已经开始用O2O方式授课。由于达内的课程主要是面向大学生,学习目的更为明确,所以采用线上线下相结合的方式效果非常好。

此外,当下很火爆的大数据概念,也已经在达内开始应用。除了大数据方面的课程,达内的很多课程本身也是基于大数据而开设的。据达内集团品牌总监韩冰介

绍,达内虽然是JAVA课程起家,但现在招生规模最大的课程其实是UID(UI界面设计师),这个课程的开设就是大数据监测的结果。“根据我们对51Job和智联招聘监测得到的数据,全国范围内每个月UID的数字是4万多,而且一直在增加。基于这个数据,我们开始做UID的课程研发和样板市场,只用了两年就成为达内的种子业务。”

这些年踩过的那些坑

某种程度上,资本的“寒冬”也是行业自我思考的好机会。王雷表示,在行业重构的过程中,会交给消费者一个更干净、健康、向上的市场。互联网公司也可以向传统公司学习很多经验,比如像对成本的控制。“有的传统行业,一分钱没投都没拿到,但人家一直在盈利。他的规模也许不是很大,但至少对成本和运营数据的控制比互联网公司好得多。”

经过近两年的火爆之后,业内人士也在重新认识教育“互联网+”。王雷表示,互联网不会成为独立的行业,而是对社会各行各业基于互联网的改造,教育领域的“互联网+”同样如此。

“我们原来是把互联网当做一个行业,所以在过去20年里,传统行业和融合度并不够。很多人只认识到它的媒体属性,把它理解为一个营销的手段。而现在出现了新的机会,就是利用互联网升级,提升自己的服务和业务。”王雷表示。

而在赵万春看来,虽然资本对教育领域充满热情,但创业企业走过的坑也不能算少。“互联网+教育的模式仍然在摸索中,很难说哪种模式就是一定成功的。但在这个过程中,滴滴的模式对教育行业带来了很大的危害。滴滴的特点是高频,但教育领域是低频,去中介化和高额补贴的打法完全不适用。”

针对传统企业的“互联网+”升级,王雷表示,线下企业需要一批真正懂互联网的人帮助它进行改造,“很多企业一说到互联网,都是公众号、微博,先是吸粉,然后转化

成客户。这种打法比较LOW”。

“1995年我在新浪时,前两个广告客户是摩托罗拉和诺基亚,他们是我能接触到的第一批认识到互联网价值并接触到互联网的客户。但在互联网高度发展的今天,这两个公司却越来越远。这可能是个基因的问题,摩托罗拉也好,诺基亚也好,本质上是制造型企业,而现在的理念是,我可以送给你设备,而我经营的核心是内容。”王雷表示。

解决信息不对称是机会所在

具体到教育“互联网+”未来的机会,王雷表示,体制内的K12教育信息化将迎来高潮期,大批量的技术和新的应用形态将应用到学校的管理和对学生的服务上。“我们也在跟很多示范校的校长进行了解,包括他们对于互联网的态度,对iPad的应用等。我把这些整体归纳为为了解决、提升学习兴趣和成绩,使用一些互联网的手段和技术。”

此外,在王雷看来,解决信息不对称问题的商业模式将成为未来的另一个发力点。“比如某个地方确实有好机构、好老师,而我却不知道这些信息;比如我生活在二线城市,但迫切需要获得一线城市教育资源。这些需求,互联网一定是可以解决的。以前很多创业公司的思路很简单,先烧钱做用户,得到用户后才考虑怎么挣钱,现在大家会更关注商业的本质,包括你做这个事的目的、你的受益点,用户和合作伙伴的受益点分别是什么。好的商业模式本质上一定是双赢的,而不是单方面的获利。”

韩冰也表示,如果把教育行业分为大班授课、小班授课、1对1家教、在线教育四大商业模式,其中前三大块已经比较成熟,而潜力巨大的第四大板块仍然处于成长阶段,这也是风投火爆的重要原因。“过去十年是互联网时代,未来十年是产业互联网时代。这里涉及到互联网的本质,就是降低成本,提高效率。”

北京商报记者 闫文亮 郑艺佳