

## 新东方公布 2020 财年第 4 季度及全年业绩

北京时间 7 月 28 日，新东方公布了 2020 财年全年及第 4 季度财务业绩：新东方 2020 财年全年净收入约 35.79 亿美元，同比增长 15.6%；运营利润 3.99 亿美元，同比增长 30.6%；归属于新东方的净利润为 4.13 亿美元，同比大幅增长 73.6%。

- 财报显示，2020 财年第 4 季度净收入逾 7.98 亿美元，同比下降 5.3%；运营利润 1,030 万美元，同比下降 86.7%；归属于新东方的净利润为 1,320 万美元，同比下降 69.5%。
- 据统计，新东方 2020 财年第 4 季度学生报名人数约 2,585,600，同比下降 6.2%。截至 2020 年 5 月 31 日，学校和学习中心总数达 1,465 家，与去年同期相比净增 211 家（2019 年同期学习中心的总数为 1,254 家），与上季度相比净增 49 家。截至 2020 年 5 月 31 日，学校总数为 104 家。

### OMO 系统成效显著 续班留存高于去年同期

“正如之前所预料的，疫情自 3 月起在全球的大爆发，及国内线下学校复课时间推迟等不可控因素，为我们的第 4 季度带来了持续挑战。”新东方董事会执行主席俞敏洪表示，新东方 2020 财年第 4 季度净收入同比下降 5.3%，其中，海外考试准备业务在第 4 季同比下降约 52%，出国咨询业务录得 6% 的同比增长，中学业务取得约 1% 的同比增长，少儿业务更取得 10% 同比增长。“这主要得益于进入春季学期，新东方继续通过自主研发的 OMO 系统将课程转移到了小型在线直播课程上，我们也欣然地看到退班率已经趋于稳定并回到正常水平。此外，我们的冬季班续春季班以及春季班续夏季班的留存比率均高于去年同期，这反映了新东方的 OMO 系统在线课程得到了学生的认可和欢迎。”俞敏洪补充道。

随着在线教育需求日渐庞大，新东方将重点投入更多资源来推进具有高增长力的 OMO 战略，把服务覆盖范围扩展至更多的城市和学生，并通过提供低成本的体验性优质线上课程来吸引新客户。在俞敏洪看来，这种新业务模式正是未来发展的重点趋势，并可在未来几个季度大幅提升新东方的招生能力和盈利能力。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）的 K-12 课程。早前，新东方在线积极提供免费的春季课程，使大量新学生可以体验新东方在线 K-12 大班课程，成功吸引了更多长期客户。”

### 积极推动扩展计划 不断渗透新城市

新东方首席执行官周成刚表示，新东方在第 4 季度中积极推动扩展计划，在现有城市新增了 44 个学习中心，并在五个新城市开设了一所培训学校和四所双师模式学校。截至本财年末，教室总面积同比增加约 26%，并计划在下一个财年扩展约 20-25%，新的学习中心和强大的财务能力将有助新东方进一步巩固市场地位。

与此同时，今年暑假开始之前（截至 2020 年 7 月中旬）暑假促销课程招生人数与去年同期相比增长了 20%，达 986,000 人次。这些成绩表明，部分小型机构在疫情期间可能缺乏维持其运营的财务能力和在线技术，让我们能有效地借此契机进一步占领市场份额。

### 调整运营策略 持续改善利润模型

新东方首席财务官杨志辉则指出，就 2020 财年而言，尽管面临新冠肺炎疫情的巨大挑战，但新东方的全年非 GAAP 经营利润率仍取得同比增长 70 个基点，从去年的 12.2% 增加至 12.9%。在第 4 季度中，由于疫情对新东方的营收产生了负面影响，加上在推广新东方在线 K-12 大班课程方面增加了投入，因此第 4 季度的毛利率为 51.0%，同比下降 500 个基点；非 GAAP 经营利润率则为 4.1%，同比下降 810 个基点；非 GAAP 净利润率为 6.1%，同比下降 520 个基点。为了减少经营压力，新东方积极调整了自身的运营策略，并在成本费用控制方面取得了更有效的成果。

### 业务逐步开始恢复 前景长期利好

展望新财年，俞敏洪表示，随着新东方逐步在超过 90% 的城市恢复了业务，这些城市中的大部分学生已从线上课程成功转移回到了新东方的学习中心，业务逐渐开始恢复。尽管短期内仍会面临各种挑战，但新东方对新财年及长远的业务前景感到乐观。“我们深信，凭借新东方的领先品牌及市场地位，卓越的教育产品和系统，以及优秀的教师资源，我们能进一步占领市场份额，并继续在中国庞大的课后教育市场做大做强。”