明博教育科技有限公司

## 互联网教育给课堂更多可能性

□本报记者 王路曼

数学课上,通过一段"小蚂蚁爬行记"的动画,孩子们一下就明白了什么叫做周长;而让学生亲自操作将温度计分别放入冷热水中的动画实验,温度计上的数字变化配合温度计拟人化的可爱表情,正负数的概念变得清晰直观又亲切……

近年来,互联网教育市场发展得如火如荼,越来越多的师生享受到了互联网教育产品所带来的奇妙变化。一块黑板、几支粉笔组成的单一教育方式已经慢慢融入了很多信息化教学、数字课堂等新鲜元素。

常会有人拿传统教育与互联网教育相比较,对此,明博教育科技有限公司总经理程学义认为,"传统教育和互联网教育,应该是'教育+互联网'的关系。新的信息技术对于传统教育来说,不是改造和颠覆,而是促进和支持。"

程学义说,以"教育+互联网"的方式推进实践,强调的是教育内部变化的重要性,而不仅仅是有了互联网技术就意味着先进,需要以学生为本,遵从教育自身发展规律,灵活运用互联网思维,积极主动地在教育的各个环节谋求变革,从而实现对整个教育生态的重构。

说起明博教育, 现如今很多学校 里正在用的"优课智慧教学系统"就 是出自该公司的产品。明博教育创立 于2009年,是由新华文轩出版传媒股 份有限公司、北大方正集团和中国地 图出版集团联合发起、共同投资组建 的高新技术企业。而明博教育的带头 人程学义, 在涉足互联网教育这滩深 水之初就考虑成熟了企业定位和发展 趋势,公司依托三大股东在内容出版、 技术研发及教育服务等领域的优势资 源,为教育信息化提供综合性解决方 案,定位于教育应用服务商和教育服 务运营商。经过几次成功转型,如今 的明博教育已成为互联网教育市场上 名牌企业。

那么,"教育"遇到"互联网" 到底有那些惊喜呢?

"首先,课堂变得更加'智慧'和'以学生为本'了。"程学义解释说,所谓"智慧",即教师的备课更加便捷和个性化,从传统教学的教案备课,到信息化初期千篇一律的PPT课件,再到现在资源精准匹配、交互工具生成,教师备课越来越成为一口艺术

而从课堂层面来讲,因为备课的 个性化,授课内容更加精彩,配合课



堂的评测与互动,真正让课堂"活"起来。当下比较火热的"翻转课堂",正是基于信息技术实现的以学生为本的课堂。实现了课前自学和质疑,课中讨论和答疑,将课堂交还给学生。

"此外,互联网技术实现了泛在化的学习,也就是随时随地的学习理念。"程学义介绍,学生能够随时随地、利用任何终端进行学习,知识的获得、储存、编辑、表现、传授、创造等的最优化的智能化环境将提高学生的创造力和解决问题的能力。

与此同时,互联网技术在推进教 育公平上不遗余力。"现如今,城乡 间教育水平的差距明显,师资力量、 教学资源分布不均的事实依然存在。" 但基于互联网,双师课堂、远程课堂、 高质量的教学资源,可以帮助落后地 区提升教学水平。

说起未来,程学义的目光十分长远, "信息化教育的未来,可以从多个场景或维度来展现:学生的技术沉浸;个性化、多元化的学习路径;服务型经济的知识技能;系统、文化、资源的全球整合;为21世纪经济发展起关键作用。"程学义说,对此,明博教育要做的就是让优质、个性化的教育无处不在。

北京聚通达科技股份有限公司

## 做国内一流的移动营销服务商

□本报记者 边磊 文/摄

2007年成立公司,2016年赶上新三板大潮抓紧机遇上市,预计2018年申报创业板上市A股……北京聚通达科技股份有限公司一步一个脚印,通过移动互联网营销,将企业做出规模。传统企业插上了互联网翅膀。

聚通达有云通信、微赢+、整合营销等若干业务。

侯占斌首先举出了几个云通信的 例子。

比如,过去,我们想要了解萝卜 多少钱一斤,需要到超市的蔬菜柜台 前亲眼看一看价签,但是现在,打开 手机APP,产品价格、什么商品折扣 多少,一目了然。动动手指,就可以 送货上门。再比如,我们使用手机登 录时,经常会要求输入短信验证码, 这些验证码就是由专门的移动互联网 营销公司发给我们的,这就是"云通 信"。还有,我们经常会收到的各大电 商发来的促销、优惠短信,都是通过 移动互联网营销企业实现的。

聚通达就是通过手机,帮助各大企业实现互联网营销的。现在,京东、物美、当当网、乐视电视、滴滴快车、海尔等,都是聚通达的客户,而这些企业、网站的会员都是通过聚通达的幕后操作,与网站形成联系的。

有了网络,营销信息呈现出几何 级增长。

"滴滴每月的短信发送量,达1000 万人民币,京东这样的企业,每月短 信发送量在3000-5000万人民币,想 象一下这是什么规模。"侯占斌说。

网络营销与网络环境紧密相关, 最近微信刚刚推出暴红的"小程序" 也成为聚通达的业务之一。这便是微 赢+。

"比如你使用携程,原来需要下载



APP, 然后打开使用。现在有了小程序,通过微信人口可以直接使用携程,不需要下载APP了。而这需要我们这样的科技公司通过技术手段去实现。"

互联网加快了市场变化的速度, 人们的兴趣点、需求每天都发生着改 变。侯占斌看准了下一个风口是内容 营销。通过内容营销精准投放。

"没有好的内容吸引不了注意力。 内容好传播速度就快,不好就没有传播价值。"侯占斌说,"上一个年代,第一阶段是流量门户;第二阶段是垂直门户,比如企业网站;第三阶段就是现在,自媒体,创造很多内容。"

2016年, 赶上新三板大潮, 聚通

达上市了,资金流入实体经济。2016年聚通达的企业信用额度为600万元,2017年信用额度可达2000-4000万元。融资成本变低,企业运转更顺畅,从最初50人的企业扩大到现在120名员工。而今年,企业规模还有望扩大至300人。

"这相当于我们现在养活了120个家庭啊,我很骄傲。"侯占斌说。

在侯占斌看来,自己是在创业,而非简单的"生意"。在互联网的大潮中,开创前所未有的方式,实现事业的目标。

"我们的目标是做国内一流的移动 营销服务商。"侯占斌说。