

2018年少儿素质教育 投融资报告

多鲸资本 睿艺 联合发布
2018年12月

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

01

素质教育的定义与分类

02

素质教育利好政策

03

家长对素质教育的选择考量

04

素质教育投融资现状

05

素质教育各赛道分析

06

素质教育行业发展趋势

一、素质教育：定义及分类

● 素质教育门类众多，随社会发展而增加

素质教育从广义上讲是指以提高受教育者（0-18岁）诸方面素质和素养为目标的教育模式。它重视重视人的思想道德素质、能力培养、个性发展、身体健康和心理健康教育，旨在提升青少年的身体及精神素养，思维认知，创造能力以及社交能力。素质教育细分赛道：包括艺术教育、体育教育、科创教育、生活素养、营地研学等；随社会发展，品类越来越丰富。

艺术教育

音乐
舞蹈
美术
戏剧
国艺
播音主持
...

体育教育

体能
球类
武术
棋类
冰雪运动
水上运动
其他运动
...

科创教育

机器人
少儿编程
科学课
创客教育
3D打印
无人机教育
...

生活素养

儿童礼仪
儿童厨艺
思维启蒙
情商
财商
脑力开发
托管
...

营地研学

营地
游学
研学

二、素质教育：利好政策（全国）

● 素质教育在国家的政策支持下发展迎来上升期

近年，国家一直在优化青少年素质教育发展思路与推进纲要，从全国人大层面到国务院及教育部层面，涉及素质教育的文件愈来愈多，从学龄阶段到学前阶段、从确立素质教育方向到完善学生综合素质评价标准、从传统德智体美劳评价到培养创新创业精神和能力，探索STEAM教育、创客教育等新教育模式，素质教育逐渐从补充走向主流。

| 时间 | 政策法规 | 相关内容 |
|----------|--|--|
| 2006年6月 | 全国人大 新《义务教育法》 | 第一次将素质教育写入法律，明确规定 义务教育“必须实施素质教育”。 |
| 2010年7月 | 教育部《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》 | 坚持“德育为先、能力为重、全面发 展”，提高学生的思想道德素质、科学文化素质和健康素质。 |
| 2014年12月 | 教育部 《关于加强和改进普通高中学生综合素质评价的意见》 | 将学生综合素质评价内容分为思想道德、 学业水平、身心健康、艺术素养、社会 实践五个方面，明确考查重点。 |
| 2015年9月 | 全国人大《关于“十三五”期间全面深入推进教育信息化工作的指导意见（征求意见稿）》 | 提出探索STEAM教育、创客教育等新教育模式。 |
| 2016年9月 | 教育部《关于进一步推进高中阶段学校考试招生制度改革的指 导意见》 | 计划完善学生综合素质评价、改革招生录取办法。 |
| 2017年1月 | 国务院 《国家教育事业发 展“十三 五”规划》 | 提出培养学生创新创业精神与能力、建 研学旅行基地、提高学生的美育素养、 促进民办教育发展等战略。 |
| 2018年8月 | 国务院《民办教育促进法（送审稿）》 | 明确提出，“设立实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于素质提升与个性发展的教育教学活动的民办培训教育机构。 |
| 2018年8月 | 《关于规范校外培训机构发展的意见》 | 鼓励发展以培养中小 学生兴趣爱好、创新精神和实践能力为目标的培训 |

二、素质教育：利好政策（地区）

● 校内课后服务市场的逐渐开放，为素质教育机构入校提供便利

2017年2月，教育部发布了《关于做好中小学生课后服务工作的指导意见》，内容主要包括：（1）课后服务内容主要是安排学生做作业、自主阅读、体育，以及娱乐游戏、拓展训练、观看适宜儿童的影片等，坚决防止将课后服务变相成为集体教学或“补课”。（2）通过“政府购买服务”“财政补贴”等方式对参与课后服务的学校、单位和教师给予适当补助，严禁以课后服务名义乱收费。从各个省市在实践“课后四点半”活动的情况来看，目前主要通过政府购买服务形式或通过提高老师补助的方法来解决问题。此类政策为优质素质教育产品入校打开了渠道，使得素质教育培训机构的ToB服务成为爆发潜在市场。

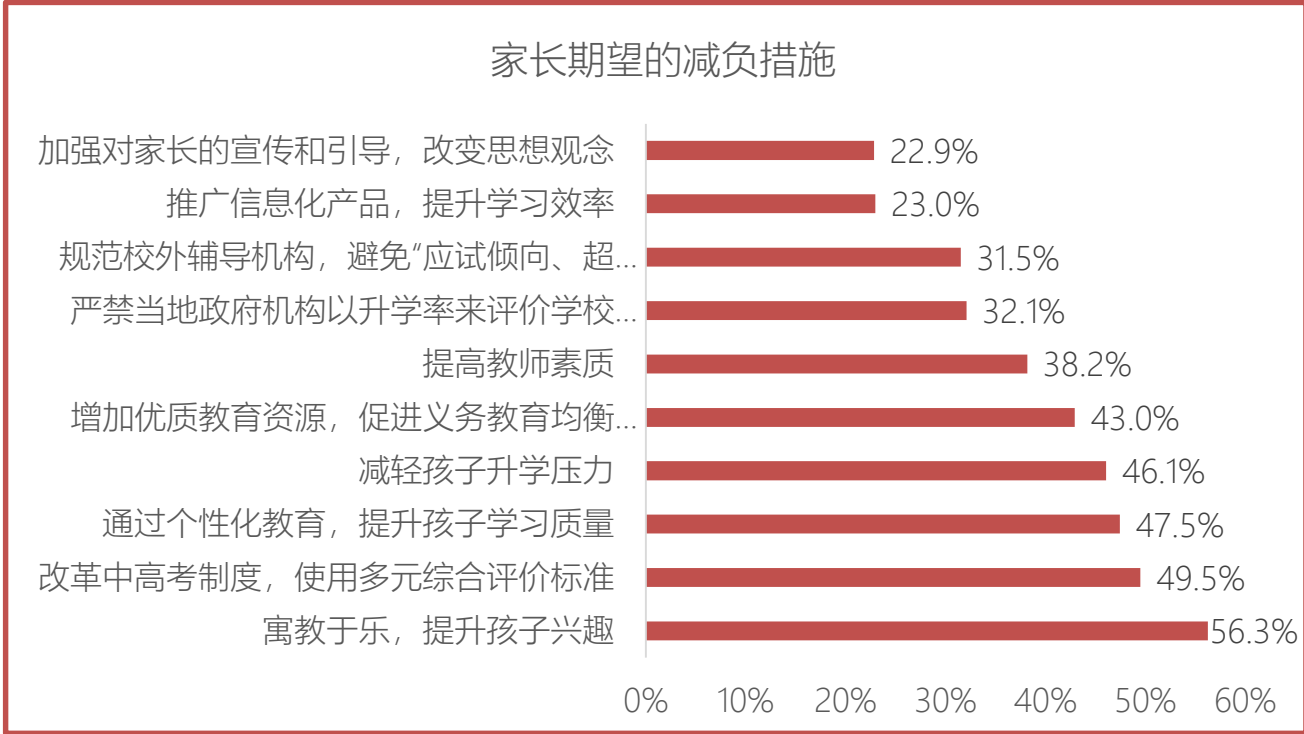
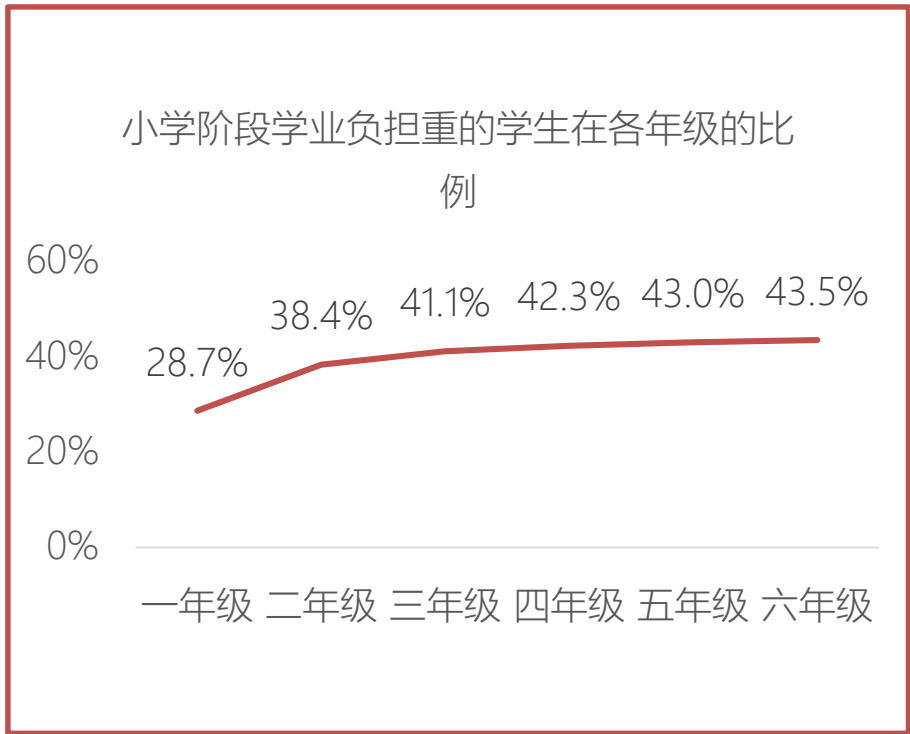
| 城市 | 各个省市投入“课后四点半”的计划和经费 |
|--------|--|
| 北京市 | 下午3点到5点期间是课后服务时间，主要内容是开展课外活动，每个学生每年补助700-900元。 |
| 上海市 | 规定中小学课后服务要做到百分之百全覆盖，服务的时间是下午3点半到5点，参与这项服务的老师在效益工资方面给予倾斜。 |
| 深圳市 | 自2014年以来每年投入1.5亿元，按照生均每年350元的标准给予经费补贴，支持学校购买服务，在全市200所学校试点“四个点半活动” |
| 天津市 | 天津市、区两级财政共同负担开展课后服务所需资金，按照每年每生200元的标准安排专项经费，用于对参与课后服务的学校和教师的补助，包括发放教师奖励性绩效工资。 |
| 重庆市 | 九龙坡区以政府投入的方式为主，为区属公办初中、小学学生提供课后服务。渝北区每年安排3000万元，按照城区学校及农村初中每班每月1800元、农村小学每班每月1600元标准补助，免费开展课后服务。 |
| 兰州市 | 自2011年以来,兰州市城关区社区学校少年宫“四点半小课堂”工程有序开展，截至2017年底兰州市城关区有39所学校已建成社区学校少年宫,其中大砂坪小学参与“四点半小课堂”的农民工子女接近全校人数的50%。 |
| 福建省石狮市 | 2018年以来，投入资金700万元，支持各小学开展课后服务活动，并为参与课后服务的教职工发放适当劳务费。该市开展课后服务的学校超过40所，参与学生20000多人，占学生总数近三分之一。 |

三、素质教育：家长对于素质教育的态度明显变化（1）

● 小学生学业负担重成为常态，家长期望通过寓教于乐达到减负效果

从《2018年中小学生减负调查报告》可以明确看到，从小学三年级开始，学业负担重的学生基本保持在40%以上，基本符合素质教育实际主要能触达的学生人群的现实情况。另一方面，家长对于通过寓教于乐，提升孩子兴趣的方式来达到减负目的的呼声最高达56%，这为结合学科提升的素质教育产品设计提供了思路。

从课外辅导行业的规律来看，校外素质教育培训的发展必然是以校内素质教育的受重视程度为大前提，在学龄段青少年有限时间的课外时间里，能够实现校内校外联动的项目，必然受到付费方家长们的优先考虑。

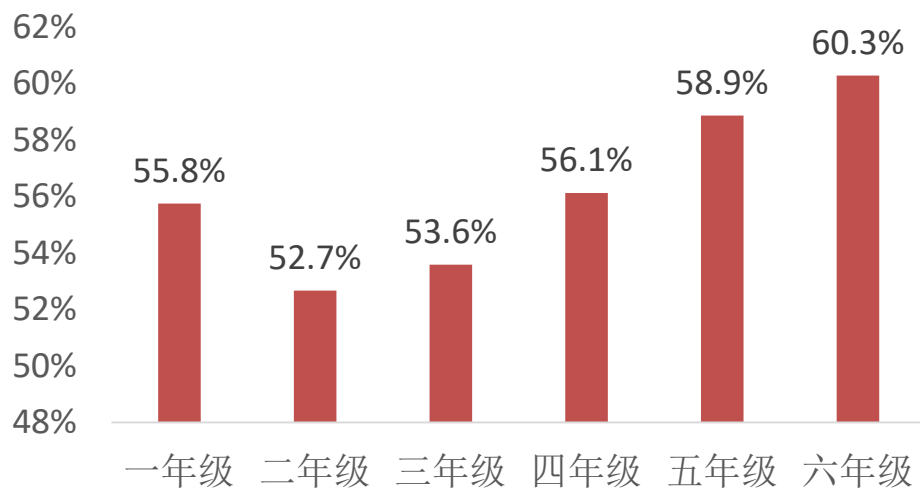


三、素质教育：家长对于素质教育的态度明显变化（2）

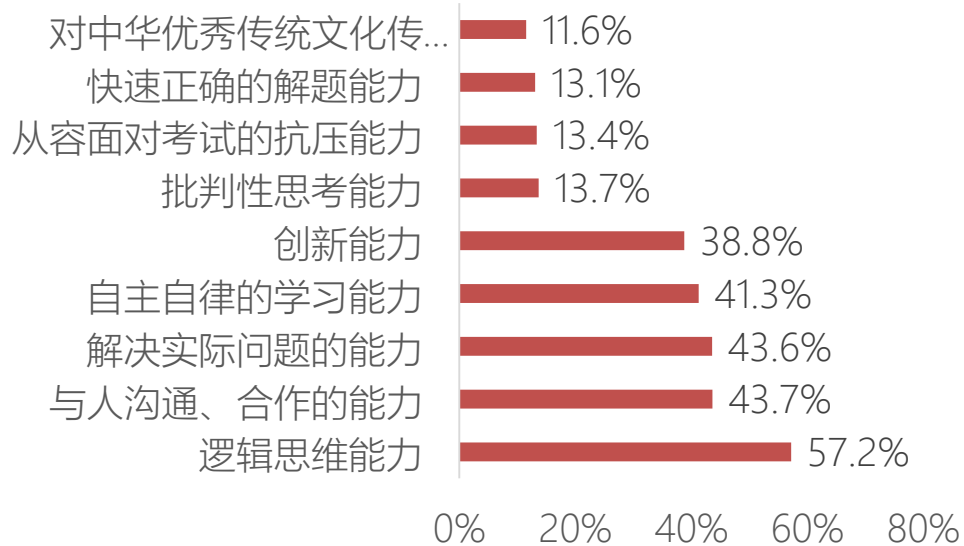
● 家长对孩子能力培养的诉求直接影响素质教育培训市场的赛道热度

根据《2018年中小学生减负调查报告》显示，2018年家长对孩子的各方面能力培养有明显诉求，其中家长最关注“逻辑思维能力”（57.2%）、“与人沟通、合作的能力”（43.7%）与“解决实际问题的能力”（43.6%），而传统家长看重的应试技巧和能力的培养占比只有13%，这说明家长对于孩子学习能力的关注变得更加科学与多元。家长教育消费需求影响培训市场产能供给，2018年素质教育最热的赛道为科创教育与生活素养教育，这也印证了家长对于孩子能力培养诉求实际情况。

希望通过寓教于乐，提升孩子兴趣达到减负目的家长比例



家长对孩子能力培养诉求情况

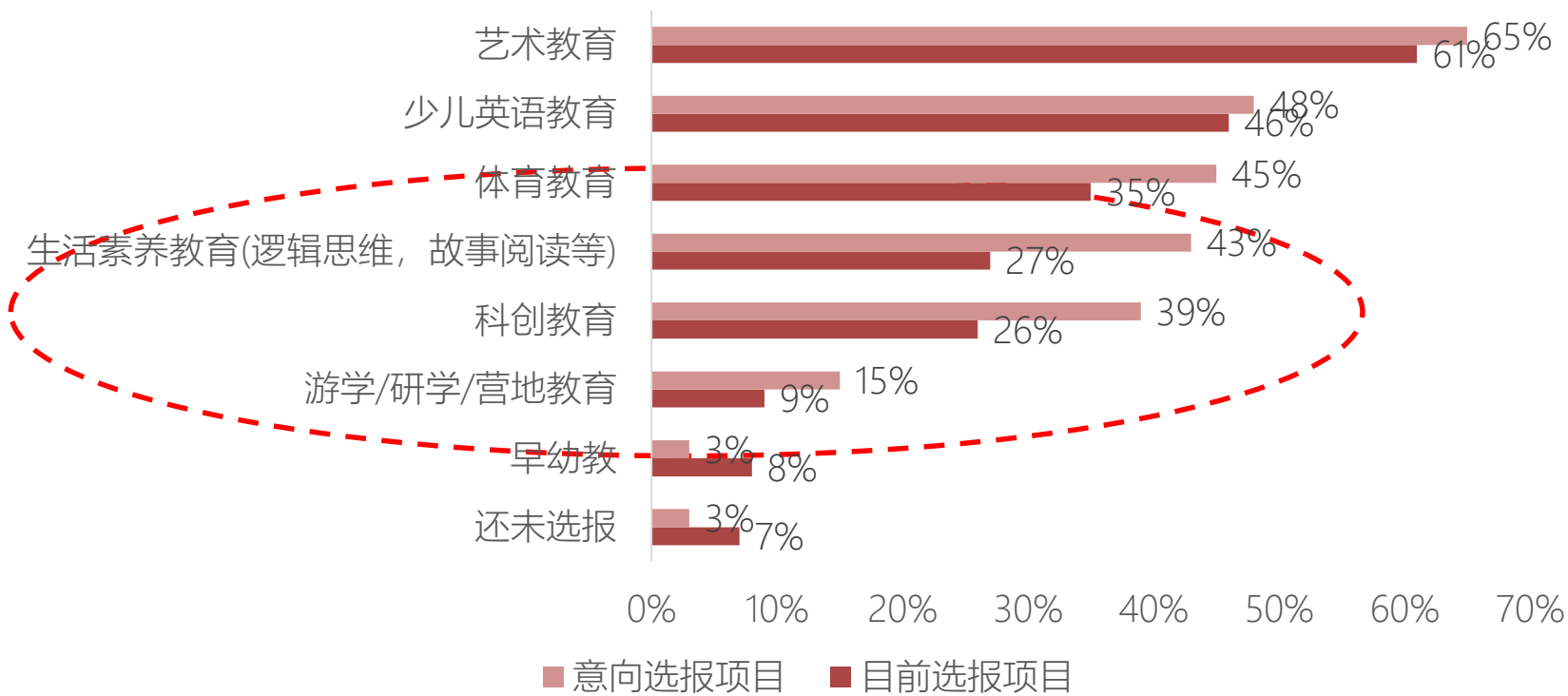


三、素质教育：家长优先选择的素质教育品类

- 艺术教育仍深受家长青睐，体育教育、科创教育、生活素养教育家长选报意愿高

根据睿艺最新发布《2018中国家庭素质教育消费报告》来看，艺术教育和少儿英语教育依然是排在家长选报素质教育项目的最前列，可选占比分别为65%和48%，但选报意愿增长可能性有限。而体育教育、生活素养教育和科创教育意向选报比例明显大于目前已选报项目比例，说明这3个赛道的需求在明显增长，且有效供给不足。

家长对各类素质教育品类的选择方向



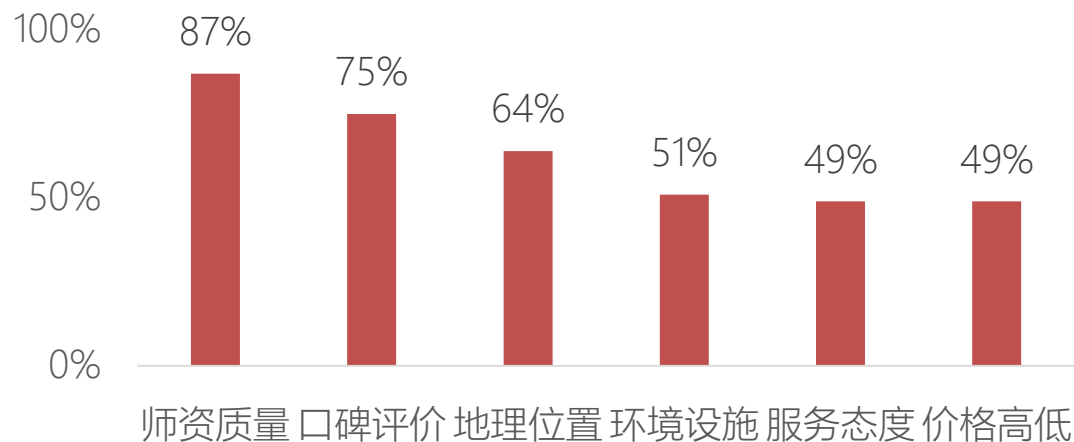
三、素质教育：家长选择素质教育机构的考量因素

- 师资、口碑、位置是家长选择线下机构时首要考量的三点，其中社区、学校周边是最优先考虑型，教育综合体取代商场，成为家长选择线下素质教育培训机构第三选择。

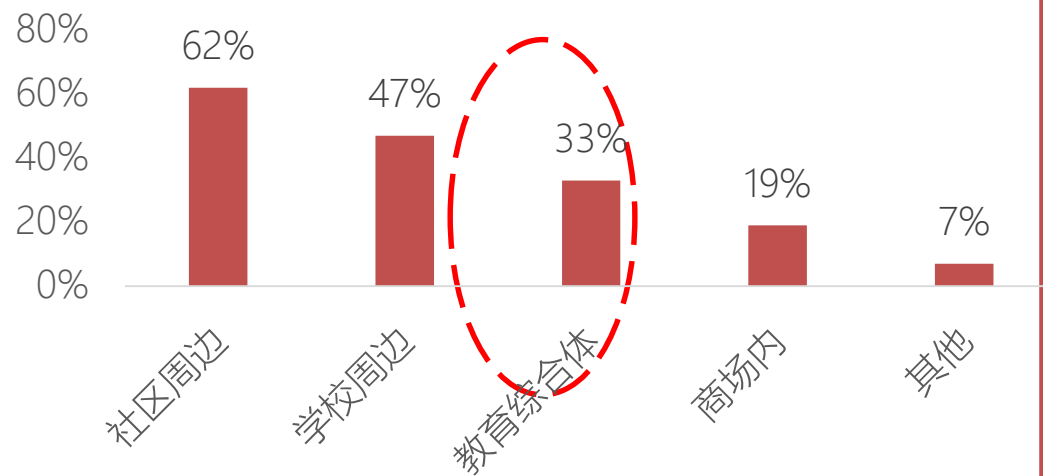
根据睿艺调研数据显示，有87%的家长认为机构师资依然其选择培训机构的最优先考量因素，而对价格、服务及环境设施相对要求较低。一方面反映出家长更在乎培训机构的教学质量和口碑品质，另一方面也侧面反映出线下素质教育机构在服务流程和环境方面仍然有很大进步空间。

家庭社区和学校周边是线下培训机构的传统密集区域，考虑到方便接送孩子，62%的家长愿意选择社区店报班，而选择新型教育综合体的兴起，使得一站式教育消费成为家庭教育消费的新场景，受到家长们的欢迎，目前已经超越传统商场的吸引力。

家长选择素质教育培训机构的考量因素



家长对素质教育培训机构地理位置的考量



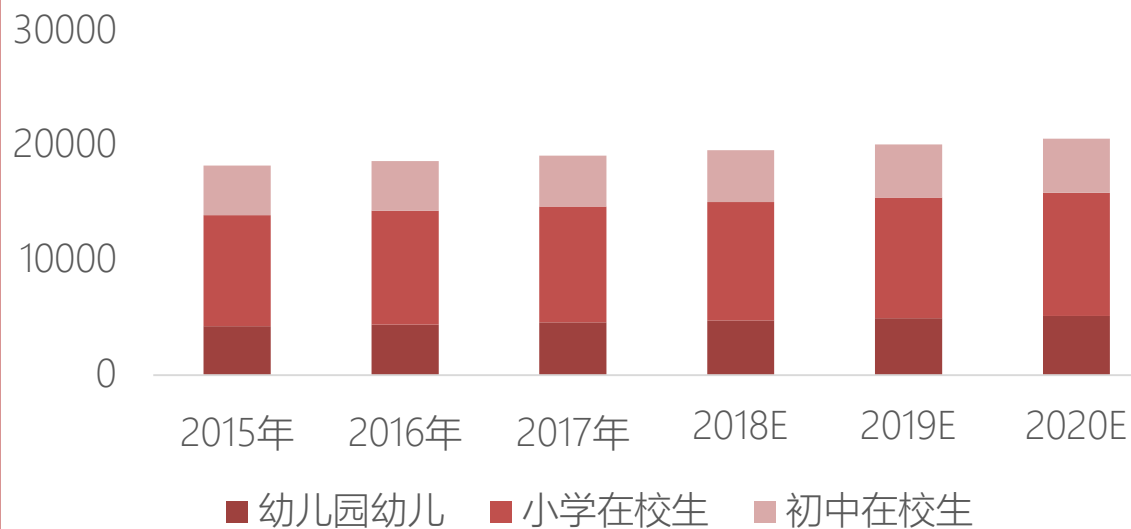
三、素质教育：市场规模

● 预计到2020年国内素质教育潜在市场规模达1700亿元

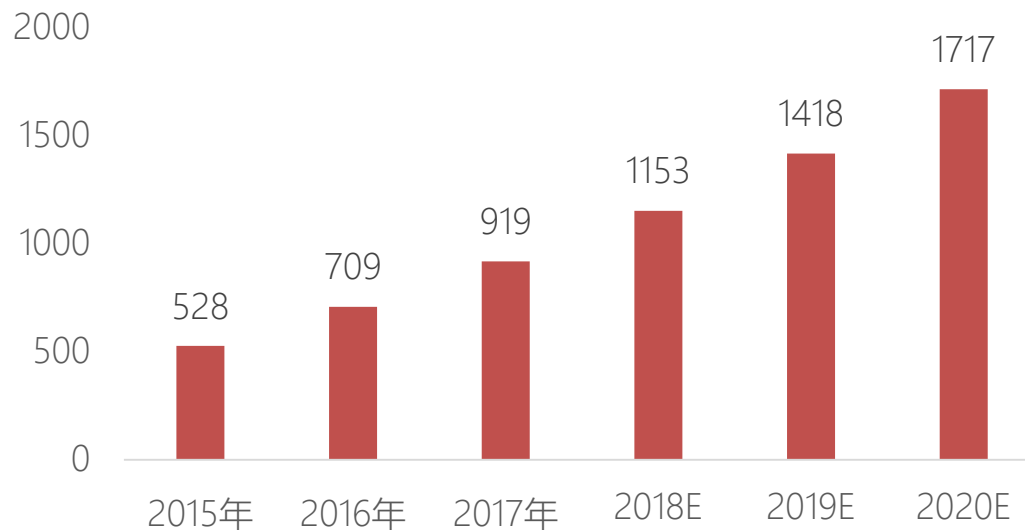
结合睿艺《2017中国家庭素质教育消费报告》调查的实际情况，以及素质教育创业公司目标用户分析，国内素质教育市场用户主要集中在幼儿园至初中阶段，特别是幼儿园-至小学阶段是素质教育消费主要人群。根据历年《全国教育事业统计公报》统计，2017年我国幼儿园、小学及初中在校人数约1.91亿人，同比增长2.6%。

根据睿艺发布的《2017中国家庭素质教育消费报告》显示，2017年参与调查的家庭在孩子素质教育上投入费用超过1万元以上的家庭合计占比60%。假设渗透率为6%，客单价平均值为8000元，并假设渗透率每年增长1%，客单价每年同步增长5%，可测算得2020年我国素质教育的潜在市场规模为1717亿元。

2015-2020年国内幼儿园至初中在校生（万人）



2015-2020年国内素质教育潜在市场规模（亿元）



三、素质教育：素质教育消费人群年轻化，“05后” - “10后” 成直播培训原住民

- 家庭教育消费人群的变化，催生新的素质教育需求

付费者和使用者在变，目前素质教育的付费人群主要由80后和90后中产家庭构成，实际用户年龄以05后和10后居多，并有继续往下趋势。新生代家长和儿童对互联网和在线产品的使用习惯明显高于以往用户群体，创业者需要有意识的研发产品和服务以满足新一代的90后家庭跟05后孩子对于素质教育的需求。

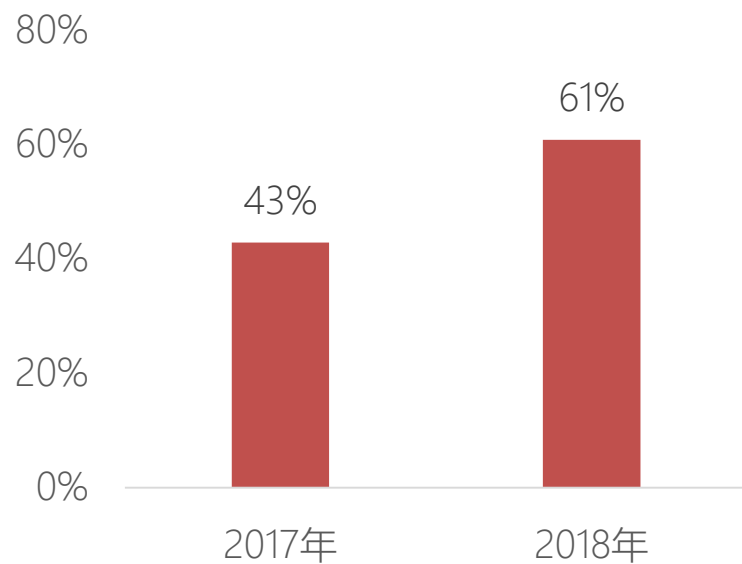


三、素质教育：家长对在线教育的认可度提升，素质教育逐步走向在线化

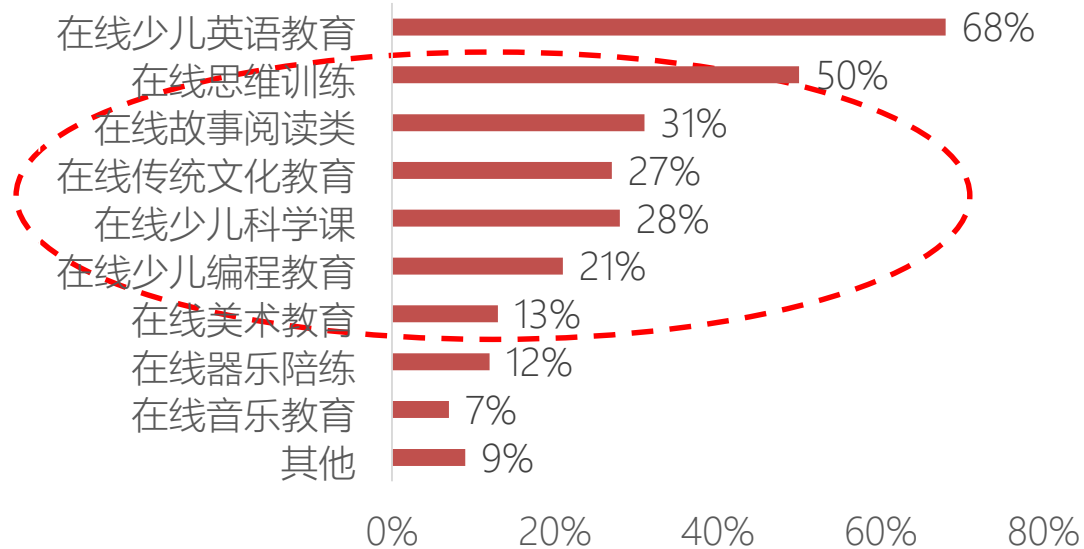
- 素质教育在线化趋势明显，六成家长接受在线教育模式，少儿英语、生活素养和科创类课程需求度高

根据睿艺《2018中国家庭素质教育消费报告》数据，2018年家长对在线教育的接受度达到61%，相比去年接受度提升18%，在线化趋势已经势不可挡。另一方面根据家长已选报或意向选报的在线项目调查数据来看，少儿英语在线化认可度最高达68%，说明少儿英语市场在线消费已经成熟。同时生活素养类（思维训练、阅读、传统文化）异军突起，获得多数家长的认同，这与年轻家长及年龄段用户的在线消费习惯息息相关。而传统的美术、器乐等培训在线化认可度低于15%，说明目前艺术类培训家长更倾向于报线下班，艺术培训机构的在线化之路才刚刚起步。

家长对在线教育的接受度



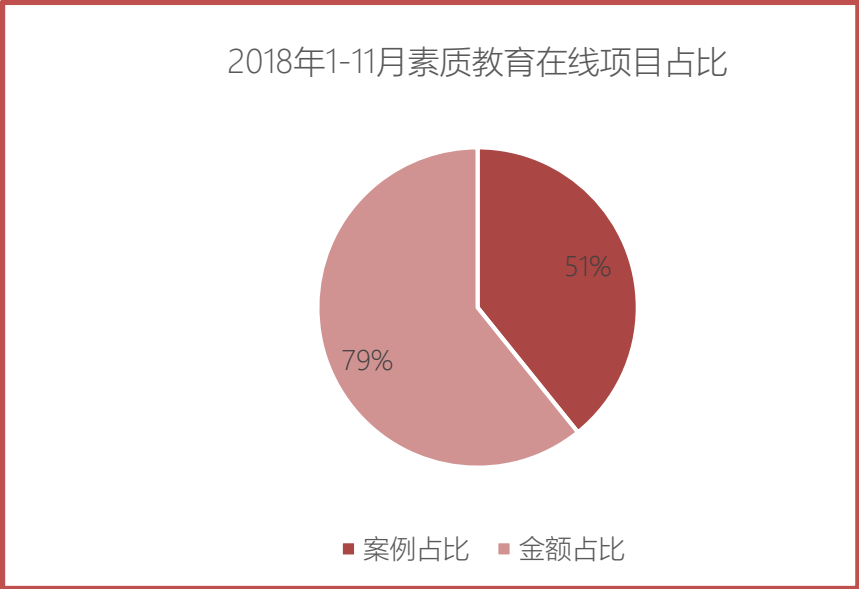
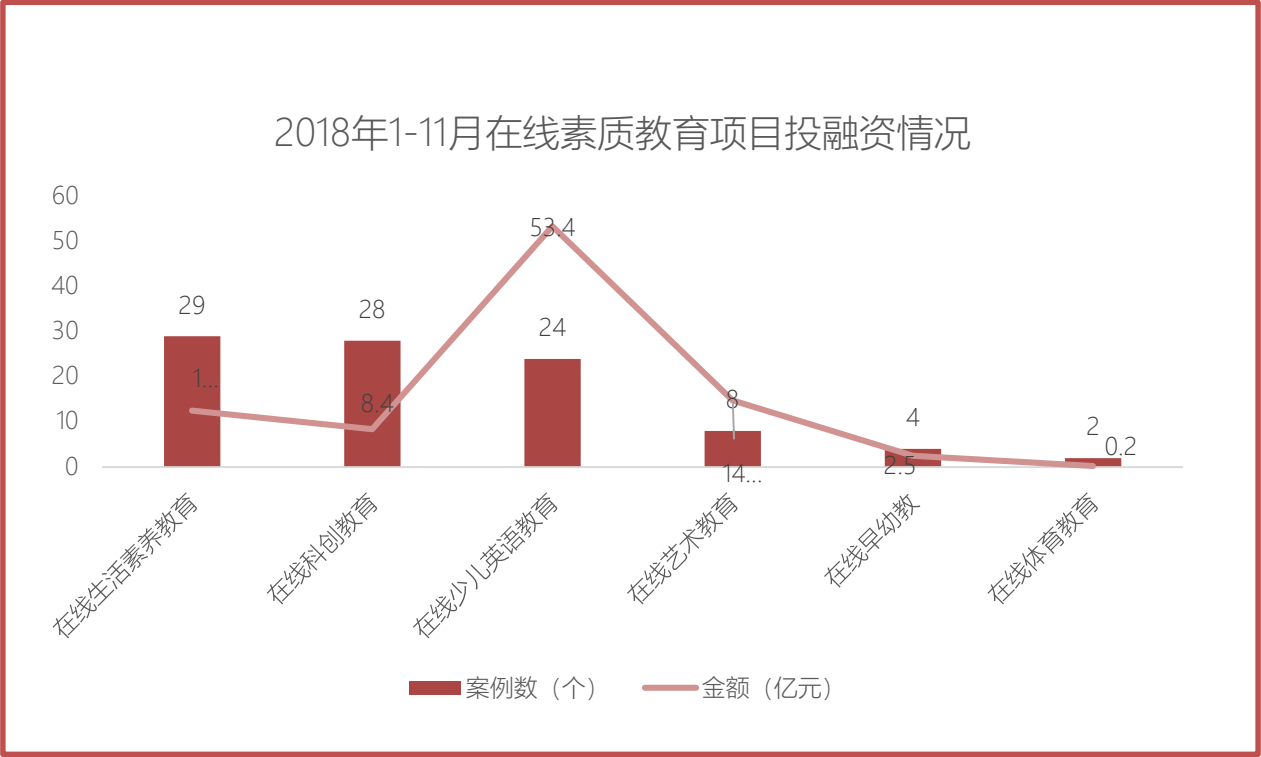
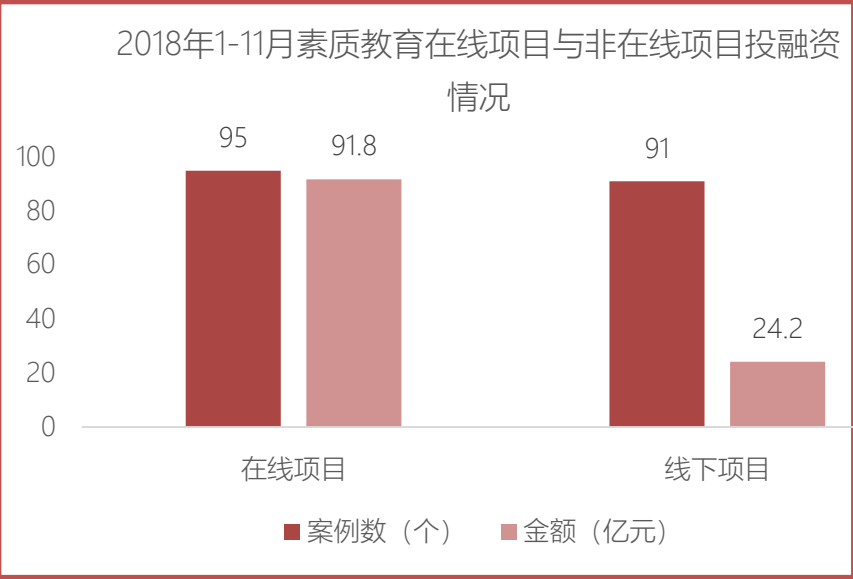
选报/意向选报在线教育项目



三、素质教育：在线素质教育热门赛道

- 资本对素质教育在线化认可度提高，生活素养教育、科创教育、少儿英语教育三大赛道在线教育项目更受关注

2018年1-11月在线素质教育项目融资案例数共95起，占融资案例总数的51%；融资金额数共92 亿元，占融资金额总数的79%。资本主要集中在生活素养教育、 科创教育及少儿英语教育赛道在线教育项目。其中，在线少儿英语获投金额最高，总计53.4亿元；而艺术教育和体育教育的在线化暂时未被资本认可。



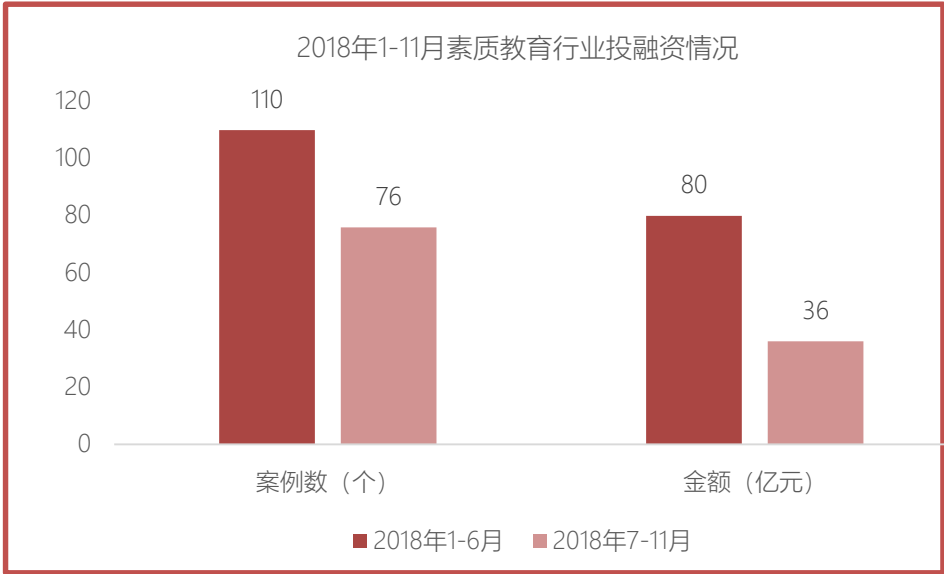
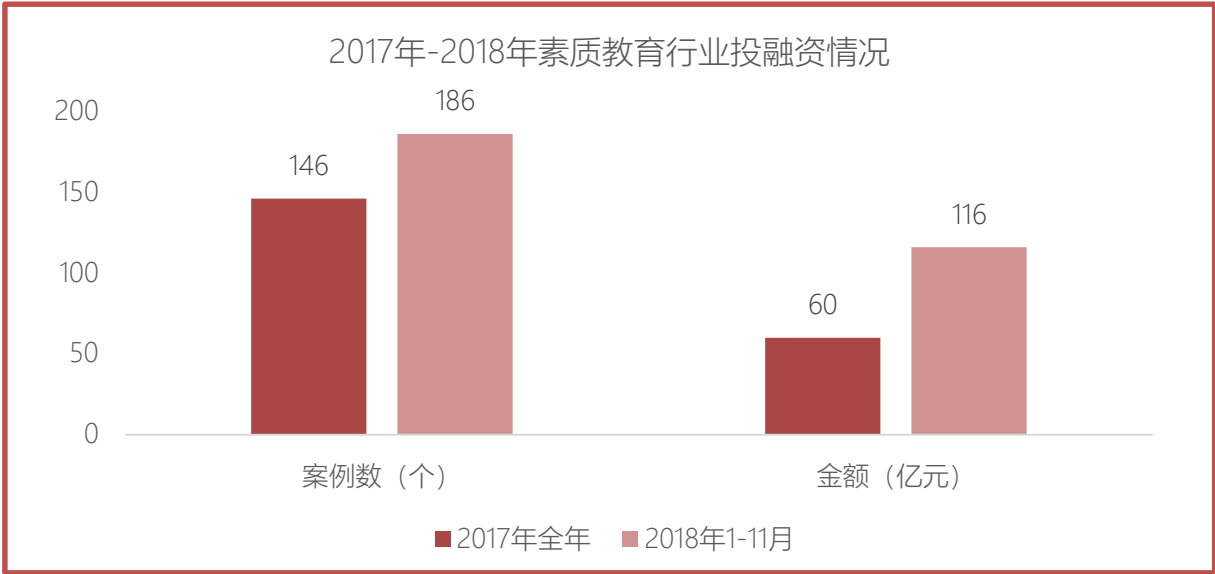
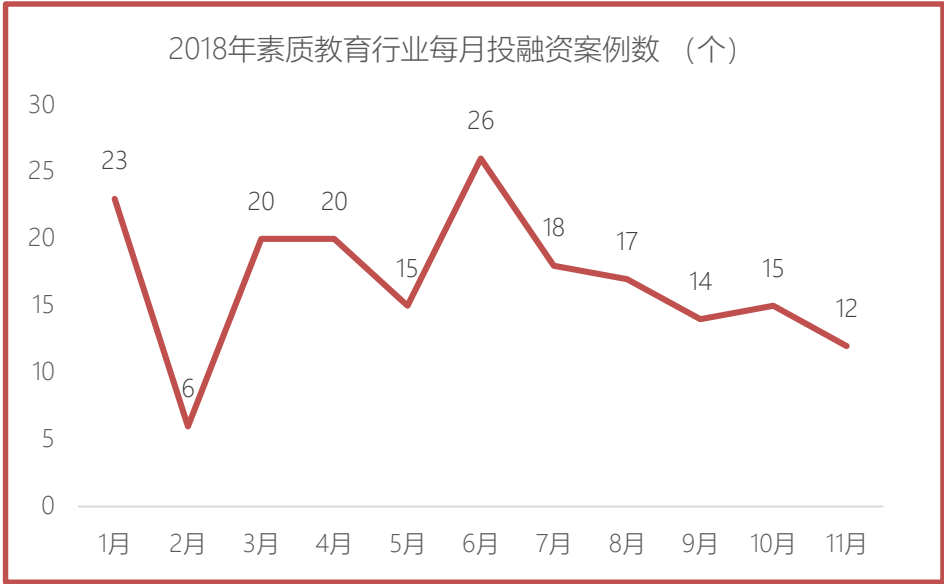
四、素质教育：一级市场投融资数据（1）

● 素质教育融资案例数共计186起，融资总额突破百亿元

据公开市场数据统计，2017年全年融资案例数146起，融资金额数60亿元；2018年1-11月融资案例数186起，融资金额数116亿元，案例数增长27%，融资总金额增长93%。

2018年上半年素质教育迎来资本爆发期，并在6月达到单月融资案例数峰值。2018年下半年资本开始收紧，融资案例数逐月降低。除整个经济环境面临寒冬挑战，国家教育部等各部门出台的相关意见政策也呈监管收紧之势。

2018年1-6月融资案例数110起，融资金额数80亿元；2018年7-11月融资案例数76起，融资金额数36亿元。2018年7-11月融资案例数、融资金额数相比于上半年分别降低31%、55%。



四、素质教育：一级市场投融资数据（2）

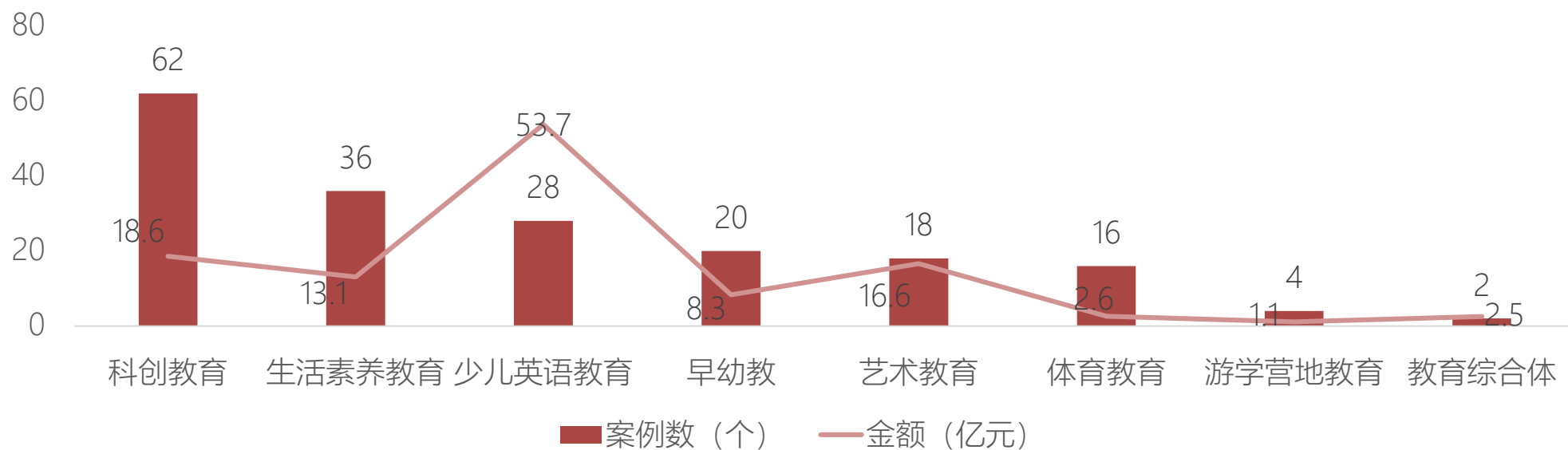
● 科创教育成为2018年最热素质教育赛道，少儿英语教育赛道融资项目最吸金

资本主要聚焦于科创教育、生活素养教育及少儿英语教育三大赛道，其中生活素养教育赛道包括故事阅读类、思维训练、情商、财商等教育项目。

2018年1-11月少儿英语教育赛道融资金额数最高，共53.7亿元，其中VIPKID于今年5月获5亿美元D+轮融资，除去该笔高额融资，该赛道融资案例平均融资额约1亿元，成为最吸金赛道，单品类28起投融资事件，也反映出该赛道的竞争激烈程度。

2018年1-11月科创教育赛道融资案例数最多，总共62起，其中包括创客类，少儿编程类以及机器人教育等。随着科学课入校政策以及STEM教育在中国的发展，科创教育目前已经成为素质教育最热赛道。

2018年素质教育行业各赛道投融资情况

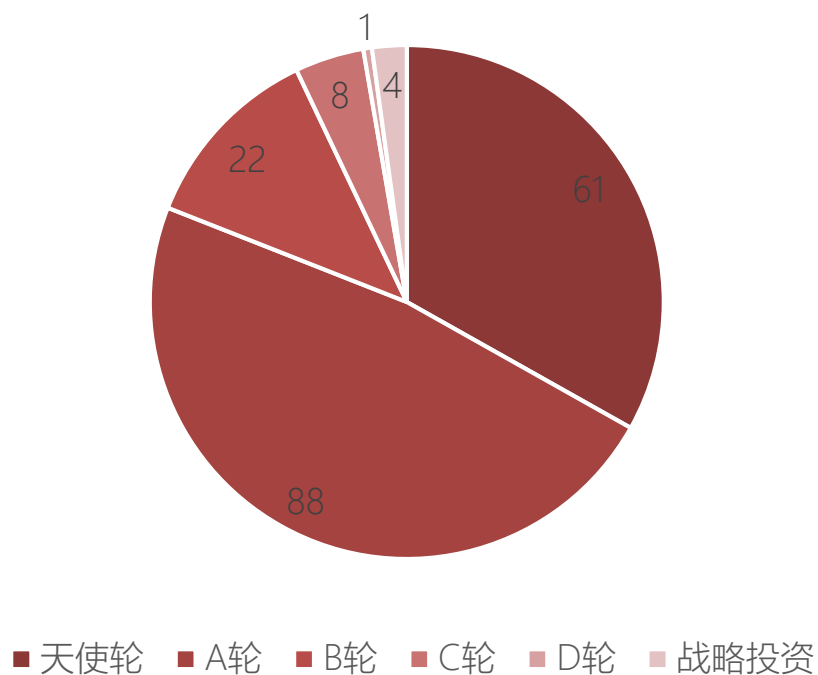


四、素质教育：一级市场投融资数据（3）

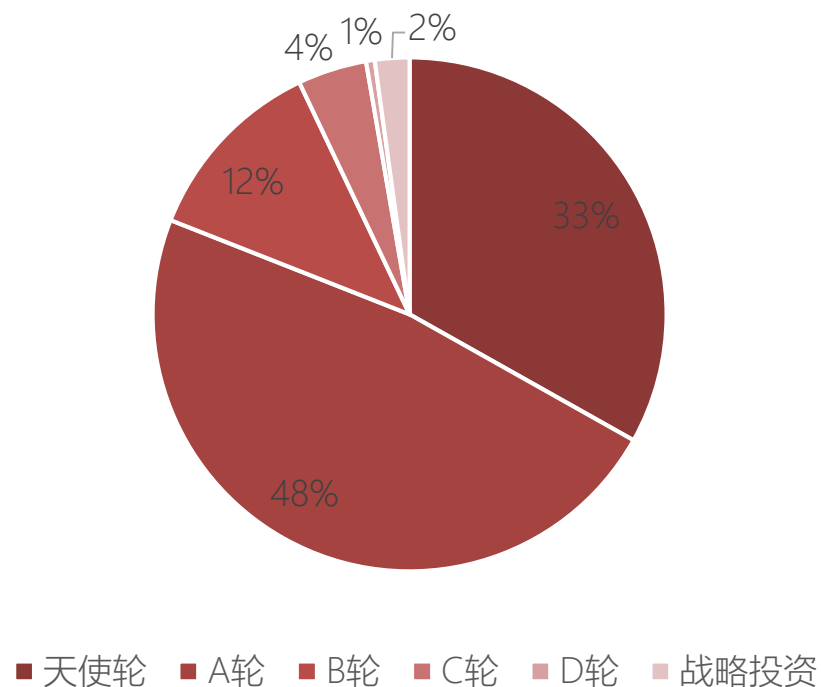
● 融资案例轮次多集中于种子轮和A轮，行业发展仍处于早期阶段

根据市场公开数据统计，2018年1-11月素质教育行业投融资案例总数为186个，其中天使轮和A轮融资案例合计占比81%，说明整个市场仍然处于早期阶段。整个素质教育行业的爆发会明显延后于学科辅导培训市场，一方面家长在选报完强刚需的学科辅导班之后，才会选择安排素质教育培训时间。另一方面，传统线下素质教育培训以艺术和体育培训为主，对师资专业性和场地要求比较高，市场极度分散，异地扩张难度更大。

2018年1-11月素质教育行业投融资轮次（个）



2018年1-11月素质教育行业投融资轮次占比

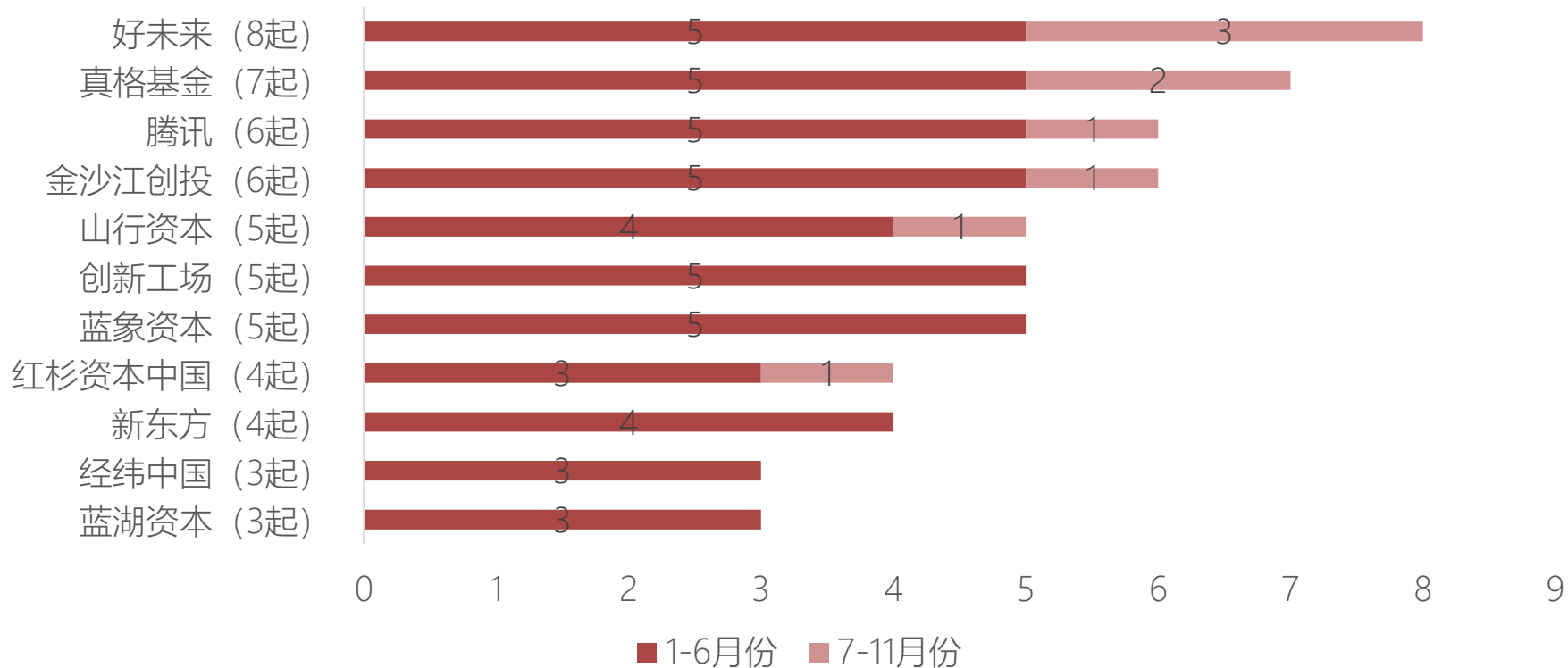


四、素质教育：素质教育赛道的活跃投资机构

● 2018下半年好未来仍积极进行产业布局

2018年，素质教育行业受到了更多主流投资机构的关注，既有像真格基金、创新工场等专业VC机构加注素质教育，也有好未来、新东方等教育行业头部企业的横向延展，同时也有腾讯等产业资本出手，总体而言，今年素质教育行业投资活跃度较高。但是进入 2018下半年后，投资机构对项目的筛选更加谨慎，各家机构出手明显减少，与此同时仍有不少优质素质教育项目获得过亿元的高额融资。

2018年1-11月素质教育行业活跃投资机构



四、素质教育：K12教育培训机构在素质教育赛道的布局

● 头部K12教育培训机构纷纷布局素质教育赛道，风口已来

出于教育生态链布局的考虑，头部K12教育培训机构纷纷布局素质教育赛道，从市场分析数据来看，素质教育的核心付费人群和用户人群越来越趋于低龄，对于传统k12课外培训机构来说，素质教育可以增加营收来源，并聚拢流量入口，对于不想错过下一个爆发赛道的k12培训巨头来说，布局素质教育是各家机构的基本考量。于此同时，素质教育相较于K12和职业教育赛道而言，尚未出现全国性龙头品牌，众多细分品类刚刚浮出水面，市场依然处于野蛮生长的早期阶段。通过分析各家已投资的项目来看，好未来，新东方等机构更喜欢通过股权投资及并购方式布局素质教育赛道，而以昂立为代表的部分机构更善于内部孵化。

| 公司 | 好未来 | 新东方 | 昂立教育 | 卓越教育 | 精锐教育 |
|----|------|------|--------|-------|-------|
| 项目 | 熊猫博士 | 极客教育 | 夏加儿美术 | 卓越大语文 | 童程 |
| | 计蒜客 | 极客晨星 | 东书房 | 蟹壳机器人 | 校外宝 |
| | 傲梦编程 | 婷婷姐姐 | 昂立STEM | 巧问教育 | 汉翔书法 |
| | 德拉学院 | 优贝甜 | 小法狮 | 代码星球 | 爱尚跆拳道 |
| | 奇幻工房 | 小马学院 | 昂立游学 | 漫橙学院 | 麦淘亲子 |
| | 画啦啦 | 睿艺教育 | 昂立慧动体育 | | |
| | 爱棋道 | | | | |
| | 青青部落 | | | | |
| | 科学队长 | | | | |
| | 鲨鱼公园 | | | | |

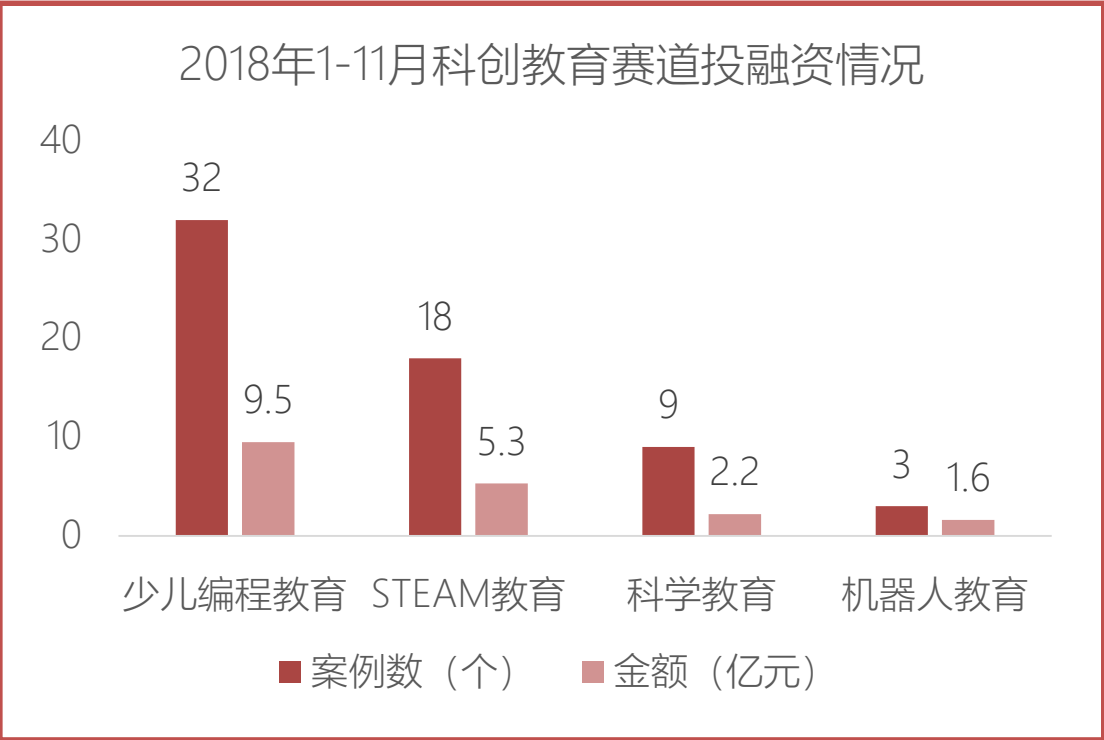
四、素质教育：2018年融资额过亿项目

| 时间 | 项目 | 融资金额 | 轮次 | 投资方 |
|---------|----------|---------|--------|-----------------------|
| 2018.1 | Find智慧钢琴 | 亿元及以上 | A轮 | 永柏资本 |
| 2018.1 | VIP陪练 | 亿元及以上 | B轮 | 腾讯，兰馨亚洲 |
| 2018.3 | 成长保 | 1.5亿 | B轮 | 真格基金，歌斐资产，昆仲资本 |
| 2018.3 | 贝尔科教集团 | 亿元及以上 | B轮 | 国中创投，高通，星河控股集团 |
| 2018.3 | 宝宝玩英语 | 1.5亿 | B轮 | 腾讯，经纬中国 |
| 2018.5 | 小码王 | 1.3亿 | B轮 | 微光创投，钟鼎创投，涌铎投资 |
| 2018.5 | 火花思维 | 1500万美元 | B轮 | 山行资本，IDG资本，光速中国 |
| 2018.5 | 成长保 | 1.5亿 | B+轮 | 昆仑万维 |
| 2018.5 | 芝麻街英语 | 2.625亿 | 战投 | 威创股份 |
| 2018.5 | 运动宝贝 | 亿元及以上 | 战投 | 保利文化产业基金 |
| 2018.5 | 编程猫 | 3亿 | C轮 | 招银国际，山水创投 |
| 2018.6 | 神奇科学堂 | 1亿 | Pre-A轮 | 钟鼎创投，涌铎投资，国金投资 |
| 2018.9 | 傲梦编程 | 1.2亿 | B轮 | 好未来，IDG资本，前海母基金 |
| 2018.11 | VIP陪练 | 1.5亿美元 | C轮 | Tiger老虎基金(中国)，腾讯，兰馨亚洲 |

五、素质教育：科创教育赛道

● 科创教育赛道极具爆发潜力，少儿编程教育品类资本扎堆

科创教育赛道成为今年最受资本青睐的细分赛道，2018年1-11月投融资总案件达62起（占总融资案例的33%），融资金额到18.6亿元（占总融资额的16%）。而从家长端调研数据来看，家长对于孩子科创教育的需求度见长，同时政策和技术的相继加持有助激发该赛道的市场潜力。其中，尤其是少儿编程赛道受到资本热捧，11个月累计获得32次投融资，占据科创教育的52%，融资总额亦超过50%。其中不乏超亿元高金额融资。另外，STEAM创客教育也获得18起融资，明星项目九天微星更是一年内两次获得亿元级融资。



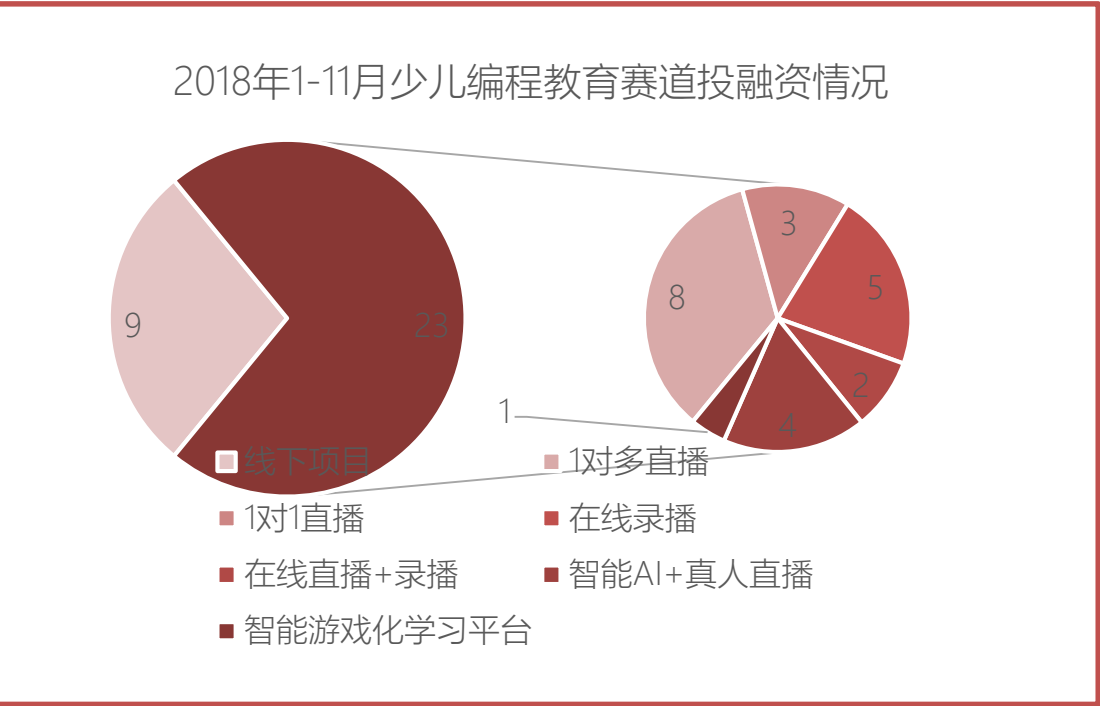
| 时间 | 项目 | 融资额 | 轮次 | 品类 | 投资方 |
|----------|---------|--------|-----|------|---------------------------------|
| 2018年3月 | 西瓜创客 | 5000万元 | A轮 | 少儿编程 | 红杉资本中国基金领投，经纬创投跟投 |
| 2018年5月 | 小码王 | 1.3亿元 | B轮 | 少儿编程 | 微光创投，钟鼎创投，涌铎投资 |
| 2018年5月 | 编程猫 | 3亿元 | B+轮 | 少儿编程 | 招银国际领投，山水创投及旗下寻找中国创客导师基金、松禾资本跟投 |
| 2018年6月 | VIPCODE | 8500万元 | A轮 | 少儿编程 | 创新工场领投，软银中国、蓝湖资本和真格基金跟投 |
| 2018年9月 | 傲梦编程 | 1.2亿元 | B轮 | 少儿编程 | 好未来集团（学而思）与IDG资本联合领投，前海母基金跟投 |
| 2018年9月 | 妙小程 | 近千万美元 | A轮 | 少儿编程 | 创世伙伴资本领投，三七互娱跟投 |
| 2018年2月 | 九天微星 | 亿元及以上 | A轮 | 创客教育 | 天奇阿米巴，君紫资本，七熹投资，中科创星 |
| 2018年4月 | 青橙创客 | 2400万 | A轮 | 创客教育 | 天明集团 |
| 2018年5月 | 寓乐湾 | 未披露 | C轮 | 创客教育 | 枫华资本，华和资本，御润资本 |
| 2018年11月 | 九天微星 | 过亿元融资 | A+轮 | 创客教育 | 天奇阿米巴，中远海运，三峡集团 |

五、素质教育：科创之少儿编程教育

● 少儿编程教育风口正盛，在线模式更受资本欢迎

根据公开市场数据统计得知，编程教育赛道在线融资案例数23起，占该赛道融资案例总数的72%。其中在线一对多教学模式深受资本偏爱，融资案例数共有8起；其次是在线录播教学模式，融资案例数共有5起。2017年下半年《新一代人工智能发展规划》的发布，对于整个少儿编程教育行业发展具有明显推动作用。海外少儿编程机构多以开拓B端市场为主，而国内机构多以C端市场为主，B端市场为辅。

目前行业内商业模式主要分为线上和线下两类：线上已初具规模的机构包括编程猫，傲梦，西瓜创客营，边玩编学以及妙小程等；线下机构主要以童程童美，小码王，酷码编程等机构为主。作为近年来教育行业最被期待的增量市场，商业模式、课程体系、运营方式仍然还没有走向成熟，获客成本高昂、课程同质化严重，师资培训非标化等问题困扰着从业者。



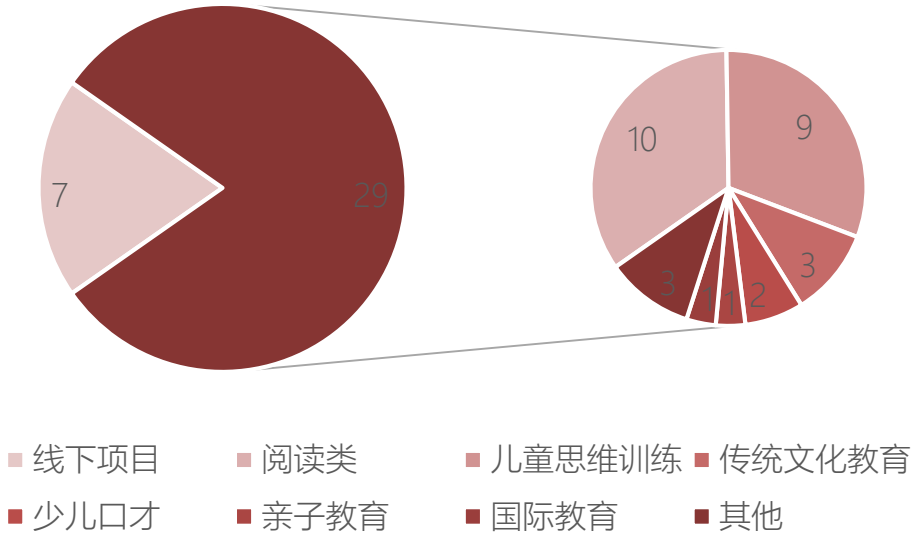
| 上课场景 | 机构名称 |
|------|-------------------------|
| 线下教学 | 编程猫、傲梦、西瓜创客营、边玩编学、妙小程 |
| 线下教学 | 童程童美、小码王、酷码编程、极客晨星、阿儿法营 |

五、素质教育：生活素养教育赛道

● 生活素养教育突起，在线故事阅读类及儿童思维训练项目受欢迎

根据公开市场数据统计得知，2018年1月-11月期间生活素养教育赛道在线融资案例数29起，占该赛道融资案例总数的81%，且主要集中于在线故事阅读类及儿童思维训练类项目。其中在线故事阅读类融资案例数10起，代表机构如凯叔讲故事、考拉阅读等均获得过亿融资；在线儿童思维训练融资案例数9起，代表机构火花思维等获得超亿元高额融资。从家长端调研数据来看，家长对在线故事阅读类及逻辑思维类产品需求度高，仅次于在线少儿英语教学产品，家长的高需求度有助于该赛道赢得资本助力加速发展。我们认为生活素养赛道爆发一方面和部分幼小衔接项目转型至思维训练有关，另一方面教育部等部门出台的关于小学生增加阅读量和提升阅读能力的政策密切相关。

2018年1-11月生活素养教育赛道投融资情况



| 时间 | 项目 | 融资额 | 轮次 | 品类 |
|----------|-------|---------|--------|---------------------|
| 2018年1月 | 咿啦看书 | 四千万 | A+轮 | 少儿数字阅读 |
| 2018年3月 | 凯叔讲故事 | 1.56亿元 | B+轮 | 儿童有声故事 |
| 2018年5月 | 火花思维 | 1500万美元 | B轮 | 在线儿童思维训练 |
| 2018年5月 | 企鹅童话 | 4000万元 | A轮 | 儿童内容IP平台 |
| 2018年6月 | 火花思维 | 2000万美元 | B+轮 | 在线少儿思维训练 |
| 2018年8月 | 考拉阅读 | 2000万美元 | B轮 | 少儿中文分级阅读平台 |
| 2018年8月 | 天赋通 | 千万美元 | Pre-A轮 | 在线儿童数理思维培训（小班直播） |
| 2018年8月 | 柠檬悦读 | 5000万元 | 天使轮 | 中小學生分级阅读平台 |
| 2018年9月 | 麦斯数学 | 数千万元 | Pre-A轮 | 在线青少年数学思维教育（在线小班课） |
| 2018年11月 | 常青藤爸爸 | 5000万元 | A轮 | 在线提供科学育儿知识及幼儿双语启蒙教育 |

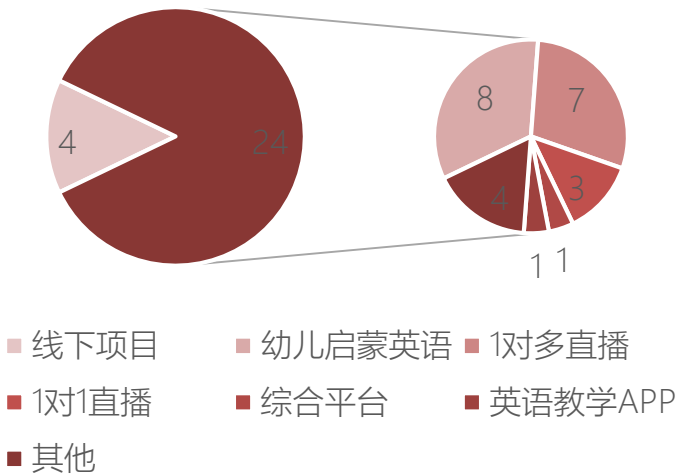
五、素质教育：少儿英语赛道

● 少儿英语在线化已经得到市场认可，幼儿启蒙英语成资本新宠

根据公开市场数据统计得知，2018年1月-11月期间少儿英语教育赛道总融资案例28起，占全部素质教育融资量的15%。其中在线教育项目融资案例数24起，占该赛道融资案例总数的86%。一方面，在线一对多模式比一对一模式更受资本认可，融资案例数分别为7起和3起。另一方面，幼儿启蒙英语获得市场追捧，已发生8起融资，反映英语用户的低龄化趋势加速。伴随学习场景的变化，在线少儿英语用户年龄层和渗透率不断提升，VIPKID、兰迪少儿英语等知名少儿英语教育机构亦在布局幼儿启蒙英语市场。

根据多鲸数据库统计，2006年至今，中国已出现近30个少儿在线英语教育品牌，2013-2017年中国少儿在线英语教育行业累积吸引投资达61.3亿元人民币，参投机构达60家。目前少儿在线英语市场呈现四大特征：学生低龄化，场景更细分，学科英语转素质英语，主打外教师资。

2018年1-11月少儿英语教育赛道投融资情况

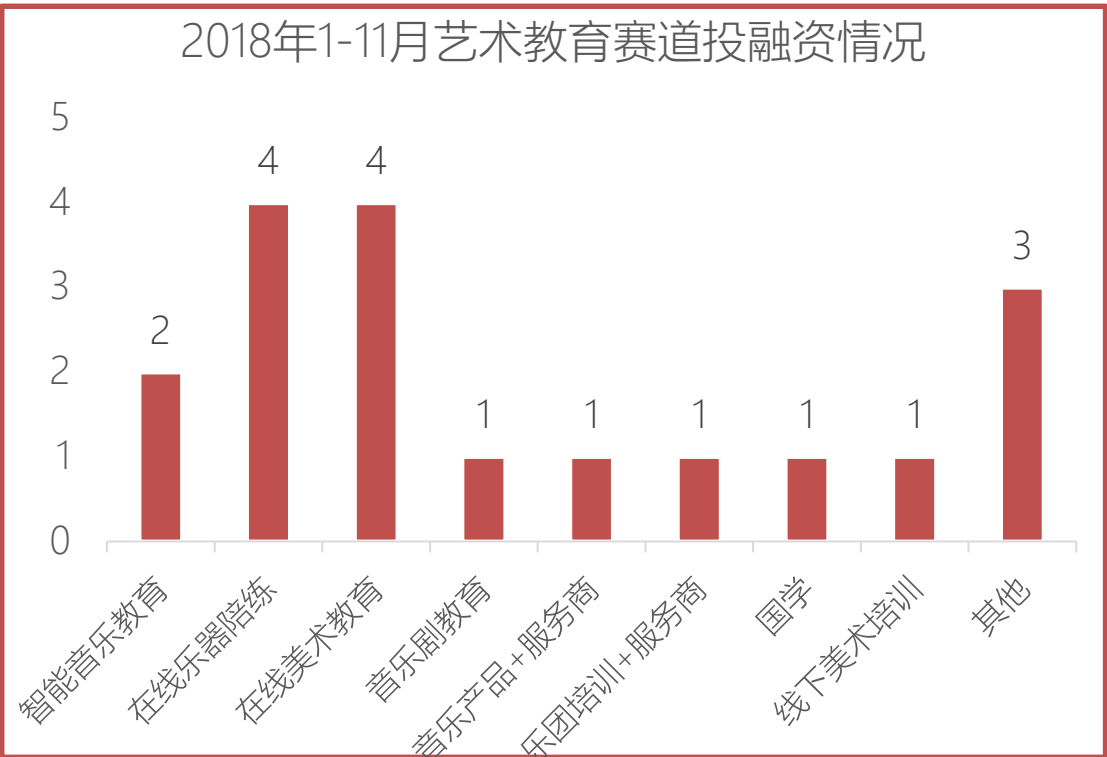


| 时间 | 项目 | 融资额 | 轮次 | 品类 |
|----------|----------|-----------|--------|----------|
| 2018年1月 | 哒哒英语 | 1亿美元 | C轮 | 在线一对一外教 |
| 2018年3月 | 宝宝玩英语 | 1.5亿元 | B轮 | 幼儿英语启蒙 |
| 2018年4月 | 盒子鱼英语 | 数亿元 | C轮 | 在线英语学习平台 |
| 2018年5月 | 顶上英语 | 数千万元 | A+轮 | 低龄留学语培 |
| 2018年6月 | VIPKID | 5亿美金 | D+轮 | 在线一对一外教 |
| 2018年6月 | 兰迪少儿英语 | 5.2亿元 | C轮 | 在线小班 |
| 2018年6月 | 皮皮鱼少儿英语 | 8000 万元 | Pre-A轮 | 在线小班 |
| 2018年7月 | 魔力耳朵 | 1.2亿元 | A轮 | 在线小班 |
| 2018年7月 | 鲸鱼小班 | 千万美元 | A轮 | 在线小班 |
| 2018年8月 | 斑马老师 | 数千万元 | Pre-A轮 | 在线小班 |
| 2018年10月 | GogoTalk | 数千万元 | B轮 | 在线英语学习平台 |
| 2018年11月 | 叽里呱啦 | 数千万美 元 | B轮 | 幼儿英语启蒙 |

五、素质教育：艺术教育赛道

● 艺术教育赛道融资案例数18起，在线美术教育、乐器陪练项目受资本偏爱

根据市场公开数据统计，2018年1-11月艺术教育投融资案例共18起，累计融资金额16.6亿元。随着互联网直播技术的成熟，以器乐、美术培训为代表的艺术教育在线化进程加速，出现了新的在线陪练、在线教学等产品。虽然在实际教学效果和商业运营模式方面还不够成熟，但依然得到了资本的关注。目前音乐培训市场仍然以线下为主，其中钢琴培训是市场主流。课程的非标准化以及优质师资供给难题催生了在线陪练市场，已经出现的代表性公司包括VIP陪练、快陪练、美悦陪练、音乐笔记等。以画啦啦、美术宝和艾艺荷马为代表的在线美术项目获得高额融资，反映了资本对少儿美术教育在线化的期待。

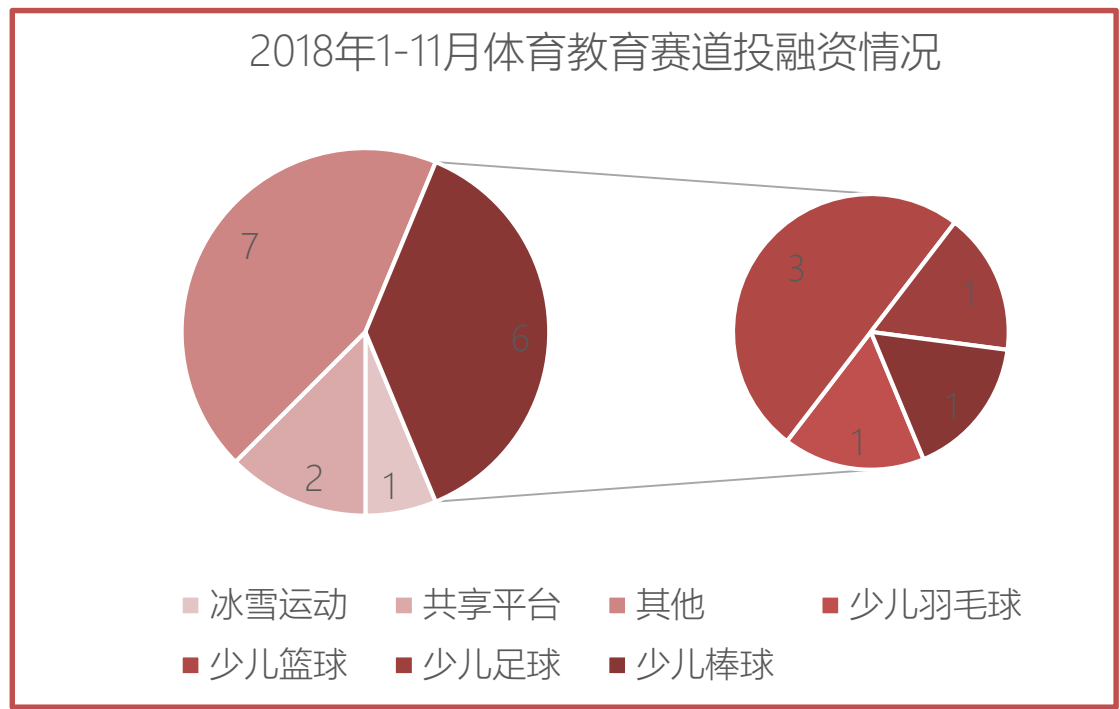


| 时间 | 项目 | 融资额 | 轮次 | 品类 |
|----------|--------|---------|-----|--------------------|
| 2018年1月 | VIP陪练 | 数亿元 | B轮 | 在线乐器陪练 |
| 2018年6月 | 画啦啦 | 数千万元 | A+轮 | 在线少儿美术教育平台 |
| 2018年7月 | 斑马星空 | 1300万元 | 天使轮 | 在线直播+录播书法、美术教育 |
| 2018年8月 | 快陪练 | 5000万元 | 天使轮 | 在线一对一少儿钢琴陪练 |
| 2018年10月 | Finger | 1亿元 | B轮 | 在线少儿一对一陪练+视频乐器教学 |
| 2018年10月 | 美术宝 | 1500万美元 | B3轮 | 在线1对1少儿美术教育+艺考资源平台 |
| 2018年11月 | VIP陪练 | 1.5亿美元 | C轮 | 在线乐器陪练教育 |
| 2018年11月 | 艾艺荷马 | 数亿元 | B轮 | 在线全年龄段美术教育 |

五、素质教育：青少年体育教育赛道

● 体育教育赛道融资案例数共16起，投融资品类分散

2018年1-11月体育教育赛道出现16起融资案例，累计融资金额2.6亿元。因其品类较多，融资案例分布还较分散，融资热点有待资本开发。2014年10月，国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（46号文），提出2025年基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过5万亿元。分类来看，青少年体育培训开始出现多元化趋势。从传统球类、竞技类等大众观赏性运动开始不断向击剑、潜水、户外等专业参与性运动扩展，众多新生细分领域迎来发展机会。整体而言，受制于场地要求高，运营成本重，坪效低等因素，体育类培训的渗透率低于艺术教育，家长付费意愿与市场认知仍有待提升。



| 时间 | 项目 | 融资额 | 轮次 | 品类 |
|---------|-------|--------|--------|-----------|
| 2018年1月 | 华蒙星体育 | 2000万元 | A轮 | 幼儿园篮球 |
| 2018年1月 | 宾宇体育 | 近千万元 | Pre-A轮 | 足球青训 |
| 2018年2月 | 强棒联合 | 千万级人民币 | A轮 | 棒球培训 |
| 2018年3月 | YBDL | 5000万元 | A+轮 | 篮球青训 |
| 2018年4月 | 洛克公园 | 7000万元 | B+轮 | 篮球主题运动服务 |
| 2018年5月 | 牛牛成长 | 千万级人民币 | Pre-A轮 | 青少年体育共享平台 |
| 2018年5月 | 游道篮球 | 1500玩元 | 战略投资 | 海外球星训练营 |
| 2018年7月 | 界内体育 | 千万级人民币 | Pre-A轮 | 少儿羽毛球培训 |
| 2018年8月 | 冠军冰场 | 未披露 | 天使轮 | 冰上运动 |
| 2018年8月 | 斑马少年 | 千万级人民币 | Pre-A轮 | 青少年运动成长平台 |

五、素质教育：游学/研学/营地教育赛道

● 政策推动研学营地教育兴起，资本关注度提升

根据市场公开数据整理，2017年6月至2018年至今共有9起研学营地项目获得融资。受益于研学利好政策，根据广证恒生的市场预测，2017年游学研学市场空间374亿元，参与人次425万人，并预计未来3-5年游学研学行业有望保持年均 30%以上的高速增长，渗透率有望从 5%升至 20%-30%。

研学营地类机构主要服务B端学校和机构用户，通过B端获客延展C端消费。虽然存在巨大市场空间，但也面临着一些问题：（1）市场进入壁垒较低，缺乏准入标准与行业规范，产品服务参差不齐。（2）存在明显的季节周期属性，考验新入局者的场地运营管理能力。（3）旅游与教育定义不清，缺乏优质课程体系设计，内容同质化现象严重。以营地教育为例，目前中国约拥有各类营地1500个，超70%的机构成立时间不足5年。

| 时间 | 公司 | 业务 | 轮次 | 融资额 | 投资方 |
|---------|--------|----------|--------|----------|-----------|
| 2017.6 | 华制国际 | 海外游学供应商 | B轮 | 未披露 | 达晨创投 |
| 2017.7 | 斯达营地教育 | 营地教育 | 天使轮 | 数百万元 | 蓝象资本、牧笛资本 |
| 2017.11 | 宝贝走天下 | 儿童户外成长教育 | B轮 | 2000万元 | 华盖资本、丰厚资本 |
| 2017.11 | 游学国际营地 | 营地教育 | Pre-A轮 | 千万级人民币 | 荣正资本 |
| 2017.11 | 皓石教育 | 研学旅行 | Pre-A轮 | 千万级人民币 | 实践家教育集团 |
| 2018.1 | 斯达营地教育 | 营地教育 | Pre-A轮 | 千万级人民币 | 泽厚资本 |
| 2018.5 | 世纪明德 | 游学研学 | 新三板定增 | 3724万人民币 | |
| 2018.7 | 斯达营地教育 | 营地教育 | A轮 | 数千万元 | 中以智教、泽厚资本 |
| 2018.7 | 麦淘亲子 | 儿童场景教育 | B+轮 | 千万美元 | 精锐教育、开物华登 |

五、素质教育：素质教育细分赛道典型公司

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------|---|--|--|--|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|
| 启蒙教育 | 启蒙读物 | | | 英语启蒙 | | | 思维启蒙 | | | 科学启蒙 | | | | | | | | | | | | | | |
| |      | | |    | | |     | | |    | | | | | | | | | | | | | | |
| STEM | 少儿编程教育 | | | | | | 机器人教育 | | | | | | K12 STEM课程 | | | | | | | | | | | |
| |        | | | | | |        | | | | | |   | | | | | | | | | | | |
| 艺术教育 | 舞蹈教育 | | | | | | 音乐教育 | | | | | | 美术教育 | | | | | | 艺术留学 | | | | | |
| |      | | | | | |     | | | | | |     | | | | | |     | | | | | |
| 体育教育 | 纯运动类 | | | | | | 纯运动类 | | | | | | 武术教育 | | | | | | 综合类 | | | | | |
| |        | | | | | |         | | | | | |    | | | | | |    | | | | | |
| 大语文 | 少儿英语 | | | | | | 情商教育 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| |    | | | | | |       | | | | | |    | | | | | | | | | | | |

六、素质教育：素质教育行业发展趋势（1）

- 素质教育从边缘走向舞台，从附属逐渐转向刚需，并成为下一个教育行业高成长市场，是在政策引导、教育的现实变革需求和富裕起来的百姓对孩子未来美好生活的期许三方协力下的产物。

1

素质教育投资热度延续，业内头部机构纷纷布局

素质教育领域在公共供给层面（师资、内容、载体）的不足将是一个长期趋势，这为素质教育各赛道创业者提供了机会。而2018年素质教育赛道在教育投资市场大热，也正面反映了政策，市场，技术等多方面聚合力量增强。一方面，一级市场的头部风投机构在素质教育赛道的出手率明显高于往年，投融资次数与金额均创新高，另一方面，K12教育培训巨头出于生态链考量也纷纷加码布局素质教育领域各赛道，通过投资并购或者内部孵化方式，素质教育与学科辅导在流量入口端从竞争关系走向共赢局面。研究发现，家庭教育消费需求的多元化，正渐渐通过技术进步和在线化手段得以实现。

2

素质教育消费及用户人群年轻化，在线化趋势已成必然

素质教育需求从广义来讲仍然属于家庭消费升级的范畴，得益于家长教育消费能力的提升和消费理念的更新，大部分家长在选报完学科辅导课程服务后，会根据孩子感兴趣程度选择性的选报素质教育产品。目前素质教育的付费人群以80后，90后的中产家庭为主，他们拥有稳定的在线消费习惯，较强消费能力，和线上消费意愿强等特点。另一方面，素质教育的主要用户已经是00后和05后学生为主，互联网新生代人群对在线平台天然接受能强。上述原因促使科创类在线产品、生活素养类等在线产品得到家长的热捧。

六、素质教育：素质教育行业发展趋势（1）

- 国家重视+政策引导+教育消费观念更新+技术进步推动素质教育向前发展，供需失衡局面会加速行业内资源集中速度，融合和创新将是素质教育行业未来主流趋势。

3

政策利好趋势继续保持，校内B端市场机会逐渐显现

政策方面，预计大概率会延续对素质教育的支持力度。从具体素质教育赛道来看，科创教育、文化思维素养提升、少儿体育、研学营地教育等领域，都有明确的鼓励政策出台。从中高考改革方向来看，大多数施行改革的省市都强调会把学生综合素质评价体系作为招录时的重要依据。“中小学生课后服务”在全国逐渐试点铺开，也为素质教育机构进入校内B端市场，提供了政策保障，寻找与公立学校的课程合作成为未来素质教育机构拓展业务的方向。

4

素质教育机构加速线上线下融合，教育综合体和研学营地成为素质教育新载体

以美术、音乐为代表的部分传统线下素质教育机构开始尝试创新模式，一方面加速线上与线下融合，研发线上教学产品，开发在线素质教育品类，通过在线直播消除地理空间的限制，触达更多潜在用户；另一方面尝试与教育综合体合作，通过一站式教育服务，以多品类满足用户学习需求，改善坪效，提升用户生命周期价值和单店产能，以此探索规模化可能性。同时，研学营地教育的兴起，为众多素质教育机构提供了输出课程和服务的新渠道，特别是以科创教育和体育教育为主题的素质成长营成为一二线城市家长的热门选项。

多鲸资本理念与定位



投研



投行



投资

多鲸资本是专注于教育行业研究及投融资服务的精品投行，业务包括泛教育企业战略咨询、私募融资顾问、并购顾问、战略投资顾问。同时布局有专项的教育跟投基金，加仓我们深度服务的合作伙伴。致力于为快速成长的中国及全球教育行业企业提供战略咨询、私募融资、并购等顾问服务。

多鲸资本四大业务，提供教育行业一条龙服务

教育创新趋势研究院

01

研判教育行业发展创新趋势，为教育投资者与创业者提供深度服务

教育行业精品投行

02

服务教育行业全产业链，业务包括私募融资、并购和战略投资等

覆盖中早期项目、并购项目的跟投基金，以及私募股权基金portfolio再融资业务的直投基金

多鲸共赢基金

03

服务于中早期教育科技创新企业及投资机构，提供活动组织，资源匹配和行业赋能等专业服务

多鲸荟

04



投研·投行·投资

最懂教育行业的精品投行



素质教育行业垂直媒体，基于对产业链接和服务的角度，从“媒体服务、从业者学习社群、儿童成长空间运营”三部分服务于素质教育中的创业者和机构。

