

2020上半年中国K12在线教育行业研究报告

iiMedia Report | First half of 2020 China K12 online
education industry Research Report

艾媒未来教育研究中心



本报告主要采用手机APP测评、用户问卷调查等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
- 根据艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



2020年中国K12在线教育用户将达3765.6万人

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，预计2020年中国在线教育用户规模将达到3.51亿人，K12在线教育用户将超3700万人。2020年疫情期间，各大中小学均通过在线课堂进行复课，快速推动K12在线教育产品的普及。在应对用户激增以及需求升级的情况下，各大K12在线教育平台仍需要持续创新，保障服务质量，抓紧市场契机巩固自身良好发展态势。



K12在线教育优势愈加凸显，少儿编程类等素质教育兴起

随着升学压力增大、社会对教育的重视程度逐渐增强，覆盖幼儿园到高中人群且满足用户碎片化、远程学习需求的K12在线教育市场将持续发展。80后、90后父母对素质教育需求的扩大，也进一步带动了在线素质教育的兴起。其中，少儿编程类、数理思维类和绘画类在线素质教育受到资本市场及学生家长的青睐。



K12在线教育持续下沉，三四线城市或成竞争新战线

一、二线城市K12在线教育市场发展时间较长，市场较成熟，然则也面临同质化严重和竞争激烈的问题。受疫情影响下，下沉城市用户开始关注并了解K12在线教育。伴随下沉城市用户教培需求的持续提升以及线上教育消费的迁移，未来三四线城市将成为K12在线教育机构主要争夺的市场。



目录

- 1 / 2020上半年中国K12在线教育行业概况
- 2 / 2020上半年中国K12在线教育行业热点追踪
- 3 / 2020上半年中国K12在线教育行业用户调查
- 4 / 中国K12在线教育行业案例分析
- 5 / 中国K12在线教育行业发展趋势分析

01

2020上半年中国K12在线教育行业概况

“K12”又名“K-12”，全称为“Kindergarten to 12”，当前K12教育普遍被用来代指基础教育，时间阶段涵盖包括幼儿园到高中阶段，内容上包括传统学科教育、素质教育以及兴趣类教育等。



面向消费者



面向政府



面向企业

幼儿园

小学

初中

高中

各级教育主管部门



素质类培训机构

学科类培训机构

语言类培训机构

工具类在线教育

K12在线教育背景环境分析

政策

2020年5月，教育部发布《加快建立完整、系统的在线教育公共服务体系》；2019年7月，教育部等六部门联合发布《关于规范校外线上培训的实施意见》；2019年9月，教育部等十一部门再次联合印发《关于促进在线教育健康发展的指导意见》，以促进在线教育健康发展。

技术

大数据、人工智能、生物特征识别技术等应用于在线教育平台中，智能学习系统有利于精准匹配知识需求，及时反馈学生的学习成果。随着5G技术推广，直播教育用户体验也将得到进一步提升。

经济

2019年国家财政性教育经费为40049亿元，比上年增长8.25%，全国教育经费总投入为50175亿元，比上年增长8.74%。其中，全国学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育经费总投入分别为4099亿元、22780亿元、7730亿元、13464亿元。

社会

受消费升级的影响，人们精神文化需求愈加迫切，推动教育“刚需化”转变。在二孩政策、升学压力、社会对教育重视程度提高的共同推动下，K12在线教育规模不断扩大。



疫情对K12在线教育的影响



K12在线教育 需求激增

- 受疫情蔓延影响，线下教培活动受限，学校延迟复学、线下教培机构延迟复工，大众以往的线下教培活动转向线上，而三四线城市人群也开始逐渐关注并购买K12在线教育服务。
- 疫情产生的大片空闲时间，驱使更多家长通过线上教育提升孩子学习和素质能力，K12在线教育需求迅猛增长，新客量阶段式爆发增长。
- K12在线教育新增用户更多来自三四线城市人群，这部分用户对价格因素更为敏感，这也对后续的用户转化提出了一定的挑战。

K12在线教育赛道火热 平台机遇与挑战并存



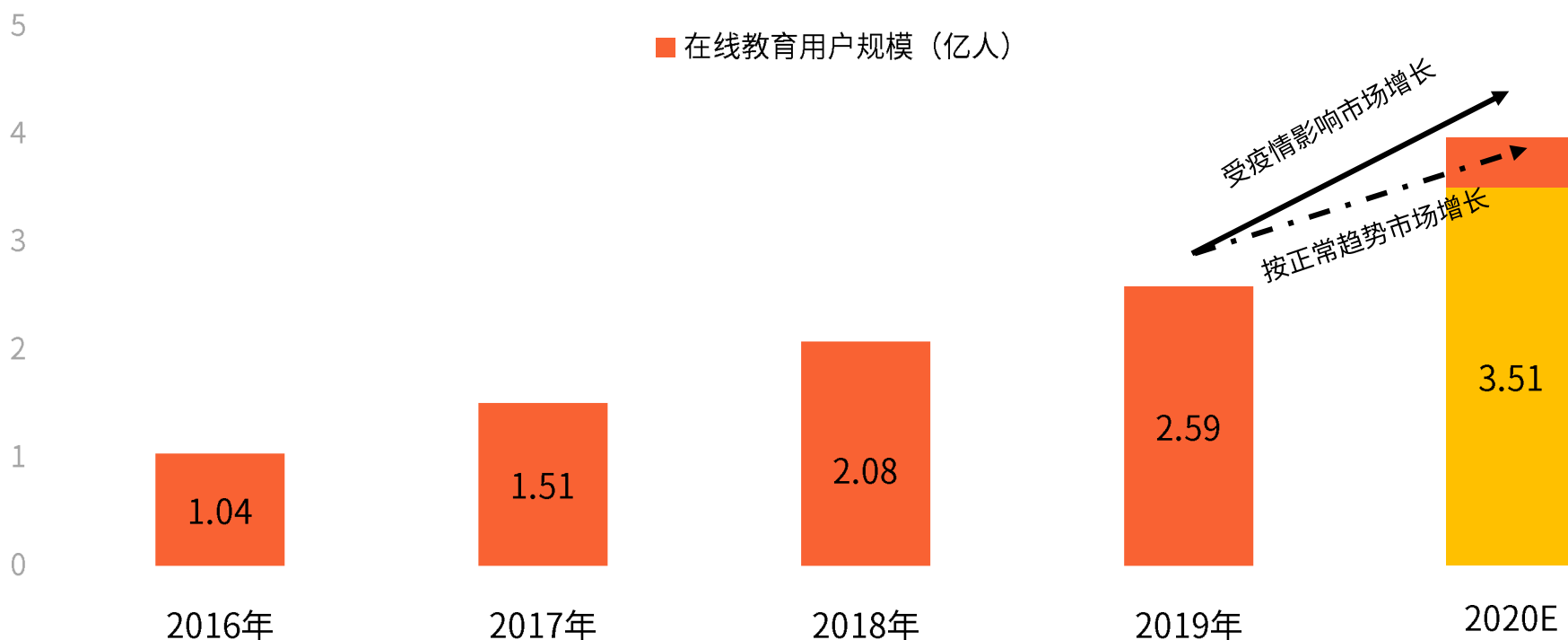
- 疫情期间，教育部提出“利用网络平台、停课不停学”号召，有道精品课、猿辅导、新东方在线等平台积极响应援疫，而腾讯、快手、优酷、钉钉、字节跳动等巨头也纷纷抢占K12在线教育赛道。在国家号召、平台布局下，社会对K12在线教育的认知和信任度逐渐提升。
- 巨头入局、低价获客以及营销推广等都在一定程度上加大了K12在线教育机构的运营压力。

2020年中国在线教育用户规模将达到3.51亿人

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2020年受疫情影响，在线教育需求得到激化，包括传统院校均尝试使用线上课程来保证教育计划的推进。预计2020年，中国在线教育用户规模将达到3.51亿人。艾媒咨询分析师认为，在线教育在教学时间空间的自由度、授课方式的丰富度以及个性化等方面的优势逐渐显现，市场渗透率有望持续增长。

2016年-2020年中国在线教育用户规模及预测

The scale and forecast of online education users in China from 2016 to 2020



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

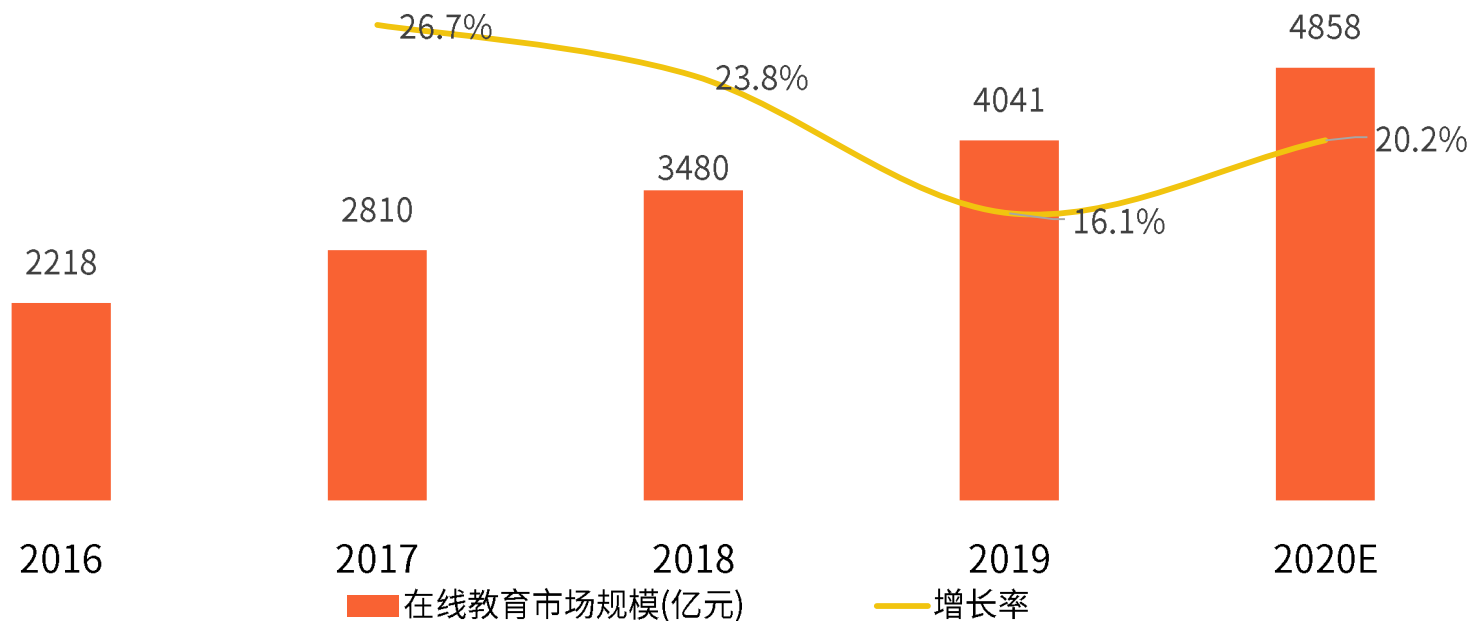
注：艾媒咨询会根据市场实际运行情况对预测规模作动态调整。

2020年中国在线教育市场规模将达4858亿元

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，预计2020年中国在线教育市场规模将达到4858亿元。艾媒咨询分析师认为，受疫情特殊影响，大众在线教育消费进一步提速，在线教育市场迎来发展关键节点。随着人工智能、大数据等技术的逐步升级，在线教育产业仍将保持稳健发展态势，助力中国教育产业创新变革。

2016-2020年中国在线教育市场规模及预测

Chinese online education market scale and forecast from 2016 to 2020



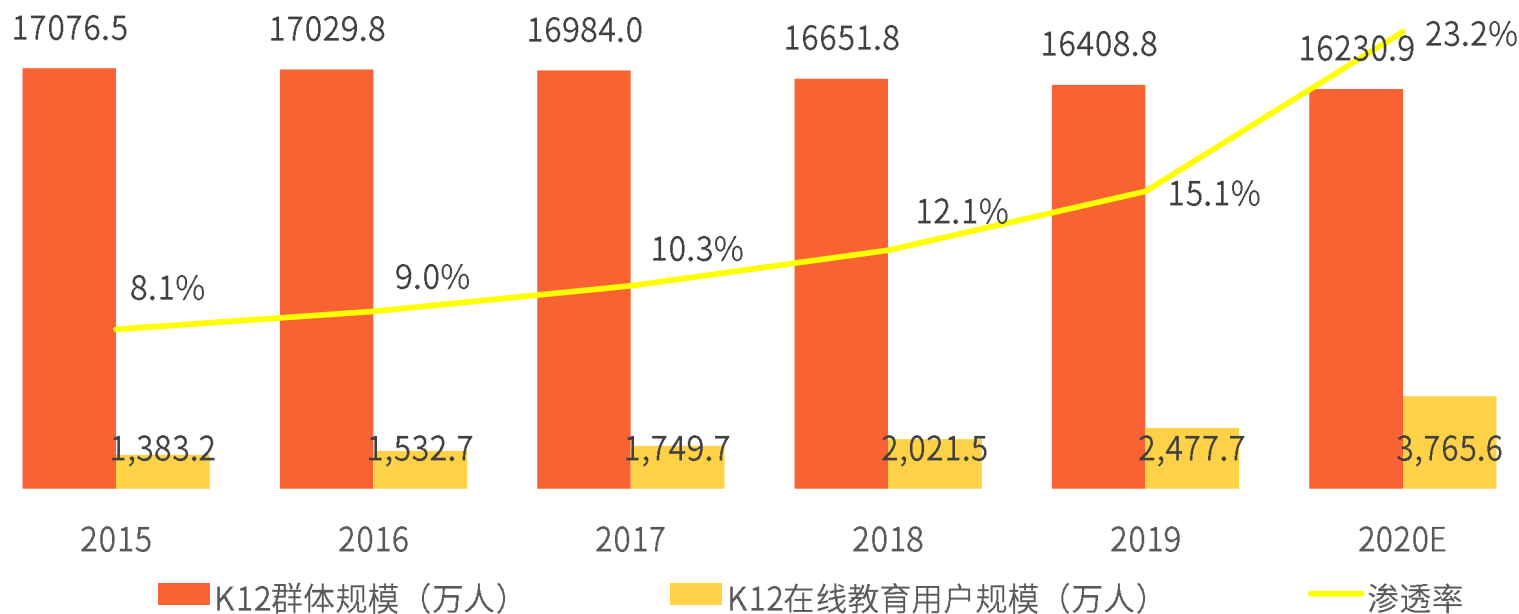
2020年中国K12在线教育用户将达3765.6万人



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2020中国K12在线教育用户渗透率快速增长，达23.2%，用户规模超3700万人。艾媒咨询分析师认为，2020年上半年，各大中小学均通过在线课堂进行复课，快速推动K12在线教育产品的普及。在应对用户激增以及需求升级的情况下，各大K12在线教育平台仍需要持续创新，保障服务质量，抓紧市场契机巩固自身良好发展态势。

2015-2020年中国K12在线教育用户规模及预测

Chinese K12online education user scale and forecast from 2015 to 2020



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注：K12渗透率特指全年活跃时长跨度大于20天用户。2020年已剔除因新冠疫情官方统一组织的非营利性临时线上教学人数。

中国K12在线教育行业图谱



注：未穷尽所有企业

中国K12在线教育细分市场解析-工具类

K12在线教育工具类目主要包括题库、作业答疑、语言学习以及智能学习等几大类。工具类教育APP、网站能够满足用户多样化的需求，包括学习、练习、复习和巩固知识点。

题库类工具



小猿搜题



猿题库



学霸君



阿凡题

- 题库类工具包括：小猿搜题、猿题库、学霸君、阿凡题、易题库等。
- 此类工具帮助中小學生高效练习、学习和复习知识点。

作业答疑工具



作业帮



一起作业



作业盒子



闻题鸟

- 作业答疑工具包括：作业帮、一起作业、作业盒子等。
- 用户可在此类工具上通过拍照、语音等方式得到难题的解析步骤、考点答案。

语言学习工具



有道词典



金山词霸



百词斩



可可英语

- 语言学习工具包括：有道词典、金山词霸、可可英语等。
- 用户可在此类工具上搜索、翻译单词及句子，并练习口语。

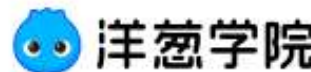
智能学习工具



乐乐课堂
天天练



盒子鱼



- 智能学习工具包括：洋葱学院、乐乐课堂天天练、盒子鱼等。
- 此类工具主要依托在线内容研发，提供短视频等形式的学习资料。

中国K12在线教育细分市场解析-课程类

K12在线教育课程类全科辅导包括掌门1对1、海风教育、松鼠Ai 1对1、学霸君1对1、辅导君、三好网等，提供语文、数学、英语、物理、化学、生物、历史、政治等多科目教学课程。

课程类全科辅导



掌门1对1



海风教育



学霸君1对1



松鼠Ai 1对1



辅导君



三好网



昂立嗨课堂



溢米辅导



游鲸课堂

名校讲师+1对1定制学习方案

在线教育课程类辅导通过高学历、高能力的老师以及定制化的学习方案、灵活的上课时间，吸引了大量用户。

匹配合适的科目类型

根据学生自身情况匹配适合的科目类型，选择学习的科目数量，提升学生的综合学习水平和综合能力，并随时跟进学生学习动态。

艾媒咨询分析师认为，课程类全科辅导，以多种科目教学为主要模式，一定程度上降低了家长选择在线教育的门槛，满足了消费者多样化的需求。随着1对1全科辅导模式平台的增加，课程类平台应注重严格把控课程质量，保障学生家长权益，凸显自身优势、建立竞争壁垒。

中国K12在线教育细分市场解析-综合类

综合类网校

- 综合类网校包括学而思网校、新东方在线、有道精品课等。
- 综合类网校服务涵盖教学、作业、习题、课外辅导四个环节，满足学生需求。



学而思网校



有道精品课



猿辅导



作业帮

“学而思网校”



- 课程+答疑+测试：**学而思网校，包括学而思培优、学而思语文、乐加乐英语、东学堂语文等为6-18岁孩子提供小学、初中、高中全学科课外教学。包括直播上课、实时互动、在线辅导、课堂测试、语音测评、及时答疑等。

“新东方在线”



- 全科+乐播课：**新东方在线拥有新东方在线、新东方在线中小学、东方优播、新东方多纳四大ToC业务线。其中，新东方在线中小学针对K12阶段学生提供全科教学辅导服务；东方优播面向K12阶段用户提供以乐播课为主，辅以直播、录播、一对一等教学服务。

中国K12在线教育细分市场解析-To B类

随着K12在线教育分工日益明细，To B产品和服务也已逐渐成为教育行业的基础设施。以爱学习、乐乐课堂、未来魔法校等为代表的To B综合类供给平台崛起，为各类型教培机构提供教育内容供给（教学内容供给+教研能力支持）、个性化课堂解决方案以及教育教学技术等。



综合供给平台



爱学习开放平台为中小培训机构提供课程内容
及备授课系统、在线课程以及线上线下双师等
综合解决方案。



乐乐课堂旗下乐乐轻课开创录播双师模式，以
极致接近线下课堂的体验，标准化、结构化、
数据化的高质量内容，解决下沉市场中小机构
“缺老师、不提分”的痛点。

教材教辅



双师课程



校长培训

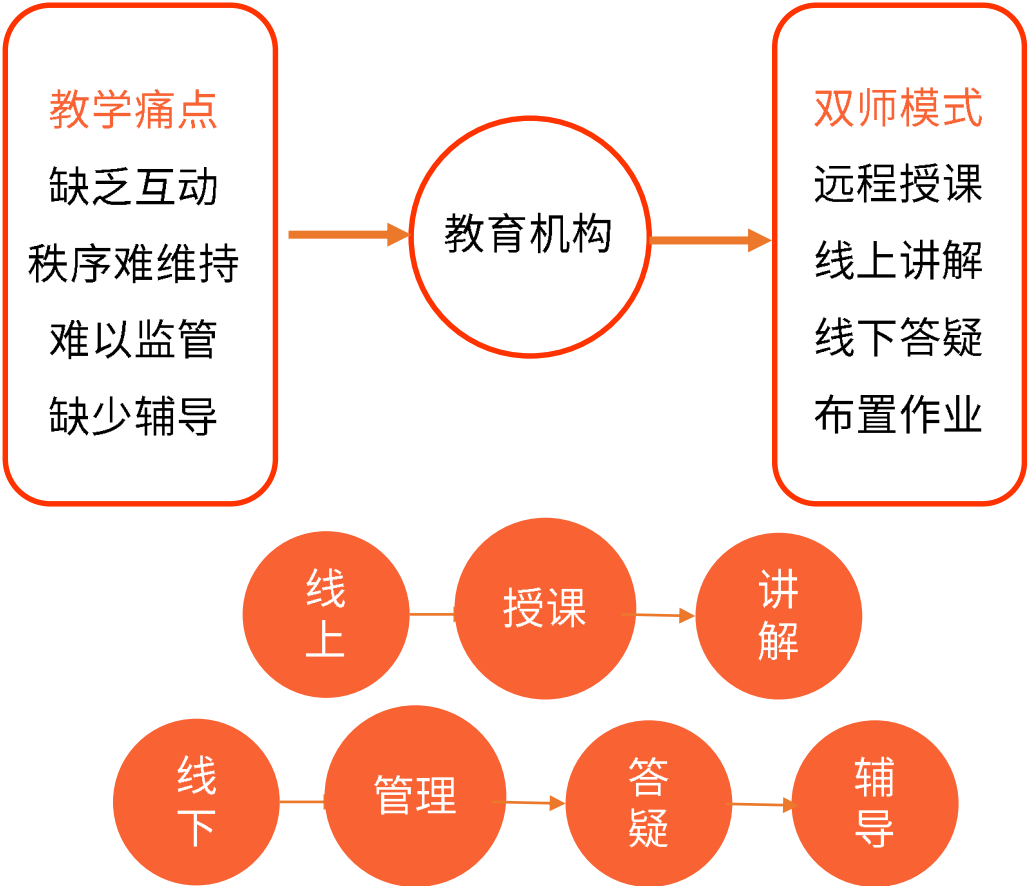


02

2020上半年中国K12在线教育行业热点追踪

行业热点-双师课堂模式赋能线下教育

远程线上教育存在缺乏互动、秩序难维持、难以监管、缺少辅导等问题，双师课堂既能通过资深的教师在网络上进行线上教学，教授新知识，又通过线下助教，进行学生互动、辅导、答疑，保证了教学质量和效果。（备注：双师模式是指“名师直播视频教学+线下辅导老师答疑”的模式，其中一名教师在远端进行教学指导，另一名教师在实地课堂上进行辅助教学。）



时间	相关企业动态
2015年	好未来在南京分校试行双师课程
2016年	新东方在泰安设立首个纯双师分校
2016年	凹凸、明师、星火教育等纷纷推出双师课程
2017年	好未来开始建立纯双师教学点
2018年	卓越教育推出双师加盟项目
2019年	乐乐课堂推出录播双师产品乐乐轻课

行业热点-品牌信任形成良性循环：新东方、学而思



在K12在线教育领域深耕多年的企业已形成品牌信任，代表性企业，如好未来旗下学而思网校、新东方、网易有道、掌门1对1、VIPKID、作业帮、一起作业等年营收已达到亿元量级。

产品服务品质有保障

师资力量雄厚，教师均来自国内外名校，部分教师来自哈佛北大等，且经过专业的培训。学生体验良好，复购率高。

服务场景全覆盖

教育服务全方位，旗下品牌众多，满足各类学生需求。以新东方为例，其旗下产品覆盖了K12教育的各个领域。



√4



课堂解决方案完整

一是硬件设施齐全，例如信息管理系统、电子教材、导学课件完整，内容丰富。二是软件与方案较成熟，能够根据学生类型与特点进行教学与服务。

互联网教育创新

双师模式“主讲+辅导老师直播教学”追踪学习环节，把关学习效果。

学而思网校

主讲直播授课

辅导老师1对1答疑

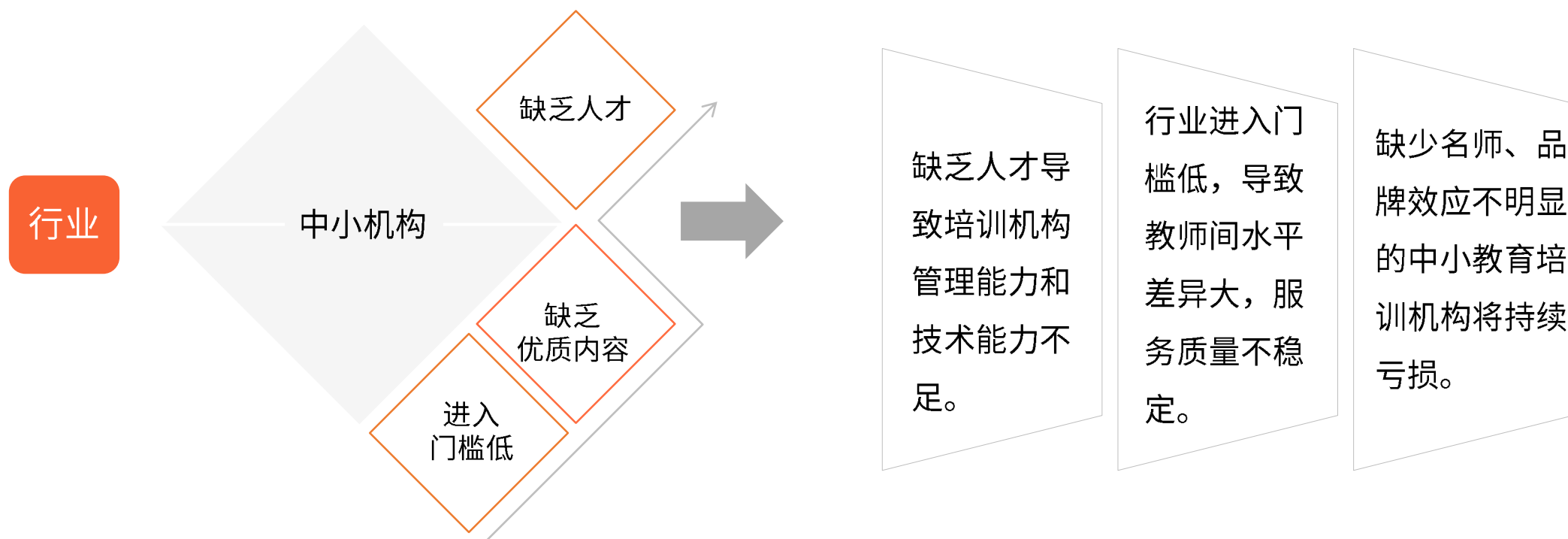
课堂体验

学测结合

针对性辅导

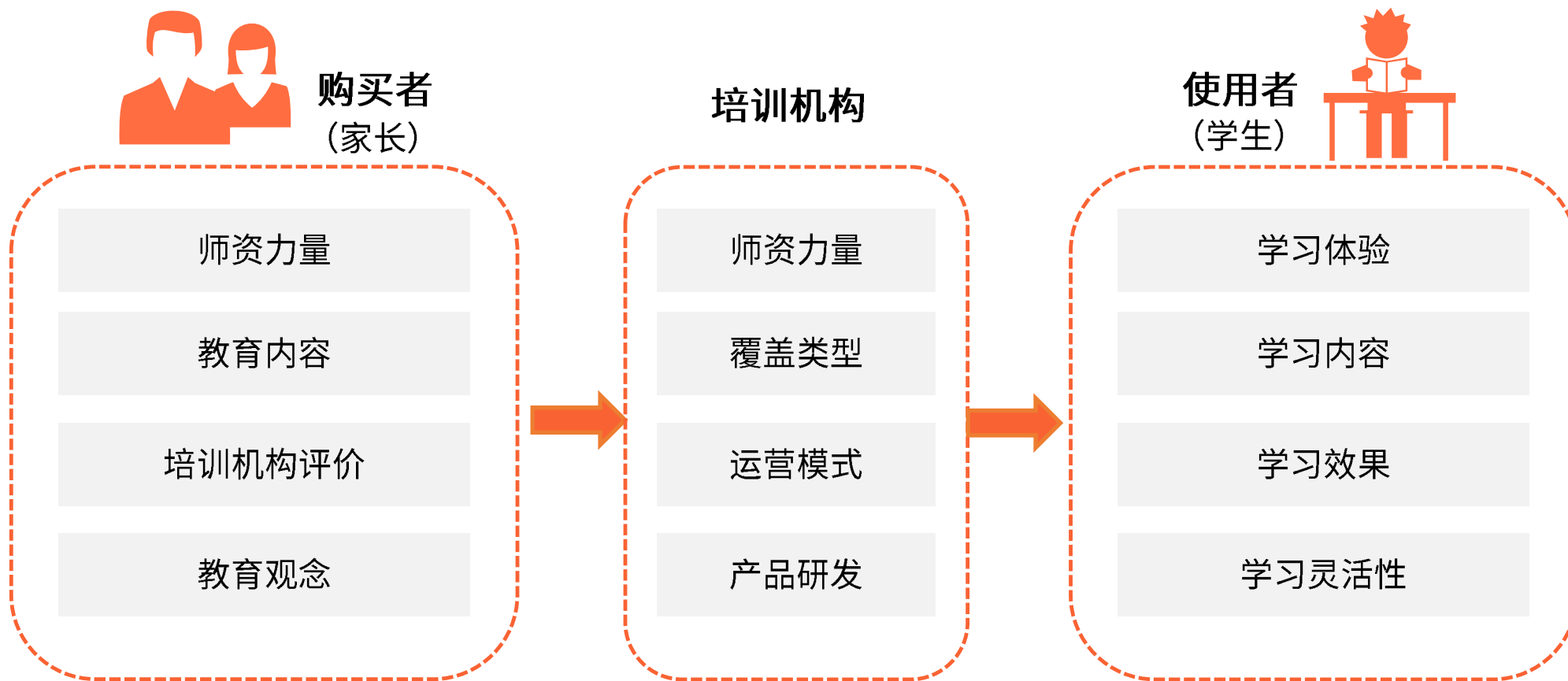
行业热点-行业内优胜劣汰，中小机构持续亏损

三线及以下城市的K12教育中小机构，教师可以提供完整的教学服务，无需进行复杂的学生个性化服务管理，行业进入门槛低导致机构众多。虽然边际成本较低，但是行业内已有品牌占有较大市场份额，缺乏盈利模式、品牌效应不明显、服务质量不稳定的中小机构持续亏损。另外，中小机构无力负担目前较受欢迎的自营双师课程带来的高成本和高风险。



行业热点-家长需求升级，对产品质量要求较高

新一代家长的经济能力有所提升，对课外培训教育观念有所变化，愿意为孩子的教育付出更多的精力和资金；其对培训机构的师资力量和教育内容辨别能力较强，对课外培训机构的产品质量要求较高。



行业热点-疫情下资本抢占K12在线教育赛道

2020年疫情期间，线下教培活动受限，线上教育需求迅猛增长，K12在线教育也迎来加速发展新机遇。伴随K12在线教育发展潜力的显现，资本也纷纷抢占此赛道，其中猿辅导、作业帮更是获得了高额投资。

时间	公司	金额	投资方	轮次
2020年1月10日	新工厂创客教育	数百万人民币	HAX、胡剑锋	天使轮
2020年1月22日	燃天网校	600万人民币	紫光学大	天使轮
2020年2月17日	果肉网校	数千万人民币	头头是道投资基金 清流资本、真格基金等	A轮
2020年2月18日	果肉网校	1亿人民币	微光创投 元启资本（财务顾问）	A+轮
2020年2月29日	精锐教育	2500万美元	Yiheng Capital	战略投资
2020年3月6日	智滕教育	未透露	真格基金、国金投资	A轮
2020年3月31日	猿辅导	10亿美元	高瓴资本（领投） 腾讯投资、博裕资本	F轮-上市前
2020年6月29日	作业帮	7.5亿美元	方源资本（领投） Tiger老虎基金(中国)（领投） 卡塔尔投资局QIA	E轮
2020年7月6日	凹凸教育	数千万人民币	立思辰	战略投资

数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

行业热点-少儿编程获得资本青睐

近年来，少儿编程逐步受到重视，伴随而来的是资本追逐势头的日益强盛。2020上半年，少儿编程细分领域发生多起投融资事件，其中编程猫在2019年11月获4亿C轮融资后，于2020年4月再获2.5亿融资。

时间	公司	金额	投资公司	轮次
2020年1月8日	EzCode/易码当先	数百万人民币	未透露	天使轮
2020年1月19日	幻码星球	未透露	浙大友创	天使轮
2020年2月6日	VIPCODE编程	未透露	盛通股份	战略投资
2020年3月2日	乔斯少儿编程	未透露	蓝象资本	天使轮
2020年3月11日	代码星球	未透露	珂玺资本、前海恒昇基金	天使轮
2020年3月23日	小码王	1.5亿人民币	未透露	C轮
2020年3月27日	鲸鱼机器人	数千万人民币	普维资本（领投）	A+轮
2020年4月17日	编程猫	2.5亿人民币	招银国际（领投） 粤科金融、盛宇投资等	C+轮

数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

03

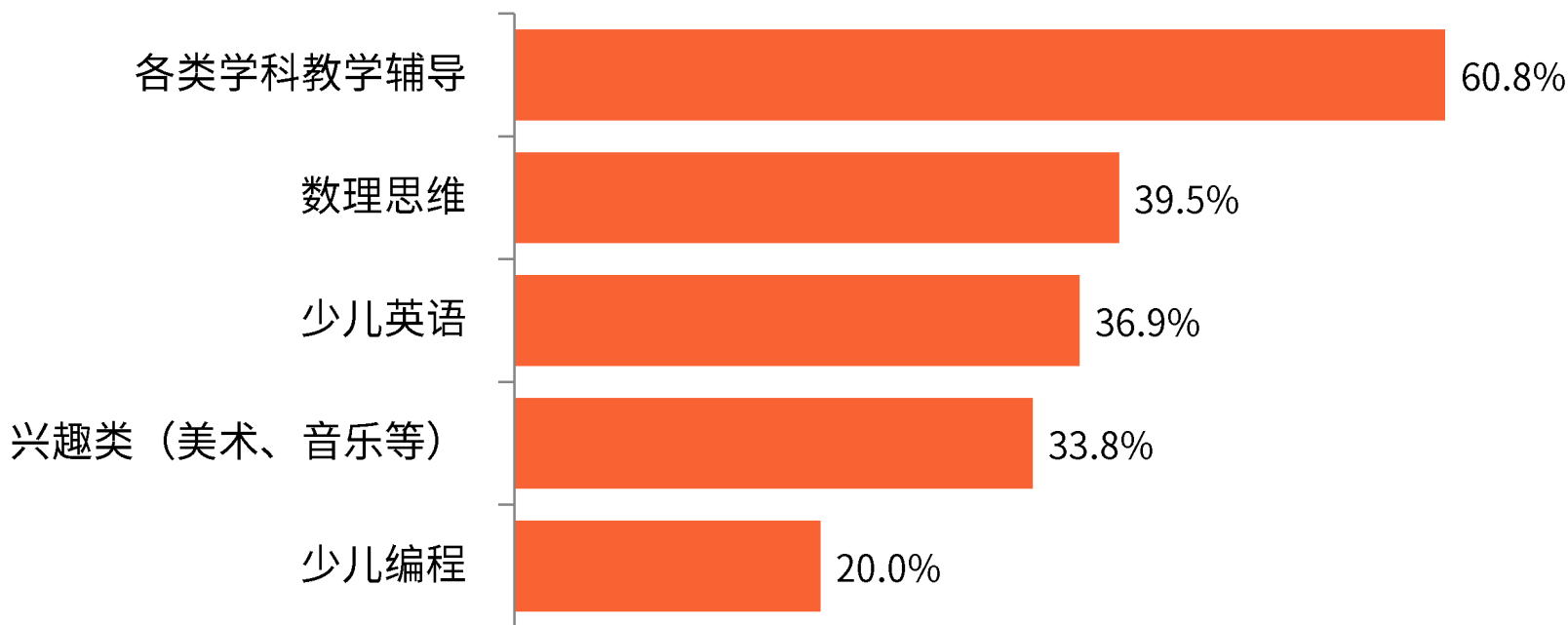
2020上半年中国K12在线教育行业用户调查

兴趣类以及编程类学习需求逐步提升

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，60.8%的受访者需要各类学科辅导类教学，超过三成的受访者需要数理思维、少儿英语、兴趣类（美术、音乐等）教学。艾媒咨询分析师认为，随着家长教育观念的转变，不仅重视基础学习，也逐渐重视学生素质综合能力。相较于2019年，兴趣类以及编程类教育需求仍在逐步提升。

2020上半年中国K12在线教育用户需求类别调研

Research on the demand categories of K12 online education users in China in 2020H1



直播一对一授课更受用户青睐

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，28.2%的受访者偏好直播1V1授课，其次是直播小班授课和双师模式。艾媒咨询分析师认为，一对一以及小班授课基于在教学质量上的保障，得到了家长的认可。同时，双师模式的教学模式，在保证学生教学质量的同时，也有效降低机构平台的运营成本压力，也逐步受到学生以及平台的青睐。

2020上半年中国K12在线教育用户教学模式偏好调研

Research on the preference of K12 online education users in China in 2020H1



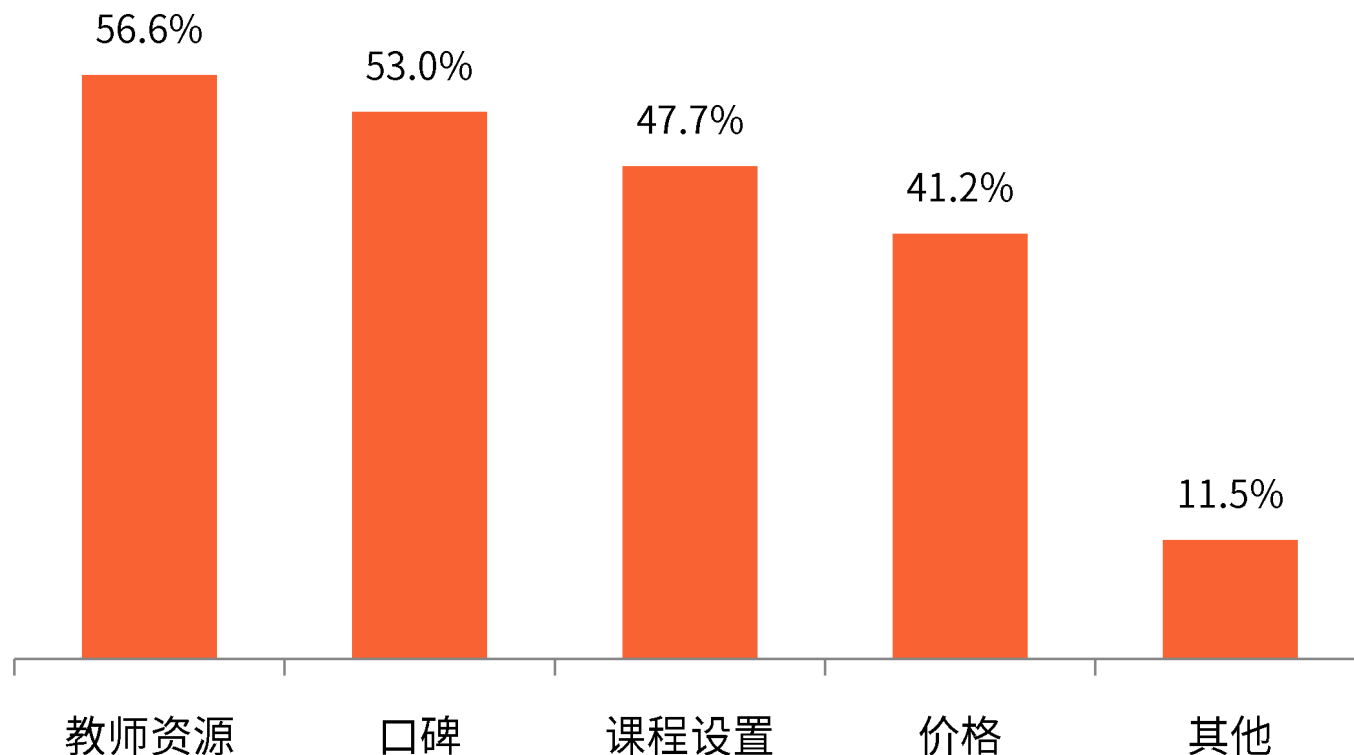
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）
样本量：N=1348；调研时间：2020年6月

教师资源是用户选择平台的首要影响因素

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，56.6%的受访者在选择K12教育平台时会考虑教师资源，其次是口碑、课程设置和价格。艾媒咨询分析师认为，K12在线教育平台突出平台师资优势可吸引用户试听课程进而转化购买。

2020上半年中国K12在线教育用户选择平台影响因素调研

Research on Influencing Factors of K12 online education user selection platform in China in 2020 H1



数据来源：艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

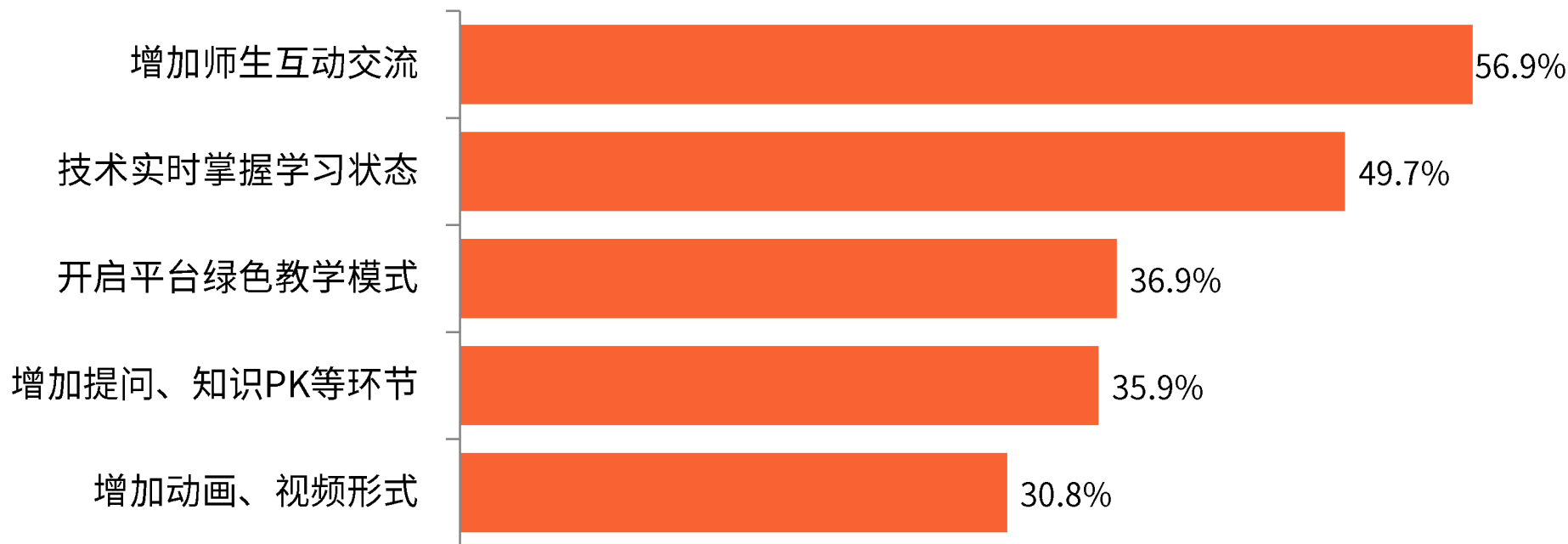
样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)
样本量：N=1348； 调研时间：2020年6月

在线教育平台互动性仍有待提升

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，56.9%的受访者认为增加师生互动交流可以提升K12在线平台学生学习专注度，49.7%的受访者认为技术实时掌握学习状态可以提高学生专注度。艾媒咨询分析师认为，相较于线下课堂，当前在线教育学习氛围较弱以及缺乏监督有可能造成学生专注程度不足。各平台仍需要针对在产品设计与技术应用上作进一步升级，提高学生在线课堂的学习质量。

2020上半年中国K12在线教育用户对提升专注度看法调研

Research on the views of K12 online education users on enhancing their concentration in 2020H1

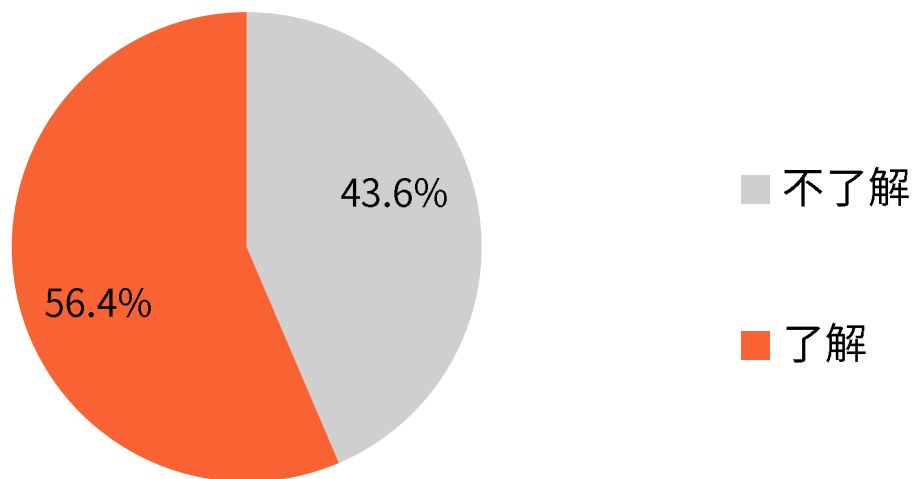


超半数受访者了解K12在线教育“双师辅导”

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，56.4%的受访者表示了解K12在线教育“双师辅导”模式。双师模式主要指课程包含主讲老师以及辅导老师，分别负责教学以及督学任务。艾媒咨询分析师认为，双师模式采用“名师直播视频教学+线下辅导老师答疑”模式，既有效的放大了优秀教师的产能，使教学触达更多用户，同时通过线下辅导老师的设立，实时跟进教学效果。通过双师模式，机构平台能实现更高效的运作，同时也保障了学生的学习效果。

2020上半年中国K12在线教育用户对“双师辅导”了解程度调研

Research on the understanding of "double teacher tutoring" among K12 online education users in China in 2020H1

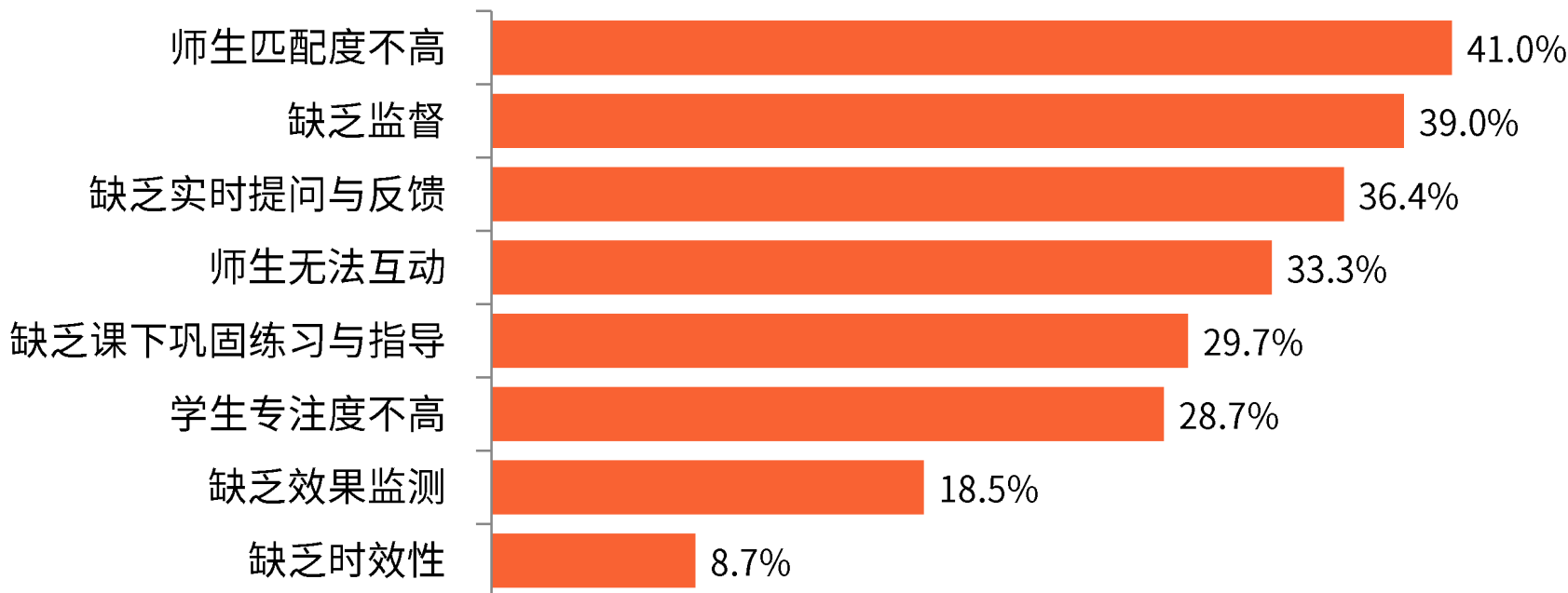


“双师辅导”提升师生互动效果

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，41.0%的受访者认为“双师辅导”可以解决师生匹配度不高的问题，超过30.0%的受访者认为“双师辅导”可以解决缺乏监督、缺乏实时提问与反馈以及师生无法互动问题。艾媒咨询分析师认为，“双师辅导”能有效跟踪学生学习效果，从而解决师生在匹配度还有课后监督问题，打造更高效的效果反馈机制。

2020上半年中国K12在线教育用户对“双师辅导”解决痛点认知调研

Research on the demand of K12 online education users in China to meet the demand of "double tutoring" in 2020H1

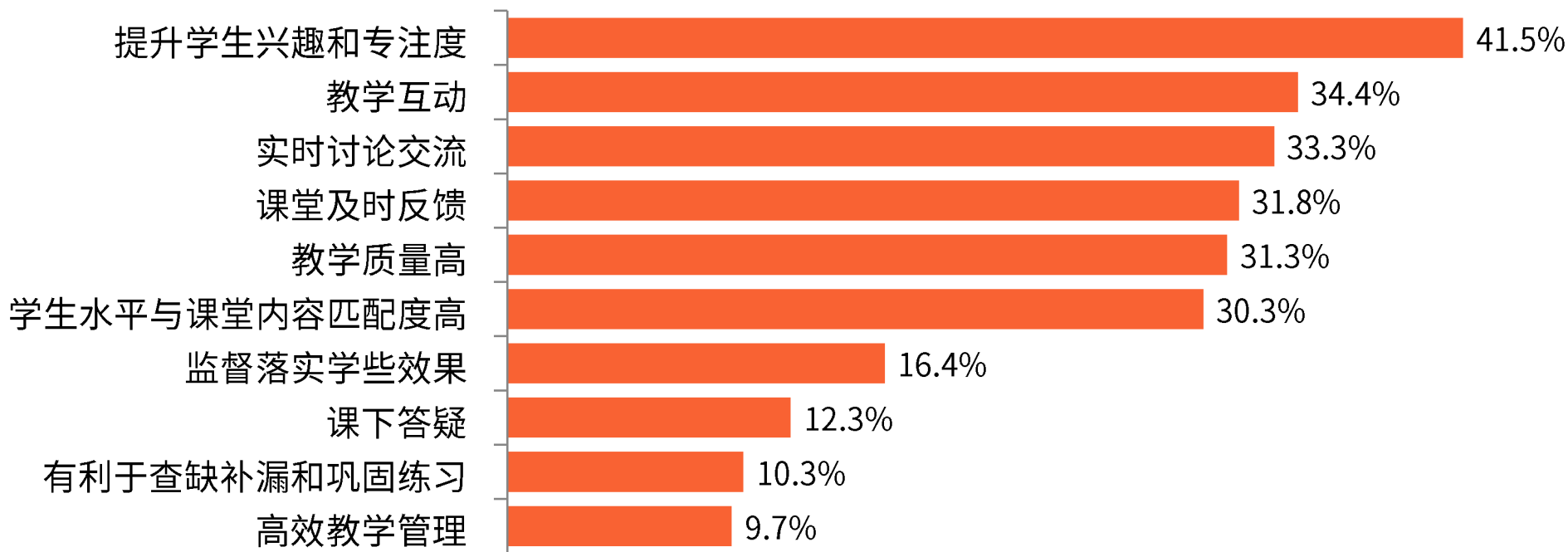


“双师辅导”模式受认可

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，41.5%的受访者认为“双师辅导”可以提升学生兴趣和专注度，超过30.0%的受访者认为“双师辅导”可以增强教学互动、实时讨论交流并且教学质量高。艾媒咨询分析师认为，在实现学生教学效果更高效的反馈后，“双师辅导”也进一步提升学生的教学质量，其教学效率得到用户的认可。

2020上半年中国K12在线教育用户对“双师辅导”优势看法调研

Research on "K12" users' views on online tutoring in China in 2020H1

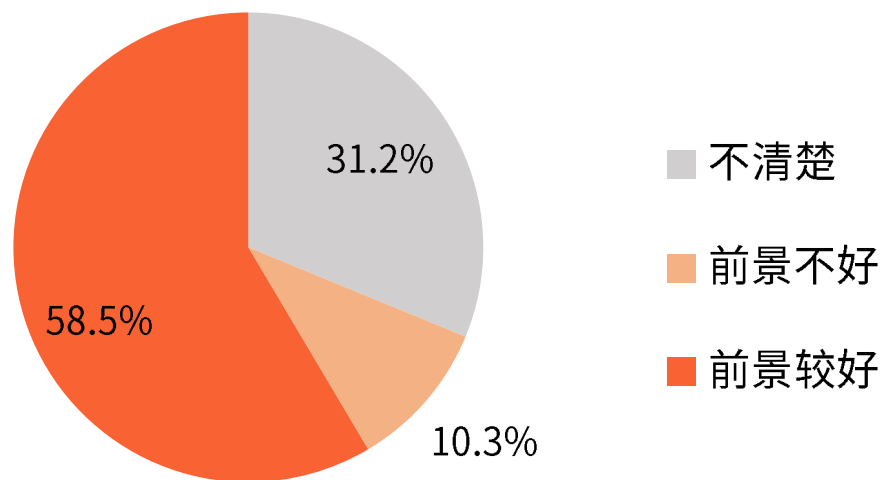


近六成受访者认为“双师辅导”前景较好

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，58.5%的受访者认为“双师辅导”前景较好，仅有10.3%的受访者认为“双师辅导”前景不好。艾媒咨询分析师认为，“双师辅导”有效赋能线下教育机构，促进教育资源的进一步均衡。

2020上半年中国K12在线教育用户对“双师辅导”未来前景看法调研

Research on the future prospects of "double teacher tutoring" among K12 online education users in China in 2020H1



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)
样本量：N=1348； 调研时间：2020年6月



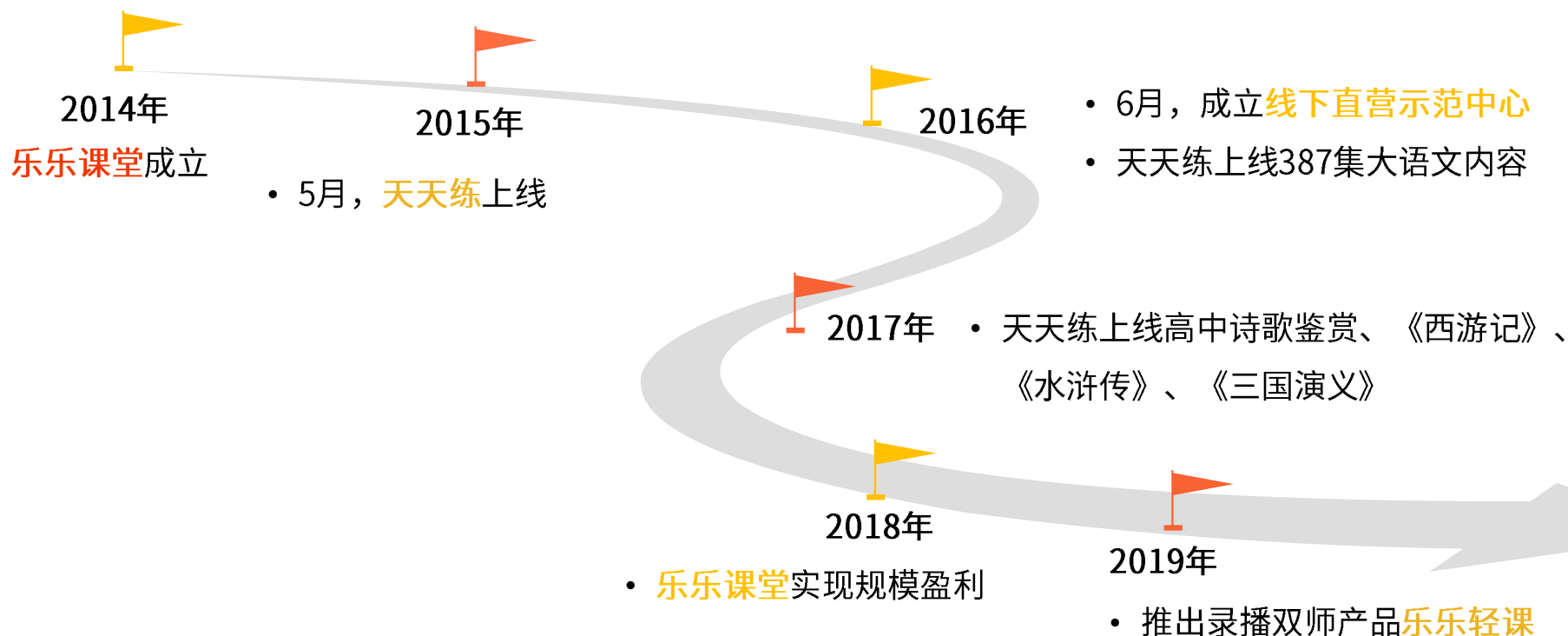
04

2020上半年中国K12在线教育行业案例分析

乐乐课堂：中国领先的中小学个性化学习平台

成立于2014年的乐乐课堂，致力于在中小学领域建成中国优质的标准化、结构化、数据化的互联网内容服务平台，让每个学生平等接触到优质的教学资源。一直以来，乐乐课堂秉承“让学习不要太痛苦”的产品理念，以内容为基石，打造出乐乐轻课、天天练、乐学堂等明星产品。

乐乐课堂发展历程



乐乐课堂：行业首创录播双师模式

乐乐课堂旗下乐乐轻课首创的“录播双师”模式，以优质内容和本地化教研为基础，让优质教育资源真正下沉到三四线城市及以下乡镇，赋能中小机构，解决下沉市场“缺老师、不提分”痛点，让学生真正受益。艾媒咨询分析师认为，乐乐轻课通过线上名师授课、线下老师传递情感和管理课程进度，帮助学生们快速掌握知识点，真实提分，提升学习效率。

乐乐轻课



行业首创“录播双师”模式

本地化教研

本地化服务

数据来源：企业访谈、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

乐乐轻课录播双师成效



1年 3000+ 家
合作机构



平均90%+
续班率

内容优

效果好

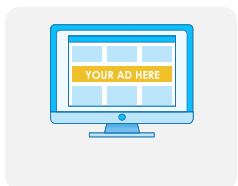
门槛低

复制快

乐乐课堂：录播互动双师有效赋能K12下沉市场

乐乐轻课录播互动双师

传统教育模式



在线教育平台



线下教培机构

传统在线教育缺点

教学质量不高

- 师生匹配度不高（老师不了解学生水平，学生听不懂）
- 缺乏实时提问与反馈
- 缺乏课下巩固练习与指导

教学管理不高效

- 缺乏监督管理、缺乏效果监测
- 缺乏时效性，教学管理效率较低



线上名师

传授优质教学内容



线下老师

传递情感及课程进度管理

标准化、高水平录播课程
知识点短视频

课堂互动、监督
情感输出、正向激励



乐乐课堂以优质内容为基础，极致接近线下课堂体验的“录播互动双师”产品，解决下沉市场（三四线及县乡镇）200万中小机构“缺老师、不提分”痛点。艾媒咨询分析师认为，录播双师将有望成为K12在线教育下沉的最优解之一。

网易有道：K12在线教育内容与工具流量协同并进

网易有道正在以其原有工具产品矩阵为主要流量池，通过有道精品课和在线教育产品矩阵加速进军K12在线教育领域。一定程度上，产品技术创新能力是网易有道入局K12在线教育的底层支撑，包括有道精品课的名师互动大班、少儿教育启蒙等产品，都借助了网易有道的产品技术能力赋能广大师生。

网易有道在线教育产品矩阵



网易有道少儿教育启蒙计划



有道数学

专注于满足3-8岁儿童树感启蒙等的儿童教育APP，推出数学思维提升计划，采用国际领先HIBL教育理念



有道乐读

少儿阅读力培养中心，2019年发布面向0-11岁儿童的阅读力课程，用科学方法培养孩子终身阅读习惯



有道少儿英语

专注3-8岁儿童设计的高品质、沉浸式AI互动的英语启蒙系列课程



有道卡搭

面向3-8岁用户的少儿编程思维培养平台，构建国内首个儿童编程开放生态社区双螺旋课程体系



有道小图灵

面向7-18岁青少年的编程学科化课程产品，致力于打造专业科学的编程普及教育

有道精品课：专注于K12大班直播双师业务

有道精品课是网易有道旗下专注于K12大班直播双师业务的在线教育品牌。有道精品课以优质名师、科学教研和AI技术为驱动，已推出了覆盖从少儿到高中全年龄段的课程，并打造了众多爆款课程IP。疫情期间，有道精品课在优质内容基础上，通过课程资源开放，以及与央视频、B站等平台合作布局等方式，有效促进K12在线教育业务的高速增长。2020年第一季度，有道精品课销售额达4.5亿，同比增长311.9%；K12正价付费人次达15.3万人，同比增长358.7%。



有道精品课

- 专注于K12大班直播双师业务
- 名师+科学教研+AI技术
- 覆盖小初高全年龄段优质精品课程

2020Q1有道精品课业绩情况

YouDao Quality Class Performance in 2020Q1



销售额

达4.5亿



311.9%

同比增长



K12正价付费人次

15.3万人



358.7%

同比增长

数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

有道精品课：技术驱动开创名师互动大班创新模式

从直播大班到双师大班，教育模式的创新使得教学变得更加高效，但是目前K12大班教学产品设计也存在自主探索与被动听讲、掌握程度与教学进度、个性化教育和标准化教育三方面的核心问题。因此，为解决传统大班教学中存在的矛盾的同时，以及在商业模式和教学效果中找到平衡点，有道精品课推出了新的教育产品模式——名师互动大班模式。

名师互动大班模式

从单向输出到双向互动

名师互动大班是双师大班的升级，在包含双师大班所有元素（直播、主讲老师、辅导老师）基础上，增设智能化的机器辅助互动环节，具有三大核心特征：结构化、个性化的练习与探索实现沉浸式课堂；智能化机器辅助提升教学效率；课后与课上练习环节的高效配合打通学生学习链条。

智能化产品链条打通课中课后

有道精品课的名师互动大班模式，依托于智能化的产品链条，在课后场景中，也能及时有效满足大班课堂学生的课后学习需求，实现自主探索和个性化学习。如网易有道的英语作文智能批改功能，学生用智能笔完成作文后，作文内容随即便可同步到系统里，并即时查看AI老师的批改结果。

有道精品课的名师互动大班模式是在原有双师大班模式上的再升级，是融合了互联网与人工智能技术，对AI、网络实时通信、自动化判题、交互设计等技术的深挖而推出的创新性教育模式。

新东方：老牌教育机构蓄力K12在线教育

新东方教育科技集团，由1993年11月16日成立的北京新东方学校发展壮大而来。新东方作为老牌教育机构，于2004年开始布局K12教育，伴随K12教育的持续升温，2017年新东方将其作为重点开发项目。经过多年的发展，新东方在K12教育业务上日渐成熟，形成了学前业务、中小学业务等多个业务板块。



新东方K12布局之路

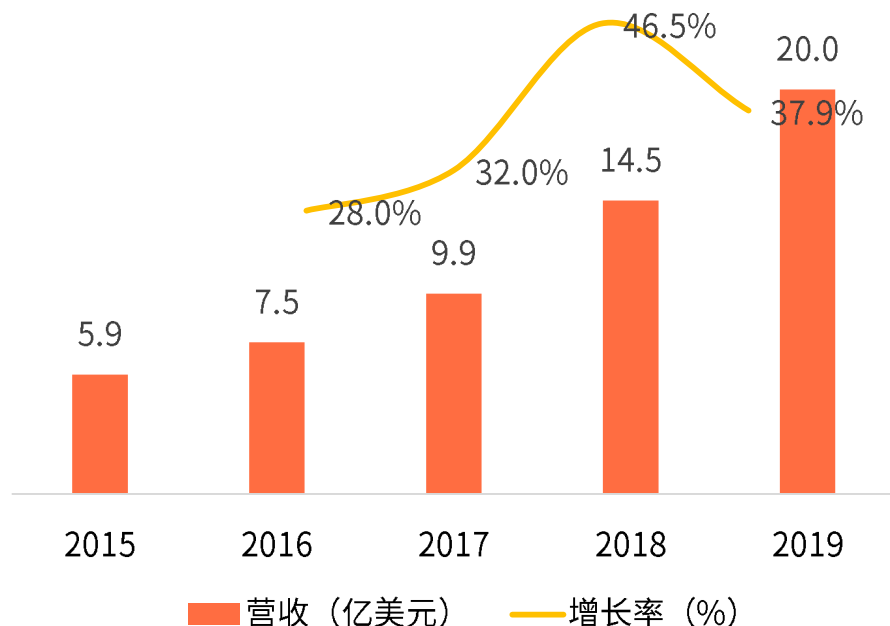


新东方：K12业务成为新东方营收增长的主引擎

当前，K12业务已逐渐成为新东方营收增长的主引擎。2015年至2019年，新东方K12教育业务营收持续增长。截止至2019年11月30日，新东方旗下在线教育平台——新东方在线K12业务实现69.4%的营收增长，2020年新东方持续对双师模式和新东方在线的K12教育业务的新举措进行了战略性投入，在第三季度中K12中小学全科教育业务取得约24%的收入增长。

2015-2019年新东方K12教育业务营收

New Oriental K12 Education Revenue from 2015 to 2019



数据来源：企业财报、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

新东方

24%

2020财年第三季度新东方K12中小学全科教育业务取得约24%的收入增长。其中，中学业务取得同比约23%的收入增长，小学业务则同比增长约26%。

新东方在线

69.4%

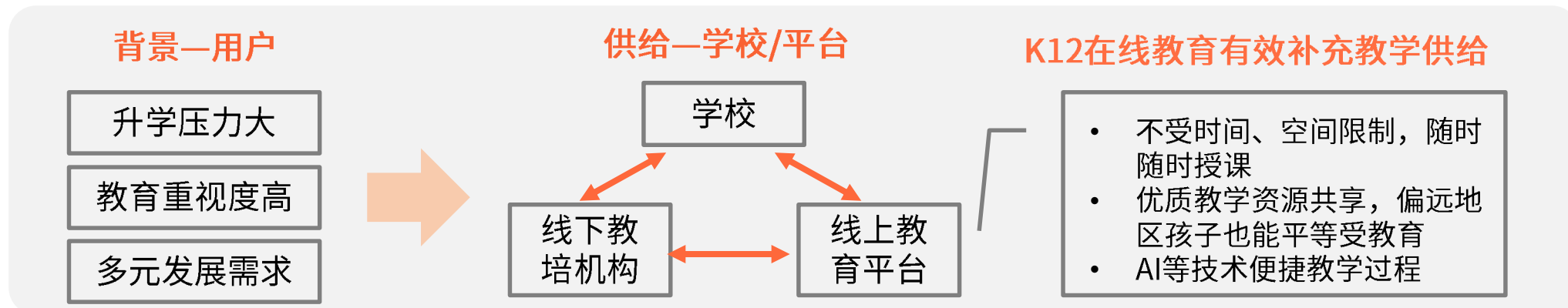
截止2019年11月30日，新东方在线K12在线教育业务实现69.4%的收入增长和158.6%的学生报名人数增长。

05

中国K12在线教育行业发展趋势分析

K12在线教育优势愈加凸显，素质类教育兴起

随着升学压力增大、社会对教育的重视程度逐渐增强，大量学习需求涌入在线平台，覆盖幼儿园到高中人群且能有效满足用户碎片化、远程学习需求的K12在线教育将持续发展。伴随80后、90后新生父母对素质教育的日益重视，也带动了在线素质教育垂直平台的崛起，而K12在线教育头部企业也积极开拓素质教育业务。其中，少儿编程类、数理思维类和绘画类在线素质教育受到资本市场及学生家长青睐。



行业下沉式发展趋势明显，三四线城市成新角逐场

一、二线城市K12在线教育市场发展时间较长，市场较成熟，但同质化现象较严重，竞争也较激烈。相较于一二线城市，下沉城市的K12在线教育仍处于发展初期，K12在线教育在下沉市场渗透率和普及率上还有大幅增长空间。此外，受疫情影响，线下教培机构受限，下沉城市用户开始关注并了解K12在线教育。伴随下沉城市用户教培需求的持续提升以及线上教育消费的迁移，未来K12在线教育在下沉市场将有着更为趋好的发展环境。



下沉市场

机遇

&

挑战

- 数据显示，在在线教育领域，三线及以下城市接受个人补习的参培率高达83%，教培需求巨大。
- 下沉市场用户基数大，且K12在线教育渗透率和普及度较低，增长空间巨大。

- 下沉市场对K12在线教育认知不足以及对机构品牌信任度较低，这部分市场的用户消费习惯还未从线下向线上明显迁移。
- 下沉城市用户的价格接受度相对较低，这也对K12在线教育机构的战略定制及用户转化形成了一定的挑战。
- 在本地适应力方面，K12在线教育机构相较深耕本土的线下教培机构竞争力不足。

创新教育模式推进K12在线教育行业服务升级



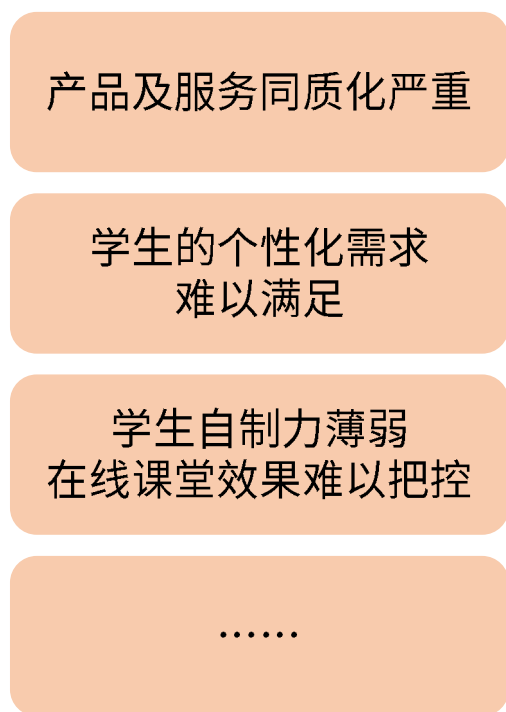
在K12在线教育模式中，大班课的成本相对较低，但也存在运营难度大、上课体验欠佳的问题。基于此，市面上的大班课于2018年开始尝试双师模式。随着双师课堂的火热，“直播双师”“录播双师”模式也随之发展。在直播双师方面，大班直播双师课堂可以让原本只能教一个班级的优秀老师，通过直播触达更多的学员；相较于直播双师，录播双师成本更为低廉，且不受时间限制。此外，以乐乐轻课为代表的品牌也开始以本地化教研作内容支撑。对于下沉市场而言，录播双师在一定程度上更为契合K12在线教育下沉市场的特点及需求。

模式	成本低	上课体验佳	课堂氛围好
1对1	★★★★	★★★★★	★★★★★
普通大班课	★★★★★↓	★★★↓	★★★↓
直播大班课 (直播双师)	★★★★↓	★★★	★★★
录播双师	★★★★★	★★★★↓	★★★★↓

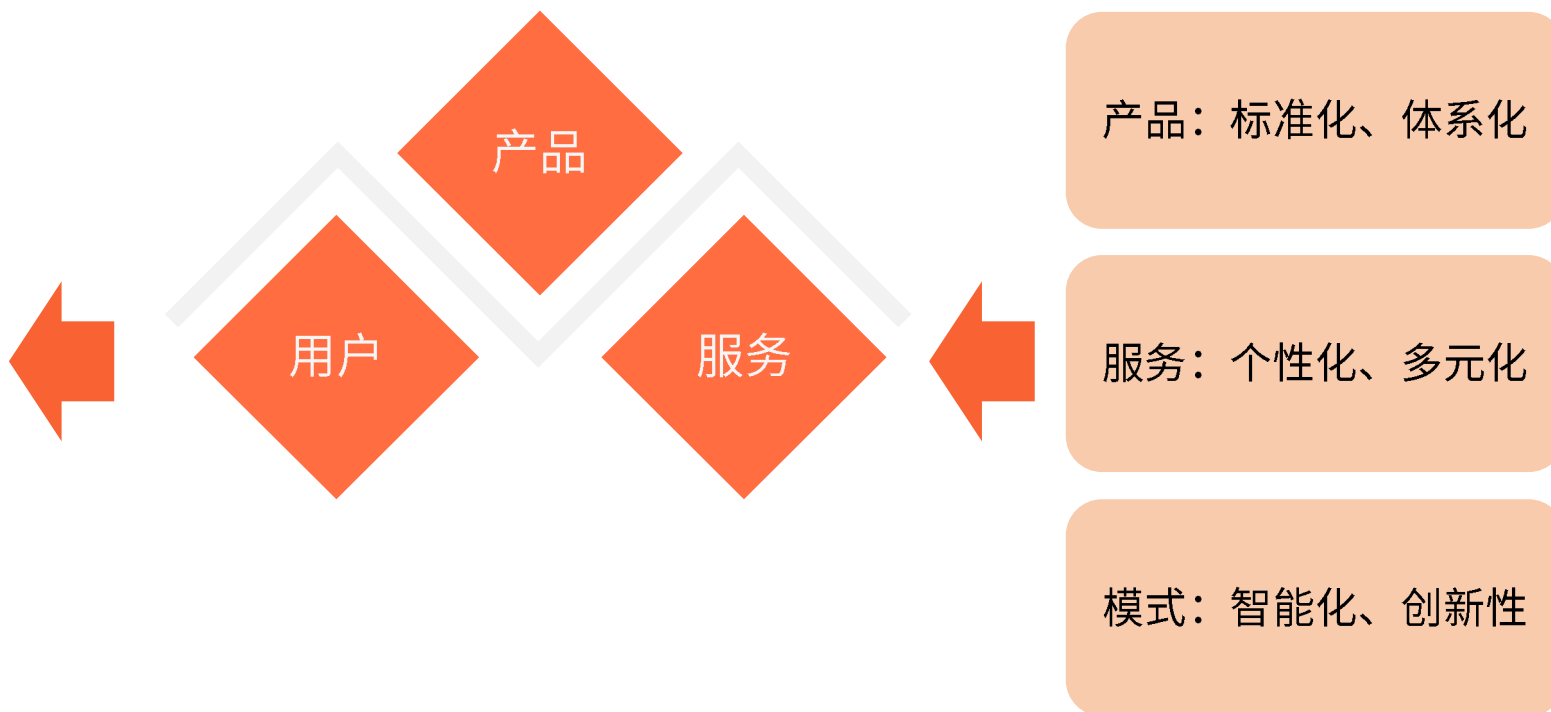
未来竞争将是围绕产品与用户的竞争

当前K12在线教育面临着同质化问题的严峻挑战，而未来网课市场，将是以产品、用户、服务为核心的市场。艾媒咨询分析师认为，K12在线教育未来的竞争，将是围绕产品和用户的竞争，以标准化、体系化产品着力于用户痛点，以个性化服务、创新性教学模式实现差异化内容供给等从而释放品牌口碑价值。

K12在线教育用户痛点



K12在线教育未来竞争方向



未来教育新视角的来源：艾媒未来教育研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对未来教育商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是未来教育解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在未来教育领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济行业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在行业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL广泛引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

艾媒是广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，累计成功帮助超过1000家机构、企业提供大数据咨询服务。2017年，艾媒研究院专家参与的《利用移动终端和新媒体联系科技工作者调查研究》项目荣获中国科协九大代表2016-2017年优秀调研项目称号；艾媒独立研发的“基于场景感知的新媒体内容推荐引擎”入选2017年广州市先进制造业创新发展项目。2019年，艾媒重点大数据项目被纳入广州市建设国家级科技思想库研究课题专项。

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析或艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒官网上相应的修改或更新。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明，否则，请勿阅读或使用本报告。

艾媒大数据监测与分析工具矩阵

POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SoicaliiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



商业数据说话，为决策导航！

前沿报告随时看！

2000+年均发布报告



300+覆盖行业



2000+年均媒体引用



10万+企业VIP年度合作



扫码进入报告中心
最新趋势随时掌握

注册开通会员，海量报告马上有！

report.iimedia.cn



详情请联系：谢小姐18127983039



海量数据快速查！

524个
垂直行业

3.7亿
数据

2万+
深度研究报告

3000+
数据主题



扫码关注公众号
获取最新行业数据

艾媒数据中心-全球新经济商业情报数据平台

data.iimedia.cn



全面剖析产业链发展现状和趋势，让用户快速获取所需的行业情报和数据信息，用数据让所有决策都有依据！

联系电话：18127983039

用数据说话

为决策导航



扫码进入报告中心
最新趋势随时掌握



扫码关注公众号
获取最新行业数据



用数据说话!

全球领先的新经济产业
第三方数据挖掘与分析机构