

“互联网+”
行业落地系列

Internet + Education

互联网+教育

移动互联网时代的 教育大变革

王晨 刘男◎著



“互联网+教育”关键词：发展趋势、市场格局、三大板块、商业模式、教育生态圈、C2C、O2O、K12、MOOC等

“互联网+教育”商业案例：淘宝同学、百度教学、学大、新东方、101网校、学而思网校、自化创意、100教育、网易云课堂、K12国际教育等



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



Internet +
Education

互联网+教育

移动互联网时代的
教育大变革

王晨 刘男◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+教育:移动互联网时代的教育大变革/王晨,刘男著. —北京:中国经济出版社, 2015. 6

(“互联网+”行业落地系列/王景主编)

ISBN 978-7-5136-3523-3

I. ①互… II. ①王… ②刘… III. ①网络教育—教育产业—研究—中国 IV. ①G434
②G52

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 088995 号

责任编辑 牛慧珍

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京力信诚印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14.5

字 数 215 千字

版 次 2015 年 6 月第 1 版

印 次 2015 年 6 月第 1 次

定 价 42.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010-88386794

◆ 2015 年 3 月 5 日，李克强总理在政府工作报告中首次提出制定“互联网+”行动计划，旨在推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新，发展壮大新兴业态，打造新的产业增长点，为大众创业、万众创新提供环境，为产业智能化提供支撑，增强新的经济发展动力，促进国民经济提质增效升级。“互联网+”概念的提出，意味着越来越多的传统行业、传统应用和服务正逐渐被互联网改变，传统行业全面拥抱互联网的时代已经到来！

◆ 互联网+教育，将会产生怎样奇妙的“化学反应”呢？毋庸置疑，在这个大连接时代，中国教育产业也正在经历一场由互联网及移动互联网主导的深刻变革：一块黑板、一本教材、一支粉笔……这种传统的教育模式正逐渐被改变，取而代之的是一种全新的教育模式——在线教育。

◆ “互联网+”上升至国家战略层面，教育领域政策红利持续释放，资本市场热钱不断涌入，这些都直接刺激了在线教育产业的蓬勃发展。近几年来，大大小小的在线教育机构犹如雨后春笋般破土而出，涵盖了早期教育、K12 教育、大学教育、出国留学、职业培



训、老年教育等所有阶段。

◆ 国家对教育行业的高度重视以及云计算等新技术的应用和推广，促进了在线教育的兴起和发展。不管是传统的教育培训机构还是互联网巨头，都纷纷开始试水在线教育领域。同时，在线教育也获得了大量资本家的青睐，在战略发展方面有了更多的资金支持。但是，中国的在线教育市场目前还没有出现一种比较成熟的模式，因此，我国的在线教育机构要获得更好的发展，必须拨开迷雾，找到正确的发展方向。

◆ 互联网技术催生出了众多新兴的产业形态，在线教育便是其中别具特色的一个。从互联网到移动互联网，人们获取知识的方式越来越不受时间、空间等客观条件的限制，原本被人们认为“是一个漫长的过程”的教育，也焕发出了新的生命力。近两年，在线教育的发展速度几乎能够超越任何一个行业。如果说2012年是在线教育的预热年，2013年是在线教育元年，2014年是在线教育的爆发年，那么，2015年进入在线教育的深耕年，又将呈现怎样的态势呢？

◆ 一项针对在线教育的调查显示，2014年，国内平均每天诞生2.6家在线教育企业。资本的疯狂推动使得在线教育的发展十分迅猛。一时之间，闯入在线教育领域的，既有学大、新东方等传统教育巨头，也有谷歌、百度等互联网大佬，甚至还不乏很多似乎跟在线教育毫不沾边的企业。不过，与众多企业疯狂涌入在线教育领域时的美好愿景不同，在线教育的大蛋糕并非“来者有份”。2014年，在激烈的竞争中被淘汰的在线教育企业已经超过了企业总数的10%。

◆ 近几年，随着国内互联网企业扎堆推出在线教育平台，在线教育渐渐吸引了人们的视线。互联网涉足教育行业并非偶然，从本

质上说，教育就是知识与信息的传播，互联网是信息的传递与交换，二者的方向是一致的。也正因如此，互联网与教育的结合应该是顺理成章、一帆风顺的。然而现实却并非如此，综观整个教育市场，绝大多数份额还依然握在传统教育手中。

◆ 刚刚过去的 2014 年可谓热闹非凡：先是 YY 高调入局，后有网易紧随切入，与此同时，阿里巴巴、百度、腾讯也在在线教育领域纷纷布局。国内在线教育市场之所以能够吸引这么多大佬加入，是因为在线教育市场确实十分诱人。据相关数据机构预测，在线教育的市场规模到 2015 年将会达到 1700 亿元。不过，我国的在线教育还处于发展初期，这个阶段正是持续烧钱以及培养用户习惯的关键时期，而普及在线教育甚至颠覆传统模式还需要较长的时间。

◆ 开放与分享，一直被认为是互联网发展的原动力，也是最核心的“互联网精神”。由此发展起来的互联网经济，自然也是把“免费”模式作为繁荣发展的基础。然而，一方面是互联网企业盈利困难的压力，另一方面是网民没有付费习惯的现实，互联网企业，包括在线教育企业，想要实现盈利确实还面临着巨大考验，未来也还有很长一段路要走。

◆ 在看到在线教育的发展前景后，许多创业公司也开始进军在线教育领域。而对这些创业公司来说，他们在教育行业本身就没有多少经验，再加上很多创业公司对未来在线教育的发展方向并不清楚，进入在线教育领域后极有可能处处受挫。因此对于创业者而言，首先应该清楚在线教育领域有哪些陷阱和机遇，摸清发展的方向，找到适合自己发展的道路，这样才有可能在在线教育领域获得长远的发展。

◆ 根据艾瑞咨询发布的《2013—2014 年中国在线教育行业发展



报告》，2013年，我国在线教育的市场规模和用户人数的同比增长率分别为19.9%和13.8%，分别达到了839.7亿元和6720万人；预计到2017年，这组数据将会增长为1733.9亿元和12032.6万人。未来几年，在线教育行业的市场前景将会非常广阔，进入到这一行业的参与者必将越来越多，竞争也会逐渐加剧。在激烈的竞争当中，谁能够率先探索到具有盈利空间的商业模式，谁便能够成为行业的领导者，掌握话语权和主动权。

PREFACE >> > 前言

英国著名小说家狄更斯在其名著《双城记》中写过这样一句话：“这是最好的时代，也是最坏的时代。”（It was the best of times, it was the worst of times.）这句话同样适用于今天中国互联网行业的从业者们。

互联网的飞速发展，一方面使得信息呈现爆炸式增长，人们对知识的需求越来越多样化；另一方面也为教育的发展提供了新的平台，催生出在线教育这样一种新的产业形态。

在线教育的优势体现在多个方面，比如：在线教育很大程度上跨越了地域、物质等造成的教育资源分配不平等的问题，降低了教育的门槛；在线教育可以满足人们不同的学习需求，使得教育更加个性化、更具有针对性；在线教育可以综合利用各种互联网先进技术，大大提高人们学习的效率……

2012年，中国在线教育的发展刚刚进入预热状态，但截至2012年年底，其市场份额就已经达到了723亿元；2013年，随着大量资本的涌入，中国在线教育企业数量更是呈现几何级增长；2014年伊始，以BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）为首的互联网巨头便纷纷开始抢占在线教育市场，在2014年的世界互联网大会上，阿里巴巴的



当家人马云曾表达自己的观点：在阿里巴巴未来十年的投资计划清单上，教育排在第一位。除资本市场的越发火热外，近两年与在线教育相关的国家政策也不断明朗，国务院、教育部等陆续发文，从政策和资金两方面推进在线教育的发展。

不过，与行业进入者们热情高涨的情况相对应的是市场竞争的异常激烈。截至2014年年底，被迫转变方向或倒闭破产的在线教育企业接近60家，超过了企业总数的10%，其中最具有代表性的便是世纪佳缘的创始人“小龙女”龚海燕创办的梯子网和那好网。虽然在线教育的市场前景广阔，行业呈现大热之势，但如果企业找不到合适的盈利方式，无法吸引用户，最终也只能成为行业的泡沫，渐渐消逝。

2015年，将成为在线教育的深耕年。这一年，在线教育行业会进行进一步的调整，一方面一些好的项目会更容易获得融资、扩大发展，另一方面为数不少的小企业也会在激烈的竞争浪潮中被不断淘汰。因此，厘清行业未来的发展趋势至关重要。

与互联网浪潮中兴起的所有其他行业一样，在线教育给了从业者们无限的希望，但也带来了同样的迷茫。在线教育的前景究竟如何？繁华背后是希望还是泡沫？

综合相关的调查研究和市场现状，笔者认为未来在线教育的发展趋势将主要体现在以下几个方面：

（1）并购和收购更加频繁，行业面临新一轮洗牌

资本的疯狂推动使得在线教育的发展十分迅猛。从2013年开始，涌入在线教育的企业越来越多，其中既有互联网大佬，比如百度、阿里巴巴、腾讯；也有传统教育巨头，比如新东方和学大教育；甚至还有很多看上去跟教育毫不相干的企业，比如森马服饰、西安饮食等。

其中，一些具有资本支持和先发优势的企业，为了弥补存在的短板，便会通过收购或并购等方式提升自身的竞争力。例如：2014年，YY语音先后收购了郑仁强（国内雅思教育第一人）团队和环球职业教育在线（即环球网校）旗下两个公司；2015年，全通教育以11.3亿收购继教网和西安习悦。

但对一些缺乏经验和资本的小企业而言，在激烈的竞争中日子会越来越难熬，最后只能被迫倒闭。

（2）优质在线教育内容企业，将迎来发展良机

在线教育包含两个必备的要点：互联网和教育。虽然互联网是教育新的载体，但在线教育与传统的教育一样，都应该是内容为王的。另外，在线教育也并非仅指教学方式的互联网化，教学内容、传播方式和思维方式都应该是互联网化的，即以互联网为载体，通过先进的教学设备，将优质的教学内容实现几何级的传播。

因此，经过几年的市场培育和用户的积累后，那些以内容为支持的在线教育企业更容易获得市场的认可，迎来发展的良机。

（3）与在线教育相关的服务型公司，将迎来发展爆发期

随着在线教育市场的逐渐扩大，进入在线教育领域的参与者越来越多，用户的需求也会越来越多样化，与在线教育相关的技术等相关的服务需求也会更加迫切，因此，便推动了与在线教育相关的服务型公司的爆发式发展。

（4）与职业技能相关的在线教育市场，会进一步扩大

经济的发展使得企业对劳动力的要求越来越高，而即将进入或已经进入工作岗位的毕业生往往缺乏必备的职业技能。在线教育对他们来说，时间更加灵活、选择更加多样化，因此，与职业技能相关的在线教育市场前景将十分广阔。

（5）K12教育或将走进学校，迎来新的发展机遇



由于 K12 教育涉及的用户数量极其庞大、用户需求也多种多样,因此,与 K12 相关的在线教育一直得到资本市场的青睐。

就目前 K12 教育的发展来看,主要基于课后辅导,这样的发展方式不仅与传统的线下教育相比不具有明显的优势,而且市场想象空间有限。因此,未来以 K12 教育为主要内容的在线教育企业会与私立学校的合作开始,逐步走进学校,为学校提供优质的教学内容,拓展市场空间。

(6) 在线教育 O2O, 将会成为新的增长点

相对电子商务来说,由于教育所需投入的资金、时间、精力更多,教育行业的用户往往相对比较谨慎,习惯通过现场试听的方式来决定是否选择购买课程,因此在线教育市场大热后,用户的反应相对比较冷淡。

通过线上与线下相结合的方式,更容易吸引潜在用户,并将潜在用户转化为实际用户,使用户获得更佳的教育体验。另外,通过微信等移动互联平台,学生与教师之间的互动更加频繁,社交媒体对教育行业的影响力也会逐步体现。

(7) 用户的接受度更高,在线教育的盈利模式更加多样化

目前,国内在线教育的盈利模式主要包括 5 种:广告收费、平台佣金、软件收费、服务收费和内容收费。

虽然互联网的特征之一就是免费,但对在线教育企业来说,免费不利于企业的持续发展。因此,未来比较可能的商业模式,是通过互联网平台为用户提供更优质的内容、更具有个性化和针对性的教育方案,以让用户的付费更具有价值,探索更加多样化的盈利模式。

(8) 在线教育逐渐平移至移动端,企业重点发展 App 模式

随着智能手机的普及和移动互联网的发展,在线教育也开始逐渐向移动端平移。而且,与 PC 端的应用相比,移动端在线教育 App

能够让用户充分利用碎片化时间进行学习，应用起来更加灵活。

根据相关的统计，截至2014年年底，教育类App的数量已经超过了7万个，在应用商店中的数量仅次于游戏类App，占比超过10%。而且，超过50%的用户愿意为教育类App付费。目前，部分在线教育机构，如101网校、北京四中网校等仍然坚守PC端，但也有不少在线教育机构，如猿题库、新东方等已经开始了移动端的布局。

(9) 在线教育的渗透范围更广，市场将逐渐向三、四线城市扩展

目前在一、二线城市，在线教育市场已成红海，而三、四线城市甚至广大农村地区的市场空间则更大、机会更多。

一方面，移动互联网的发展降低了用户使用在线教育的门槛，为在线教育向三、四线城市的扩展提供了条件；另一方面，由于相比一、二线城市，广大的中小城市和农村地区更不容易获得优质的教育资源，因此对在线教育的需求更加强烈。

由此不难发现：一场基于互联网和移动互联网的教育大变革正在到来，中国的教育格局将会面临新的重构。作为一名对在线教育进行了大量研究，并长期致力于在线教育相关领域探索的实践者，笔者在本书中探索了在线教育这一互联网时代下的教育新模式。

对趋势的把握虽然能够指导企业的部分决策，但在具体的实践过程中，仍然会面临许多困扰，比如：在线教育创业，应该如何避开潜在的陷阱，抓住可能的机会？传统教育机构如何搭建和开发属于自己的网校平台？K12教育的产品如何赢得老师的青睐？线下课堂教学产品延伸线上服务，应该如何构建O2O教育生态圈？高等教育应该如何借鉴MOOC模式，重塑教育生态？诸如此类在线教育行业的从业者经常会面临的问题，笔者在本书中都专门开辟章节进行



了详细的分析。

从小学生到年轻人，从 K12 到 MOOC，在线教育的相关模式会越来越清晰；互联网的开放和分享，会激发更多人内心深处的学习愿望，继而通过在线教育平台获得满足；而“互联网+”的大热，也将进一步推动在线教育行业的发展……随着在线教育行业的诱惑力越来越大，与行业相关的创业者、参与者、研究者会越来越多，希望本书能够起到抛砖引玉的作用，让读者获得一点启发和感悟。

导读

前言

Part 1 移动互联网浪潮下的教育格局

- ◎ 未来教育将呈现怎样的趋势? / 3
- ◎ 2015 年, “三大战役” 将全面爆发 / 7
- ◎ 在线教育, 离我们究竟还有多远? / 12
- ◎ 在线教育领域的三大板块 / 18
- ◎ 移动教育背后潜藏的巨大商业价值 / 23
- ◎ 谁有机会成为 K12 在线教育新巨头? (上) / 29
- ◎ 谁有机会成为 K12 在线教育新巨头? (下) / 33
- ◎ 【商业案例】 自化创意: 创意产业的在线学习平台 / 36

Part 2 在线教育的商业模式之争

- ◎ 免费的互联网思维 PK 传统收费模式 / 43
- ◎ 五大商业模式: 在线教育机构如何实现价值最大化? / 47
- ◎ 在线教育创业的陷阱和机会 / 53



- ◎ 老师 + 自媒体 + 产品的另类商业模式 / 58
- ◎ 在线教育市场的十大盈利模式 / 61
- ◎ 美国在线教育盈利模式的启示 / 67
- ◎ 【商业案例】100 教育：免费模式抢占在线教育市场 / 70

Part 3 企业巨头之间的在线教育“争夺战”

- ◎ 各路资本抢滩在线教育 / 77
- ◎ BAT 三巨头如何布局在线教育市场? / 81
- ◎ 在线教育细分领域的资本图谱 / 86
- ◎ 新东方如何布局在线教育市场 / 93
- ◎ 【商业案例】网易云课堂：满足用户需求的个性化学习 / 100

Part 4 在线教育 VS 传统教育：颠覆还是融合？

- ◎ 传统教育机构 + 互联网企业 + 创业企业 / 107
- ◎ 在线教育是传统教育的延伸而非颠覆 / 111
- ◎ 传统教育机构的互联网变革之路 / 115
- ◎ 传统教育机构如何搭建自己的网校平台? / 119
- ◎ 【商业案例】美国 ECAR 2013 年度研究报告：关注在线教育的学习体验 / 123

Part 5 在线教育 O2O：最被看好的商业模式

- ◎ 在线教育 O2O 的 3.0 时代 / 129
- ◎ 挖掘在线教育 O2O 的商业价值 / 133
- ◎ 构建 O2O 教育生态圈：线下课堂教学产品延伸线上服务 / 137

- ◎ 传统教育机构实现 O2O 模式的五大障碍 / 141
- ◎ 【商业案例】美国 Minerva 大学：借助互联网思维颠覆传统教育模式 / 145

Part 6 K12 在线教育：谁能拿下 K12 高地？

- ◎ K12 教育的三个发展阶段 / 153
- ◎ K12 教育的创业破局：产品赢得老师的青睐 / 157
- ◎ K12 教育成功的关键：产品触及用户的灵魂 / 161
- ◎ K12 教育的三种运营模式 / 166
- ◎ K12 教育的盈利模式 / 170
- ◎ K12 教育 + O2O：让教育资源释放最大能量 / 175
- ◎ 【商业案例】K12 国际教育：全球最大的在线教育服务平台 / 180

Part 7 基于大数据分析的 MOOC 模式

- ◎ MOOC 的起源、发展及预测 / 189
- ◎ 正确认识 MOOC 的三个问题 / 193
- ◎ 高等教育如何借鉴 MOOC 模式？ / 196
- ◎ MOOC 如何吸引用户：制度 + 参与者 + 内容 + 交互 / 203
- ◎ 什么样的 MOOC 最受欢迎？ / 208
- ◎ 【商业案例】Coursera、Udacity、edX 和清华学堂 MOOC 模式对比 / 213

Part 1

移动互联网浪潮下的教育格局

