

近年来,相关政策对少儿美育的支持力度不断加强,2019年6月国务院下发的《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》提出坚持“五育”并举,全面发展素质教育,并将“美育”熏陶作为孩子成长的重要一环。

在政策引导、教育理念更新以及技术进步的推动下,素质教育向前发展,供需失衡局面会加速行业内资源集聚,融合和创新将是素质教育服务行业未来的主流

趋势。这其中,技术革新让线上课堂体验最大程度还原线下。企业由此将美育资源服务做得更加普惠化,进入下沉市场,扩大美育的受众面。美育通识化,不再是专长教育,相关资源提供和服务行业未来向好。为此,《中国出版传媒商报·成长教育周报》特别针对美育领域中目前相对热门并持续呈升温状态的相关板块进行分析报道。

少儿美术教育迎来“在线”新拐点?

关键词 美术教育 在线 师资力量

随着社会经济发展和教育观念的转变,艺术教育越来越受到国内家长的重视,新生代的父母对少儿美术教育的认可度也越来越高。近几年来,美术教育作为传统美育板块,在新技术条件下呈现了新的潜力发展空间和发展利好。

政策利好下市场呈扩容趋势

目前,少儿美术教育市场有很大的开发空间,且在线教育与少儿美术市场的融合发展是发展重点。广州六一教育科技有限公司CEO、画啦啦创始人李伟指出,据国家统计局相关统计数据显示,2019年少儿美术教育3~12岁适龄总人口将达1.6亿人。有专业机构调查报告显示,我国少儿艺术教育培训参与率及人均艺术培训支出呈逐年增加趋势。到2020年,少儿艺术教育参培率将提升至16%左右,而人均支出则将超过5300元。预计到2020年,少儿艺术培训市场规模可达1300亿元。而在国内,家长希望孩子接受的艺术教育类型中,美术稳列前三位。

宝贝计画创始人杨帅表示,二胎政策的实施,给少儿艺术培训行业带来增量空间。目前在一一线城市中,美术培训作为孩子课外兴趣的扩展途径已经达到较高比例,之后势必会向二三线城市传导,美术市场可能会在3~5年后达到一个爆发期。

美术宝教育副总裁马长久表示,近几年国家一直在优化素质教育发展思路并发布了相关纲要,涉及素质教育的文件愈来愈多,美术已逐渐被纳入中考阶段的必考科目,比如苏州、常州等地已经发布文件。自2020年起,美术学科将纳入中考。因此,全国范围的美术培训需求将陆续爆发。

此外,资本对少儿美术教育行业的追逐,也为少儿美术教育行业在师资建设、教学研发和技术完善等方面提供了强大支撑,让行业迎来了一个非常有利的发展时机。

“在线”成发展新路径

下沉市场对于线上教育的需求也在陆续爆发,家长

近期,为了培养孩子爱国、爱家的情感,宝贝计画举行了一场以亲子“百米长卷颂祖国”为主题的国庆系列活动,孩子们和他们的父母共同在百米长卷上舞动画笔,向祖国致敬。据宝贝计画创始人杨帅介绍,宝贝计画成立于2010年,是专注于3~12岁的“线上+线下”少儿美术教育品牌。宝贝计画采用“线下实体店授课+线上客户端辅助教学”双师模式。线上产品包括主打录播订阅课程的“天天画”、“在家画画”两款APP,和主打1对6小班直播课课程产品。其核心团队成员均来自国内著名高等艺术院校及知名互联网公司。目前,宝贝计画在北京已有20家线下直营店,全国近200家课程授权合作店。

据悉,宝贝计画根据孩子心理认知,研创两大教学产品课程体系——3~7岁“变变变”课程体系与7~12岁“画绘本”课程体系。由于3~7岁的孩子年龄较小,他们画画经常是心中有想法,可是在纸上却无法画出来,“变变变”课程针对这一现状,为3~7岁孩子提供原创“思维美术”教学体系,打破原有课堂的死板,强调快乐、互动、游戏、思维转换和想象力发散。该课程一节课为1.5小时,并将1.5小时分为3个时间段——课程前15分钟,老师启发引导;中间的一个小时,老师带领孩子专注地画画,训练孩子的观察力;最后一个时间段的15分钟,孩子上台讲述自己的作品,培养孩子的表达力。

宝贝计画绘画教学达到6项素质能力呈现,让孩子通过创作绘本在美术基础、文学创作、设计思维、逻辑思维、导演思维、情商磨砺等方面得到相应的锻炼。“画绘本”是宝贝计画针对7~12岁孩童原创的“绘本美术”课程体系。该课程通过画画教学引导小朋友画一本故事书,自己编故事,自己画出来。老师只在技法上辅导,不干预孩子的思维。孩子们不但有了一本亲自创作的绘本,更重要的是可以激发孩子的自豪感,增强孩子的自信心。课程最后还将孩子画的故事书出版并进行零售。该课程体系将儿童美术培训和绘本出版两个行业打通,形成一个“用画写作文”的产品模型。

宝贝计画在线作品平台是具有在线传画、点评、教学管理、作品分享等十大功能为一体的线上教学管理平台。宝贝计画APP为热爱画画的孩子提供了海量的视频课程。针对不同年龄、性别、爱好的孩子,设置了多样的专题课程,让每个孩子都能在宝贝计画中找到属于自己的空间。在课程中,老师会用小故事的形式,将孩子带入主题场景,激发孩子创作的兴趣。此外,孩子创作作品后可将作品上传至APP,美术老师会对其作品进行专业的指导、点评。

杨帅表示,接下来,宝贝计画会继续升级其“变变变”和“画绘本”两大原创课程体系。此外,宝贝计画还将大力发展线上录播订阅课程和小班直播课程,使“线上+线下”相辅相成。孩子们既能通过线上迅速普及审美和基础启蒙知识,也可以到实体店进行体验和深度学习。

■中国出版传媒商报记者 李星零

的观念也在逐渐转变,在线少儿美术市场在后续的发展十分可期。一些颇具成效的在线教育产品为用户提供了较好的参照,例如目前市场上很大一部分家长用户都了解在线英语教育品牌VIPKID以及VIPKID的在线教育模式。这对少儿美术市场后续切入在线教育市场也提供了便利。因为家长对在线教育有认知,并且满意度也较高。相比之下,他们更容易去接受美术在线教育的尝试。但长期以来技术和硬件上的问题一直是在线美术教育赛道的痛点,这也提高了美术在线教学的入门门槛。

李伟表示,一方面,这个赛道的竞争将会越来越白热化,也不可避免地引来行业洗牌,优质资源向具有师资、研发实力的头部平台聚集,也将推动整个行业的规范化、优质化;另一方面,5G时代的到来,加上人工智能技术的不断普及,在线少儿美术教育必然会在技术加持之下迎来转型升级,尤其是在课程的交互性、体验感和教学效果评估等方面,可能会有新的突破,为行业发展增添新的动力。杨帅指出,未来少儿美育发展的方向会更偏向于儿童的综合素质发展服务,比如宝贝计画的“画绘本”教学,从审美、文学写作、故事编创、逻辑思维、设计思维、导演力、情商力等方面让孩子得到综合性的提升。线上+线上全方位运营是其未来发展的重点,为此宝贝计画专门成立“宝贝计画在线事业部”,推动线上直播授课、录播课程知识服务的订阅视频模式。

通过师资和研发练好内功

面对竞争,各平台还是必须练好内功,在师资和研发上下功夫,提高教学质量,形成自身的核心竞争力,方能在行业洗牌中占据主动权。而面对新技术带来的变革,各平台唯有积极拥抱,利用新技术来进行课程的升级和改造,为孩子们带来更加优质的教学体验。

在当前阶段,少儿美术教育行业面临的最大发展瓶颈是教学质量参差不齐,经验丰富的专业美术教师稀缺。

多位少儿美术教育机构相关负责人均表示,目前,行业里普遍采用兼职教师授课的模式,一些少儿美术教育机构为了扩张市场而降低师资门槛,导致课程质量大打折扣。线下课程收费高,师资水平良莠不齐,受地域性限制,没有货比三家的空间;线上课程家长对教学结果不信赖,师资受成本有限的制约较线下高水平有差距,技术上达到和线下同样体验较难实现等。

业者表示,要突破这个瓶颈,需要从业机构加大投入,确保师资力量。一方面,从业机构要严格把控教师聘用标准,引进具有美术专业背景的人才充实教师团队,成为核心竞争力;另一方面,各机构加大力度做好教师培训,提高教师团队的教学规范性,确保为学员提供高质量的课堂,增强用户粘性。此外,业界还需要通过实际行动改善家长不信赖的窘境,同时加大投入把师资和课堂体验做好。李伟表示,画啦啦一直将师资视为核心竞争力,全职教师比例达到100%且主要来自国内各大美术院校,专业的背景和丰富的教学经验保证了其优质的教学课堂。

马长久表示,传统美育走的是一套专业培训体系,素描、色彩等等,目标是为了培训参加艺考的学生。而根据他的了解,在K12阶段学习美术的只有1/20会最终走艺考路线,大多数只是为了拓展技能,培养审美素养。培训目标与实际需求之间相互脱节,需要培训机构自行开发一套仅仅针对“培养美术素养和兴趣”的K12课程体系。杨帅表示,目前,少儿美术教育需要不断培育市场,引导家长对美的认知,对美术教育的理解,使之得到普及性的整体上升。

画啦啦:首创3T立体教学模式

近期,为提高孩子的学习兴趣和教学效果,画啦啦少儿美术研发团队正在对其课程进行升级。该升级主要方向是课程动画化。通过增强教学过程的场景、剧情设计来锻炼孩子的艺术思维和创造力。

据广州六一教育科技有限公司CEO、画啦啦创始人李伟介绍,广州六一教育科技有限公司旗下画啦啦于2015年9月正式上线,是针对5~12岁的儿童成长特性设计的在线少儿美术教育产品。画啦啦基于美国K12国家核心艺术课程标准,打造专属我国少儿的在线美术教育课程。截至2019年6月,画啦啦注册学员已超过500万人,付费学员超过20万人,学员在平台共计完成绘画作品超过1000万份。

李伟表示,“重”教研、“重”师资,是画啦啦立足市场的根本,也是其核心竞争力。“重”研发,打造专属我国的少儿在线美术课程。为了开发出适合我国少儿的美育课程,画啦啦组建了一支由美术、儿童心理学、幼教等领域专家构成的教研团队,主攻课程研发。在对国内两千多个家庭的美术学习诉求进行深入调查后,画啦啦引进了美国K12国家核心艺术课程标准,精心打造专属我国少儿的在线美术教育课程。在课程体系上,画啦啦参考美国K12国家核心艺术课程标准,将5~10岁学员划分为4个层级,研发了1800+套螺旋进阶课程。画啦啦在教授孩子美术基础知识的同时,还加入了对孩子艺术鉴赏和评价、批判思维等方面的训练,鼓

励孩子学会欣赏名作,分享自己对作品的评价,并在生活中探索艺术灵感。

“重”师资,打造全职教师平台。画啦啦目前拥有500余人的全职教师团队,且全部教师均精挑细选自国内各大美术院校,录取率长期保持在2%以内。全职教师在线授课,保证了画啦啦课程的连续性和教学质量。

画啦啦的教学模式升级为3T立体式。2018年9月,画啦啦教研团队对教学模式进行了升级,首创3T式立体教学方法取代传统的1对1教学模式。画啦啦的3T式立体教学方法主要由三大块:TEAMMATE(伙伴),1对6小班教学,与小伙伴们一起上课;TEACHER(教师),经验丰富的全职教师在线授课,课后为学员提供1对1专属辅导;TUTOR(导师),全流程跟进学员学习效果,与家长保持沟通,提供反馈学习报告,让家长了解教学进度。3T式立体教学,破解了传统教学存在的课堂气氛差、无横向对比、兴趣难坚持、想象力受局限、沟通能力得不到提高等弊端;孩子们共同学习,课堂气氛活跃,在碰撞中发散艺术思维,在沟通中也提升了人际交往能力;有了竞争和对抗,孩子们的学习兴趣和积极性也明显提高。

李伟表示,接下来,画啦啦研发团队还将继续立足学员的美术学习诉求,通过人工智能、大数据技术的应用,增加教学过程的交互性,以及对学员学习效果的监测与评估,进一步提升课堂品质。

美术宝:构建“Art Class”跨平台在线互动课堂系统

近期,为鼓励广大青少儿将生态环境保护意识融入艺术创作中,美术宝举办了SDG公益美术作品征集活动,和腾讯公益一起发起了“为梦想上色”助力美育扶贫。据悉,该活动共吸引了近10万名小艺术家的踊跃参与。

据美术宝教育副总裁马长久介绍,美术宝教育主营的美术宝1对1于2018年推出,为4~12岁的孩子提供高端在线美术教学服务。美术宝1对1是美术宝向C端用户迈出的第一步,上线一年的时间就赢得了广大家长和孩子的认可,月收入破6000万元,成为在线美术品牌的佼佼者。

美术宝1对1产品技术团队自主研发了“Art Class”跨平台在线美术互动课堂系统。这套系统支持双向及多向互动高清视频直播,且能动态高清还原直播流的色彩及饱和度。配合自主研发的Art loop实时视频透视矫正系统,及专利摄像头artlens和Ai透视矫正算法,美术宝1对1解决了移动设备终端在教学直播场景中产生的透视、变形、偏色等一系列问题,最大程度的还原了线下授课场景,目前直播延时能控制在100ms以内。

为在每个环节做到全面的系统配合与专业服务,美术宝1对1为每位学员都提供了定制匹配的专业教学团队,团队包括专业教学老师、课程顾问老师、课程规划师、教学管理老师。在教学过程中,专业团队会为每一位孩子定制专属课程规划、点评课堂作品、跟踪学习进度、阶段性测评,以及考学考级方面的规划和指导。每一套课程规划都是严格遵守美术宝1对1的课程体

系,根据学员的年龄阶段、绘画基础、培养方向、兴趣点、技能强项与薄弱点,结合测评课的测评报告定制专属的教学方案。在美术宝1对1,孩子可以学到全部科目的美术课程,可以选择同时学习多科目,也可以不同科目递进学习。因材施教,在最大程度上开发学员的观察能力、记忆能力、专注能力、发散思维、逻辑能力、语言表达能力等多项潜能。

每一堂课在课程研发及教学的过程中都是从知识、技能、情感三个角度出发。在知识方面,课程主题结合自然、科学、历史、人文等多个领域的内容,每一堂课的主题导入环节都是一次知新的过程;在技能方面,课程针对绘画技法进行详尽和系统的解析,包括构图技巧、色彩理论、形状认知与组合、用笔用色技法、点线面运用、空间认知与塑造等多方面内容;在情感方面,课程通过绘画来引导孩子提升思维拓展、审美能力、情感表达能力,培养孩子的自信心、探索精神,让孩子更主动地认知世界、感受生活。美术宝1对1的培养体系围绕孩子的兴趣、体验、成就,教学团队根据阶段测评为孩子下一阶段的学习提供合理化建议,对教学方式及课程内容进一步优化。美术宝1对1的课程也在不断地优化和创新。

马长久表示,接下来,美术宝教育还将探索小班课、Ai+课程等多种形式,以满足广大下沉市场群体的需求。



近日,音乐窝在上海乐器展上正式推出全新研发的少儿钢琴教学体系,并在展会现场对该教学体系的特色及教学方法进行了分享。据悉,该体系是音乐窝正式推出的第7套课程教学体系,音乐窝在体系发布前已举办秋季校长培训交流会,针对各店校长、老师进行培训,以保证课程教学的正常开展。

据了解,音乐窝(Music WOW)隶属于广州市乐沃信息科技有限公司,主要面向青少儿提供音乐培训服务,是一家极具互联网教育思维的创新型公司。其创始人连江基于15年来对少儿教育心理、音乐教育、门店管理及互联网教学等实践经验,带领团队研发出全新课程教学体系,并于2018年1月的品牌发布会上正式发布。为保证教学效率和教学质量,团队同期研发推出门店运营体系、音乐窝APP、门店管理系统等产品及服务。截至目前,音乐窝已经自主研发推出民谣吉他、电吉他、声乐、少儿钢琴、尤克里里、爵士鼓、非洲鼓7大课程教学体系,并且已应用于音乐窝105家连锁门店,学员续费率达90%以上。

音乐窝依托专业的技术、教研、运营、客户服务团队,拥有“自主设计-制造-销售”完整生产链的大型综合性乐器工厂,以及专业院校、知名音乐大师等合作资源,致力于打造一个全新的音乐教育生态。音乐窝运营经理颜华表示,少儿美育教育的重点在于搭建系统化、个性化的教学体系,帮助培养少儿认识美、爱好美、创造美的能力;难点在于研发教学内容及教学方法需要丰富的教学经验和对少儿人群的心理认知。音乐窝教学体系针对少儿教育采取了个性化、趣味化的教学方式,结合学习工具包和教学视频,让孩子在更轻松更愉快的氛围环境下学习。音乐窝以“普及音乐、培养创作型人才”为目的,通过实体教材、APP线上辅导视频及伴奏、配套教学工具及学习工具包,结合科学高效的个性化教学方法,从启蒙入门到进阶、考级、高阶人才培养等方面,全方位帮助学员高效且系统地学习音乐。

音乐窝7大系列课程教材由20多位专业教师历时3年专心研发,各课程之间相互融合、可用于合奏,帮助启发学员的合作创新能力,这充分体现出教材的专业性、科学性和教育性。每个体系均包含从入门到进阶的3本教材,老师可通过实体教材结合音乐窝APP视频辅助线下课堂教学,系列教材中所有的曲目都录制有教辅视频和伴奏。音乐窝结合线上线下建立“立体式循环课堂”,学员可通过APP进行课前预习,课后可通过APP视频跟练学习、约课老师进行直播陪练辅导。此外,音乐窝还邀请了华语乐坛知名编曲人江建民等专业人士开办线上课程,不仅提供优质专业的精品课程内容,还提供名师互动交流,让学员发现并找到更多音乐学习资源。

为有效提升整体运营水平和教学体系的标准,解决机构运营管理效率问题,音乐窝研发推出音乐窝管理系统,在教学、管理和服务上都有标准化手册和自研的垂直音乐教育OSO系统,涵盖人事管理、学员管理、销售管理、财务管理、员工手册、行政管理、市场营销等方面,实现系统智能生成课表,手机排课、销课、考勤,实时监管教学进度,高效管理教务工作等,助力各分店有效提高工作效率,进一步提升市场竞争力。

由于传统机构缺乏经验及技术,目前真正涉足互联网教学领域的音乐教育机构不多,但颜华认为,随着5G等技术的不断发展和完善,互联网教学模式将成为少儿美育教育的主流,基于5G的互联网教学模式将把更优质的教育资源更快地覆盖到更广的地域、更多的人群,让偏远地区的少儿也能拥有同等优质的教育环境。未来,音乐窝将继续发挥互联网教育思维优势,持续深度研发数字化音乐教育资源,不断优化完善教学体系和教学工具,推动形成更加符合当代学生发展要求和互联网教学特性的音乐教育生态体系。(张潮鑫)