

为千帆造引擎

中国K12教育To B行业研究报告

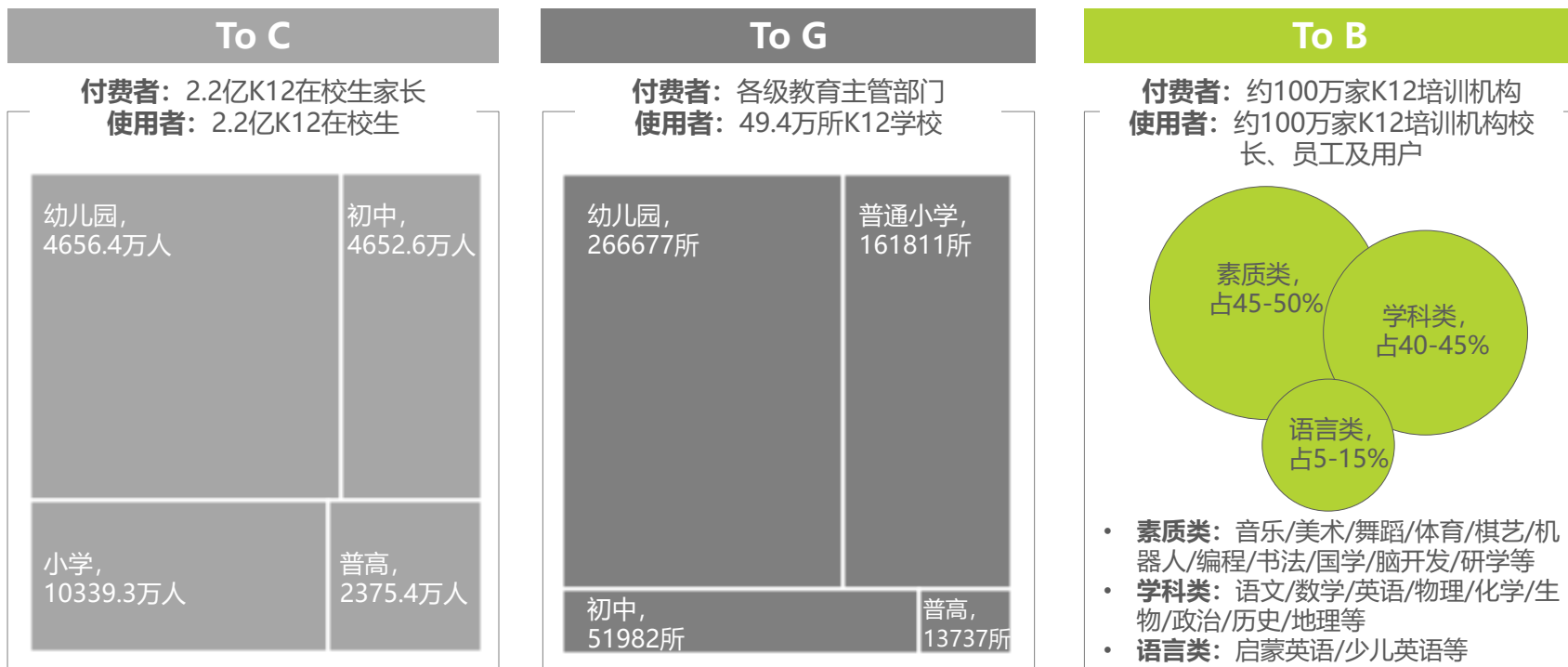
2019年



面向K12培训机构提供产品或服务，辅助机构商业运行

“K12”又名“K-12”，全称为“Kindergarten to 12”，意指美国教育体系中的幼儿园到十二年级。我国K12教育行业按客户群体分可分为To C (Customer, 消费者)、To G (Government, 政府)、To B (Business, 企业) 三大类，本报告研究对象为To B领域，即付费者是K12培训机构，使用者是K12培训机构校长、员工及用户。

中国K12教育行业划分



注释：上图学生数、学校数统计截至2018年底，培训机构数统计截至2019年6月。

来源：学生数、学校数来自国家统计局，培训机构数由艾瑞咨询研究院根据国家企业信用信息公示系统、企查查、百度地图等综合推算。

行业内涵

To B产品及服务非常多样，本报告重点关注满足K12培训机构教学教务、招生、管理、培训等常态化需求的产品及服务

K12培训机构To B产品及服务需求



1

K12教育To B行业是指面向全国**百万家K12校外培训机构**提供产品或服务的一个行业。这一行业从**上世纪九十年代**就开始出现，紧跟K12培训行业的变迁和技术的进步而发展，具有**深化行业分工、打造底层引擎**的价值。产品形态上先后历经了出版和硬件潮、品牌加盟和电子内容潮、管理系统和教育SaaS潮、课堂解决方案潮，目前**电子教材、在线外教、授课系统、管理系统、双师课程解决方案**等赛道值得关注。

2

K12教育To B行业2019年实际市场规模超**130亿元**，2022年将接近**200亿元**，未来随着客户渗透率和客单价的逐步提升，市场空间将突破**千亿**。爱学习（内容和科技驱动的K12教育供给平台，原高思教育）是其中营收额最高的一家企业，另外未来魔法校（K12教育综合供给平台）、爱乐奇（少儿英语教材供应商）、小鹅通（轻量级办学SaaS平台）等也是典型代表，腾跃校长在线（校长管理培训服务商）、飞博教育（在线外教服务商）紧跟其后。市场竞争格局分散，一站式解决方案服务商将提升市场集中度。

3

根据艾瑞于2019年12月针对298个培训机构的问卷调研结果，K12培训机构的对外采购需求集中在教材开发、课程开发和校长培训上，其余业务**主要依靠内部解决**。同时K12培训机构也关注**管理系统、授课系统、双师课程解决方案**等互联网工具或解决方案，心态上**既谨慎又期待**。K12培训机构了解To B供应商的渠道以**同行推荐和行业活动**为主，挑选供应商时比较关注**后期运营支持**。

4

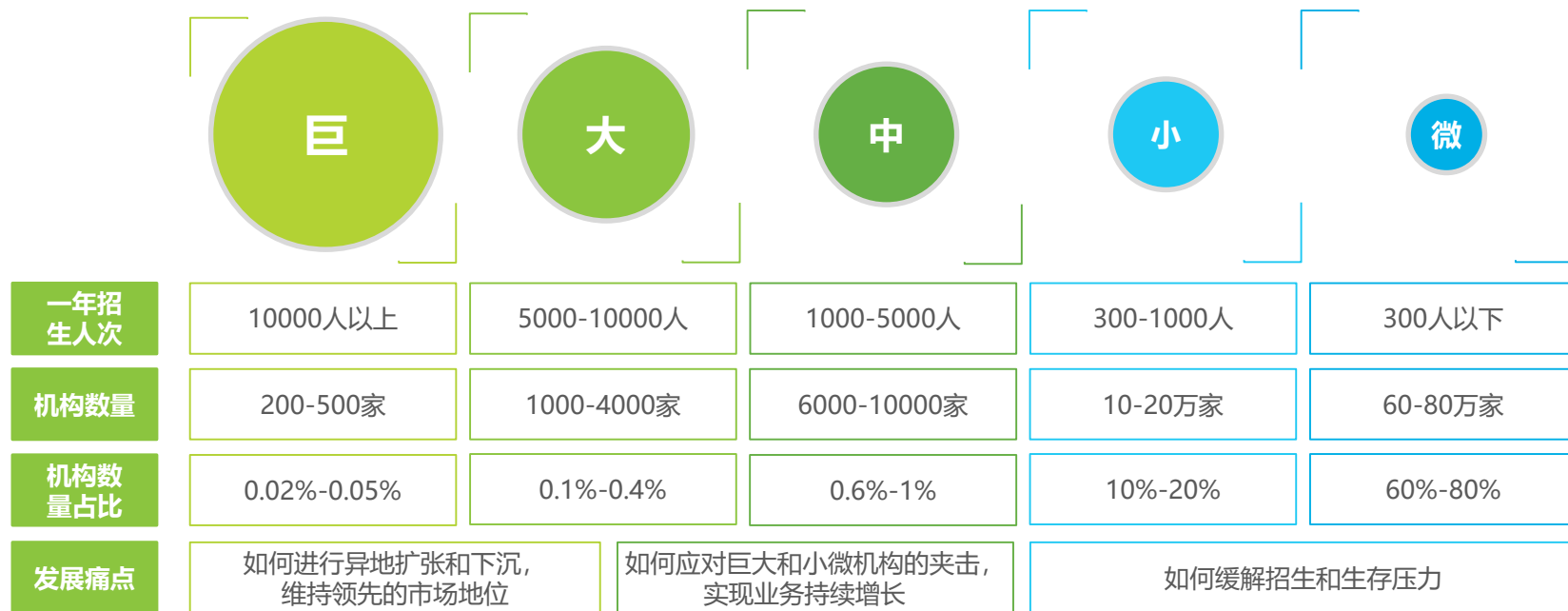
K12教育To B行业未来具有**智能化、本地化、集成化**的发展趋势：更快的处理速度与更多的数据沉淀将带来更智能的产品体验；市场需求逐渐分层，To B服务向深度本地化方向发展；高话语权的集成商将出现，上下游形成融合创新局面。同时，**客户教育与管控**的难点将长期存在，需做好心理准备；**进校**有望成为未来机会点，可保持关注。

发展背景：K12培训行业竞争加剧，动能不足	1
发展现状：产品及模式仍处于探索期	2
细分模块：不同模块发展现状不同	3
企业案例：互联网时代下的To B企业案例	4
客户调研：谨慎与期待心态并存	5
未来趋势：智能化、本地化、集成化	6

全国K12培训机构概况

全国K12培训机构达百万家，粗略分成“巨/大/中/小/微”五层，其中多数都是微型机构

2019年中国K12培训机构分层

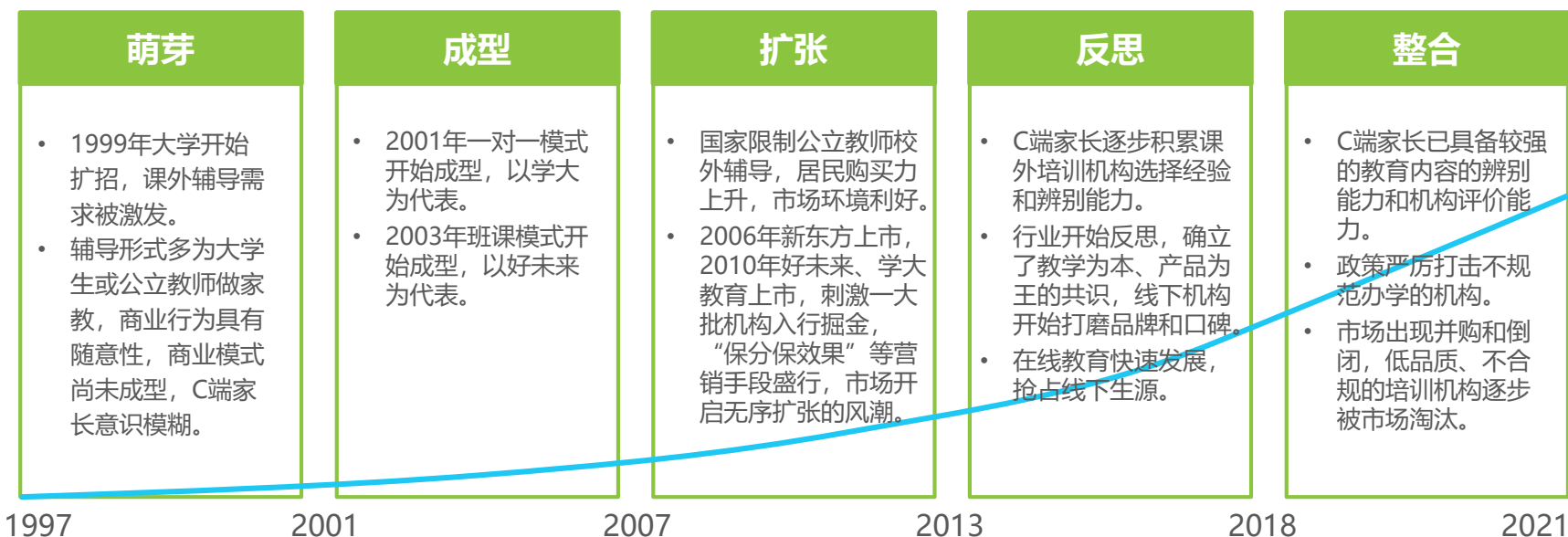


发展驱动力-C端家长需求升级

K12课外培训行业已发展20年，进入整合期，新一代家长对教育内容的辨别能力、对培训机构的评价能力在提高

中国K12课外培训行业早在20世纪90年代就开始萌生，经过20年的发展，至今已迈入整合阶段。新一代家长在教育水平、教育观念、经济能力等方面已完全不同于20年前的家长，对教育内容的辨别能力、对培训机构的评价能力也已经大幅提升，这对K12培训机构从师资招募和内容研发，到内部管理和培训都提出了更高的要求。与此同时，政策监管也明显趋严，在线教育给市场带来的冲击逐步显现，低品质、不合规的培训机构将逐步被市场淘汰。

中国K12课外培训行业的发展历程



发展驱动力-买方需要To B服务

一二线城市竞争激烈：存量市场搏杀下，急需升级产品和服务

一二线城市是双巨头（新东方、好未来）和区域龙头（精锐教育、学大教育、龙文教育等）的集中布局区域和重点布局区域，市场竞争极其激烈。艾瑞咨询整理了新东方、好未来、精锐教育等的校区分布并选取了这些巨头和龙头的十大主要布局城市。可以看到，这些机构在北上广深等十大一二线城市的校区数量占到其校区总数比例普遍在50%以上。双巨头及各地区域龙头在一二线城市正面交锋，区域龙头既需要升级原有产品和服务，又需要引入新产品进行错位竞争，因此向To B机构采购产品及服务成为一个低成本、高效率的选择。面对双巨头及区域龙头的品牌优势、研发优势和资金实力，一二线城市的其他机构为维持原有市场份额，也必须升级现有产品及服务，但其研发、运营及资金实力都有限，因此向To B机构采购产品及服务成为越来越多中小机构考虑的选项。

部分巨、大型K12培训机构在一二线城市的校区分布

序号	城市	新东方	比例	好未来	比例	精锐教育	比例	学大教育	比例	龙文教育	比例
1	北京	114	9.84%	135	19.97%	16	5.08%	32	5.33%	105	20.92%
2	上海	64	5.52%	63	9.32%	74	23.49%	18	3.00%	46	9.16%
3	广州	42	3.62%	46	6.80%	15	4.76%	25	4.17%	62	12.35%
4	深圳	24	2.07%	42	6.21%	20	6.35%	15	2.50%	0	0.00%
5	南京	34	2.93%	67	9.91%	23	7.30%	21	3.50%	9	1.79%
6	武汉	65	5.61%	70	10.00%	9	2.84%	0	1.50%	20	3.98%

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_20946

