

家庭教育站上政策“风口”

——专访新东方家庭教育中心主任应光



多元文化带来观念摇摆

应光表示，“80后”已经逐渐成为当前家长群体的主体。这个群体的共同特点是，由于中国大学扩招，他们普遍接受了较高层次的教育，所以整体的素质水平有较大的提升，也更容易接受新的观念。

然而，家长学历以及重视教育的程度提高，并不意味着一定能教育好孩子。“‘80后’家长愿意积极参与孩子的教育，但在文化多元时代，他们的选择确实比以前多了，但可能更多地处于摇摆之中。”

另一方面，在社交媒体高度发达的今天，很多家长可以通过更多渠道自发地获取育儿知识。以新东方家庭教育中心的微信公众号为例，在基本没有进行推广的情况下，目前已经拥有40万粉丝。“我们公众号的内容由一个高水准的学术团队来负责，有的文章阅读量能达到几十万。”

今年春天，新东方家庭教育中心推出“百日行动派”活动，鼓励家长在100天内坚持改变，活动包括四个主题：不对孩子发火，每天给孩子一个拥抱，每天给孩子讲故事，每天记录孩子成长。家长的踊跃程度出乎想象。

“家长参加这个活动就意味着每天都

要在微社区进行记录。最终参加的人数近万，微社区每天的点击超过2万。手机端微社区的活动能到这个程度，大大超出了我们的预期。”

在活动过程中，家长之间自发互动，彼此启发，对很多问题有了新的认识。“为了把主题阐释清楚，我们也请了一些专家参与。但其实家长在实现了互通互联后，更多地是互相之间的分享，而不是照搬专家的经验。”

家庭教育已获政策利好

2015年对家庭教育来说是非常重要的一年。先是2月习近平主席团拜会讲话中提到“重视家庭建设，注重家庭、注重家教、注重家风”，释放了重要信号。下半年，教育部发布《关于加强家庭教育工作的指导意见》，再加上二孩放开政策公布，家庭教育注定将上升到一个新的高度。

应光表示，“我们作为社会机构来推动家庭教育，早期会觉得‘孤掌难鸣’，到了今天我们已收获很多积极反馈，现在又有了政府的重视，对未来更乐观更有信心”。

新东方家庭教育中心成立已有八年，应光表示：“家长送孩子来到新东方，目的当然是为了提高分数和成绩，这也确实是孩子走向未来的门槛。但我们的工作目标并不仅仅是帮助孩子提高学习成绩。不久前俞敏洪老师在演讲中提到新东方的三个目标：帮助孩子获得自信、帮助孩子看到未来、帮助孩子塑造健全人格。我们希

望和家长一起，给孩子们创造更好的成长环境。”

近年来，新东方家庭教育中心除了组织一年一度的家庭教育高峰论坛，还和全国的新东方学校、各地教育主管部门、妇联、关工委等展开不同程度的合作，每年在全国各地举办近200场家庭教育讲座。连一些没有开设新东方学校的城市，也在当地主管部门的邀请下举办过讲座。

据应光介绍，目前家庭教育最热的省份是北上广、浙江、江苏、山东等省份，而东北、西部相对较冷，“这种冷热不均的情况，与家长的认识和经济发展水平以及重视教育的程度都有关系”。

除了讲座，新东方家庭教育中心还经常进行家庭教育资源的分享。“我们的核心理念，就是重点做预防工作。解决问题和预防问题都重要，但预防更是事半功倍。新东方学校的家长俱乐部，以及家庭教育高峰论坛上的体验式工作坊，都是为了给家长更多地创造学习与成长的情境。”

此外，在新东方内部，还与中国青少年研究中心合作引进了家庭教育指导师培训项目。这个项目面对新东方老师开放，在四年多时间里已经培训了上千名老师。

“我们希望新东方的老师拥有一定的家庭教育技能，在日常工作中无缝衔接。或者可以这样理解：新东方老师如果有这样的能力，就可以为家长和学生提供增值服务，也意味着在自己的工作岗位上多发挥作用。”

需求转化消费尚待时日

毫无疑问，家庭教育越来越受到年轻父母的重视。然而尴尬的是，这种需求却似乎很难转化为消费行为。

应光表示，从之前了解的情况来看，无论哪个层次的家长都有家庭教育的需求。但奇怪的是，当这种需求要真正要落实到消费时，家长消费的意愿和学习的意愿就会出现严重的不对等。

“现在也有一些机构坚持做家庭教育十几年的，有的课程品质很不错，也懂得营销，但只能在小范围内发展。据我所知，有一家干了九年的家庭教育机构，现在有两三百个会员，虽然也有收入，但运营得很艰难。”

新东方家庭教育中心的情况也差不多，“我们在内容方面下了不少力气，也会精选一些好的内容出版图书。还尝试引进了一些国外图书，但收益非常微薄”。截至目前，家庭教育中心仍然是新东方的非盈利部门。

通常来说，有意让孩子留学的家庭，对教育的重视程度也会更高。但即使这样的家庭，对付费的家庭教育也没有太大兴趣。新东方曾经专门针对留学家庭准备过一些课程，但效果也不理想。

“大多数家庭认为这样的课程很有帮助，但只能接受一个非常低的价格水平，使得项目难以持续推进。”应光表示。

当然，从国外的情况来看，家庭教育这件事，主导者仍然是政府。“在2013年台湾家庭政策国际研讨会上，美国史考特·史丹利博士分享政府对于儿童和家庭投入的经费时，下面的与会者一片哗然。美国政府在家庭教育方面投入的比例、绝对数都很庞大，绝大多数国家是做不到的。而在澳洲，很多家庭政策跟得非常紧密，比如离婚以后子女抚养问题，家长必须陪伴孩子一定时间才能享受相应的福利。”

应光表示，家庭教育这么重大的工作，很多不是社会机构承担得了的，必须从国家层面进行推动。“很高兴看到在我们的推动下，很多家庭已经觉醒了。家庭是社会的最小细胞，如果家庭是健康的，毫无疑问社会的活力也会得到保证。”

北京商报记者 闫文亮 郑艺佳

· 资讯 ·

“占座儿”欲打造社交学习平台

鸿坤创新商业品牌“占座儿”揭幕仪式暨品牌发布会日前举行。“占座儿”旨在打造以学习为主题的社交平台，通过分时、分室、分师的“三分”概念，结合线上形成分享和共享的学习交流平台。

首家“占座儿”位于鸿坤广场购物中心。据介绍，任何人只要有一技之长，即可申报开设课程，并在“占座儿”内租用分时教室分享课程。“占座儿”课程发布者无论有任何课程需求，都可以在平台上提出，并自主选择报名，从而打通教学门槛，成为大众分享的特色平台。

与此同时，鸿坤广场购物中心推出“拾光书房”、“拾光小镇”等创新商业品牌，打造社区分享中心。鸿坤集团董事长赵彬表示，鸿坤定位于创新型社区商业资产管理者，打造独具特色的社区分享中心。这种分享不仅希望使社会资源配置达到最大化，也希望改变人们的生活方式。“占座儿”也好，“拾光书房”和“拾光小镇”也好，都是基于这样的理念来打造的全新商业模式。

占座科技有限公司联合创始合伙人李敏表示，所谓“占座儿”，其实就是一个分享的过程，也是感情的交流。“占座儿”不是要打造成专业的教育机构，而是希望打造一个寓教于乐的社交平台。

北京商报记者 闫文亮

2016年“超低龄”留学趋势将凸显



12月26日，启德教育集团《中国留学市场2015年盘点与2016年展望》报告正式发布。报告显示，2015年的中国留学市场可以用低龄、回国潮、理性、质量这4个关键词来概括。启德预测，2016年留学“超低龄”趋势将更加明显。

目前，留学的主要目标客户群体开始进入“00后/70后”时代。“70后”家长一般是高学历、高职位、高收入的“三高”人群，他们愿意为孩子的教育投入更多。而“00后”群体则是真正意义上的互联网一代，他们接触的信息和知识更多更广，因此留学时他们的“主意”更大。

2016年国内低龄留学比例将进一步提升，同时，“超低龄”趋势会逐渐明显，高中以下小留学生数量增速会明显加快；而国内的二三线城市低龄留学也将“发力”，许多世界名校也将目光转移至二三线城市，二三线城市的学

生将有更多的机会在当地接触到优质留学资源。

此外，留学生回国人数高于出国人数的拐点或将在五年内出现，留学生就业问题将会越来越凸显。2016年高质量留学生比例也势必会进一步提高；学生质量的提高势

必会继续推高入学标准。美国大学已经有越来越多的学校要求增加面试环节、中高端院校申请的标准化成绩也不断提高、要求成绩单认证的学校也不断增多。因此，针对高端留学的专业服务非常有必要。

现在，留学的定义已经不再是成功申请，有更多的学生、家长关注到留学后的发展，并愿意向专业机构寻求这方面的帮助。也有更多的留学机构开始发展境外服务。2016年留学后服务将会是留学市场以及学生、家长的关注重点。

北京商报记者 闫文亮 郑艺佳