



# 消费&教育行业重大事项点评： 新东方带货首秀：不错的起点 但仍有很大提升空间



12月28日,新东方开启首场助农直播,当晚销售额预计超500万元,合计观看人数峰值超4万人。本次直播大部分销售额来自俞敏洪直播间,东方甄选作为新东方官方带货平台目前仍处建设初期。作为首家转型直播带货的大型教培公司,新东方仍在不断探索中,其在渠道、管理、人才等方面多年积累的能力或为公司后续带货的发展提供充分支持,而新东方直播带货的转型也为其他教培企业提供了一个可参考的转型方向。

新东方首场直播预计销售额超500万元,多数销售来自俞敏洪直播间。12月28日,新东方开启首场助农带货直播活动,通过俞敏洪(741万粉丝)和东方甄选(6.4万粉丝)两个抖音账号开展。直播从20点开始,历时3个小时,其中俞敏洪账号预计直播销售额达480万元(数据源自飞瓜数据),观看人数峰值达3.3万人,观看人次达187万人次。东方甄选账号预计销售额达59万元,观看人数峰值达7132人,观看人次达21.8万人次。

品类以精品生鲜为主,直播间科普讲解风格鲜明。1)品类:本次俞敏洪直播间合计销售30个产品(东方甄选销售43个产品),主要以精品生鲜为主,包括果蔬、米面粮油、牛羊肉及年货礼盒等,果蔬类产品销售领先(其中车厘子预计销售额超140万元)。所销售产品较少在其他直播间销售。2)价格:客单价为10元(柞水木耳50g)~960元(颗粒粉礼盒),平均客单价86元。从折扣看,根据直播间价格与品牌指导价对比,折扣基本在7-8折之间。3)直播策略:直播间布景简洁,以新东方的绿色为主基调。每个直播间两名主播,直播风格特色鲜明,注重地域人文、风土人情的科普讲解,而非过度强调商品价格,

但同时整体直播时间亦有所拉长。俞敏洪个人直播间粉丝效应显著,评论多为“支持俞老师”,俞敏洪直播内容也多结合个人经历展开。

生鲜类直播多以垂类/地域性/个性化 IP 为主,整体客单价偏低。抖音平台排名前列的生鲜类主播多以垂类/地域性/个性化 IP 为主,比如主打牛排的小关老师、主打连云港海鲜的喜哥喜嫂、主打乳山海鲜的小范海鲜、主打趣味动画美食视频的我是小白吃等。按销售额看,过去 30 天销售额排名最高的为扬叔来了(海鲜垂类),达 6919 万元,场均销售 577 万元;第二为小关老师,销售额达 4400 万元。从客单价看,除小关老师客单价可超 200 元外,其余直播间客单价多在 100 元以下。

新东方应该如何做好直播带货?新东方开展助农带货延续了俞敏洪老师助力农业发展的初心,但生鲜类直播品控及供应链管理难度大、客单价偏低,如果不是深度把控源头产地供应链,差异化或不明显,在抖音电商红利衰退后大概率无法形成具备持续盈利能力的商业模式。长期来看,优质产品+优秀价格是生鲜产品直播带货的核心竞争力,SKU 越多、直播持续时间越长,出现品控风险的可能性越大。我们认为,新东方的优势在于俞老师个人 IP 影响力、其丰富的渠道网络、强大的组织管理能力和人才储备,因此新东方或可结合乡村振兴的宏观政策方针,依托既有组织架构,利用校区网络优势开展具备地域特色的生鲜直播矩阵,形成差异化竞争。具体来看,建议公司在以下方面发力:1)总部品控+区域运营:各校区成立专门的选品、运营、直播团队(受总部和校区负责人的双重管理),与当地政府紧密合作,深耕当地市场,

挖掘特色农产品,构筑供应链壁垒的同时放大社会价值、提升经济效益;总部成立专业的品控和服务团队,精简特色 SKU+区域选品+总部严格品控+优质客服的多重保障,确保产品品质和用户体验。2)优质内容的生产能力:发挥高层次人才队伍优势,输出专业化的品控内容、科普内容和惠农助农内容。3)形成名师工作室的直播矩阵。延续新东方的名师基因,建立合理的激励机制和约束机制,打造知名主播团队,形成总部+区域、内容+直播的网红矩阵。

新东方的跨界带货或为教培转型提供参考。双减后大部分学科类教培公司开始向职业培训、素质教育、教育硬件等领域转型,新东方的带货是一次重要的跨界尝试。我们认为教培行业对员工的管理经验、组织力的搭建能力能够在直播业务上产生复用,但直播业务背后商业链条的复杂度、产品&内容的非标准化程度均更高,或有待积累。总体而言,直播行业仍在快速增长,其市场空间能够容纳充足的就业和资本的进入,而新东方的入局,也为其他教培企业提供了一个可参考的转型方向。

风险因素:行业政策变化、教培公司转型过程中经营的不确定性等风险。

投资建议:建议继续关注教培公司的转型进展。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_35366](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_35366)

