

網龍玩轉VR 遊戲應用到教育

擬分拆教育板塊明年或在港上市



▲網龍輪值CEO熊立

新經濟浪潮

大公報記者 何德花

網龍輪值CEO熊立的兒子正在上小學，作為一位父親，熊立的教育理念就是讓孩子像玩遊戲一樣愛上學習。熊立說，期末考來臨的時候，學生要作大量練習，其實很多都在浪費時間和效率，互聯網教育能徹底改變這種弊端。網龍把十幾年做遊戲的經驗應用於教育，用遊戲的思維設計教育產品，提升教育的體驗感和效果。2010年，網龍把目光投向在線教育，2012年註冊成立了網龍華漁教育，試水教育業務。

VR讓學習變簡單

在福建長樂總部基地，網龍建有全國規模最大的一站式VR體驗中心。人們在這裏可以第一時間使用、體驗、觀摩全球最新最高端的設備和產品解決方案。體驗過101互動課堂的黃立華告訴《大公報》記者，中學時總搞不清楚地球公轉和自轉，101互動課堂可以實現多維師生互動，通過VR設備，自己身處太空俯瞰地球，根據網龍的教材講解，很容易就明白了。

「所有的技術應用，都是讓教育更高效。」熊立稱，在K12教育方面，通過授權，網龍把內地一年級到高中三年級所有的學科進行人工拆解，做成了老師習慣使用的PPT課件，共享給所有的老師。

「在眾多的信息技術培訓科目中，網龍101PPT是一款最容易引起老師們共鳴。」吳永強在廣西柳州鐵路一中教授信息技術。他的體會是，網龍101PPT資源豐富，輸入授課知識點，就可以自動生成一套或多套教學PPT，老師備課做PPT無需上網「大海撈針」，效率和質量都提高了，自己和身邊的老師下載意願很高。

全球布局拓新興市場

網龍的2017年第三季度財報顯示，101教育PPT於11月底已達到全年100萬名教師安裝用戶的目標，用戶反饋101PPT節省備課時間、提高課堂互動性。「這些用戶主要分布在中西部，逐步向全國市場鋪開。」熊立稱，互聯

網龍（00777）掌門人劉德建說要做教育，他不是說笑，而是玩真的：2013年，網龍把「91無線」以116億元（人民幣，下同）賣給百度後，接二連三併購整合，將人工智能、VR（Virtual Reality虛擬實境）、AR（Augmented Reality擴增實境）、MR（Mixed Reality混合實境）、大數據等黑科技融入教育產品，還在全球市場布局互聯網教育業務，進軍K12教育領域。網龍形成在線教育和網絡遊戲雙主業格局。2017年二季度開始，網龍教育板塊開始扭虧為盈，並計劃分拆教育業務板塊，於2019年在香港或美國上市。

網的一大基因就是共享，網龍通過共享工具和資源縮小中西部教育差距，幫助所有人享受同樣的教育資源。儘管網龍在K12的資源庫已做到了70萬的資源，但吳永強認為還遠遠不夠，「老師們希望有更多更好的素材供使用。」

網龍的海外市場則通過併購整合擴張。一方面通過併購英國普羅米修斯、香港的創奇思、美國的Jumpstart，進軍美國、歐洲、中東及中亞等地；另一方面，網龍深耕「一帶一路」沿線國家及地區，進軍新興市場，尤其是馬來西亞和土耳其。

教育板塊增長強勁

去年三月，網龍與莫斯科政府合作，互動電子白板被莫斯科7600多個教室採用，1.45萬名莫斯科教育從業者，能利用網龍的互動數字技術與學生進行互動，覆蓋學生超過40萬名。

通過併購，網龍教育資產增長迅速，並扭虧為盈。網龍2017年第三季度財報顯示，教育業務的營收達5.93億元，佔總營收的56.2%，同比增長52倍。「這項業務的增長主要得益於普羅米修斯的貢獻，以及中國教育業務收入增加。」熊立介紹，在內地市場，網龍2017年第三季度獲得合同銷售1.5億元，比去年同期增長超過三倍；在國際市場，子公司Promethean的收入同比增加56.2%至5.3億，實現了連續兩個季度經營性盈利。

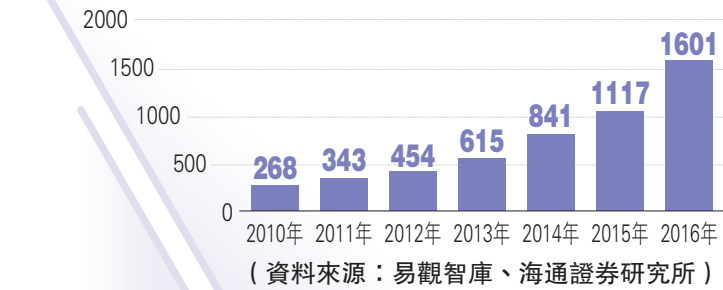
熊立透露，網龍布局的是全球市場，網龍教育成果惠及全球100多個國家及地區、200萬名教師，3000萬名學生。下一步，網龍計劃把教育業務板塊分拆上市，計劃在2019年上市，上市地選擇香港或是美國。

海通證券分析報告認為，網龍將推出的教育業務電子商務平台有望成為業績增長點。但海通證券也指出，網龍內地教育市場拓展稍遜預期，教育業務若不能在未來實現變現，早期在研發及銷售端投入無法收回，教育業務增長或面臨一定風險。



▲網龍VR教育應用在醫療教育

中國互聯網教育市場規模



網龍(00777)逾一年走勢



▲網龍VR教育應用在安全教育

網絡遊戲收入佔54.65%

教育業務收入佔43.32%

移動營銷收入佔2.03%

網龍各業務收入佔比

(資料來源：網龍公司年報)

2016年

2015年

網絡遊戲收入佔77.45%

教育業務收入佔19.09%

移動營銷收入佔3.46%

▲網龍把做遊戲的經驗應用於教育，用遊戲的思維設計教育產品

AI足印步入日常教學

網龍將VR、AR以及MR等新的視覺技術，融入日常教學中。從實踐看，網龍利用具象化的VR技術，用短平快的VR課件，聚集課堂，在短短幾分鐘內，幫助學生掌握一個抽象問題，取得不錯的效果。

其發展足跡如下：2015年10月26日，網龍與北京師範大學智慧學習研究院合作，在長樂區成立「教育機器人工程中心」。網龍發揮

智能技術研發專長，並依託北師大在教育學、心理學等學科優勢，在全國率先開展「AI+教育」產品的研發及應用。2017年6月，北京師範大學、清華、網龍、科大訊飛及中國移動聯合向國家申報了「互聯網教育國家實驗室」項目，目的是找到未來教育的國家級標準。2018年上半年，網龍將發布多款「AI+教育」產品。



▲網龍VR教育應用在安全教育

如何讓學習變得有趣

CEO有話說

網龍一度以硬件為切口，探索教育領域，但很快發現教育並非簡單的硬件軟件疊加。現在，網龍通過互聯網技術和理念，在提高效率方面，做了三方面嘗試：101教育PPT、101創想世界（VR編輯）和101互動課堂。

面對教師，101PPT尊重他們使用PPT的習慣，增加資料庫。網龍把K12的所有學科、年級、章節等做成了PPT，共享給所有老師。還採用大量2D、3D和VR元素，幫助老師生成更加精美有趣的課件。

對於學生，網龍創建了大量VR創客資源，以及3D相應的場景資源，誕生了一款功能相對強大的編輯器，讓學生可以融會貫通，在虛擬世界裏完成對古詩詞、八大行星等知識點的理解，也可以生成精美的內容進行分享。

在老師與學生每天都要共處的課堂上，網龍做了一個創新性的互動課堂。用普羅米修斯的電子白板取代了傳統的黑板，通過硬件和軟件的結合，豐富的交互功能和遊戲化元素，實現教學數據的實時記錄和即時反饋。

我認為眼下大家崇尚的STEAM教育成本很高。因此，網龍將VR技術和STEAM教育理念融合，研發了101創想世界，其中含有大量的VR創客資源和3D場景資源，可以讓學生在虛擬大世界快速搭建場景，激發學生想像力。

內容產品最終歸宿是C端（消費者端）市場，但目前國內推廣的難度在老師教學的習慣上。網龍目前採取的是由B端向C端引流發展的戰略，通過與學校和政府的合作，布局試點，讓更多老師的授課從「演講者」到「主持人」的過渡。 □網龍輪值CEO熊立



▲網龍掌門人劉德建是《星際迷航》狂熱粉絲，他將網龍福建長樂海邊基地辦公樓建成了酷炫的企業號飛船模樣



▲《大公報》記者體驗VR互動課堂 大公報記者何德花攝

Bug文化鼓勵員工開腦洞

記者觀察

「如果你愛他，就給他找Bug（缺陷）；如果你恨他，也給他找Bug。」這是網龍每個員工掛在嘴邊的話。在網龍，任何員工在任何時間都可以就公司任何問題提交Bug。Bug會直達董事長直管的內審部。這個內審部有六名員工，每周平均要處理200到300個Bug，Bug分為建議類（改進型）和意見類（問題型）。

Bug已經成為網龍的文化，它鼓勵所有員工打破部門框架和層級隔閡，加入到一個持續糾錯的系統，幫助公司完善管理。沒有創意的員工在網龍舉步維艱，因為網龍注重趣味與設計。大到遊戲的設計和製作，小到網龍新職員入職培訓，處處都是燒腦大戰。怎麼才能更好玩？這是網龍員工在工作過程中反覆

問自己的問題，就連會議管理，網龍的主要考核指標中都有組織創新滿意度一項。

網龍鼓勵頭腦風暴，主張人人都是設計師，除了着重設計思維及設計文化，還不斷從國內外引進設計人才。目前網龍工業設計部就有四分之一的人才從中國台灣引進，同時網龍每年都進行國際實習生全球招募計劃。

如何將創新形成文化？網龍有一套。網龍內部有一本設計聖經：這本《設計方法論》搜集了多年來優秀產品的設計經驗。此外，網龍每年舉辦專項的設計類大獎賽如「99設計奧斯卡」，大賽設置總價值200萬元的高額懸賞，在公司內部展開「設計風暴」，面向企業員工徵集好點子、好設計，鼓勵員工打開腦洞。