

新东方公布 2021 财年第 1 季度业绩

北京时间 10 月 13 日，新东方公布了 2021 财年第一季度财务业绩：净收入 9.86 亿美元，同比下降 8.0%；学生报名人次约 2,961,100，同比上升 13.5%。截至 2020 年 8 月 31 日，学校总数为 112 家；学习中心总数达 1,472 家，与去年同期相比净增 211 家（2020 财年同期学习中心总数为 1,261 家），与上季度相比净增 7 家（2020 财年第四季度学习中心总数为 1,465 家）。

各业务逐步恢复，净收入好于预期

“受全球新冠肺炎疫情的持续挑战，新东方 2021 财年第一季度的运营及财务表现亦受到影响。公司净收入同比下降 8.0%，但整体好于预期。”新东方董事会执行主席俞敏洪表示，主要原因是今年夏季班和秋季班的招生时间比往年晚，许多主要城市的暑假也缩短了一到两周，北京等城市更是受疫情影响复课时间有所延迟，但随着疫情在中国的逐渐消退，新东方各个业务都出现了复苏的迹象，学生报名人次大幅增加。作为主要增长动力的 K12 中小学全科教育业务，在第一季度取得同比约 8% 的收入增长，其中，中学业务同比增长 9%，少儿业务同比增长约 4%。“随着国内大部分学校自 9 月起逐步恢复开学，新东方所有学习中心亦逐步恢复线下教学。与此同时，我们很高兴看见秋季的报名人次和现金收入有显著回升。”

线下网点持续扩张，Q1 新进入 7 个城市（暑期促销报名人次 108 万，同比增长 31%）

新东方首席执行官周成刚表示：“随着疫情逐步消退，中国的教育板块将迎来一波市场整合浪潮。为了在疫情消退后进一步占领市场份额、巩固市场地位，新东方继续积极推动扩张计划。”在第一季度中，新东方进入了七个新城市。截至第一季度末，新东方的教室面积同比增加约 23%，环比增加 1%。此外，新东方在暑期促销活动中也取得了重大成功，学生报名人次达 1,079,000，同比大幅增加 31%，学生留存比率也有所提高。

持续推进 OMO 战略，20 城推出 OMO 课程

“未来，新东方还会重点投入更多资源来推进具备高增长力的 OMO 战略，把服务覆盖范围扩展至更多的城市和学生。”周成刚指出，在第一季度中，新东方在大约 20 个现有城市推出了 OMO 在线课程，并吸引了数量可观的新客户。“我们认为，OMO 战略将在今年内有效地增加招生人数并加快业务复苏。”与此同时，新东方还重点投入更多资源在纯线上教育平台新东方在线（Koolearn.com）来升级其 APP 和线上平台，强化整体课堂学习体验并开发教师培训系统。

展望未来，预计业绩将在第二季度逐步回升

“尽管面临新冠肺炎疫情的巨大挑战，但与上一季度相比，新东方第一季度的利润率环比有所提高。”新东方首席财务官杨志辉表示，在第一季度中，新东方非 GAAP 经营利润率为 16.8%，同比下降 720 个基点；非 GAAP 净利润率为 18.7%，同比下降 280 个基点。为了减少利润压力，新东方积极调整了自身的运营策略，并在成本控制方面加大了力度，相信在全体新东方人的共同努力下，今年的运营利润率趋势将会逐步改善。

展望未来，俞敏洪表示，新东方的财务业绩预计将在第二季度逐步回升。作为中国教育市场的领导者之一，新东方坚信，通过不断提高服务水平、改进学习体验，公司将获得更多的市场份额，并为股东带来长期价值。