

淘金时代结束

中国在线教育行业发展研究报告

2018年



报告缘起

十九世纪初，美国开始了势不可挡的西进运动。1848年，前进到加利福尼亚的人们在这里发现了金矿，立刻引起美国沸腾、世界震撼，“几乎所有的企业都停了业，海员把船只抛弃在圣弗朗西斯科湾，士兵离开了营房，仆人离开了主人，农民典押田宅，工人扔下工具，公务员离开写字台，甚至连传教士也抛弃了布道所，纷纷前往加利福尼亚”。从1854年起，加利福尼亚的淘金热出现降温的趋势，但是，整个采金业开始向深度和广度发展，新的采金高潮在1859年前后再度兴起，并持续到70年代末。这一新的采金高潮与前一时期的淘金热不同，淘金热主要表现为群众性的浅层采金，他们利用简陋的机械甚至手工进行采掘；而这一时期的金矿采掘转入深层开发，需要更多的设备和更复杂的技术，资本化程度也随之加深。经历过这两次高潮以后，美国采金业才完成了大发展，对社会面貌也产生了深远的影响。

中国在线教育行业在2013年前后也进入了一个“淘金”的热潮中，创业投资汹涌泛滥，慕课、题库、家教O2O、少儿英语等细分热点不断更替，巨额融资事件频频爆出，51Talk、英语流利说、尚德机构等企业相继上市，线下教育巨头新东方、好未来也积极投资布局……随着2018年结束，艾瑞认为在线教育行业疯狂淘金的时代已经结束，接下来“需要转入深层开发，需要更多的设备和更复杂的技术”，来推动新一轮新高潮的到来。

本报告原创性贡献

- 通过总结2013-2018年中国在线教育行业曲折发展换来的经验，提出在线教育行业的第一波淘金热潮已结束，不管是产品技术、商业模式、市场营销的角度，还是从国家政策环境的角度来看，这个行业中明显外露的金石已被开采完毕，接下来需要全力做好准备，通过更扎实的教研和技术工作，更敏锐的商业意识，去挖掘隐藏更深、体量更大的真正金矿。
- 通过对比中国、美国、日本三国在线教育行业的发展土壤和特征，深刻揭示了中国在线教育行业独特的发展规律。

阅读建议

本报告适合对中国在线教育行业有一定认知基础的读者阅读。

1

经过20年曲折发展，中国在线教育行业在2017年借助“直播”实现了规模化变现，2018年市场规模达**2517.6亿元**，付费用户数达**1.35亿人**，未来短期内增速保持在**20%**左右。高等学历教育和职业培训是市场主体，占比达**80%**；K12教育快速壮大，近6年占比几乎**翻番**。市场格局初步成型，已孕育**7个**（拟）上市企业和**11个**D轮及后期企业，其中前4名共占据**6.5%**的市场份额。

2

在线教育在整个教育行业中的占比不超过**10%**，**体验粗糙**和**结果模糊**是阻碍其深度拓展的核心问题。教育行业的在线化和智能化进程有自己的内在规律，将**分领域、分环节**逐步渗透，目前简单初级的工作已经完成，下一步将进入更难、更高级别的深水区。

3

“用户为效果付费”是在线教育行业的基本逻辑，**用户转化率、续费率、转介绍率和有效流量获取成本**是判断商业模式是否成立的核心指标。目前可行的商业模式以**直播和录播**为主，未来**内容费、会员费、增值服务费**等模式将逐渐跑通。

4

在线教育行业受资本加持，营销思路以**广告导向**为主，2017-2018年TOP10企业网络广告投放费用猛增**52.3%**。随着同质化竞争加剧，“壕”式增长逐渐疲软，以**口碑促增长、以运营促增长**越来越受到重视。

5

2018年是教育行业监管年，在线教育也被**正式纳入**监管范围，不会再受到特殊优待。目前**进校类APP**已经首当其冲，**K12在线学科辅导**将紧随其后。

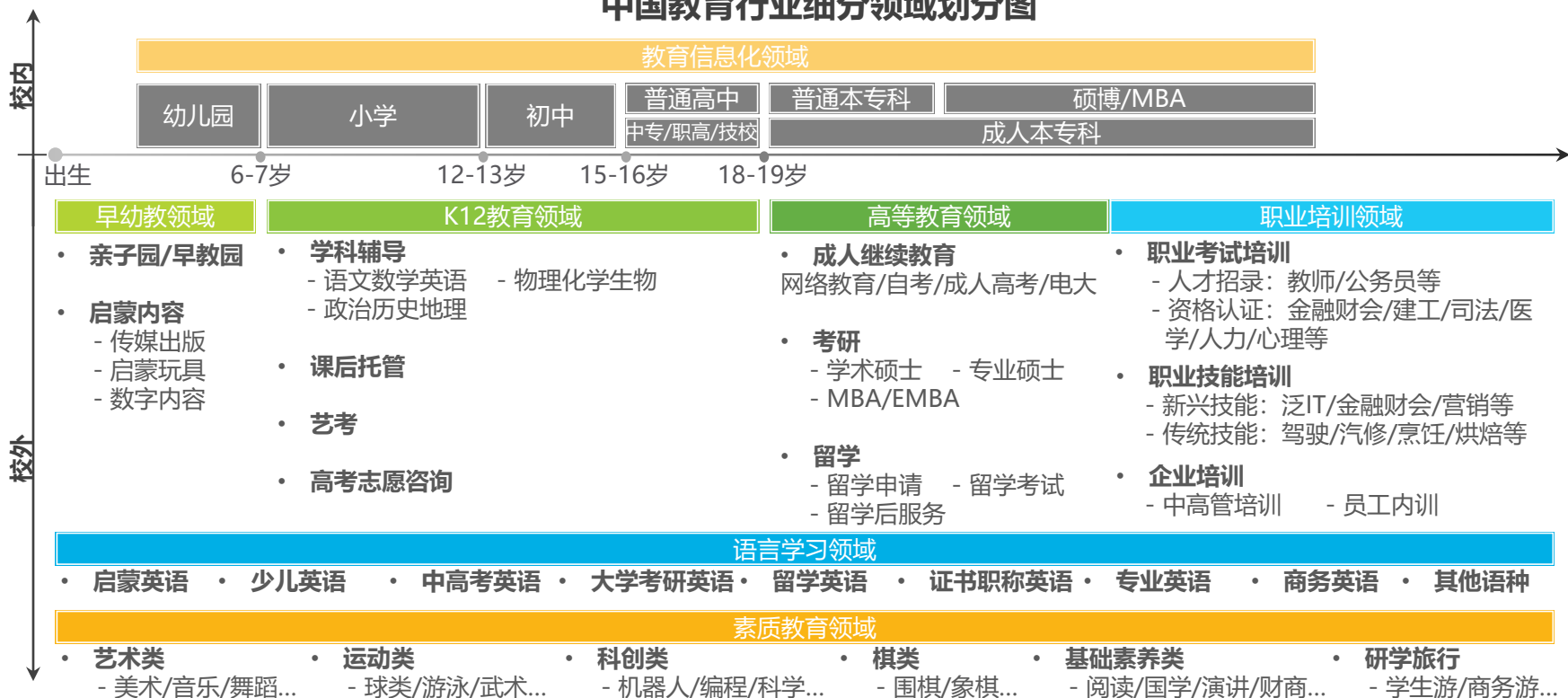
6

与美国、日本不同，中国在线教育行业有自己独特的**发展土壤**和**发展路径**，虽然从产品技术、商业模式、市场营销、政策环境等各角度来看，**第一波淘金热潮**基本落幕，但未来**增长后劲**巨大。另外，**知识付费**有望成为在线教育的流量入口，有效改善财务模型，为在线教育的长足发展提供一臂之力。

当我们谈中国在线教育行业的时候，我们谈的是什么？

我国教育行业是一个年产值高达几万亿的大行业，细分领域林林总总，并且互有交叉。教育行业基本可划分为以下几个领域：早幼教、K12教育、高等教育、职业培训、语言学习、素质教育（以上面向校外，消费者是个体或机构）、教育信息化（面向校内，消费者是学校或政府）。艾瑞本篇报告着眼于上述所有领域中，运用互联网这一载体进行教育培训活动或辅助教育培训过程的市场行为，因此，本报告所研究行业的细分领域同样林林总总，并且互有交叉。

中国教育行业细分领域划分图



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基本数据篇：五年狂奔，市场轮廓已成型 1

产品技术篇：全面进击，浅层开采已完成 2

商业模式篇：曲折探索，基本逻辑已清晰 3

市场营销篇：竞争激烈，高速增长已放缓 4

政策环境篇：监管趋严，野蛮生长已结束 5

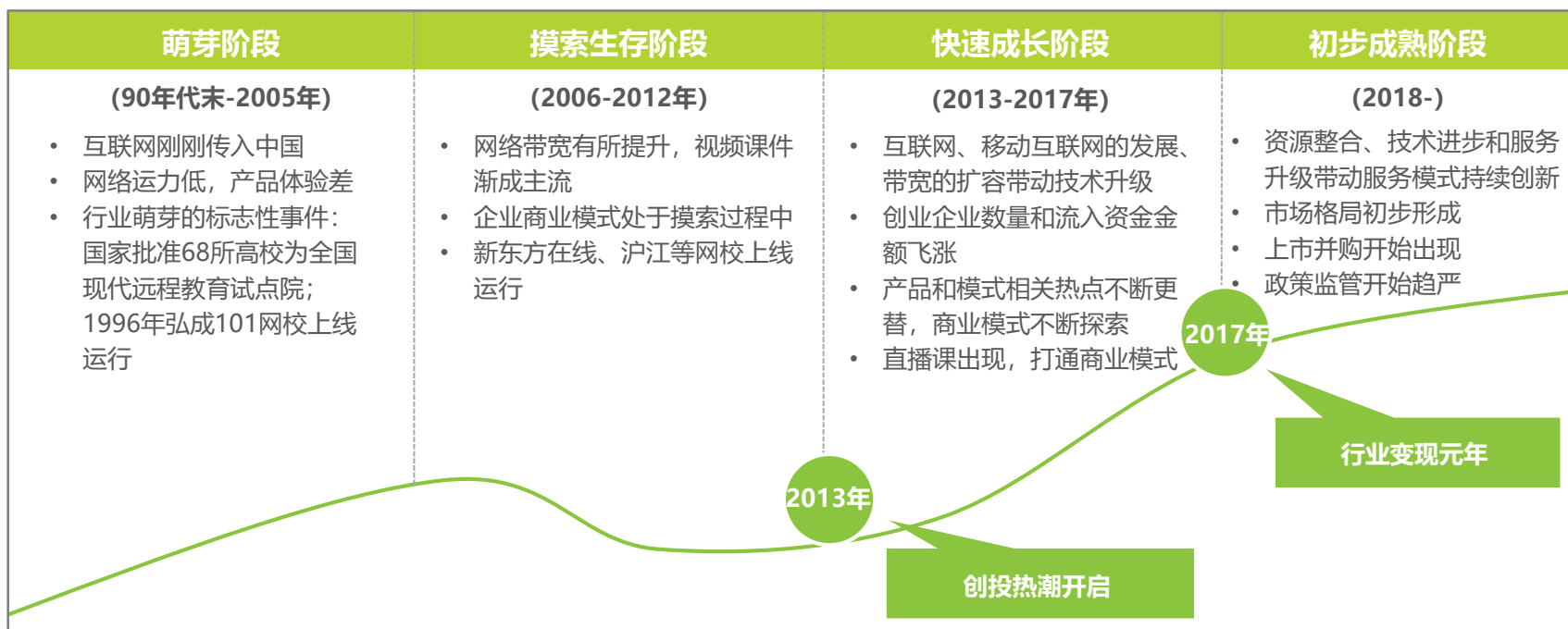
未来展望篇：迎接下一轮深度采金浪潮 6

在线教育已经不是一件新鲜事

从上世纪末就开始萌芽，至今已经发展了20年

上世纪末，互联网传入中国，轰轰烈烈的中国互联网产业开始酝酿，新闻门户、社交、游戏、视频、外卖、出行等领域风生水起。教育是互联网渗透较慢的一个行业，但其实起步不晚，1996年以101网校为代表的第一批远程教育网站就已经开始出现了，只不过那时互联网技术本身不成熟，教育行业又具有非常强的顽固性，因此产品体验很差。经过对产品和商业模式的漫长探索，直到2013年在线教育行业创投热潮开启，大量资金和人才涌入，在线教育才开始蓬勃发展，并于2017年借助“直播”形式实现了规模化变现。2018年，随着竞争格局初步形成以及国家政策的介入，整个行业开始迈向初步成熟阶段。

中国在线教育行业发展历程



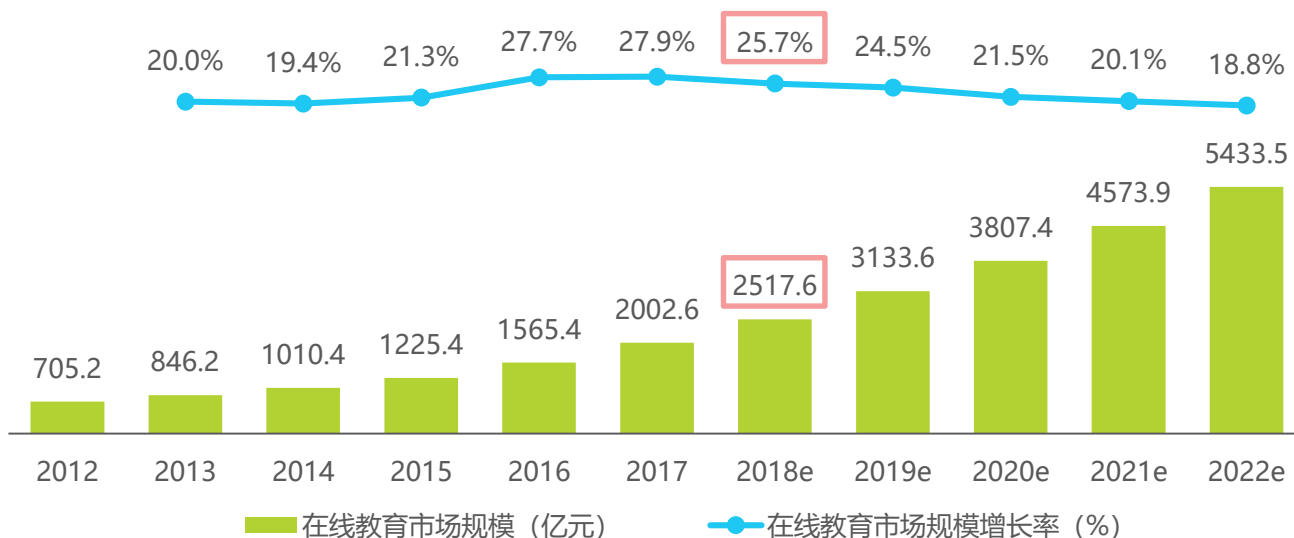
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

市场规模超2500亿元，增长迅速

2018年各企业营收总和达2517.6亿元，同比增长25.7%

艾瑞咨询数据显示，2018年中国在线教育市场规模达2517.6亿元，同比增长25.7%，预计未来3-5年市场规模增速保持在16-24%之间，增速持续降低但增长势头保持稳健。用户对在线教育的接受度不断提升、在线付费意识逐渐养成以及线上学习体验和效果的提升是在线教育市场规模持续增长的主要原因。

2012-2022年中国在线教育行业市场规模



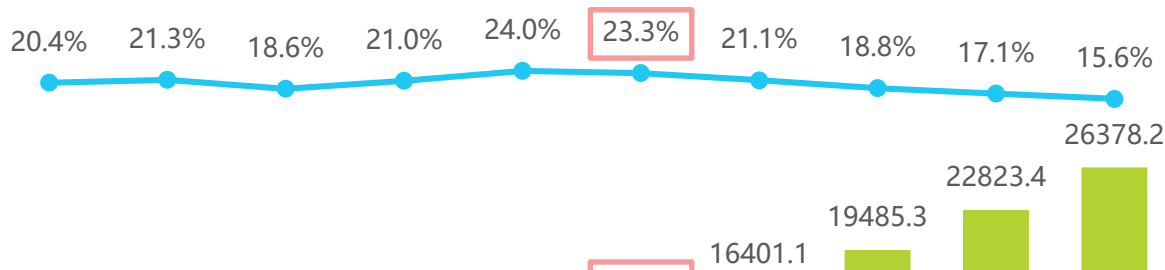
来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

付费用户规模超1.3亿人

2018年付费用户数达1.35亿人，同比增长23.3%

艾瑞咨询数据显示，2018年中国在线教育用户规模达1.35亿人，同比增长23.3%，预计未来3-5年市场规模增速保持在14-21%之间，增速持续降低但增长势头保持稳健。

2012-2022年中国在线教育用户规模



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_21149

