

投身教育三年不考虑盈利 比起变现,字节跳动更在乎创新



字节跳动高级副总裁、教育业务负责人陈林面向教育团队做了一场题为《Zero to One》的演讲。 字节跳动供图

中国城市报记者 王楠

近两年,字节跳动频频向教育行业发力。

虽然拥有抖音和今日头条等爆款产品,但字节跳动并不甘于现状。资料显示,过去几年,字节跳动陆续领投美国高等教育创新公司Minerva,并推出一对一外教产品GoGoKid、启蒙AI课产品瓜瓜龙、中小学在线辅导教育产品清北网校等。

今年以来,字节跳动的教育业务明显提速。疫情期间,清北网校帮助武汉教育云“空中课堂”平台,为武汉市90万中小学生的网络教学提供技术支持。3月,瓜瓜龙英语正式上线,主打2—8岁小朋友的英语启蒙AI录播课,并冠名赞助热门综艺《乘风破浪的姐姐》。

同期,字节跳动也在大规模招聘教育领域的人才。今年年初,字节跳动高级副总裁、教育业务负责人陈林表示,字节跳动教育业务将招聘超过1万人。

据悉,目前字节跳动教育业务的探索将横跨Pre-k、K12、成人教育多年龄段,产品矩阵丰富,涵盖多学科、多种课程形式。

四年前已埋下 投身教育的种子

3月13日凌晨,陈林发布了一则微头条,引发关注。文章详细阐释了字节跳动做教育的初衷、理念与愿景。在他看来,一个理想的教育产品应该有最优秀的教师,除了在产品和技术上实现突破,也要在软件和硬件的结合上取得突破。

“这款产品必须足够优秀,并且触手可得。”微头条中,他如是总结。

无论前期是否对教育新领域做过规划或打下基础,字节跳动在其企业文化上或多或少暗示过自身“不安于现状和勇于探索”的个性。

据悉,字节跳动内部也流传着陈林《Zero to One》的主题演讲。此次企业文化传播中,陈林首次解释了公司教育部门被称为Zero的两层含义。

“从0到1既包含创新的寓意,也代表‘归零’的心态……”

陈林的演讲充满激情,许多人回忆时无不动容。这位年轻的负责人传递了这么一个信息:字节跳动的员工来自不同行业、不同职位,但大家都应既往不恋,保持归零的心态,继续学习。

在陈林看来,零本身是没有价值的,它要跟在其他数字后面才能产生价值。“跟在1后面,就是10,跟在99后面,就是990。我希望我们所有的业务,不管在老师、家长还是学生面前,都应该归为成就别人的0。”他说。

接受记者采访时,陈林坦言,早在2016年,他就和字节跳动创始人张一鸣聊起教育产业的未来形态:怎么做词典?怎么提升英语学习效率?地理和历史是不是能融合学习?新式学校最终形态是什么样……

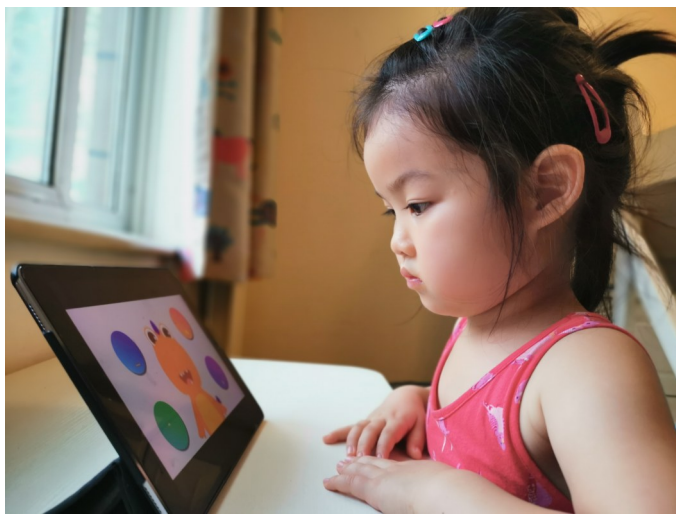
“我们经常思考教育相关的问题。”他回忆,虽然那时

头所有工作,全身心投入到教育新板块中。

涉足教育领域 并非为了流量变现

教育行业,特别是线上教育行业,在疫情期间的特殊市场环境下,猿辅导、VIPKID、作业帮等企业受到诸多资本追捧。此前,作业帮创始人侯建彬在发表的致员工邮件中披露,作业帮刚刚完成7.5亿美元E轮融资。

而作为国内最大的K12在线教辅机构之一的猿辅导在其官方数据中也提到,截止到今年1月15日,其旗下工具类产品小猿搜题、小猿口算、猿题库累计用户已超过4亿,网课品牌“猿辅导”用户量也超100万,斑马AI课正价课用户超过50万。有媒体报道称,2019年猿辅导的营收在30—40亿元



7月29日,北京年轻妈妈易女士四岁的孩子通过瓜瓜龙在线学习幼儿英语。 王楠摄

字节跳动的重心整体还在短视频这个主赛道上。

“对我来说,教育有特殊意义。我就是个典型的‘教育改变命运’的例子——从湖南乡村到北大,又因为互联网接触到了以前完全想象不到的世界。”陈林曾在微头条上说,自己的妈妈和舅舅都是老师,这让他从小就对老师有不一样的认识。每当聊到这些话题时,陈林都不忘重提成长经历。

2019年,厉兵秣马多年的陈林感到时机成熟,他推掉手

胆尝试,正是我们的企业文化‘始终创业’的重要标志。”

对字节跳动教育领域的战略部署,行业中有人称其是为了流量变现。陈林表示极难认同。

“如果做教育是为了流量变现,我的第一选择会是关掉教育部门。”他说。

虽然教育业务目前依然亏钱,但字节跳动仍在加大投入力度,盈利能力并未被列入考虑范畴。这种长期坚持的决心和做法早在其做短视频业务时就有过呈现。

最初,包括BAT在内的很多大型企业都早于字节跳动开展短视频业务,大浪淘沙之后,留下来的却寥寥可数。“因为他们缺乏信心,不觉得自己在做一件很伟大、很有价值的事情。”陈林说。

短视频有大作为,通过多年磨砺,字节跳动证明了自己一直以来的最大优势并非技术、产品、流量,而是战略决心和组织文化。

团队正尝试 和论证新的突破

进入教育领域一段时间后,字节跳动被外界认为缺乏教育基因,市场表现似乎欠佳。对此,陈林作出正面回应:“只看基因做不了任何事情。”

“最开始做头条,我们也不懂推荐,是自学的;做国际化的时候,很多人英语都说不好。”他有感,一件事能不能做好,尤其是一件关乎创新的事情能不能做好,经验不是最重要的。

战略上稳如山,但在战术上字节跳动的一贯作风是疾如风。为了在较短的时间内把瓜瓜龙等产品推上线,陈林带领团队克服重重困难,在以意想不到的速度实现上线运营之余,还抓住机会赶上了热门综艺《乘风破浪的姐姐》档期。

种种举措让瓜瓜龙一时名声大噪。“去试一下瓜瓜龙英语学习软件吧。”有家长体验后在朋友圈分享称。

“他们在多家专注教育平

台投放了49元体验课,送了很多实物,相当于免费体验。”一位年轻妈妈易女士告诉记者,因为是情景动画且具有15分钟短时高频等特点,她四岁多的孩子很感兴趣,上课注意力也更加集中了。

实际上,瓜瓜龙今年5月初曾出现在罗永浩的抖音直播间,在罗永浩宣布开售的第10秒,5000套课程瞬间售罄。

“虽然整体体验不错,但希望运营方再多增加点游戏和练习量。”易女士说,她计划让孩子长期使用该软件学习。

除瓜瓜龙外,GoGoKid品牌的塑造也是体现字节跳动较强行动力的经典案例。

作为较早发布的一款产品,GoGoKid在网上争议不断。业内对此质疑,这款产品会做成什么样?价值到底在哪里?

为什么大家不看好?陈林分析,或许因为大家觉得它天花板低,成本非常高,业务难做大。

“但我们不这么认为。”在他看来,GoGoKid主打的一对一教育模式方向是非常有价值的,“很多人都有较长时间的英语学习经历,但能自信流利地跟老外对话的应该不多,我之前也说不出口。”

陈林让自己的孩子充当GoGoKid的第一批客户,当看到孩子和外教对话时一点都不怵的状态时,他越发坚信自己初时的决定。

“这就是技术带来的进步。”但陈林也承认,GoGoKid的整体方向还有较大的创新空间,比如能不能直接降低外教成本?

他透露,该团队正尝试和论证一些新的想法:“如果可以实现,那教育市场将会被颠覆。”

接下来,字节跳动会对GoGoKid持续加大投入力度。“我们会尝试GoGoKid和瓜瓜龙联动,直播和录播两个产品可以混合学,或者从录播转化用户到直播课上去。”陈林对这个发展方向既坚定又充满了信心。