

刘俊君：大道行思，取则行远

► 资东华



刘俊君

1986年进入清华大学自动化系学习。曾就职于IBM、惠普等公司，早教品牌美吉姆公司创始人、总经理，现任董事长。

“十年磨一剑，出鞘必锋芒。”2019年4月，美吉姆成为当时A股市场中唯一一家早教品牌的上市公司。从2009年进入中国到2018年登陆A股、2019年成为中国早教第一股，美吉姆在刘俊君的带领之下，从开设第一家中心到成长为早教巨头，发展势头相当迅猛。

从外企到创业的转身

1986年，刘俊君以一名理科生的身份考入清华大学自动化系，在读期间，他同时攻读了中国语言文学专业。1992年毕业的时候，他获得了工学和文学双学士学位。2002年，他又考取了清华大学经济管理学院招收的第一届EMBA，并于2005年获得高级管理人员工商管理硕士学位。

在大学期间，刘俊君就喜欢泡在图书馆，对各类知识都保持高度的好奇心。孔子有云：“君子不器。”

刘俊君并未将自己的能力和发展限定于一个特定的圈子，而是追随内心的渴望，要在更广阔的天地去实现人生更多、更大的价值。

从清华大学毕业后，刘俊君曾在多家世界500强企业担任市场及管理职务，积累了逾12年的跨国公司管理经验。这段时期让刘俊君有机会接触国内外的优秀人才，以及国际上先进的教育理念。丰富的经历使他深刻地认识到优秀的国际化人才所应具备的能力，也让他进一步思考怎样才能有效地帮助中国孩子提升综合素质，让更多的中国人成长为优秀的国际化人才，进而提升整个民族的竞争力。

《为孩子重塑教育》一书的作者多年来一直致力于促进教育创新与学校改革，他们在书中展望了未来教育发展和改革的方向，并提出理想教育体制下应该重视的、决胜未来的十大能力：主动学习知识，

与他人有效沟通，与他人建立有效协作，用创造力解决问题而不是寻找标准答案，能够应对风险和压力，能够成为一名领导者和变革者，能够正确取舍，能够制定目标并完成，具有毅力和决心，不拘泥于个人得失。这些能力与很多家长和教育机构追求的取得好成绩、获得文凭等世俗意义上的“成功”相去甚远。现代社会不再需要知识的搬运工，而需要真正的创造者。

凭借亲身经历以及多年学习研究得来的认知和判断，刘俊君认为中国的教育市场特别是儿童早期阶段的教育，缺少真正好的产品与服务，他决心要在素质教育这方面做些探索。

初为人父：

感悟童年，笃志早教

“当我成为了一个父亲，有了孩子，我也与大多数父母一样会思



欢动课教室

考——如何才算健康成长？怎么度过一个快乐的童年？如何成长为一个对社会有用的人？0~3岁是影响孩子未来智力和情感发育的关键时期，作为一个父亲，我想让我的孩子接受真正好的早期教育。”

21世纪初的中国，在国家经济发展、国民思想和眼界拓宽的大背景下，父母对子女教育的重视程度也日益提升。即便如此，在北京这样的国际化大都市，提到“早教”，也鲜有人能厘清其真正的含义。在人的童年早期，科学养育和教育指导具有极其重要的意义，这一科学研究成果尚未得到足够的重视。

在一些急功近利的教育机构和家长“不要输在起跑线上”的口号裹挟下，当时的社会上出现了一股超前教育的潮流。他们违反孩子的自然发展规律，不顾个体差异，一厢情愿地在不恰当的时间，照本宣科地灌输给孩子各种知识，甚至从小就培养孩子“竞争”的意识，

让孩子严格遵循家长预设的成长路线，使得孩子在小小的年纪承受了太多不该有的压力。

在这样的高压环境中成长起来的孩子，过早地失去了童心，也很难达成体能、智能、情商俱优的结果，更重要的是，他们整个人生发展过程中所需要的那份自尊、自信，已经在一次次的失败和打击中被破坏殆尽。

现实的情况让刘俊君投身儿童早期素质教育的决心愈发坚定，因为他敏锐地观察到，随着中国经济的持续增长和国民收入的大幅提升，新晋父母群体的受教育水平和综合素质也有了相应的提升，他们将越来越深刻地认识到教育是一个复杂体系，分数不能决定一切，他们更愿意让自己的孩子拥有一个快乐的童年，实现身体和心理的健康成长和发展。所以，重视人的思想品德、多元智能、个性发展、身体和心理健康的素质教育必将是社会发展的大趋势。

众里寻他： 博观而约取，厚积而薄发

在深入的考察和调研之后，刘俊君在美国找到了早教品牌My Gym。他从2005年开始与My Gym的品牌方接触、洽谈。经过4年的努力，终于将My Gym引入中国，并赋予它一个本地化的品牌名称——美吉姆。2009年2月14日，中国的第一家美吉姆国际儿童教育中心在北京正式开业。这一天恰好是西方的“情人节”。这个浪漫的巧合，让美吉姆的到来显得格外温暖。

美吉姆致力于为中国的适龄儿童家庭提供全球领先的、种类丰富的早教课程和服务，它主张为儿童提供“非竞争性”的成长环境，不随意评价孩子智商与能力，而是营造积极、宽松的氛围，专注于孩子自身的进步和能力的发展，进而帮助他们建立自尊和自信。在此基础上，它还将“正强化”理念贯穿在课程始终，并贯彻独有的“纪律哲学（discipline）”，培养孩子良好的习惯和性格，并用孩子们喜欢的方式帮助他们学会自律。

越来越多的家长认识到，早期教育不仅仅是家长带着孩子去机构参加几次课程，回到家给孩子放音乐、看看认知卡片，而是要给孩子提供一个充满爱和自由又不失规则和平等的环境，根据婴幼儿的身心发展特点和认知能力，科学地对

其感官和大脑进行刺激，让孩子在丰富的体验、探索中实现各种能力的发展，自然成长为一个完整、独立、心灵自由、自尊、自信的人。具备这种心智特点的孩子，有着强大的内在力量和健全的人格，能坦然面对生活中的状况，也更容易获得更长远的发展。

就这样，刘俊君把对自己孩子的期待，变成了对无数个童年的悉心守护。

目光前瞻：尊敬知识产权，并购知识产权

在中国的早教市场上，美吉姆并不是第一个吃螃蟹的人。在美吉姆2009年进入中国市场之时，中国的早教行业已经是一个有着十多年发展历程的市场，竞争程度也已经相当激烈。从后起之秀到稳居行业龙头，美吉姆在刘俊君的带领下，一步步稳扎稳打，做出了许多超前于行业的决策。

2010年，美吉姆（中国）全面引入了全美最好的儿童早期教育艺术课程 Abakadoodle 和最具影响力的儿童音乐课程 Music Together，至此，美吉姆（中国）成为全球唯一同时开设儿童运动、音乐、艺术这三大早期教育课程的机构。美吉姆的课程体系，涵盖了儿童早期素质教育所需要的基本内容。2012年，美吉姆在中国开设的早教中心数量突破了100家，会员

突破了10万。当时有一些中国早教行业的品牌陷入苦苦挣扎的境地，而美吉姆的规模甚至已经赶超了一些有十多年发展的品牌，从开设第一家中心到拥有100家中心，美吉姆用了4年时间。

在中国的早期教育行业还处于自由发展阶段，大小品牌在忙着跑马圈地的时候，刘俊君就开始考虑对整个品牌做反向并购，从根本上解决品牌归属和知识产权的问题，保证美吉姆（中国）的可持续发展。

从2012年开始，经过多轮谈判，刘俊君于2014年10月签署了购买美吉姆亚洲地区业务的合同，并于2015年4月成功并购美吉姆亚洲地区业务，同时成为美吉姆全球最大的股东。

值得一提的是，美吉姆（中国）并没有为这桩金额高达数百万美元的并购而融资，而是果断使用公司自有资金。在品牌初创的几年时间里，刘俊君带领着美吉姆始终追求更稳固的根基和更长远的发展，而非满足于固守既得财富。种种举措，不仅前瞻性地解决了课程的版权问题，也使得美吉姆（中国）在发展早期即具备了完善的课程体系和清晰的知识产权。

为实现更长远的布局，刘俊君又于2016年1月成功并购 Abakadoodle 全球业务，将这门专业的、优质的儿童早期艺术教育课程纳入了美吉姆（中国）的整体发展，

既显示出对知识产权的尊重，又保证了美吉姆课程体系的完整性。

2020年，美吉姆又着手收购美吉姆品牌相关21项亚洲地区商标所有权，为美吉姆（中国）在亚太地区的进一步发展打开更广阔的天地。

从后来者到第一股： 美吉姆式奇迹撼动一个行业

宽敞的教室、舒适的环境、丰富的教具、地道的课程、一流的服务……美吉姆赢得了父母们的认可，树立了良好的口碑，为其做纯正的素质教育打开了崭新的局面。标准化管理和高品质服务，也是美吉姆能获得成功的必不可少的要素。全国范围内的美吉姆中心，都始终把贯彻美吉姆标准化的管理模式、精细化的运营规范作为第一要务，美吉姆（中国）总部对所有中心的日常运营进行严格培训、管理和考核，以保证所有会员都能享受统一的、高品质的课程和服务。

2009年，美吉姆就被中国国情调研中心教育委员会颁评为“2009年中国最具影响力儿童教育机构”。刘俊君没有停止思考，如何能让美吉姆产生更大的价值，让品牌的发展更加稳健和长远。从2012年开始，他就定下了一个目标：把美吉姆（中国）打造成一家10亿美元级别的企业。2018年，美吉姆（中国）与中植企业集团控股的三垒股份完成战略重组。2019年4月，“三垒股份”



在美吉姆上课的孩子们

正式更名为“美吉姆”，美吉姆正式成为中国早教行业第一股！

良好的发展态势也助力了品牌国际影响力的提升。自2018年以来，美吉姆已连续3年入围美国《Entrepreneur》杂志“全球特许经营200强”前30。它也从2002年开始连续19年登上《Entrepreneur》杂志“美国特许经营500强”排行榜。如今，美吉姆已是名副其实中国早教行业的领军品牌，它的各项举措也成为行业的标杆。

大力支持专业人才培养： 开早教行业先河

刘俊君极其重视培养高素质的专业人才，并做了许多开拓性的工作。在他的带领下，美吉姆投入大量的人力物力用于早期教育的科学研究和人才培养。早在2014年，在刘俊君和中国民主同盟的努力下，美吉姆（中国）联合北京师范大学成立了“北京师范大学-美吉姆早期教育研究基金”。这是中国首个

早期教育研究基金，致力于早期教育基础理论和教育实践指导双层面的研究，为中国0-3岁婴幼儿家庭和教育者提供更科学和专业的指导，并为国家政策的制定提供依据。美吉姆的创新实践对整个早期教育行业具有指导意义和示范效应，此后，行业内开始出现更多校企合作的案例，这在很大程度上促进了中国早期教育行业的发展。

2020年，美吉姆（中国）又与华中师范大学签署战略合作协议，将在未来5年内向华中师范大学投入1000万元，设立儿童早期教育研究基金，成立“美吉姆学院”和“美吉姆早期教育研究院”及一系列与儿童早期教育相关的专项课题、实践类教学、学术研究和创新项目，帮助双方师资和早教从业者提升职业素养，给予中国儿童家庭更科学和专业的早期教育指导，并为行业政策的制定提供更加扎实的理论依据。借助战略合作，双方发挥各自优势资源，建设产教研深度

融合战略合作新模式，为早期教育师资培养和产业发展助力，更好地服务于国家的战略需要，为早期教育事业作贡献。

发展新篇： 行稳致远，布局千店

孩子是祖国的未来。美吉姆的品牌口号是“绽放童心，赋能未来”。它坚持做家庭教育的有力补充，帮助父母为孩子一生的发展打好坚实的基础。不附会家长的表面诉求而忽视教育的本质，不为功利的目的宣扬教育的一蹴而就。相信随着市场的成熟和人们对早期教育重视程度的提升，只有能给客户带来真实价值的品牌才能得到长足发展。

如今，美吉姆进入中国已满12年，已在中国30个省、市、自治区开设了540多家中心，累计服务数百万会员，当期活跃会员达到50万。刘俊君为美吉姆定的下一个“小目标”是全国开设1000家店。大道行思，取则行远。从矢志创业那一刻到打造出如今的早教巨头，刘俊君一直都志在高远。

“我相信美吉姆带给中国小朋友的不仅是健康的心智、健全的人格、健硕的体魄，还有自尊、自信、自强，这些都是帮助小朋友在未来获得更好发展、勇敢追求自己想要的生活的基础。”这一切，是早教种子在一个父亲心中萌芽时的渴望，是刘俊君12年前的承诺，是美吉姆现在坚持和未来继续坚守的。🌱