

中小学教育信息化研究报告

一、我国教育信息化的现状

1.1 当前形势下的教育信息化政策背景

教育信息化是一项系统工程，它需要政府部门制定一系列政策规划，以推进教育信息化的发展。

十二五期间，国家相继出台了一系列推进教育信息化的政策和措施，或在相关的文件中对教育信息化提出了明确的要求，其内容涉及现代远程教育、中小学信息技术教育、中小学“校校通”工程、教育信息化发展纲要、教育信息化技术标准、西部中小学现代远程教育项目及教育部现代远程教育扶贫示范工程、西部大学校园计算机网络建设工程、教师教育信息化建设、高校现代远程教育试点工作、高校网络教育学院管理、现代远程教育校外学习中心(点)的管理、软件学院等教育信息化的各个方面。

国家对于教育改革的支持政策也一直在推进，在十八届三中全会的决议上，明确提出了教育改革的手段和方向，提出要破解择校难题、减轻学生课业负担、社会化考试一年多考、全国统考减少科目、部分文理科；试行普通高校、高职院校、成人高校的学分转换，并拓宽终生学习通道等。这些优化教育资源、增加学习机会的改革途径都需要IT系统支撑。

自2010年7月中共中央、国务院印发了《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》起，至今国家高层管理机构已发布教育信息化相关政策数十份，重点主要有以下几项：

(1) 2010年7月8日，中共中央、国务院印发了《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》

《纲要》从我国现代化建设的总体战略出发，规划描绘了我国未来 10 年教育改革发展的宏伟蓝图，科学确定了到 2020 年我国教育改革发展的战略目标、工作方针、总体任务、改革思路和重大举措。《纲要》首次提出：“信息技术对教育发展具有革命性影响，必须予以高度重视”。

2010 年前后，正是起源于美国的在线教育概念“慕课（MOOC）”大行其道的时候，这份《纲要》也是国家首次较为系统的提出了教育改革的规划，并明确了教育信息化的重要性。

（2）2012 年 3 月 13 日，教育部印发了《教育信息化十年发展规划（2011-2020 年）》

规划将教育信息化落实到了执行层面，明确了政策落实的主体，并将教育信息化成果列入各级政府的工作指标。提出了各级各类教育信息化发展的主要任务和“中国数字教育 2020 行动计划”。规划中指出：“要建立政府引导、多方参与、共建共享的开放合作机制”，“以教育信息化带动教育现代化”、“以优质教育资源和信息化学习环境建设为基础，以学习方式和教育模式创新为核心”。

（3）2012 年 10 月 9 日，教育部、发改委、财政部、工业和信息化部等九部委下发的《关于加快推进教育信息化当前几项重点工作的通知》

通知中指出：“中央财政将通过相关经费渠道进一步加大教育信息化建设投入，保证学校购买教育信息化服务的经常性支出”。

经费和技术是困扰传统教育开展在线教育的两大门槛，国家高层在经费方面开始有所支持。而在技术层面，更多的是依靠技术领先互联网企业提供。在 2011 年底，在线教育服务提供商传课网上线，并推出在线直播教室服务。目前传课网的直播客户端已覆盖 PC、IOS、

安卓以及智能电视等多个平台。

(4) 2013 年 4 月 10 日，中央电化教育馆印发了《国家教育资源公共服务平台规模化应用试点实施方案》

这份实施方案在全国确定了 32 个试点地区，明确“在试点地区推进国家教育资源公共服务平台常态化连片应用，实现“资源班班通”和“空间人人通”，推动信息技术与教育教学的深度融合，形成网络条件下新型的教学方法和模式”。

(5) 2013 年 11 月 12 日通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》

该决定指出：“大力促进教育公平，构建利用信息化手段扩大优质教育资源覆盖面的有效机制，逐步缩小区域、城乡、校际差距”。在 2013 年已经成为互联网领域“明星”的在线教育最大的社会意义，就是能够打破中国教育资源地域分布的不平衡。在线教育的普及，必将为中国教育带来朴素的阳光。

(6) 2014 年 3 月 12 日教育部办公厅下发《2014 年教育信息化工作要点》

这份文件提出“充分发挥骨干企业和学校、教师的作用，探索建立系统推进基础性资源和个性化资源开发应用的新模式；教育资源公共服务平台形成为全国 3300 万名师生提供服务的能力”；“完成 8.5 万所中西部中小学宽带网络接入，全国 80%以上中小学基本实现宽带网络校校通，师生开通网络学习空间人数达到 1800 万；完成 150 万名以上教师信息技术应用能力培训、5 万名以上中小学校长信息化领导力培训”。

此外，各级高层领导也发表讲话，提出了当前形势下教育信息化的具体发展要求和方向。2012 年 9 月，刘延东委员在关于全国教育

信息化工作电视电话会议明确提出，要以“三通两平台”为抓手，即实现“宽带网络校校通”、“教学资源班班通”、“网络学习空间人人通”，加强数字教育资源公共服务平台、教育管理信息系统平台的建设。2014年2月，教育部部长袁贵仁在全国教育工作会上的讲话提出，“要充分利用教育信息化扩大优质教育资源覆盖面，今年，全国80%以上中小学校要实现‘宽带网络校校通’，奠定教育信息化基础。推进‘优质资源班班通’，使优质数字教育资源通达具备条件的每一个班级，促进信息技术与教学活动深度融合。”

由此可见，现阶段国家提倡大力发展教育信息化，推动信息技术与教育的应用结合，促进我国教育事业的快速发展。

1.2 我国教育信息化发展现状

近年来，党和国家对教育信息化的重视程度与支持力度不断加强，组织实施了一批教育信息化重点工程项目，对于促进教育公平、提高教育质量、创新教育教学模式的支撑和带动作用显著。

（一）基础设施建设

目前，中国教育科研网、教育卫星宽带传输网、部分省区市教育网相互补充，与公共网络互联互通，覆盖全国、“天地合一”的教育信息骨干网络基本形成。其中，中国教育科研网成为世界最大的国家级学术互联网，连接2000多所教育科研机构，用户超过2000万人；百所高校承担建设的国家下一代互联网主干网成为世界上规模最大的纯IPv6试验网，突破了网络地址资源瓶颈，为教育信息化长远发展开辟了广阔空间。高校校园网全面普及，不少中小学建有校园网，大多数农村中小学装备了信息终端设施，基础教育阶段学校平均生机比已由2008年的19:1提高到2011年的13:1，学校网络条件下的教学与学习环境逐步改善。同时，国家把中西部地区和农村学校的信息

化作为重要突破口，加大政策倾斜和扶持力度，缩小了区域、城乡之间的“数字差距”。财政部、发改委、教育部、科技部等部门实施西部大学校园计算机网络建设工程、农村中小学现代远程教育工程，建设了不同层次的信息基础设施。2010年以来，中央财政累计下拨32.6亿元专项资金，在中西部农村薄弱校建设了近20万间多媒体教室。在对口支援中，很多东中部省份都把中小学多媒体教室建设、优质教育资源共享作为援建重要内容。

（二）资源开发应用

教育资源的开发与应用取得重要进展，初步形成覆盖各级各类教育的数字教育资源体系，促进了教育理念与教学方法的创新。在义务教育领域，国家建设了近15000学时的视频教育资源库，向所有农村中小学校免费提供，覆盖1.6亿农村学生。在职业教育领域，开通信息资源网，促进资源汇聚与共享，改造升级400门高职国家级精品课程。推进国家示范性职业学校数字化资源共建共享计划实施，共建86个数字资源开发项目。在高等教育领域，绝大多数高校建立教学资源库，1800家图书馆共享服务，建成3800多门国家级精品课程。2011年开始启动精品视频公开课建设，两年来有186门课程向社会免费开放，截至2012年底，“爱课程”网、中国网络电视台、网易3个网站“中国大学视频公开课”首页面访问数量为38.62亿次，课程总访问量3569.32万次。中国大学视频公开课同时还被共产党员网采用，用于8000万党员的培训。在继续教育领域，远程网络教育应用于农民工培训、干部培训和企业在职培训，已有数千万人通过网络形式接受了学历及非学历教育。2012年7月，国家开放大学成立，开通运行国家网络教育数字化学习资源中心，已聚集国内外优质网络课程25000门，容量超过55TB。在全国设立109个分中心和10个典型

应用示范点，用户超过 300 万。

（三）管理水平提升

信息化在教学、管理、科研等多个环节得以应用，改进了教育管理模式，提高了工作效率与服务水平。建成了国家教育考试招生与安全监管信息化平台，每年为涉及数千万人的高招、中招录取提供服务，成为招生“阳光工程”的关键支撑。建设了全国联网的校舍信息管理系统，提供了近 41 万所学校和教学点、212 万栋建筑的抗震与加固信息，有效服务了校舍安全工程实施与管理。高校学籍管理和学历认证信息化平台，为学生和社会提供便利，遏制了伪造学历的不良现象。高校学生就业信息服务平台，为所有毕业生建立就业档案，成为学生就业工作不可或缺的支持平台。利用信息技术探索家校互动，为教师与家长及时交流和中小学生学习安全提供服务。

（四）人才队伍建设

我国信息化人才培养和应用技术培训持续推进。目前，全国高校信息技术相关专业在校生规模约为 300 万，职业院校信息技术相关专业在校生超过 500 万人。信息技术教育在中小学校基本普及，100% 的高中、95% 的初中、50% 的小学都已开设信息技术必修课。教育信息化深入应用的关键在于教师的应用能力。近年来，中央和地方对 600 多万中小学教师进行了教育技术能力培训，约占应培人数的 76%。2010 年，在“国培计划”中设立远程培训项目，通过信息技术手段对 375 万名中小学教师进行了学科培训。2012 年，通过实施英特尔未来教育、微软“携手助学”、乐高“技术教育创新人才培养计划”、联合国儿基会教师培训等国际合作教师培训项目，培训中小学教师 15 万人。通过系统的培训，教师应用信息技术的能力普遍增强。

（五）重点项目建设

“教学点数字教育资源全覆盖”项目于2012年11月正式启动，中央财政下拨财政资金30849万元，计划为东中部地区90%、西部地区95%的教学点(共6.7万个)配备数字教育资源接收播放设备。截至2014年5月底，全国已有5.87万个项目教学点完成设备招标，占项目教学点总数的99.85%，其中5.45万个教学点全面应用设备和资源开展教学，占92.79%。项目配套的1-3年级下学期共16期数字教育资源已通过网络和卫星两种方式全部播发。“宽带网络校校通”项目要求基本完成各级各类学校宽带接入和网络条件下基本教学与学习环境建设，计划为约10万所全国农村义务教育学校实现10M以上带宽的宽带接入。2013年1月，教育部与中国电信签约，共促教育信息化提速，截至2014年5月底，全国已有29个省份的1117个区县建设了教育城域网；60%以上的全国中小学(含教学点)实现网络接入，其中实现10M宽带接入学校的比例已达36.8%；全国义务教育阶段学校已建设多媒体教室173.2万间，占教室总数的42.7%，51.8%的学校已实现至少拥有一间多媒体教室。

“优质资源班班通”项目重在资源的共建共享与普遍应用。教育部大力推进优质数字教育资源开发工作，鼓励教材出版骨干企业系统开发配套的基础性数字教育资源，指导人民教育出版社完成人教版数字教材的初步设计，设计完成“一师一优课、一课一名师”活动方案和“信息惠民工程”职业教育数字资源试点专项实施方案。2014年5月，教育部印发《关于举办2014年全国职业院校信息化教学大赛的通知》，面向全国职业院校，通过成果展示的形式鼓励教育信息化创新；6月，中央电教馆发布《关于组织实施“数学学科双语网络词典”共建项目的通知》，发改委等联合12个部门发布《关于同意深圳市等80个城市建设信息惠民国家试点城市的通知》；7月，教育部印

发《关于开展“一师一优课、一课一名师”活动的通知》，将充分发挥学校、教师的主体作用，组织 200 万名教师在国家教育资源公共服务平台上“晒课”，并评选出 2 万堂“优课”，推动信息化手段在课堂教学中的广泛应用。众多具体项目的开展，对于加快基础教育信息化建设起到了很好的促进作用。

“网络学习空间人人通”，是教育信息化深入普遍应用、促进教学与学习变革的重要发展方向。2012 年 10 月，在湖南组织召开了现场研讨会，通过推广典型经验，鼓励各地充分利用社会各方资源，建设实名制的网络学习空间，推动数字教育资源在教师教学与学生学习过程中的普遍应用。现在除了湖南以外，新疆、安徽、山东、河南等省市已陆续启动建设与应用。

2012 年 12 月，国家教育资源公共服务平台正式开通上线试运行，平台充分依托现有公共基础设施，利用云计算等技术，逐步推动与区域教育资源平台和企业资源服务平台的互联互通，共同服务于各级各类教育，为资源提供者和资源使用者搭建起网络交流、共享和应用环境。截至 2014 年 5 月底，平台共有学校用户 8197 所，教师用户 22.1 万名，学生用户 115.2 万名。2014 年 4 月，教育部在线教育研究中心在清华大学成立，将对国家在线教育发展战略、在线教育相关技术、课程设计等内容开展深入研究，包括云计算、在线考试系统、虚拟技术等都将重点研究对象，研究中心还将大力推进在线教育学籍、证书、学分、学位政策研究和制度设计，建立适应终身教育体系要求的在线教育管理体系。

教育管理公共服务平台，按照“两级建设、五级应用”的模式建设，2012 年中央财政已投入 2 亿元，初步完成全国教育机构(56 多万个教育机构数据)、中小学校舍(全国中小学 213 万栋校舍数据)、农

村义务教育营养餐学生(1328万名学生数据)、学校学生体质健康(4.7亿条学生体质健康数据)和学前教育管理等信息系统,启动了中职学生、学生资助、教师人事等系统开发。到2013年9月,全国中小學生学籍信息管理系统在28个省份基本安装完毕。

2012年11月教育部启动第一批教育信息化试点682个,其中中小学351所、职业院校179所、高等学校65所,另有专项试点30个,区域试点56个,以及国家数字教育资源公共服务平台规模化应用试点。试点除推进资源共建共享、教育教学改革、创新人才培养模式等主要应用外,也包含了开通“亲情热线”等依托信息化手段服务进城务工人员子女教育、留守儿童心理关爱等试点内容,并要求各地和试点单位大胆创新工作机制,大力推进信息技术在教育教学中的深入普遍应用,全面带动全国教育信息化加快发展。

1.3 发展在线教育的重要意义

在线教育又叫作现代远程教育,是教育信息化的核心,也是贯彻落实教育信息化规划的重要手段。党的十八大明确把“信息化水平大幅提升”纳入全面建成小康社会的目标之一。教育信息化是国家信息化的重要组成部分和战略重点,是教育理念和教学模式的深刻革命,教育改革发展不可或缺的支撑和推动力。近年来随着信息技术迅速发展,特别是从互联网到移动互联网,创造了跨时空的生活、工作和学习方式,使知识获取的方式发生了根本变化。教与学可以不受时间、空间和地点条件的限制,知识获取渠道灵活与多样化。由信息技术引发的网络在线教育快速发展给教育带来了无限机遇与挑战。

相对于传统教育,在线教育的教学方式具有便捷、实用、跨越时

空界限、更接地气，更适应现代人快节奏的生活方式优势。它的诞生便具有网络的天然优势，直接面向大众，消除老师和学生之间地域的限制，网罗所有网络优质资源。随着中国信息技术的发展，能够充分利用在校教育，改善目前我国教学资源不均衡的情况，促进各项教育信息化项目的部署和实施。

同时，在线教育作为一种商业活动，能够带动整个教育行业的改革和发展。据 GSV 报告预测，2012 年全球教育产业规模为 4.5 万亿美元，2017 年预计将达到 6.3 万亿美元。2012 年全球在线教育产业规模为 909 亿美元，2017 年预计将达到 2550 亿美元，行业实现 23% 的年复合增长率。其中高等在线教育规模，未来几年年复合增长率为 25%，预计 2017 年行业规模将达到 1500 亿美元，规模是 2012 年的三倍。基础教育 (K-12) 的增长速度最快，未来几年年年复合增长率高达 33%，2017 年有望实现 700 亿的市场规模。而随着我国信息化程度的不断提高，在线教育市场规模呈现加速增长的态势。2004 年，我国网络教育市场规模约 143 亿元，2013 年已达到 981 亿元，预计 2017 年将达到 2860 亿元。可以看出，在线教育将极大的促进我国教育行业乃至整个国民经济的发展。

二、在线教育概述

2.1 在线教育的发展历程

在线教育早期统称为远程教育，又可称为在线学习，现今在新兴信息技术的推动下，已经向互联网教育和移动教育等多元化方向发展。它不仅打破了教育学习时间和空间上的限制，更使得多媒体成为了教学的互动化发展载体，教育形式从线下移到了线上，使教育教学资源可以更好的得到高效的配置。

截止至去年年底，我国互联网教育市场迎来了新的增长拐点，中国互联网网民的数量更是达到了 7.17 亿。互联网技术革新增强了用户体验，其渗透率更是奠定了其用户基础，在线教育不断追寻新的突破。

在 2013 年，互联网教育快速崛起，教育产业正面临着新的变革。在线教育使得教学内容不断的向多媒体化、互动化方向发展，有效的推动了教育教学资源的配置优化，为教育产业带来新的增长机遇。

从在线教育的发展历程来看，其经历了从远程教育平台、培训机构转战线上，到目前的互联网公司涉足在线教育三个阶段。网络科技的不断发展，促使在线教育的形式和内容变得越来越多样化、人性化和便利化。越来越多的人开始想要尝试这种新形式的学习方式。

第一阶段是教育远程化阶段：这一阶段以 19 世纪 70、80 年代产生的函授教育为主要表现形式。以信息和网络技术为基础，主要是高等教育借助信息技术离开高校和课堂，进入网络传播和普及，自由的时间和空间使其倍受欢迎。其主要用户群体为因时间、地域和学历等因素而无法获得高等教育的中青年人群。

第二阶段是教育信息化阶段：这一阶段以 20 世纪 50 年代、60 年代产生的广播电视教育为主要表现形式。主要是在教育过程中可以通过计算机、多媒体和网络通讯的应用，更好的接受教育，尤其是基础教育和高等教育。信息技术进入教育领域，使教育领域更好的适应信息化社会提出的新的要求，同时深化教育改革，并实施素质教育。在第二阶段，其主要的用户群体是传统基础教育和高等教育中的老师和学生。

第三阶段是在线教育阶段：这一阶段起于 20 世纪 90 年代，也被称为现代远程教育。在线教育变得更加的多元化，包括基础教育、高

等教育、职业教育和兴趣教育等。在线教育全面的改变了教育和学习的方式方法，并通过借助互联网和移动互联网的传播方式，使其单一的学生群体扩大到全民。只要是想接受教育的人群，便可以通过远程教育来接受教育。

2.2 在线教育的定义

在线教育英文简称 E-Learning,其通行概念约在 10 年前提出来,知行堂的学习教练肖刚将 E-Learning 定义为:通过应用信息科技和互联网技术进行内容传播和快速学习的方法。E-Learning 的“E”代表电子化的学习、有效率的学习、探索的学习、经验的学习、拓展的学习、延伸的学习、易使用的学习、增强的学习。

在线教育顾名思义,是以网络为介质的教学方式,通过网络,学员与教师即使相隔万里也可以开展教学活动;此外,借助网络课件,学员还可以随时随地进行学习,真正打破了时间和空间的限制,是一种非常便捷的学习方式。

美国是 E-Learning 的发源地,有 60%的企业通过网络的形式进行员工培训。1998 年以后,E-Learning 在世界范围内兴起,从北美、欧洲迅速扩展到亚洲地区。现在,越来越多的国内外企业和教育学者对 E-Learning 表示了浓厚兴趣,开始研究并实施 E-Learning 解决方案。

2.3 在线教育的特征

与传统教育模式相比,在线教育主要有以下几点特征和优势:

(一) 资源利用最大化

各种教育资源通过网络跨越了空间距离的限制,使学校的教育成

为可以超出校园向更广泛的地区辐射的开放式教育。学校可以充分发挥自己的学科优势和教育资源优势，把最优秀的教师、最好的教学成果通过网络传播到四面八方。

（二）学习行为自主化

网络技术应用于远程教育，其显著特征是：任何人、任何时间、任何地点、从任何章节开始、学习任何课程。网络教育便捷、灵活的“五个任何”，在学习模式上最直接体现了主动学习的特点，充分满足了现代教育和终身教育的需求。

（三）学习形式交互化

教师与学生、学生与学生之间，通过网络进行全方位的交流，拉近了教师与学生的心理距离，增加教师与学生的交流机会和范围。并且通过计算机对学生提问类型、人数、次数等进行的统计分析使教师了解学生在学习中遇到的疑点、难点和主要问题，更加有针对性地指导学生。

（四）教学形式修改化

在线教育中，运用计算机网络所特有的信息数据库管理技术和双向交互功能，一方面，系统对每个网络学员的个性资料、学习过程和阶段情况等可以实现完整的系统跟踪记录，另一方面，教学和学习服务系统可根据系统记录的个人资料，针对不同学员提出个性化学习建议。网络教育为个性化教学提供了现实有效的实现途径。

（五）教学管理自动化

计算机网络的的教学管理平台具有自动管理和远程互动处理功能，被应用于网络教育的教学管理中。远程学生的咨询、报名、交费、选课、查询、学籍管理、作业与考试管理等，都可以通过网络远程交互的方式完成。

2.4 在线教育的模式

在线教育的模式有很多种，根据其商业模式可以分为以下几类：

（一）B2C 模式

B2C 是在线教育最常用的商业模式，即在线教育机构提供优秀的教育资源服务，把教学资料和视频等内容都上传到其服务器上，以出售“学习卡”的方式将上述学习内容销售给学习者的过程。

B2C 模式的优点在于其以学习者作为主导。学习者可以根据自己的需要，随时随地进行学习自己所需的课程，充分体现了现代学习理论中以学习者为中心的理念。学习者遇到问题，可以随时在线向老师进行提问，在线教育机构所聘任的老师提供在线实时答疑服务，及时解决学习者在学习方面遇到的困惑。

B2C 模式的建立需要掌握大量的上游资源，最重要的是教师资源。因为优质的教师资源是稀缺的，这种商业模式的构建需要创业者本身对教育比较懂行或者自己能够吸引优质的教师资源，所以这对创业者来说门槛较高。如果没有自己的师资和产品，只是成为代理商，由于信息不对称的局面很难长久维持下去，这种商业模式很难持续下去。

（二）B2B 模式

B2B 模式主要是在线教育机构将其研发的课程或者服务直接提供给机构客户，机构客户在此基础上，利用课程进行教学或者利用服务（如相关的在线课程系统软件、服务和解决方案）建立在线教育体系，在线教育机构和机构客户从学费或者课程收益中进行分成的商业模式。

B2B 模式的优点在于其主要客户是学校及培训机构，这些客户相对于学习者而言会更加集中和稳定，其带来的利润空间也更大。在线

教育机构一旦与这些学校或培训机构建立了相应的合作关系，在线教育机构的利润是比较稳定和可观的。而且，在线教育机构可以为学校提供更加符合该校需要的教学资源，为其量身定制符合该校特殊要求的在线课程体系。学校统一的在线课堂能够确保学生学习的效果，学生能在学校的监督下获取最优质的教学内容。同时，学生可以根据需要，在在线教育机构的在线测试模块上去进行模拟测试，以检验自己的学习情况。这样，可以提高学生的学习效率，拓宽学习思路，增强师生沟通，让师生在一种互相沟通协作的学习环境下进行学习思考，形成浓厚的在线学习氛围，从而推动在线教育的发展。

B2B 模式的缺点在于其模式的推广需要一定的教育关系或者资源，以及较大的师资和研发的投入，对创业者而言，门槛相对较高。另外，由于其面对机构，产品大规模定制，对于个人学习者而言，难以满足个性化的需求。

（三）C2C 模式

目前，C2C 模式的在线教育还比较少。但由于其针对一些特定的学习者，其市场利润空间还是客观的。C2C 模式主要以即时通讯工具为技术环境，通过网络和即时通讯相结合的模式营造一个学习者、教师之间的互动交流平台。教师和学习者以及教师之间，学习者之间在这个平台上进行沟通和交流，教师能够随时随地的进行教学及答疑等在线服务，教师之间可以进行交流合作，学习者之间可以进行讨论交流。这种模式的目标客户群体是学习者以及拥有一定知识和技能的个人。

C2C 模式的优点在于以学习者为中心，充分满足其个性化的需求。C2C 模式最大程度体现了在线教育的个性化特征，为学习者量身定制个性化学习内容，为学生进行一对一的教学辅导。不仅如此，C2C

模式还可以提供相应的增值服务，如学生心理健康服务，亲子交流活动等形式多样的教育服务，从而拓展在线教育机构更多的利润增长点。

C2C 模式的不足之处在于教育产品是无形的，对于教育产品而言，没有一个确定的衡量标准。对个人而言，每个人的水平参差不齐。这就造成信息的不对称，教育产品的质量难以把控，容易出现类似淘宝假货的问题，影响消费者的消费体验，不利于 C2C 市场的可持续发展。

除了以上三种主要模式外，目前在线教育也向其他商业模式进行了探索，具体举例分析如下：

业务模式	代表	面向人群	商业模式	主要特点
C2C 模式	多贝网	大学快毕业的学生和工作 5 年之内的白领	提成+云技术服务	对于付费课程收取 10%的提成，另外推出多贝网校通，个人也可以开网校；还有为合作教育机构提供基于云技术的直播课堂，允许他们在自家网站上直接嵌入网络教室，开设公开课。
B2C 模式	沪江网校	以英语、法语、日语、韩语等外语学习者为主	教材费+课程费	课程学习与教学课本同步，提供免费资料，公开课和多钟语言学习，提供移动 APP
B2B2C 模式	能力天空	具有在线学习需求及付费意愿的用户	软件加服务	为传统教育培训机构提供网络教育解决方案（商业培训和定制服务），为院校、政府、企业等使用者提供一对一教学客户端，为用户提供开放式的在线学习平台；旗下产品还有 AbleSky 远程教育系统、课件助手。
P2P+O2O 模式	第九课堂	对于个人成长和技能提升的有需求且有时间参加线下活动的用户。	收取经验（技能）分享者的佣金	帮助用户从线上走到线下的 C2C 学习平台，也是个人经验与技能的交易平台（P2P），采用的是线上发布课程，线下面对面授课的形式。

B2C+O2O 模式	和君商学在线	高校在校生，管理咨询机构、投资银行、证券投资机构的从业者，企业管理者或资深投资者，创业者（尤其是移动互联网创业者）。	收费在线培训班	和君商学培训计划一年开设一届培训班，一直是免费的形式，从2012年开始在原有的基础上增加收费在线班。通过四次笔试三次面试的报名者将可以免费参加现场培训班，需本人到达北京的课堂现场；而收费的在线班，用户只要通过二次笔试就能在网上远程视频同步听课。在线班的优势是提供增值服务，课后随时通过网上视频点播反复收听课程，实现补课、复习、研习；是参加现场授课无法享有的。
------------	--------	--	---------	---

三、国内外在线教育发展概况

3.1 国外在线教育发展情况

（一）美国在线教育发展现状

众所周知，美国作为教育信息化的超级大国，教育信息化应用与研究一直走在世界的前沿，引领着全球教育信息化发展趋势。自美国前总统克林顿在1993年提出了“信息高速公路”计划以来，历届美国总统始终遵循“要运用信息技术促进教育改革与发展”的战略方针，先后于1996年、2000年、2004年和2010年制定并颁布过《国家教育技术计划》(National Education Technology Plan, 以下简称NETP)。其中，NETP1996提出的教育目标是，美国的每个教室必须拥有能连接因特网的计算机、优质的学习软件和接受过良好培训的教师。NETP2000的目标是，实现数字化学习：为所有学生提供触手可及的世界课堂。NETP2004提出了促进教育信息化的7个发展目标：提升领导能力、考虑革新预算、改进教师培训、支持在线学习和虚拟学校、鼓励使用宽带网、迈向数字内容、整合数据系统。NETP2010提出要到2020年实现对整个教育系统进行革命性的变革，并提出了“技

术支持下的 21 世纪学习模型”。

在四个国家教育技术规划的贯彻实施下，美国在教育信息化方面取得了卓越的成就和显著的进步。随着现代信息技术的发展，“在线教育”成为美国现代教育系统中的一个重要组成部分。这种基于电脑网络进行教学的方式，正在美国各州迅速发展。目前美国主流的在线教育主要分为四种：基础教育（K12）、高等教育、培训辅导、MOOC。

美国 K12 在线教育未来将以 20% 的年复合增长率继续快速增长，2017 年市场规模将达到 134 亿美元左右。美国 K12 在线教育市场已经十分成熟，越来越多的学生开始在虚拟公立学校接受基础教育（full-time online education），除此之外，融入了在线教育模块的传统基础教育也正在开始逐渐取代纯线下教育。目前美国领先的 K12 教育服务提供商包括 K12 国际教育、Connection Academy 和 White Hat Management 等。其中规模最大的为 K12 国际教育，K12 为美国 40 多个州的教育署提供在线教育平台和解决方案，为在线教育机构提供各种类型的学术支持服务（教师培训、学业规划等）和虚拟校园管理服务（一站式服务、虚拟校园管理和财务管理）。2011 年共有 8 万余名学生接受 K12 提供的虚拟基础教育，这一数字目前仍在以每年 20% 以上的速度增长。

美国高等在线教育未来将以 18% 的年复合增长率继续快速增长，2017 年市场规模将达到 398 亿美元左右。由于在线教育的成本较低，美国许多知名院校在逐渐通过引入虚拟化校园管理，平台课程共享等形式提升资源的使用效率。以凤凰城大学为例，凤凰城没有聘请所谓的专职或者终身教授，全职和兼职教师数量共计 35093 人，其中 95% 的讲师都是在职的专业人员，他们仅在业余时间来此授课，顾问和老师靠电话和 email 协助学生学习；学校不在校园内设立的图书馆，所

谓教学中心往往是一栋办公楼而已，学生们都是通过电脑网络来浏览学校的藏书、资料；学校也没有校园生活、学术活动。

美国培训辅导规模较小，仅占教育行业整体的 10%左右。行业未来将逐渐从线下转移到线上。一方面，用户对于学习时间和地点的要求越来越高，他们能够通过在线教育对时间碎片化加以充分利用；另一方面，优秀的师资有限，在线教育可以将师资这一核心资源最大程度利用起来。目前培训辅导收费模式都较为单一，由于培训自身的特性限制，培训辅导主要以内容提供为导向，收费一般都针对课程内容收费，未来这一收费模式被颠覆的可能性也极小。以 Kaplan 为例，Kaplan 是美国一家领先的综合教育服务提供商，提供从基础教育到成人辅导教育在内的多类型教育，Kaplan 主要根据课程收费，其他收入来源包括考试辅导教材和相关资讯等衍生品。

2012 年被称为美国的“MOOC 元年”，出现了各种 MOOC 模式平台。MOOC 在一定程度上反映了在线教育的核心：用知识解决问题，用优质的服务资源变现。目前最具代表性的内容提供商是 Lynda、Coursera、Udacity 和 edX。通过和国际顶尖学校合作，由高校提供高质量的视频课程对外发布，学生则可以在平台上免费学习知识，且 MOOC 组织正在探索学分认证，未来可能会颁发 MOOC 学位。MOOC 并不是非盈利机构，以 Lynda 为例，公司自成立第二年起即实现连续盈利。Lynda 目前采取用户订阅模式，每个月只需要付费 25 美元即可浏览网站上的相关课程。除此之外，结业证书是目前被公认为最具有发展可能性的盈利模式，Coursera 是这一盈利模式的主要代表，线上课程全部免费，但是用户修读完课程后可选择 Coursera 提供结业证书，并需要付一定的费用。除此之外，付费的求职咨询、学分甚至学位授

予、广告等盈利模式也是 MOOC 积极尝试的盈利模式。

此外，在 MOOC 基础之上，出现了“翻转式课堂”，翻转课堂后，利用教学视频，学生能根据自身情况来安排和控制自己的学习。以可汗学院为例，它是一个非盈利教育组织，为学生提供答疑辅导的就是美国中学的老师，学生在线观看教学视频、练习、答疑辅导。目前至少有 15,000 个班级在用可汗学院的网站实施翻转式课堂教学模式。

（二）英国在线教育发展现状

21 世纪以来，英国政府先后出台多个相关性政策文件以支持教育信息化的发展。2005 年 3 月，英国政府发布《利用信息技术促进教学方式和儿童服务的转变》(Harnessing Technology-Transforming Learning and Children's Services)，提出利用信息技术和数字化学习促进教学的转变，建立协调合作系统，提高教育效率和效益。2008 年英国教育传播和技术署 (BECTA) 发动了“下一代学习运动”(Next Generation Learning Campaign)，该战略旨在促进下一代学习者利用技术提高学习效率，让学习者及其家庭、经济以及整个社会都能从技术中获益。

英国作为世界上最早开展远程教育的国家之一，在远程网络教学、课程的设计、多种教学媒体的综合应用，虚拟学习环境、教学过程的评估和反馈等方面，都有自己的特色。当今英国在线教育发展的重要特点是“终身化教育、以学生为中心的学习和教育的全球化”。英国的网络大学从计划的制定到实施用了两年多时间，目前由美国太阳计算机公司提供的网络教学平台，由日本富士通公司提供的网络运行和维护，英国的如剑桥大学、诺丁汉大学、约克大学、开放大学和哈勒姆大学等许多高校作为成员，在网上首先开展研究生学历的在线教育，并在世界各地建立了当地的学习中心，呈现了国与国之间，大

学与大学之间、大学和公司之间的强强联合来开展远程教育的特点。

随着信息技术的迅猛发展，英国的高等教育普遍采用了先进的教育技术进行教学。不同的大学有各自不同的应用形式和领域，总的来讲，普通高校主要在自己的校园网上，为校园内的教师和学生提供课程和教学支持服务，并且开展不少的职业技术培训。而成人教育和远程教育领域的学校和机构则利用网络提供包括研究生学位课程在内的各个层次的教学和辅导，其覆盖面早已超出的英国国界，走向了世界。英国的在线教育体现了以学生为中心的教学支持服务，包括它的教学大纲、课程设计、资源建设，教学环境和教学媒体的运用等，以高质量的教学和支持服务强化学习过程，充分体现了以学生为本的教育观念。

在英国，以英国开放大学为代表开展的在线教育，它强调的是多种教学媒体的综合运用，开放大学将会积极开展网络学习活动，并致力于教育技术的运用，让更多的学生使用计算机学习。目前，开放大学教学课程的重心仍是印刷的教材，但其他现代化媒介也发挥着非常重要的补充作用，如磁带、录音带、录像带、广播、电影、幻灯片、家庭实验器材、计算机视讯设备、计算机档案的查询渠道以及计算机辅助教学软件等。

英国远程教育发展早，发展速度快，但在在线教育平台建设方面发展较为谨慎。2012年12月由英国12所大学联合发起，建立MOOCs线上教育平台FutureLearn。截止目前，该平台除获得17所高水平大学支撑外，还包括英国文化协会和大英图书馆的内容支撑。FutureLearn继承了英国开发大学的衣钵，并借助网络的力量，让公开大学用在它远程教育和在线教育方面的经验来支持其他大学。

（三）新加坡在线教育发展现状

早在上世纪 70 年代末，新加坡便察觉到了信息技术对于推动国家经济发展的巨大潜力，并于 1980 年制定了第一个国家信息化战略规划 (The National Computerization Plan)，至今，新加坡已发布了六个信息化战略规划，第六个规划是 2006 年发布的一个为期十年的规划——iN2015，该规划的目标是“将新加坡建设成为一个信息技术支撑的智能化国家和全球化城市”。在国家信息化战略的驱动下，1997 年，新加坡教育部发布了为期五年的教育信息化一期发展规划 (Master Plan 1，简称 MP1)，随后，新加坡分别于 2003 年、2008 年发布了教育信息化二期、三期发展规划。

这三个教育信息化规划是新加坡在特定的发展阶段，为了满足信息技术教育应用的不同需求而制定的阶段性纲领文件。其中，MP1 的发展目标是利用信息技术，加强学校和外部世界的联系，拓展和丰富学习环境；通过在学习中恰当应用信息技术，提高学生的创新性思维，促进社会的终身学习，增强社会责任感，在此期间实施了 NEU PC 方案，为需要计算机的家庭购买计算机提供了较低的折扣，使得学生在家也能方便地使用计算机、访问因特网。MP2 在 MP1 的建设成果基础上，强调信息技术在教学中的应用以及与课程教学的融合，推进数字化学习文化。在此期间，启动了信息技术示范学校 (LEAD ICT@Schools) 项目、BackPack.NET 项目、Edvantage 项目和 iSHARE 项目，一方面，建立教育信息化试点学校，构建信息化教学环境；另一方面，构建了一个资源共享框架，让不同学校的教师可以分享资源，或使用别人分享的学习资源。MP3 主要强调利用信息技术促进学生的自主学习，在此期间，由新加坡教育部牵头，发起了诸如 Virtual Worlds 等系列项目，建立了创新型的信息技术教学环境，切实提高了学生使用信息技术自主学习的兴趣。

新加坡政府尤其注重教育信息化的发展，发起了一系列教育信息化项目，与企业、相关组织部门合作，确保学生享有更多的学习资源。

3.2 国内在线教育发展情况

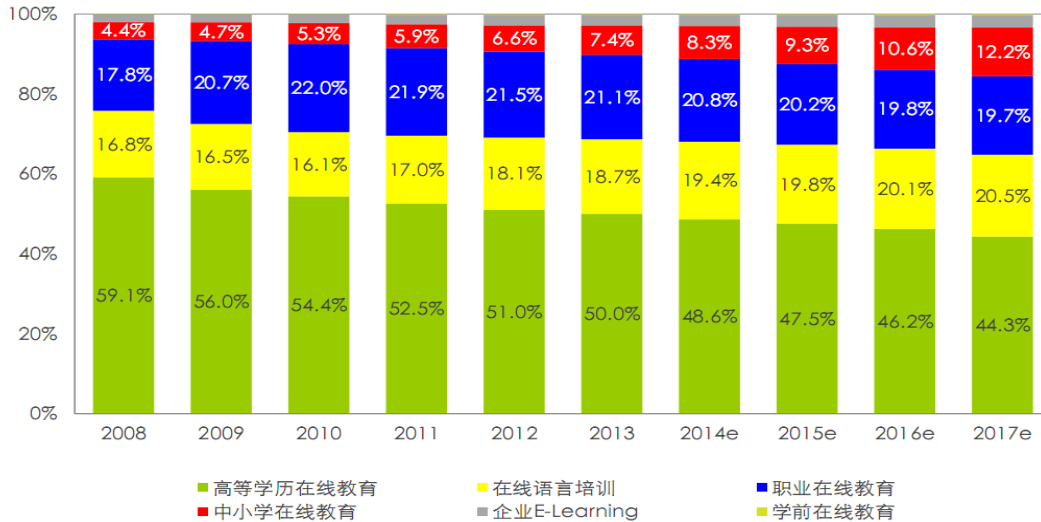
2012年3月我国国家教育部印发了《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》，提出教育信息化将成为未来十年发展的重点。并把建设教育云网络、培养信息化人才和建立信息化管理体系等三项任务作为十年发展规划的主要任务。由此可见，中国已经进入了利用科技手段来提高教育水平和质量的阶段。

在这种有利的政策背景支持下，近年来，随着我国信息化程度的不断提高，在线教育市场规模呈现加速增长的态势。数据显示，2009年，我国在线教育市场规模约431亿元，2013年已达到981亿元，实现了21.2%的年均复合增长率。其中，学历教育、职业教育和语言培训是市场规模高速增长的主要动力，占市场规模的75%以上，目前经教育部批准的可以开展网络教育的大学网络学院有68所。随着在线教育用户群体的不断扩大，我国在线教育的市场规模还将有更大的发展，预计到2017年达1733.9亿。尽管如此，目前我国在线教育仍处于发展初期，用户市场有待培养，据艾瑞咨询公司调查，目前只有少于三成的网民使用过在线教育；未使用过在线教育的人数占71.2%，而其中有近42.1%的网民有购买在线教育的计划。可见，我国在线教育整体增长迅速，市场刚需规模巨大。

根据业务领域对我国在线教育进行细分，可以分为高等学历在线教育、在线语言培训、职业在线教育、中小学在线教育、企业E-learning和学前在线教育。从2008年到2013年间，高等学历教育所占市场份额一直处于首要地位，并呈现逐年减少趋势，预计2014

年会跌破 50%。而其他几类都表现出增长趋势，其中，中小学教育和职业在线教育增长趋势较为明显。

2008-2017年中国在线教育细分市场结构



来源：综合企业财报及国家统计局数据，根据艾瑞统计模型核算。

根据运作主体对我国在线教育进行细分，可以分为传统互联网巨头、传统教育行业在线教育业务、老牌的在线教育机构(成立五年以上)、新兴创业型在线教育公司，以及教育主管部门。具体情况如下：

运作主体	代表
传统互联网巨头	网易云课堂、新浪公开课、YY教育
传统教育行业在线教育业务	新东方在线、学而思网校
老牌的在线教育机构	沪江网、正保远程
新兴创业型在线教育公司	多贝网、云校、粉笔网(猿题库)
教育主管部门	世界大学城、奥鹏教育
其他	校讯通

其中，网易云课堂属于中国的 MOOC 模式，是网易公司打造的在线实用技能学习平台，该平台于 2012 年 12 月底正式上线，主要为学习者

提供海量、优质的课程，用户可以根据自身的学习程度，自主安排学习进度。立足于实用性的要求，网易云课堂与多家教育、培训机构建立合作，课程数量已达超过 1100，课时总数超 16000，涵盖实用软件、IT 与互联网、外语学习、生活家居、兴趣爱好、职场技能、经融管理、考试认证、中小学、亲子教育等十余大门类。学而思网校主要面向中小学生的语数外三门主课在线教育学习。云校则开启了新兴的“云学习”模式，通过云计算和大数据技术帮助中小学提升管理水平和教学能力，探索基于课堂 O2O 的个性化模式，模糊教与学的角色，打破学校物理疆界，构建“云上的学校”；通过全维度的行为信息，经过严谨的模型计算，帮助理解孩子在想什么、要什么。世界大学城是由国家工信部批准的我国教育部现代远程职业教育与培训业务，致力于打造成面向全球的个性化远程网校。校讯通是有中国移动推出的基于网络和短信的教学应用平台，主要在于使用信息技术实现学校和家长之间的有效沟通，促进学生的健康成长，目前广东、浙江、江苏、湖北、河南等多个省市建立了校讯通平台。

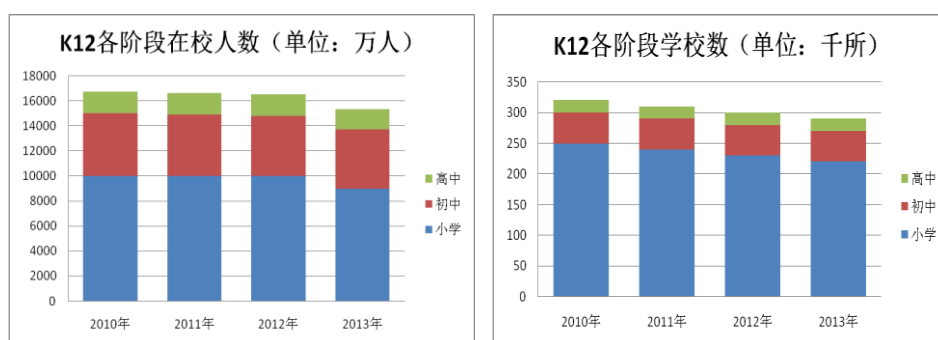
随着信息技术持续发展，国家政策对教育信息化、数字出版、文化产业支持力度越来越大，这也为在线教育市场的扩大提供了有利环境。在线教育平台建设固然重要，但在教育事业和教育行业发展的过程中，在线教育模式的创新、教育资源的共享、教育内容的有效利用同样不容忽视。

四、我国 K12 在线教育行业分析

4.1 K12 教育产业前景

4.1.1 K12 阶段学生规模巨大，教育需求旺盛

国家统计局数据显示，2010 年到 2013 年我国 K12 阶段学生总人数维持在 1.6-1.8 亿左右，学校总数维持在 30 万所左右，较为平稳。2013 年小学、初中、高中在校学生人数分别为 9361 万、4440 万和 2436 万。从学前教育在校生人数看，11-13 年分别为 3424 万、3686 万和 3895 万，预示未来几年小学入学人数稳中有升。K12 阶段稳定的大规模学生数量奠定了该领域教育产业规模化的基础。



4.1.2 政策制度放宽助力教育行业腾飞

长久以来，民办教育一直受制于国家法律的相关规定。95 年修订的《中华人民共和国教育法》中规定：“任何组织和个人不得以营利为目的举办学校及其他教育机构”。民办培训学校必须在民政部门登记为民办非企业单位且不能以营利为目的。营利只能投入学校再发展，无法实现股权分红。民办学校在性质界定上的复杂性等制度障碍使新东方、学而思和学大教育等教育机构陆续寻求在美上市。

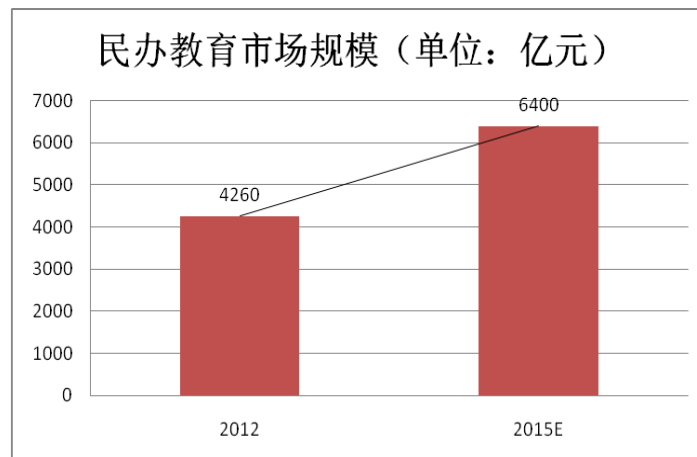
2010 年《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020）》指出“开展对营利性和非营利性民办学校分类管理试点”并提出了建设教育信息化体系。伴随 12 年“三通两平台”的提出，我国教育信息化也将加速。13 年《教育法律一揽子修订草案（征求意见稿）》对

原教育法等进行了系列修改，修改了“任何组织和个人不得以营利为目的举办学校及其他教育机构”的表述并删除了 02 年民办教育促进法中关于办学回报处理的规定。

教育制度的改变和国家对教育信息化的大力促进改善了教育产业政策环境，相关业内人士认为，国家对教育行业的政策宽松将是未来趋势，教育行业有望迎来更好发展。

4.1.3 居民持续投入推动教育产业发展

我国居民向来有重视教育的传统，“望子成龙”是对我国家长的真实写照，《2012 中国家庭教育消费白皮书》调查显示，教育消费占到中国社会中坚阶层家庭收入的 1/7。德勤数据显示，2012 年，我国民办教育市场规模为 4260 亿元，预计 2015 年将达到 6400 亿元，年均复合增速达到 14.5%。



4.2 K12 在线教育行业发展前景

4.2.1 K12 在线教育是创业的热点

据统计，2013 年有数十亿元资金进入在线教育行业，全年新增

近千家在线教育机构。目前，在线教育市场仍然保持着每天增加两家的速度。

在线教育细分领域主要包括 K12、外语考试、留学咨询、成人考试(考研、公务员、证书)等。而 K12 通常被认为是最诱人同时又最棘手的在线教育领域。资本市场灵敏的嗅觉，正在证明 K12 在线教育的未来。

根据艾瑞咨询测算，13 年在线教育规模为 839.7 亿，15 年有望达到 1200 亿，K12 在线教育占比将由 13 年的 7.4%稳步提升，到 15 年接近 10%。K12 在线教育在 13 年的规模为 62.16 亿元，未来几年有望实现 30%以上增速。

越来越多的玩家正在进入 K12 领域，其玩法也不尽相同。传统教育机构打造线上平台，线上线下资源整合互补；纯粹的在线教育网站则进行课程直播，搭建学习社区，进行实时答疑解惑；而在线题库也打起“精准分析”的旗号，“个性化”“高效率”成为其最大卖点……

4.2.2 在线教育突破传统教育瓶颈

传统教育受空间制约，教育资源无法跨地区流动。教育资源的不平衡和不公平一直被广为诟病，特别在 K12 教育阶段，城市不同地区、城乡教育水平差距巨大，近年来的“学区房”热也是教育不平衡的具体体现。

在线教育打破了资源的空间限制，教育资源在任何拥有网络的地方共享。学校可以充分发挥自己的学科优势，把最优秀的教师通过网

络传播，增进教育的平衡和公平。在线教育还具有以下优势：

(1) 内容丰富，在线教育具有多媒体性质，可以利用丰富的文字、图片和视频等，趣味性和形象性远超传统的黑板板书；

(2) 打破了时间限制，自由度大幅提升，不再局限于传统的课堂 45 分钟，充分利用碎片时间并可根据自身实际需求进行调节。

(3) 成本优势，在线教育可以大幅消减租金等经营成本

4.2.3 互联网发展解决在线教育传播瓶颈

大规模的互联网用户是在线教育的基础，目前我国的互联网渗透率已经接近 47%，同时蓝汛发布的《2013 年中国互联网感知数据报告》显示，13 年中国平均网络速度为 3.45Mb/s，相比 2012 年第四季度的 2.59Mb/s 提高 33.2%，网络速度的快速提升改善了在线教育传输问题。

移动端，移动互联网发展支撑移动端在线教育加速增长。未来凭借灵活性和方便性，移动端在线教育有望爆发。

另一方面，80-85 年出生的 80 后，假设其平均生育年龄 27 周岁，则下一代年龄在 2-7 岁，正是 K12 今后几年的增量人群，而 80 后在互联网环境下长大，更有助于下一代接受和认可在线教育。

4.3 在线教育玩法多样，火药味十足

在当前中国的教育体制下，K12 教育的最终导向依然是应试结果，这也决定了 K12 在线教育要解决的核心问题必然是“通过差异化教学实现提分”。而从竞争主体来看，大致有三类，一类是教育信息化厂

商，一类是线下培优学校，另外一类则是纯粹的互联网创业团队。这三类主体利用各自的优势切入市场，主要路径分为三种：体制内切入，线下培优线上化，创新模式开路。

4.3.1 体制内切入：从教育信息化到在线教育的顺延

从体制内的教育信息化切入 K12 在线教育是很自然的业务延伸思路，这类教育信息化厂商的先期业务主要包括学校的教务管理平台、教学管理平台、校讯通、区域的教育管理平台和资源平台等偏 B 端的业务，而通过这些业务的开展，将为其后续 C 端业务（即面向学生的在线教育业务）打下基础。

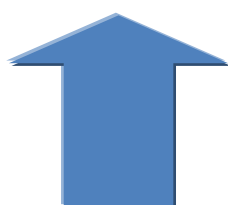
这类教育信息化厂商切入在线教育主要有两大优势，一是天然的渠道优势，即这些教育信息化厂商通常与学校有紧密的合作关系，在后续的在线教育业务推广阶段，能够充分利用学校的宣传渠道甚至与学校的教学环节深度绑定；二是学生学习数据的获取优势，即这些厂商能够通过信息化平台的建设，逐步积累学生在学习周期中的行为数据、过程数据和结果数据，并根据这些数据向学生提供差异化的在线辅导服务。

从产品端来看，这些公司未来的产品形态预计主要有两种，一种是最为普遍的线上培优课程（例如名师教学、1V1 教学等）；第二种是与学校深度绑定的教学补充型产品或者教学线上化产品（例如公开课形式的课外知识补充、在线课堂，课后题库平台等）。

从体制内切入 K12 在线教育不失为一种好的发展路径，相对而言

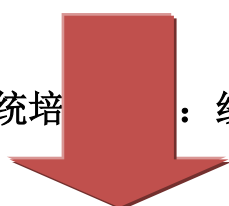
其资源支持更多，而试错成本又相对较低，但有两点需要注意：1) 产品设计问题。市场普遍担心这类传统的教育信息化公司缺乏互联网基因，在产品设计上会更加功利化而不注重用户体验，因此，我们认为这类公司，其在线教育产品的设计团队更多地会以引入外部团队为主，也不排除采取合作或者收购的方式进行整合；2) 区域限制问题。教育信息化公司在业务拓展方面具有很强的区域性，这种特性也很有可能延续到其在线教育的产品上面，教育信息化公司涵盖的业务区域越多/跨区域扩展能力越强，则后续其向在线教育业务进行扩展，无疑将具备更好的产品灵活性以及渠道优势。

教育信息化公司需要强化的竞争要素



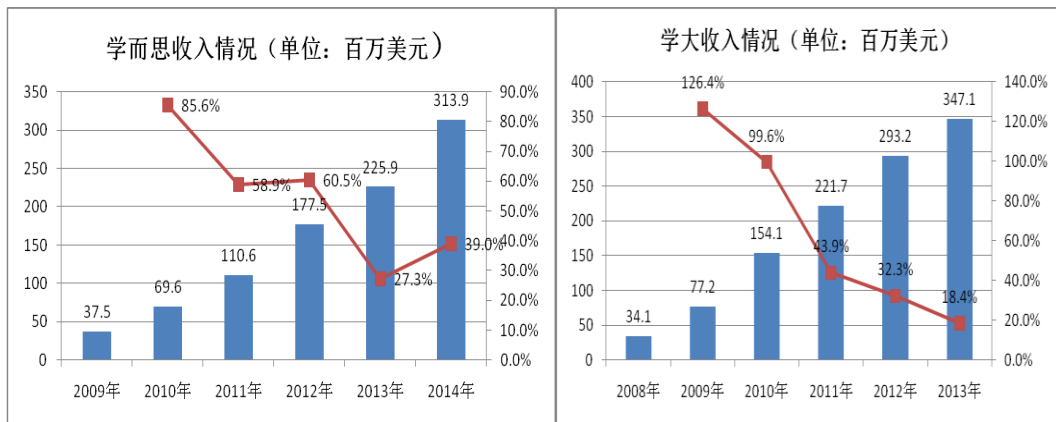
以外部资源引入的方式提升
产品设计能力

4.3.2 传统培 ~~育~~：线下 ~~业务~~ 线上化 ~~业务~~ 业务扩张能力为在线 教育业务的纵向延伸奠定基础

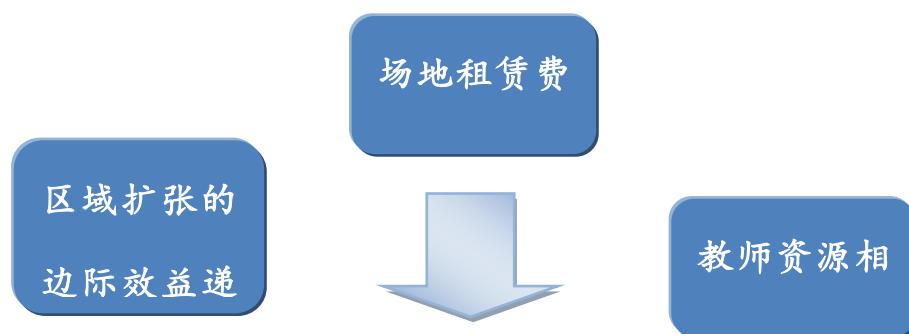


目前 K12 教育市场多以线下培优机构的形式存在，典型的如学而思、学大教育等，虽然各家的产品定位和教学模式各有特点，但总体来看，经过多年的经验积累，线下机构已经形成了完善的商业模式，整个体系的运转也已经相当顺畅。而且从学而思、学大教育等的财务数据也可以看出，K12 线下教育行业依然具备良好的成长性，例如学而思 K12 的教育收入 2014 财年几乎是 2009 财年的近 10 倍，复合

增速达到 53.0%；学大教育也同样实现了 5 年超过 10 倍的收入增长，复合增速高达 59.0%。



虽然线下培优机构的收入规模依然呈现增长态势，但同时也可以很明显地看到其收入增速近年来已经逐步趋缓，其原因主要是线下培优机构都是企业面临的主要增长瓶颈，而且普遍的思路是“由大到小，由整到零”，北京、上海、广州等大城市都是这些培优机构的竞争首选地，而且后续每个城市的扩张都要经历相对漫长的品牌和口碑积累过程，发展至今，整个 K12 线下培优行业的格局已经相对稳定，尤其是对于大体量的公司来说，逐个城市的“地推”策略必然是边际效益递减，而且线下培优的场地租赁费用、教师资源分配等问题将伴随着规模扩张而越发显著。在这种情况下，线下培优机构的线上化成为其打破发展瓶颈的重要手段。





线下培优机构开展线上教育的优势主要在于丰富的行业经验、深刻的需求理解以及优秀的教师资源。线下培优业务的线上化有助于其覆盖更多的用户，并使得其业务整体更加轻型化，教师资源也能更加充分地得到利用。但在具体的线上业务开展过程中也面临不少的挑战，除了产品端的用户体验以外，还有很重要的一点是如何平衡线下培优和线上业务的关系，使其能够尽量缓和此消彼长的左右手博弈，实现良性的业务增长。目前来看，线下培优机构或多或少都在尝试线上业务，但无论从产品体验还是收入效果来看都尚未形成气候，其定位更多的是偏渠道和业务补充。由于缺乏互联网基因，传统培优机构要想成功进行线上转型最终也需要引入外部团队，一是解决产品设计问题，二是解决线上运营问题，在此基础上再嫁接上原有的行业经验、市场基础、教师资源等优势，有望在竞争激烈的线上教育市场成功突围。

4.3.3 创新模式：互联网在线教育

除了已有传统业务支撑的竞争参与方外，K12 在线教育市场吸引最多的是各路互联网公司，这其中既有相对成熟的互联网企业如 BAT、沪江等，也有数目众多的初创型公司，如一起作业、快乐学、爱考拉等。资本市场对 K12 在线教育的投资也异常热衷，诸多初创

公司的 A 轮融资都达到百万甚至千万美元，未来行业内的竞争势必更加激烈。

总体来看，目前 K12 在线教育公司都还处于积累客户和探索商业模式的初级阶段，在产品端的设计也不尽完善，需要更加漫长的时间才能检验出真正的市场胜出者。K12 教育的核心价值始终是“提分”，在此基础上，虽然当前的线上教育产品众多，包括题库（如猿题库、快乐学等）、解题应用（如学习宝、爱考拉等）、聚合平台（如梯子网、一起作业等），但其独立运营实现盈利的能力有限，最终可能依然会引流到培训环节（包括线上/线下的培优课程等）才能实现其价值。

4.3.4 谁会成为王者

产品打基础，渠道空间讨论的三类厂商和三种模式在开拓 K12 在线教育业务方面各有千秋，从竞争要素看，线上产品的客户体验无疑是决定其能否获取客户的重要基础，但在此基础之上，考虑到 K12 群体教育的特殊性，渠道将成为相关企业能否做大做强的重要的变量，这里的渠道更多的指线下渠道（而非其他在线教育强调的线上渠道），或者说是学校资源（包括公立学校和培优学校）。

基于这两大竞争要素的考量，传统业务（体制内业务/线下培优业务）可能要有所优势，同时具备高效整合能力的公司的未来发展前景，而对于产品型公司而言，更大的机会应该在于和资源方合作或者被收购整合以实现其转换价值。

三类公司的优势劣势分析

	模式	优势	劣势
--	----	----	----

教育信息化厂商	体制内切入	和学校关系紧密,后续的产品转化效率高; 能方便积累学生的学习数据以提供差异化服务。	缺乏互联网基因; 区域性限制
线下培优学校	线下业务线上化	行业经验丰富、需求理解深刻、教师资源优秀; 现成的转化渠道。	业务左右手互博; 产品设计能力欠缺。
互联网创业团队	创新模式	良好的产品设计能力; 多元化的模式创新。	资源相对缺乏; 转换能力不够。

4.4 我国 K12 在线教育用户分析

2013 年,在线教育发展迅速,各类在线教育平台雨后春笋般的成立,以 BAT 为首的互联网也纷纷进行布局或推出自己的教育平台,其中上线了很多中小学在线教育(又称 K12)平台或中小学教育频道。学生、家长、教师和学校,是 K12 教育的主要分析对象,但是目前 K12 的市场分析首先要弄清楚 K12 产品的用户中,谁才是真正的决策者。

4.4.1 用户与客户的特殊性

任何一款互联网产品或服务的上线,首先要解决或找到该产品或服务的用户。通过满足或提高用户的体验感,进而引导用户花钱购买产品或服务,其身份从用户转换为客户。

但中小学在线教育却有一定的特殊性:用户与客户的分离性。因为使用在线教育平台进行教学或学习的主要用户是教师和学生,而为产品或服务买单的却是学校或家长。实质上是用户不花钱,客户不使用但要结果。弄清这种特殊性,理清用户与客户间的关系,才能很好

的推广。

4.4.2 用户的学习习惯



根据上图的在线教育调查，可以看到本科及研究生群体使用率明显高于初高中群体。而且在中小学生的市场内，消费者和使用者不是同一人。消费者是家长，使用者是学生。基本上学生使用什么产品是由家长决定的。而目前这批中小学生的家长年龄在30-50左右。这些人的中最年轻的家长是7年前从大学毕业。7年前，他们刚接触电脑，心思都被游戏吸引，不会想到在电脑上还可以学习。从这个角度来看，他们在考虑给孩子选择学习工具的时候，功能单一的点读机可能要比在线视频课强。

了解了家长——消费者——的学习习惯，可以和学生——使用者——的学习习惯进行对比。现在的中学生的作息时间表都被各种作业和习题排的满满的，几乎没有时间去上网学习。所以，针对K12的在线教学产品，尤其是纯在线产品，在目前的来看前景并不乐观。除非像学而思这样，运营论坛和线下培训多年，依托自己用户基础和口碑进

行推广。

4.4.3 用户的优先顺序

在线教育平台必须清楚你的产品或服务的用户，以及用户的先后顺序。教师、学生和家長其中之一或三者都是；如果用户包含教师、学生和家長，则要重点考虑用户的优先顺序。不同的用户和用户优先顺序决定着推广渠道、方式、费用等不同。

4.4.4 K12 在线教育的平台用户的粘性

K12 在线教育平台用户中，教师的粘性最大，最应该也是最大，其次是家長，学生粘性最低。

首先教师使用在线教育平台的动机最强、可使用的时间最多，也最具备产品与服务质量的鉴别能力。其次是家長，家長也有一定的使用动机(希望孩子通过平台学习提高成绩，了解孩子学习情况)，也有一定的使用时间，但对平台产品与服务质量的鉴别能力较低。学生最为被动，即没有使用动机和时间，也不具备产品与服务质量的鉴别能力。虽然学生对产品的粘性很低，却是决定学校或家是否买单的关键因素之一，在产品和服务顺序上则必须优先与家長。

综上所述，中小学在线教育平台最应该把教师引导成平台的忠实用户，再通过他们对平台的粘性，推荐和引导学校或家長成为客户。

4.5 K12 在线教育发展趋势

8 月 22 日下午，创客总部在北京主办了一场以在线教育为主题

的分享沙龙，主要从 K12 领域、培训机构、大数据在教育行业的应用三个方面讨论了在线教育市场当下的机遇和挑战。其中来自北京四中网校的副校长刘开朝则以一名传统在线教育从业者的身份，分析了当下他眼中的 K12 市场。

4.5.1 方兴未艾、潜能很大

首先从 K12 领域的整体盘子来看，刘开朝则用了“方兴未艾、潜能很大”来形容，他引用了艾瑞咨询发布的数据来说明在线教育市场未来的市场前景：到 2015 年左右，整个国内的在线教育市场将超过 1600 亿（包括高等教育和职业培训在内）。虽然市场的前景广阔，但就目前刘开朝自身的感受情况来看：“2013 年以前应该还没有超过 100 个亿”。

虽然对市场前景看好，但刘开朝认为未来的 K12 在线教育也将会存在“只有老大、老二老三日子会很不好过”的市场局面，因此“机遇和挑战并存”。

4.5.2 K12 在线教育的类型和未来方向

从目前的在线教育参与情况来看，在产品层面，刘开朝主要划分了以下几种类型：

1. **名校名师的课程资源**。这其实也是四中网校、新东方在线等相对传统的在线教育模式，主要是将线下的名师资源搬到线上，刘开朝形容自己为“第一批在线教育在做的事情”；

2. **搭建在线教育的超强互动平台**。主要形式为第二代在线教育从

业者所提供的工具和平台，在分享中刘开朝也承认自己所在的北京四中网校也一直在摸索更加互联网化的在线教育方式；

3. 微课和翻转课堂。这是当下 K12 领域的在线教育比较火的两个概念，微课指的是以视频为主要载体，围绕细分知识点来记录教学过程，从而实现学生的自主学习；而翻转课堂则和现在的课堂讲课、课后复习模式相反，学生在课后自主规划和学习相应内容，课堂则变成了和老师互动交流的地方。

但在刘开朝看来，这两种模式到真正实施还需要一个过程，因为事先要先花相当大的精力来培训教师。

4. 学习关键环节的突破。如果将 K12 阶段的教育行为划分称不同的环节，课堂、作业、测试则都是其中比较关键的几环，刘开朝称自己一直比较重视作业环节，“比如大数据和作业结合来减轻老师的负担”。

5. 诊—学—练—测等综合模式。

而当下的这些产品模式，在之后将会有一些比较主流的发展方向，比如大数据、智能化、移动化、多元化、个性化等。

4.5.3 K12 在线教育的运营：团队为王

刘开朝将当下在线教育市场的参与者按照运营模式的不同分为以下几种类型：

1. 传统运营模式。在这种运营模式中，刘开朝仍举了四中网校的例子，并总结为“比较传统的、没有互联网思维的运营模式”；

2. 基于互联网思维的运营模式。这种运营模式和第一种相对传统的运营模式目前是并行状态，但之后具体会如何发生变化，刘开朝则认为还会再走上一段时间。

而关于当下在线教育市场的竞争优势是渠道为王还是产品为王，刘开朝则认为应是“经营团队为王”。