美中实验洛城校区之成人副课：杨氏太极拳（新办）简介

相信这次疫情除了让我们反思我们的工作、社交模式、生活日常等等，更让我们认知到健康的重要性。我们经常把孩子跟家庭放在首位，不是忙着照顾跟接送孩子，就是废寝忘餐的工作。不过，如果我们一直这样消耗精神跟体力而没有天然、全面的方法去调养好自己身体的话，我们又怎能健康、全心全意的照顾我们的家庭呢？不用烦恼！美中实验洛城校区诚意推荐新增的成人副课 — 杨氏太极拳！趁着孩子们上课的时候，家长们也来舒展经络，强身健体，益寿延年吧！

——杨氏太极拳的魅力。陈、杨、孙、吴、武，是我国国家武术中心承认的太极拳五大门派。其中，杨氏太极拳的魅力在于她舒展大方跟刚柔内含的拳法。作为内家拳至高无上的精华，杨氏太极拳强调的是养身，练的是身体里面的气。持续的锻炼能打好身体基础，打通五脏六腑气血通道，促进血液循环排走毒素，让人精神充沛等等，简直是一举几得！

——潘树明老师的实力。我们美中非常荣幸的能请到在太极界跟国内享负盛名的 “太极一姐” 潘树明老师主理杨氏太极拳课。潘老师早年师承太极拳名家，原香港杨氏太极总会名誉会长，杨氏太极第五代传人丁水德大师。潘老师在习练太极拳的二十八年里精通杨氏太极拳85式、48式、40式等经典套路，尤其精研了42竞赛拳、竞赛剑、传统太极刀、剑法、推手等竞技项目。潘老师自1998年从浙江迁至上海浦东居住，于世纪公园义务教拳会友，更自2006年开始于不同的国内单位担任太极拳教练，谆谆善诱，有教无类，而且学生也在各种赛事中取得优秀的成绩，在各种个人团体表演皆获好评。潘老师于2014年入编当代中华武术名家名师专集。

除了教学以外，潘老师身法中正，功力深厚，在国内外重大比赛中，显示出强大的技术实力跟身后的武术功底，战绩骄人。仅于2008到2018年间，她就获得冠军跟金牌33枚。不仅如此，她在2016年加州圣何塞国际大赛中，荣获女子总冠军，然后再于2018年美国精英赛荣获传统拳、剑、刀、三项金奖第一名！

——致力于教拳的动力。于2020年12月17日，“中国太极拳”经联合国教科文组织评审，成功列入“人类非物质文化遗产代表作”名录，杨氏太极拳也是获得这项荣誉的太极拳项目之一。作为杨氏太极拳的第六代传人，潘老师决意做好太极文化传承者的角色，在全球各地倾力培养杨氏太极拳的教练员，热心宣传推广大中华文化，让更多的人受惠于我国的传统智慧，领略到阴阳循环、天人合一的中国传统哲学思想和养生观念。至今，潘老师的国内外学生有台胞、欧洲荷兰、加拿大、马来西亚、法国、美国华人千余人，现于大华府太极友社担任总教练。

——一块儿提高免疫力。美中的杨氏太课每节长两个小时，目标是先打好基本功。学员们先要上节课学到的拳法，温故知新，纠正有变差的认知跟姿势，再循序渐进的学习要新的招式。潘老师会在每节课后再分享不同招式的录像供学员复习参考。通过潘老师仔细、悉心的指导和您坚持不懈的练习，不用一年的时间，您一定会感受到持续要杨氏太极拳对身体的好处！

授课时间：一周一次课，每周六下午1:15 – 3:15

授课形式：网课

美中实验学校洛城校区网址：

http://acsdc.us/rockville/

报名咨询热线：

戴老师240-467-7768

黄老师240-603-8863

徐老师301-820-8897

（以上图片均由潘老师提供）

（撰稿：莫舒淇，

美中实验学校洛城校区宣传部）

疫情催发下的在线教育难有赢家

在线教育的火爆程度不言而喻，“一个公交车站有四个广告牌，其中三个是在线教育的，时不时还会有贴着在线教育广告的公交车驶过站台。”地铁站、公交站、楼宇电梯广告…目光所及之处，在线教育广告一个也不放过。线下教育因为疫情被迫转到线上，促使所谓的在线教育大发展，2020年俨然成了在线教育发展重要节点，数据显示在线教育用户规模从2016—2020年暴增四倍至4.23亿。人们从中仿佛看到了新的教育革命正在发生，其间也蕴藏着巨大的商机，毕竟我们是一个学龄阶段孩子数量以亿为统计单位的国家。

一、在线教育在“疫情寒冬”迎来春天？

根据《2020年度中国在线教育投融资数据报告》的数据统计，2020年全年中国在线教育领域共发生融资111起，总金额超539.3亿元。数量上较2019年下降27.93%，总额却增长267.37%。

项目少了四分之一以上，钱却成倍递增了，这无形中反响了疫后在线教育行业的发展现状，头部效应明显，多获大额融资，而中小机构生存困难。学霸君、优胜教育在年底轰然倒下还是让业界唏嘘不已，曾经风光无限的年轻创始人、获得投资者青睐的两家企业何故落到了“拖欠员工薪金、家长退费无门、公司人去楼空”的境地。

个中是有疫情的影响，可这种规模的教育企业抵御风险的能力如此经不起考量吗？或者说，一味地烧钱，不盈利的企业能走多远？奇怪的是，在这个教育企业“大关张”年份里，教育行业似乎在“疫情寒冬”中又迎来春天。天眼查数据显示，截至2020年10月，2020年新增教育相关企业47.6万家（在线教育企业8.2万家），注销13.6万家。净增34万家，同比2019年上涨22.5%。

据统计，2011—2020年，在线教育和数字教育注册企业总数从15万家增加至70万家。

二、到底是行业洗牌，还是野蛮丛生？

从大方向来看，这对教育行业发展是有好处的，毕竟显示了国家繁荣下的教育行业蓬勃发展，也是不断满足人们日益丰富的教育需求的过程。

细分到在线教育行业，就要透过现象分析本质，甄别在线教育给业界“虚胖”印象背后的原因，因为学霸君与优胜教育的“爆雷”是线教育行业现状的冰山一角。

资本的嗅觉是敏锐的，在教育行业的布局中迅速按下了“加速键”，在线教育又备受青睐。教育企业融资金额排名前十中，九家为在线教育机构。《2020年度中国在线教育投融资数据报告》也显示，2020在线教育行业融资前十项目占这部分的85.67%。猿辅导、作业帮融资总金额380.1亿元，占比七成以上。

好未来、跟谁学、新东方在线等企业市值屡创新高，好未来市值近400亿美元。K12还是投资者们最看好的细分领域。基于资本助推下，在线教育市场超规模发展，但企业竞争加剧、行业内耗严重、产品质量悬殊。依靠“输血”能承载跑马圈地、大肆扩张的雄心壮志吗？能掩盖住行业竞争加剧下扩张后经营不善、师资力量不过关、产品线布局零散、售后服务跟不上等在线教育行业的不健康发展的现状吗？能保证行业严重内耗下持续的企业财报亏损不重蹈“爆雷”覆辙吗？

北京师范大学黄荣怀教授在中央纪委国家监委网的访谈中指出，资本大规模介入在线教育引发大规模预收学费造成家庭财产安全隐患，广告存在诱导消费、游戏等内容入口，低价获客策略使师资水准、教学质量和学习服务难以保证，“抢跑学习”“超前教育”，隐私泄露、数据安全等新的问题。

三、在高获客成本、低转化效率的难盈利泥潭中反复挣扎

从现实情况来看，从免费引流到长期付费之间，存在难以跨越的鸿沟，免费课程吸引到的核心用户占比不高，流量并未如愿转变成销量。而且，大量开放的免费课程甚至切断了“低价体验—正价购买—长期续课”的模式链。再以模式类似的低价课为例，据报道，一个用户通常从接触到教育产品的品牌广告直到转化，实现30%的留存率就很不错了。但这个转化率的背后是很多服务环节，每个环节都影响用户决策。

但扩张心态促使宣传方面“烧钱”却愈演愈烈，在线教育推出大量低价课程，已成为继电商、游戏之后，主流平台的第三大广告主。有数据显示，2020年前9个月，猿辅导、作业帮、学而思网校三家在广告和销售方面的投放总额约达55亿元，是2019年同期的两倍以上。

据报道，跟谁学2020年第三季度交出巨额亏损9亿的业绩，而去年同期净利润190万元。好未来也交出上市以来首个亏损的财报，2020财年净亏损为1.1亿美元。网易有道K12业务2020第三季度净亏损额达8.78亿元，同比扩大263%。新东方在线2020财年的净亏损7.58亿元，同比增长近11倍。

教育是非常依靠口碑的行业，打造品牌形象、提升效应的需求促使这些企业不得不“烧钱”。加之在线教育公司盈利周期长，一些机构因获取客源、盲目扩张而过度营销，虚假宣传、不正当竞争、诱导消费、霸王条款、收费高退费难等行业乱象屡见不鲜。

头部机构也时常被“点名”。猿辅导、作业帮、高途课堂、清北网校四家在线教育的广告近日被关注，四家公司巧合地请了同一位“女老师”做广告，她忽而数学老师，忽而英语老师。除此之外，在线教育普遍范围较广、关联人数多、类型复杂多样，运行上涉及内容、技术、设备、资本、多个群体，监管难度也较大，行业“爆雷”事件恐还会发生。

在线教育，无疑是拓展教育资源的一个良好渠道，是满足人们对优质教育需求的市场化平台，也是当下教育领域积极应对疫情、满足学生学习之需的重要手段，能够有效保证大部分学生“停课不停学”。从这个层面上来看，在线教育是教育领域的重要补充，其蓬勃发展的态势值得肯定。

四、在线是手段，核心是教书育人

在线教育是适应信息时代发展的产物，进行商业化也没有问题，但需要用教育发展的思维对待行业发展，谨记“在线”只是手段，育人才是目的。大量的资本进来了，要使用在刀刃上，更多地投入到课程开发、师资扩展、软硬件升级、教育服务上。

教育企业比拼的还是基础实力，核心还是教书育人、启迪智慧。面对在线行业的乱象，教育部门、市场监管部门等要联动合作，加强对在线教育行业的监督与指导，避免违背行业教育规律、孩子成长规律而急功近利、只图眼前利益的行为。

专家指出在线教育行业发展还处于刚起步阶段是有道理的，毕竟行业还没走在一个持续健康发展、壮大的轨道上来，想跑起来还是要踏踏实实先能走稳。