

道阻且长，乘风破浪

中国K12在线大班行业研究报告

2020年





需求分化，实现教学模式与教学目标的充分适配是班型之辨的核心目标；
教学分层，实现直播授课与录播微课的高度兼容是教学设计的基本要求；
专业分工，实现名师主讲与助教辅导的深度协作是效果管理的根本保障。



群雄逐鹿，玩家携**流量、技术、内容、品牌**进军市场，资本加速机构战略要素流动；
疫情催化，行业高速发展，头部及腰部品牌受益，**预计2020年市场规模可达542亿**；
座次初显，**头部机构市占率超50%**，本地化网校崛起，行业分层且赛道进一步细分。



经济模型尚可，提价空间有限，**小升初的升学续班率**为提升用户LTV的核心指标；
名师效应显著，名师流失风险难控，需通过**标准化教研强化品控与优化师资结构**；
营销红利消解，倒逼精细化运营，降本增效需求迫切，**工具类产品流量价值凸显**；
产品形态迭代，通过**新产品、新品牌、新内容与新设计**下的矩阵化班型组合破局。



营销常态化，**短期**目标依旧是**跑马圈地**，三四线城市的心智之战蓄势待发；
教学本地化，**中期**目标还得是**因地制宜**，省际网校与同城小班成最大变数；
服务个性化，**长期**目标必须是**因材施教**，数据融通后需交付有温度的服务。

概念解析：洞若观火，追本溯源

1

发展现状：群雄逐鹿，座次初显

2

商业模式：跃马檀溪，柳暗花明

3

企业案例：他山之石，可以攻玉

4

未来展望：品效合一，因地制宜

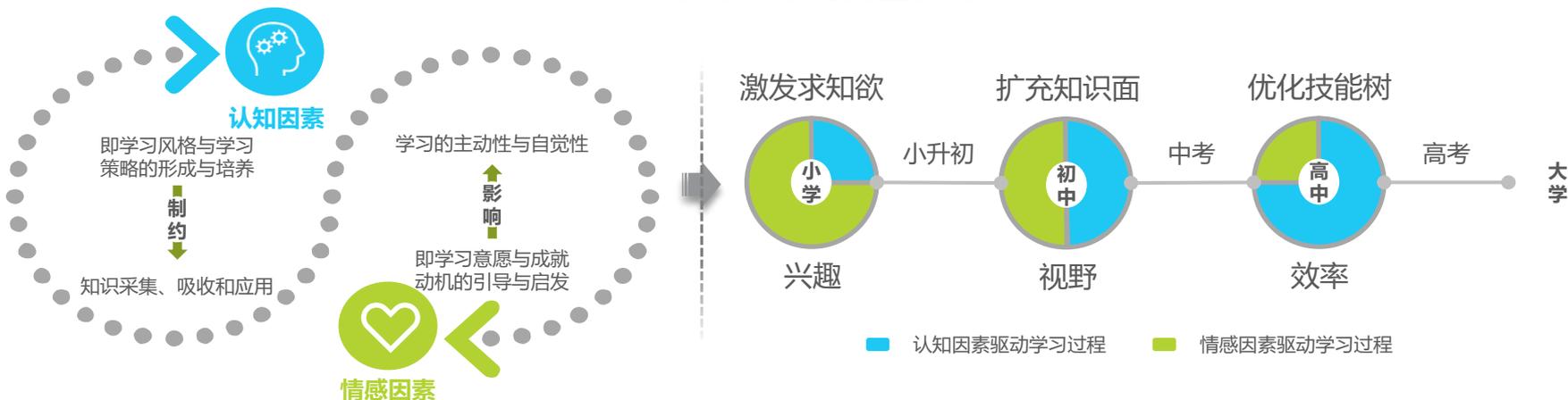
5

概念解析：K12

需求分化，不同学段教学目标应与教学模式适配

我国商业语境中的K12多泛指小学至高中学段，本报告聚焦于该学段的校外学科培训。作为校内教育的重要补充，不同学段的校外辅导产品往往锚定不同学段的差异化需求。从大的学段来看，小学辅导侧重兴趣培养，旨在激发学生的求知欲；初中辅导侧重视野拓展，旨在扩充学生的知识面；高中辅导侧重效率提升，旨在优化学生的技能树。从小的学段来看，小学低学段（一、二年级）的升学压力相对较小，该年龄段儿童观察的目的性较差，无意注意仍起很大作用，在新异刺激干扰时，注意力极易分散；小学中学段（三、四年级）的升学压力逐渐加大，该年龄段儿童开始发展抽象的逻辑思维，对抽象事物稳定而集中的注意得到显著提升，能够适应一些抽象的公式和定义，偏向于知识与方法的课程内容逐渐渗透。小学高学段（五、六年级）的升学压力相对较大，该年龄段儿童已经能够区分本质与非本质的客体，应试技巧性较强的课程内容成为主流。初高中学段的学科数量增多，知识体系庞杂，文理科知识结构差异较大，课程的主要内容按照教学目标可大致分为夯实基础、掌握重点和突破难点，其中理科类学科在重点和难点课程当中可进一步分为提高、强化与竞赛。因此，面对不同的教学目标，所谓小班、大班、1对1的教学组织形式实际上对应着一种或多种教学模式，仅从教育教学的角度来看，结合学生的实际情况，明确具体的教学目标，适配相应的教学模式，设计最优的班型产品，才是班型之辩的最终目标。

K12各学段学习的主要特点



来源：陈威《小学生认知与学习》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

概念解析：在线

直播课已成标配，基于知识切片的录播微课可提供增值服务

K12录播课大致可分为两类，一类属于课堂教学全回放，包括线上与线下课堂的录播回放，一节录播课的时长多在30-40分钟；另一类属于知识切片预录制，教师按照一章或一节教学内容的规格来录制相应的教学视频以供学生学习、讨论和交流，并在智能平板与白板上进行板书，在镜头下完成全部授课动作，属于K12阶段的MOOC产品。随着（移动）互联网基础设施的不断下沉与（移动）直播技术的不断发展，教师网络授课经验积累迅速，直播授课成为K12在线班课提升课堂互动，追求教学效果的新型产品类型。直播课产品不仅可以通过游戏化设计的方式来提高课堂的即时交互体验，顺应教师的授课节奏，还可以通过课前提醒、课中监课、课后督导的方式提高学生的到课率与完课率。艾瑞认为，录播课与直播课的优劣势各有不同，且适用于不同的教学场景，仅对于自制力不足的K12人群而言，直播课所带来的紧迫感更有助于提升最终的培训效果，也逐渐成为了大班课产品的标配。但对于一些时效性低且适用性广的相对碎片化的知识点而言，紧凑、高效、灵活且极具设计感的录播微课（单个视频时长在5-15分钟）可以激活学生非培训日的学习时间，可与培训日的直播课程互相搭售/分售，同时也最大化了授课教师的生产能力与价值，节省了辅导老师重复回答基础问题的时间。

K12在线录播课与直播课的对比

	录播课-课堂教学全回放	录播课-知识切片预录制（微课）	直播课
便捷程度	时间自由，随时随地都能学习 进度自由，学习内容自由把握	时间相对自由，需要在规定时间内完成 进度相对自由，无法提前获取全部讲义	时间固定，需要在特定时间上课 进度统一，学生会有较强紧迫感
课上体验	速度自由，课中可以随时暂停	速度自由，课中可以随时暂停	速度统一，需要紧跟教师节奏以免掉队
课后服务	课后答疑	课后答疑	课上小班答疑+课后1对1答疑
教学阶段与组织形式	课前→独立学习+助教督导	课中→协作学习+助教反馈	课后→集体学习+助教答疑
教学目标与教学过程	学习新知 知识点讲解 预习导学 启发思考 观看微课→15分钟 完成任务→游戏化 提出问题→启发式	难点处理 典型难点讲解 示范操作/演示 创设问题情境 观看微课→5分钟 完成练习→渐进性 主题讨论→互动式 问题反馈→及时性	巩固拓展 拓展性学习 错题/难题讲解 评阅批改 观看微课→10分钟 完成作业→个性化 答疑解惑→针对性

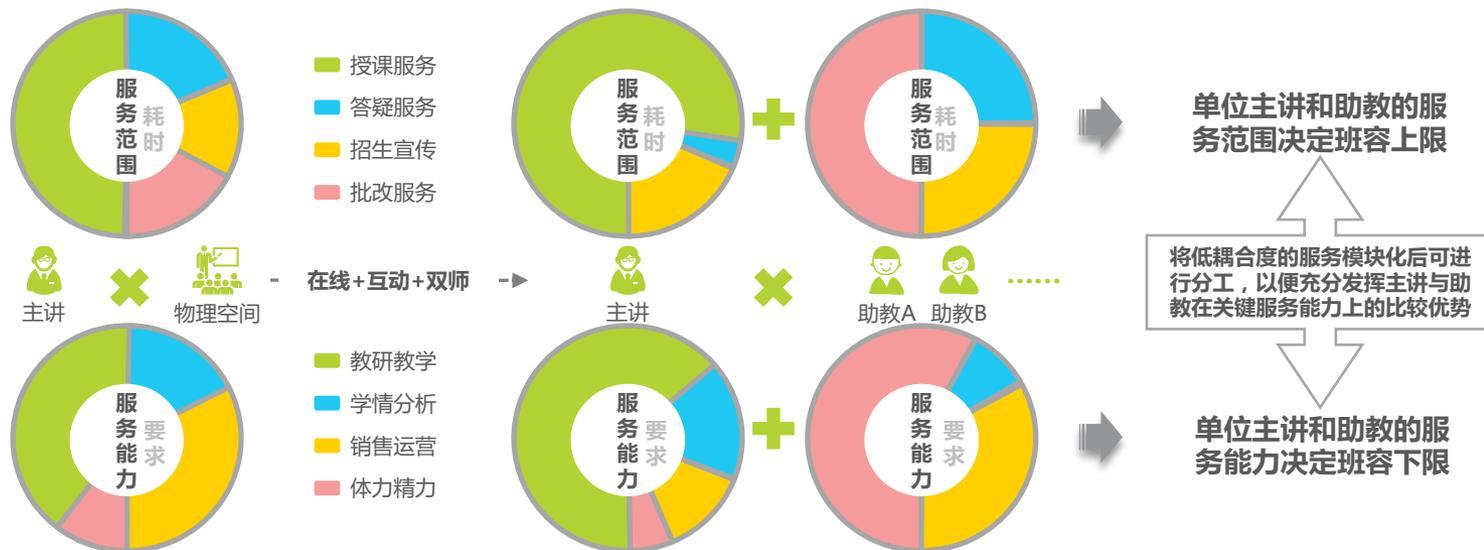
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

概念解析：大班

成百上千，班容大小受制于主讲与助教的服务范围及能力

从课外辅导的角度来看，线下大班课的班型最早存在于成人培训领域（英语/考研/招录），同时授课人数达数百人，以“教师讲课+助教答疑”的方式开展教学服务。从K12课外辅导的角度来看，百人大班课的常态化教学存在过一段时间，并主要集中在中高考名师辅导领域。本世纪伊始，因“生多校少”，学校建设与城市发展不同步，教育发展不均衡且盲目择校现象普遍，大多数中小学公立校的班级人数多在40-60人，因此，相对于校内大班额课堂，课外辅导班多以“小班”自居，以实现与校内教育的差异化定位，班容也多在15-35人之间。而在线上直播授课环境下，K12在线大班课的授课人数受同期跟课的辅导老师服务产能上限的影响较大。从机构的视角来看，一期大班直播课的报名人数可达数千人，同时在线的人数也有成百上千人，为权衡教育服务质量，目前平均一个辅导老师最多覆盖200-300人（不同学段课程的覆盖人数不同）。从学生的视角来看，由于一期直播大班课的学生会被分到多个几十人的“小班”（微信群）当中，因此在“大班授课、小班管理、1对1辅导”的教学服务交付过程中，大班课产品正努力为学生营造出“小班化”的个体体验。

K12线上线下大班课班容影响因素



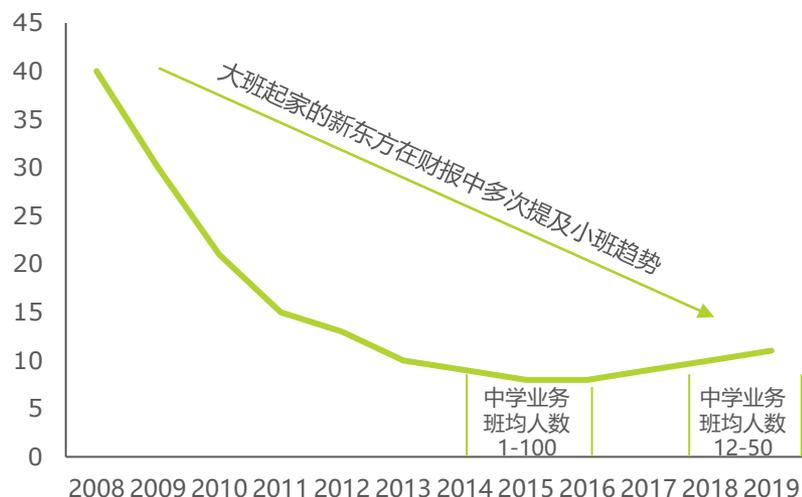
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

K12培训班型变迁

线下小班小组化趋势明显，线上班型之辩仍未达成共识

从K12线下培训来看，随着居民消费水平的不断提升，在升学择校的竞争高压下，教育消费支出增长迅速，家长也更愿意让孩子接受更高质量的课外辅导与培训，百人大班逐渐向小班发展，1对1也逐渐向高端化与小组化的方向发展，其中具备一定规模的K12班课机构几乎都同时具备小班课、小组课与1对1三种班型。从K12线上培训来看，自2014年起，教育直播平台涌现，K12领域先后经历了在线外教1对1、在线1对1辅导、在线外教小班、在线小班辅导、在线大班的资本热潮，并开始呈现出互相渗透的局面，即在线1对1机构推出小班与大班产品，大班机构同时也推出了1对1的服务，艾瑞认为，不同班型各有优劣，不存在因经济模型的劣势而否定某种教学组织形式存在的意义，因K12在线教育行业竞争激烈，在流量红利与资本浪潮的驱使下，唯增长论与唯盈利论甚嚣尘上，在这短短的六年里，不同类型的机构仍在快速迭代与试错，各家自有各家搭配班型的内在逻辑，只是在资本趋冷与流量见顶的当下，大班产品成为为数不多的有望实现二级市场证券化与一级市场资本退出的重要标的。

2008-2019新东方短期英语课程班均人数变化



来源：公司财报，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

K12在线班课产品融资热点发展方向



来源：IT桔子，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

概念解析：洞若观火，追本溯源

1

发展现状：群雄逐鹿，座次初显

2

商业模式：跃马檀溪，柳暗花明

3

企业案例：他山之石，可以攻玉

4

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_21166

