

# 用屏幕守护成长 掌门教育推出“少年守护者计划”



抗疫工作持续开展,全国中小学延迟开学,各地培训机构也暂停了线下培训活动,学生不外出、不聚会、不举办和不参加集中性活动,选择在线教育在家学习成为孩子与家长的的首选。与此同时,由于社区防疫管控,足不出户的生活模式使得亲子时间大量增加,家庭教育随之成为这一时段重要的教育环节。生活即教育,此次防疫让孩子们在生活的波澜中思考本质,借助互联网和信息化的教学资源与特质,建立属于自己的精神天空,这个假期被赋予了更加重要的教育使命。

在此背景下,掌门教育发挥“互联网+教育”优势,推出“少年守护者计划”。据悉,该计划集结了超500名专项支持人员,整合掌门海量教学资源、渠道,支持家长引导孩子理性认识和面对疫情,全方位守护青少年成长。

**课程守护:**  
免费开放海量在线课程资源

作为拥有3600万注册用户的在线

教育头部企业,掌门教育的课程覆盖3-18岁青少年学习的黄金年龄段,服务地域遍布全国600多个省市县。长期以来的教学积累和深耕,千万家庭的信赖与选择,矢志不渝的教育初心,让掌门教育有责任亦有能力调动自身优质资源,成为教育防疫的先行者。

针对疫情,掌门教育联合中央广播电视总台旗下“央视网”、新华社云公益课堂、“学习强国”在家上学等多个国家级平台,免费开放大量学科知识、素质培养、能力拓展等优质线上教育课程,全面覆盖幼儿园、小学、初中、高中年龄段,用户可以直接登录各合作平台免费观看,让全国中小学生在家里也能安心享受高品质教育服务,帮助孩子们度过一个更有意义的延长假期。

此外,掌门教育聚焦综合素质能力培养,针对不同年龄段的孩子做好教育供给,通过自我内部升级,实现在线教学全链协同,为家庭教育这一关键环节赋能,让家长和学生特殊时期都能够获得量身定制的学习“营养餐”。掌门组建“掌门家长帮”骨干教师团队,推出免费家庭教育课程,线上亲子活动等一系列措施,与家长携手传递“众志成城、守望相助”的抗疫精神,让孩子们在生活的波澜中思考本质,共同完成好这场生命教育、信念教育、科学教育和道德教育。

**教学守护:**  
线上教学全链协同保证课堂高质稳定

为了孩子能够拥有稳定流畅的学习体验,掌门教育对教学、服务、技术等多个业务端口进行重点工作部署,建立培、磨、研、学、联、监六维联动的线上教学全链协同机制,对教师培训、磨课实践、教研开发、日常教学、高效沟通和品控监督六大教学环节进行优化升级,从而进一步保障大量需求涌入情况下的教学质量。

如果说战“疫”时期,教育有了特别的温度,那这份温度正是来源于掌门全体教师的守护与付出。他们有的在武汉坚持教学,为学生讲好每一堂课;有的为了网络流畅,用手机流量直播教学;有的老师第一时间就回到了工作岗位,为学生答疑解惑……正是每一位这样的“少年守护者”,让孩子们特殊时期的求知之路充满温暖。

此外,掌门教育后端开启7\*24小时

响应机制,在全链路监控、线上流量智能分发、在线逃生系统、故障演练和压力测试等方面工作卓有成效,确保全球范围内端到端服务的稳定性以及毫秒级的实时互动性,确保突发情况能够快速、平稳解决,让全国各地的掌门学子能够上好每一节在线课程,全面守护孩子的成长。

**服务守护:**  
高效沟通制度成为学习最强助力

在服务层面,针对疫情期间用户咨询和反馈量增加这一情况,掌门教育升级信息沟通反馈流程,建立多元定期沟通制度,并通过纳米级细化课程报告维度,开设线上家长会等方式,确保用户、班主任、教师三大主体之间的信息传达通畅,从而在根本上提升教学服务的沟通响应速度和效率。

为了让家长对孩子的学习情况有更加深入的了解,从而成为孩子在家学习的有力辅助,掌门教育升级课程报告,从课堂表现、活跃状态、进步曲线、课堂综合能力等多个细化维度对孩子进行精确、全面的学情分析,并通过点状分布以及动态曲线等方式,为孩子和孩子呈现出学生在课程学习、课后练习以及知识掌握中的表现情况,从而让学习效果更加直观可视。此外,课程报告还将为学生生成针对性的学习计划,通过分阶教学标准定位,学习目标拆解和进阶宝典等措施帮助孩子查漏补缺,高效学习。

掌门教育创始人兼CEO张翼表示“疫情当前,为青少年提供高品质教学服务是掌门教育的职责所在,我们坚决完成教学使命,保证教学质量。同时,我们也应该重视家庭教育的关键作用。我们会和家长朋友们站在一起,帮助他们解决家庭教育中遇到的困难,扮演好为家长引路的角色,携手守护孩子的学习和成长环境,这也是‘少年守护者计划’的初心所在。”

**心灵守护:**  
掌门家长帮携手顶级高校推出心理课程

在家庭教育方面,掌门教育集结大量骨干教师组建“掌门家长帮”团队,针对教育中所涉及的知识体系、能力培养、身心发展等问题为广大学生和家提供在线咨询。掌门教育将陆续

推出家庭教育、防疫知识和心理疏导相关课程,就“如何帮助孩子度过充实假期”“怎样和孩子有效沟通”“防疫期间心理疏导”等家长关注的问题进行针对性的课程指导,帮助缓解疫情带来的负面情绪,为不同年龄段学生培养专注力和良好习惯,提升抗压能力和情绪处理能力,营造和谐有序的家庭教育环境。

此外,掌门教育以国内顶尖高校资源进行自我赋能,与清华大学社科院积极心理学研究中心达成战略合作,成立专项课题组,首期积极心理学课程已经在掌门教育平台上线,后续将陆续推出一系列积极心理学课程,为疫情期间学生的心理疏导提供助力。掌门教育还贴心地为家长们构建家庭教育的交流“社区”,家长们打开“掌门好家长APP”就可以同其他家长进行互动交流学习。

**亲子守护:**  
线上亲子活动营造温馨家庭氛围

与以往相比,将这一段延长假期变成亲子间的温馨时光成为众多家庭的心之所盼。“父母是孩子的第一任老师,家长是孩子最重要的榜样和依靠,和孩子朝夕相处,家长的言传身教对孩子的影响不言而喻。父母可以利用这段时间多和孩子沟通,进行一些有趣的亲子活动,让在家的日子成为孩子日后的独家回忆。”掌门资深心理教师这样说道。

在家庭教育中,建立亲子间平等的沟通关系,为孩子营造温馨的成长环境尤为重要。作为“少年守护者计划”的重要组成部分,掌门教育将定期开展“亲子阅读”“亲子故事”“亲子游戏”等丰富的在线亲子主题活动,例如“为你读诗”“合唱接力”“线上故事会”等,让孩子们在多彩的活动之中有所感悟。此前,掌门教育就曾面向全国各地的掌门学子发起过《江海渔童》《少年的你》《熊出没·狂野大陆》等一系列亲子观影活动,受到了学员家长们的广泛好评。

少年智则国智,少年强则国强,少年是红日初升,亦是乳虎啸谷。疫情当前,这片土地上的每一个人都不该置身事外,掌门教育的“少年守护者计划”正是号召社会各界携起手来,用爱与温暖守护青少年的健康成长,守护祖国的明天。没有一个冬天不会过去,我们并肩战“疫”,履行好少年守护者的职责和使命,共同迎接春暖花开的明天。

新冠病毒肺炎疫情的爆发,对我国经济、生活等各个方面都产生了不同程度影响。各大科技企业出钱出力出技术,众志成城全力抗疫。在此期间,“宅经济”逆势发展,不仅在一定程度上减轻了疫情所带来的冲击,同时加速推动了新一轮技术产业的融合。

如今面对复工复产新一轮挑战,各级政府推出了一系列政策,以保证复工复产和疫情防控两不误。教育部号召“停课不停学”,文化与旅游部推出“在线公共文化服务”,各企业纷纷积极响应政府号召,例如,酷狗联合作业帮、学而思两大教育机构,面向全国中小学生推出免费直播课,让孩子们足不出户即可体验丰富多样的精品在线课程。

在疫情初始,酷狗就上线了“抗击肺炎专区”,以音频、视频的形式向大众宣传科学防护,同时还上线了许多公益歌曲,向前线工作者致敬,向全社会传递信心与勇气。疫情之下,人们对数字文化、数字信息、直播教育的需求空前旺盛,而这些刚需,正不断加速催化文化新业态的融合发展。

近年来,我国数字经济新业态增长迅猛,成为了中国经济高质量发展的新动能。数字音乐作为数字经济的重要一环,表现亮眼。根据艾媒咨询数据显示,2019年手机音乐客户端整体用户规模较上年增长6.6%,达5.80亿人,预计2020年将增至6.18亿人。

进入2020年,虽然受疫情“黑天鹅”事件影响,却让“宅经济”脱颖而出成为新的市场焦点。各大互联网平台也借此不断丰富自身内容,让“宅经济”的维度更加丰富。

在去年,酷狗就在独立原创音乐、电台长音频等方向探索,重点推出的电台“听书板块”内容丰富,涵盖有声小说、相声曲艺、历史人文等不同领域的内容,还针对职场人士、儿童、中小學生等不同人群开发不同的内容。如今,酷狗与两大教育机构合作,既满足了疫情下学生对课程内容的需求,又加速了酷狗对高质量内容的布局,进一步拓展了酷狗在文化新业态的触角。

日前,广东省印发《广东省关于加快文化产业发展的若干政策意见》,提出培育发展文化科技类企业,大力发展文化新型业态,支持数字娱乐、移动新媒体、网络视听等,打造领军全国的文化新业态集群。这一政策的推出,将进一步推动科技文化企业的融合态势,进一步推动文化新业态集群的形成,对数字音乐产业将是一大利好。

面对新冠病毒肺炎这一场硬仗,社会各界呈现出永不言败的斗志和决心。而面对对接下来的经济的全面复苏,政府推出了一系列利好政策,企业也在积极布局,发挥自身的优势,抓住危机中的生机,不断探索未来。



## 『宅经济』逆势发展 酷狗推进业态融合满足消费需求

# 易车百度智能小程序DAU突破680万

### 成用户获取汽车相关服务利器

局、功能完善、服务便捷、优质资讯持续输出,易车百度智能小程序一经推出便取得快速发展,春节期间DAU更是突破680万,不仅稳居百度汽车类智能小程序第一梯队,更领先于行业。

易车智能小程序的良好表现与小程序行业的快速发展,以及易车自身的硬核实力息息相关。2019年,百度全面开放搜索流量资源助推智能小程序,这为智能小程序爆发式增长提供了契机。截至今年1月,百度智能小程序月活已超3亿,逐渐成为满足用户搜索体验的主要载体,这里面百度搜索结果中30%以上的用户流量都由智能小程序承接,该比例还在快速提升。其中汽车类相关关键词的搜索占比高,且这些搜索行为背

后的用户,具有更为明确的购车意向,是相对精准的潜在购车人群。可以说,百度构建的移动生态为汽车互联网平台通过小程序获取新用户、服务老用户提供了土壤。而易车早在2018年11月,就将小程序作为App和互联网的基础设施,布局百度汽车类智能小程序,基于百度搜索+信息流的平台基因以及百度用户行为偏好,通过上线首页(资讯)、选车、我的三个频道,使得小程序更加聚焦用户的资讯需求和查询报价需求。

目前,易车百度智能小程序每日更新海量优质汽车资讯,包含图文、视频、小视频等丰富类型,覆盖由PGC+UGC+OCC+AGC组成的易车完整内容生态。其中实时车型降价类资讯

(AGC)满足了用户精准搜索及了解汽车价格的核心需求,深受用户欢迎。此外,直观、生动,适合手机播放的小视频节目也备受用户青睐,播放量大幅提升。这些时效性强、维度丰富、操作便捷的内容与服务帮助易车实现了用户拉新及用户时长的持续提升。

易车借由百度智能小程序,为数千万购车用户及车主实现了与汽车厂商、经销商紧密连接,获取便捷服务;汽车厂商、经销商则通过易车百度智能小程序高效触达精准用户,获取海量精准销售线索,实现了服务场景和营销场景的双重优化。这反过来也强化了易车作为连接B端厂商、经销商与C端用户桥梁的作用,提升了平台商业价值。

## 水滴保险市场大爆发

国内互联网保险市场规模持续迅猛增长,四大互联网保险公司2019年保费收入同比增长38%,众安在线今年1月份保费收入增速更是超过60%。2月20日,从互联网保险平台水滴保险商城获悉,在品牌营销和疫情等多因素推动下,公司今年1月份新单年化保费收入突破10亿元,是去年同期近7倍,创历史新高;其2月份增速进一步加快,保费收入有望达到去年同期10倍左右,将继续创新高。

水滴保险商城数据显示,2019年12月新单年化保费收入超过8亿元,2019年1月新单年化保费收入为1.5亿元,这表明,2020年1月其保费收入是去年同期近7倍。水滴保险研究院相关人士表示,今年前两月公司保费井喷式增长是多因素叠加结果,一方面是春节前后的品牌营销拉动,水滴保险商城与字节跳动合作的新年红包等活动,为平台带来近千万新增用户;另一方面是此次疫情激发了国民保险意识,近期咨询和购买保险的用户数量较平时有显著增加,而专注以健康险的水滴保险商城早已布局完成了在线购险、智能核保、在线理赔等一站式的线上流程,疫情期间,水滴平台线上销售和服务几乎未受影响,加上互联网保险产品门槛低、条款简单、购买方便等特点,受到这段时期购买保险用户的欢迎。从以往经验看,春节前后线上的保险销售,用户活跃度和成交量都会比平时有所下降。然而,水滴保险商城今年1月份期间每天购买保险的用户数量是去年第四季度平均数的1.5倍。2月份以来,水滴保险商城的保费收入增长速度进一步加快,有望达到去年同期10倍左右。

水滴保险商城总经理杨光表示,公司2019年持续打造“互联网+”的优势,充分运用科技手段助推,同时对产品和服务等多个方面进行了优化升级,还布局了长险业务,打造了一支优秀的管理团队,这些都让水滴保险商城有信心应对各种形势下的挑战,“逆势增长表明我们在去年的一系列举措收到了成效。”新冠肺炎疫情发生后,民众对自我保障的诉求上了一个台阶,他们的保险意识显著提升,会更加主动关注健康险、重疾险等保障型产品。瑞银证券相关研究报告提出,此次疫情能够使得居民提升风险意识,增加对保险的配置。中国国际经济贸易仲裁委员会调研成果也显示,突发疫情令消费者和企业的保险意识有所提高,进而有助于细分行业比如寿险业的长期发展。

水滴保险商城也快速反应,主动升级与疫情相关的理赔服务,同时建立了与疫情相关的保障内容,联合安盛保险开发了免费保障抗疫一线的医护人员和媒体记者的“抗疫无忧险”,联合安心保险推出了免费的“新冠肺炎无忧保”,在几乎零宣传的基础上,5天左右“新冠肺炎无忧保”就被领取近200万份,也侧面说明用户对保险的认知在提升。

水滴公司创始人兼CEO沈鹏认为,疫情在一定程度上激发了用户对于健康险的需求,加速了行业的数字化转型。同时也将推动传统保险公司加速变革,提升线上化能力。今年互联网保险市场需求将迎来爆发,这对于水滴这样的创业公司既是机遇也是挑战。“竞争会更加激烈,能否把握住机会不仅取决于之前的积累,更需要今后的努力。”对于下一步发展,杨光表示,首要任务是升级现有保险产品,捕捉用户需求,丰富新的保险产品供给,能够向用户提供高性价比的普惠保险产品。同时,水滴保险商城也将加大投入线上化和智能化系统建设,用科技打造业务的“护城河”。他还强调,水滴保险商城将围绕用户需求进一步提升服务能力,不仅要向用户推介好的保险产品,更要把握保障需求相关的能力线上化,给用户提供更便捷、更全面的服务。从团队内部来说,今年要进一步精细化运营提升效率,还要持续引进保险行业高端人才,打造专业化团队,借力行业整合的窗口,吸引更多优秀人才加入。

据悉,水滴保险商城目前已经启动人才引进工作,包括寿险规划师、网销服务人员、客服人员等几大类近1000个岗位,面向北京、武汉、成都、济南、深圳等多个城市招聘。

# 益百分成立“支援武汉特别行动组”抗击疫情

疫情期,奔赴前线的医务人员为保障民众生命安全主动出征。然而,医疗物资紧缺成为当前抗击疫情的主要困难。面对日益严峻的疫情形势,为协助抗击新型冠状病毒疫情,深圳市益百分实业有限公司(以下简称益百分)紧急成立支援武汉特别行动组,筹备医疗物资捐赠、公益募捐,助力一线疫情防控战,打响大健康产业支援疫情第一枪。

益百分作为一家专注于健康产品研发、生产、销售的企业,自创立以来始终致力于为广大消费者提供健康、美丽、快乐生活的同时,积极承担社会责任,长期坚持公益事业。据

悉,自除夕之夜开始,深圳益百分内部便紧急成立了“支援武汉特别行动组”,经团队紧急研究,迅速开始驰援武汉计划,第一时间了解武汉疫区切实需求后,企业全体员工通过各类渠道筹募防护物资,购买符合资质要求的医疗用品,搜寻短缺物资及供应商,并联系运送渠道,解决物流障碍,在24小时内益百分克服重重困难,在持续努力、多方筹措、持续联动、紧盯物资货运情况,保证所有医疗用品顺利且及时到达武汉,定向输送至前线医院,用于武汉疫情的抗击和防护工作,极大的缓解了基层一线防疫物资缺口,有效保障了一线防疫工作的顺

利开展。

据悉,益百分向武汉市第一医院捐赠医用防护服375套,向武汉市第一医院、武汉市第七医院、武汉大学中南医院、中国人民解放军空军军医大学、武汉市武昌医院、湖北省妇幼保健院、湖北省中西医结合医院(湖北省新华医院)、武昌区卫生健康局共捐赠13950瓶医用酒精,以实际行动为疫情防控贡献了一份力量,为奋战一线的逆行背影提供有力支持,与全国人民共同参与打赢这场疫情防控战。

同时,益百分充分发挥社会组织重要作用,联合壹基金发起48小时“支援湖北 益起行动”的公益募捐活

动,推动爱心驰援,号召益百分员工及经销商积极加入到“支援湖北 益起行动”的关爱队伍中,全力以赴参与这场疫情防控战;此次善款筹集目标为10万元,截至2月5日,已收到超过14万元的善款;由于市场医疗物资紧缺,益百分秉承着落实优先的原则表示暂停募捐活动,现筹集的所有善款用于购买医疗物资,援助湖北疫区,确保各爱心人士的热心得到善用,共同守护白衣天使和英勇的逆行者。益百分壹基金的联合公益募捐行动,既解疫情燃眉之急,更添“一方有难,八方支援”的民族力量,共同参与这场没有硝烟的生命健康保卫战。