

3月6日下午，习近平总书记看望了参加全国政协十三届四次会议的医药卫生界、教育界委员，并参加联组会，听取意见和建议。

习近平强调，教育是国之大计、党之大计。对群众反映强烈的突出问题，对打着教育旗号侵害群众利益的行为，要紧盯不放，坚决改到位、改彻底。

近两年来，在线教育为学生提供多样性选择的同时，在资本裹挟下，也带来了一些负面效应。今年1月，教育部基础教育司负责人接受中央纪委国家监委网站专访时表示，当前校外线上培训机构普遍通过融资进行资本运营，但过于逐利，一些线上培训机构为了获取客源，不把钱用在提高服务质量的刀刃上，在各大媒体上铺天盖地地做广告，营造所有孩子都需要参加培训的氛围，加重家长的焦虑。

值得注意的是，在线教育的融资和营销费用在2020年底均已收缩。业内人士认为，这一趋势将延续至2021年。原因是过度重合的投放渠道，导致在线教育招生转化率快速下降，此外，严格监管或将是让在线教育重回理性的“临门一脚”。

资本追逐风口

在线教育公司近两年来成为了资本的宠儿。

21世纪经济报道记者选取猿辅导、作业帮、VIPKID、掌门教育、一起教育科技、火花思维6家头部在线教育公司，据启信宝数据显示，这6家公司成立以来已融资超过92亿美元，吸引了众多国内外知名的投资机构。

这6家公司分布在K12、外教、数理思维等不同赛道。哪个赛道站上风口，资本便涌向这个赛道。有报道称，过去一年多时间，超过500亿元人民币的资金涌入K12在线教育行业，其中超过80%的资金涌向猿辅导和作业帮，这两家均以在线双师大班课为主营业务。

资本流动呈现马太效应。数据显示，2020年在线教育融资金额虽大幅增长，但融资笔数却同比减少，大量资本被投向了头部机构，小型初创公司融资变得困难，以至于2020年底一场教育资本论坛上，一家头部在线教育公司创始人发出了“不要再教育创业”的声音。

头部机构的融资份额也越来越集中到大资本手中。21世纪经济报道记者梳理发现，至少有12家投资机构拿到了上述2家以上在线教育公司的份额。比如腾讯投资了猿辅导、VIPKID、火花思维三家公司，红杉资本既与腾讯一同投资了VIPKID、火花

思维，又投资了猿辅导的竞争对手作业帮。

一家在线教育创业公司联合创始人告诉记者，他的公司在2018年获得天使轮融资，至今仍在寻找下一轮融资。“投资机构已经没有了梦想，只有恐惧和贪婪。其实将投资聚集在头部机构也很危险。”

教育部基础教育司负责人接受中央纪委国家监委网站专访时就表示，一些线上培训机构为了占领行业主导权，恶意降低收费以赔钱的模式运营，挤垮中小机构造成行业发展不平衡的同时，自身也面临经营风险，一旦融资跟不上资金链断裂，企业可能迅速倒闭，造成消费者预收费无法退回。

“烧钱”获客难以持续

资本涌入在线教育，要求在线教育机构的营收、估值快速增长，而增长最直接的手段就是广告投放。

财报显示，过去的2020年，上市公司跟谁学的营销费用超过58亿元人民币，网易有道的营销费用超过26.9亿元人民币，好未来过去4个财季的营销费用达到惊人的12.6亿美元。

但营销大战的负面效应很快显现。据报道，2020年暑期行业投放获客成本普遍大涨50%以上，有的甚至比去年翻倍，转化率还比去年降低了。2020年暑期，在线教育行业在几家短视频平台用户曝光重合度已超过一半，这意味着各家公司都在抢夺同一批用户。

全国政协委员、新东方教育科技集团董事长俞敏洪今年2月接受21世纪经济报道专访时曾表示，“烧钱模式注定要失败，在线培训机构烧钱做广告，获得一个低价客户600块，转成正价客户成本就变成4000块。一年后复购率50%又是2000块损失。一个客户客单价平均只有三四千，这个模式就完全不可持续。现在之所以能够存续下去，是资本拼命在后面补贴，我也是投资人之一，但资本补贴一定是很有限度的。”

进入2020年第四季度，几近疯狂的K12在线教育营销大战有了缓和的迹象。

最新财报显示，跟谁学、网易有道在2020年第四季度的营销费用相比上个季度均出现了环比下降，尤其是跟谁学结束了过去连续10个季度营销费用增长的趋势。

严监管或将是助推在线教育回归理性的“临门一脚”。2020年底，猿辅导、作业帮、跟谁学、清北网校四家公司被发现在广告中选用了同一名演员，一位头发花白、

年过半百的女性在一则广告中自称“做了一辈子小学数学老师”，到另一则广告中就变成了“教了40年英语”。

教育部基础教育司负责人接受中央纪委国家监委网站专访时表示，要从根本上防止在线教育问题发生，在教育部门加强监管的同时，更需要有关主管部门联动，加强对资本市场的管控，加强对舆论氛围的引导，推动线上培训机构合法合规有序经营。

在3月5日的财报电话会上，跟谁学CFO沈楠说，从今年的1月份开始，政府对在线教育行业的广告投入有所关注。“我们非常拥抱这种变化，并坚决支持政府目前及后续对于行业的规范性举措。”

在线教育不会因为减少营销而停止增长。“在线教育公司的赚钱能力是很强的，一方面家长越来越接受网课，另一方面网课的价格也在逐步上升。此前在线教育公司为什么愿意承担亏损投放广告？是因为这个行业的天花板很高，等到哪一天看到了天花板，投放自然也会停止。”网易有道CEO周枫告诉记者。

今年全国两会上，全国政协委员、上海市民办教育协会常务副会长胡卫说，未来一个时期，必须持续推进培训机构的规范整治工作。同时，对于培训业所累积的系统性风险和转型中所出现的行业性问题，也必须引起高度关注和重视。

“但不能把校外培训机构一棍子打死，校外培训机构有它的合理性，并且在全世界普遍存在，”全国人大代表、中国教育学会副会长周洪宇告诉记者，“校外培训机构既包括应试类机构，也包括素质类机构，该规范的要规范，该扶持的也要扶持，要引导它向健康的方向发展。”南方财经全媒体集团全国两会报道组王峰北京报道