

澳洲幸运5官方开奖直播

EMCm7DuGMf9IBRLV

澳洲幸运5官方开奖直播没了董宇辉的新东方，直播业务成了“烫手山芋”

花朵财经观察出品

撰文 | 学研

最近，猿辅导员工在公司猝死的事情闹得沸沸扬扬。受“双减”政策影响，被迫收缩转型的教培行业以不算光彩的方式重回大众关注焦点。

在舆论风暴以外，同属教培行业的新东方悄然发力，教育业务重回高增长轨道，曾经风头无二的东方甄选直播业务，随着董宇辉及与辉同行完全独立，反倒成为拖累新东方业绩增长的绊脚石。

直播拖后腿，新东方营收涨变跌

日前，新东方披露了2025财年Q3财报（截至2025年2月28日）未经审核的财务业绩。公司本季度营收11.83亿美元，同比下滑2%。

除去东方甄选自营产品及直播电商业务，教育及文旅业务营收为10.38亿美元，同比增长21.2%，超出业绩指引预期。

分业务来看，做直播电商业务的东方甄选仍未走出董宇辉离开后的下滑通道。

新东方董事会执行主席俞敏洪早前强调，“东方甄选一热闹，大家就以为新东方只做农业了，其实，主要做的事情，还是教育。”

作为新东方的主干，教育业务底盘表现稳定。针对成人及大学生的国内考试准备业务同比增长约17%；海外备考和海外学习咨询业务营收分别同比增长约7.1%和21.4%。

此外，新东方教育新业务（非学科辅导、智能学习系统及设备等）在该季度维持强劲增长势头，营收同比增长34.5%。

财报显示，非学科辅导课程覆盖60个城市，注册学生达40.8万，同比增长14.9%；智能学习系统及设备在约60个城市中采用，活跃付费用户30.9万，同比增长64.4%。

这两个面向K12（幼儿园到12年级的教育）人群的新业务持续增长，显示出相关市场需求的强烈。

去年新东方快速扩张线下教学中心，数量同比增长约40%。

在财报会上，新东方表示接下来还会持续扩张线下产能。但有分析师预测，新东方会放慢扩张节奏，转而提高新校区和学习中心的使用率，尽快达到盈亏平衡点。这部分业务能否维持现有增速，仍有待观察。

而智能学习系统和设备业务则主要依托学习机开展，通过销售学习机硬件和收取内容订阅费用实现营收，经营利润率已超过23%。

相比之下，读书郎、步步高等传统学习机品牌还处于亏损或扭亏为盈的阶段。行业头部作业帮（20.6%）、猿辅导（13.5%）、好未来（11.9%），三者市占率合计达46%。现阶段，新东方还差得远。

涵盖文化旅游、中国游学、全球游学和CAP教育产品系列的综合旅游业务表现突出，收入同比增长85%，是新东方增速最快的板块。

新东方大力发展文旅业务，是为了寻找继教育、电商业务之后的下一个增长点。但目前来看，新东方的文旅业务尚在发展阶段，收入贡献有限。

投资者分化，机构带头下调

业绩公布后，新东方港股、美股涨跌不一：新东方-S(09901.HK)次日开盘后一度涨超5.6%、新东方(EDU.US)收跌0.68%，两者都呈现出高开低走的态势，可见投资者对业绩理解存在分化。

摩根大通、大华继显、麦格理等投资机构相继发布研报下调新东方目标价。

原因在于，这份看似坚韧（收入整体下滑，教育主业结构性增长，盈利稳步提升）的业绩报告下，其背后潜藏着不少隐忧。

收入占比约25%，利润贡献超30%的留学业务，是新东方教育主业的核心之一。尤其是2023年下半年正式走出疫情影响后，留学相关业务迎来了一波需求释放，连年实现高速增长。

可以说，高收入占比、高利润率、高增速的留学业务是推动新东方估值的重要因素。

但随着经济收紧、就业环境发生改变，留学业务的增长势头或许要缓一缓了。

主要原因是高成本留学与学成归来的就业报酬严重脱钩，中产对高价留学班的需求降低，以及#美国总统换届后主张本地保护主义和关税对抗，收紧了移民、签证，对留学需求带来了更多的压制。

根据公开信息统计，澳洲、英国等多个主要留学国家签证审批量均有下滑。尤其是澳洲，2024-2025上半年财年，整体申请量跌幅接近3成。

内外部多重因素叠加，不排除新东方留学业务后续出现增长下滑的可能。

新东方在财务会上透露，预计留学业务增速继续下降至高个位数，保守预估2026财年海外考培维持5-10%增长，咨询零增长。

另一方面，文旅业务的盈利能力尚未企稳。2025财年Q1，新东方文旅业务收入约9000万美元，且处于盈利状态。但就全年而言，整体是亏损的。

文旅本质上是旅游，但其基础和延伸是文化。相较市面上其他旅行社，定位高端，定价也偏高的新东方文旅优势在于新东方品牌优势，最受欢迎的是研学和游学产品。

当下，文旅市场的竞争正日益加剧。脱离东方甄选后的与辉同行不仅继续直播带货，还携手地方打造文旅新IP。据悉，董宇辉还设立了两家文旅公司。顶着“高知”IP的董宇辉自带流量，奔着文化熏陶去的游客，选择与辉同行还是新东方，还真不好说。

另一边，携程、途牛、去哪儿网等在线旅游平台已深耕多年，在旅游产品丰富度、供应链整合能力、市场份额等方面具有明显优势。

简单来说，就是性价比更高、选择更多。单纯追求旅游的朋友大概率不会选择新东方。

现阶段，新东方文旅业务仍需持续烧钱，构建文化输出方面的品牌优势。

教培行业回春，直播用完就扔？

相比起文旅，新东方直播业务才是烫手山芋。

教培行业对直播具有十分复杂的情感，“双减”政策后行业一夜入冬，不少教培企业在这里找到了生存、转型的出路。

新东方是首个转型直播电商的K12教育行业入局者，之后好未来、高途、粉笔等教培企业也跟着转型直播。

有的企业学新东方直播带货，也有的企业将直播当作销售的辅助手段，卖自家的学习产品。

例如好未来旗下直播品牌“学家优品”一开始做助农直播，后续改名“学而思优品”现在主做学习产品推荐。另一个“学而思官方旗舰店”的直播间则专门销售学而思出版的图书。

随着“双减”松绑，不少教培企业的教育主业迎来复苏。2024年，高途非学科类辅导服务收入同比增长超过150%；2025财年四季度（时间段），好未来的营收同比增长了42%，其中内容解决方案（包括智能硬件和AI学习设备）的收入增长了50%，收入占比提升至29.4%。

大多数教培企业虽未抛弃辛苦搭建的直播渠道，但普遍没有过去上心，至少在各家财报中，几乎不会提到直播数据，出现频次较高的反而是AI等新风口。

归根到底，教培企业对直播业务的态度取决于当前的市场环境。当初转型直播更多是政策推动，而非企业内部的战略调整。如今，企业将主要精力重新放回到内容解决方案业务和科技服务上，这表明企业正在根据市场变化调整其业务重点。

自去年7月董宇辉“单飞”，新东方的直播业务陷入泥潭。拿最直观的粉丝数举例，第三方数据平台灰豚数据显示，过去三个月，东方甄选粉丝数减少了42万。

新抖数据显示，2025财年上半年（2024年6月-11月），东方甄选GMV（商品交易总额）为48亿元，同比下降16.2%。

东方甄选在失去董宇辉后，始终未能找到新的流量支点。尽管尝试加码APP直播、拓展自营产品线，甚至计划发力线下门店，但粉丝增长瓶颈和GMV的疲软，暴露了这家公司对单一IP的依赖。

更棘手的是，经历了大IP出走的新东方的决策似乎陷入了某种困境：既无法下定决心打造新IP，彻底转型为纯粹的MCN机构，又难以在产品端进一步形成新壁垒。

今年1月，俞敏洪在个人账号“老俞闲话”里提到，他十分后悔办东方甄选。

当教育核心业务重回高增长轨道，多项新业务带来惊喜时，直播业务的不稳定性更为明显。新东方是否会调整直播业务，全面回归主业，将是业内接下来关注的重点。

（文章来源：花朵财经观察）

极速快三彩票一秒一开

澳洲5分开奖官网开奖

澳洲10全天在线计划

澳洲幸运5官方开奖网

澳洲幸运5连中计划

澳洲5官网徽七五二四六零五

极速赛车app下载官网

168免费精准预测

赚钱网站

168幸运飞艇官网开奖记录

幸运飞艇开奖记录

网赌一分快3必中方法表

飞艇5码2期全天计划

一天赚3000的黑方法

澳洲5历史开奖记录直播

赚钱网站

澳洲十开奖历史

澳洲幸运10是不是国家官方网站

幸运澳洲10开奖官网直播结果