

好未来 VS 新东方:加码线上K12业务 OMO战略空间几何

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日,教育培训行业两大龙头企业好未来、新东方均发布了财报。好未来在大量营销投入之后亏损,而新东方通过保守的策略获得微利。

在此背后,是两家企业风格和策略的不同。春风时雨教育创始人王思锋对《中国经营报》记者表示:“好未来目前在线上业务方面还是跑马圈地的状态。好未来CEO张邦鑫有线上基因,对线上教育跟得更快。”反观新东方创始人俞敏洪,曾经多次公开表示在

进取 VS 保守

新东方在线业务无论是规模还是营销投入,都与好未来差异巨大。

近日,好未来、新东方两家行业巨头均发布了财报,两家企业呈现一家亏损一家微利的状态。2021财年第三季度,好未来净收入11.191亿美元,同比增长35%,同期公司净亏损为4360万美元,同比下滑322%。

与好未来不同,新东方实现微利。新东方2021财年第二季度的净营收同比增长13.1%至8.877亿美元,股东应占净利润为5390万美元,同比增长0.9%。通过对比不难发现,好未来的营收增长速度对比新东方更加快,但新东方却实现了盈利。

进一步翻阅财报可以发现,两家企业营销费用投放的差异是导致企业利润水平的重要因素。报告期内,好未来销售和营销费用达到4.207亿美元,同比大幅增长120.3%。相比之下,新东方在销售及营销费用支出方面则相对保守,为1.336亿美元,同比增长23.9%。

同样在近期,新东方线上业务平台新东方在线发布截至2020年11月30日的2021财年上半年财报,财报显示,新东方在线报告期内实现营收6.77亿元,净亏损为6.74亿元。其中,销售及营销费用为5.15

线教育无法盈利的事实。“俞敏洪本身就不太看好线上业务,认为在线教育并不能真正解决孩子的刚需,同时新东方的打法比较稳健。”在线教育专家、从业者朱培元表示。

与此同时,在作业帮等纯线上教育机构不断砸钱获取市场份额的情况下,行业获客成本高企。以线下业务开始发展的机构积极尝试OMO模式行业平台型商业模式,希望通过线上、线下联动的方式解决目前的痛点。但在此背景下,OMO模式目前尚无准确的模式定义,其效果还有待观察。

亿元,同比增长76.7%。

在好未来线上业务营收占比达到公司将近一半的同时,新东方在线业务无论是规模还是营销投入,都与好未来差异巨大。

对此,王思锋表示:“从财报数据可以看出,目前两家公司的目标是不一样的。好未来在线上业务方面还是跑马圈地的状态。而新东方方面,从两者悬殊的营销支出可以看出其策略是相对保守的。据我了解,俞敏洪对于线上业务的态度比较保守,只是跟进策略。目前新东方在线业务在行业是属于第二梯队后面。”

而对于好未来的“进取”,行业人士李强(化名)表示:“这是好未来互联网化必经的阶段。学而思属于传统线下起步,再做到线上、进行互联网化。为了打开自己在线上的声量,这笔投入是必须的,为了捍卫自己的地盘,跑马圈地、把线上、线下都做通,这笔投入是有价值的。”

记者了解到,与多家头部在线教育机构2020年大规模融资类似,在2020年12月,好未来宣布与Silver Lake银湖等达成33亿美元私人配售协议进行融资。

线上K12业务成主战场

线上、线下K12业务是万亿元市场,行业前景和空间都非常巨大。

两家企业财报显示,加速线上化,K12业务比重增加正在成为一个重要的方向。

报告期内,好未来的线上业务比重进一步加大。好未来财报显示,学而思网校收入占比由去年同期的19%上升至28%,好未来线上业务(学而思网校+学而思在线)营收占比达到41%,人次(长期正价课)占比达64%,而学而思网校、学而思在线主要提供K12教育产品。

同时,K12业务也成为新东方的主要增长动力。俞敏洪在财报中表示:“我们的主要增长动力K12中小学全科课后教育业务的

OMO模式空间几何

“到目前为止,OMO具体是指什么样的线上、线下联动方式还没有定义,目前更多还只是一个概念。”

记者了解到,在财报中,两家企业均透露出将进一步OMO策略的计划。根据记者了解,OMO指的是线上、线下联动模式。

在财报发布之后的分析师电话会议中,好未来CFO罗戎表示:“未来一到两年,线上、线下融合依然是公司非常重要的策略。一方面,我们要把小型的学习中心设立在离学生居住地更远的地方;另一方面我们也可以为学生提供更为个性化的服务。”

在新东方财报中,新东方CEO周成刚表示:“未来,我们会重点投入更多资源来推进具备高增长力的OMO战略。在秋季学期,我们在大多数现有城市和20个新的周边卫星城市推行了OMO在线课程,吸引了数量可观的新客户,并在低成本下录得不俗的学生留存比率。”

对此,王思锋认为:“到目前为止,OMO具体是指什么样的线上、线下联动方式还没有定义,目

前更多还只是一个概念。”

在王思锋看来,目前行业里面推崇OMO在于他们对目前的产品有所不满。“行业分为前端和后端。前端是指获客,目前线上获客成本非常高昂,从业机构都压力很大,而原本线下的获客成本要远远更低。后端是指学习的体验和效果,目前线上教育的效果还是有待验证的。线下的效果毫无疑问是好的。在此情况下,大家会觉得应该要走线上、线下结合的方式才能把教育的效果做好。”

新东方方面向记者表示:“新东方对OMO模式的探索其实早已开展。新东方于2014年首次推出OMO标准化数字课堂教学系统。此后不断扩展该系统的应用场景以及添加新功能及技术。2020年的疫情加快了新东方推进OMO战略的步伐。3月起,新东方成立OMO团队,很多地方学校及子机构也组建了单独的OMO

项目,从不同领域和角度进行深入探索。”

据了解,新东方旗下产品东方优播,根据东方优播官网介绍,产品以北京的教学资源为基础,通过互联网技术方式输出到三线、四线、五线城市,是OMO模式产品。于2020年11月30日,东方优播已进入中国26个省的271个城市。对好未来而言,学而思在线学而思培优的业务线上化,也属于OMO模式产品。

在此前新东方在线回复《21世纪经济报道》时称:“东方优播的商业模式已逐渐成熟,在一些城市已实现单城市的打平或盈利。”近日,记者也向新东方在线方面发送采访函提及东方优播的盈利情况,但对方表示不回复。

对于东方优播的经营模式,朱培元表示:“东方优播线下流量可以解决很多问题,并没有完全在线上做。另外,东方优播的小班课其实就是其线下小班课的



在财报中,新东方和好未来均透露出将进一步OMO策略的计划。 本报资料室/图

滑,营收分别下滑19.1%、79.3%。

对于新东方在线这一变化,朱培元表示:“大学教育、学前教育的瓶颈在于市场存量有限。而线上、线下K12业务是万亿元市场,行业前景和空间都非常巨大。”

“实际上,在近一两年,K12业务都是新东方内部最重要的业务。”王思锋表示。新东方在线财报显示,2019财年公司K12业务营收规模为1.59亿元,如今该数据已经大幅增长。

现阶段,以猿辅导、作业帮为代表的纯线上教育机构来势汹汹,占据了大量的线上教育用户。

对此,李强表示:“学而思的品牌力很强,基本上没有家长不知道学而思,已经有了用户基础。而在线下,其覆盖的网点数量也很多,很多家长还是喜欢线下教育培训,在迫不得已的情况下才会选择线上。在此背景下,学而思OMO模式未来的空间很大,我认为它并不容易超越。”

王思锋则认为:“在猿辅导、作业帮在线上大规模发展的情况下,好未来不是没有被超越的可能。目前在大班双师课上,这些机构都还分不出胜负。在学前阶段,猿辅导做的斑马AI非常成功,可以说在学前阶段已经没有对手。另外,猿辅导等线上企业没有线下业务,不用花费精力在线下。因此张邦鑫目前的压力应该很大。”

净利润在4000万元到6000万元之间。

雨润集团相关人员告诉记者,公司是债务重组,经营一切正常。因未获授权,一切以公司公告为准。

雨润系七家公司破产重整 昔日帝国欲再度崛起

本报记者 蒋政 北京报道

祝义财回归两年后,其创造的雨润帝国仍未扭转颓势。《中国经营报》记者获悉,“雨润系”七家公司申请破产重整,包

括雨润控股集团有限公司、南京雨润食品有限公司等,业务涉及地产、物流、农产品和肉类业务。旗下上市公司雨润食品和ST中商亦被卷入其中,前者的两家附属公司和后者的二股东均被破

重整。据《财新》报道,在上述企业进入破产重整流程后的第一次债权人会议上,此前近百家银行、信托公司及企业债权人申报债权逾700亿元。而根据全国

企业破产重整案件信息网披露,截至2019年底,上述七家公司除雨润控股集团外,负债总额已超千亿元。仅从上市公司业务来看,雨润系的营收略有好转。雨润食

品在2020年上半年营收75.36亿港元,同比增加1.95%;公司股权持有人应占亏损4.08亿港元,同比减少8.97%;ST中商的业绩预告显示,预计2020年度公司将扭亏为盈,归属于上市公司股东

重整

2月1日,港股上市公司雨润食品(01068.HK)发布澄清公告提到,本公司两个全资附属公司南京雨润食品公司和安徽省福润肉类加工有限公司涉及破产重整。本次重整审计评估工作尚在推进中。本次重整方案尚未确定,重整的招募投资者工作尚未启动,且无投资者已获指定。

此则澄清公告源于2021年1月底的一篇报道。据相关媒体报道,七家雨润系企业进入破产重整流程后的第一次债权人会议在网上召开。此前近百家银行、信托公司及企业债权人申报债权逾700亿元。记者了解到,在2020年11月中旬,南京中院发布多份公告,受理七家雨润相关公司的破产重整申请。

2020年10月28日,雨润控股

集团有限公司、江苏雨润肉类产业集团有限公司、江苏雨润农产品集团有限公司、黄山雨润地华置业有限公司、江苏地华实业集团有限公司、安徽省福润肉类加工有限公司、南京雨润食品有限公司等七家公司申请重整。前三家以自身作为债务人,后四家由债权人申请重整。

截至2019年12月31日,后六家公司的负债总额分别为541.81亿元、161.10亿元、19.45亿元、208.89亿元、8.36亿元、103.95亿元,合计超千亿元。

需要注意的是,上述企业中的南京雨润食品公司和安徽省福润肉类加工有限公司是雨润系上市公司雨润食品的全资附属公司。江苏地华实业集团有限公司是雨

润系另外一家上市公司ST中商的第二大股东。目前,上述两家上市公司的掌舵者分别为祝义财的女儿祝媛和儿子祝瑛。

根据相关媒体报道,北京普拓投资基金管理有限公司及其联合体向雨润集团金融债权人委员会主席中国银行、破产重整管理人金杜律师事务所正式提交了作为雨润集团重整投资人的申请函,并提出了“产业资本+金融资本”的重组方案,即引入包括大型央企在内的具备雄厚产业及财务实力的投资方组成重整联合体,在化解金融风险的同时,将产业留在江苏。

一位曾多次参与资产重组的律师告诉记者,重整的核心在于债务处理和业务、资产盘活。如果资

金额度差异不大,有产业背景更有利于后续业务盘活。

香颂资本执行董事沈萌表示,引入大型央企,与国资委对央企聚焦主业的要求不符。这一方案的可行性还需考量。对于雨润而言,是要剥离非主业,以时间换空间,减轻偿债负担。

公开资料显示,雨润集团至今已经形成了食品、地产、商业、物流、旅游、金融和建筑等七大业务板块。其中食品、地产、物流等属于其重要业务板块。

2019年初,雨润集团副总裁李爱彬在接受记者采访时表示,农产品加工和农产品物流始终都是公司发展的重中之重。不过,上述重整企业中的江苏雨润农产品集团有限公司,是雨润农产品和物流板块的核心企业。此次重整对该业务会产生哪些影响,还有待观察。

事实上,雨润的债务重组早已开始。雨润在多份裁判文书中提到,江苏省人民政府及银监局召集雨润集团的各大金融机构债权人召开了专题协调会,强调要稳定雨润集团对外融资、企业经营,达成债权人一致行动计划,对雨润集团全面推进战略及债务重组。《中国经营报》此前报道,雨润集团债权人委员会是由江苏省政府金融办牵头成立,上述债权人委员会组成主要包括雨润集团、相关银行以及金融监管部门。

“雨润与当地银行关系密切。之前进展并不明显,或存在盘根错节的利益纠葛。”沈萌说。

雨润的未来

自2019年祝义财恢复自由后,外界即视为雨润舵手归来。这个巅峰期营收超千亿元的帝国,终于迎来了它的主心骨。

雨润以低温肉制品起家,通过多笔收购迅速扩大版图,后将业务拓展至冷链、物流、地产、金融等。2002年通过在二级市场举牌成为上市公司中商股份的第一大股东,并在2005年雨润食品在港上市。巅峰时期的雨润集团整体营收突破千亿元。但因创始人祝义财在2015年突然被监视居住,雨润帝国受到重创。

雨润前高层在之前接受记者采访时提到,祝义财出事之后,公司人员变动很大,集团疲于应付债务,浪费了很多精力,使得公司很多好的项目都因资金问题搁浅。

直至当下,雨润仍未恢复元气。从上市公司财务数据来看,雨润食品在2020年上半年营收75.36亿港元,同比增加1.95%;公司股权持有人应占亏损4.08亿港元,同比减少8.97%。

雨润系另外一家上市公司ST中商发布的最新财务预告,预计2020年度公司将扭亏为盈,归属于上市公司股东的净利润在4000万元到6000万元之间。而在2018年、2019年持续亏损,累计超8亿元。

中国食品产业评论员朱丹蓬告诉记者,祝义财的回归,雨

润虽有变化,但并不明显,因为企业包袱实在太重。雨润的很多板块以前是依赖政商关系,从目前来看需将非核心板块进行剥离,将主要精力放在肉制品业务上。“雨润可以在细分品类上做差异化突围,比如除了猪肉之外的牛羊肉。华东地区的消费能力更强,市场机会更大。另外,鉴于雨润当下的资金状况,并不建议其做全产业链布局。”

事实上,对于肉制品业务,雨润也在积极引进人才。在2020年8月,游牧被任命为江苏雨润肉类产业集团董事长兼总裁。在此之前,游牧曾任双汇集团销售公司销售部长、双汇集团总经理,也曾担任双汇肉制品事业部总经理。这让外界对雨润肉制品业务充满期待。

雨润方面工作人员表示,目前只是债务重组,公司经营一切正常。根据雨润公号推送的信息显示,雨润承担国家储备肉计划,在最高峰时期,雨润每年承担全国20%左右的储备肉计划。已经实现全国布局的雨润屠宰工厂,利用完善的冷库和冷链资源,开辟专门的储备肉仓库。

2021年2月3日是传统节气立春。雨润在官方推送的文章中写到:光照之处,万物复苏。而对于庞大的雨润集团,何时能够复苏,依然值得外界期待。

海淀区市场监管局开展线下培训机构联合执法行动

为进一步落实落细关于培训机构暂停线下教学和集体活动的疫情防控工作要求,连日来,海淀区市场监管局坚持执法检查全覆盖和督促疫苗接种“两手抓”,进一步筑牢疫情防控安全线。

一手抓开展联合检查,做到检查不留死角。海淀区市场监管局联合区委、海淀区相关街镇对辖区内培训机构开展全覆盖检查,主要针对培训机构是否开展线下教学、教学环境是否符合疫情防控要求、教职员工是否进行核酸检测事

项进行检查。对证照不全、防疫措施落实到位的培训机构采取关停措施。海淀区市场监管局还对培训机构发放并张贴了疫情防控提示书,提示广大群众如发现该培训机构违反防疫要求擅自组织线下培训要积极主动向市场监管局进行反映。

一手抓人员疫苗接种,归集接种疫苗信息。本着重点人群“应接尽接”的原则,海淀区市场监管局积极动员,通知到每家培训机构,告知到人,督促培训机构组织

全体员工认真采集信息,准确无误上报接种疫苗人员名单。

加强线下培训机构的疫情防控和规范管理工作刻不容缓,下一步,海淀区市场监管局将强化“四方责任”落实,持续加大执法检查力度,时刻绷紧疫情防控这根弦,全力保障师生的生命健康安全。

