

儿童数字阅读平台的流量变现猜想

儿童数字阅读平台由于是将线下儿童读物转化到线上平台并辅以技术手段，实现动画式的阅读体验，需要较强的技术门槛，目前正处于新蓝海阶段。市面上的明星代表企业则以咿啦看书和KaDa故事为代表。与其他在线教育赛道不同的是，儿童数字阅读平台有很强大的流量变现能力，与烧钱的K12和少儿英语赛道截然不同的是，它们的商业变现渠道更加多元化。



加强版权合作

儿童数字阅读平台在去年尝试了跟多家大型板块IP进行合作，以KaDa故事为例，展开了与郑渊洁、迪士尼、童趣等多个版权合作，加大内容布局。

KaDa故事创始人谢琳斐表示，因为KaDa故事是为儿童提供启蒙阅读服务的，所以在挑选合作IP上会更加注重教育属性。“我们的内容体系是根据儿童认知发展规律搭建的，包括自我成长、社会认知、科学探索、艺术启蒙、语言文化五大领域，兼顾内容的多元化，同时按照儿童不同年龄段的特点布局内容，以促进儿童全面发展。所以我们在挑选IP时会优先考虑内容的教育属性，再考虑内容的娱乐属性，比如女孩子可能喜欢迪士尼公主经典故事，男孩子可能喜欢超级飞侠等。”

咿啦看书CEO任晖也表示，自去年公司完成A+轮融资后，就着力在用户

增长和版权IP拓展上发力，版权方面也跟迪士尼、美泰、环球影业等展开了深度的合作。3月1日，环球影业旗下梦工厂出品的驯龙系列电影终章《驯龙高手3：隐秘之境》在国内公映，同名动画绘本亦在咿啦看书同步上线。由于2018年用户从100万增长到600万，用户良好的付费习惯让公司的现金流状况良好。

定制个性化阅读

目前，儿童数字阅读平台大多通过定制化的个性阅读服务实现了会员的付费转化。据悉，KaDa故事目前的商业模式集中在服务C端用户，比如KaDa故事的“优才计划”，它是专为3-7岁儿童定制的个性化启蒙阅读产品，划分5个年龄段，每周精读4本，全年带孩子读完208本经典绘本，共1040本绘本。

谢琳斐强调，KaDa故事的优势在于降低了父母使用绘本教育的知识门槛和金钱成本。对内容创作者来说，有

声绘本需要故事、插画和音频等多方面成本的付出，在传统出版商不愿尝试印制绘本的情况下，KaDa为创作者提供了低门槛的展示平台，对于平台受欢迎的作品，KaDa也将其加入收费栏目，作为激励创作、并且形成强绑定。

而咿啦看书的动画式阅读模式则从技术层面上改变了人与阅读的关系：从过去的单一式阅读变成了互动式阅读。据投资人介绍，这种颠覆传统阅读的创新能力成为了资本持续看好的重要因素之一。任晖认为，第三次阅读技术革命始于过去20年数字阅读的技术，跟IT行业的高速发展密不可分，行业趋势非常明显。在移动数字阅读3.0时代，强调的是更加深度关注和正确认知。

“移动数字阅读的3.0时代，强调的是更加深度关注，不但是把眼睛耳朵调动起来，还调动了我们几千年来被边缘化的一个器官，叫做手指。动画书核心

是交互，手第一次真正作为阅读的重要器官登上历史舞台。在看书方面，几千年来眼睛是唯一重要器官，和书的互动就是眼睛。2013年以后，听书大行其道，耳朵登上了历史舞台。今天，手作为阅读的重要器官也登上历史舞台，不只是作为翻阅的工具，而是和眼睛交互。而电子产品这个东西，所有做儿童类应用的产品，整个市场认知的误区一直存在，比较常见的误区主要是对眼睛的伤害。2016年美国儿科协会经过长达13年的调查，发布了报告，最后的结论是电子产品已经成为目前我们的生存环境，而不是可有可无的选择。”任晖谈道。

打通幼儿园闭环

幼儿园市场成为了儿童数字阅读平台很好的渠道。KaDa和咿啦看书相继在幼儿园领域布局。目前KaDa的产品主要服务于老师端，而咿啦看书还推出了家长端的付费产品。

据任晖介绍，咿啦看书也开始向全国的幼儿园渠道下沉并打造了专属于幼儿园的封闭App产品“动画绘本馆”，截至目前，已经有6000多所幼儿园采用了咿啦看书的产品，而针对幼儿园的产品线已经产生了非常好的用户群体，大多数家长都愿意为之买单。根据家长端的App收费标准来看，会员订阅价格为28元/月和238元/年两种模式。

任晖认为，咿啦看书的最终愿景是成为家园共育里的重要一环，并且在2019年的战略规划中也将发布其第三款核心产品：分级少儿英语阅读平台，此外还将继续加强版权合作和海外市场拓展，这些都将为快速增长的用户和流量产生变现助力。

北京商报记者 程铭勘

教育科技行业呈现快速发展态势

北京商报讯（记者 刘斯文）2月28日，2019互联网教育企业家年会在中关村互联网教育创新中心举办，活动在北京海淀区工商业联合会指导下，由中国教育技术协会、中关村互联网教育创新中心、互联网教育商会联合主办，华夏桃李、中关村智慧投资协办。

会上回顾了2018年教育改革发展状况及系列教育政策的出台指明的教育创新路径，而技术和资本回归教育本质成为必然趋势。随着信息技术的迅速发展和广泛应用，教育如何实现信息化并引领现代化已经成为全体教育工作者的使命。预计2019年，教育科技行业将仍然保持快速发展的态势。

百度教育事业部总经理张高分享了在AI助力下，百度如何共建智能教育服务大生态，并发布了“AI+教育”四大产品：百度教育智慧课堂解决方案、人工智能教育解决方案、VR教育产品和面向高校的人才培养合作方案。未来百度将进一步利用人工智能、大数

据、教育云技术，为每一个用户带去个性化的学习方案及资源，也为学校、机构提供智能的资源管理和营销解决方案。”张高谈道。

圆桌论坛环节，51Talk创始人兼CEO黄佳佳、英语流利说创始人兼CEO王翌、朴新教育联合创始人肖云分享了教育企业家经验。针对过去一年政策和资本的诸多变数，黄佳佳认为，作为互联网教育公司，最重要的要有拥抱变化的能力，做出该有的调整。在关注教育本质的同时，互联网教育未来一定是教育最大程度普及公平和高质的沃土。

此外，由互联网教育商会、中关村互联网教育创新中心与华夏桃李共同发起的“教育企业公益行动”启动，邀请70+互联网教育创始人、企业家，探索中国教育公益创新之路。呼吁未来能够有更多的教育企业家参与教育扶贫工作，重视贫困地区儿童的早期教育发展，实现中国教育更大范围的均衡。

百特教育发布混合式学习系统

北京商报讯（记者 刘斯文）2月20日，百特教育发布了一套以线上线下混合式学习模式为主的系统——百特OAO体系，采用蓝蝶在线智能课堂以丰富教学方式，满足多层面学习场景需求。

百特教育集团COO何海新进行了展示，该课堂包含直播课、录播课、云练习、云测评四大模块。其中，直播课模块主要采用外教为主、中教为辅的双师课，直播课为固定老师、固定同学、固定时间的1对4小班形式；录播课模块采用互动式的录播视频以及精品课程；云练习模块采用课堂教材+分级绘本的方式，游戏化设计练习内容，1对1即时指导；云测评模块，结合算法和知识图谱，实现以学习目标为导向的自适应推荐引擎。

值得注意的是，百特OAO体系设置了专门的品控管理，有效保证教学效果以完成校区80%的品控服务，涵盖了课程内容、教学质量、客户管理、

校区管理、科技升级等方面。百特教育集团总裁岁行表示：“整体来看，百特OAO体系的发布及应用，将提高英语学习效率30%以上，提高英语思维能力50%以上，提高英语口语能力70%以上，能刚好地服务更多学员。”

另据百特教育集团学术副总裁马晶透露，百特OAO体系的双芯教学以语言智能为核心，带动其他七大智能的发展。教学内容包含150个主题的完整对话场景搭建，340本定制的迪士尼分级绘本，10级课程打通中小学的语法知识点。

此外，2019年百特教育还将重点调整市场策略，发展加盟商团战模式、城市合伙人模式、公立校双师模式，并计划于今年发展城市合伙人20家、加盟店300家、联盟校150家。百特教育之后还会逐步推出AI外呼机器人AI Outbound Robot、Realtime STT System、实时课堂学情分析系统以及Avatar Robot对话课程等。