

教师资格证能否助力师训赛道崛起



教师证成立命之本

据悉，“有证上课，没证辞退”是教育部规范培训机构师资的硬性要求，从政策趋势看，对教师资质的规限越来越高、越来越具体。

先是要求从事语数英、物化生等学科培训的教师应该具有教师资格，并必须予以公示。紧接着，要求培训机构不得再继续聘用未通过2018年下半年教师资格考试的教师，引发行业一阵惶恐。最后，政策直指在线教育企业，要求其必须将教师的姓名、班次以及资格证号在其网站显著位置予以公示。教师资格证瞬间成为培训机构教师的“护身符”。

从实际情况看，由于培训机构教师多是非师范毕业生，同时受国家考证时间限制，目前培训机构教师持证比例低成为不争的事实。因此，强制要求教师考取教师资格证成为普遍做法。

另一方面，近两年报考教师资格考试的人数翻倍增长，竞争空前激烈。有

即将过去的2018年，不少细分赛道中涌现出了独角兽公司。在很多媒体报道和采访中，不管是哪个教育细分市场，几乎都提及过一个问题：师资是目前的一大难题，老师难招、教师数量缺口大、无法满足目前的需求等。随着今年政策对于教培机构的监管趋严，使教师资格证的权重比例大幅提升，师训赛道被逐渐关注。有业内专家指出，教师培训包含的教师就业培训、教师资格证考试培训和在职教师培训，光在职教师培训市场规模就有300亿元。但是为什么师训这个赛道始终没有火起来，更没有独角兽公司诞生呢？

业内人士透露，2018年下半年全国教师资格证笔试报名人数高达450万人，报考教师资格证人数的增多引发了教师培训市场的日渐火热。

在刚刚获得ata天使轮融资的师训机构小致培训创始人兼CEO卢迪看来，全国有400万左右人次/年的教师考试规模，对应着相对有限的20亿左右的市场规模，且市场面向全国较为分散，较难形成规模化培训体系。有明显的周期性，后续可延展性不强。而有超过百亿量级市场规模的在职教师包括就业师训一方面可解决学校的刚需，另一方面也可通过双师等模式解决培训机构的教师缺位。

标准化体系输出是关键

“现阶段没有特别头部的师训企业出现，一是这个赛道处于萌芽期，二是跟行业的半垄断不无关系，”卢迪介绍，有培训资质的机构需要做公开招投标，有教育部背景的像中国教师研修网、继

教网等机构便拥有天然背书，但它们目前也只是占了市场的10亿规模左右，还有很大的想象空间。

针对没有教育部背景的机构如何切入师训赛道，卢迪认为，要做标准化的教研体系输出给B端，最大限度聚拢名师资源。同时，要加入对学生的测评反馈系统，有教研有课程有评估和反馈才构成完整的师训体系。这也是新机构切入师训赛道的着力点，目前头部企业的师训方式存在着单方面供给，即对于B端是低频次，无体系且效果无法评估。

在京师沃学创始人兼CEO赵映明看来，师训属于重服务，而市场做得都比较形式化，就算人工智能技术再进步，也不会替代教师对于知识传授的重要性。一堂好课的思路和设计是有范例可寻的，所以将整合北京名校名师资源，以录播和直播课的形式破解中小型机构的师资问题。

“对于未来的发展，一定要以线下

和线上相结合的方式，在输出标准教研体系后，可由各地的渠道商进行分发做地域化，再配合线上的双师课、或以知识付费形式构建的师训课程形成完整闭环，”卢迪补充道。

培训流程及意愿成挑战

“纵观整个师训领域，培训流程长是不可避免的问题，”卢迪指出，虽然我们期望能够通过培训体系来培育和输送出大量的合格的教师，然而很多学校包括机构对于输入的教师还是有很高的要求，例如像大语文学科的教师需要有深厚的积累，对专业和教学经验的要求也相对更高。机构中的少儿编程教师要求一方面为理科生懂编程，另外一方面还要有丰富的语言表达能力。所以短时间师训的结果无法显现，也似乎不具备量产的可能。

另外，现在对教师能力的要求也更为复合，包括选取和利用网络资源、创设教学环境、学习辅导、语言表达，甚至线上教授课程的能力，很多能力并不是可以通过短期培训就能获得的。

还有不容忽视的一点是，无论校内还是培训机构的教师本身已经是一个很繁忙的职业了，但为了教师能力提升，各种灌输式的师训活动虽然在开展，但效果大多不尽如人意，耗时耗力收效甚微，导致很多在职教师的学习培训意愿并不强烈，很难落实到教师的实际培训中。所以高度结合其教研的课程体系内容是刚需。

北京商报记者 刘斯文

· 资讯 ·

常青藤爸爸借原创内容突围启蒙赛道

北京商报讯(记者 刘斯文)12月19日，儿童双语启蒙教育品牌常青藤爸爸上线了小程序商城常青藤小店，涉及图书、绘本、儿童用品等商品，还推出了拼团、秒杀等活动。

据悉，常青藤爸爸成立于2015年5月，主要通过“常青藤爸爸”微信公众号和App，推广其家庭教育媒体内容，“英语+国学”双语启蒙课、增值服务电商以及出版物业务。常青藤爸爸的核心竞争力体现在“精英学爸”IP品牌和原创内容生产能力。其联合创始人王楠告诉北京商报记者，常青藤爸爸把自己定位于内容公司，科学、专业，严谨是核心壁垒。常青藤爸爸本身就是一个学霸标签，为了呈现更好的原创内容，他本人也专门去了哈佛进修教育学。

针对原创内容会消耗团队大量精力，如何做到内容优质性，王楠表示，团队基本上一半的工作人员都是内容教研，除了来自世界名校的师资力量，对于产品的打磨也是要求极致。例如内容团队会为了给一首古诗词配曲，去到诗人创作的地方体会感悟。

众所周知，幼儿启蒙市场在2018年迅速走红，尤其是启蒙英语风口的到来，VIPKID、哒哒英语等巨头也纷纷延展产品品类入局低幼市场，如何突围成为行业热点。在王楠看来，在线启蒙教育可以利用碎片化的时间，让学习者可以随时随地开始学习并做到因材施教。而如何创作出更好的内容，以及让消费者去选择更好的内容则是大家同时面临的挑战，所以坚守优质内容创作很重要。

茅盾青年文学院启动第二届征文活动

北京商报讯(记者 程铭劼)12月25日，茅盾青年文学院第二届主题征文活动在鲁迅文学院礼堂正式启动。本次活动由中华文学基金会主办，好未来集团旗下学而思承办。征文于2018年12月至2019年3月3日，面向小学三年级至初中三年级青少年征集佳作，邀请青少年通过了解粤港澳大湾区的历史人文风情，感受改革开放40年来祖国的变化与发展，理解积极向上、精诚奋斗的“精卫精神”，用文字书写时代气息，在实践中实现自我价值。

据悉，茅盾青年文学院创立于2018年4月，由中华文学基金会与学而思合作共建。当月，茅盾青年文学院举办首届征文活动。2018年暑期，数十名小作者亲临茅盾先生故里浙江桐乡实地写作，与沈石溪、袁敏等写作名家面对面交流。

为帮助更多孩子在实践中提升人文素养，第二届征文活动正式启动。征文主题“口衔山石细，心望海波平”，出自唐代诗人韩愈的《学诗》：“学诗当学杜，学杜当学韩。口衔山石细，心望海波平”。该诗句传递出一种积极向上、精诚奋斗的

精神。2018年港珠澳大桥通车，粤港澳大湾区发展蒸蒸日上。茅盾青年文学院希望青少年通过了解粤港澳大湾区历史人文风情，理解诗中体现的“精卫精神”，用所学知识为社会进步与发展做出贡献。

学而思大语文负责人李林表示，学而思大语文一向强调学以致用，在课堂上学习历史文化知识、中外作家经典作品之余，更需要进行充分的写作实践，才能引导学生把知识输入转化为表达输出，帮助他们有效提升写作能力、思辨能力。

万达宝贝王第100家直营店落户运城

北京商报讯(记者 程铭劼)12月28日，万达集团旗下首个教育品牌——“万达宝贝王”第100家早教中心在山西运城正式开业。据悉，跨界进军教育行业的万达，仅用一年半时间，就以平均每5天新增一家早教中心的速度，成为国内拥有直营早教中心数量最多的早教品牌。相关负责人表示，2019年万达宝贝王

早教还将继续保持快速扩张，并坚持全部直营模式。依托万达广场、宝贝王乐园和自有IP衍生品，万达宝贝王早教打造出“教育生态圈”闭环，从客厅到课堂再到社会(万达广场)，将孩子、家长和教育机构在万达广场的各个场景中有机结合。

据了解，相对于软硬件配备，万达宝贝王早教的价格却很亲民。依

托遍布全国各地的万达广场，目前万达宝贝王早教已经下沉到三四线甚至五线城市。对此，相关负责人表示：“无论家庭贫寒还是富有，无论出生在城市还是农村，每个儿童都应该公平地站到人生的起跑线上。万达要做的是老百姓消费得起的早教。因为我们始终认为，早教不是奢侈品，而是必需品”。