

生源减少幼儿园花式自救,学前教育路在何方?

教育部最新发布的数据显示,2023年,全国共有幼儿园27.44万所,比上年减少1.48万所,下降5.1%;全国共有学前教育在园幼儿4092.98万人,比上年减少534.57万人,下降11.6%。

近日,各省份陆续发布2023年国民经济和社会发展统计公报,也显示幼儿园在园人数和幼儿园数量都普遍减少。

重压之下,幼儿园正在努力走出舒适圈。“说实话,以前幼儿园都是等着家长上门送孩子过来,现在生源萎缩,我们只好走出去招生,不只是进社区,还去抖音、小红书引流。”北京一所高端民办幼儿园园长张婕(化名)说。

专家指出,虽然我国学前教育整体进入负增长阶段,但剧烈缩减不会长期持续,到2035年前在园人数将恢复稳定。

这给了学前教育普惠发展一个重要的窗口期,抓紧进行资源优化配置、加强师资经费保障,会产生深远的社会价值。

幼儿园关停新趋势

幼儿园还在批量减少。3月27日,四川省石棉县教育局发布通知,同意5所民办幼儿园于7月关停,根据通知,届时需要进行在园幼儿分流安置。

与出生人口形势紧密相关,我国学前教育规模变化呈现出鲜明特征:

首先,学前教育规模整体进入负增长阶段且加速加快。从2021年开始,我国幼儿园在园人数减少,结束了此前连续17年的增长势头。近两年来,在园人数减少的曲线陡然加剧。教育部数据显示,2021年,全国在园人数比上年下降0.27%,2022年降幅扩大到3.7%,2023年进一步扩大到11.6%。幼儿园数量下降曲线同样陡峭,2022年比上年下降1.9%,2023年扩大到5.1%。

近日,各省份陆续发布2023年国民经济和社会发展统计公报,部分地方披露了学前教育规模情况。入园人数、在园人数、幼儿园数量普降。

其中,河北、福建、湖南等东、中部省份的在园人数降幅超过了全国平均水平。湖南2023年下降高达15%,且连续三年降幅超过全国平均水平。

此外,北京、天津、内蒙古、江苏、浙江等省份的常住人口比上年增长,但在园人数依然全部出现负增长。

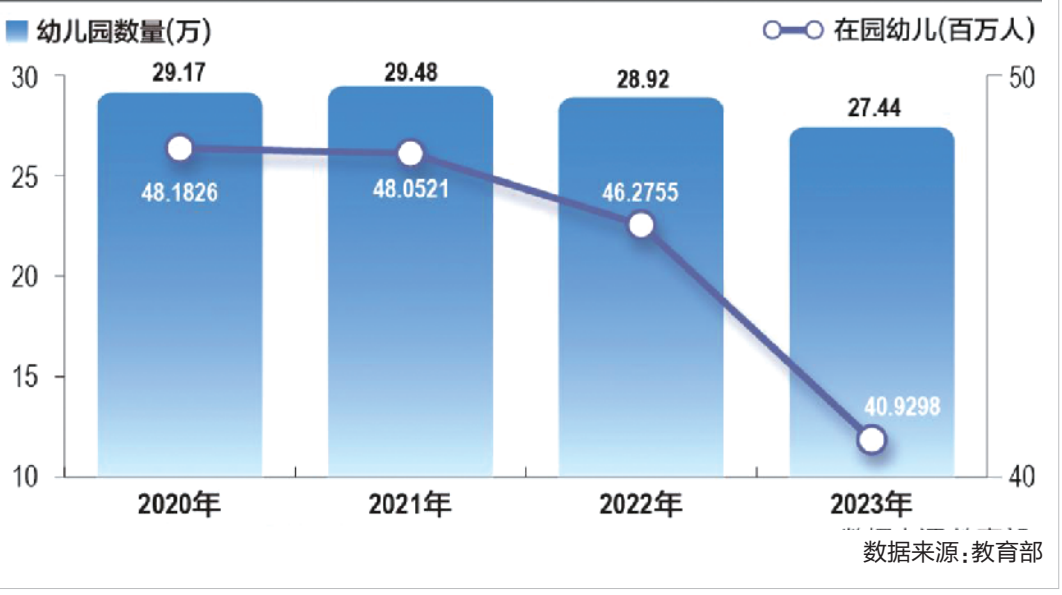
其次,城市和农村学前教育规模出现分化。根据《中国教育统计年鉴》,我国农村幼儿园在园人数从2018年就开始减少,城区幼儿园则从2022年才开始减少。农村幼儿园数量从2021年开始减少,城区幼儿园数量截至2022年还在增长。

2023年8月,安徽省临泉县教育局发布公告,当地50所民办幼儿园终止办学,占2022年全县幼儿园总数的11.8%,其中31所是农村幼儿园。

2023年11月29日,湖南省教育厅印发通知提出,农村地区原则上不再新增幼儿园。

不过,2024年开始,不少个例显示了新的苗头。3月1日,上海精品幼儿园蒂伊幼稚园发布公示称停止办园。公示内容显示,由于人口出生率下降,遇到招生困难,无法继续办学。

我国2020年—2023年幼儿园数量、在园幼儿人数一览



蒂伊幼稚园是坐落于上海中心城区一栋典雅别墅里的精品幼儿园,专任教师要求本科以上学历,以英语、音乐、运动为特色,每月学费高达8500元。蒂伊幼稚园每年的招生计划只有20多人,它的倒下是一个典型案例。

2月21日,广东省佛山市顺德区政府也发布公示称容桂贝杰尔幼儿园终止办学。据报道,贝杰尔幼儿园是一所大型高端幼儿园,每学期学费1.5万元。

随着适龄儿童减少,全国幼儿园数量连续两年减少,但此前关停潮中农村幼儿园占相当比例。如今,招生规模很有限的营利性幼儿园也开始关停,学前教育路在何方?

“招生难已经成为行业性现象,高端的营利性幼儿园同样如此。”张婕告诉记者,由于生源减少,张婕把每个班的班额缩小,并全部配备外教,希望通过提高服务质量吸引家长。

她介绍,本集团内一所位于二线城市的幼儿园已经关停。“这所幼儿园开办以来一直在亏损,但认为高端幼儿园属于差异化服务,因此总是有扭亏为盈的预期,现在生源减少,预期不再。”

“以前生源充足时,营利性幼儿园的高收费带来了高利润,但现在孩子少了,幼儿园不敢贸然提价,房屋、师资等高成本一下子带来很大压力。”张婕说。

各式各样的招生手法

生源危机之下,幼儿园纷纷开始自救。正值招生季,张婕所在幼儿园的孩子家长发现,孩子们的游园、参观博物馆等集体活动突然增加了。“每次活动回来,老师们累得都想躺在床上不起来,孩子们很开心,其实我们除了丰富孩子们的日常生活,也想借机会在公共场所展示幼儿园的办园水平。”张婕笑着说。

有的幼儿园转向了自媒体。比如会直播一些活动,做消防安全的主题,就从消防员开车进去开始直播,一直到活动结束。还有的幼儿园给厨师开抖音号,拍他给孩子做菜、夹菜,暗示幼儿园吃得很好。《93年幼儿园教师的一天》《幼儿园老师被粉丝认出来的一天》等等“种草”短视频纷纷出现在各个网络平台。

学前教育规模正在收缩,但局面并非一成不变。近期,多位学前教育专家发布了到2035年学前教育规模预测研究成果,结果高度一致。辽宁师范大学教育学部教授李德显等人指出,我国在园幼儿规模2021年后迅速下跌,2026年左右下降趋势变缓,此后保持较为平稳的下降态势。中南财经政法大学教授李祥云等人指出,2024—2035年我国在园幼儿数变动趋势呈先降后增趋势。

由于适龄人口减少,2023年,我国学前教育毛入园率提高到91.1%,提前完成“十四五”规划目标。

中国教育科学研究院区域教育研究所副研究员玉丽认为,适龄人口减少,是我国优化学前教育结构难得的契机,对于学前教育发展方式的调整也是难得的机遇,可以推动学前教育实现由“量”向“质”的跨越。

也就是说,生源减少,幼儿园自身不能泄气,学前教育公共政策同样不能松劲,现在加码发力或可起到事半功倍的效果。

探索未来保障机制

小班额可以是我国学前教育的探索方向。芬兰幼儿教育与保育中实行严格的小班制,3—5岁阶段师生比为1:7。我国《幼儿园教职工配备标准(暂行)》中规定幼儿园每班幼儿人数一般为:小班20—25人、中班25—30人、大班30—35人、混合班不超过30人,教师数量则是每班设置2名专任教师与1名保育员,或设置3名专任教师。

“由于生源减少,我们幼儿园的班额事实上已经缩小了,人数最多的班也不超过15个孩子,但我们没有减少老师人数,依然是每班2名专任教师、1名外教、1名保育员。”张婕说。

21世纪教育研究院院长熊丙奇告诉记者,因适龄幼儿减少,幼儿园关停将不可避免。但如果以此为契机,提高幼儿园建设标准,推进“小园小班”建设,提高师幼比,将有助于拓展和优化现有学前教育资源的配置。

熊丙奇认为,如果能把幼儿园班额分别降低到小班10人、中班15人、大班20人,这将改善我国幼师工作环境,提高学前教育质量。如果还有学位“空余”,则可把这些学位用于招收2—3岁幼儿。

对于区域内的幼儿园资源配置和质量提升,则需要统筹考虑。

深圳市龙岗区成立了15个幼教集团,开展集团化办学,组建了42个小学区,通过开展学前教育学区化治理,充分发挥优质资源的辐射带动作用,打破园与园之间的壁垒,缩小国际差距。

2024年,泰宁县成为福建省首批“全国学前教育普及普惠县”,这个总人口只有14.1万人的小县,学前教育三年入园率达99.33%,普惠性幼儿园覆盖率100%,公办园在园幼儿占比为85.19%。

公开资料显示,2020—2021年,泰宁县出生人口共2502人,但2024年城区学龄幼儿人数就达2358人。也就是说,农村学龄幼儿规模将极小且分散,只有加强公办园建设,才能满足农村学前教育需求。泰宁县在全县9个乡镇至少设立一所中心园,村一级按需布局了16个农村巡回支教点。

生源减少,但学前教育经费却不能减少,这是因为随着经济社会发展,学前教育质量要求相应提高,学前教育生均经费与人均GDP增长挂钩。

2023年8月,教育部、国家发展改革委、财政部《关于实施新时代基础教育扩优提质行动计划的意见》提出,各地公办园生均公用经费标准原则上应于2024年达到600元/年,个别确有困难的地方可延至2025年。有条件的地方可进一步提高,目前标准高于600元的地方不得下调。

加大财政投入的同时,还要提高经费使用效益,目前各地正在展开探索。

2023年11月,教育部在全国遴选出35个完善普惠性学前教育保障机制实验区。广州市番禺区作为试验区之一,提出将研究核定各类幼儿园的成本与补助的分担比例,建立与拨款、资助水平相适应的收费标准动态调整机制,建立普惠性幼儿园奖补与办学品质挂钩的联动机制。

3月13日,西安市政府办公厅发出《关于印发推动公办幼儿园扩容提质实施方案的通知》。按照方案,到2027年,各区县(开发区)公办园在园幼儿占比达到60%以上。对达到65%、70%、75%以上的,分别给予1000万元、1500万元、2000万元一次性补助。

熊丙奇认为,不能因适龄孩子减少而减少对学前教育的投入。对生源减少的民办普惠幼儿园,政府也要加大扶持力度,补足因生源减少而减少的保教费差额。

供稿:《21世纪经济报道》王峰/文

AI“造美”——美妆企业博弈新方向

从AlphaGo战胜围棋世界冠军李世石,到ChatGPT的火爆出圈,AI竞赛持续深入,延伸至千行百业。而极具创造力的日化美妆领域也在探索AI美学。

事实上,日化美妆领域对AI的探索越发广泛。日前,联合利华和Arzeda通过AI的帮助,开发了一种新的清洁产品。国货品牌也开启了对AI美妆的探索之路。例如,上海家化推出了一款AI肌肤检测程序,贝泰妮打造自有AI诊疗痘肌品牌等。

综合多位行业专家的观点,未来AI在美妆行业的运用会更加深入。尤其是数字经济时代,AI技术赋能美妆,或将是企业未来竞争博弈的一个重点方向。不过,如何让AI人工智能在该领域发挥最大价值,最终实现产业升级和变革,是企业们需要去思考和解决的问题。

探索AI美妆路径

通过AI技术的运用,品牌将更好地提供个性化、定制化的解决方案。

颜值经济不断升温,AI竞赛释放出巨大能量。由此,AI或将推动日化美妆行业产业变革的话题不断被谈及。据记者了解,不少企业已有所布局,利用AI数字化科技赋能。例如AI美妆博主、AI试妆、AI测肤等。

记者从上海家化方面获悉,上海家化通过与人工智能公司合作,开发了一款基于千万人脸数据的AI肌肤检测程序。上海家化方面表示,目前上述测肤程序已经在上海家化私域上线。这个系统也可以结合不同的产品以及消费需求场景,做多元化的应用和延伸。

专注于肌肤赛道的贝泰妮也在探索与AI的结合。贝泰妮方面告诉记者,2023年7月,贝泰妮集团的新星祛痘品牌——贝美汀亮相。通过AI技术的运用,品牌将更好地提供个性化、定制化的解决方案。

“实际上,AI技术在医药学领域的运用已成为一个热门话题,我们通过与专家深入探讨,会进一步挖掘AI在痤疮治疗方面的潜力。”贝泰妮方面透露。

而国外日化美妆企业也正朝着“科技流”进发。此前,以色列美妆品牌Il Makiage收购人工智能(AI)数据科技初创公司NeoW-ize。彼时,Il Makiage方面表示,本次收购有助于推动美妆行业的创新,通过人工智能、数据和算法能力的进一步提升,优化创新消费者的电子商务体验。而更早之前,美妆巨头资生堂、欧莱雅等均通过收购人工智

能创业公司,利用AI技术加持,完善其消费者的定制化体验。

安徽创领化妆品科技有限公司技术部负责人孙言表示,AI美妆并不算是个新议题,因为Chat-GPT的火热,AI美妆又被热议。事实上,头部美妆企业从十几年前就开始对AI进行探索。不论是消费者决策、销售员推荐准确性、用户大数据分析,有了AI的加持,效率、科学性、满意度都在大幅度提升。

“国外美妆公司收购人工智能公司确实表明美妆行业对AI的探索正在持续深入。这意味着美妆企业认识到AI在该行业中的巨大潜力,并希望借助AI技术来提高效率、增强用户体验、创造创新产品等。AI或成为美妆企业未来发展的重要方向之一。”研究人工智能产业运用的行业专家安光勇说。

产业升级变革到来?

AI技术正在席卷美妆行业的各个环节。尽管日化美妆企业对于AI的布局仍处于初级阶段,但不可否认AI技术给美妆领域带来了新的发展思路,以及更多的想象空间。多位行业专家在谈及AI美妆时,都提及打破传统、产业变革的相关话题。

日化美妆行业专家白云虎告诉记者,现在行业的一些巨头一直在探索利用AI人工智能的思维路径去做一些尝试或者开发新的玩法,保持和提升竞争力。从现在很多案例可以看到,美妆行业的运用和探索主要集中在营销和零售环节,但在研发端、

生产制造端等也有企业一直在尝试。随着AI技术的深入运用,日化美妆传统的产业链运营模式将被完全改变,彼时产业升级是必然趋势。

正如上述专家所言,AI技术正在席卷美妆行业的各个环节。在研发、生产制造端,日前,联合利华和Arzeda利用AI合作开发了一种新的清洁产品。据了解,早在2017年,联合利华就与众多科研中心创立了材料创新工厂(MIF),利用材料化学机器人和人工智能开发测试产品。根据MIF的数据,2020年至2022年期间,该机构申请了200多项专利。过去三年,联合利华在创新中心投资了超过1亿欧元。

而在营销零售端,AI的身影更是屡见不鲜。近日,资生堂举办了一场人与AI对话的主题影展,让其代言人罗云熙与数字偶像艺人利柏特破次元对话。此外,欧莱雅通过AR技术和AI算法开发了虚拟试妆应用Makeup Genius;雅诗兰黛推出虚拟试妆应用YouCam Makeup;美妆零售渠道丝芙兰中国首家未来概念店在护肤、护发以及彩妆三个板块配备了AI智能仪器;以及品牌方利用AI打造虚拟偶像等。

孙言表示,到目前为止,AI技术进步的效果突显在销售端,拉齐了普通销售员和美容师们的业务水平,从前的销售人员不懂技术不懂工艺,也不懂皮肤医学,销售更多靠夸大其词,令许多用户失去对品牌的信任。而有了AI的加持后,在科学皮肤检测的基础上,针对重点问题,有侧重点推荐产品,销售精准,成交率更高。

“AI的另一个重点应用是在研发端,比如用算法来预测彩妆的流行趋势,预测口红的流行趋势,提前做布局和开发。还可以用来做分子模拟,模拟一些功效成分衍生物的分子结构,再模拟合成路径。这项应用实际上目前在医药领域比化妆品领域应用更广。综上,从某种程度来说,AI在美妆领域的发展大大提升了效率。”孙言说。

安光勇表示,从某种程度来讲,AI将推动美妆行业产业的升级。首先AI技术在美妆行业中的广泛应用将改变传统的经营模式和业务流程,使美妆企业更加智能化、高效化和个性化。其次,通过AI技术的支持,美妆企业可以更好地了解消费者需求,提高产品质量和创新能力,增强市场竞争力。

未来如何?

国际美妆巨头一直在探索AI技术在美妆领域的运用。

综合多位行业专家,以及梳理企业的动向,可以看到日化美妆企业对AI的探索成果已逐步有所落地。国家政策也正在推动数字经济、科学技术的发展,这将对企业的有力支撑。

白云虎告诉记者,不论是从国家政策层面,还是各行各业的深入运用,AI的发展和声浪一浪高过一浪,这代表着新的技术革命的浪潮已经到来。国际美妆巨头一直在探索AI技术在美妆领域的运用,AI可以颠覆企业的传统发展路径,完成重复性的工作,为消费者提供更为精准的定制化服务,甚至随着技术的成熟,实现更高的智能化。但美学是复杂而丰富的,日化美妆的AI技术运用刚处于数据抓取的初级阶段。

“AI的基础是大数据,首先要拥有庞大的数据库,基于丰富的数据库,再利用超强的算法,最后通过AI获得的数据才是准确和适用的。现在企业正在做的就是基础数据抓取的过程,比如对所有中国人面部肌肤、轮廓、唇形等的采集,这其实是一种战略思想。等到数据足够庞大且丰富的时候,AI可以在日化美妆行业产生更加高阶的使用,比如产品匹配更精准,场景适配度更高,对于趋势的预判更准确等,这对行业的发展或将是颠覆性的。”白云虎说。

安光勇表示,AI或许为美妆行业和国货美妆品牌带来了新的机遇。国货美妆企业可以利用AI技术来迅速跟上行业的发展潮流,并在创新和个性化方面占据优势。AI技术可以降低产品开发成本、提高研发效率,同时也帮助品牌更好地与消费者进行互动,树立更有个性和品牌特色的形象。通过积极采纳和应用AI技术,美妆企业有机会实现弯道超车,赢得更多市场份额。然而,AI技术的应用还需要解决一些技术和隐私等方面的问题,企业在引入AI时需要谨慎权衡利弊。

孙言也表示,国际头部美妆集团在训练AI大模型方面已经取得了很多优势,国货美妆现在开始布局AI美妆,大概率会有差距。但如果有国货品牌能设计出非常亮眼的创新应用,或许能成为新一轮竞争的抢跑者。

据《中国经营报》许礼清/文