

综合性幼教平台将成趋势

——专访掌通家园CEO叶荏芊

在幼教赛道,越来越多企业涌入争抢国内近30万家幼儿园、近亿适龄儿童以及其背后新生代父母的消费需求,凭借天然的用户连接属性,打响“跑马圈地”的流量抢夺战。而在经历集中爆发、流量抢夺、增值试水之后,领跑者占据近70%市场份额的格局初显。在幼教新政和大力发展普惠园的进程中,针对幼教集团转型平台化发展的状况和趋势,及资本在幼教市场未来可行方向,北京商报记者专访了掌通家园CEO叶荏芊。

行业无序分散

“幼教行业无序化是非常明显的,也是极度分散的,园所极度分散,老师极度分散,供应链极度分散。市场需求大,而供给跟不上,这是我觉得行业最大的问题。”叶荏芊表示。

叶荏芊告诉北京商报记者,包括以前在资本层面上,收购幼儿园并没有真正把教育做好,只是为了赚PE的差价。所以国家开始整顿,并在普惠教育上下大力气。

而这就是恶性竞争造成的劣币驱逐良币,缺乏规模化的平台给行业助力,没有好的渠道分发内容,也没有公允的标准让好老师能浮现出来。

在叶荏芊看来,师资是这个行业很大的痛点。在早教行业,渠道分走了大部分利益,老师的收入占比很少,流动性也大。所以只有提高了老师的待遇,整个行业才能好起来。所以掌通家园的平台化更像是一个“大众点评”平台,给园所和家长提供一个筛别幼师的参考标准,给老师一个提高收入的机会。“目前掌通家园拥有100多万注册幼师,每天日活幼师40万。而这个数字,目前是业内甚

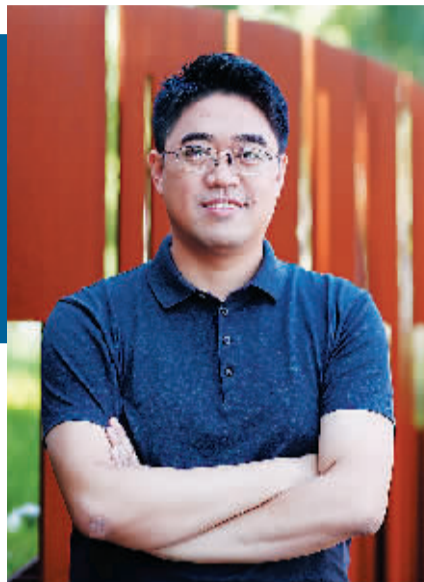
至是全球第一。”叶荏芊补充道。

其次,缺渠道,优质内容无法触达用户是另一痛点。幼教行业的基础设施就像水电煤都是不通的,路也难走,因为渠道成本很高。而掌通家园就把自己定位是个渠道。在四年的规模累积后,有足够的议价能力,并通过规模化解决行业效率的问题。对商家来讲,只有规模才能产生内容均摊成本的降低,好的东西才能更好地传播出去。

综合性平台是趋势

北京商报记者梳理发现,幼教集团转型平台化主要集中在三个平台品类上。一是做幼儿园信息化,自SaaS工具延展至平台、再从平台深入到赋能;二是做幼儿园内容供应商,因赛道普惠化后,集团采购、师训皆成刚性需求;三是做综合服务商,提供包括内容、经营管理和技术上的支持等。但什么才是好的平台呢?

“对C端的消费者来说,平台是该有信任度的,在平台上出现的任何东西,平台方都需要为它的结果负责。另一方面,除了有线上,还要有非常完整的线下。未来,园所需要的是一个综合性的



一站式的可提供软硬件服务的平台,”叶荏芊谈道。

而这个平台的基础还要与家长产生高频连接,这也是掌通家园最初选择家园共育作为切入点的原因。当连接家长之后,家长会为孩子选择更好的东西,从而触发家长对服务和供给需求的上升,那条利益链就会越来越好,而且把中间那些不产生价值的利益链去掉。所以像一些连锁类的综合服务商是没有真正的连接用户的,覆盖园所没有意义,连接家长和老师才是关键。

此外,在叶荏芊看来,目前出现的所谓平台品类是不可分割的,新幼教的趋势一定是往综合型发展,线上和线下相融合的,就像天猫加上美团外卖,产生单边到多边的产业链重组效应、关系网增值。

以规模提效益

针对未来市场格局,叶荏芊算了笔账:按全国10万所幼儿园算,家园互动的市场规模在三四十亿元,天花板很快显现。但如果把市场拓宽到2-6岁家庭的教育服务,包含幼儿园的学费、培训机构的费用、亲子游的费用等等,每个家庭每年消费3万-4万元,根据全国8000万家庭的粗估,整个市场拥有2万亿-3万亿元的潜在规模。市场很大,蛋糕看起来很诱人。但“规模和盈利”是必须平衡好的关系。而做平台,规模是一切的核心。

显然,与其他教育类平台相比,由于不需要提供教育课程,不用培养老师,家园共育行业的商业模式具备典型的网络经济特征,不受教育行业扩张慢的制约,因而可以实现规模效应、边际成本递减,容易出现一家独大的玩家。留给后来者的机会已经不多了。

近一年,行业的马太效应愈发凸显。小玩家逐渐倒闭出局,家园共育下半场的战争也已开局。“内容方只会选择规模第一的平台,用户也将继续向头部产品集中,市场的7-2-1格局在2019年底可能演变为8-2或9-1格局。”叶荏芊指出。

同时,在幼教赛道普惠化后,对幼师质量、幼教内容的需求是刚需。如教师培训、添置课程等,所以掌通家园也将继续以园长大学的形式举办不同规模的讲座和沙龙等。并更聚焦2-6岁家庭消费市场,打通线上与线下资源,搭建以校务管理、家园互联、幼教资源为核心的产品体系,最终构建幼教服务平台生态圈。北京商报记者 刘斯文

· 资讯 ·

机器人索菲亚成iTutor Group特聘AI老师

北京商报讯(记者 程铭劼)2月27日,在线教育集团iTutor Group宣布与联合国开发计划署创新大使、世界首位机器人公民索菲亚达成战略合作,索菲亚将成为iTutor Group的特聘AI老师。据悉,索菲亚将进入iTutor Group旗下成人在线英语教育品牌TutorABC和青少年在线教育品牌vipJr的在线课堂,担任学伴、助教、老师等多种角色,并将以虚拟3D形象在课堂上出现,参与师生交流互动,成为学员的学伴。

今年2月23日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《加快推进教育现代化实施方案(2018-2022年)》(以下简称《实施方案》)。《实施方案》明确提出,着手构建基于信息技术的新型教育教学方式,推动以互联网等信息化手段服务教育教学全过程,实施人工智能助推教师队伍建设和行动。

iTutor Group创始人、董事长兼CEO杨正大表示,随着AI的深度运用,AI老师与人类老师将在未来的教育场景中各司其职、各尽其能,通过人类老师与AI助教共同教学,iTutor Group与索菲亚的合作开创了“新双师”模式。在“新双师”模式下,AI老师将承担部分知识和技能传授工作,人类老师更关注于学生品格的塑造、创造力的培养,形成“教”与“育”的合理分工。

除了加速“教”与“育”的分离,推动行业革新外,杨正大强调:“我们邀请索菲亚成为合作伙伴,正是希望让下一代有机会接触更靠近未来的教育,接触未来可能与每个人息息相关的先进科技。让索菲亚这个具有象征意义的形象,激发孩子探索未知的兴趣,唤醒他们认识未来世界的好奇心”。

iTutor Group方面强调,AI在

教育场景里的应用方向是做到个性化,且是大规模的个性化。2018年4月,iTutor Group引入人脸识别技术,将老师学生上课时的面部表情纳入了监测采集的范围,通过分析二者的情绪因子,更深层次地挖掘老师授课与学生上课的互动体验。课后数据被反馈回DCGS系统,并通过学员的评测来收集学习所得到的数据,进一步提升DCGS的精准度,使其更好地提供个性化且即时化的学习服务。

据悉,iTutor Group已经与美国南加州大学空间计算与信息学实验室就相关领域的应用研究达成合作意向。双方将基于庞大的教学数据,总结授课规律并应用于索菲亚的教学中。在未来的课堂中,以索菲亚为代表的AI老师将能承担系统性的知识传授工作,甚至独立开展教学,进一步解放人类老师的生产力。

The ONE发布新品“熊猫AI陪练”

北京商报讯(记者 程铭劼)2月23日,音乐教育公司The ONE正式发布了公司全新品牌及未来发展策略。The ONE音乐教育CEO叶滨宣布,全新产品“熊猫AI陪练”上线,同时“The ONE智能音乐教育”正式品牌升级为“小叶子音乐教育”。

公开数据显示,目前中国学习钢琴的儿童已经超过3000万,庞大的学琴家庭的背后,却是逐渐上升的弃学率。在传统一对一教学中,孩子学琴苦、练琴苦、学琴枯燥、家长不懂音乐难以陪练等成为弃学的主因。有着丰富音乐教育经验的朱虹老师表示,孩子学琴苦、练琴苦已成为琴童及其家长的共识。

随着音乐教育正步入智能化时代,小叶子音乐教育将智能技术与音乐教育深度结合,AI贯穿陪练全过程。据叶滨介绍,熊猫AI陪练以“硬件+软件”的方式,为未来的音乐教育提供全新的模式,切实解决琴童练琴苦、练琴难的问题。

同时,熊猫AI陪练App的六大功能体系可以让琴童学琴更专业、有趣。而让音乐教育与人工智能相结合,通过多元化、趣味化的教学方式让练琴不再枯燥,将被动练习转变为主动练习。