



# 机器人老师 百度教育赌未来

各大教育平台近期动作频频,在网易有道、腾讯课堂、淘宝教育推出了“名师计划”之后,11月21日百度教育事业部总经理张高发布了“教育云”平台计划,称百度教育大脑将探索“一人一名师+机器人助教”的模式。尽管人工智能给了教育从业者许多创新的设想,但在业内看来,助教的角色相当于学业咨询师,由机器人来承担低估了学生的需求。而机器人助教的角色,未必能解决互联网教育平台名师短缺的瓶颈问题,也难推动百度教育形成商业闭环。

## 发力人工智能 实现一人一名师

在线教育平台经历了低门槛追求入驻机构数量、拼流量的阶段之后,逐渐冷静下来,意识到优质教育内容才是核心。于是,在今年下半年,开始新一轮的烧钱,不惜重金孵化名师。11月21日百度教育事业部发布了“教育云”平台,提出了一人名师的探索方向。张高表示,依托人工智能,向着内容化、智能化、个性化的方向发展,将来百度教育平台是一个学生有一名名师,每个名师配备一名机器人助教。

据了解,作为全球最大的中文搜索引擎,百度每天响应超过70亿次的搜索请求。百度教育旗下有百度文库、百度阅读和百度传课,百度文库文档量超过1.8亿份,并且每天还以10万份的速度增加。同时,每天的访问量也超过8000万人次。百度阅读和出版社合作,为学习者提供系统的知识,百度传课则为学生提供直播课等,将课程转化为知识图谱。截至2016年11月,百度文库有10万所学校、4915家机构入驻,认证教师数量达到5万。百度传课目前已经与超过3万家机构达成合作。

张高表示,百度教育大脑把百度文库、百度阅读、百度传课运转起来,将海量的知识内容生成为知识图谱,并且为学生进行个性化画像,提供所需要的知识。

在张高看来,日本的机器人模拟学生通过高考,这样做本身的意义并不大,真正的人工智能是在老师这端如何让老师服务更多的学生。“如果每个名师都有一个机器人做助教,帮助他们做基本的答疑,包括讲一些名师已经讲过很多遍的知识,然后助教能够启发式地进行教学和学生的对话,甚至可以谈谈理想等方面。”

## 机器人助教 难触及教育本质

据了解,百度传课目前已经与超过3万家机构达成合作。而淘宝教育在2015年5月称有5万家教育机构入驻。截至2015年,腾讯课堂入驻机构总数达到1.3万家,共推出7.5万门课程。大巨头在争夺中小教育机构的同时,也开始了名师的争夺,优质的内容是增加流量和提高

付费率的重要砝码。

于是网易有道、腾讯课堂、淘宝教育纷纷推出了自己的名师计划,而百度教育紧随其后,提出了一人名师再加机器人助教的计划,无疑是对前三位巨头争夺名师的回应,然而,机器人助教是否能缓解名师的压力,解决名师短缺的问题呢?

百度教育相关负责人表示,“名师+机器人助教”项目目前正在规划和执行中。一人一名师的概念是要通过百度教育大脑,充分学习老师的教学经验和技能,像人脑一样学习并储存知识,将他们的教学经验和知识储备转化为百度教育大脑DNA,激活自主学习神经网络。百度教育大脑通过运用大数据和深度学习机制,主动抓取、分析海量教学资源。在线教育最好的模式是人机结合,很多名师在教书育人过程中发挥了非常重要的作用,能不能让老师减少重复的劳动,让助手和机器人去讲,让老师去做更有价值的研究,跟学生对话,启发学生的智慧,找到机会,这是未来在线教育发展的重要趋势,也是现在提的一人名师、一人一助教。

桃李资本合伙人王文武则表示,百度教育平台高估了学员的分辨力、自我认识度,进入BAT教育平台,哪怕就是职场类目下的求职应聘这个课程类目,也有上千门课等着他,实际情况是学员一脸的迷茫,不知道怎么学、学什么,更不知道什么课程好。反观线下成熟的教育机构,即使最微观的三线城市的K12小机构,都配备了相应比例的学业咨询师。这些学业咨询师一方面是做销售工作,另一方面对学员进行大量的“意识需求阶段”的沟通和引导。

王文武说,这种典型应用场景为:学员信息不对称,需要对学什么、怎么学、能达到什么效果这些传统问题进行咨询和分辨;而此环节可以上升为学员的学习规划问题,在成人学员则为职业规划问题。而线下那些大大小小的机构里,学业咨询师是充当学员学业规划引导者的最重要角色。机器人助教很难把握学生的心理,更谈不上引导学生去学什么、怎么学、跟哪个名师学。

佳一教育机构总经理范明洲认为,一人一名师,并有机器人做助教,这种模式有待探讨,教育本身的属性没有改变。名师是可以解决核心问题,但助教一般由线下的教师解决才有可能对学生服务到位,而不是由机器人解决。



## 模式超前 商业闭环存疑问

2015年百度在教育领域加大了马力,先是在9月筹建面对K12教师的百度优课,接着在12月成立百度教育事业部,在百度文库和百度传课的平台上有各类教育培训课程,有职业教育、语言培训类、K12类、考研类等等。百度优课对市场进行了细分,服务K12领域的教师。北京商报记者打开百度优课的微信公众号发现,里面的教师直播课程大多是免费课程。将来机器人助教出现,是否能提高这些直播课程的付费率,形成商业闭环,使得平台能够以和机构分成或者收取佣金的方式良性发展?

据了解,教育行业在百度营收中名列前茅,足以证明机构和用户对百度搜索的依赖性,从这些搜索流量中,怎样为名师或者机构提供有价值的流量,这是百度教育目前在探索的方向之一。正如王文武所说,目前在线教育已经分为老师、机构、助教、学员四个角色,淘宝也好,腾讯也罢,还有本次的百度,基本上拥有流量优势,在前三个角色中不断找驱动点,预期最终撬动在线教育模式。

“但无论怎么调整,我认为,即使平台有着巨大的个体流量,有着品牌知名度以及所谓名师号召力,甚至百度将来还出现机器人助教,但仍然无法形成闭环,原因在于对学员这个主角重视程度远远不够。”王文武认为。

北京燕大菁华教育科技有限公司是一家做国际教育的公司,该公司总裁刘强表示:“我曾经入驻过一家教育平台,结果收获寥寥,关键在于很难找到平台和课程(或者说名师)的契合点。我们的培训课程一般是别人推荐,学员和咨询师在线下进行2-3次交流,每次交流至少半个小时,然后才能达到付费听课的结果。机器人助教很难承担咨询师的角色。”

移动互联网教育产业基金创始合伙人尉迟道坤认为,机器人助教使百度教育在教学环节扮演了一个助手的角色,助手不能抢了主人的角色,助手需要明白哪些是自己能做的,哪些是自己不能做的。要扶持这些机构和名师,百度就需要在营销导流与竞价排名之间做出取舍,甚至内部的左右手互搏,要么胳膊肘往里拐为自己旗下机构服务,要么撒网式地去赌未来,显然前景是比较模糊的。

北京商报记者 刘亚力/文  
王飞/制图