



今年以来,各省市陆续出台中高考改革方案,外语教育科目改革受瞩目,“外语等科目社会化考试一年多考”、“招生和考试相对分离”等要求正逐渐落实,以“根本上解决一考定终身的弊端”。在此背景下,关于外语教育的各种言论甚嚣尘上,给外语民办教育培训的前景蒙上了一层阴影。今年4月举办的“基础英语教育改革与民办教育发展研讨会”上,来自全国各地300多位民办学校负责人都表示,招生量明显缩水,家长热情减退,有些机构甚至萌生退意。

外研社作为外语教育培训行业的上游,与这些机构唇齿相依。外语教育培训何去何从?外研社正以自己的实践来回答这一问题。外研社旗下的“北外国际”、“外研联创”、“综语汉语”等外语培训品牌,或刚

成立,或经历着转型以适应这种新形势。

在培训行业有一种说法:下游做人头培训,中游是研发机构,上游是考试机构。但外研社与普通培训机构不同,除了直面客户的教育培训,还发挥其上游厂商的资源优势和担当,为培训行业和外语教育提供教师培训与派员、资格认证、行业会议、个性教材课程研发以及考试承办等服务,为整个行业的发展保驾护航。正如蔡剑峰社长经常说的一句话:“我们想从‘产品公司’转型为‘解决方案公司’,为整个行业提供服务。”其理念也从市场得到了积极的反馈——外研社培训业务总收益数年间已超过1.4亿元,成为这一领域不可忽视的力量。

担当教育 服务培训

■中国出版传媒商报记者 龚牟利

北外国际 大学视角领航国际教育

北京外国语大学国际教育学院暨北外国际教育集团(以下简称北外国际)在教改大形势下于2014年5月份成立,主打K12(从幼儿园到12年级)英语教学和留学服务。北外国际坐拥来自北京外国语大学和外研社最优质的外语研究与教学资源,与其说是培训机构,不如说是“教育”机构,旗下不仅拥有“北外青少英语”(E-plus for K-12)和“北外PASS留学基地”两大培训品牌,还承担北外附小、北外附中外语特色校的师资建设和课程设计,并通过全面战略合作,明年启动北外附属苏州湾外国语学校国际高中业务。

大学视角国际视野

“人才培养、科学研究和服务社会是大学的三大职能。大学做青少英语教育首先是在承担其社会责任,让更多的人共享大学先进的教育理念和优质的教育资源。”北外党委书记韩震如是说。

北外国际业务的一大支柱为“北外青少英语”。目前青少英语培训品

牌众多、竞争激烈、鱼龙混杂,为什么外研社还要趟这一浑水呢?

当记者面对北外国际学院院长、北外国际教育集团首席顾问曹文教授时,她首先强调,“北外国际是唯一一个以教育为核心的培训机构,我们做的是外语教育,而不是英语培训”。不同点在于培训旨在学会或者提高语言,强调技能性和目的性;教育不仅针对考证和出国,还涉及到理念、方法和人的塑造。

而谈到理念和方法,曹文认为“大学视角,国际视野”是北外国际核心理念,也是其核心优势,是与其它出国培训和K12外语培训机构的不同之处。大学视角是指教育培训均针对其在大学及之后阶段的发展。国际视野包括外语素养、阅读素养与人文素养三个方面。外语素养,除了听说读写等技能还包括外语所承载的文化;阅读素养,主要通过家庭教育实现爱阅读、有阅读策略;人文素养,强调孩子的逻辑思维、有理想、有故事,还要有中国情结。这些理念与新课标中的“体验中外文化差异,丰富思维方式,增进国际理解,提高人文素养”的要求不谋而合。

曹文解释,“之所以需要从外语到阅读再到人文的素养,也是我们在与孩子们一起进步中一步一步发掘出来的。”“北外青少英语”这一品牌在北外国际成立前由外研社与北外合作已经运营了4年多的时间。“除了基本外语能力,孩子还需要有外语故事,家庭教育中的‘阅读素养’由此产生,而当18岁面临升学时,他需要有自己的理想和抱负来展望自己的未来,‘人文素养’的理念随之产生,比如申请国外学校时你就需要有自己的特点和故事。”谈及此,曹文不无感慨。

立足北外传统构建教育平台

北外国际既是北外国际教育集团也是北外国际学院,因为它拥有外研社和北外的双重血统。除了是面向市场的外语培训者,北外国际自然也少不了作为教育从业者的担当。

能够将自身定位为“教育”培训机构,北外国际有自己的硬功夫。除了北外传统师资优势,与相关企业、部委、省市之间的联动,以及与众多国外机构的留学派遣、老师交换、联合研究及与考试等方面的合作,是其最大的资源。所有这些资源构成了一个非常大的平台。而在具体实践中,今年9月万寿寺小学与万寿寺中学分别更名为“北京外国语大学附属小学”与“北京外国语大学附属中学”便是一例。北外国际将向北外附中和北外附小选派指导教师推进课程改革,开发校本课程、编写教材;为学生开设选修课和专家讲座,开辟丰富多彩的第二课堂;并选派外籍教师到北外附中和北外附小授课。除此之外,北外国际还承担海淀区民族小学、西颐小学和双榆树一小3所外语特色校的合作共建,三校向北外国际购买服务;北外国际还向海淀区和西城区的19所学校外派教师。

上述都是北外国际在广度上的拓展。在深度上,除了派师,课程研发也在同步进行,包括从入学测评、教案、作业、反馈到教师培训等。据了解,北外国际也已引进相关的国际测评体系进行本土化的研发。

让孩子们走出去也能成功

除了提供课外英语培训与课内英语教学,北外国际利用“PASS留学基地”这个品牌提供留学服务,这是北外与外研社多年来积累的与国外机构联系的资源。与普通留学机构不同,北外国际最大的特点是提供优质的留学预科课程和国际班课程。

相关数据显示,在美中国本科生退学率超过20%,其中90%以上来自于国际学校,这意味着很多孩子并没有为出国准备好。北外国际作为教育者感到了担忧,利用“PASS留学基地”在几年前提出了“不仅让你成功走出去,还让你走出去还能成功”这个口号。现在出国更加容易,但对于盲目留学的各种批评如潮。让孩子们在国外有所收获变得更加重要,这就意味着不能只提供一个简单的语言培训。除了语言模块,“PASS留学基地”还为孩子们提供了“学术模块”、“跨文化交际能力模块”与“专业模块”。“学术模块”教会孩子们如何上台演讲、小组活动、批判性思维甚至怎样做课堂笔记等,而这些恰是国内教育所缺乏的。“跨文化交际能力”模块教孩子们怎样与外国人相处,比如如何保持人与人之间的谈话距离、眼神接触,如何称呼别人等;“专业模块”主要教授在西方语境下不一样的概念和词汇。北外国际将其品牌定位为Glocal,就是Global(全球化)+Local(本土化),在本土化和国际化两个层面做一个很好的结合。在其高中国际班中除了外语,也强调语文学习。“目前针对中国的国际班和国际学校的误区较多,中国人接受国际教育有一定的盲目性,出国后没有目标和自身的优劣势”,曹文认为国际教育一定要有中国特色,否则跟外国人竞争毫无优势。

“对于孩子的长远发展,家长可能会犯糊涂,那还是我们没有尽到责任,就得引领他而不是迎合他。商业是迎合,但是教育是引领。”曹文认为。



英教分社+外研联创 以培训落地出版 强化市场“抓地力”

多年以来,培训市场增速明显,市场规模巨大,风投纷纷“下注”教育培训业,排队上市的机构也不在少数。但市场竞争也更加惨烈,据外研联创教育咨询有限公司总经理刘远晓介绍,大型机构的成本正以50%以上的速度增长。同时,由风投机构和技术服务商主导的在线教育也不断冲击着教育培训市场。

在教育改革、数字化背景下,各种潮流涌动,如何在行业竞争逐渐白热化的大潮中脱颖而出?作为培训行业的上游厂商,外研社选择了与培训商共度难关,共同进退。外研社采取了一系列措施,如为培训机构定制教材;以“新概念联盟”来标准化、规范化培训机构的“新概念”或“剑桥系列”教材的教学;承办“基础英语教育改革与民办教育发展研讨会”等行业会议,开展行业教师培训及认证资格研发;承办北京KET/PET的培训和考试工作……外研社力争做行业上游,服务整个英语培训行业。

给培训机构做定制和培训

提到外研社的经典产品,就不得不提“新概念英语”系列、“剑桥”系列教材。在这套教材背后,存在着一个集市场策划、内容编辑于一身的队伍,和一支熟谙市场的销售队伍。外研社英语教学分社,自成立之初即定位传播国际前沿英语教学方法,从引进原版、合作出版,到开发自有版权的少儿英语教材,“内容是核心竞争力”的理念一直是该分社的理念。与此相辅相成的是外研联创对市场的精耕细作。

“每年经过我们师训的客户在1万家以上,教师在10万人次以上。我们的客户都是一个一个谈下来的,销售人员一个省要拜访三四百家培训机构,但我们培训师只有10个人,销售也只有22个,个个都是精兵强将。”谈及此事,外研联创总经理刘远晓自豪之情溢于言表。外研联创不仅向培训机构卖书,还给培训机构教师进行用书的培训。

外研联创作为外研社培训教材的唯一出口,不仅满足于将图书通过发行机构卖出去,还让其销售人员与上万家培训机构逐个联系,商谈合作,深度了解了培训机构的需求以及一线市场状况,强化市场“抓地力”。刘远晓透露,市场人员还要了解教材的教学,以了解自身需要从哪方面加强。外研联创甚至针对不同的培训机构的不同需求来开发相应的教材。

“我们给巨人提供的是无微不至的服务。过去老师用教材教得不好,

有些人质疑是不是教材的原因。我们就给他们提供教师培训,让他们理解教材是什么、为什么那么写、为什么要那么教,甚至连课件都为他们写好了。”

巨人、大桥外语、学而思等大培训机构在不同区域的教学进度不一样,英教分社和外研联创会跟踪提供建议、调整课程结构,同时为其编写一套教材,使其提高教学水平和市场竞争力。

为民办师资认证

除了个性化教材开发及基于教材的教师培训,外研联创还通过教师培训基地及承办行业交流会议来服务于行业的发展。

2014年8月28日,由中国民办教育协会培训专业委员会(简称中培委)和外研社联合组建的“北京外国语大学民办培训教育外语教师培训基地”(以下简称教师基地)正式成立。10月28日,中培委主办、外研社承办的“第三届中国民办培训教育行业校长高峰论坛”在京举行。

教师基地将主要为广大民办英语教师提供教学技能培训和师资认证服务,通过国际化的教学理念和教学方法培训,提升教师的专业技能。经过培训,符合专业技能考核要求的英语教师将获得相应的英语教师资格认证证书,解决长期以来民办英语教师缺乏官方专业机构培训和认证的问题。



综语分社+汉语分社 担当行业发展 培育综语市场

在基础教育及留学市场上,英语培训长期占据霸主地位。但随着我国与世界各国的交往增多,小语种应用及留学服务需求逐年增多,近年已呈高速发展之势,但目前国内综语教学水平参差不齐,师资及相应标准、行业交流会议都很缺乏。

外研社综合语种出版分社社长彭冬林认为,“目前综语培训市场,做大市场除了营销拓展,如何培育小语种学习氛围、夯实行业基础才是关键。”

外研社综语汉语培训部正是在这种情况下应运而生。除了像普通的综语服务机构为学生提供培训,还利用北外在小语种方面积累的师资优势,为综语教师提供高端培训课程、组织全国性会议、为外国语学校提供师资等,立志于在提高整体行业水平的情况下发展自己。综语汉语培训大致有三个方面:一是面向中学外语学生的夏令营,包括外国学生学习汉语的夏令营,注重语言学习和文化体验相结合;二是面向大学教师培训高端课程,四级、八级和公共外语考试等;三是面向企业和机构的语言服务的定制,如给凯宾斯基酒店提供外语翻译服务,为北京古城外语学校、前门外语学校、十一学校等学校提供第二外语教学的师资和课程植入等。

夏令营:文化体验促进语言学习

与普通语言培训机构不同,综语汉语培训中心不仅提供语言课程及讲座,更重要的是还为提供能够丰富其文化体验的语言夏令营。

对于综语汉语中心来说,学生夏令营是培训,但又不仅仅一个简单的语言培训。因为除了名师课程,夏令营还包括前沿讲座、文化参观、美食体验等丰富内容。如彭冬林所说:“要让孩子们真正地喜欢语言、文化和大学生活,将来有明确的目标。”

“学德语的人在德国大使馆见证德国的夺冠,可能今生今世都难得一次”,彭冬林回忆起今年这期夏令营还略带兴奋。今年的德语夏令营正好要在世界杯期间拜访德国使馆,受德国使馆的邀请,夏令营的孩子们和其他球迷一起通过电视屏幕见证了德国队夺冠,对于老师、家长和孩子们都是一次难以忘怀的经历。

除了提升语言能力、体验外国文化,感受大学教学和了解职场生活也是夏令营的重要目标。彭冬林介绍,“这些孩子会很快进入大学,他们需要知道学习了韩语和德语能干什么,我们带他们去了中国画报、国际广播电台、央视戏剧频道、外交部、新华社等,这些都是涉外业务机构。他们在中国国际广播电台,录音师让他们戴上耳机尝试着做一个播音员,他们特别激动。”以前他们很难想象这些工作,有了这些体验之后他们心中就有了目标。综语汉语中心针对每个孩子都有个性化的方案,进夏令营之初都安排语言测试,诊断语言各方面的水平。课程结束之前由编辑和专家给每个孩子一个诊断性的测评和个别辅导,通过面谈告诉孩子在语音、词汇或学习方式哪方面有待提高,该怎么提高。彭冬林回忆道:“我们去石家庄回访,家长专门给我们打电话表示感谢,令我们很感动。”

担当多语言发展 播种市场未来

彭冬林表示,“外语的使命之一是给中国人打开一扇看世界的窗户,如果只有英语,只是打开了英美的窗户。我们做小语种培训,不是希望马上能做出多少市场,我们做的是整个大市场的播种工作,这个市场需要培育,种子播好了,市场就会越来越发达,用户就会越来越多。”

随着中国与非洲、东欧和南美等地区与国家合作的增多,也催生了对这些国家语言的学习需求,越来越多的初高中学校开始开设第二外语,在大学里选修第二外语也成为一种流行趋势。据外研社的销售数据显示,目前仅西班牙语教材每年销量已接近1000万码洋,且大部分来自社会学习者,其人数已达到四五万人。近五年来开设西班牙语的学校也从20多所,发展到现在的85所。

在多语言发展的东风下,全国基础外语教育研究中心主办、外研社承办的“2014全国示范校多学科新课程探索研讨会”10月份在苏州外国语学校召开,会上的重要主题就是多语言教学。与会者均反映学校在多语言教学上缺乏资源及交流,大家的共识是需要一个平台来推动与协调综语发展,外研社就担当起了这个平台的作用。据外研培训中心多语言培训部主任周朝阳介绍,目前全国英语类活动很多,如比赛、文化节、会议和培训等,但其他语种相对少。全国有100多所初高中外语学校和外语特色校,当务之急是解决老师缺乏、交流及学生赛事和活动等问题。综语汉语中心以多语言发展为己任,正在搭建在线的全国性的小语种赛事,提供针对小语种的教师培训并开发新教材,让小语种能逐渐赶上英语的步伐。