

· 资讯 ·

课工场创新产教融合人才培养模式

1月20日,由中科电商谷主办、课工场产教融合创新基地承办的“产教融合人才培养交流会”在京召开。会议基于《国务院办公厅关于深化产教融合的若干意见》与《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》的要求,探索进一步深化产教融合、产学研合作,汇聚企业资源支持高校创新创业教育,促进高校人才培养与企业发展的合作共赢,营造产教融合协同育人的创新创业环境。

课工场所属北大青鸟集团副总裁薛丽表示,集团将集中自身技术实力及产业资源,投入合作高校的新工科建设、师资培训、校企共建,产学研协同育人等项目中,与课工场产教融合创新基地共同推动新一轮职业教育的改革。

同时,课工场产教融合创新基地副总经理谢际宁指出,产教融合模式是一种注重培养质量,注重在校学习与企业实践,注重学校与企业资源、信息共享的“双赢”模式。2019年,基地将面向高校提供包括学院共建、专业共建、企业项目实践、教师培养、实验室、创新创业、教材合作、新工科建设、实习实训等不同的合作模式,创新高校人才培养模式。

授牌仪式环节,由40家合作院校为课工场产教融合创新基地进行了授牌。

猿辅导推“小学数学能力训练营”课程

日前,新一季《最强大脑》发布消息,已定档2月15日回归江苏卫视。1月13日,《最强大脑》正式官宣,猿辅导成为本季《最强大脑》独家在线辅导合作伙伴,与节目同步推出“小学数学能力训练营”定制课程,并且双方将在节目全程展开战略合作。

2月15日晚节目将正式开播,猿辅导推出的《最强大脑》定制款“小学数学能力训练营”课程也同步开放报名。这套课程邀请了《最强大脑》出题人刘嘉教授担任总顾问,并结合节目中的脑力知识和科学训练方法,通过线上趣味互动课的形式帮助孩子提升逻辑思维、空间想象和应用能力。

据悉,《最强大脑》已经连续两年与猿辅导展开合作。去年,全国共有11万人在猿辅导报名参加了这季节目的全球海选,84%的选手是“00后”,晋级复试的选手中年龄最小的仅9岁,进入百强的中小学生选手基本都来自猿辅导选拔通道。《最强大脑》制片人桑洁表示,节目组选择与猿辅导在教育领域进行独家合作,不仅因为猿辅导拥有超过2亿的学生用户,在影响力上能为节目带来全新的跨屏联动,更重要的是能将脑力科学更好地传递给学生,让节目内容资源发挥更大的教育价值。

辣妈帮打造母婴产业生意链

1月23日,辣妈帮以“数据生命链,母婴新格局”为主题发布了其2019年最新的战略计划。

针对人口出生量未获得井喷式上涨、单个母婴用户的价值越来越高、整体母婴人群线上线下分布分散、且从一线到五线的市场新挑战,辣妈帮联合创始人兼销售业务总经理刘元萌指出,公司推出了全新的营销模型。基于辣妈帮独家研发的智能大数据创新技术,持续汇聚源头母婴人群,为用户提供线上线下的精准服务,从线上知识宣教与产品体验,到线下科学孕育课堂,从公益项目再到合作联盟,从生育源头全面占领“妈妈生育链”,深度覆盖百万核心孕产妇人群,打造精准“行业生意链”。

辣妈帮创始人金赞表示,2019年辣妈帮除了将建立更牢固的商业壁垒,还将为母婴人群提供更优质、更高效、更有温度的服务。当天,刘元萌还携手中国儿童少年基金会主任韩丽娜、辣妈帮首席专家陈宝英教授共同启动了2019年辣妈帮公益启航仪式。

北京商报综合报道

好未来的B端战略

1月12日,好未来教育开放平台未来魔法校宣布自身产品及服务进行全面技术升级和内容重构,并达成多项战略合作,向行业伙伴开放数学、物理、英语、大语文、少儿编程等多项优质教学资源及服务。这是继好未来在2018年底GES大会上首次公布“开放平台”计划以来首个战略产品的公开亮相。希望借助教育开放平台事业群打通B端资源的好未来,如何实现双轨发展?

打造开放平台
谋求战略转型

2018年12月3日的GES大会上,好未来宣布以“开放平台”引领好未来战略转型,并正式对外发布教育开放平台。据悉,好未来教育开放平台推出了覆盖线上、线下全场景,贯穿教学全周期的五大解决方案,为大规模、规范化地解决当前教育行业优质教育资源不均衡以及大规模、规范化地解决个性化发展的两大主要问题提供了可能。其中“AI+教育”解决方案主要针对课堂教学、作业批改、学情诊断等教育的各种场景,将视觉、语音、自然语音处理、机器学习等AI能力与配套的教学资源,封装成完善的智慧教育解决方案。

其实,早在2018年初,好未来就已经正式开启了to B的业务,并签约了十几家机构进入业务测试期。据业内人士分析,相较于C端市场而言,做B端业务会拥有稳定的现金流和客户。同时,由于行业其他伙伴陆续在B端进行了多种业务的尝试,这些都可能是好未来进军B端市场的原因之一。

教研能力下沉
赋能中小教育机构

作为好未来五大事业群之一,教育开放平台事业群与智慧教育事业群、素质教育事业群、K12及综合能力事业群和国际及终身教育

事业群一起被纳入到了好未来核心业务体系。而隶属于开放平台事业群的未来魔法校、直播云、家长帮则是专注于将好未来的现有教研能力下沉,帮助更多的中小教育机构打造基于系统、数据、内容的教育体系。据好未来创始人兼CEO张邦鑫介绍,教育行业将形成线下、线上、AI智能三驾齐驱并存、三股浪潮叠加的趋势,未来几年会出现一批依托双师平台成长的机构。

校外教培机构作为公办教育的重要补充,同样面临着提升自身运营和管理水平的困境。对于好未来而言,to B业务可能会成为一个有效的解决方案。

就目前的技术发展来看,双师模式被教培行业认为是较为成熟的解决方案,该模式一旦跑通,会成为龙头机构下沉三四线城市的重要利器。好未来CTO兼教育开放平台事业群总裁黄琰表示,好未来教育开放平台成立以来,持续为中小型教育机构提供多元化的解决方案。未来魔法校将通过浸入式双师课堂解决方案向行业持续输出好未来的核心教学资源和技术实力,为合作机构提供双师技术、教学、运营等全方位的支持。自发布以来广受全国各地教育机构的关注。

转化前沿科学成果
打开教育“黑盒子”

但好未来战略并不仅是通过双师业务的加盟扩张来增加品

牌知名度。成为教育产业链的重要一环,搭建底层平台技术,才是好未来要谋的大局。

据一位长期从事校区运营招生的业内人士分析,教育品牌跨区域的影响力较弱,尤其是下沉到三四线城市后,所以这也导致许多大型培训机构并不能竞争得过许多三四线城市的本土培训机构。以好未来为例,其C端业务的品牌优势无法传递给三四线城市的合作校,唯有技术和方法下沉才能真正实现好未来赋能中小培训机构的初心。

2018年1月,好未来成立教育行业首家“脑科学实验室”,致力于用脑科学提升新生代竞争力。实验室将脑科学领域的前沿成果进行转化,通过新媒体内容、系列课程及相关产品,服务于学生、家长及一线教师。同年,好未来在硅谷成立了海外的第一支研发团队。好未来硅谷研发部将利用美国本土的科学、技术和人才优势,融合认知科学、教育心理学、测量学、语音和语言技术等领域的创新,为现有业务增加科学势能,并为教育新模式的探索提供驱动力。目前未来魔法校的双师业务,也会迅速将好未来的教育资源和科学势能传递给三四线城市的合作机构,而其中积淀的教学大数据,也为好未来用科技打开教育“黑盒子”的目标,创造了巨大的想象空间。

从好未来在B端的不断发力可以看出,其希望与行业携手打造一个集教育产业联盟、智能教育加速器、开发者社区、教育家培训营、家长生态、SaaS服务平台于一体的开放生态,链接行业资源。中国教育培训联盟理事会主席牛新哲认为,教培行业正步入市场强监管的新常态,好未来的开放战略为中小机构转型谋发展创造了有利条件。

北京商报记者 程铭勘

业绩亮眼 燕莎奥莱领跑京城奥莱业态

这几年,传统的百货形式受到电商的冲击巨大,很多商场甚至沦为“淘宝试衣间”,但奥特莱斯业态反而越来越火,甚至在节假日难求车位,经常造成附近交通拥堵。如今,奥特莱斯已成为京城商业的引领业态。

据北京市商务局监测数据显示,2018年燕莎、赛特、首创、斯普瑞斯4家奥莱销售额为79.7亿元,同比增长2.8%。其中,北京燕莎奥特莱斯2018年营业收入为35.72亿元,销售业绩稳居北京首位,作为北京地区奥特莱斯的“龙头老大”,燕莎奥莱近几年的业绩始终排在行业全国前三位,在2018年度“第十四届”北京十大商业品牌评选活动上,燕莎奥特莱斯还荣获了“改革开放40年北京商业卓越贡献奖”。

事实上,中国奥特莱斯业态的快速发展和良好的市场表现,让很多企业、品牌商开始跟风做“奥莱”,甚至很多百货、社区型商业在经营不善或竞争压力过大的环境下,也在向奥特莱斯业态转型。数据显示,2017年全国新增的奥特莱斯数量就达到46家,为历年之首,2018年全国开出奥特莱斯项目约为20个。

据悉,品牌特色鲜明的奥特莱斯也在积极开展差异化发展,例如燕莎奥特莱斯不断进行品牌调整,品类优势更加突出;昌平乐多港奥特莱斯增加儿童娱乐项目,增大儿童主题乐园面积;佛罗伦萨小镇丰富其国际品牌组合;首创奥特莱斯调整进行品牌更新升级等。

目前,奥特莱斯在中国的发展

并不平衡,北京商业经济学会常务副会长赖阳指出:“很多消费者认为,在奥特莱斯可以购买到物超所值,很有知名度、很有影响力的品牌产品。但其实,奥特莱斯打很大折扣的这些国际品牌,本身数量就较少,而能称之为真正尾货的数量就更少了,所以它不可能支撑太多的奥特莱斯,而一个好的奥特莱斯,有足够的品牌资源才是竞争力的核心”。

所以,在当前奥莱行业百舸争流的形势下,唯有市场业绩和消费者认可才是一家奥莱企业成功的标准,例如北京的燕莎奥莱、上海的青浦奥莱,这些当地的奥莱领军企业,作为国内奥特莱斯商业模式的开拓者,始终保持着领先者的姿态,恪守着它们对中国奥莱行业的“生意经”。