

2021中国素质教育策略创新研究报告

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, October 2021



目录

CONTENTS

- 1 蒙眼狂奔：素质教育黄金十年
- 2 创新不眠：素质教育策略应对
- 3 他山之石：素质教育案例分析
- 4 素质教育品牌用户评价榜单
- 5 行业大咖说

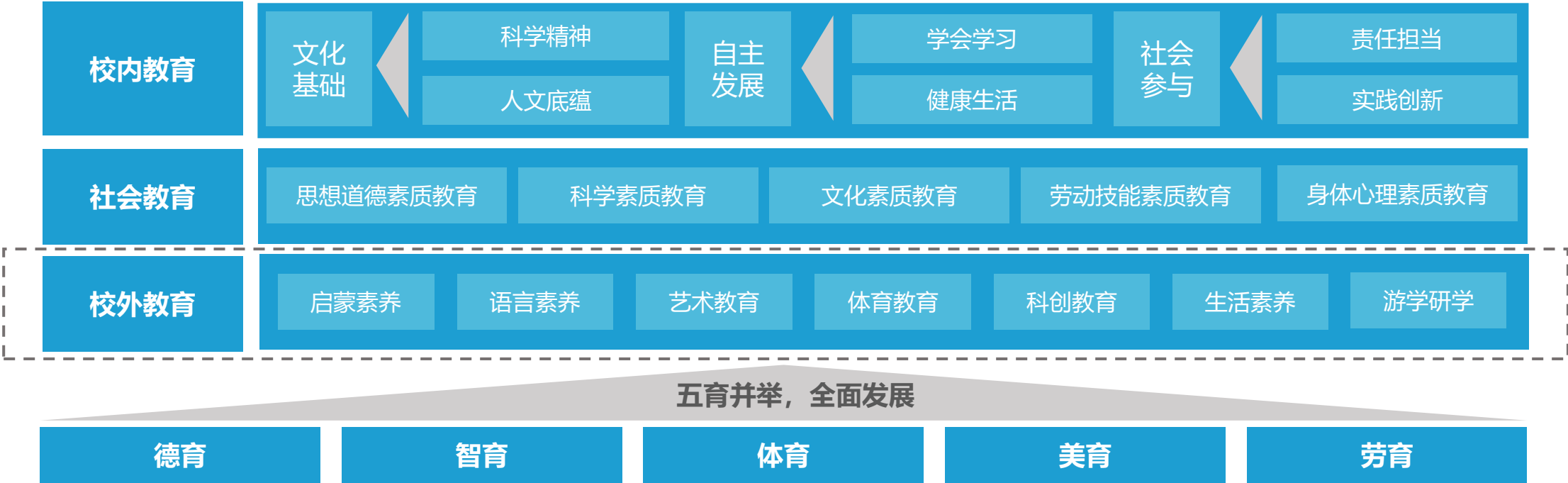


第一章 蒙眼狂奔：素质教育黄金十年

素质教育的核心内涵：五育并举，促进人的全面发展

- ◆ 依据2005年5月25日颁布的《中华人民共和国教育法》规定，素质教育是指“着眼于受教者及社会长远发展的要求，以面向全体学生、全面提高学生的基本素质为根本宗旨，以注重学培养受教者的态度、能力，促进他们在德智体等方面生动、活泼、主动地发展为基本特征的教育”。
- ◆ 随着时代发展要求，素质教育内涵得以拓展。2019年6月，教育部发布《中共中央国务院关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》，提出坚持“五育”并举，全面发展素质教育：突出德育实效、提升智育水平、强化体育锻炼、增强美育熏陶、加强劳动教育。
- ◆ 综上，亿欧智库认为，**素质教育指以全面提高学生的基本素质为根本宗旨，促进学生在德、智、体、美、劳等方面全面发展的教育模式。**

亿欧智库：素质教育形成校内、校外、社会多重培养体系



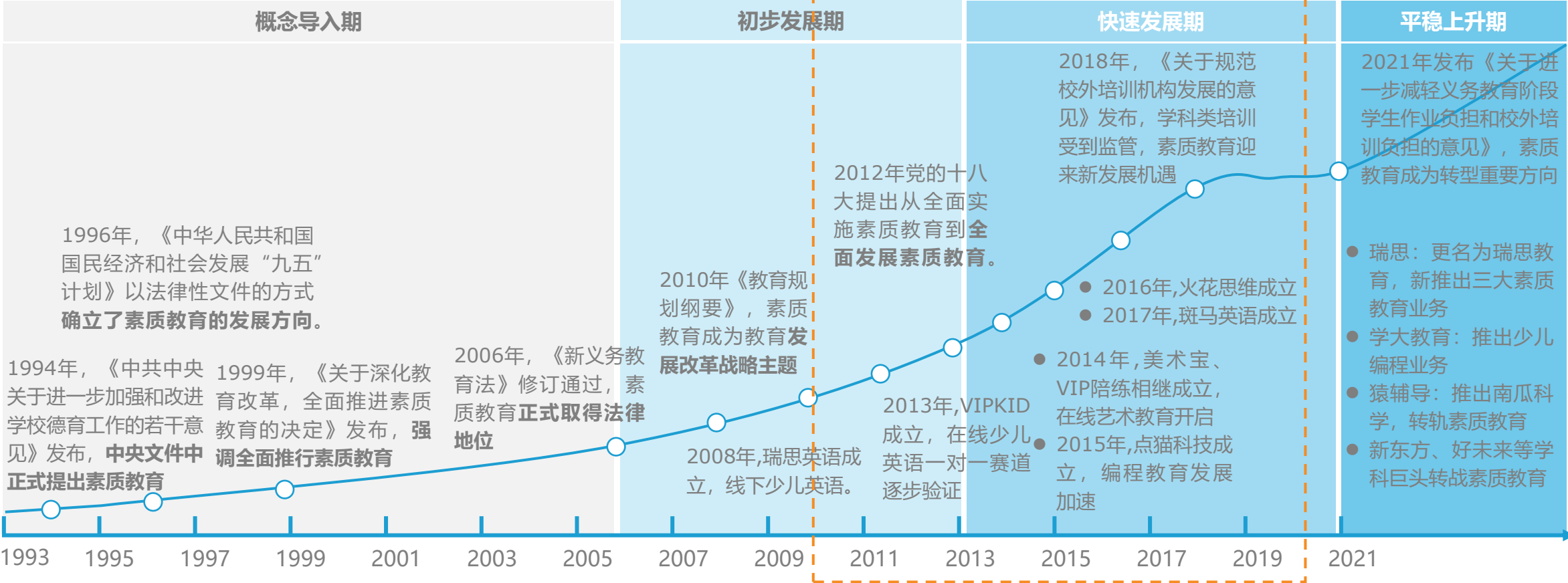
报告
研究
范围

信息来源：教育部课题《中国学生发展核心素养》，国家统计局《教育培训及相关产业统计分类（2020）》，亿欧智库

校外素质教育十年黄金发展期：蒙眼狂奔，创新不止

◆ 虽然1994年中央文件就正式提出要发展素质教育，但由于教育资源不均衡、学生评价体系单一、片面追求升学率等问题长期得不到解决，校内素质教育发展难言理想，校外素质教育是对校内素质教育的重要补充；尤其是2010年后，校外素质教育迎来快速发展期，新的商业模式、课程内容、授课形式、工具应用接连出现。虽然素质教育在这一段时期内，始终受到高考指挥棒的影响，家长和学生关注有限，但这仍可能是素质教育历史发展的最佳时期；2021年教培行业迎来史上最严政策监管后，校外素质教育或将告别蒙眼狂奔状态，转而进入机遇与规范并行的平稳上升阶段，飞速发展难以延续，政策、市场等不确定性因素将显著增加。

亿欧智库：校外素质教育发展历程



创新是素质教育发展的重要驱动力，包括产品、技术、组织和市场创新

- ◆ 根据OECD在2016年发布的《教育创新和创新教育:数字技术和技能的力量》报告，教育领域中的创新包括引进新产品和服务、进行服务的新方式、组织活动的新方式、新的市场技巧等，这些创新以教育的发展与改善为目的，提升了学习结果、成本效率、公平性和公众满意度。而在技术、社会、经济、政策等力量推动下，中国素质教育市场同样在产品内容、授课形式、组织管理和市场渠道等方面迎来重大革新。
- ◆ 其中，产品内容和授课形式的升级与更替，是过去十年素质教育的主要创新方向。而随着国家调控政策的颁布，有效提升组织管理能力、开拓新的市场渠道，成为素质培训机构的重中之重。创新是素质教育发展的重要驱动力，也是机构面对瓶颈时破局的有力工具。

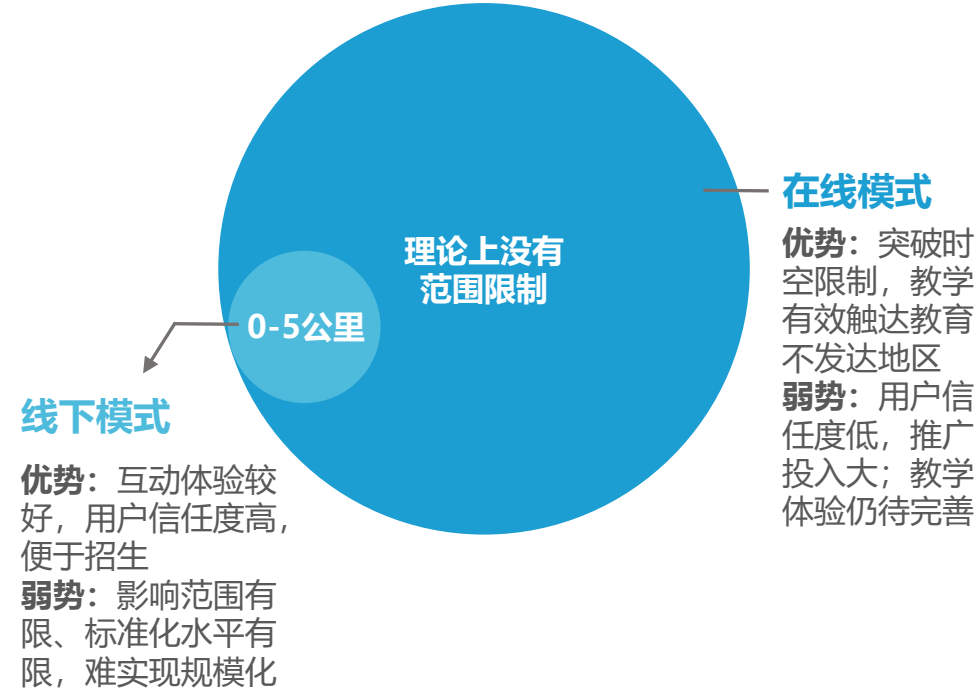
亿欧智库：素质教育的四个创新方向



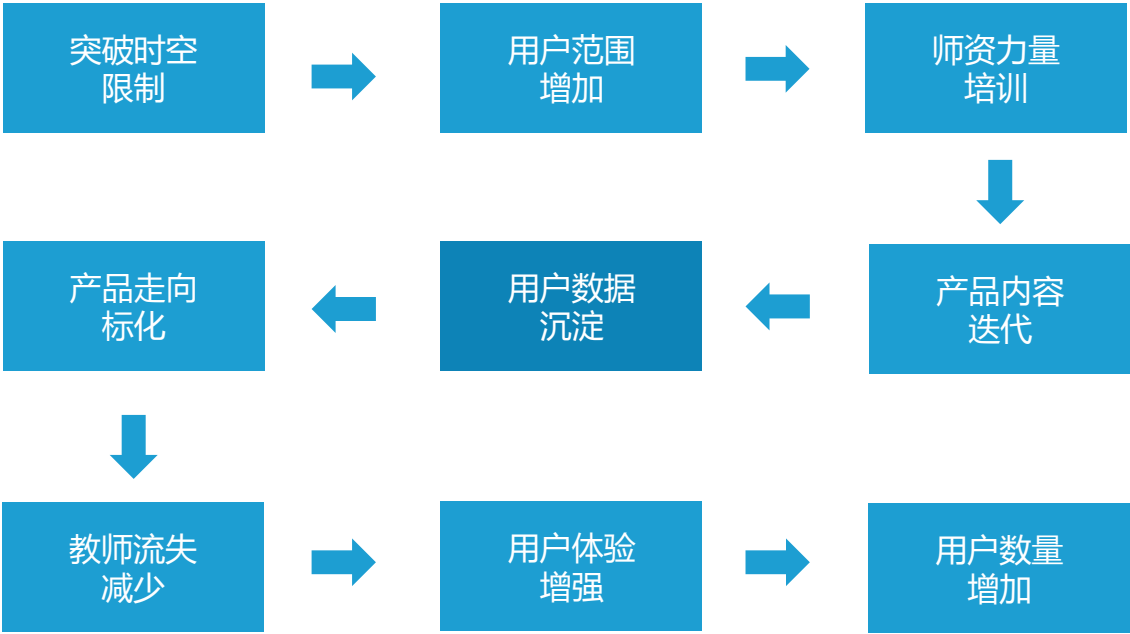
在线模式改变产品交付形态，突破时空限制、推动素质教育标准化进程

- ◆ 在线模式是素质教育最根本性的变革。相较于传统的线下模式，在线教育改变了素质教育的产品交付形态，让素质教育理论招生范围由附近的0-5公里向全国、乃至全球扩展。**在线素质教育对时空范围的突破，满足了不同地域、不同层级受众需求，一定程度上促进了教育公平；**
- ◆ 更重要的是，在线模式让细分品类众多、重互动体验的素质教育加速产品内容迭代，**沉淀的用户数据与课程、师资互相反哺，提升了素质教育的标准化水平，并形成用户增长的良性循环。**
- ◆ 在线化构成素质教育过去十年升级的主基调，标准化的在线产品也奠定了素质教育向教学启蒙化、内容素养化、互动智能化发展的基础。

亿欧智库：在线模式和线下模式的优劣势



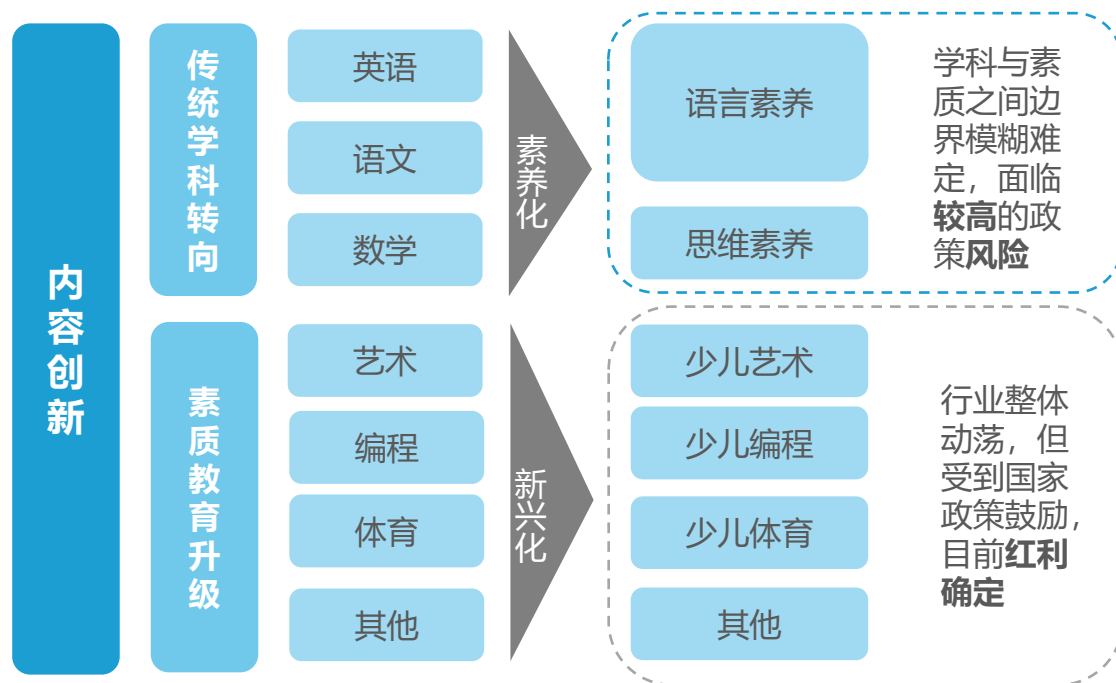
亿欧智库：在线模式推动素质教育标准化过程



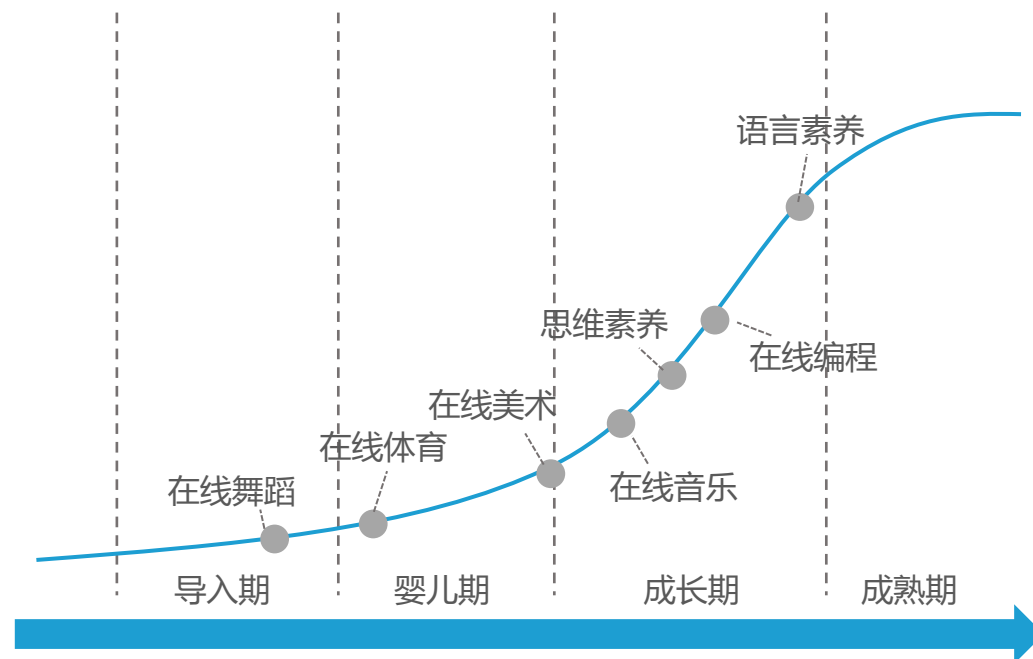
传统学科向素质教育转型，素质教育探索线上化，赛道规模横向扩展

- ◆ 应试教育向素质教育转变，是国家教育改革的方向之一。2018年《关于规范校外培训机构发展的意见》对K12超纲超前教学进行整顿，更是加速传统学科往素质教育转向。语文、英语等语言学科由单一的应试训练，向以语言为载体的演讲、口语、国学、国际视野等综合素养培养转变；数学则放弃竞赛训练，更加注重基于儿童的认知水平，采用游戏化教学手段以培养儿童的思维能力与学习兴趣。但**目前学科教育和素质教育的边界迟迟未定，如何让传统学科在素养化过程中避免陷入重复训练和超前超纲教学的泥淖，仍待长期探索，相关赛道政策风险也较高。**
- ◆ 随着互联网、人工智能时代的到来，传统的素质教育和K12学科的线上化过程大体一致。其中编程、美术、音乐等赛道**受益于相关技术突破，较早开始线上化，并有部分龙头机构跑出**；体育、舞蹈等赛道由于注重现场体验教学，线上化水平较低，但已有初步探索。
- ◆ 传统学科转向和素质教育线上化升级，助力素质教育学科扩容，使素质教育整体规模新上一个台阶，不断与K12和职业教育赛道逼近。

亿欧智库：素质教育内容创新方向

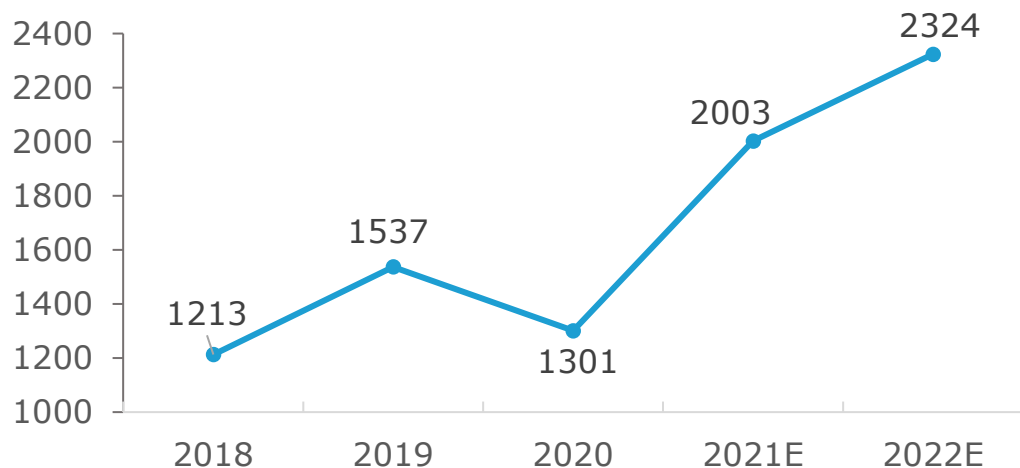


亿欧智库：素质教育各细分赛道在线化阶段

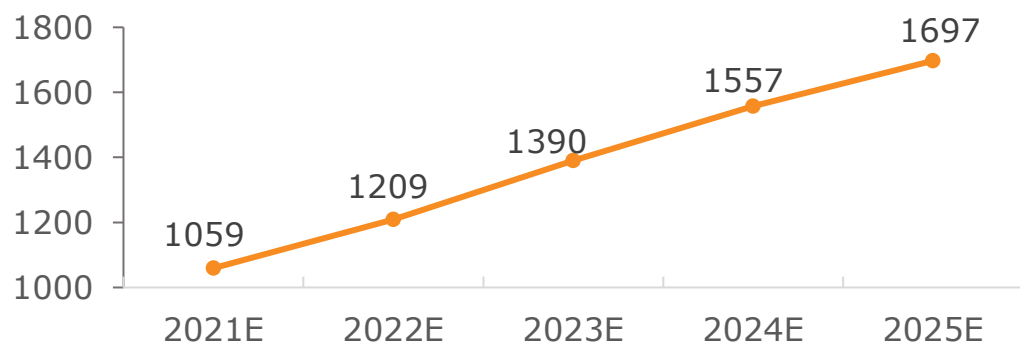


启蒙化纵向扩充素质教育市场容量，但受政策调控行业规模下跌

亿欧智库：双减政策前启蒙素质教育市场规模预测（单位：亿元）



亿欧智库：双减政策后启蒙素质教育市场规模预测（单位：亿元）



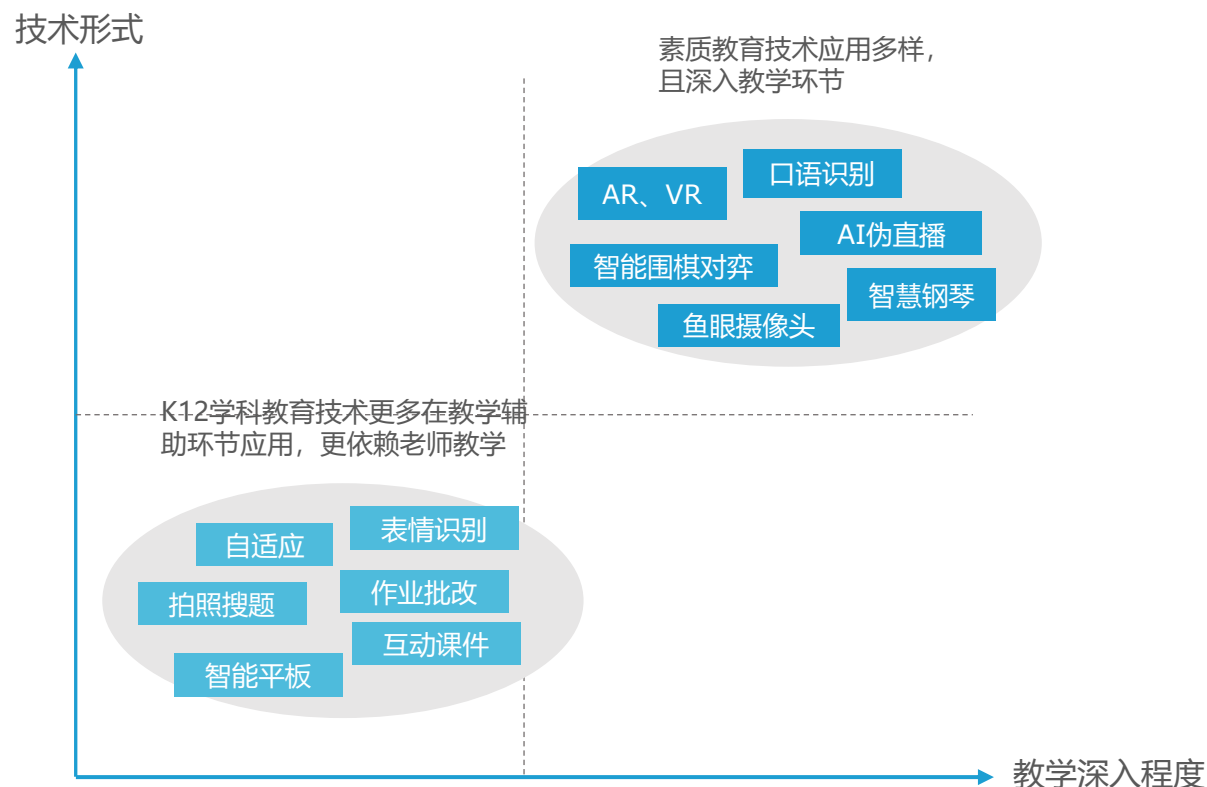
数据来源：新东方《中国教育培训行业的创新复盘与浪潮展望》，亿欧智库

- ◆ 2018年后，在线K12赛道竞争逐渐激烈，为了更早抓住流量入口，培训年龄逐渐前置，叠加政策对学科培训机构监管趋严、中国家长的抚养焦虑等多重因素影响，启蒙素质教育开始受到广泛关注。
- ◆ 素质教育向低年龄段下探，使得其受众由6-14岁群体向0-14岁扩充，市场容量大大增加。根据联合国人口署的数据，我国近十年0-6岁儿童数量一直处于亿级水平。和6-14岁的青少年相比，0-6岁的儿童培训更具刚需性，深处“剧场效应”的中国家长为了不让让孩子输在起跑线上，往往重金投入到孩子综合能力培养上。
- ◆ 根据新东方相关数据，双减政策颁布前，启蒙素质教育市场规模在2018年已超千亿元，2019年实现35%的高速增长，达到1537亿元，常规发展下，2021年有望突破两千亿。
- ◆ 2021年，国家出台一系列面向教育行业的强有力政策，其中学龄前整改，是重点方向之一，**学龄前儿童线上培训及线下学科类培训被禁止开展**。少儿英语、数理思维、大语文等赛道由于边界模糊，迎来行业地震。启蒙素质教育培训重心，开始向线下少儿编程、少儿美术、少儿音乐、少儿体育倾斜。
- ◆ 由于少儿英语、数理思维等曾占据启蒙素质赛道较大市场比重，启蒙素质教育赛道受冲击较大，行业规模近乎腰斩。根据亿欧智库推测，**2021年启蒙素质教育市场规模将缩减至1059亿元，要到2024年才能缓慢恢复至2019年的市场规模。**

AI技术深入教学核心环节、摊薄边际成本，和素质教育结合度高

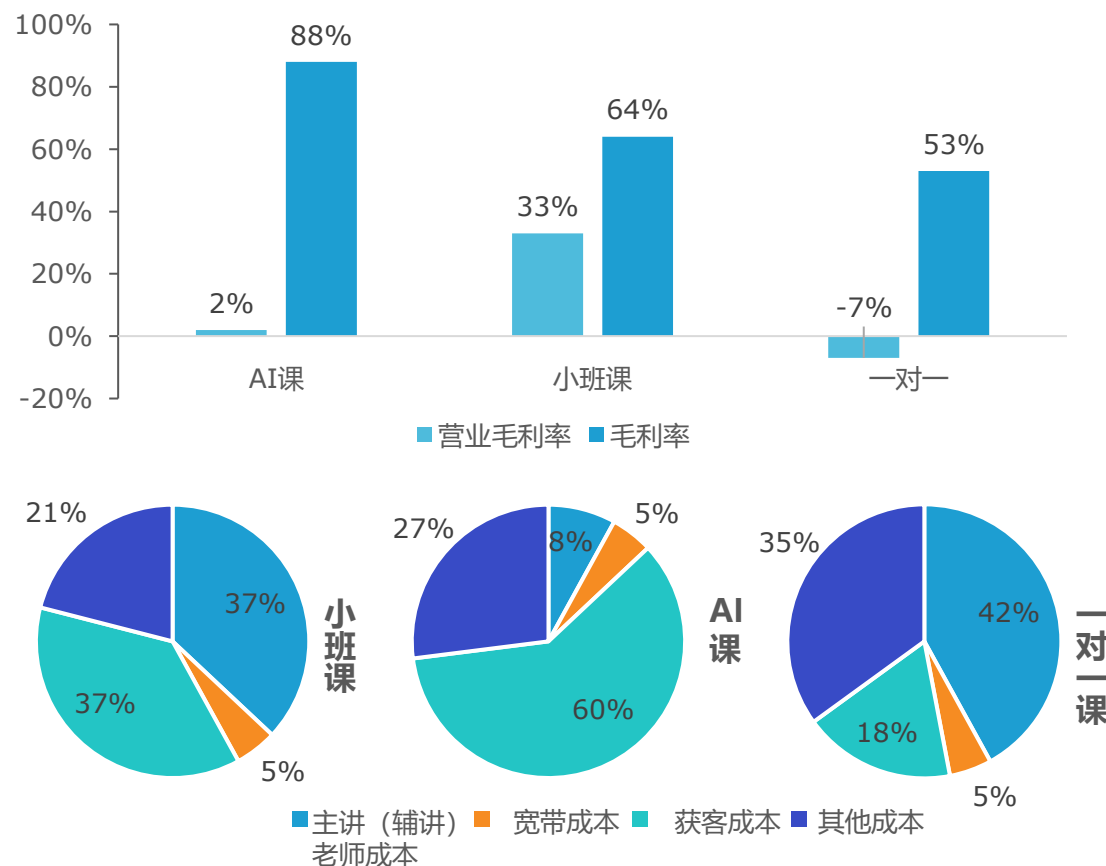
- ◆ 和K12聚焦于拍照搜题、作业批改或者自适应学习等教学辅助环节相比，AI技术更加深入到素质教育的教学核心环节。少儿美术赛道的视频透视矫正技术，音乐赛道的鹰眼镜头、音准识别技术，或者AI互动技术，都有效改善素质教育的线上学习体验、获取了家长及学生的信任。
- ◆ **AI技术和素质教育结合度高，是由素质教育的培训特性和AI技术特性双向决定的**：素质教育集中在兴趣培养，对内容难度要求相对一般，但对互动性、趣味性的需求较高，而AI技术首先在语音识别、图像识别等领域突破，可以有效降低素质教育师资的依赖，并让培训效果可视化。
- ◆ 随着用户数量增加、**师资依赖度降低，AI技术可以摊薄前期的技术研发成本**。获客成本得到控制的前提下，**AI课盈利模型更易优化**。

亿欧智库：AI技术深入素质教育核心教学环节



图表来源：中金公司，亿欧智库

亿欧智库：AI互动模式、小班课、一对一课的利率及成本结构情况



行业图谱

启蒙素养



语言素养



科创教育



艺术教育



体育教育



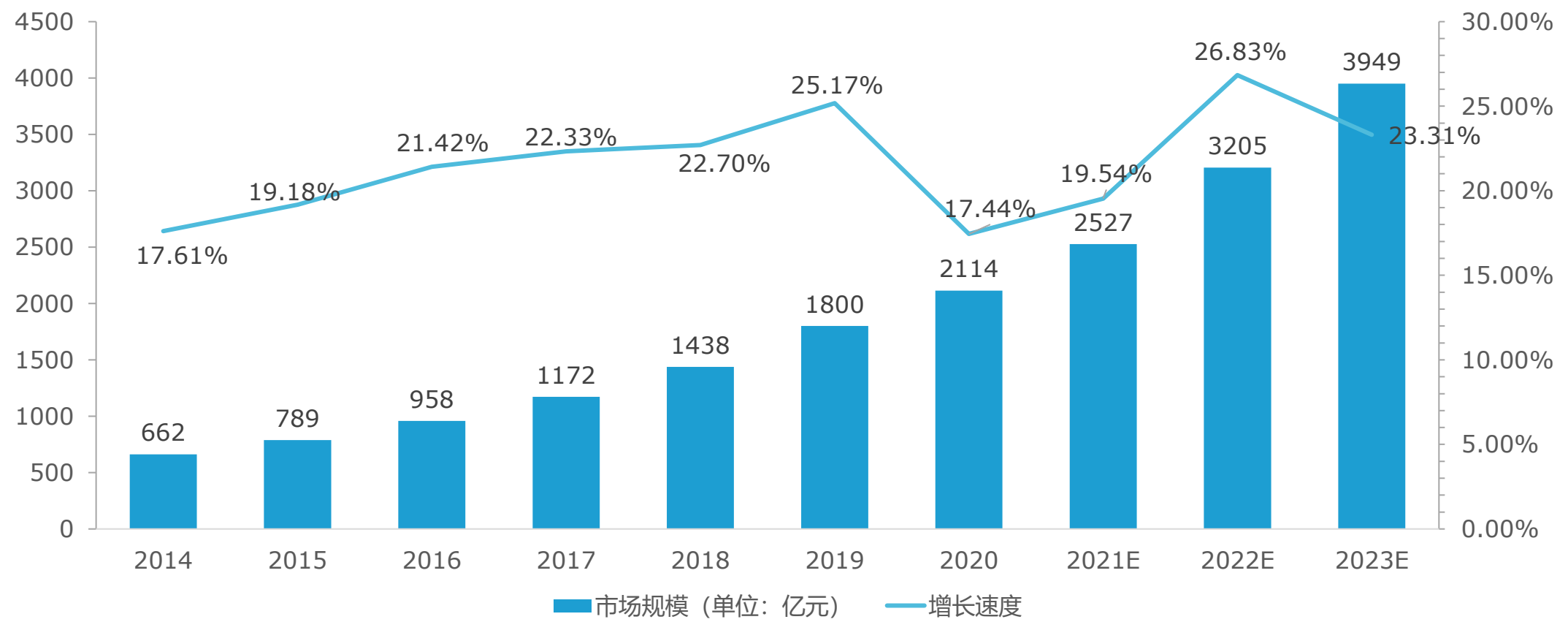
游学研学



行业规模：素质教育市场前景广阔，2023年市场规模将接近4000亿元

◆ 近年来，受国家政策扶持、资本热捧、竞争低龄化使得素质需求前置化等因素影响，素质教育市场规模发展迅速，增速连年超20%，2020年受到疫情影响、增速有所放缓，但市场规模仍突破2000亿元，2021年后，政策调控将带来一定冲击，但随着学生家长消费观念升级，以及大量学科机构转轨素质赛道，2023年素质教育市场规模将向4000亿元靠拢，未来发展前景比较可观。

亿欧智库：2014-2023年素质教育市场规模（亿元）及其增长速度



数据来源：网络公开数据，亿欧智库



第二章 创新不眠：素质教育策略应对

校外培训机构是双减政策重点监管对象，素质教育为主要转型方向之一

亿欧智库：《意见》对于政府和学校的要求



制定标准

明确收费标准，**避免过高收费**，规范绩效方式、严禁下达升学指标或片面以升学率评价学校和教师



强化管理

常态化监管，加大对于培训**广告管理**，查处不合规培训机构，改善当前过多过滥情况，防止“卷钱跑路”



明确责任

明确各部门工作责任，联合开展**专项治理**行动，强化督促检查和**宣传引导**

教学

提高课堂质量，强化教学管理，开齐开足开好国家规定课程，按课程标准零起点教学

作业

调控作业结构、控制作业难度、提高作业质量、减少作业总量。加强作业指导，严禁给家长布置任务

考试

不得违规设置考试，不得进行排名，高中招生要以学定考

课后服务

从课后服务质量、服务时间、服务渠道等多方面提高，从课后服务经费、教师绩效等方面进行管理

亿欧智库：《意见》对于培训机构的管理措施

01

学科类登记为**非营利机构**，加强对培训领域贷款的监管

02

将义务教育阶段学科类校外培训收费纳入**政府指导价**管理

03

严禁超标超前培训，严禁非学科类培训机构从事学科类培训

04

学科类培训机构不得资本化运作，**外资不得进入**学科类培训市场

05

不得在节假日、休息日及寒暑假组织培训，最晚不得晚于9点

06

不得使用拍照搜题等惰化思维软件

07

不得挖校内师资，**不得聘请在境外的外教**

08

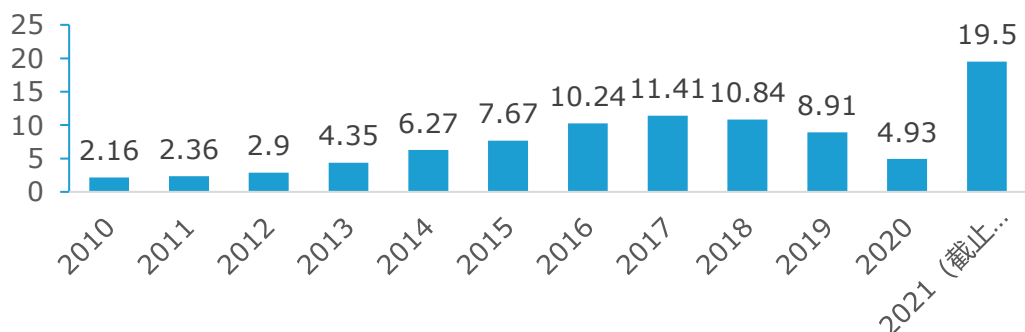
不得在主流媒体及校内发布培训广告

- ◆ 2021年7月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》。其中校外培训机构是重点监管对象，此前准入的机构全部要求重新审批，**学科和非学科类培训机构进行分类管理**，同时对机构**资本运作方式、收费管理、培训内容和时间、师资和广告宣传**等各个方面均提出严格限制条件。
- ◆ 相对而言，学科类教培机构受政策调控的影响远大于非学科类机构，素质教育被认为是机构主要转型方向之一。教育部官网转经济日报《校外培训机构转型路子多》一文中曾提到，“**各地应促进现有校外培训机构由学科类培训向素质类培训转型，打通部门壁垒，开辟绿色通道**”。

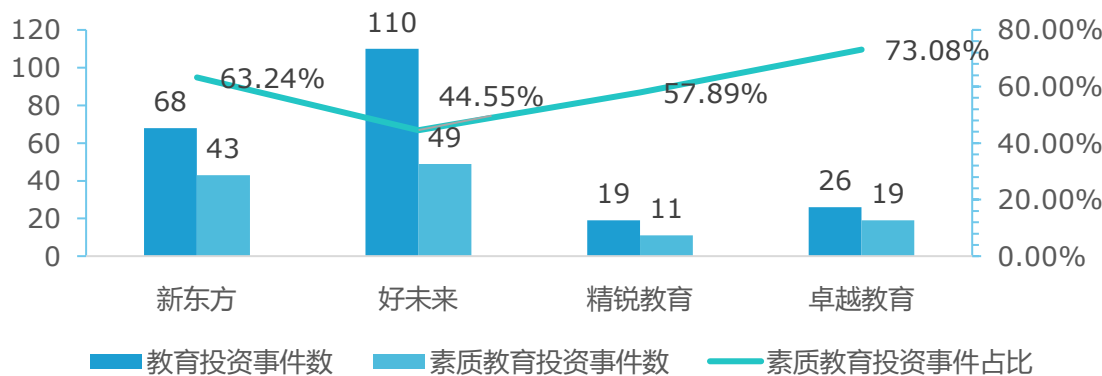
政策调控重塑行业格局，头部效应加剧，学科培训巨头带来冲击

- ◆ 政策调控给行业格局带来的变化是全方面的，抗风险能力较低的中小机构“首当其冲”。天眼查数据显示，双减政策实施的2021年，注销的教培机构数量近二十万，且大部分是中小机构，这也意味着素质教育市场将进一步集中，头部效应加剧。
- ◆ 学科巨头转轨素质教育赛道，也将给中小型素质教育机构带来巨大冲击。公开信息显示，由于用户年龄具有较高的重叠度，新东方、好未来、猿辅导、作业帮等头部机构都将素质教育作为转型选择，这些机构拥有人才、资金、品牌等优势，可以通过自建、投资快速实现转型。

亿欧智库：2010-2021年（截止9月30日）教培机构注销情况（单位：万）



亿欧智库：头部学科机构素质教育投资事件占比情况



数据来源：天眼查，多鲸，亿欧智库

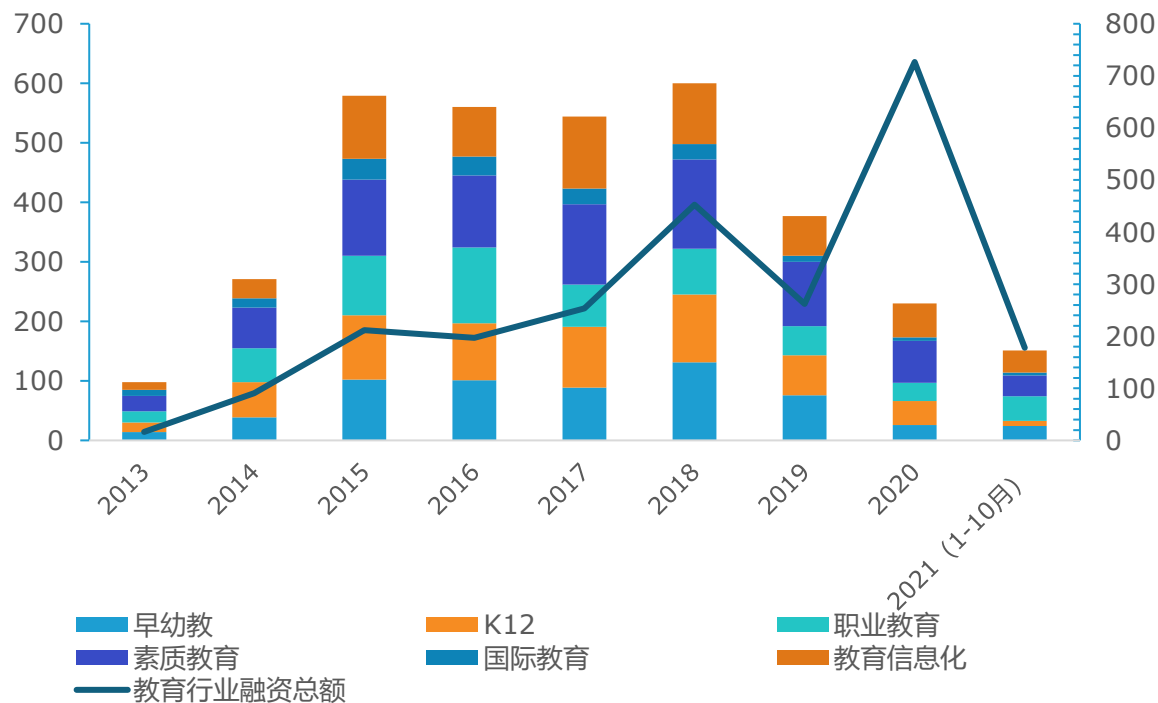
亿欧智库：头部学科机构转型素质教育情况

新东方	上线素质成长中心，课程涵盖编程、机器人、美术、口才、书法、国际象棋、国学等多门课程；推出素质教育品牌东方科创，面向B端、G端提供科技创新教育
好未来	正式推出素质教育品牌——学而思素养中心，内容涵盖科学、编程、益智、故事、口才、传统文化、美育、围棋等模块
猿辅导	公开南瓜科学产品，转型素质教育；正式上线斑马音乐
作业帮	正式上线小鹿编程、小鹿美术、小鹿学习力三款素养课产品，之前有小鹿写字课程，小鹿口才即将上线
学大教育	推出编程教育体系，拓展素质教育版图
网易有道	拥有卡搭、小方机器人、少儿美术、小图灵、德拉学院等产品；通过有道优课帮助线下机构转型，以线下双师输出全套服务方案
掌门教育	以语言、艺术、科学三大领域为核心，推出多元化的素质教育系列产品。目前已推出口才、美术、编程三大素质教育课程
爱学习	发布素质教育品牌“繁星”，设置人文发展素养、国际视野素养、智体精神素养、益智推理素养、智慧科创素养五大板块，涵盖编程、魔方、数独、字帖、阅读等多元化素质类产品

教培行业由增长逻辑转变为盈利逻辑，素质教育机构需更加注重经营效率

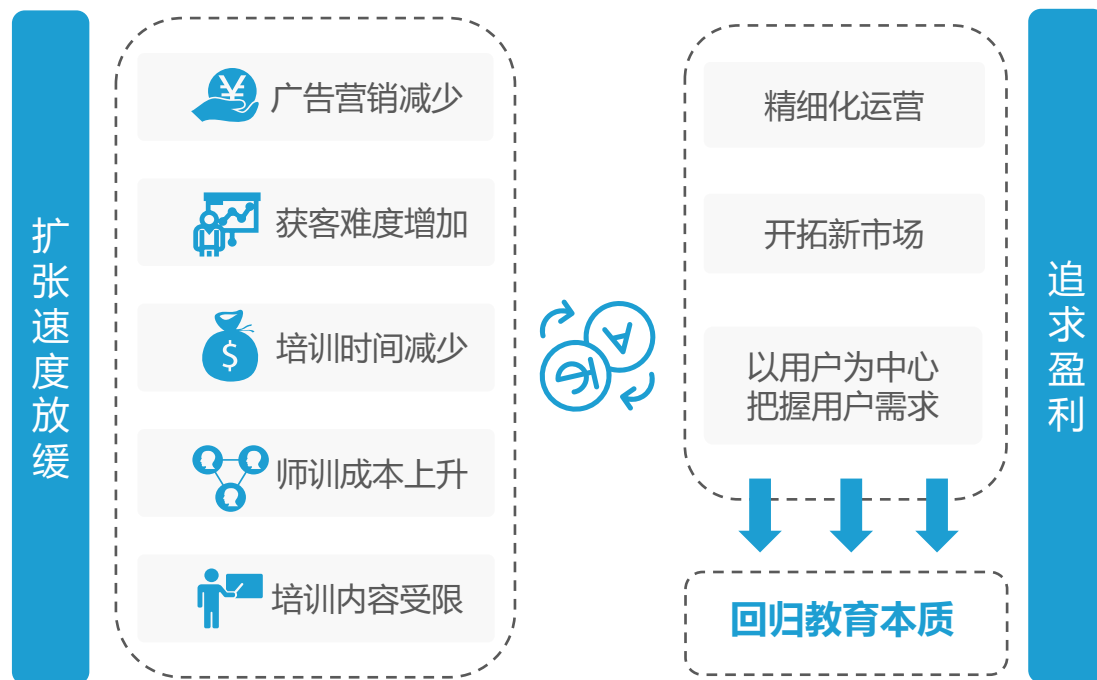
- ◆ 政策调控带来的另一个大变化，是投资风向的转变。亿欧数据显示，教育行业投融资受资本寒冬、对校外培训机构的监管加严等因素影响，融资数量在2018年后已进入下行周期，2020年虽然融资总额达到顶峰，但融资集中在少数头部机构。
- ◆ 2021年，随着史上最严教育调控政策的实施，投资机构将更为谨慎，这也意味着**教育行业的估值逻辑迎来巨变——由过去的增长逻辑转换为盈利逻辑**，对于素质教育机构而言同样如此，其需要更加注重经营效率，通过精细运营、拓展新的市场渠道，追求利润上的富盈。

亿欧智库：2013-2021（截止10月）年教育行业各细分赛道融资数量（单位：次）和教育行业融资总额（单位：亿元）



数据来源：亿欧数据，亿欧智库

亿欧智库：双减政策对于培训机构的影响及机构应对策略

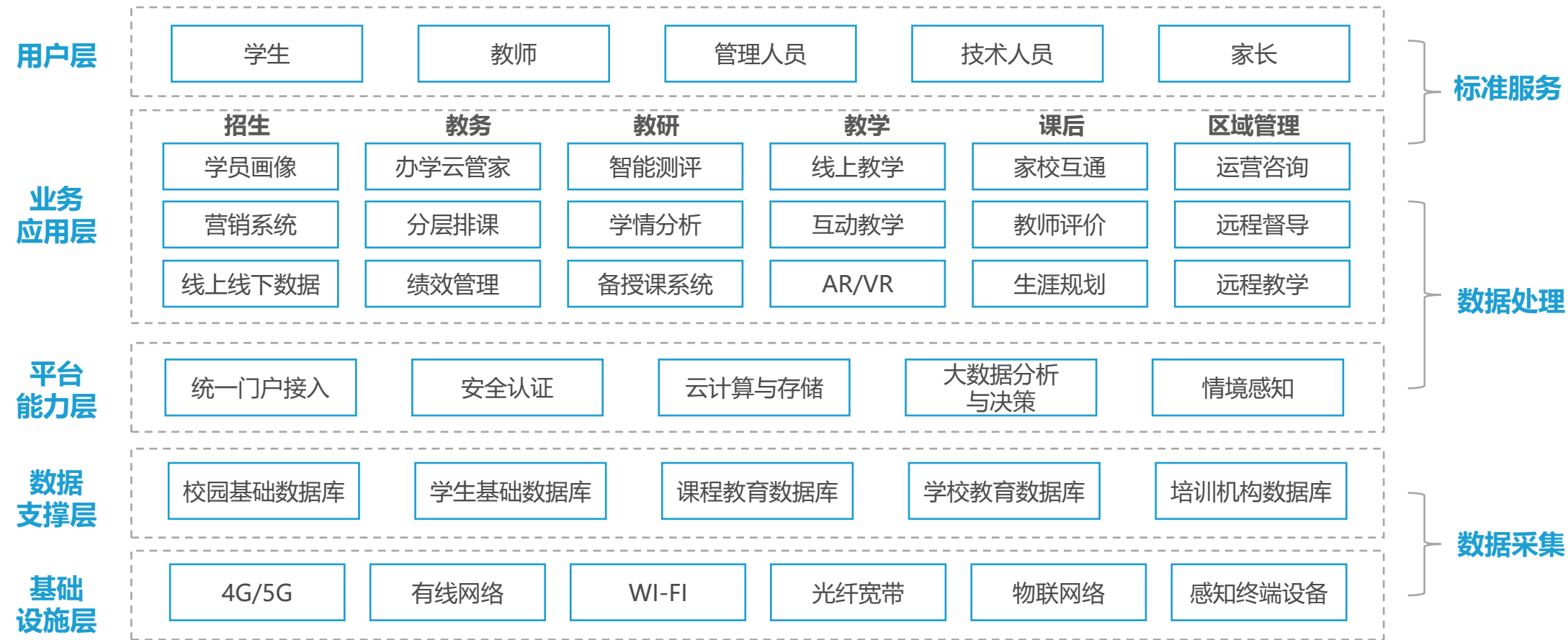




精细化运营

◆ 除少部分赛道存在考级之外，大部分素质教育赛道缺乏统一的考核标准，且素质教育课程主要提高学生学习兴趣，教学效果往往难以量化。而数字化可以打通素质教培机构课前、课中、课后数据，使得教学效果可量化；此外，数据帮助素质教培机构实现获客、交易、教学、教务、师训等业务流程一体化，从而促进服务标准化，助力机构降低成本、提升效率。

亿欧智库：素质教育机构数字化基础架构



图表来源：互联网教育智能技术及应用国家工程实验室、亿欧智库

平台化：整合全产业链，打造一站式服务平台

- ◆ 平台化，是指基于产业全链数字化相连而提供端到端的优质体验和差异化服务，保持运营的效率和灵活性，同时降低供需双方的交易成本与摩擦成本。对于素质教育机构而言，“平台化”指在数字化基础上打造一站式服务平台：其一，打通产业链不同业务环节，实现产业链整合，提供To C、ToB、To G等多端口服务；其二，纵向扩龄、横向扩科，拉长用户生命周期；
- ◆ 双减政策后，可以预见的是，C端业务量将出现明显下降，B端和G端需求将上升，打造一站式服务平台，可以降低素质教育机构对单一产业链的依赖、提升抗风险能力；而对于学生而言，可以在同一平台满足其不同素质培训需求，减小迁移成本；

亿欧智库：素质教育机构整合上下游产业链



图表来源：多鲸、亿欧智库

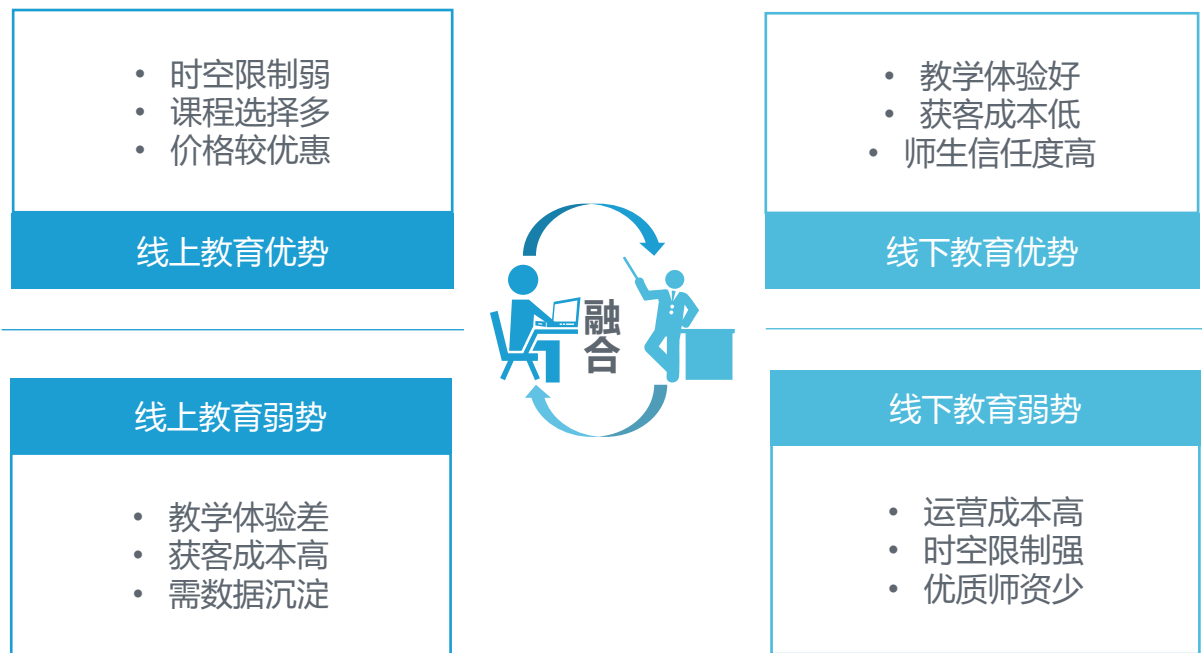


开拓新市场

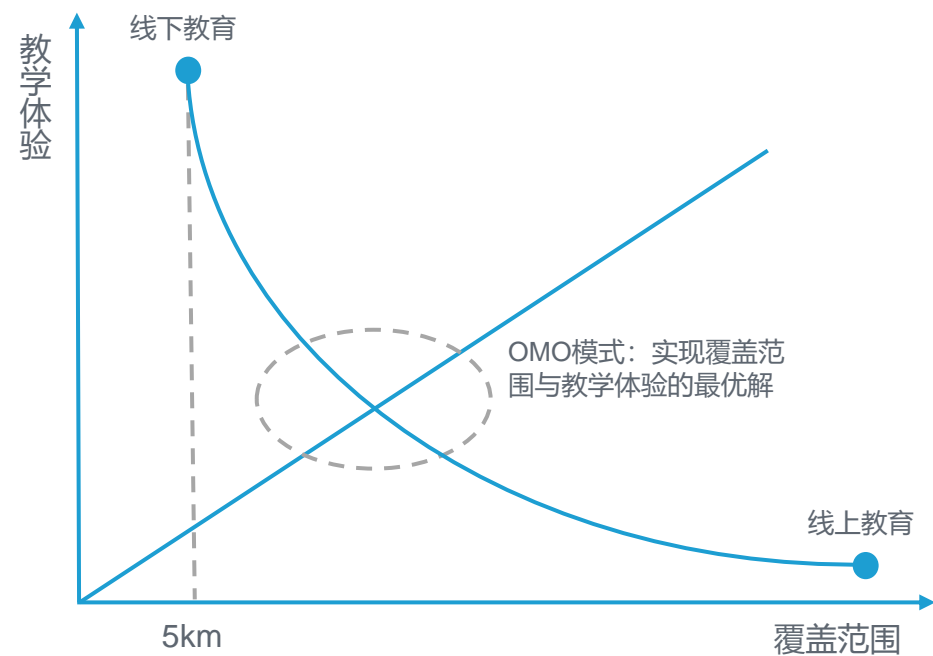
OMO模式：有效结合线上和线下场景优势，充分挖掘市场需求

- ◆ 素质教育线上化的难点之一，在于其对线下空间、设施的依赖，同时注重互动体验，尤其是体育、游学、舞蹈等培训。而教育OMO模式通过结合线上与线下场景，可以将线上教育和线下教育优势最大化，有效提升素质教育培训的效率与品质，实现教学体验与覆盖范围的最优解。
- ◆ 在线上教学、线上营销手段被严格监管后，OMO模式将成为挖掘市场需求的重要手段：一方面提高一二线城市学生的服务与教学效率，提升学生满意度，一方面满足下沉市场对优质师资及教学内容的需求，扩大用户规模。

亿欧智库：教育OMO模式融合线上线下优势



亿欧智库：教学体验-覆盖范围曲线图



注：OMO为Online Merge Offline缩写，意思为线上和线下完整融合、线上线下融为一个生态体系。2017年9月，创新工场董事长兼CEO李开复提出OMO概念，教育OMO模式为OMO模式在教育领域的应用，指教培机构借助新技术，融合线上线下优势，以实现降本增效的商业模式

进校业务：“课后三点半”业务存在局限性，政策调控打开想象空间

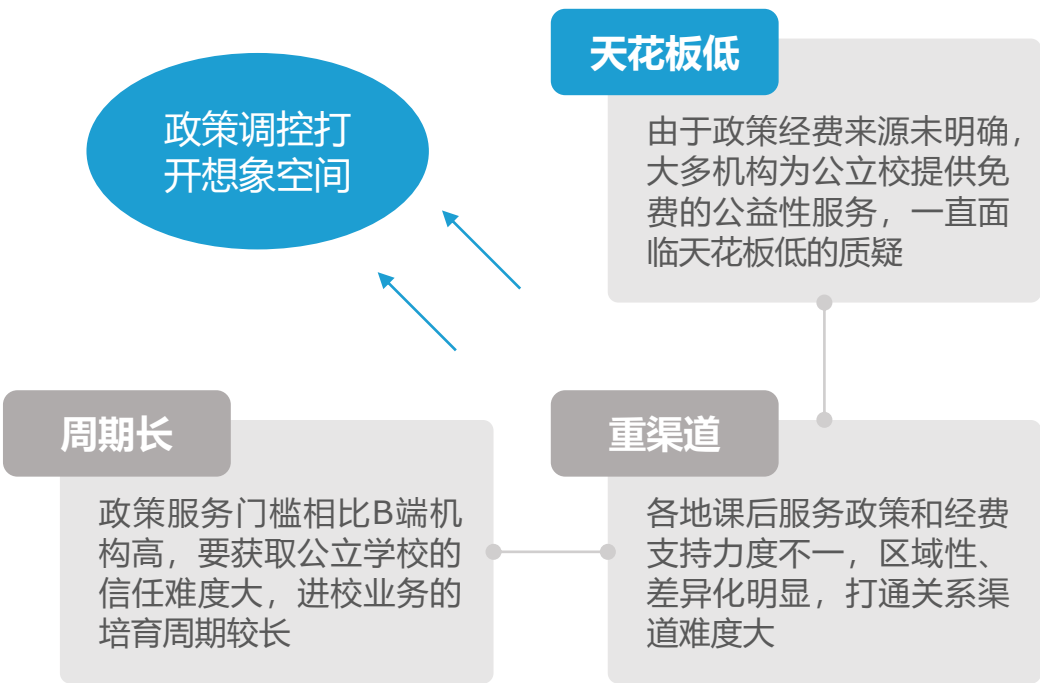
- ◆ 2017年，教育部就已发布《关于做好中小学课后服务工作的指导意见》，鼓励儿童开展自主作业、自主阅读、娱乐游戏等课后活动，并强调可以通过“政府购买服务”、“财政补贴”等方式对参与课后服务的学校、单位和教师给予适当补助。可以说，课后服务政策红利一直比较确定；但与此同时，“课后三点半”业务区域性明显，各地支持与执行力度不统一，存在天花板低、重渠道、周期长等局限性；
- ◆ “双减政策”实施后，课后服务成为必须，但公立学校自身师资供给、课程提供无法满足突然急剧增加的学生需求，供需不平衡的存在，为“课后三点半”打开了新的市场想象空间，也成为当前教培机构重点拓展的方向之一。

亿欧智库：各地区“课后三点半”开展情况

省市	“课后三点半”开展情况
北京	下午3点到5点是课后服务时间，主要内容是开展课外活动，每个学生每年补助700到900元
上海	中小学课后服务要做到百分之百全覆盖，服务时间是3点半到5点，参与这项服务的老师将得到绩效工资方面的补助倾斜
天津	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
广东	自2014年起，政府每年投入资金过亿，每个中小學生给予年均350元的经费补贴
福建	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

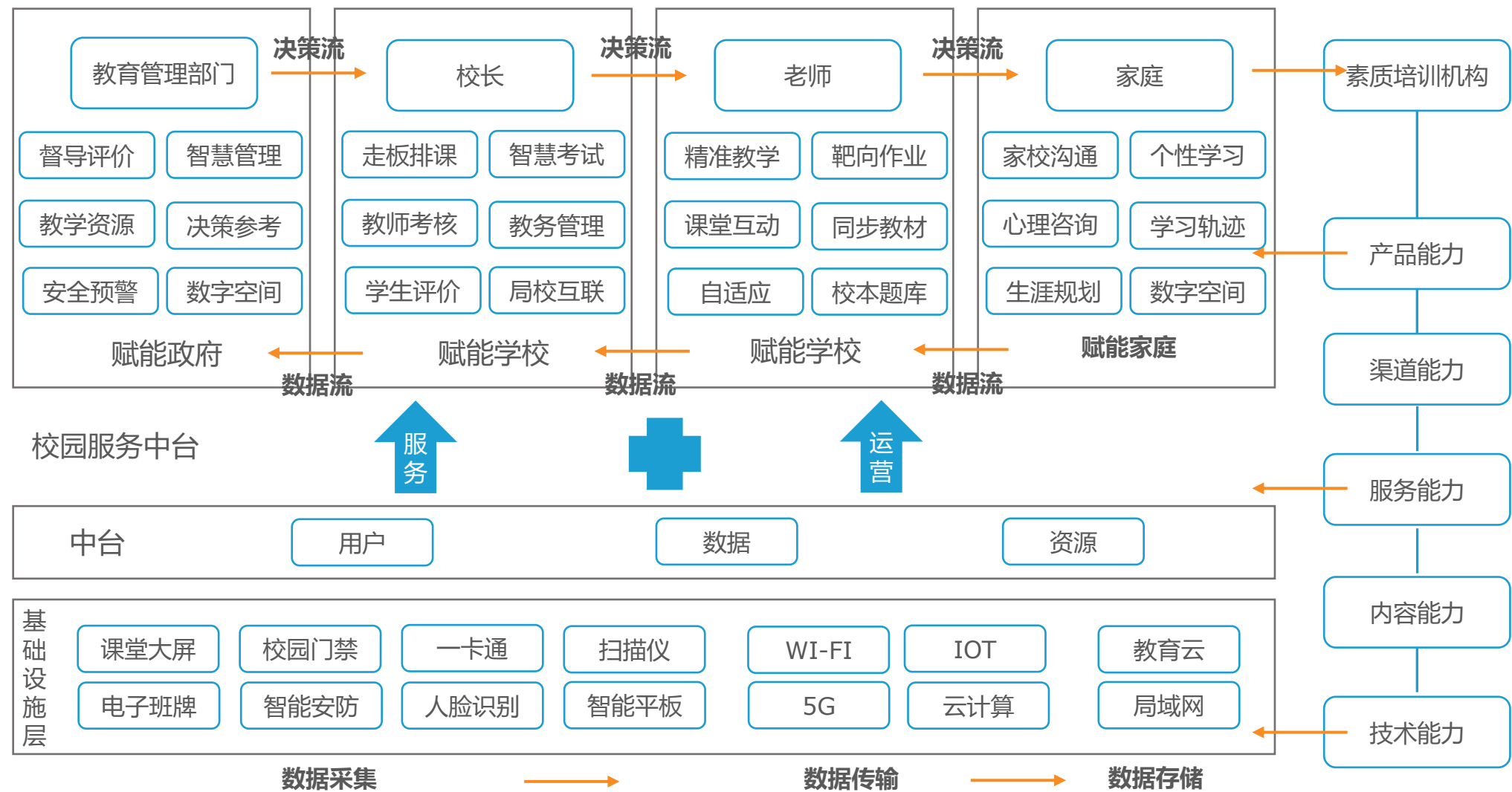
图表来源：各省市教育部门官网、亿欧智库

亿欧智库：进校业务的局限性



进校业务：工具和内容为主要服务形态，大机构更具优势

亿欧智库：素质教育机构进校业务流程



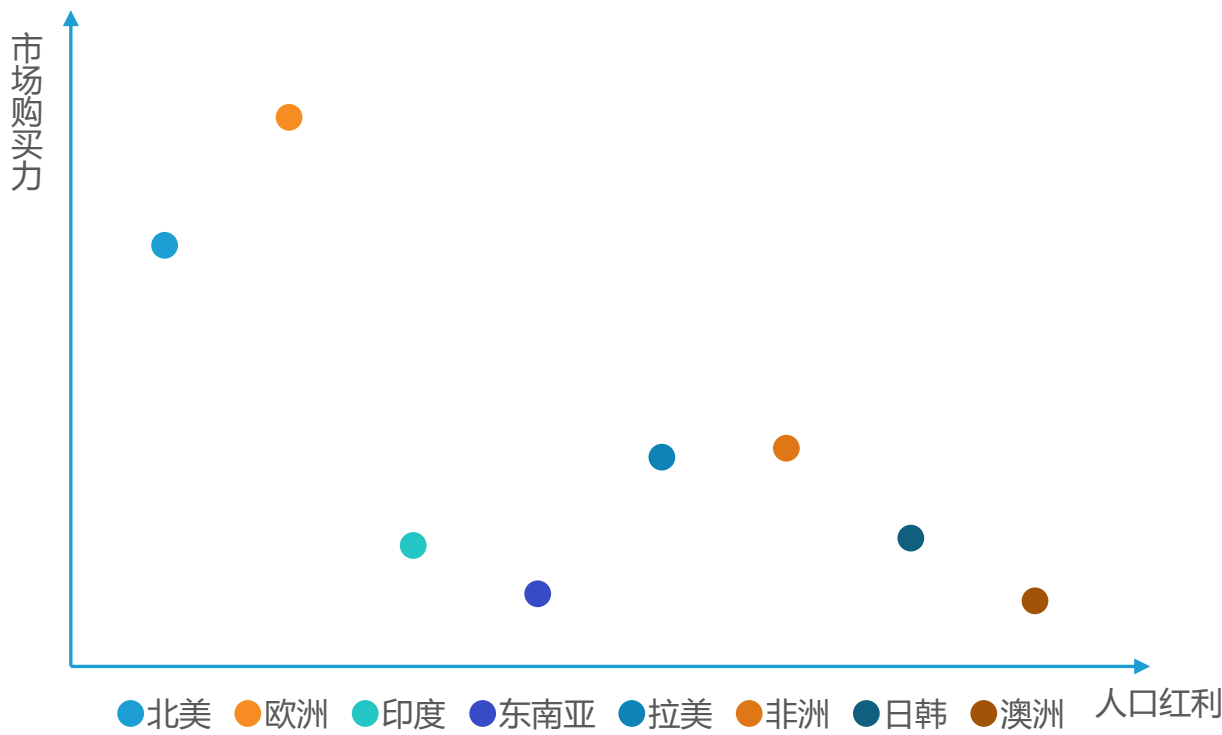
对于素质教育机构而言，进校业务的主要切入点是课后三点半服务，决定了内容和工具是其主要的服务形态，尤其是优质的教师、教学资源，可以满足日益增长的课后服务需求

对于公立校而言，需要的是教务管理、教学资源、技术支持等全方面服务，且容错率低，因此一站式服务平台、大型机构更具优势

图表来源：蓝象资本、亿欧智库

- ◆ 受到国内市场竞争激烈、政策调控等影响，教育创业者开始将目光转移至海外市场。从供给端来看，国内在线教育产品形态丰富多样，技术领先，已形成足以供应全球的产业链；从需求端来看，海外国家优质素质教育资源相对缺乏，亟需市场补充；综合来看，教育出海时机已经成熟；
- ◆ 素质教育市场成熟度和适龄人口数量、市场购买力紧密相关。在素质教育企业主要发力的海外市场中，亿欧智库认为，欧洲、北美等发达国家购买力强、需求广泛，市场发展成熟；印度、拉美、东南亚等新兴市场人口红利明显，未来潜力较大，日韩、澳洲等地区机会则相对一般。

亿欧智库：海外素质教育市场成熟度分析



信息来源：OECD、蓝象资本、亿欧智库

成熟市场：欧洲、北美

01

- a. 人均收入水平较高，购买力强
- b. 华人群体数量较大，市场推广相对容易
- c. 市场教育较为充分，具备相应消费习惯
- d. 技术支持力度大，用户对新兴技术接纳度高

新兴市场：印度、拉美、东南亚

02

- a. 青少年人口多，适龄人口数量庞大
- b. 教育投入逐年增加，购买力逐年上升
- c. 经济水平发展一般，基础设施较落后
- d. 更追求教学效果，学科培训需求大于素质培训

其他市场：日韩、澳洲

03

- a. 经济发展水平较好，购买力较强
- b. 人口基数小，老龄化严重，适龄人口较少
- c. 对外来产品接纳度较低

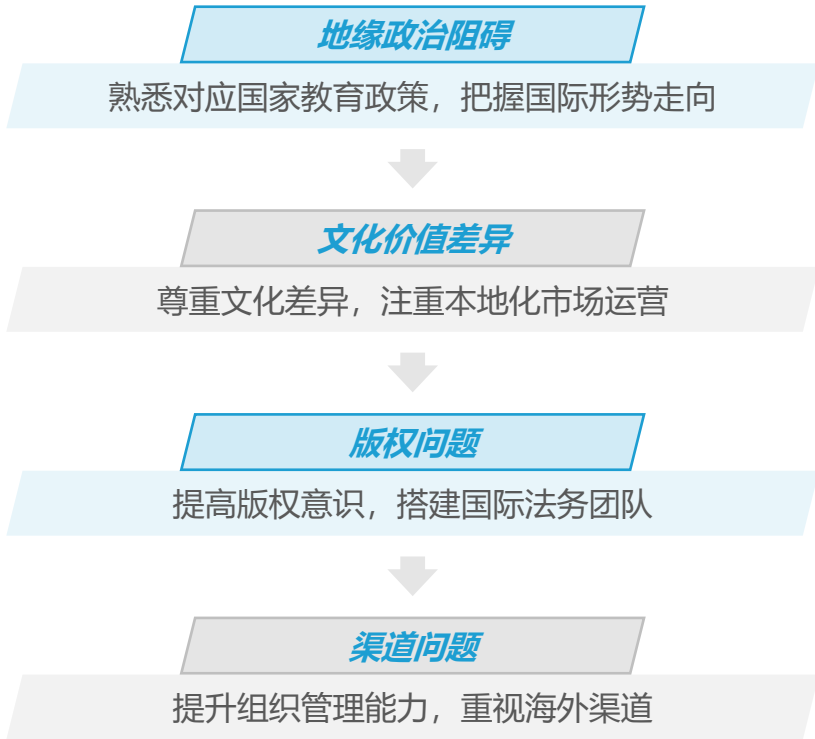
教育出海：出海品类逐渐丰富，机遇与挑战并存

- ◆ 虽然国内素质教育产品形态丰富，但教培机构输出到海外的产品种类仍集中为以英语培训为主、辅以中文培训的语言类培训。随着海外素质教育市场的培育，出海品牌逐渐多样，启蒙素养、美术、音乐、少儿编程、中文等品类市场需求正在增加；
- ◆ 海外素质教育市场是一片待挖掘的蓝海，但教育出海业务挑战同样艰巨，如何面对客观存在的地缘政治风险、文化差异，以及如何解决业务中可能出现的版权问题、渠道问题，考验教培机构的人才厚度、技术研发深度以及渠道拓展能力。

亿欧智库：素质教育机构出海产品方向

汉语素养	VIPKID推出面向4-15岁孩子的在线青少年中文教育平台Lingo Bus；新东方成立比邻中文Blingo
英语素养	斑马探索东亚的英语培训市场，面向日韩等国教英语；伴鱼面向东南亚市场，售卖伴鱼英语绘本
启蒙素养	火花思维教授海外华人孩子思维启蒙以及拓展课
少儿编程	点猫科技于2020年推出出海战略，走向国际化
少儿艺术	美术宝针对东南亚市场做针对性课程；VIP陪练服务近177个国家和地区的学生

亿欧智库：机构出海主要挑战及应对



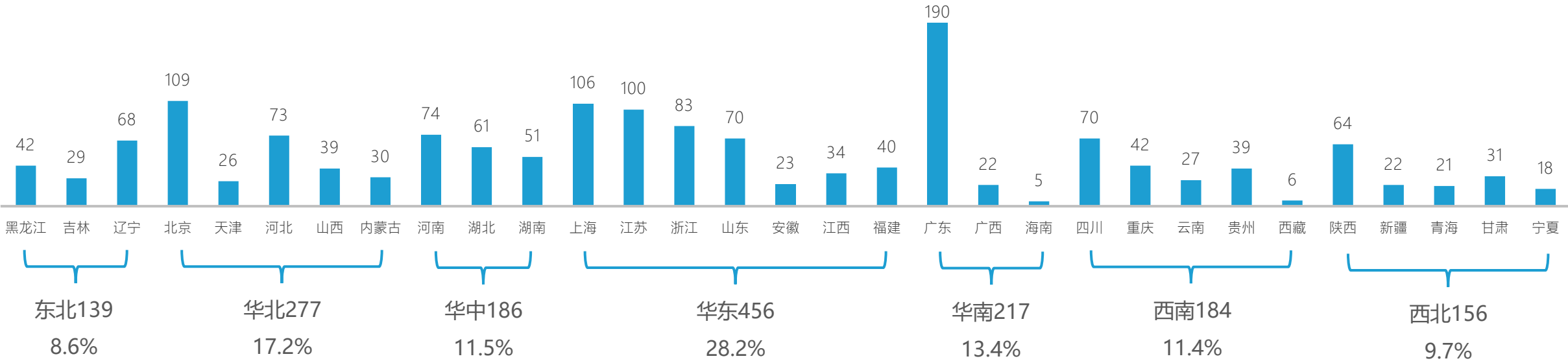
信息来源：网络公开信息、亿欧智库



以用户为中心

- ◆ 要以用户为中心，素质教育机构需要真正把握素质教育家长及学生需求。为了更好了解素质教育家长群体购买素质教育产品的目的、支出、态度、品牌认知等情况，亿欧智库通过线上问卷调研目标群体，共回收有效问卷1615份。
- ◆ 调研样本分布全国东北、华北、华中、华东、华南、西南、西北等七大区域，使调研结果可最大化代表全国情况；
- ◆ 问卷回收：亿欧智库；回收周期：2021年8月4日-2021年8月24日。

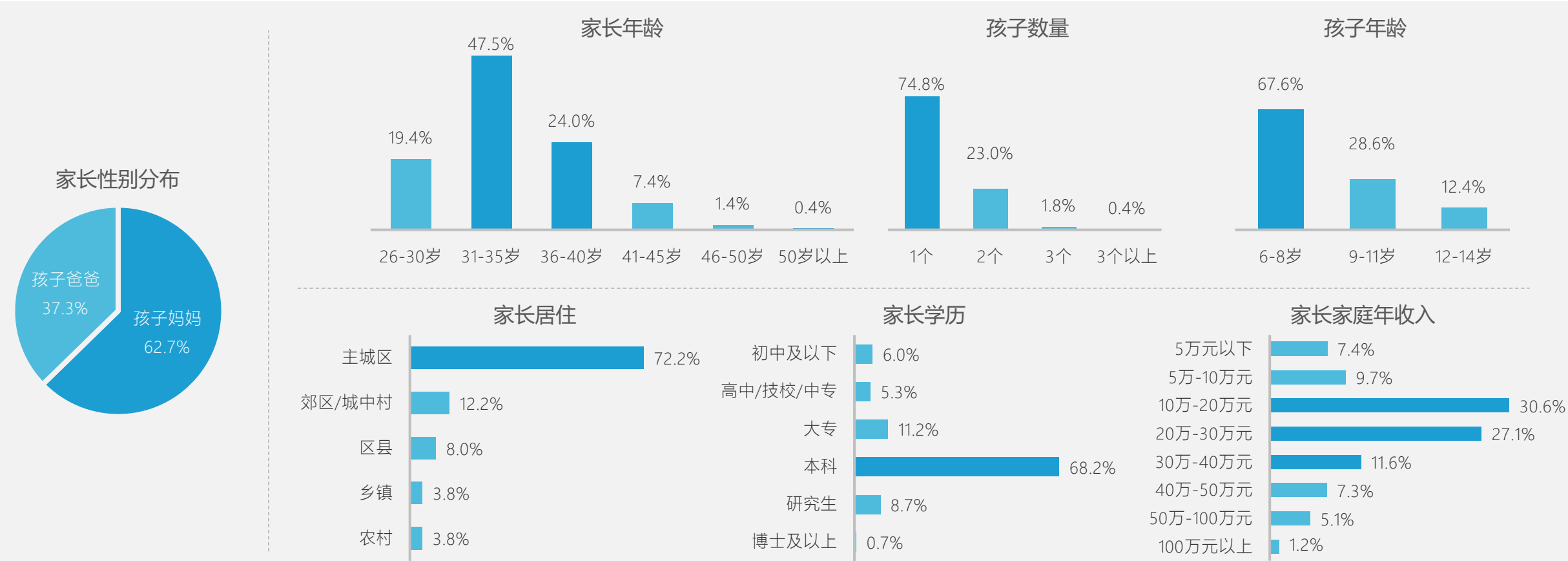
亿欧智库：素质教育被调研家长地区分布



数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

家长人群画像：妈妈是主要决策者，参培孩子低龄化明显

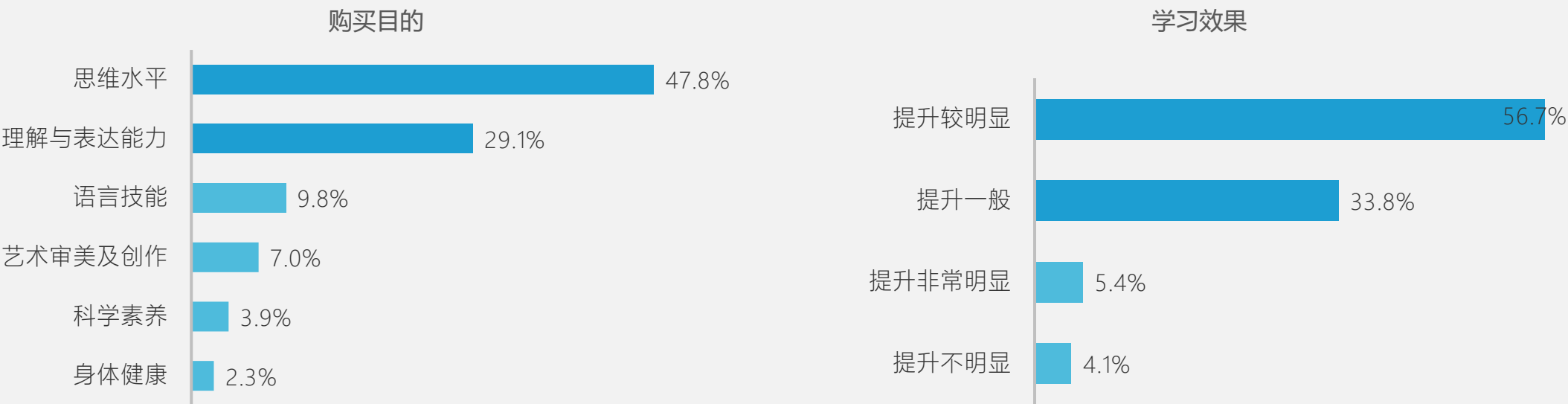
- ◆ 在家长参与上，以孩子妈妈为主，占比超过60%；家长年龄以31-35岁为主，40岁以上家长较少；一胎家庭更多，占比为74.8%；孩子年龄更多集中在6-8岁。说明在素质教育的决策上，妈妈意见更重要；素质教育的渗透仍以低龄孩子为主要群体，年纪越大，参培意愿越低。
- ◆ 相较而言，城区家长更看重孩子综合素质培养，而在家长学历分布上，更集中在本科及以上群体，家庭年收入分布则主要集中在10-30万。



家长追求效果反馈，最看重孩子思维能力、理解与表达能力培养

- ◆ 家长为孩子购买素质教育产品，其目的**主要为提高孩子思维水平、理解与表达能力，具有较明显的效果导向**，而对身体健康、科学素养以及艺术审美相关能力培养上，家长重视程度有待提高；
- ◆ 在课程效果上，认为提升效果较明显或非常明显的家长过半，但仍有33.8%和4.1%的家长认为提升一般或提升不明显。

亿欧智库：家长购买素质教育的目的与效果反馈

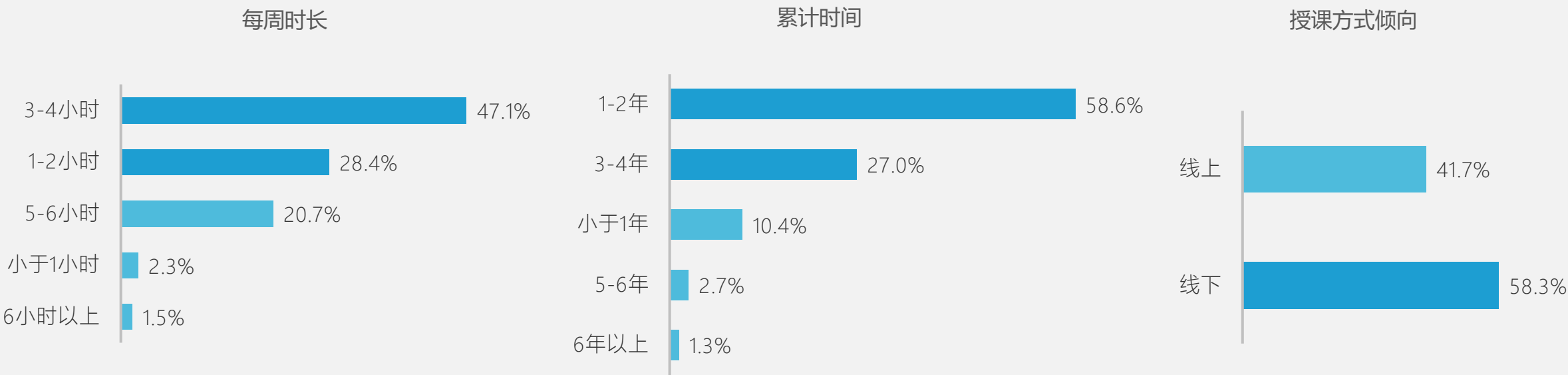


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

孩子参加素质教育的周期较短，家长对线上培训的接纳度较高

- ◆ 家长每周大多让孩子花费1-6小时投入素质教育学习，其中培训3-4小时的学生用户最多，占比近一半；
- ◆ 素质教育用户培训周期较短，其中累计1-2年的用户最常见，占比达到58.6%，而培训时间4年以上的用户占比较低，仅有4%；
- ◆ 在授课方式的选取上，58.3%的家长倾向于线下方式，41.7%的家长倾向于线上方式，家长对于线上培训的接纳度逐渐向线下培训接近。

亿欧智库：孩子参加素质教育的时间周期

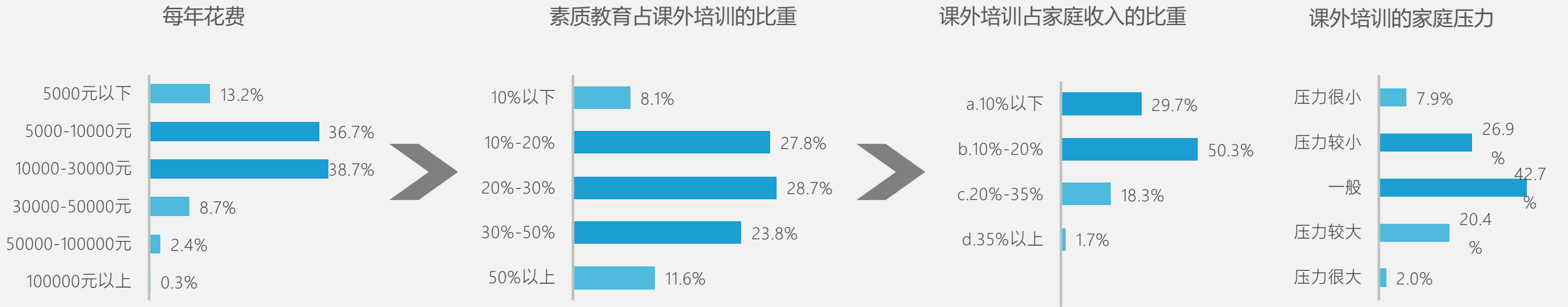


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

素质教育支出占比较低，给家长带来的压力较小

- ◆ 家长每年购买素质教育产品的支出较大，超过75%的家长花费超过5000元，更有38.7%的家长投入在10000元-30000元之间；
- ◆ 素质教育在课外培训的支出占比，占10%-50%不等，说明**家长对素质教育的重视程度不如K12**；而所有课外培训占家庭收入的比重，一般在20%以下，只有少部分家长在为孩子购买课外培训时，会花费20%-35%甚至更多；
- ◆ 课外培训对大部分家长来说，压力在接受范围之内；但也分别有20.4%和2.0%的家长表示压力较大或压力很大。

亿欧智库：家长购买素质教育及其他培训的支出情况

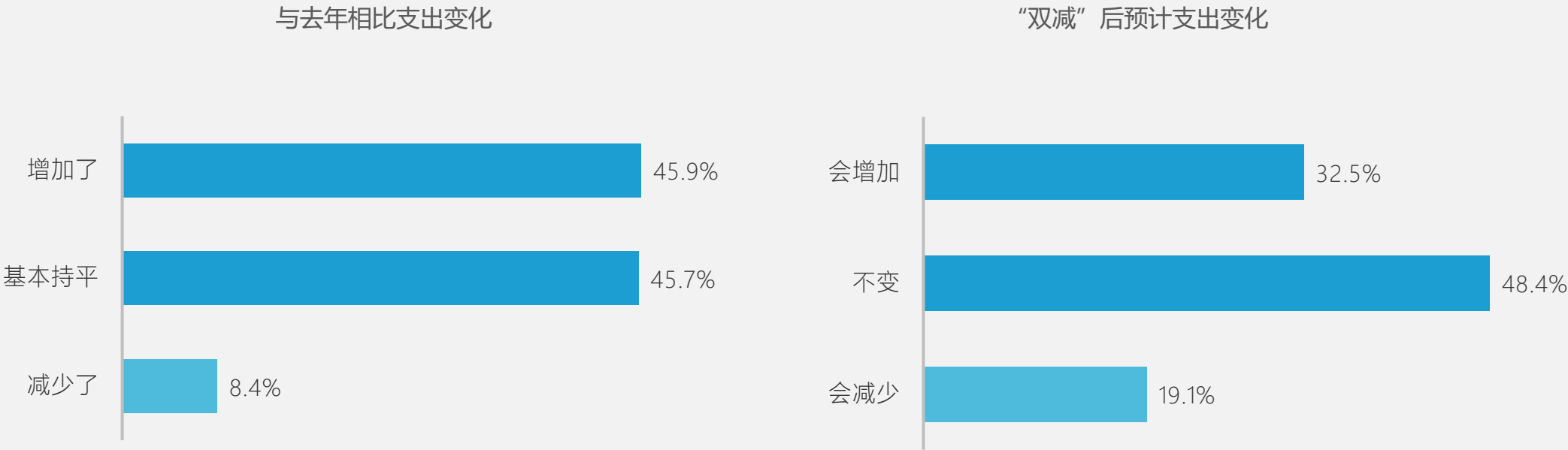


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

家长对素质教育重视程度上升，政策调控对素质教育支出影响较小

◆ 与去年相比，只有8.4%的家长减少了素质教育的支出,大部分家长保持持平或有所增加，说明家长对素质教育的重视程度正在上升；即使在“双减”政策颁布后，仅有19.1%的家长表示将来可能会减少素质教育培训的支出，高达80%的的家长选择持续投入。

亿欧智库：家长购买素质教育的支出变化

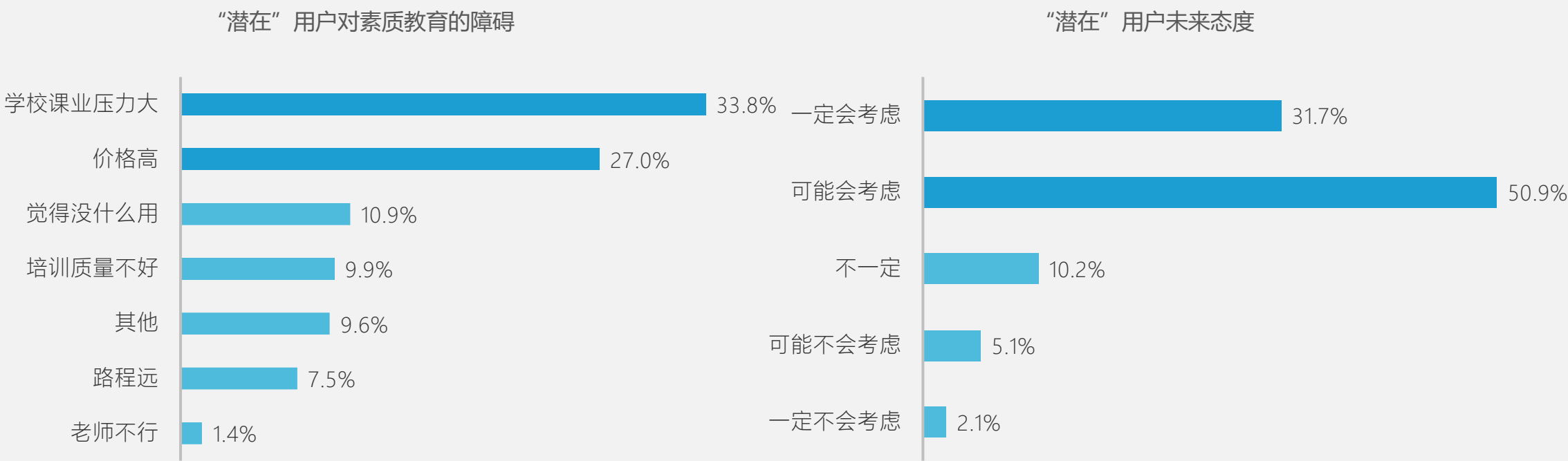


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

“孩子学业压力大” 是家长购买素质教育产品的主要障碍

- ◆ 对素质教育尚未建立认知或未购买的家长中，其对素质教育产品的障碍主要来源于学校课业压力大、价格高等因素；
- ◆ “潜在”用户中，31.7%的家长表示一定会考虑购买素质教育，还有超过50%的家长表示未来可能会考虑购买素质教育产品，说明素质教育未来仍有较多的用户需求有待挖掘。

亿欧智库：“潜在”用户（家长）对素质教育的障碍与态度

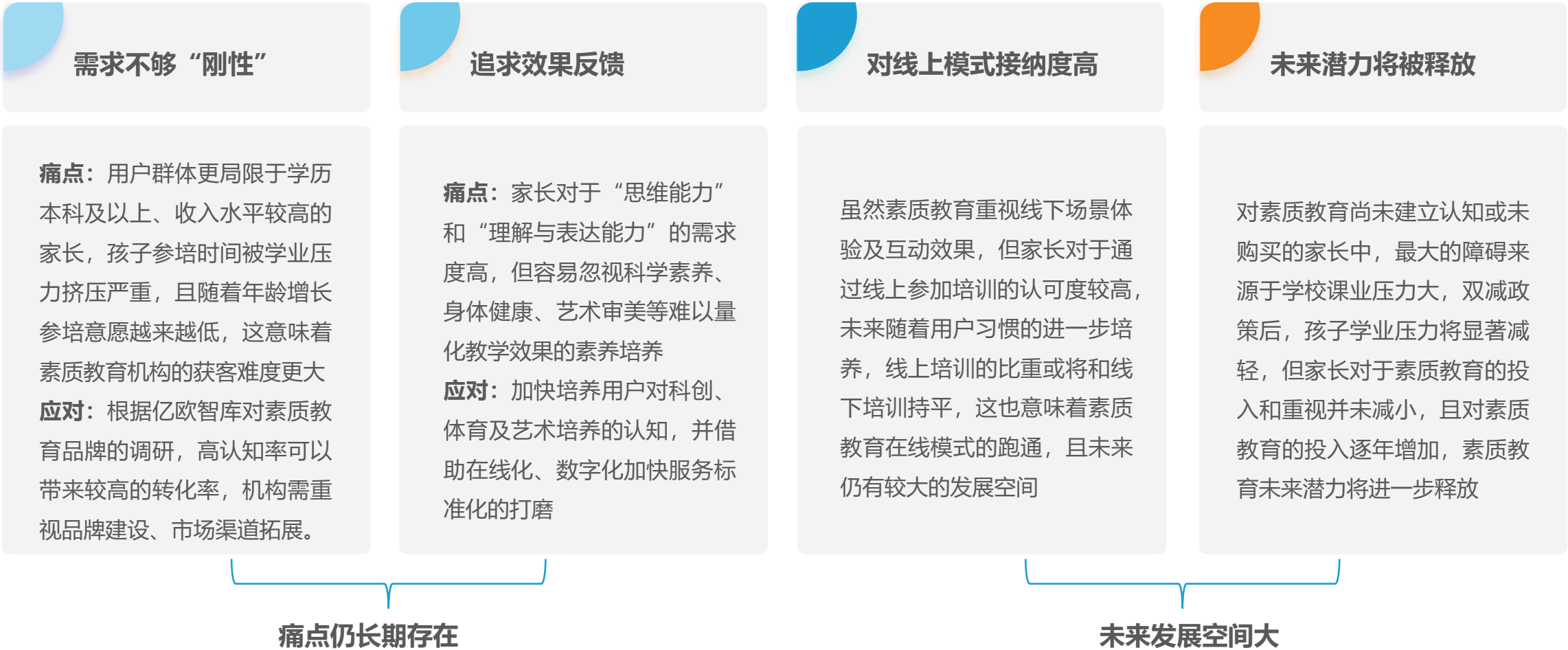


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615
其中，“非长期”家长指对素质教育没有认知或没有付费，N*=293

素质教育用户调研洞察：痛点长期待解，政策调控后需求将被释放

- ◆ 对于素质教育而言，需求非刚性、效果反馈差是一直存在的痛点。根据此次调研结果，虽然行业服务标准化已经初步建立，但如何让教学效果可量化，并提升用户对素质教育的认知与需求，仍待素质教育机构解决；
- ◆ 政策调控后，在孩子学业压力减轻的大背景下，素质教育的需求将被释放，结合在线模式的进一步渗透，未来将有较大的增长空间。

亿欧智库：素质教育的用户端痛点





第三章 他山之石：素质教育案例分析

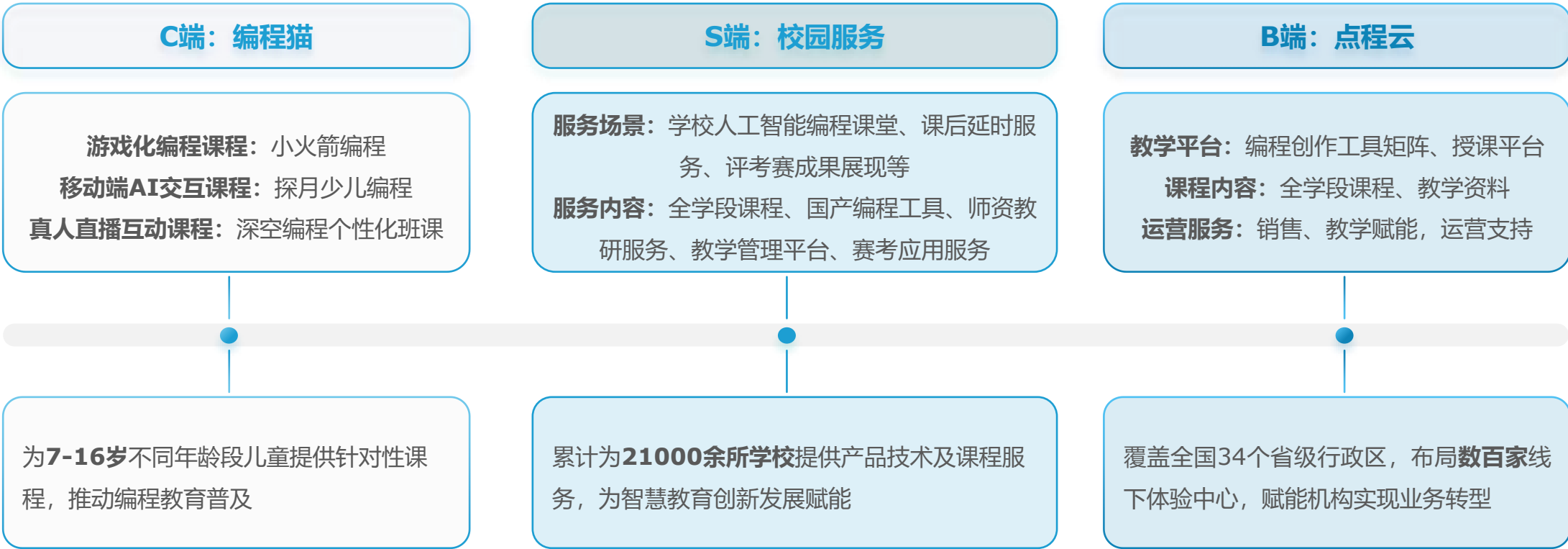
点猫科技：以工具为抓手，构建面向未来和独立自主的创新应用生态

- ◆ 点猫科技于2015年创立于深圳，从推出自主知识产权图形化编程工具源码编辑器Kitten，到移动端图形化编程工具，再到面向初学者的Python图形化编程工具海龟编辑器Turtle，以及代码岛3.0等，点猫科技持续研发编程工具，推动了编程工具的全面国产化。
- ◆ 成立六年来，点猫科技以工具为抓手，不断升级工具、产品与内容，打造了以编程工具、课程产品、编程教育SaaS平台、编程教学管理平台、用户创作社区，及编程内容生态为一体的编程教育体系，构建了面向未来和独立自主的创新应用生态。



点猫科技：提供面向多端口的综合性服务，推动国内编程教育的普及

- ◆ 以工具、内容和用户生态为基础，点猫科技提供面向多端口的综合性服务，以满足学校、机构、学生的多样化需求。其中，编程猫根据孩子不同学习阶段、学习场景及认知水平，提供多样化课程；校园服务面向中小学校园，提供精品课程与配套教材、创作工具与教学管理平台、师资培训服务、等考赛事应用等专业产品及服务，助力人工智能编程教育在中小学的普及与应用；面向机构，点猫科技推出从教学平台、课程内容到运营服务的一站式编程教育SaaS解决方案——点程云，帮助机构一键接入编程教育，快速实现业务升级转型，具有低门槛、低成本、高效率等特性。
- ◆ 借助编程猫、点猫编程平台和点程云等解决方案，点猫科技搭建起了从公立校到教培机构、再到用户的行业服务生态，推动了编程教育校内校外协调发展、行业协同进步，为国内编程教育的普及贡献力量。



信息来源：点猫科技、亿欧智库

VIP陪练：创新应用真人一对一线上陪练模式，标准化打磨建立规模优势

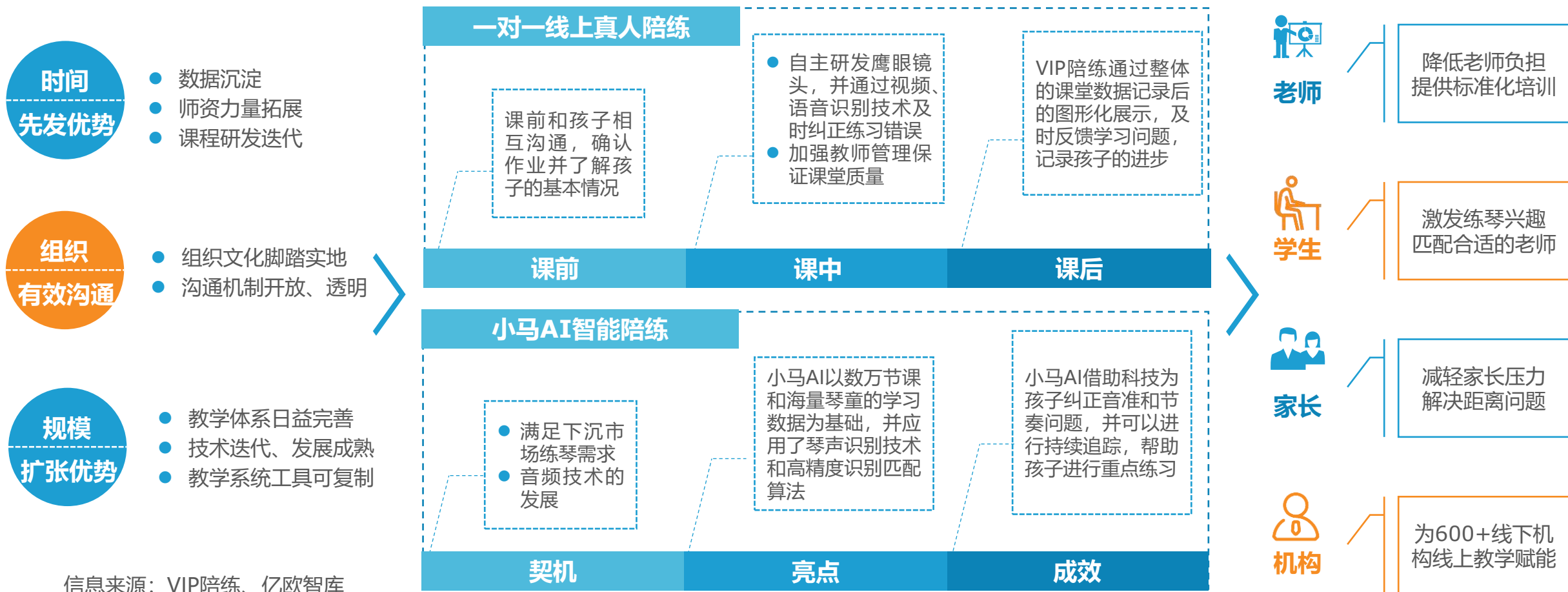
◆ 作为中国最早开展“互联网+音乐教育”的服务机构，VIP陪练成立于2016年，其创新应用了“真人一对一线上陪练”模式，有效解决了琴童的练琴问题。历经五年发展，VIP陪练在师资、课程、技术等方面细心打磨、建立了标准化体系。目前，VIP陪练已发展成为全球最大的互联网音乐素质教育公司，在营收规模、用户规模、覆盖范围方面均优势突出。



信息来源：VIP陪练、亿欧智库

VIP陪练：技术创新打造产品矩阵，借助智能化工具实现多方赋能

- ◆ VIP陪练始终以解决用户痛点为核心，在技术研发方面持续投入，不断升级迭代产品。据悉，技术是VIP陪练除了教研质量之外第二大的投入。
- ◆ 目前，VIP陪练旗下主要有真人一对一陪练和小马AI陪练两大产品：一对一陪练主要课程为线上真人陪练，具有网络稳定性强、音域处理技术广、噪声处理技术好等优势，目前应用于课前、课中、课后的九大环节；小马AI陪练是由VIP陪练AI人工智能团队和国内外知名钢琴老师在2020年联合研发的一款乐器智能陪练APP，将智能AI技术与音乐教育深度结合，打造全新智能音乐在线体验，服务受众更为广泛。



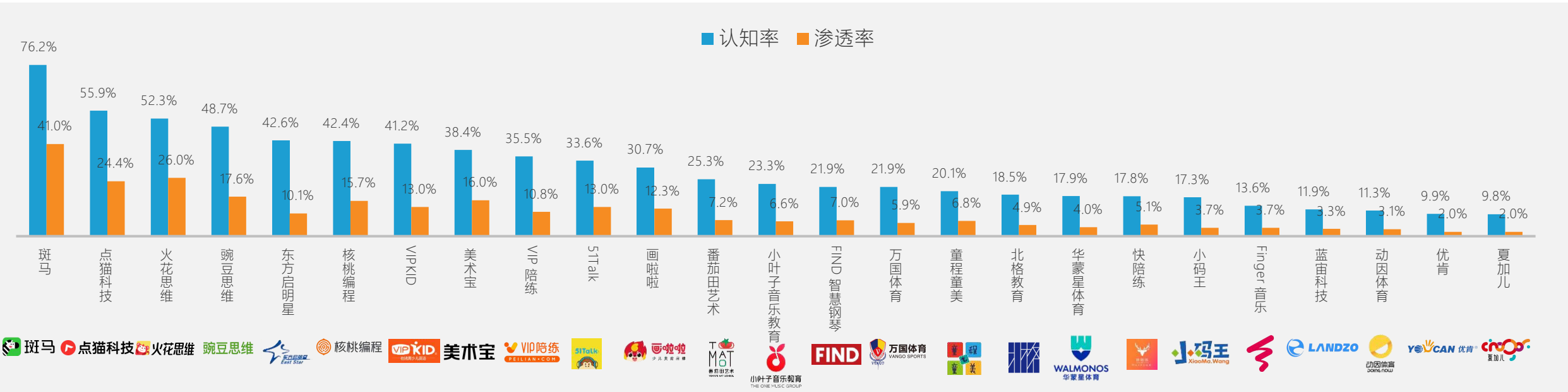


第四章 素质教育品牌用户评价榜单

素质教育品牌认知与渗透情况

- ◆ 在认知率和渗透率的调研中发现，斑马、点猫科技、火花思维的认知率最高，均超过50%，且斑马认知率最高达76.2%；此外，火花思维、VIPKID、VIP陪练、美术宝、东方启明星、核桃编程等品牌，在家长用户中同样具备较高的认知率；
- ◆ 一般来看，高认知率带来高渗透率，认知带来的购买转化在素质教育行业较高，部分品牌渗透率超过10%甚至20%。

亿欧智库：素质教育品牌认知与渗透

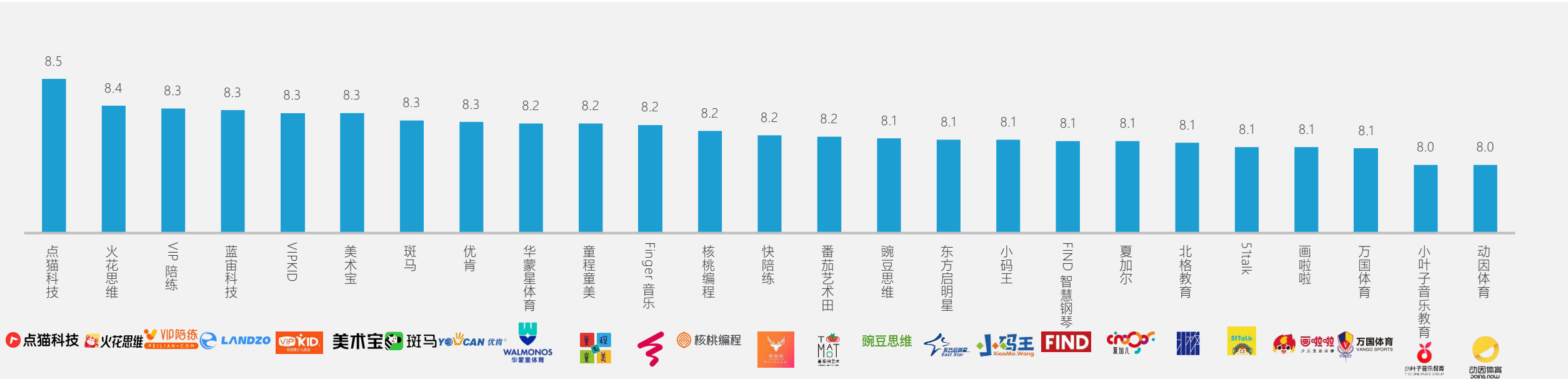


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615
认知率：知晓该品牌的用户/答题人数N
渗透率：购买过该品牌的用户/答题人数N

素质教育品牌满意度评价情况

◆ 用户对素质教育品牌满意度评价的调研结果显示，多数品牌可以达到8分以上，其中点猫科技最高，达到8.54分。相对来说，赛道头部品牌的用户体验较好，如音乐赛道的VIP陪练，带来较高的满意度；而新品牌要在上述品牌所在赛道中脱颖而出，难度正在加大。

亿欧智库：素质教育品牌满意度评价

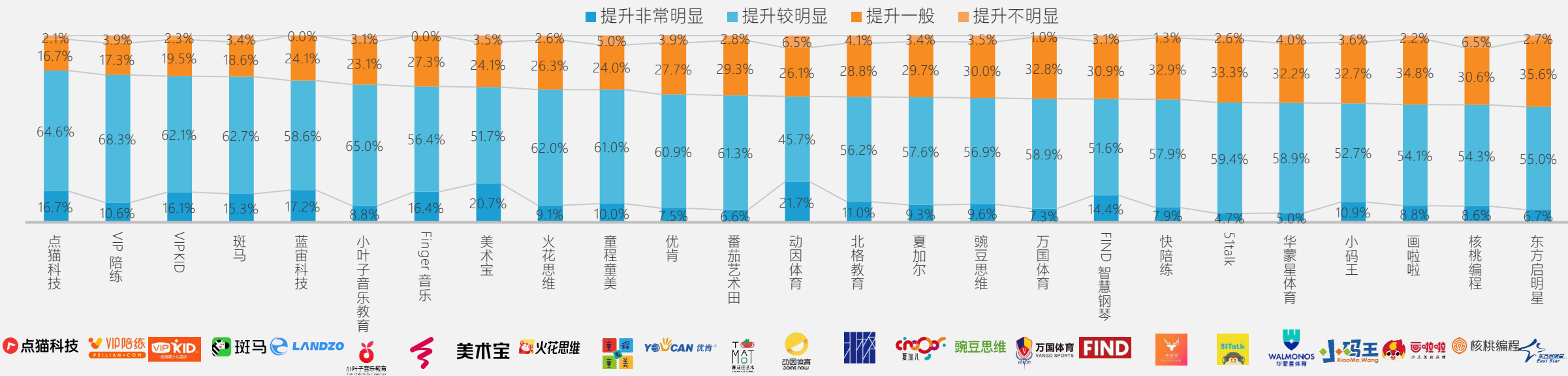


数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615
 评价打分：1-10分
 只有购买过该品牌的用户，才会对该品牌进行评价打分

家长对素质教育品牌的学习效果评价

- ◆ 在对各品牌的提升效果数据进行分析后显示，点猫科技、VIP陪练、蓝宙科技、斑马等品牌在学习效果的评价中领先。
- ◆ 从结果来看，音乐类、体育类、科创类素质教育相对更容易在家长端看到学习效果。其他赛道或品牌，不妨将“学习效果”分阶段设定为内部结果目标，从而使学生与家长在短期、中期、长期均可获得切实的成效。

亿欧智库：家长对素质教育品品牌的学习效果评价



数据来源：亿欧智库线上调研，N=1615

素质教育品牌用户评价榜单

科创教育



点猫科技



蓝宙科技



童程童美



核桃编程



玩创Lab

艺术教育



VIP陪练

美术宝

美术宝



画啦啦



夏加儿



快陪练

体育教育



东方启明星



优肯篮球公园



万国体育



华蒙星体育



动因体育



第五章 行业大咖说

大咖说：创新对于素质教育行业来说，意味着什么？



玩创Lab创始人兼CEO
曾琳

在过去几年中，在消费升级、教育政策倾斜等大背景下，素质教育迎来从小到大、从传统到创新的发展阶段。

首先，有**教育理念的创新**，从国际理念引入到本土实践创新，从以往“你教我学”的方式开始向以学生为主体的方向转变，学生既是学习者也是参与者，学习体验变得更为沉浸；二是从课程及产品形式看，**大数据、AI智能、在线直播等新技术的深度应用**，产出标准化、智能化的教学产品，可以突破传统的时间和空间限制，使学习形式更为多样化；三是**从单一素质培养向多素质融合的转变**，跨学科、知识交叉应用、与学科教育的交融，都在推动学生综合素质的提升，也更符合未来社会发展需要。

以终为始，创新对于素质教育行业来说，既是发展动力，也是初心本分。



蓝宙科技创始人
王江

过去十年，是素质教育快速发展的十年，也是不断创新和规范的十年。十年间，相关的配套政策不断成熟，各项新技术、新理论也在不断应用落地。

过去十年间素质教育的创新主要包括以下几方面：一、**前沿技术不断赋能素质教育**，互联网技术、AI技术以及5G网络的不断普及让教育在线化、数据化、智能化成为现实，同时，科技的进步也为素质教育赛道带来了各式各样的新产品、新模式、新打法；二、**素质教育与学科教育开始融合并相互支撑**，学科教育经常通过素质教育所倡导的自己动手、社会实践的方式进行教学，在孩子实践和思考中掌握学科的必要知识；三、**素质教育线上线下融合加强**，即OMO教育模式，通过互联网、人工智能和大数据等新技术打通教育的各环节，实时监控课前、课中和课后学习情况，有效提升了孩子的学习体验；四、**商业模式的创新**，一方面体现在场景和体验的创新，让孩子更主动地去学习，另一方面，通过实物触达体验升级，满足学生真正的需要。

创新是素质教育行业生来就有的基因，也是素质教育相关企业面对未来竞争的核心竞争力。

大咖说：素质教育行业的未来发展前景如何？有哪些新的发展机会？



蓝宙科技创始人
王江

在合规化的背景下，关于素质教育的发展机会，我认为主要有以下几点：

首先，是**进校服务**，素质教育机构应该配合校内教育，校内教育在学生培养中发挥主体作用；其次，是服务于**家庭教育**，家长作为家庭教育的主体，对于素质教育产品和服务存在一定需求；再次，构建**新颖的消费场景**，如打造集社交、玩具拼装售卖、教育展区等功能为一体的空间为用户服务；最后，**为消费场景提供技术支持**，也可能成为未来重要的市场机会。



玩创Lab创始人兼CEO
曾琳

从应试教育到素质教育，在国家战略、政策导向和家长观念的多重推动下，将会迎来更大的成长空间和加速度。

新的发展机会，首先来自于**与公立学校的配合**，课后三点半服务、校内社团等都为素质教育提供着发挥空间和机遇；其次，来自**教育场景的扩充**如家庭社区、儿童中心等，素质教育可以获得模块化的渗透与植入空间；最后，**基于企业发展模式与模型的创新**，品牌可以根据自身优势，布局与扎根素质教育产业链的不同环节，变竞争为竞合，共同营造良好的行业发展环境。



鸣谢

报告撰写期间，特别鸣谢以下专家：（排名不分先后）

鸿合科技 教育BG 首席战略官 张洪伟、钊龙科技 全球商务总监兼大中华区总经理 梁凯、有道优课总经理 冯庆强、有道优课商务运营总监 关步杨、映魅咨询 创始人 刘凯等为我们完善此报告提供的有价值的行业观点。

◆ 团队介绍：

亿欧智库（EqualOcean Intelligence）是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者：



丁志斌
亿欧智库分析师
Email: dingzhibin@iyiou.com

◆ 报告审核：



王辉
亿欧智库副院长
Email: wanghui@iyiou.com



李庆山
亿欧智库研究副总监
Email: liqingshan@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com



获取更多报告详情
可扫码关注



 亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

查看更多研究报告请访问亿欧网
www.iyiou.com

- 更有超多垂直领域研究报告免费下载 -



扫码添加小助手
加入行业交流群

