

连续三年亏损的一起教育冲击美股后 能否冲破天花板

作者 贾紫璇

北京时间11月14日，一起教育科技（一起作业母公司，下简称一起教育）正式向美国证监会（SEC）递交了招股文件，拟在纳斯达克挂牌上市，股票代码“YQ”，承销商为摩根士丹利、高盛和美银证券。

这也是在线教育领域最新的一项资本操作。

根据招股书内的沙利文（Frost & Sullivan）报告显示，2020年上半年一起作业（一起教育科技旗下品牌）的平均MAU（月活跃用户）为中小学在线作业领域第一，规模大于其后四家企业的总和，优势地位明显。此外，招股书称，在网校业务领域，一起教育科技也已跻身行业前五之列。

然而，在线教育领域一直处于烧钱多亏损的普遍状态，一起教育也不例外，这次递交招股书当然也有资金方面的考虑，也有借着疫情“红利”期尽快布局的意味，但是此举能否让一起教育扭亏为盈呢？

缘何3年亏损？营销费“当之无愧”

在线教育行业一直是资本追捧的热门行业，特别是在疫情期间有了“天时地利人和”的加持，在线教育在2020年又添了一把火，但总体来说也还是抵挡不住前期用“烧钱”的方式来布局市场。

一起教育于2011年成立，其间经历了真格基金的天使投资，此后还获得顺为资本、老虎环球基金、DST、淡马锡、中信产业基金等，合计融资规模达到4亿美元。其中，真格基金持续参与5轮融资。

但仍然摆脱不了连续三年亏损的惨状。据招股书显示，一起教育在2018年、2019年及2020年前三季度营收分别为3.1亿元、4.06亿元、8.08亿元，营收方面取得大幅增长。

但亏损也在逐步扩大，2018年、2019年及2020年前三季度其分别亏损达6.56亿元、9.64亿元、9.75亿元，2020

年前三季度的亏损额就已超2019全年，累计亏损达25.95亿元。

网经社分析师陈礼腾对《企业观察报》表示，在线教育的两大痛点：第一转化率低，获客成本高。在线教育潜在用户的获取需要投入较高的营销成本，而且转化率普遍不高。第二普遍亏损。在线教育前期的高额投入再加上在线教育企业大多处于烧钱阶段。

政策支持下，资本席卷教育行业，尤其是青少儿教育最受资本青睐。互联网行业发展的一个特点就是前期通过大规模投放进行跑马圈地，不断获客，“耗死”对手，待洗牌过后留下来的企业再进行用户的转化。

此次在一起教育的招股书中也明确交代了日后资金的去向。

招股书资料显示，净收益的约30%改善公司的课外辅导服务和学生学习体验；约20%用于增强公司智能校内课堂解决方案的产品和教育内容；约20%用于投资公司的技术基础设施；约20%用于销售、营销和品牌推广活动；剩余资金则用于营运资金和其他一般公司用途。

同时值得注意的是，一起教育2019年的营销费用达到5.84亿，这个数字在2018年还仅为3.03亿同比增长达92.36%；2020年前三季度公司营销费用上涨至8.51亿元，据此推算2020年全年营销费用或将翻倍。

通过三年的亏损数额和营销费用数额可以看出，三年来一起教育花在营销方面的资金就占占比亏损总额的一半开始，逐年递增占比幅度，可见营销费用成了花费最大的明目。

招股书中披露，营销费用主要包括三方面，推广课程费用、工资福利以及其他费用。其中，推广课程费用涨幅较大，由2018年的61%增长至2019年的59.2%，再到2020年前三季度的48.8%，促销课程费用分别为2087万元、24亿元、39亿元。

了解在线教育行业的资深人士对《企

业观察报》表示，营销、技术、人才一直是在线交易行业烧钱的几块业务，但究其根本，最烧钱的也还是在大量营销这一块。

一位在线教育资深业内人士潘某也对《企业观察报》说道，同类竞品之间，对手在烧钱，就逼你不得不跟着烧钱。因为一旦停下来，就可能意味着技术革新没有对手厉害、市场占有率没有对手高，资本自然会把你目光投向对手了。

从一起教育近三年的营销数字上不难看出，正是这一点，资本在“跑马圈地”的时候，最肯心甘情愿地将钱砸到获取更多市场份额上面。

面临怎样竞争格局？

从某种程度上讲，伴随着行业规模增长，教育领域的竞争愈加激烈，赛道渐窄。

网经社陈礼腾表示，一起教育以及整个在线教育行业持续亏损的原因主要是经营费用的不断上升，而这或与行业竞争加剧的现状有关。

已上市的公司里，除了好未来、新东方等老牌教企，跟谁学、网易有道、Stalk等后来者也发展迅猛。

未上市的竞争对手则更多，其中猿辅导和作业帮均被认为是独角兽级别的教育企业，近期分别获得了12亿美元和7.5亿美元的融资，轮次均为E轮以后。

此外，著名互联网公司字节跳动也加入战局，2020年开始发展教育业务，推出瓜瓜龙、清北网校、开言英语等产品，10月正式发布新品牌“大力教育”。

网经社陈礼腾将在线教育企业划分为四个“派系”：分别为学而思网校、跟谁学、网易有道、新东方在线等已上市企业；猿辅导、作业帮、vipkid、掌门1对1等“独角兽”；编程猫、阿卡索等“千里马”以及字节跳动、腾讯、阿里、百度等互联网巨头。

“一起教育”采用“校内+课后”整合模式，拥有包括学校教育平台“一起小学”“一起中学”；家庭教育平台“一起学”以及中小学在线学科辅导平台“一起学网校”、还有面向社会教育的“一

起公益”。

这与猿辅导（旗下产品有猿辅导、猿题库、小猿搜题、小猿口算、斑马AI课、猿编程）、作业帮（旗下产品有作业帮、作业帮直播课、作业帮口算）的K12矩阵式布局类似。

猿辅导与作业帮是一起教育的竞品，这两家也是通过作业领域的搜题工具切入市场的，先通过教育工具吸纳海量流量，而后通过在线网课完成后端变现。并由工具产品逐步拓展到在线题库、在线批改工具、在线问答以至于在线网课的整个在线教育产业生态。

目前，猿辅导成为中国未上市教育企业中估值最高的创新公司，其于近期完成了G1、G2两轮融资；作业帮也于6月完成了7.5亿元的融资。这两家教育公司正在与一起教育拉开差距，2019年一起教育营收4.06亿元，而据猿辅导当时透露的数据，其营收已达到60亿元。

潘某对《企业观察报》表示，在线教育机构早在2014-2015年的风口时代，大家都在为突如其来的流量涌现而兴奋，不管赚不赚钱，有流量就是厉害的。打着先“免费”后考虑变现的想法做，没有事先考虑清楚盈利模式；之后，在线教育中独具代表的在线1对1烧钱之战打响了。所有人都在用互联网的思维方式问题，认为像滴滴、快滴那样，只要成为最后的胜者，就可以长期占据大规模市场，成为最后的赢家。

冲击美股后天花板仍然存在？持续增长流量困难

有分析认为，一起教育自身优势就是搭上了国家政策的顺风车，打入了公立学校内部，但凡事有利有弊，一起教育在K12领域可谓成也政策，败也政策。

公开资料显示，早在2010年，国家就已经意识到教育信息化的必要性，成为国家信息化建设的重要组成部分。2012年起，国家强调以“三通两平台”为抓手，全面推进教育信息化进程，同时明确要求“各级政府在教育经费中按不低于8%的比例列支教育信息化经费，保障教育

信息化拥有持续、稳定的政府财政投入”。

在此背景下，教育信息化领域资金投入逐年增加。据新思界产业研究中心预测，2018~2023年教育信息化将保持89%的复合增速，2020年教育信息化财政支出有望超过3800亿元。

与其他主业同样为在线K12教培业务的公司相比，一起教育的业务模式有其特殊性。一起教育曾名一起作业，2012年推出了用于学校学习的智能课堂解决方案，2017年开始以双师大班课的形式提供课后辅导服务。

据介绍，一起教育的校内智能课堂解决方案包括家庭作业和学术评估产品，为超过70000所K12学校的教师、学生和家長提供服务，产品平均MAU超过了其后四名企业的总和。解决方案覆盖了约56%的小学、60%的中学和7%的高中。

换句话说，校内业务成为了课后K12辅导业务获取学生用户的重要手段。“校内+课后”的业务模式与目前市场上大多数的竞争者相比具有差异性。

凭借公立学校的方便之门，一起教育得以在行业中艰难前行。但借助校内业务来为一起教育的课程引流也存在其天然的弊端。

潘某对《企业观察报》分析道，一起教育的定位是为学生、家长、老师提供一款免费的学习工具。这个定位中有两个瓶颈需要突破，一个是进校，一个是免费。在教育部门的合规整治之下，教育机构大规模进校园被限制，这一下子就抑制住了一起教育通过公立校获取大量流量的速度。

在变现方面，学校要想采购服务需要有漫长的流程审批，且不同地方风格不同、人情世故也很复杂，家长购买服务的转化率又比较低。

总的来说一起教育就算冲击美股成功以后仍然存在天花板——就是能不能在合规的前提下，持续保持流量增长？能不能做好一个变现的盈利模型？如果没有解法，那教育部门的的规定就是一起教育成长的天花板。■

2020 海南省“诚信兴商宣传月”活动 助力海南自贸港诚信建设

作者 张文辉

为贯彻落实《商务部等19部门关于开展2020年“诚信兴商宣传月”活动的通知》精神，进一步做好海南省“诚信兴商宣传月”活动，提升全社会诚实守信意识，营造放心消费和诚信经营环境，11月21日，由海南省商务厅主办，国际商报、海南省信用协会协办的“诚信经营、守信服务”为主题的宣传活动，在海口市美兰区椰湾商圈举行。海南省商务厅、省委宣传部、省委网信办、省高级人民法院、省发改委、省工信厅、省交通运输厅、省旅文厅、海口海关、省税务局、省市场监管局、省贸促会、省企业联合会、省商业总会、省信用协会、海口市政府以及16家企业代表，有关新闻媒体记者，共200余人参加此次活动。

海南省商务厅二级巡视员林玉妙在致辞中指出，开展“诚信兴商宣传月”活动，是落实我国关于完善诚信建设长效机制要求，是进一步加强诚信宣传教育、提升全社会诚实守信意识、营造放心消费环境和诚信经营环境的具体举措，也是建设社会诚信体系的基础工作。

林玉妙表示，推进诚信建设，是新形势下推进海南自贸港建设的一项重要



重要而紧迫的工作，同时也是一项长期而艰巨的工作。在各方共同努力下，海南省商务诚信体系建设取得积极成效，但离高标准诚信体系建设标准仍有差距，需要持之以恒地开展诚信兴商宣传活动，提振消费信心，营造良好消费环境。

海南省商务厅市场体系建设处主要

负责人李枝平介绍，随着科技的发达，社会的进步，企业、个人的行为是无时无刻不曝光在网络、探头下，企业及个人所做的事都会被一一记录，这时就体现了信用建设的重要性。“诚实守信是非常重要的，对企业来说，可以通过信用体系的建设，来降低融资成本、运营



成本等，从而提高企业的效益。”李枝平说，作为政府部门，通过信用体系的建设，来营造一个更良好的营商环境，从而为海南自贸港建设吸引更多的市场主体和投资者。

活动现场，海口美兰景都喜喜餐厅有限公司、海南源园科技有限公司、海南

佳禾物业管理股份有限公司等16家企业代表宣读诚信经营承诺并在“诚信经营、守信服务”诚信承诺墙上签字，向市民、游客承诺诚信经营，自觉接受社会监督。

据了解，此次活动还将通过在大型连锁超市、农贸市场、万绿园走廊摆放宣传展板、门型展架、悬挂宣传横幅、举行线下有奖问答、发放宣传折页和小礼品，以“信用+溯源”应用场景宣传，宣传推广我省重要产品追溯体系建设，提高在社会公众、消费者中及经营企业的认知度，普及追溯知识，提升诚信兴商社会影响力，营造良好诚实守信的氛围，从而进一步推进海南省商务领域信用体系建设，提升全社会诚实守信意识。

据悉，海南省各相关部门后期将结合自身职责和业务特点，开展形式多样的线上线下“诚信兴商宣传月”活动，内容包括“推进诚信建设制度化”“弘扬诚实守信的社会风尚”“共建质量诚信体系、共享满意消费环境”“信用交通”“诚信经营、促进文旅消费”“着力构建安全、诚信的进出口营商环境”“依法诚信纳税”“认证在身边”“诚信经营保稳定，合规用汇促发展”“诚信赢未来”“企业诚信建设”等。■