

随着国内疫情得到基本控制,学生陆续回归校园,在线教育平台用户量以及用户活跃度有所下降

疫情过后,在线教育企业拿什么留住学生

本报记者 邹偶然 本报通讯员 张浩呈

周日中午吃过午饭,初中二年级的贝贝(化名)坐在电脑前开始上英语课。自从疫情发生以来,贝贝每周末的英语辅导课就变成了线上课程。

疫情期间,亿万大中小學生居家在线学习,“停课不停学”,曾经被视作辅助角色的在线教育迎来难得的发展契机,更多的用户或者被动、或者主动地选择了在线教育的产品。

眼下,随着国内疫情得到基本控制,广大师生陆续回归校园,在疫情期间大放异彩的在线教育到底是昙花一现,还是会持续保持热度?在线教育能否克服自身弱点,扬长避短,迎来真正的春天?

疫情期间迎来流量暴涨

“疫情期间我们平台的活跃度至少增长了五六倍,特别是在教育部提出‘停课不停学’的最初一段时间里,几乎每一天有五六十万的用户增长。”提起疫情期间平台出现的爆发式增长,陈冬华的语气平静。

陈冬华是杭州博世数据网络有限公司创始人,深耕在线教育18年,其公司是国内第一批专注教育信息技术研发与应用的国家级高新技术企业。2012年,他在国内推出学乐云教学平台,旨在借助大数据和信息技术,深度挖掘教育大数据价值,目前已覆盖全国31个省市,为12万余所的3000万师生提供了包括备课、授课、作业批改、考试、评价等“一站式”教育信息化服务。

“比如说,以前老师讲了一个问题,只能

阅读提示

在线教育企业能否留得住学生,继续保持热度,关键在于在线教学是否提升了学习效率和效果,这要通过优质的教学内容、精细化的管理及高品质的运营实现。

口头上问学生懂不懂,学生到底懂不懂、掌握了多少,有时候得靠老师去揣测。有了大数据支持,完全可以掌握学生的学习程度,并可依据每个学生不同情况提供个性化服务。”陈冬华说,3000万师生沉淀的海量数据,让他们可以用直观的数据了解学生对知识掌握的水平,即时、精准地掌握来自学生的第一手学情资料,从而调整教育教学策略,更好地服务教学,这是在线教育优势所在,也是在线教育应该专注的方向。

“事实上,在线教育并不是一个新事物,很多年前就存在了,只是疫情加速了在线教育的发展。”相较于不断增长的数字,陈冬华更看重用户习惯的培养。他认为,此次疫情培养了用户对在线教育的使用习惯,普及了在线教育的若干理念。

难以保证学习效果

来自中国互联网络信息中心发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,目前有2.65亿在校普遍转向线上课程,用户需求得到充分释放。疫情期间多个在线教育应用的日活跃用户数达到千万以上。根据中国互联网络信息中心的预测,2020年中国在线教育用户规模将达3.05亿人。在陈冬华看来,“互联网+教育”是教育未来的发展方向,此次疫情则为这一进程提供了动力。

然而,记者在采访中发现,对于很多家长来说,线上课程终究属于特殊时期的权宜之计。学习氛围不足、孩子上网课缺少教师监督、学习质量不高等担忧始终让家长无法完全信任线上教育。

“我们也了解过,除了少数原本成绩就非常好的孩子,大部分孩子的成绩都退步了,我们还是希望能尽快回到线下。”贝贝的母亲告诉记者。

对于不少课外辅导学校而言,线上课程同样成为特殊时期稳住人心和吸引客流的手段。

“线上课程是为了原本的学生不流失而不得已开展的,线上的形式难以保证学习效果。”课外辅导学校励尚教育崔老师告诉记者,在线下,老师可以随时关注班上学生的上课状态,同学们聚集在一起也更有学习氛围,但在线上,这些都变得不可控。

“在线下一眼看过去,学生有没有走神的就知道了,在线上往往很难掌握学生的状态,学生有没有在听完全没法掌握。另外,上课应该是教师和学生双方的互动,教师会根据课堂状态进行调整,这些在线上都办不到。”崔老师说。

在线教育何去何从

随着疫情防控形势向稳向好,学生们回

归校园后,在线教育企业该如何继续保持热度?

“复学之后,我们平台用户量以及用户活跃度确实有所下降,但这是一个正常的现象。”陈冬华说,疫情之下,很多用户将线上教育当成一种应急举措,虽然短期内涌入了巨大流量,但也可能会对在线教育行业带来不利影响,“我们应该看到,很多人以为在线教育就是一个直播系统,这样反而会影响市场原本的发展轨道”。

陈冬华说,在线教育企业能否留得住学员,继续保持热度,关键在于在线教学是否提升了学习效率和效果。疫情过后,学生学习回到线下,在线教育企业若想“流量”变“留量”,必须要通过优质的教学内容、精细化的管理及高品质的运营实现。

有业内专家认为,在线教育并不是线下课程的简单线上迁移,要想取得好的学习效果,教学内容、教学方式必须重新设计。“线上教学需要被重新设计,现场教学45分钟,你可以观察孩子们的表情,可以和孩子们互动,但回到线上你只是看到一个屏幕和一个摄像头,孩子在远方接受课程,这个时候怎么样设计关键的教学环节点,吸引孩子的注意力,就成了所有老师和教研中必须重点考量的一件事。”

陈冬华说,疫情期间的居家学习、在线教学也在倒逼广大教师提升在线技能,使在线教研得到快速普及,具有优势互补的OMO(线上线下相融合)混合式教学,可能成为未来教学的常态趋势。“今后的模式是孩子学习在线上,练习在线上做,知识点讲解也在线上,线下老师主要负责组织管理。”陈冬华认为,这种模式可以解决在线教育对学生学习行为管理难度大的短板。

“订单地毯”畅销海外

7月12日,在山东省滨州市阳信县龙福环能科技有限公司生产车间内,工人加紧生产出口海外的订单地毯。地毯制造业是山东省滨州市的特色优势产业。今年以来,该市通过实施一系列稳外贸政策措施,鼓励地毯企业参与“一带一路”建设,帮助企业提升对外开放水平,巩固海外市场。

据了解,滨州市拥有地毯外贸企业34家,产品达140余种,主要出口欧美、南美、东南亚等50多个国家和地区。

初宝瑞 摄/东方IC

企事录

饿了么转型生活服务平台

事件:7月10日,饿了么宣布全面升级,从餐饮外卖平台升级为解决用户身边一切即时需求的生活服务平台。饿了么方面表示,此次升级涵盖四大方面:从送餐升级到提供同城生活全方位服务、个性化推荐、内容化互动、会员体系升级。

除了鲜奶、母婴玩具、美妆、书籍文具、体育装备等零售商品外,饿了么还将对美甲、美容、家政、保洁等项目送服务上门。

点评:此前,虽然饿了么的业务早已不限于外卖送餐,但现在它已正式把自己定义为生活服务平台。

饿了么做出此举最大的原因无外乎是顺应消费者需求的变化。过去一年来,饿了么用户的非餐饮类需求持续增长,尤其是商超、果蔬、医药、鲜花等品类。疫情发生以来,该平台上非餐饮门店数量增速较高。

另一方面,作为饿了么竞争对手美团之前就以生活服务平台作为自身定位。想要保持持续的竞争力,饿了么必须从根本上甩掉最初的“送餐平台”形象,成为一个综合性的聚合平台。

上半年全球造船订单创新低

事件:根据全球市场研究机构克拉克森提供的数据显示,今年1~6月,全球新造船订单共269艘,总计575万补偿总吨(CGT),较上年同期下降42%。补偿总吨,也被称为修正总吨,由船舶货物总量乘以船舶类型系数得出。

这一数据创下克拉克森研究人员自1996年收集行业相关数据以来的最低记录。此前全球新造船订单的最低记录,为2016年上半年的766万CGT。

点评:近年来走势本不算好的造船业,疫情又期间遭遇了重创。疫情暴发初期,部分国家国际间货运受阻,大部分海运紧急叫停。当一些国家国内积极复工复产时,由于疫情仍在世界范围内蔓延,海运又与海外市场联系紧密,该行业的恢复又遇到了新的难题。

受疫情影响很多行业生产量降低,没有大量的货物需要运输,这直接降低了对于船只的需求,订单量创新低也就不足为奇了。在国内,今年1~5月重点监测的造船企业造船完工的数量同比下降了18.8%。对造船业来说,熬过最难的时候,还要持续很长一段时间。

盒马mini北京开店

事件:7月初,两家盒马mini在北京开店,像盒马鲜生的发展路径一样,盒马mini已于去年5月在上海开设了首家门店,北京的两家门店还增加了城市差异化特色。

盒马mini被视为浓缩版的盒马鲜生,通常在500多平米的面积里营造社区、邻里型超市的氛围,线上覆盖周边1.5公里区域的用户,配送时效为半小时,每天首单不收取配送费。

点评:作为盒马鲜生门店之间空白区域的重要填补,目前盒马mini已经在上海、北京落地多家门店。相对于盒马鲜生,盒马mini的门店面积更小,生鲜食品比例更大,这需要有很强的控损能力、商品管理能力和高效的门店运行方式。

在北京市场,500~1000平方米的社区型超市需求量很大,但竞争也同样白热化。以线下线上为一体的谊品生鲜,以前置仓模式为主的每日优鲜、叮咚买菜、美团买菜都在奋力吸引着消费群体。初来乍到的盒马mini能否最终拿出良好业绩,还有待销售数据说话。

(本报记者 方大丰)

高产能粉生产工艺打破国外技术垄断

本报讯(特约记者朱润涓 通讯员李昂 汪紫华)河北秦皇岛燕大源达机电科技股份有限公司为内蒙古客户设计建造的配方奶粉生产线,日前正式竣工并进入调试阶段。这是完全由国内公司独立自主设计建造并全程采用国产设备的奶粉生产线。

据燕大源达机电科技股份有限公司总经理李红刚介绍,该生产线产出的奶粉产品纯度高、质量好,具有良好的均匀度、流动性和溶解性,而且快速干燥工艺可以减少产品风味的损失。该生产线的建成,标志着我国拥有了国际先进水平的高产能粉生产和处理工艺技术,打破了国外企业的技术垄断,其造价成本也将降低一半以上。

据了解,目前,高端配方奶粉生产工艺大体分为粉生产和粉处理两大环节,国内的大型奶制品企业奶粉生产线的设计建造及核心设备大多依赖国外企业,国内的食品工艺工程和设备制造企业起步较晚、技术经验薄弱,只能建造小产能生产线。

李红刚介绍,他们公司从2016年开始,做了大量关于奶粉加工领域的技术储备,研发出喷雾干燥系统的核心设备喷雾干燥塔,“我们进入这个行业时几乎没有什么国内产品可以作为参照,所以我们一直是将国际一流企业作为对标对象,力争达到国际一流水平”。

中欧班列(成都)内外贸货运创新高

本报讯(记者李娜 通讯员朱琳琳 唐涛)记者从中国铁路成都局集团有限公司方面获悉,今年以来,中欧班列(成都)在疫情期间保持常态化运行,多项开行数据较去年同期大幅增长。6月份,中欧班列(成都)开行数量达到2020年上半年最高值,月度累计开行179列7931车,日均开行264车。

据悉,今年以来,为拓展中欧班列(成都)外贸运输渠道,该集团公司与成都国际铁路港多方尝试,通过在跨境电商、全球业务等领域与快递企业开展合作,引领跨境电商创新发展,促进跨境直邮商品通过中欧班列从成都发往欧洲各国;推出“欧洲通”产品,针对按整列组织困难而又有运输需求的站点实行按箱报价,接受整列、多箱、单箱订舱,满足了不同客户群体的多种运输需求,提高了班列运输的受众面;为提供更好的运输保障服务,还通过深入推进中欧班列宽轨段“三并二”运输方式,进一步压缩了国际物流成本,有效缓解了班列拥堵。

“内外贸货运创新高,也缘于疫情影响下,航空线路减少,航运部分港口封锁,中欧班列凸显出运输物流畅通优势。”中国铁路成都局集团有限公司相关负责人介绍,截至6月30日,中欧班列(成都)今年(上半年)累计开行936列,41347车,同比增加256列12373车。

山东重组两对主业相近的省属骨干企业

重组后的新山东能源集团、新山东高速集团资产总额将分别达到6379亿元、9452亿元

本报讯(记者丛民 通讯员李志勇)7月13日上午,山东省在济南召开有关省属企业改革工作推进暨干部大会。会上,宣布了山东能源与兖矿集团联合重组方案、山东高速与齐鲁交通集团联合重组方案;宣布了联合重组后的企业领导班子。按2019年财务数据测算,重组后的新山东能源集团、新山东高速集团资产总额将分别达到6379亿元、9452亿元,营业收入将分别达到6371亿元、1237

亿元。

今年3月17日召开的山东省“重点工作攻坚年”动员大会要求,“以更大力度推进国资国企改革,推动国有资本加快向‘十强’产业、优势企业、核心主业‘集结’,力争用三年时间,将省属国企数量整合重组压减三成以上,资产效益提高三成以上”。

记者了解到,山东能源与兖矿集团、山东高速与齐鲁交通集团4户企业均为省属重要

骨干企业,山东能源与兖矿集团、山东高速与齐鲁交通集团均主业相近,通过强强联合,进行同类产业整合,有利于优化资源配置,推动转型升级,聚力打造具有全球竞争力的世界一流企业。

新山东能源集团定位为山东省能源产业的国有资本投资公司,在巩固发展煤炭、煤电、煤化工三大传统产业的同时,大力发展高端装备制造、新能源新材料、现

代物流贸易三大新兴产业,加强科技创新,积极打造全球清洁能源供应商和世界一流能源企业。

新山东高速集团定位为山东省交通基础设施领域的国有资本投资公司,大力发展交通基础设施核心业务,打造主业突出、核心竞争力强的交通基础设施投资建设运营服务商和行业龙头企业,为“交通强省”建设提供有力支撑。

从机器人整机、核心零部件到系统集成应用,长三角的机器人产能占全国50%以上

“机器人谷”推动智能机器人走进生产生活

据新华社电(记者何欣荣 滕佳妮)快速发展的人工智能技术,推动机器人产业不断升级。上海张江集团最新表示,将携手合作方,在张江科学城建设“机器人谷”,推动智能机器人走进生产生活。

从清洁消毒到送餐服务,今年疫情期间,各种机器人大显身手,让人们看到了这个新兴行业的发展潜力。钛米机器人创始人潘晶说,钛米研制的智能消毒机器人,除了在国内200多家医院投入使用,还吸引了机场、酒店

等公共场所的关注,近期刚与香港机场达成合作。“可以说,消毒机器人刚刚实现从0到1的突破。未来从1到100,增长空间巨大。”

专注于机器人产业的索道投资,近日与张江集团签署战略合作协议,共同组建服务机器人生态联盟,打造“AI+机器人”公共服务平台。“天上飞的、地上滑的、水上漂的,各种机器人企业都面临难得的发展机遇。以场景应用为导向,未来智能机器人和服务机器人大有可为。”索道投资负责人石东华说。

人工智能技术与机器人产业的结合,是当前的一大看点。迈宝智能科技创始人魏巍说,运用人工智能与人机交互技术,可以为工业物流、建筑搬运等行业的体力劳动者,提供运动辅助型的可穿戴式外骨骼产品,促进相关产业发展。

张江集团董事长袁涛介绍,目前在张江科学城,北有张江人工智能岛,南有康桥核心智造园,“北创新,南智造”的格局,为智能机器人产业发展构建了良好的生态环境。