



教育产业观察订阅号

D1-D2

2016.11.21

总第196期 今日2版 每周一出版
新闻热线 64101977
主编 刘佳 执行主编 刘亚力

B端布局C端收费 一起作业教育数据何时变现

收购快乐学 延伸产品线

一起作业日前宣布对快乐学完成全资收购。关于此次收购,一起作业称,本次收购将帮助一起作业继续深化大数据在教育领域的研究和应用,引入更丰富的教学资源和内容,提速一起作业的全学科、全学段布局。

据了解,一起作业成立于2011年10月,是开拓公立学校渠道的在线教育平台,有一起作业教师端App、学生端App、家长通App,还有UStalk在线外教一对一产品。一起作业平台连接老师、学生、家长三方。公立学校的教师在平台上布置作业,学生在平台完成作业,提交给教师,针对平台系统提供的批改作业的情况,老师可以明晰哪个知识点学生容易出错、哪类学生擅长哪类知识点等,从而有利于教师有针对性教学,而家长也可以通过此平台了解孩子的知识掌握情况。一起作业目前已经和全国8万所小学和初中合作,主要针对英语、数学、语文三门学科进行服务,而快乐学成立于2013年4月,是初中和高中的在线教育平台,目前在全国17个省份8000多所中学提供作业和考试服务。

“一起作业收购快乐学,是在延伸产品线,这并不会直接带来收益,也不能形成商业闭环。”互联网教育研究院院长吕森林表示。

向C端收费 探索盈利模式

一起作业从2011年创业,一直为公立学校提供作业服务平台,对学校、家长和学生而言,都是免费的。一起作业CEO在今年的互联网大会上说,目前一起作业已经连接了137万老师、2705万学生、1105万家长。在业界看来,凡是做在线教育产品的公司,当客流量大到一定阶段,往往从卖课中获利,而K12阶段的学生是家长买单,如何形成商业闭环?一起作业在去年底发布了家长通App,并且在今年8月底上线了UStalk在线教育产品,是针对少儿的北美在线外教一对一产品。“通过家长通App,把有需求的学生引流到UStalk在线教育产品。家长通App还会有一些来自于第三方的英语、语文等自学产品,有需求的家长可以购买。”据了解,家长通App上目前已经有索尼的趣味数学训练营等几款自学产品。“目前UStalk有几百位有小学教学经验的美国教师在线授课。”一起作业总编辑唐晓芸表示。

唐晓芸向北京商报记者表示:“一起作业提供的学生、教师、家长有关作业的服务,是永久免费的,在家长通App提供的自学产品等是收费的,供家长自由选择。”谈到UStalk在线教育产品目前有多少用户买单,唐晓芸表示,该产品刚刚上线两个月,各方面数据还在不断探索和变化中。

“一起作业想通过外教实现商业变

近日,一起作业全资收购了快乐学,把原来一起作业在小学和初中的产品线延伸到高中阶段。在业界看来,这次收购并没有给一起作业带来直接收益。关于两个在线教育公司完成收购后,对接的大数据何时变现的问题,一起作业相关负责人表示,现在一起作业开始通过家长通和在线外教一对平台UStalk向C端收费,摸索盈利模式。至于通过一起作业平台收集的大数据何时能够变现,尚没有时间表。



现,这显然是受51Talk和VIPKID的启发,但是一起作业的UStalk产品目前还没有形成品牌效应,转型存在困难,还不如当初直接做外教。”吕森林评价。

大数据变现没有时间表

11月17日下午,在线作业创始人兼CEO刘畅在乌镇互联网大会上发表演讲,他表示,同一个学校、同一个年级、同一个老师带的两个班,在没有强制要求的前提下,引入互联网教学的班完成预习作业的比例是70%,没有引入互联网教学的班只有25%;同样的课后练习,引入互联网教学的班正确率是96.7%,没有引入互联网教学的班则是78.6%。

刘畅对于数据驱动教学充满信心,他在大会上表示,“我们相信大数据对学校的老师而言,最大的改变是来自于让老师从依赖于经验的教学,慢慢地靠数据驱动

来教学。从解决班级的共性问题,到解决每一个孩子的个性问题。从帮助孩子们学习学科知识,到真正帮助每一个孩子进行能力成长。大数据真的可以让老师从教书向育人转变”。

对于一起作业而言,这些数据的商业价值在哪里?谁是买单者?唐晓芸表示,大数据能够帮助企业找到目标用户,比如说UStalk适合哪些学生,大数据会区分信息,帮助企业在合适的时间在有需求的区域,推送给有需求的用户。谈到一起作业会不会像分豆教育那样走政府采购的路线,采用PPP的模式,由教育局和公立学校买单,唐晓芸表示,目前一起作业并没有这个打算。吕森林建议,每年我国有关教育信息化的经费有2000多亿元,大数据由政府采购是个很好的思路。

北京智教信息技术研究院院长马铁鹰认为,一起作业并购快乐学,两家

不盈利的公司进行数据对接后,仍然没有盈利模式。一起作业进入公立学校,选择了免费的路径。收集到的大数据怎么用,如何用,目前没有清晰的思路。大数据确实是个方向,将来大数据不仅能揭示学生知识点的弱项,还能分析学生思维特征,甚至心理学的特征,这些数据实际上是给科研人员提供的。只要数据有用,可以提供给数据公司。但目前来看,除了作业,用户还有哪些需求,用户来到一起作业为什么来,要消费些什么,一起作业还需要探索。

谈及大数据变现的时间表,唐晓芸表示,一起作业过去五年进行基础构建,未来五年进行商业化基础的夯实,教育的成果需要时间打磨和积累。当然,大数据变现需要教育企业有更多的耐心。

北京商报记者 刘亚力/文
王飞/制图