

· 权威发布 ·

## 麦当劳前副总 入股勺子课堂

北京商报讯(记者 刘亚力 实习记者 唐然)12月26日,勺子课堂正式宣布麦当劳前亚洲区副总裁李明元以个人名义入股。到目前为止,勺子课堂pre-A轮融资3000万元,已经拥有李明元、西贝创始人贾国龙、嘉和一品创始人刘京京为核心的合伙人,目前已经与海底捞、西少爷肉夹馍、木屋烧烤、桃源眷村、江边城外和井格火锅等餐饮企业展开深度课程合作。

李明元1997年接任麦当劳台湾区总裁职位,2001年接受麦当劳美国总部的高阶经纪人训练,之后两年调任德国、瑞典、纽约和中南美各大分部。2011年调离台湾区麦当劳到亚洲麦当劳担任亚洲区副总裁。此次加盟勺子课堂,以个人名义注资数百万元,成为该公司首席战略合作伙伴。

据了解,勺子课堂是掌柜攻略旗下的餐饮产业线上教育平台,2016年初正式上线。该平台通过原创深度餐饮行业内容+餐饮学习课程和学习型社群服务于中小餐饮行业从业者。“勺子课堂”完成了千万级A轮融资,为3万余餐饮人提供了线上课程服务,付费用户已经达到1万余人,目前用户以中小商家为主。勺子课堂探索垂直的“媒体+服务”发展策略,希望打造餐饮行业的商学院。

勺子课堂创始人宋宣说,目前市面上的职业教育多为IT职业技术类,其在线渗透率接近15%,其余领域的渗透率不超过5%,线上化的市场空间巨大。而职业在线教育向细分领域分化的趋势愈发明显,但心理咨询类、管理类、服务类尚未有在线学习服务提供。勺子课堂正是看中了这一空白,于是布局餐饮在线教育。

宋宣预测,未来成立餐饮教育的公司会形成战略联盟,包括食品研发等,即将组成这样一个生态链,然后小规模去扶持一些公司。李明元以及勺子课堂会成立一笔专项扶持资金,用来接资本。

## 遗失公告

北京金隅人力资源管理有限公司(营业执照注册号:110000011937495)不慎遗失税务登记证,证号:11010269000127X,特此声明。

2016年12月26日

## 撤资上海宏创 投资小禾科技

## 佳一线上拓展难戳K12痛点

在二三线城市中小学数学培训当中取得不错成绩的佳一教育,迈进高中互联网教育却难以落脚。佳一教育12月6日宣布撤资以做互联网教育技术服务见长的上海宏创,日前又战略投资小禾科技,希望通过小禾科技完成数字化教学内容输出,扩张生源。此次投资,能否让佳一教育实现线上拓展,拭目以待。

投资小禾  
意在扩张生源、销售产品

佳一教育近来动作频频,先撤资上海宏创,然后注资小禾科技,之前在2015年11月,佳一教育还宣布投资英国数学在线教育公司EZ Education,试图打开海外版图。佳一教育以K12为主营业务的教育公司中,在新三板上市较早,探索线上转型也比较早,但目前来看,转型并不是非常顺利。

去年11月投资上海宏创教育,今年12月撤资转股,据媒体称是因为上海宏创今年上半年即亏损54万元。谈到此次投资小禾科技的目标,范明洲表示,目前,佳一教育已着手对二三线城市培训机构的资源进行梳理,但仅依托内容输出整合效率有限。佳一投资小禾科技,希望能够利用小禾科技研发的一体化业务管理系统,进而帮助佳一教育完成数字化教学内容输出和管理的输出。未来工场创始人宁柏

字表示,佳一教育投资小禾科技,希望获取数据红利,扩张生源,并且销售教育产品。

看好双师模式  
向三四线城市拓展

佳一教育12月中旬发布公告称,拟以不超过980万元购买北京小禾时代教育科技有限公司(以下简称“小禾时代”)4.9%的股权,本次投资不构成关联交易。公告称,本次投资完成后,佳一教育将利用小禾时代的互联网教育平台和技术,推进佳一教育与合作校的远程教学协作,并通过“双师课堂”提高K12领域数学教育的市场份额。

据了解,佳一教育是数学教育内容和中小学校外辅导服务提供商,拥有自主研发的数学教学法、教学内容和教学软件。目前公司拥有28个直营培训点,佳一数学课程全国的合作学校超过1150所。

由于K12业务的封闭性,目前教育公司在K12领域的三四线城市渗透率很低,大概在3%-7%,但佳一教育在二三线城市已经拥有良好的渠道,范明洲表示,未来公司的核心产品继续向二三线城市下移。他认为,“双师课堂”是公司比较看好的一种互联网背景下的远程教学模式,未来将围绕全国1150多家课程合作学校的需求,首先从中考数学领域切入“双师课堂”教育,以提升公司与全国

课程合作学校的战略协同,推动公司互联网战略的实施。公司的核心产品将继续向三四线城市下移。

公立资源不足  
未能击中线上课堂痛点

佳一教育在早期通过收取低廉服务费的方式,完成在二三线城市的扩张,和地方培训机构建立起合作关系。教育研究专家谢英新表示,这种方式是线性思维,也是佳一教育的弱点所在。佳一教育和学而思同样是以数学培训见长的培训机构,但学而思的公立资源非常丰富,这有利于机构击中公立课堂教学的痛点,从而实现线上转型。谢英新认为,好的教育必然有大量前期工作,知道公立学校里发生了什么,懂得课堂的优势和弱势,这样来建立对老师、对家长、对培训都有教育理念。目前,公立资源的不足,阻碍了佳一教育的线上拓展。

互联网教育研究院院长吕森林谈道,佳一教育跟公立学校有合作,但是非常少,未来可能会增加。目前佳一教育线上有自己的课程和动态教材,销售给各培训学校,采取混合式学习的方法,它本身一直在做线上和线下结合的模式。而在业界看来,与有公立资源的线上机构合作,佳一教育将扬长避短,改变发展受阻的状况。北京商报记者 刘亚力 实习记者 唐然

## 沪江未来三年投入10亿元打造CCtalk

## 资金、培训、逆向出版构建知识网红产业链

2016年是网络教师崛起的元年,2017年将引发网师投资热。顺应当下趋势,沪江旗下实时互动教育平台CCtalk提出“汇聚天下网师”的口号。沪江董事长伏彩瑞表示,未来三年要花10亿元打造CCtalk平台,通过资金扶持、网师培训、逆向出版等多元化手段,构建知识网红产业链。

## 有的网师半年收入达800万元

12月19日,网师2016暨CCtalk合作伙伴大会在沪举行。沪江旗下实时互动教育平台CCtalk竖起“网师”大旗,发出“汇聚天下网师”的召唤,共筑教育新生态。

网师主要是指那些能够充分利用互联网进行教学,并能在平台上获得持续收入,能在教学过程中收获尊严和乐趣,拥有独立人格的群体。目前在CCtalk平台上有1500名活跃的网师。“有人把在网上活跃的教师称为‘知识网红’,但是在沪江眼里,他们是重新定义在线课堂的‘网师’。”沪江合伙人、CCtalk总裁陆坚博士在大会开场讲道,正如Apple iTunes让独立音乐人可以不依附唱片公司来发

行自己的音乐,沪江CCtalk希望能够吸引和汇聚独立知识传授和分享者,并成为为网师提供功能全面的在线课堂与超值回报的教育平台。

“在CCtalk平台上,有的网师半年收入可达800万元。”陆坚透露。有位昵称为“luckly dog”的名师谈起自己入驻CCtalk时的发展历程称,他2015年11月15日入驻沪江,学院人数是0,2016年5月15日,付费营收超过10万元,2016年10月15日,付费营收超过100万元,2016年12月8日,一小时破10万元,当天营收超过25万元。有人总结这位网师的营收飙升迅速的原因是,这位网师不仅仅是讲课得好,而且能够满足学生做点对点的咨询。

## CCtalk平台是中介化升级

曾经在淘宝教育工作多年的业内资深人士萧邦,现在入驻CCtalk平台,他讲道:“网师仍然需要团队。去中介化是一个伪命题。”萧邦认为,之前很多人在讲共享经济,谈C2C,提到“机构已死,老师要生存,去中介化”。“但从去年到今年的发展历程来看,互联网教育平台不是去中介

化,而是中介的升级。老师要有料会说会演会传播很难,因此需要找到一个平台,把营销传播等事情交给平台,自己专心于教学。互联网教育平台不是去中介,而是中介的升级。”萧邦还认为,流量对标准商品非常有用,对刚需的教育产品,像语言、考级、职业资格的考证,越是刚需,流量越有用,转化率越高。但是,教育不仅仅只是应试的东西,更多是关注于人的成长。尤其是像K12领域,需要非标准的教育产品,流量对非标准化的教育产品并没有用,入驻平台的个人老师是非标准教育产品的内容提供者。

CCtalk平台对入驻平台的教师进行研究,教师有三个能力需要培训:专业能力、营销能力、运营能力。CC网师大学副校长许俊讲道:“线下,比如我要鼓励这个学生,今天上得很好,击掌加油,鼓励一下。做肢体语言互动,有时候这种鼓励的方法在互联网上行不通。如何让学生在手机屏幕上看到教师的情绪表达,教师需要做到夸张。我教老师夸张地打招呼,让他们动作大一些,声音大一些、夸张一些。”

## 多元化手法打造知识网红产业链

“我们要在2017年建立专门用于扶持网师的基金,来扶持更小的网师群体。”陆坚透露。网师基金覆盖:一方面是基本的上课培训。线下能教好学生的教师,不见得线上能教好。做线上授课培训是一个重要方面。另一方面是营销的培训,包括怎么收费,怎么设置,怎样从一开始免费的公开课,进入付费课,这样的操作有一套体系。沪江可以把这种营销方法通过CC大学传授给网师。

CCtalk平台对知识网红进行IP产业链的开发。沪江合伙人、副总裁常智韬将产业链的开发称为逆出版。“沪江的逆出版和传统的出版内容不一样,沪江在做教育IP2.0。”常智韬表示,“沪江要做多媒体的出版物,现在专门成立了出版合作组,和国内外100多家出版社建立了合作关系。随着AR/VR的应用,新技术和传统书籍的出版结合得很紧密。沪江帮老师们做逆出版,就是要把知识网红已有的音频视频内容,已经梳理好的教材,以更具传播力的方式打造成多媒体的传播物。”



北京稻香村



购买北京稻香村产品请认准“三禾”“北京”字样

电话:010-84043305

网址:www.daoxiangcun.com



防伪标识,

