



新1闻1启1迪1财1智

教育周刊

Education Weekly

总第210期 今日2版 每周一出版
新闻热线 64101977
执行主编 刘亚力



教育产业观察订阅号

D1-D2

2017.3.20

依靠K12一对一个性化课外辅导起家的精锐教育,最近动作频频,去年底数千万战略投资低龄留学公司睿励人生,今年3月300万元战略投资早教公司贝贝帮,2015年投资一米辅导发力线上产品。精锐中止与松发股份重组之后,去年底进行新一轮资产重组,用精锐教育创始人张熙的话说,精锐教育要多方出击。在业界看来,新东方、好未来教育、学大教育为第一梯队,而精锐、巨人等为第二梯队,精锐教育能否通过多方出击的方式顺利冲击A股进入第一梯队,获得业界关注。

多方出击 精锐教育冲击第一阵营

进军北京K12市场受挫 以幼小衔接寻求新突破口

中国教育学会在2016年底发布的《教育行业研究报告》中显示,教育辅导机构市场规模已达到8000亿元,校外机构的格局呈现三种梯队式排列。第一梯队机构的年营收在20亿元以上,以新东方、好未来和学大教育领航;第二梯队年营收在1亿-20亿元之间,以高思教育、精锐教育和巨人教育为代表。精锐教育日前动作频频,去年底数千万战略投资低龄留学公司睿励人生,今年3月300万元战略投资早教公司贝贝帮。精锐近两年在早教、国际教育、素质教育等多领域布局。动作如此频繁,精锐教育是否有望进入第一梯队?

精锐教育成立于2008年,主线业务为K12阶段数学辅导,同时发展K12阶段其他科目的培训,主营一对一和一对三的辅导模式,主打高端市场。近几年扩展非常快速,精锐如今已经发展为教育辅导机构第二梯队的代表性机构。然而主营地在上海的精锐,从2010年起多次冲击北京市场,却屡屡受挫。

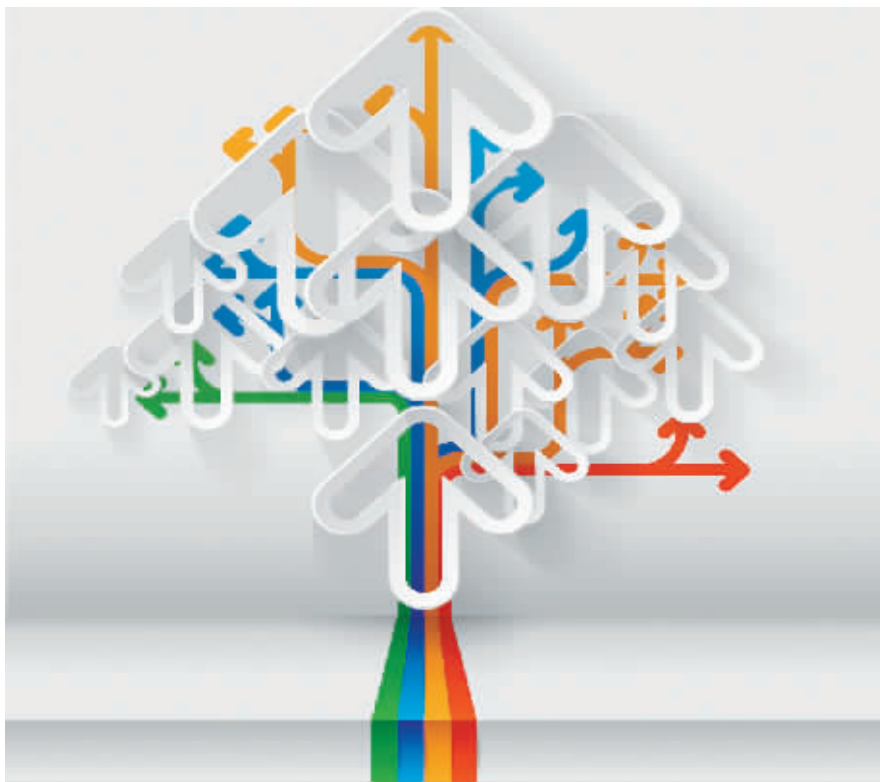
在2013、2014两个年度,精锐在北京的月总营收只有200万元左右。精锐教育K12一对一和针对3-12岁的至慧学堂已经进入北京,2015年张熙放言要在北京开40家K12分店,然而到目前为止,精锐在北京的分店只有十几家。与上海甚至长三角的城市相比,精锐教育在北京的发展显得非常缓慢。

桃李资本合作人王文武谈道,精锐教育多次冲击北京市场,成效都很一般。精锐在北京的K12教辅机构排名甚至挤不进前十,这说明精锐在北京市场摸索;精锐是一对一的模式,走高端精品路线,这种模式没有得到北京市场的广泛认可;也可能是精锐的市场宣传和团队出现了一些问题。

据了解,精锐教育旗下拥有“幼小衔接”品牌至慧学堂,该机构作为早教数学辅导班,目前市场反响良好,在上海营收已达1亿元。

公开资料显示,精锐目前市场规模大致在近20亿元,其中大部分是K12业务的贡献,剩余部分为幼小衔接的补充营收。张熙表示,营收规模在1亿元的幼小衔接目前主要在上海发展,未来计划向华东地区扩展。

王文武认为,某种意义上幼小衔接班是沿着精锐的扩张轨迹在走,同时,如果未来K12一对一没有达到在北京立足的效果的话,精锐教育以“幼小衔接”品牌至慧学堂进入,去华东地区进一步拓展,接着以主打品牌拓展北京市场。



开拓三四线市场有优势 新锐品牌是劲敌

业内资深人士葛文伟表示,布局北京屡屡受挫,精锐教育错失在北京市场K12的五年红利期,然而,精锐发展三四线市场反而有利,据了解,好未来、新东方、学大教育三大巨头在三四线城市的市场占有率仅仅为1%。

2016年9月12日,精锐教育厦门加州学习中心开业。精锐教育高级副总裁孟晓强在该中心开业仪式上表示,未来三年内,他们将在闽南金三角布局精锐教育学习中心10家以上。抢食个性化教育市场,精锐布局主要在上海以南,长江三角洲地区。进军北京屡屡受挫,导致它必须在长三角抢夺市场,进而占有更多的三四线市场。在王文武看来,精锐教育进军三四线城市的优势还在于强大的教学内控系统,这套教务系统做教学过程的拆解和教学效果的保障。张熙是典型的职业经理人出身,他管理的精细化、对系统依赖和重视程度以及对服务品质的保障等等,会优于传统意义上的教育管理者。精锐出于管理特性,并且走高端一对一辅导模式,做直营店并不容易快速扩张,通过投资、加盟的方式,笼络当地品牌是扩大品牌影响力的快捷途径。

但是,在三四线城市的K12市场,新锐品牌是精锐的劲敌。王文武表示,目前

K12行业出现以陕西的秦学为代表以及苏州的学子堂为代表的后起公司,这些公司以股份制的方式快速拓展分校,开分校的股份比是49:51。也就是说总公司占股51%,地方占股49%,这种模式最大的特点是大量节省了招生成本。在地方成立的股份公司有一定的当地相关资源,线下店铺的布局选择当地最好的地段,大量节省了营销成本,同时做各种促销活动来拉动客流量。这种新的生产力爆发的情况,对精锐来说是严酷的挑战。

移动互联网教育产业基金联合创始人尉迟道坤表示,一对一属于竞争高度白热化的领域,精锐平衡好差异化和本地化。一对一模式的本质是个性化,单凭标准化体系之力恐怕水土不服。如果不能对自己的产品精准定位,不能比竞争对手开发更出色的课堂体验,不能为家长和学生提供更到位的个性化服务,也未必能赢得资本市场青睐。

以K12为中心 多方出击

精锐教育不仅仅是布局K12、早教,还布局国际教育、素质教育、线上教育等,张熙对北京商报记者表示,这是多方出击。目前精锐教育的产品线还是更多地聚焦中高考,以K12为中心,国际教育作为辅助。现在国际教育方面做了一些投资。据了解,去年12月,精锐教育与睿励人

生进行战略合作,张熙表示,借助这项战略合作,精锐将依托现有的国内K12教育巨头优势,进军国际教育领域。与众多低龄留学机构不同,睿励人生强调留学后服务,通过建立信息化系统,解决到达留学国家的学生问题,并将留学后的服务做到标准化和系统化。在素质教育方面,精锐也做了布局,用张熙的话说,目前处于尝试阶段,将来会投资幼儿园等。

不论是布局早教领域还是国际教育,可以看出,在K12培训竞争日益激烈的情况下,精锐教育试图以横向发展突破行业天花板,以投资国际教育市场作为拓展业务的方式,实现综合性教育企业的升级。灯塔EDU创始人Albert表示,2015年底专注于研究国际教育的新学说传媒发布了《中国国际学校发展报告》,报告指出中国目前共有597所国际学校,其中民办学校是256所,根据富裕阶层家庭和净资产人群数量,以及他们对留学、出国的需求,测算出将会有40.7万人的市场,以一个学校600人来测算,40万的学生需要700所学校容纳,加上之前的256所,预计未来几年需要近1000所民办国际学校才能满足需求。因此,精锐进军国际教育市场前景很好,但关键是要引进国际教育方面的人才,毕竟国内辅导与国际教育不一样。

谈到冲击A股,张熙表示:“我们还是等待,看看监管政策什么时候会便利教育公司上市。”据了解,2016年6月7日,松发股份和精锐教育资产重组失败,张熙当时称原本计划2016年美股上市的精锐教育也改变了方向,准备2016年、2017年冲击A股。2016年1月28日,天神娱乐发布公告称,其旗下投资基金拟以5亿元投资上海精锐,持股27.37%。而今年2月8日,工商登记信息显示,近日天神娱乐旗下基金富达投资已退出K12培训机构精锐教育股东名单。天神娱乐宣布拟将精锐教育27.37%的股权出售,作价6.8亿元。

此外,德晖资本也售出了其持有的精锐教育股份,接手者为5名自然人,包括德晖资本合伙人卞进、德晖资本的股东安徽新华集团投资有限公司执行董事兼总经理吴俊保等。以此次交易中6.8亿元获得27.37%的股比计算,已成立九年的精锐教育当前整体估值约为24.84亿元。紧随在新东方、好未来、学大教育第一梯队行列之后,精锐教育作为K12教育机构获得这一高估值。

尽管张熙对北京商报记者表示目前在看政策,精锐教育上市并没有明确的时间表,然而紫光大学在3月17日发布公告称,学大创始人金鑫辞任,在业界为紫光大学前途捏把汗时,想来张熙也不会非常淡定,毕竟这已经到了精锐冲进第一梯队的关键时刻,能否胜出,拭目以待。

北京商报记者 刘亚力 实习记者 唐然