



《萌萌奇遇记》系列图书讲述一妞一狗的奇幻之旅

中国出版传媒商报讯 由未来出版社出版的《萌萌奇遇记》系列(共3册)讲述了在冬季的一个夜晚,遇到了困难的小女孩萌萌见到了中国神仙灶王爷。灶王爷告诉萌萌,传说有个大光明,住在光明宫里,只要找到他,就能帮助小朋友解决所有困难。他把萌萌的毛绒玩具二狗以油灯神力唤醒,让它陪萌萌探

险毛绒玩具国、主题游乐园。他们通过了重重关卡和考验,获得了成长。

小女孩萌萌和她的毛绒玩具二狗带领小朋友们探险奇妙童话世界。大恶魔小黑蛋绑架了大光明,从此世界陷入了一片黑暗。二狗邀请萌萌重出江湖,他们带着七颗仙丹和《咒语大全》,瓦解了昏鸦、饕虎、硕鼠、木鸡、汗牛、狡兔、流萤组成的帮凶团,成功解救了大光明,让光明重回世界。该书故事精彩有趣,让小朋友们在欢笑中得到启迪与成长。

(海洋)

“教育+短视频”浪潮为教育服务带来什么？

关键词 少儿教育+短视频 教育服务 技术创新

教育品牌与用户双向受益

短视频如何为企业与学生及家长创造新体验？

目前,少儿教育+短视频迎来了一波高潮。针对目前少儿教育类短视频的优势与延展性,北京壹灵壹教育科技有限公司相关负责人表示,在线教育在疫假期被推上新的高度,快手上线“停课不停学”活动,抖音上线“在家上课”活动,平台方联手各大教育机构,批量引入教育类学习直播和录播课程,并给予优质资源位的海量曝光。平台支持给予巨大流量。同时企业以短视频的形式产出更灵活、更有趣、更多样性的教育内容,在学生家长心中塑造更个性化的形象。学生和家长也能利用碎片化的时间在娱乐的同时获取到优质的教育内容。

北京童程童美科技有限公司高级市场部总监高原表示,与很多行业不同,教育是个“慢”行业,提供的是虚拟产品——知识与服务。所以,对于教育而言,短视频可以更好地展示、介绍课程等产品。尤其对于童程童美这样的少儿编程教育公司,短视频可以让用户更好地了解与认识什么是少儿编程、为什么要学少儿编程、为什么学少儿编程选择童程童美。此外,短视频内容的持续输出与宣传,可以辅助用户做出选择,并逐渐对品牌建立信任。

少儿美术教育与短视频的结合同样如此。沈阳美腾文化传播有限公司旗下优贝色彩相关负责人表示,“教育+短视频”使孩子在家中拿起简单的画材就能参与绘画学习。对于偏远地区和农村地区家附近没有美术教育机构的孩子来说,这种方式可以提供绘画学习机会。

至于英语教育+短视频,北京三熊教育科技有限公司旗下秒熊英语APP创始人马占凯表示,教育+短视频还是一个新生事物,目前市场上产品还不多,但是这个新生事物的出现也是未来英语学习的发展方向。短视频新奇好玩,孩子接受度高,而且可以利用碎片化时间学习。据悉,目前音频类的英语APP有10多家,但是英语视频APP只有2-3家。秒熊英语是少数的沉浸式体验的英文小视频APP。

内容优化与关注度提高仍需注重

教育是慢功夫,尤其是少儿教育需要沉淀打好基础。对此,企业该如何实现内容优化并进一步提升关注度？

针对目前少儿类教育短视频面临的主要问题,高原表示,少儿教育机构提供给用户的短视频内容,不应是大量的娱乐化内容或知识碎片,而应包含完整的、深入浅出的知识体系。同时,相比线下学习,线上学习的场景化较弱,学习监督与效果会面临一

定挑战。童程童美建议通过短视频内容与拓展服务,为用户提供包含体系化的知识教育方向内容,同时通过微信等工具,提升并解决学习场景化等问题。

马占凯表示,为学生们设计出更具创新性的学习功能是少儿类教育短视频需要做好的重点工作。秒熊英语目前已经上线了课文小视频和高考英语小视频。

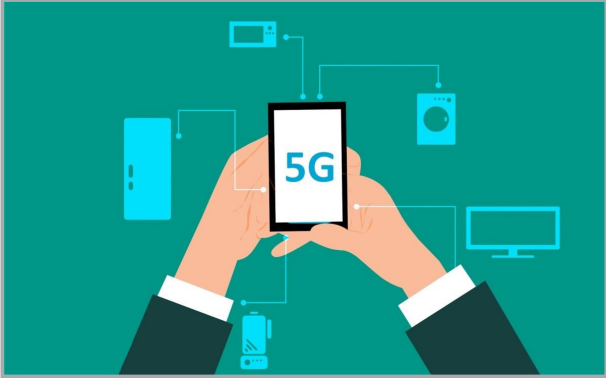
如何提升关注度是目前短视频亟待解决的问题。101教育相关负责人表示,这一点可以从两大方面来做提升。一是传递正确价值观。少儿教育类短视频的内容在策划上首先要做到正面和积极,符合法律法规,并传递正确的价值观。少儿教育类短视频不能为了追求流量,不顾及价值观的正确性,在视频内容上一味追求猎奇猎艳,以此博眼球、引关注,这会严重危害少儿的思想健康。二是明确运营目标。无论哪个短视频平台,对内容的垂直度要求都很高,所以确定该账号的运营目标并围绕目标展开一系列运营工作才能取得好的运营效果。

少儿教育类短视频运营目的大概可以分为3种。一是低成本获客。短视频平台聚集的超亿用户池,让教育行业看到低成本获客的可能。少儿教育类账号应该多以生产干货内容为主,以引导目标客户申请免费试听课。二是品牌宣传。以优质内容吸引目标客户关注账号,并让客户对品牌形象初步认知。以101教育央视网号为例,疫情期间因为全国中小学延期开学,学生们对优质在线课的需求很大。101教育第一时间上传了一批优质中小学课程,账号主页和视频内都有品牌标志作为传达,观看视频的过程中粉丝就记住了品牌“101教育”。三是产品销售。该目标下考核运营的关键指标是转化金额和成单量。通过账号的内容运营直接带动产品销售,让短视频成为一个新的渠道售出口。

5G技术丰富应用场景

随着5G技术的发展,教育在线上的展现空间越来越大,教育类短视频也将进入飞速发展阶段。

101教育相关负责人表示,未来,优质内容将成为短视频的竞争核心。短视频本质上属于内容产业,优质、持续、差异化的内容供给是短视频运营制胜的关键。少儿人群干货课程、学习技巧、传递正确价值观等优质短视频内容将更容易获得广泛的传播,从而具有更长的生命周期。此外,技术创新将推动少儿教育类短视频进一步发展。短视频行业的技术创新将主要围绕推荐、安全、场景三个方面展开。在推荐方面,短视频平台有望利用日益成熟的人工智能技术,更好地解决非个性化推荐和个性化推荐两大问题;在安全方面,可借助区块链技术实现更便捷、更低成本的内容版权保护;在场景方面,未来通



过5G网络技术,连接海量智能设备,短视频的应用场景将被极大地丰富,教育的展现空间将越来越大。无论平台怎么变,技术发展到什么程度,学生和家長对优质内容的需求是不变的。创作人员应该高度注重内容价值。

高原同样表示,5G技术的发展将会催生新技术变革,推动人工智能、大数据、云计算等技术走向成熟,而教育类短视频也将进入下一个飞速发展阶段。从四个方面来看,一是企业需要更加精细化运营自己的私域流量,垂直化的内容更受欢迎。社会分工不断细化,垂直化的传播是大势所趋,教育短视频大号基本上都是深耕某个垂直领域,用户更喜欢主题性强、逻辑清晰、有用有趣的内容,且用户对内容的质量要求和审美都在不断提高。二是短视频对教育模式会产生影响,教育OMO及线上线下联动的趋势越来越强,短视频(及直播)很有可能成为融合的关键点。现在必须在固定时间到固定线下学习中心上课的用户,在未来很可能借助短视频(及直播),打破空间与时间的限制,为用户提供更灵活、更便捷的教学服务。三是短视频与直播融合发展。受疫情影响,直播带货时代提前到来。短视频种草+直播收割,二者互为补充、互相促进。四是短视频提升用户体验,互联网用户经历了从文字到图片、从图片到横屏、从横屏到沉浸式竖屏的变化,相比图文,短视频可以提供给用户更好的观看体验与感受,从而实现更好的宣传推广与消费刺激。在不远的未来,短视频可以更进一步将用户体验提升至极致,可能通过VR技术、人工智能、大数据、云计算、区块链等,也可能通过更创新、更前沿的新技术。

针对少儿类英语教育短视频,马占凯表示,为解决在英语学习中学习枯燥、填鸭式教学违反语言学习规律,孩子没有成就感,最终还是哑巴英语的问题,最好的方式就是短视频学习。视频越短难度越低,而且可以一键查词、查看视频解释,相比传统背单词、查词典,效率更高,孩子兴趣更高。

优贝色彩相关负责人表示,未来一定会有越来越多的家长接触短视频,接受线上课程。未来线上课程很可能取代很多大年龄段的线下课程。

● 优选案例

童程童美:输出五大类短视频定制化内容

优贝色彩:两大抖音账号不断更新

近期,受疫情影响,沈阳美腾文化传播有限公司旗下优贝色彩开通线上直播课程,并在其抖音账号中通过小视频的方式对此进行了宣传。据优贝色彩相关负责人介绍,该公司针对短视频设有专门的团队负责画面录制、剪辑以及发布,基本可以保证其两个抖音账号每天更新视频。

据了解,目前优贝色彩的短视频分发渠主要为抖音短视频平台以及新浪微博。其抖音账号“优贝色彩美术绘画”目前粉丝37万,定位为少儿美术教育,针对2-13岁的儿童,内容基本是适合2-13岁少儿绘画或者手工制作的作品。视频播放量均能达到5万~10余万,用户粘性良好,有固定的粉丝参与直播课程,每周一节课,参与人数在2000左右;另一个抖音账号“优贝色彩奉老师”目前粉丝10万人,发布内容与“优贝色彩美术绘画”相似,其中也有一部分内容聚焦家庭教育和绘画对于儿童的重要性。其微博账号“优贝色彩-总部”,粉丝量10.6万,除绘画视频外,发布内容还包括每日的新闻热点以及总部开展的线下实训课程以及小朋友的课例。

目前,在其抖音账号“优贝色彩美术绘画”中,短视频“低幼段画灯笼”播放量超过430万,点赞超过12万。在该短视频中,课程内容依照优贝色彩的线性双轨式教学体系展开教研,让小朋友们可以在学习到美术技法的同时了解到文化方面的知识点,灯笼的应用场景等。该短视频中绘画过程比较简单,并且画面效果丰富,配合当时处于年末的时间节点,灯笼随处可见,非常适合低幼段的小朋友学习模仿。短视频“太空星球绘画”播放量为400万左右。该视频特点为绘画工具简单易操作,便于家长在家里带着小朋友们共同完成。

(海洋)

近期,北京童程童美科技有限公司在其抖音账号中通过多个短视频,对其5月16日的直播进行了预热。

据童程童美高级市场总监高原介绍,随着5G技术的成熟与用户趋势的变化,童程童美非常看好短视频对少儿编程行业的推广与宣传。2019年,童程童美成立了专门的短视频运营部门,定期制作产出短视频内容,并不断打磨与创新内容、形式。童程童美也邀请家长、学员出境或上传内容作品,与其赛事活动、国内外研学相结合,从而对公司及整个少儿编程行业进行推广与普及。

童程童美已经不断扩充少儿编程短视频内容分发矩阵,主要依托字节跳动系(抖音、西瓜、火山等)、腾讯系(微视、视频号)、百度系(好看视频),以及快手、小红书等平台。目前矩阵粉丝量超过20万人,播放量超过1亿次。

童程童美的抖音账号名称为“童程童美少儿编程教育”。其内容主要定位在三方面,一是以课程为主的产品展示——人工智能编程、智能机器人编程、NOI信息学奥赛、创意编程启蒙课程等,为3-18岁的孩子提供趣味、完善的一站式课程体系;同时,童程童美还与国内外权威机构联合举办、自主创办多项大型赛事活动,以及国内外科技研学、证书认证等级考试等。二是家长、学员真实出境。童程童美遍布全国50余城市的近10万名学员,发生过很多令人感动的故事,例如“高铁男孩”。出于对编程的热爱与对老师的认可,“高铁男孩”每周乘坐高铁从淄博到济南往返200公里跨省求学,从未间断,并于2018年荣获NOIP复赛一等奖。童程童美发现这些故事,并通过短视频让更多人看到。三是打造IP,童程童美邀请资深的教研老师出境,为用

户呈现有趣、专业的“干货”。

童程童美在开发短视频的过程中深度思考用户的需求与兴趣,与童程童美的课程产品关联,并结合各平台的特性输出定制化内容。一是教程类,主要是少儿编程的趣味知识、干货内容分享、教学内容讲解等;二是场景类,老师和学生真实上课场景、经典教学片断等;三是剧情类,将生活情境和少儿编程学习结合起来;四是品宣类,实时紧跟热点潮流,爆款BGM来借势营销,制造话题;五是采访类,童程童美创建了三大内容合集:编程少年说、优秀学员作品、家长说,充分展现小学员的风采与家长的真实感受。

目前最受用户喜爱的短视频为“智能机器狗”。该视频属于剧情类短视频,基于日常的生活场景,以一名小小机器工程师为主角,通过自行制作智能机器狗帮助了他人。在代入感强、趣味性高的故事中,让大家可以了解到人工智能时代,编程与机器人就存在于人们的日常生活之中,学习人工智能知识可以提升孩子的逻辑思维、创造力、动手能力等综合能力,并以此为他人、乃至为社会带来帮助。

高原表示,受疫情的影响,教育机构和学员、家长之间的连接方式发生了翻天覆地的变化。在线学习甚至成为了家长和孩子的必要选择。以前不接触网络的老师也都通过在线场景进行教学及交流互动。实际上,短视频与直播二者密不可分,也在互相融合。童程童美在过去几个月及接下来的重点计划是跑通在线直播的宣传与销售模式。其于上月初次试水短视频直播,单场销售额达100万元。童程童美还会不断打磨直播业务,并与短视频互为补充、互相促进。

(海洋)

据北京壹灵壹教育科技有限公司相关负责人介绍,其有关少儿类的教育短视频分发渠道主要为央视网号、抖音号、快手号,内容来源主要为101教育精品课程和自制教育类情景剧,设有专人负责运营,定期更新。

央视网号“101教育”定位于101教育优质中小学课程公益分享,主要面向7-18岁的孩子,主打中小学课程类内容。结合央视网平台的特点,该账号每个视频的时长平均在15分钟左右,学生可以进行系统性的学习。疫情期间,近1万名学生通过该账号进行了相应的学习。开学后,101教育央视网号持续更新系统化学科课程,帮助学生在学习之余进行复习巩固。

在抖音平台上,101教育根据不同的功能定位开通了“101教育”和“李渣竹~小苔思维”两个账号。“101教育”定位于父母教育类话题的解答,主要面向小学、初中、高中学生的家长,主打剧情类内容,单条最高播放量达388.5万。据101教育相关负责人表示,抖音作为一个娱乐休闲为主的平台,情景剧能快速地抓住家长的眼球,通过剧情引导可以很自然地释出企业的产品和品牌。在抖音号“101教育”中,短视频“孩子沉迷手机,成绩垫底,这位本地妈妈的做法绝了”的点赞量达3.4万。这个情景剧的亮点在于,从家长聊孩子的学习成绩切入,吸引家长关注,情节中植入101教育的课程亮点,并引导家长点击购买,实现营销闭环。目前,抖音号“李渣竹~小苔思维”的累计播放量超20万次,该账号定位为小学语文趣味学习平台,面向5-12岁的少儿人群,主打大语文课程精彩片段,包含学习方法论、文化文学小常识、经典童书导读推荐、家长育儿小妙招等。

在以教程和品宣为主要内容的快手号“101教育网(chinaedu101)”中,主题为“一直很努力成绩却毫无提升”的短视频,播放量超过70万。该短视频从学生角度讲述学习的苦恼,解题熬夜到很晚,努力却没有效果,一学就会一考就砸等问题引起共鸣。内容后半段顺势植入解决这些学习苦恼的办法——上101教育学习,很巧妙地释出了企业产品和品牌。截至目前,快手号“101教育网(chinaedu101)”的单条作品最高播放量超305万。在品宣之外,该账号的大量视频内容以解决重要知识点为主,比如“初中物理:解密有用功和总功”“一般现在时的被动语态要点精析”等可以让学生利用碎片化时间掌握学科知识点。

据相关负责人表示,接下来,101教育的短视频将重点结合有趣、有料的内容针对中高考、暑期课程的活动进行宣传。

(海洋)

据了解,在疫情期间,针对全民学生上网课的情况,北京三熊教育科技有限公司旗下秒熊英语APP新增了英语教材专区,包括人教版小学、初中、高中的英语教材,用户可以制作并上传小视频,可以反复精听,同时实现跟读,以及查看每一个单元的单词表。此外,为帮助教师在课堂上吸引学生的注意力,秒熊英语还支持教师把人教版课文小视频下载到手机上,并插入PPT课件中。

据秒熊英语创始人马占凯介绍,秒熊英语APP是一个定位于真正实现提升英语能力的英文小视频产品。该产品上线于2019年初,是一款免费的英文小视频学英语APP,覆盖学段从小学三年级直到大学,而且也可服务成人英语学习。秒熊英语平台的小视频资源丰富,平台采用UGC模式,用户贡献内容,丰富多样,实现新、快、准、全。该产品在App Store评分为4.9分,用户反馈良好。目前,该产品初期以免费模式为主。马占凯表示,秒熊英语相信学英语不应该是昂贵的事情。

秒熊英语具有以下特点:一是符合SLA的学习方案,遵循“第二语言习得(Second Language Acquisition)”理论设计的学习工具;二是多式播放,同一视频材料分别配有“双语字幕、外语字幕、无字幕”,多种字幕循环播放训练听力与理解;三是倍速模式,视频学习材料允许用户设置不同的倍速播放模式,加速播放提升学习效果;四是跟读模式,视频学习材料允许用户进行跟读,利用“看和听”进行输入,再利用“跟读”输出,让用户真正掌握语句的应用。

该产品经过多个版本迭代,目前已拥有视频浏览观看、单词查询、字幕与倍速切换、字幕开关、学习成就统计、视频投稿等诸多功能,用户可以通过该产品锻炼英语“听说读”各方面能力。

秒熊英语独有人教版课本小视频,可以解决学生使用教材学习枯燥和无聊的问题。英语老师要求学生背课文,短视频的方式可提高学生对此的接受度。该产品还有一键查词功能,精听模式,跟读功能等诸多创新点。马占凯表示,今年秒熊英语主要会在精听模式、背单词等方面做出创新。

(海洋)

101教育:基于三大平台构建短视频矩阵

秒熊英语APP:四大特点构建短视频英语教育