

作为中国职业教育考试培训机构的后来者,粉笔科技借政策东风,综合了线上与线下培训模式,当前已经成为职业教育不可忽视的一股新兴力量。

## 追赶中公教育,粉笔科技胜算几何?



2020年山东省公务员招录笔试前,粉笔教育山东分校组织团队前往考点为考生进行考前服务。

日前,港交所网站信息显示,职业教育品牌北京粉笔蓝天科技有限公司(以下简称粉笔科技)向香港联交所递交了IPO招股书,正式启动上市计划。

粉笔科技的“东家”是猿辅导,2020年其融资达到35亿美元,其中G轮融资就先后共募集资金22亿美元,当年估值155亿美元,是在线教育行业公认的超级独角兽。

但随着2021年国家“双减”政策的发布,K12课外培训机构迎来了至暗时刻,眼看前期投入的几十亿美金很可能要付之一炬,猿辅导并不想坐以待毙。

而此时,作为猿辅导的控股子公司的粉笔科技就被视为救命稻草。

### 大船搁浅,小船出发

粉笔科技的前身是猿辅导CEO李

勇于2012年创办的“粉笔网”,当时主业聚焦公务员考试培训。但经历1年多时间的运营后,其师资积累和用户留存都不尽如人意,所以李勇才将重心放在了K12教培赛道上。粉笔网则交给了2013年加入猿辅导的公考名师张小龙(现如今粉笔科技CEO),并于2015年独立为粉笔科技,但猿辅导仍有粉笔科技80%的股权。

创立初期,粉笔科技就确立了线上与线下同步进行的培训模式。线上是笔试,线下为面试,前者主要是通过线上讲解和刷题,而后者则需要在线下以师资授课的方式让受训学员获悉面试的情况。所以要扎根公务员培训行业,粉笔科技就必须扩充线下网点和组建大量师资队伍,构成线上线下一体化(即OMO)。

粉笔科技的OMO商业策略也很简单,在线下资源配套供给逐步铺开,将线上课程用户转化为线下授课客户,从而将低客单价转为高客单价,提升整体收入规模。

国际著名的市场研究公司弗若斯特沙利文2021年的报告称,支撑起中国职业教育培训万亿市场空间的底层逻辑,是庞大的生源数量。中国数亿在职人群与每年数百万毕业生,均是职业教育培训服务的潜在客户。中国职业教育培训行业的独立学员人次,已由2016年的2500万名迅速增至2020年的3480万名。职业教育市场规模快速扩大,2019年市场规模达1790亿元人民币,2020年则达到2026亿元人民币。

经过数年积累的粉笔科技也正是借市场利好的东风迅速发展。到2019



除了线上培训,粉笔科技还大范围启动线下课程,进军线下职业教育市场。

年,粉笔科技线上付费人次达到了600万,营收达到了11.60亿元。2020年,粉笔科技再次发力,线上付费人次达到了960万,营收增长到21.32亿元。

## 追赶中公教育

这家从一开始被猿辅导视为边缘业务的公司,如今早已不可小觑。以2020年收入来比较,粉笔科技的市场规模已跻身为行业第三,距离第二名仅相差1亿元营收,冲击力十足;但相对于第一名中公教育而言,其营收仍有6倍差距。

2021年,是粉笔科技有着高光时刻的一年,截至2021年底,粉笔科技在线平台累计注册用户3770万,付费人次累计4530万;线下业务已覆盖国内260多个城市。截至2021年三季度,粉笔科技实现营收26.3亿元,较去年同期增长79%。同时,粉笔科技线下盈利能力也正逐年提升,线上线下协同效应也愈发明显,2021年,约67.5%的线下课程付费学员是从线上服务的付费用户转化而来。

此时,按照两家披露的2021Q3数据,粉笔和中公的营收分别为26.3亿元

和63亿元,在9个月时间里,粉笔已经将营收差距缩减至2.4倍,这也表示粉笔科技在职业教育的市场占有率上已经夺得第二把交椅的位置。

不仅如此,粉笔科技的估值已然达到190亿元人民币,同样位居职业教育培训行业的第二位。尽管和排名第一的中公教育384亿元人民币的估值还有不少差距,但张小龙却十分乐观,对于继续缩小和中公教育的距离表现得自信满满。

## 早已是赢家

根据中公教育财务部门统计,中公教育2019年度退费金额74.23亿元,退费比率44.14%;2020年度退费金额100.09亿元,退费比率46.54%;2021年退费金额在约150亿元,相对于营收63亿元,退费比率高达68.67%。

成因除了外部竞争加剧造成收入降低之外,还包括宏观环境上2021年相比于2020年三公(公务员、事业单位、教师)招录率大幅下降,维持师资规模的成本支出过大等原因进而导致退费率大幅增长。

相比之下,粉笔科技的互联网模式

切入职业教育培训行业具备一定的前期优势,在资金推动下能迅速补充线下网点的师资供应,短期就能在营收端起到较为明显的效果。

以中公教育首创的协议班(笔试不通过退部分学费,面试不通过全额退款)为例,协议班的主要盈利其实来自于笔试被刷下来的考生,该业务赚的是笔试退款后的差额学费,这自然无法跟粉笔科技OMO一体化运营实现行业效率最大化的商业模式相比。

目前,粉笔的协议班规模正在互联网流量打法支撑下,呈现数倍增长的趋势。

但是,职业教育培训行业的后期,往往呈现的是劳动力密集型和智力密集型趋势,落点终归还是优质师资供给和学员的通过率上,毕竟长期的口碑才能够确保学员的品牌认识,进而保证获客竞争力。从这个角度看如今风头正劲的粉笔科技,其长期竞争力还不能过早下结论。

事实上,如果以抢滩登陆职业教育培训市场作为目标的话,那么目前稳居市场规模第二的粉笔科技早已是尽人皆知的大赢家。

编辑:韩丁

(整理自自中新经纬、和讯新闻,有删改)