



相关数据显示，今年截至当前，国内职业教育培训领域的投资共有 30 起，融资总额超过 70 亿元。一些明星资本，如腾讯投资、红杉、IDG 资本、高瓴资本等均将目光转向了职业教育。

福建一家线下机构用“撑住一口气”来形容最近一个月的状态。浩然所在的机构，属于头部，内部高管有先见之明，两个月前就已经进入密集讨论，盘家底、制定转型方向，调配公司资源扶持新项目。但以往门店获客成本只有三千，一下子涨到五千，想要维持下来，确实很难。

相比之下，杨浦一家小型素质教育机构，受到的波及较小。早在七年前创始之初，机构 CEO 的理念就主打回归教育本真，着重培养学生的思维能力、阅读兴趣、终身学习能力以及解决问题的能力。“双减的本质是回归育人初心，任何情况下，以学生的需求为主，不断创新和变革，还是可以继续做好的。”

转型并非坦途 活下去靠什么

一位小型教培创始人王沛说，除了素质教育，接下来他们的教研组将探索如何转向职业教育。相比被限制的 K12，职业教育是被政策扶持的行业。

相关数据显示，今年截至当前，国内职业教育培训领域的投资共有 30 起，融资总额超过 70 亿元。一些明星资本，如腾讯投资、红杉、IDG 资本、高瓴资本等均将目光转向了职业教育。

新东方也瞄准了职业教育的投资，在今年，投资了“导氮教育”与“课观教育”两家职业教育机构。前者估值已经达到了 15 亿元，侧重于服务公职类考试，后者估值 5 亿元，为金融求职者提供职业规划、求职申请、笔试测评、面试指导等服务。

瞄准这个赛道的还有高途。今年 4 月，跟谁学宣布集团名字更名为“高途集团”，主营业务分为“高途课堂”和“高途学院”，为了布局成人教育领域，高价挖来考研名师，将考研项目提升至战略高度，并计划 2021 年要服务 10 万多考生。

值得注意的是，高途的成人教育业务营收占比并不高。据高途公布的 2021 年一季度报，高途旗下成人业务在该季度营收 1.23 亿元，仅占集团总营收的 6%。这也意味着高途转型的阵痛或将持续较长时间。

教育智能硬件也成为了教培机构们的“稻草”。在市场规模还没触达 500 亿元门槛的教育智能硬件领域，已经涌入了在线教育企业、互联网企业、传统教育硬件厂商等多个参与者。

同质化极高的智能灯，有着字节跳动、腾讯、阿里抢食市场。好未来、新东方、作业帮、猿辅导等头部教育公司也有意开展作业灯项目。有消息透露，百度和字节也对布局词典笔项目有意愿。

“不转型没有生路，但转型也绝非坦途。”王沛感叹道，当前更要考验的是教培机构们过去沉淀下来的能力和资源。转型成功率不高的原因是机构的技术瓶颈、内容门槛、团队水平等一系列问题，悬而未决。

现金流是第一项考验。现金流良好的上市企业，还有能力和时间在转型上深度布局。但对于现金流不充足的机构，就是未知数了。其次考验的是教培机构的渠道铺排、品牌知名度和影响力。

老牌大型机构借助线下培训基础，在营销与获客成本上有一定先发优势。但陷入烧钱打广告的在线教育，可能首先要解决的是获客渠道和营销成本居高的难题。从业务价值上考量，每一个赛道上都有自身局限性。

比如，素质教育，首先要挑战的是国内升学的压力；成人职业教育的市场规模虽然可期，但在这个赛道中，中公教育、华图教育等老牌玩家已经占据了较大的市场份额，且职业教育涉及许多行业的准入门槛。

而教育智能产品也备受质疑，当下被认为形态花哨、性价比低，拍照搜题等功能也面临下架的风险。一家大型教育集团总裁表示，面对“双减”，不要钻政策的空子，而是借机反思与总结，让教育回归育人本质，这才是这场大变革真正的意义。

教培这幢摩天大楼，顷刻间坍塌了，资本像潮水一样涌来，又像潮水一样退去。高途 CEO 陈向东在内部信里说：“如果有一天高途东山再起，希望大家还能回来。”只是这一天何时到来，无人知晓。

