

# 热烈与冷静

## 教育OMO发展趋势报告

2021年



海量行研报告免费读

# 前言

挥之不去的疫情阴影、在线教育公司的竞争冲击对传统地面教育公司造成了沉重打击，一时间，融合了线上的时间、空间优势和地面的体验、效果优势的OMO模式似乎成为扭转乾坤的关键，众多大型公司也纷纷宣布加大OMO战略投入和业务布局，浪潮汹涌。

新东方表示自疫情爆发以来一直将OMO作为核心战略，并已在大多数现有城市和25个新的周边卫星城市推行OMO课程；好未来也在不断改进自身的OMO模式，表示目前的OMO是过渡期，将根据学生的学习行为数据，不断探索服务学生的最佳方式；精锐教育、学大教育、卓越教育等等均宣布了加大OMO投入的决心。

OMO的**本质**是什么？增加**在线**的能力究竟会为教育机构带来哪些**不同**？被寄予厚望的教育OMO是否为**万应灵药**？OMO有哪些**机遇和 risk**？是否**所有**的教育机构都应该**转型**OMO？OMO是否为教育行业的**终极业态**？OMO的**发展趋势**如何.....

本篇报告将带着以上疑问，并结合行业专家经验、艾瑞的观察和积累尝试对以上问题进行分析，以期为教育机构及产业链参与方提供更多视角看待OMO及其发展。

1

## 教育OMO概念

教育OMO缘起于新零售。通信网的大规模商用促进了电商的发展，进而带动行业分工细化和基础设施完善，并进一步催生出更高效的新零售业态，教育行业亦类似。OMO是伴随直播互动技术进步、产业链和价值链重构，企业需要寻找更有效率的经营方式而产生的新业态，其表象是前端获客、教学、服务环节的线上线下融合；本质是数据驱动的、线上线下互为延伸的更高效的运营模式。

2

## 教育OMO价值

**短期价值：**短期内互联网核心功能体现在改变课程的交付方式、增加“教室”容量和扩大触达范围；但同样带来相应问题：在线教育效果和体验不如线下课堂，结果线上“教室”容量提升的同时服务越来越重，规模经济效应被削弱，同时获客成本高企，短期来看，在线教育对于教育机构商业模式的改善效果不够显著，地面教育机构嫁接线上能力更多是锦上添花而难以达到雪中送炭效果。

**长期价值：**随着科技不断纵深至教学核心环节和“教”与“育”的拆分重组，依托科技完成兼具规模化和个性化的“教”的过程，老师主要发挥引导作用的OMO模式将具有巨大的商业和社会价值，但持续的科技和研发投入很可能将小规模企业拒之门外。

3

## 教育OMO发展趋势

**多业态并存的行业格局：**全国性教育品牌、区域品牌、名师工作室等机构并存；（本地）网校、社区学习中心、线下校区等业态并存，但“纯线下”教培机构未来将不复存在；

**促进教学资源普惠的深层价值：**政策推动，公立校、社会机构协作，通过OMO+智适应促进教学资源普惠，校外培训机构将更多发挥“育”的功能；

**市场机会：**音视频解决方案、营销管理系统、教学内容等市场快速发展，平台型公司有望产生。

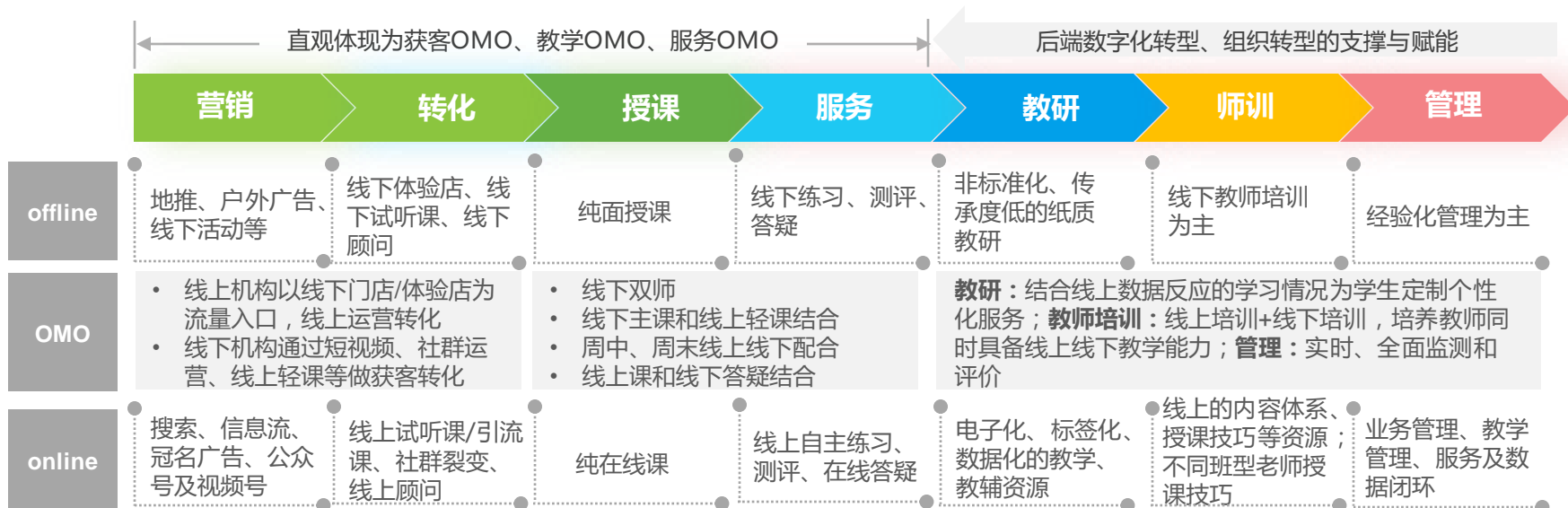
水到渠成：教育OMO发展辨析	1
追问反思：OMO是否为万应灵药？	2
实践探索：教育OMO典型案例	3
观隅反三：从新零售看教育OMO	4
前景展望：教育OMO发展趋势	5

# 什么是教育OMO？

**表象：前端获客、教学、服务环节的线上线下融合；**  
**本质：数据驱动的、线上线下互为延伸的更高效的运营模式**

OMO是伴随技术进步、新的流量红利消退、产业链和价值链重构、行业竞争加剧，企业需要寻找更有效率的经营方式而产生的新业态。技术进步为更有效率的获客、教学、服务和运营管理方式的实现提供可能；流量红利消退、行业竞争加剧推动产业链相关方寻找更适合自己的商业模式和更精细化的运营管理方式；而疫情的偶然因素进一步让OMO按下快进键。OMO目前仍处于初级阶段，缺乏公认定义，我们认为，OMO表象是前端获客、教学、服务环节的线上线下融合，而若要实现真正意义上的能产生化学反应的“融合”而非简单的物理“相加”，需要重新进行顶层设计，需要整个运营流程和组织体系的重构，更接近数字化、智能化转型的概念。

## 教育OMO辨析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 教育OMO发展背景：科技因素（1/2）

## 云服务为OMO实现普及奠定基础

伴随云服务发展，IaaS（基础设施即服务）、PaaS（平台即服务）、SaaS（软件即服务）、ISV（独立软件开发商）和一般的企业客户开始进行更加细化的社会分工，每个企业都专注于自己的所长开展业务。

在教育行业，云服务兴起前，若教育主体想开展线上课程，需要从头部部署自己的服务器、存储和网络设备，并建设自己的AI和大数据能力，再在此基础上开发相应的直播授课系统，只有大型教育公司才可能具备相应的能力。但现在，大量的PaaS和SaaS服务涌现，教育主体可以将强技术型工作通过采买服务的方式进行另一种形式的外包，只需“拧一下水龙头”即可获取相应服务，其自身只专注于更擅长的教学过程即可。云服务的发展推动了教培产业链的分工细化，为教育OMO的发展提供了底层基础设施支持。

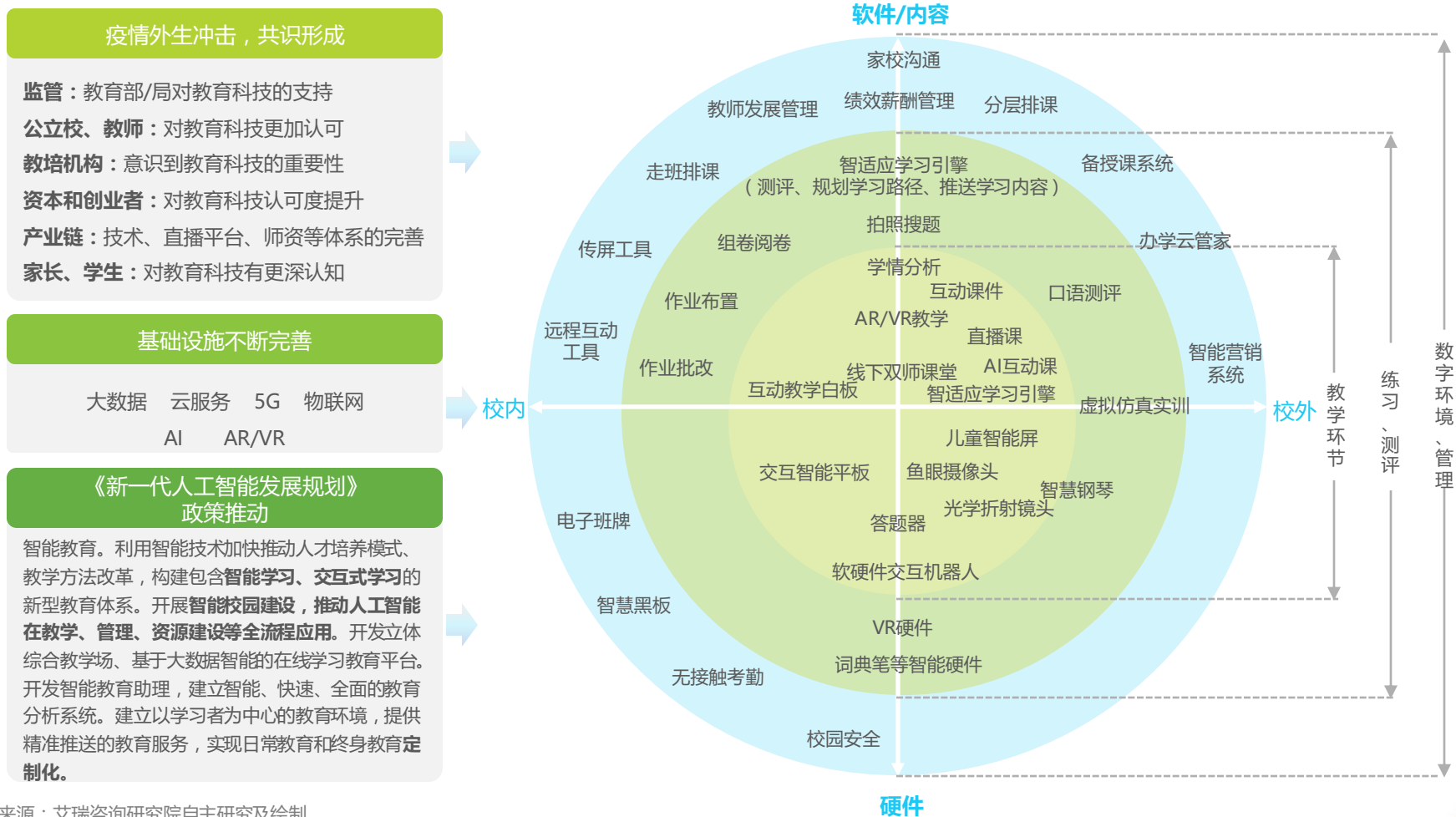
### 云服务兴起后，教育主体可将强技术型工作“外包”



# 教育OMO发展背景：科技因素（2/2）

## 管理到教学，职业培训、K12到素质教育，科技全面纵深

### 共识逐步形成、技术设施不断完善，科技纵深至教育的各个场景



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 教育OMO发展背景：行业发展因素

## 在线教育从“消费互联网”步入“产业互联网”，互联网+教育从流量逻辑进入到融合与赋能逻辑

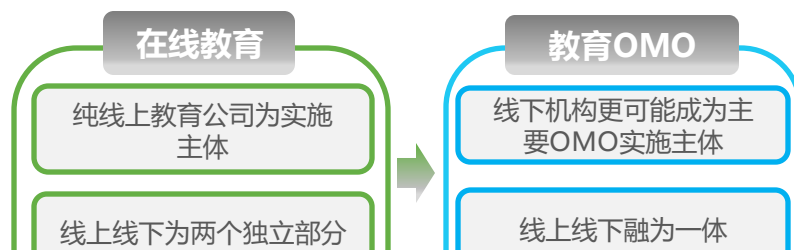
技术进步往往伴随着新流量来源的出现和流量池的形成，并推动商业模式的改进和带动相关产业发展。移动互联网浪潮下，消费互联网以摧枯拉朽之势席卷而来，随着流量红利见底，产业互联网走上舞台。

在教育领域，早期依靠社区、工具APP积累了大量流量，流量端势能形成，随着直播打通了变现端的模式，在线教育商业模式跑通并快速发展起来。但随着资本催化、创业者大量涌现，在线教育的流量红利也面临枯竭，结果就是流量成本越来越高。同样，在线教育也面临着从“消费互联网”到“产业互联网”的转型，从原来依靠流量红利的流量逻辑进入到依靠数字化、智能化提升生产力的融合与赋能逻辑，也即教育OMO的本质要义。

### 在线教育的流量逻辑



### 教育OMO的融合与赋能逻辑



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_20733](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20733)

