

素质教育三十年 行业新创变

中国素质教育行业发展趋势洞察报告

2021年



继火热的学科培训后，素质教育快速崛起。

政策维度，素质教育符合国家政策引导的儿童能力和素养培养方向，受到政策鼓励。

供给维度，互联网巨头、传统培训机构、新兴公司都开始进入素质教育赛道，新内容、新供给出现。

科技维度，技术在教育领域持续渗透，尤其疫情影响下行业线上化率大幅提升，用户的思维禁锢也被打开，线上教育产业链更加完善，线上的授课及服务能力成为必需品。但素质教育大部分品类又天然依赖线下场景，预计线上线下融合的教育OMO模式将成为素质教育发展新趋势，并发生进一步的进化。

行业竞争维度，随着新机构大量涌入及资金和技术投入，行业将掀起整合潮，市场将加速向头部企业集中。

素质教育进入了大浪淘沙的新阶段，面临新的宏观环境和更激烈的行业竞争。但由于素质教育行业细分领域极多且进入门槛低，导致行业十分分散。现有研究中，多针对素质教育某一细分领域，鲜有针对素质教育整体进行深入研究的行业报告。基于上述背景，本报告对新时代下的素质教育行业进行复盘与梳理，总结素质教育行业面临的外部变化，展望素质教育行业发展趋势，以期为企业家、创业者、投资人及产业链上下游相关参与者的决策提供参考。

1

行业现状

1999年起的高考扩招政策和高考改变命运的教育理念影响下，我国青少年学科培训迅速发展起来。随着高等教育人才供给增加、经济向高质量发展转变、新生代家长教育理念和消费水平升级，素质教育迎来发展新阶段。

2

外部环境和市场竞争变化

外部环境变化：政策规范下的新挑战和新机遇：行业合规成本提升，但同时行业发展更加良性，利好规范经营和具有优质教育理念的机构；**家长代际变迁**下的素质教育理念升级：除关注显性技能外，新生代家长更加重视子女底层思维和品格的塑造；社会发展、**脑科学研究**持续推进驱动下的教育内容和方式变革；科技进步、疫情冲击下的创新与嬗变。

市场竞争变化：玩家涌入、科技渗透、资本加持、竞争加剧，教育行业进入精细化运营时代，行业进入格局重塑窗口期。

3

重点细分领域

从已有市场看，艺术教育、语言培训刚需性强，且已形成较大市场，是众多新进入者喜欢布局的重要品类。此外，STEAM教育、数学思维培训作为近几年的热门品类也保持高速增长。

从发展趋势看，儿童底层素养和面向未来的能力的培养愈加重要，社会化素养培养、儿童财商教育等领域值得关注。

4

趋势展望

教育直接以优质内容变现，无法实现“羊毛出在狗身上”的盈利模式，良好的商业模式一定是UE为正，素质教育机构正普遍**通过扩科提升UE模型健康度**，建立一站式学习平台；**竞争优势维度**，随着素质教育行业走向规范和成熟，具有优质的教育理念以及优秀的产品体验和效果的优秀公司将脱颖而出，并获得长期的品牌竞争优势。

素质教育发展背景与现状

1

外部环境和市场竞争的变化

2

素质教育重点细分领域分析

3

素质教育行业发展展望

4

素质教育发展背景

伴随政策转向、经济高质量发展及教育理念转变而兴起

1999年起的高考扩招政策和高考改变命运的教育理念影响下，我国青少年学科培训行业迅速发展起来。随着高等教育人才供给增加、经济向高质量发展转变、新生代家长教育理念和消费水平升级，素质教育迎来发展新阶段。

素质教育发展背景

	1999-2015年	2016年至今（尤其2018年以来）
P（政策）	全民教育，更多的人才 高考扩招，录取率骤升	人力资源强国，更高质量的人才 (1) 2016年《中国学生发展核心素养》的发布成为素质教育领域的标志性事件，政策维度更加注重学生综合素养 (2) 教育部提出，2022年美育将全面纳入中考
E（经济）	高速发展 我国经济高速发展	高质量发展 (1) 经济进入高质量发展阶段，产业结构升级，对创新能力更加注重 (2) 2019年人均GDP超过1万美元，迎来教育消费升级
S（教育理念）	分数导向 考取名校，提升阶层	全面发展 注重文化课成绩的同时，更加注重全面发展
T（科技）	科技较少在教育领域渗透 线下授课为主	科技开始深度赋能教育 直播视频技术、AI、VR/AR渗透，线上线下融合发展
教培行业	K12学科培训高速发展	素质教育热潮兴起

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

我们在谈素质教育时究竟在讨论什么

通过核心素养的培训，从而让学生实现德智体美劳全面发展

素质教育诞生自中国教育产业在1980年代关于教育改革的大讨论过程中，是一个相当有中国时代特色的教育概念；而在近40年的不断演变中，它所蕴含的深层次意义其实已经远远超出它诞生时承担的历史任务。

理论上，“素质教育”概念更接近于国家政策引导中国教育产业发展的“理念和方向”：通过科学而系统的教育方式，实现中国学生核心素养的提升，从而达到德智体美劳的全面发展，让中国学生具备能够适应终身发展和社会发展需要的必备品格和关键能力，为实现中国新一代国民整体素质的提升和专业创新人才的培养打下坚实基础。

实践中，所有面向中国学生核心素养培训层面的教育形态，均可称之为素质教育，其相关的教育理念、教育理论、教学方法、课程体系、硬件软件和配套服务等各个层面均可属于素质教育的范畴。

中国“素质教育”概念理解



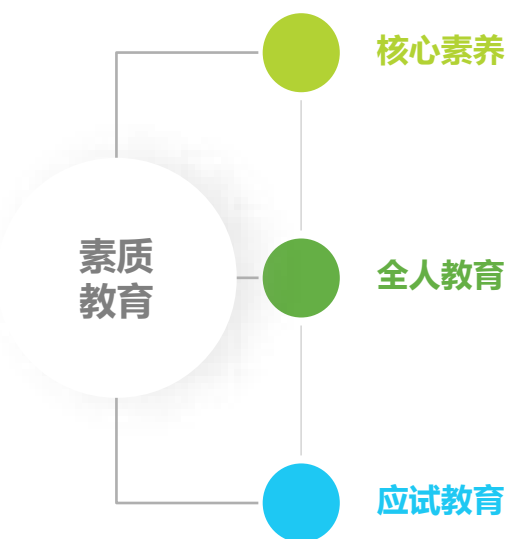
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

素质教育与相关概念关系解析

素质教育是以提升学生核心素养为目标的教育理念，其培训方法对传统应试教育方式能起到积极影响和补充改善的作用

核心素养是学生有待培养的自身素质维度，而素质教育培训则是提升核心素养的方式方法，从理念和目标方向来看，素质教育和国际上流行的“全人教育”理念是一致的。另外，经过几十年的国民教育和国家人才选拔实践来看，素质教育的培训目标与当代应试教育对高素质人才的要求并不冲突——学生素养和能力的达标也是在考试中取得好成绩的基础，素质教育理念下的培训方法，对传统教育方式能够起到积极影响和补充改善的作用。

素质教育与相关概念关系解析



核心素养一词源于经合组织（OECD）2003年《核心素养促进成功的生活和健全的社会》中“Key Competencies”的表述；《中国学生发展核心素养》中核心素养主要指学生应具备的能够适应终身发展和社会发展需要的必备品格和关键能力。

素质教育是以提升学生核心素养为目标的教育理念，素质教育培训则是提升核心素养的方式方法

全人教育是1970年代北美兴起的一种的教育思潮，后来传播到亚洲、大洋洲等地区。以人文主义心理学和强调情感取向的教育为思想资源，主张抛弃传统上对课程和智能的强调，转而强调人智力、情感、社会、身体、创造力、直觉、审美和精神潜能等各方面的整体发展。

作为教育理念和办学指导思想，素质教育和全人教育的终极方向是一致的，强调人的整体发展

应试教育在中国一般指将应对考试作为唯一教育目标的传统教育方式，由于在历史发展过程中，其教育方法对智育发展的过分强调和对全面发展的相对忽略，而长期处于被批判的境地。然而从国家人才选拔实践来看，中考、高考、国考等考试是国家人才选拔的必要形式，应试教育的问题在于教育方法，而不在于考试本身。

素质教育理念下的培训方法更重视学生的全面发展，对传统教育方式能够起到积极影响和补充改善的作用，学生素养提升也能够为取得好成绩打好坚实基础，两种方式的最终目标并不冲突

什么是核心素养？-国际组织/国家地区

OECD：人与工具、人与自己、人与社会

1997年12月经合组织（OECD）启动了“素养的界定与遴选：理论和概念基础”项目，最终形成一个具有三大类别、九项素养、彼此相互关联的核心素养体系。在此框架下，学生应该形成的核心素养被概括为三大方向：互动地使用工具、自主行动和在社会异质团体中互动。这一项目对于世界各国建立核心素养模型影响深远，随后，各个国家和地区都相继在本国本地区的教育领域当中建立学生核心素养模型，以此来指导其教育实践，推进教育目标的贯彻与落实，促进教育质量的提高。

世界各国在教育领域的核心素养模型搭建

国家、地区和国际组织	人与工具	人与自己	人与社会
经合组织	互动地使用语言、符号和文本；互动地使用知识和信息；互动地使用（新）技术	与他人建立良好的关系；团队合作；管理与解决冲突	在复杂的大环境中行动；形成并执行个人计划或生活规划；保护及维护权利、利益、限制与需求
欧盟	母语交流；外语交流；数学素养；科学技术素养；信息素养	主动与创新意识；学会学习	社交和公民素养；文化意识与表达
联合国教科文组织	学会求知	学会发展；学会改变	学会做事；学会共处
国际文凭组织	知识技能	思维能力；身心全面发展；敢于冒险；反思能力；探究能力	交流能力；富有同情心；心胸开阔；有原则性
世界银行	学习能力；认知能力	问题解决能力；个人能力；情感能力	交流能力；社交能力；心理动力技能
美国	信息素养；媒体素养；信息技术素养	创造力与创新能力；批判思维与问题解决；主动性与自我导向	沟通交流与合作能力；灵活性与适应性；社会与跨文化技能；生产力与社会义务；领导与责任心
芬兰	信息素养与交际；技术与个体（对环境、健康和可持续发展的未来的责任感）	成长为人；安全与交通	文化认同与国际化；公民与企业家意识
英国	运用数学；信息通讯	改进学习的能力；问题解决能力	沟通交流能力；合作能力
德国	独立学习能力；使用技术的基本知识与能力	问题解决能力；对自己活动陈述解释的能力	团队合作与工作能力；金钱管理能力；对节约原则的掌握
法国	掌握法语；掌握数学和科学文化知识；掌握基本的人文文化知识；掌握一门外语；掌握常用信息通讯技术	拥有独立自主和主动进取的精神	具有较强的社会交往能力和公民意识
澳大利亚	运用数学概念及技巧的能力；运用科技的能力；沟通观念与信息的能力	与他人合作及在团体中工作的能力	收集、分析与组织信息的能力；解决问题的能力的的能力；计划及组织活动的的能力
新西兰	运用语言、文字符号的能力；交流能力	自主管理能力；思维能力	参与和贡献能力
中国台湾地区	沟通、表达和分享；欣赏、表现、审美及创新；运用科技及资讯	了解自我与发展潜能；主动探索和研究；独立思考与问题解决；规划、组织与执行；生涯规划与终身学习	尊重关怀与团队合作；文化学习与国际理解

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制；《我国义务教育阶段学生核心素养模型的构建》，辛涛、姜宇、刘霞。北京师范大学学报(社会科学版)，2013年第1期(总第235期)。

什么是核心素养？-中国

《中国学生发展核心素养》是全面推进素质教育的重要举措

各国核心素养的陆续制定体现了新时代对人才的需求，以及全球化的深入发展、科技的日新月异、社会日益多元化、世界联系日益加强等背景。2016年《中国学生发展核心素养》正式发布，由教育部委托下的北京师范大学负责研究编写而成，构建了中国学生发展核心素养的基本框架，明确要以培养“全面发展的人”为核心，以文化基础、自主发展和社会参与为培养内容，这三大内容可综合表现为人文底蕴、科学精神、学会学习、健康生活、责任担当及实践创新等六大素养，而六大素养又可进一步细化为十八个基本要点。

《中国学生发展核心素养》是中国全面推进素质教育，深化教育领域综合改革的迫切需要，进一步丰富素质教育的内涵，建立以“学生核心素养”为统领的课程体系和评价标准，解决素质教育发展过程中课程教材的系统性、适宜性不强，高校、中小学课程目标有机衔接不够，部分学科内容交叉重复等问题。

中国学生发展核心素养（2016）

文化基础		自主发展		社会参与	
人文底蕴	科学精神	学会学习	健康生活	责任担当	实践创新
人文积淀	理性思维	乐学善学	珍爱生命	社会责任	劳动意识
人文情怀	批判质疑	勤于反思	健全人格	国家认同	问题解决
审美情趣	勇于探究	信息意识	自我管理	国际理解	技术运用

我们的研究范围-素质教育行业

主要面向3-15岁学生提供校外素质教育服务的教育形态

本次报告对研究范围进行了聚焦：面向3-15岁年龄阶段（即幼儿园、小学、初中学段）儿童提供校外素质类教育培训的教育形态。中国素质教育的目标是通过科学而系统的教育方式，实现学生核心素养的提升，从而达到德智体美劳的全面发展；而中国素质教育培训行业里，针对学生不同细分维度的素养提升已经形成多样化的培训服务，包括启蒙教育、语言能力培养、STEAM、体育、户外营地、艺术以及其他新兴的素养提升品类。这些细分赛道并不完全独立甚至互有交叉彼此关联，共同特点是均服务于中国学生德智体美劳的全面发展。

本报告对素质教育行业的界定



素质教育成为基本国策后长期处于探索落地的阶段，近几年素质教育培训的相关政策倾向开始明朗，培训机构迎来利好

中国素质教育相关政策发展脉络解析

概念提出 成为基本国策

在改革开放以来多年理论研讨的基础上，国家政策文件正式使用了“素质教育”这一术语并构建了政策体系的基本框架
素质教育很快成为教育领域的“**基本国策**”，并从国家层面正式开始推行

- 1994年《中共中央关于进一步加强和改进学校德育工作的若干意见》中第一次正式使用“素质教育”术语
- 1997年原国家教委发布《关于当前积极推进中小学实施素质教育的若干意见》和1993年的《中国教育改革和发展纲要》一起，构成了素质教育政策体系的基本构架
- 1999年《中共中央、国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》通过，标志着从国家层面正式开始推行素质教育，施行素质教育成为教育领域的“基本国策”

政策落地 评价机制探索

政策层面自上而下推进课程教材体系的改革、升学考试与评价机制的改革
2016年《中国学生发展核心素养》的发布成为素质教育领域的标志性事件，学生培训的政策指导方向开始明朗化

- 2001年《基础教育课程改革纲要（试行）》颁布，教育部启动了新一轮基础教育课程改革
- 2006年新《义务教育法》第一次将“实施素质教育”在法律层面规定为义务教育必须贯彻的国家教育方针
- 2014年《国务院关于深化考试招生制度改革实施意见》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，明确考察重点
- 2016年受教育部委托，北京师范大学联合国内高校近百位专家成立课题组，完成《中国学生发展核心素养》，被誉为课程改革的“关键”、新课标的“源头”、中高考评价的“风向标”

政策向 民办机构倾斜

素质教育在政策层面加强力度，强调加快建立以发展素质教育为导向的义务教育质量评价体系，体育、艺术类学科纳入高中学校考试招生录取计分学科，素质教育在义务教育阶段得到前一步的强化
素质教育类**培训机构**获得国家政策的实质性的鼓励和帮扶。学生参加素质类培训成为素质教育实现的一种方式

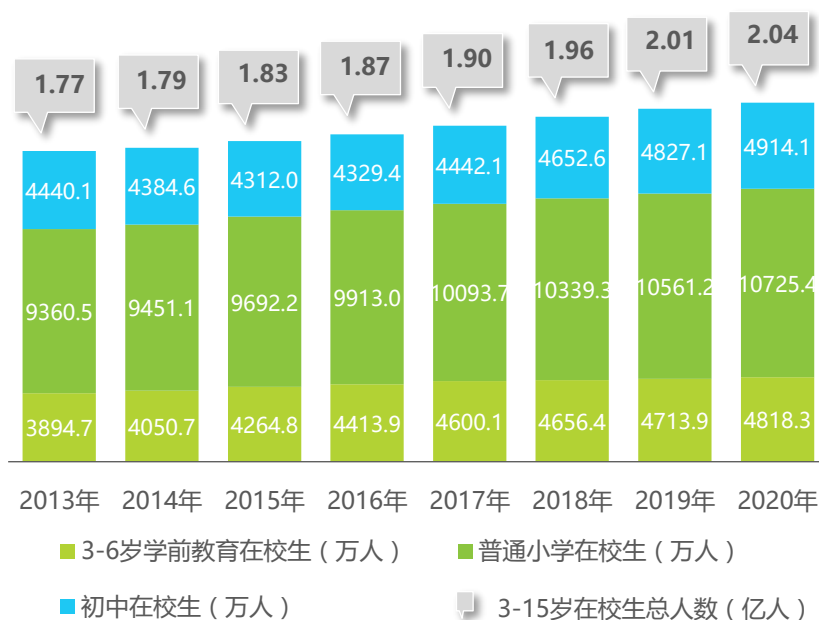
- 2018年《关于规范校外培训机构发展的意见》鼓励发展以培养学生兴趣爱好、创新精神和实践能力的培训
- 2018年国务院《民办教育促进法（送审稿）》设立实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于素质提升和个性发展的教育教学活动的民办培训教育机构，可以直接申请法人登记
- 2019年中共中央、国务院《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》提出坚持五育并举，全面发展素质教育，将体育科目纳入高中阶段学校考试招生录取计分科目
- 2020年《深化新时代教育评价改革总体方案》，提到遵循教育规律，系统推进教育评价改革，发展素质教育，培养德智体美劳全方位的发展
- 2020年中共中央、国务院《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》发布。体育中考分值增加，艺术类科目纳入中考改革试点
- 2021年教育部、中组部、中央编办、国家发改委、财政部、人社部等六个部门联合印发《义务教育质量评价指南》发布，强调要遵循学生成长规律和教育规律，加快建立以发展素质教育为导向的义务教育质量评价体系

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

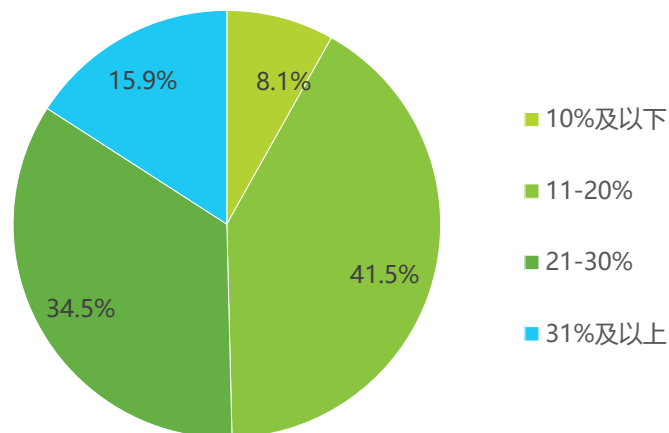
素质教育适龄学生达2亿，城市家庭教育中子女教育比重大

截至2020年，中国3-15岁的在校学生总规模已超过2亿人，这个庞大的学生群体构成了中国素质教育最核心的目标群体。根据2021年艾瑞的中国城市家庭消费调研来看，在拥有3-15岁子女的家庭中，超过50%的家庭，其子女教育开销占据整体消费的21%以上，可见当代家长非常重视子女教育，并愿意为教育投入资金。所以从理想的角度来讲，无论是通过学校教育、家庭教育还是校外教育等任何教育形式，素质教育作为基本国策有必要覆盖到整个群体的成长当中去。

2013-2020年中国3-15岁在校生整体规模



2021年中国城市3-15岁子女家庭的教育开销比例



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询2021年家庭教育调研，N=1000。

行业现状

方兴未艾，新征程启航

素质教育早已被倡导多年，市场规模不断增长，据艾瑞咨询统计核算，2015至2019年间，素质教育市场规模从2642亿元增长到5286亿元，CAGR为19%。新冠疫情对素质教育短期造成了一定影响，但需求持续存在且在政策严管学科教育、鼓励素质教育的大背景下，素质教育需求和供给有望迎来新增长。

在培养目标方面，伴随经济和社会发展，在显性技能之外，家长也会愈加重视隐性素质和面向未来的能力的培养，注重对儿童底层品格的塑造，素质教育迎来新的发展阶段。

素质教育迎来新的发展阶段及市场机遇



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

素质教育发展背景与现状

1

外部环境和市场竞争的变化

2

素质教育重点细分领域分析

3

素质教育行业发展展望

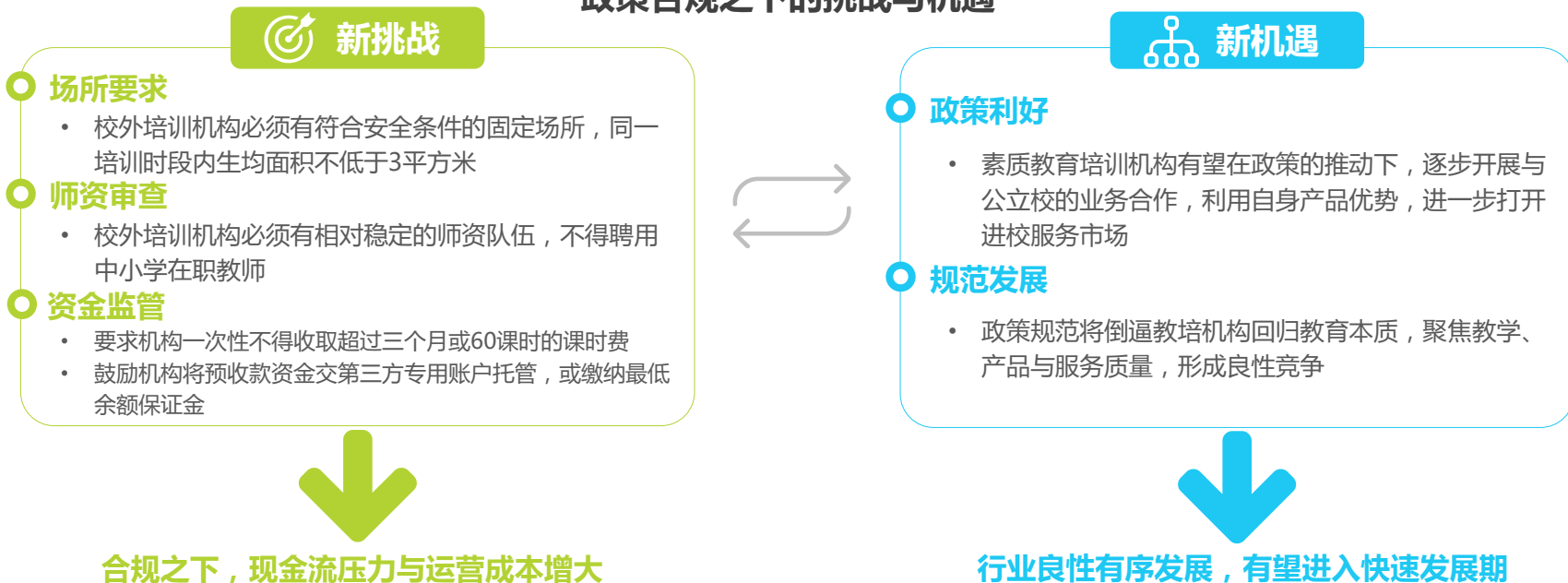
4

政策规范下的新挑战和新机遇

挑战与机遇并存，行业发展将更加良性有序，进校服务的市场空间被打开

2018年8月，国务院办公厅发布《关于规范校外培训机构发展的意见》，明确了校外培训机构在场所与师资条件上需遵循的基本要求。2019年7月，教育部等六部委联合印发了《关于规范校外线上培训的实施意见》，再次明确了教培机构在师资审查与经营规范等方面的整改标准。为落实教育部的有关政策，全国多地先后出台“关于加强中小学生课后服务”的指导意见，要求各学校延长课后服务时间、开放教育资源、为学生提供社团及兴趣小组等课外活动，从而促进学生的全面成长。综合来看，一方面，政策环境监管的趋严导致机构的现金流压力变大，合规成本与运营成本升高。另一方面，政策趋严推动行业良性有序发展，进校服务有望成为未来新的机会点。

政策合规之下的挑战与机遇



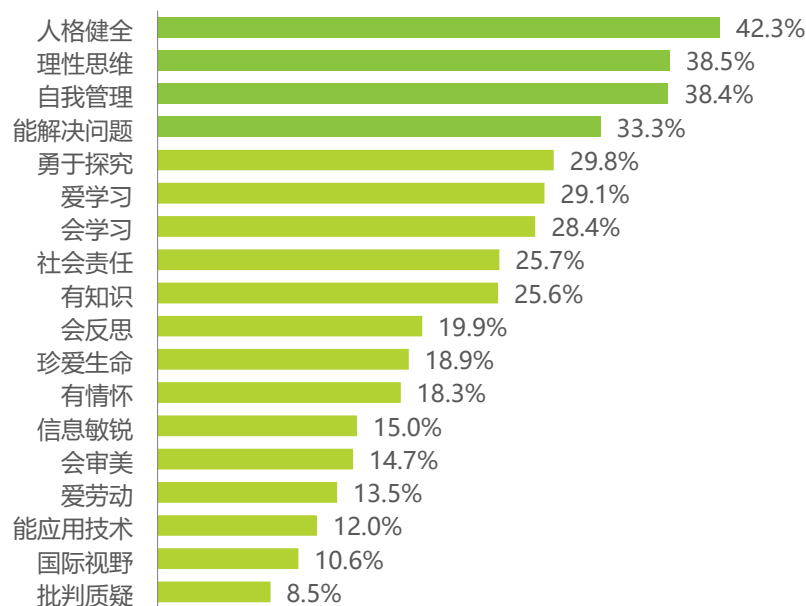
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

家长代际变迁下的素质教育理念升级

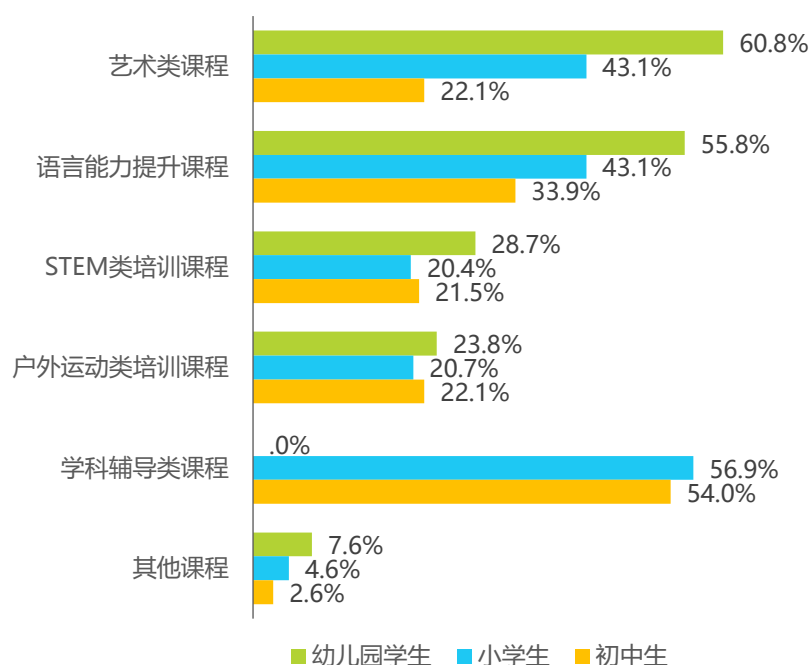
当代家长群体更加重视子女底层思维和品格的塑造，不同阶段家长对子女的素质类课程有不同的关注方向

当代中国80后、90后作为新一代家长，他们的教育观念更加超前且具有前瞻性，对子女教育投入了更多的金钱，也对子女核心素质的提升充满了期待。从教育理念来看，他们希望子女成为人格健全、具有理性思维能力、自我管理能力和解决问题能力的全能型选手。根据2020年中国城市家庭子女教育调研结果来看，子女处在不同学业阶段的家长都不同程度的在素质教育课程上有所投入，家长从对孩子智力/技能的过分关注，向个性化和全人化的素质提升方向不断转移。

中国家长家庭教育观念



不同阶段家长的子女课程参与情况



来源：艾瑞咨询研究院调研数据。

来源：艾瑞咨询2021年家庭教育调研，N=1000。

社会发展、脑科学研究持续推进驱动下的教育内容和方式变革

学习科学成为国家战略，脑科学与教育的结合推动教育变革

脑科学+教育研究推动教育内容和方式变革

在认知神经科学研究的基础上，结合高科技的脑成像技术和计算机神经模拟技术，阐释人的认知活动、语言能力与脑神经的复杂关系，揭示人脑高级功能秘密。**学习科学逐渐成为国家战略，成为承载着国家教育与科技发展重任的新兴学科。**

- 2002 年 OECD 发布报告《理解大脑：面向新的学习科学》，明确把脑科学和学习科学联系在一起，同时开展了相关研究的资助计划；
- 2015 年 12 月美国国会通过《让每一个孩子成功法》和《2016 国家教育技术规划》，期望在未来教育规划中利用技术满足个人学习需求，有效提升学习成果；
- 2018 年中国脑科学研究计划正式落地。

不再仅仅把学习视作知识的灌输和技能的习得，而是开始思考**如何基于学习者的个人条件，调节人与环境的互动，有效提高人的认知能力。**此外，社会步入知识经济和信息社会时代，需要能学习者能“深度学习”，在实践中运用和创造知识，加之人工智能等技术的进步，也刺激着人类学习方式和学习研究的转变，学习科学在这一阶段快速发展。

人类认知不是符号化的、抽象的，而是与认知情境不可分离的，人的智能发展是基于互动的，人类需要在有人、情境、设备的外部环境中提升智能。**这一过渡阶段推动教育走进了认知研究的视野中心。**

将学习者视为信息加工者，将教育者视为信息施予者，**将学习过程简单化地视作一个信息加工的过程**

第三代认知科学：
以脑科学为核心的认知研究

21世纪以来

第二代认知科学：
具身认知

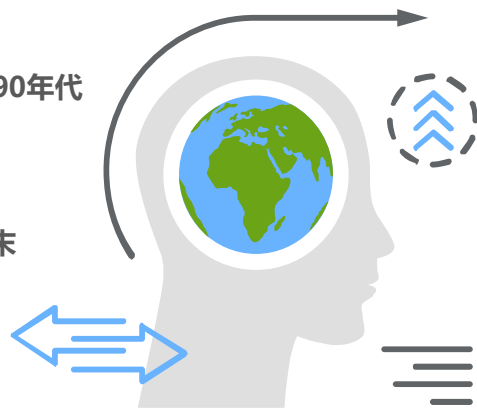
20世纪90年代

过渡阶段：
情境认知

20世纪70年代末

第一代认知科学：
计算隐喻

20世纪50年代

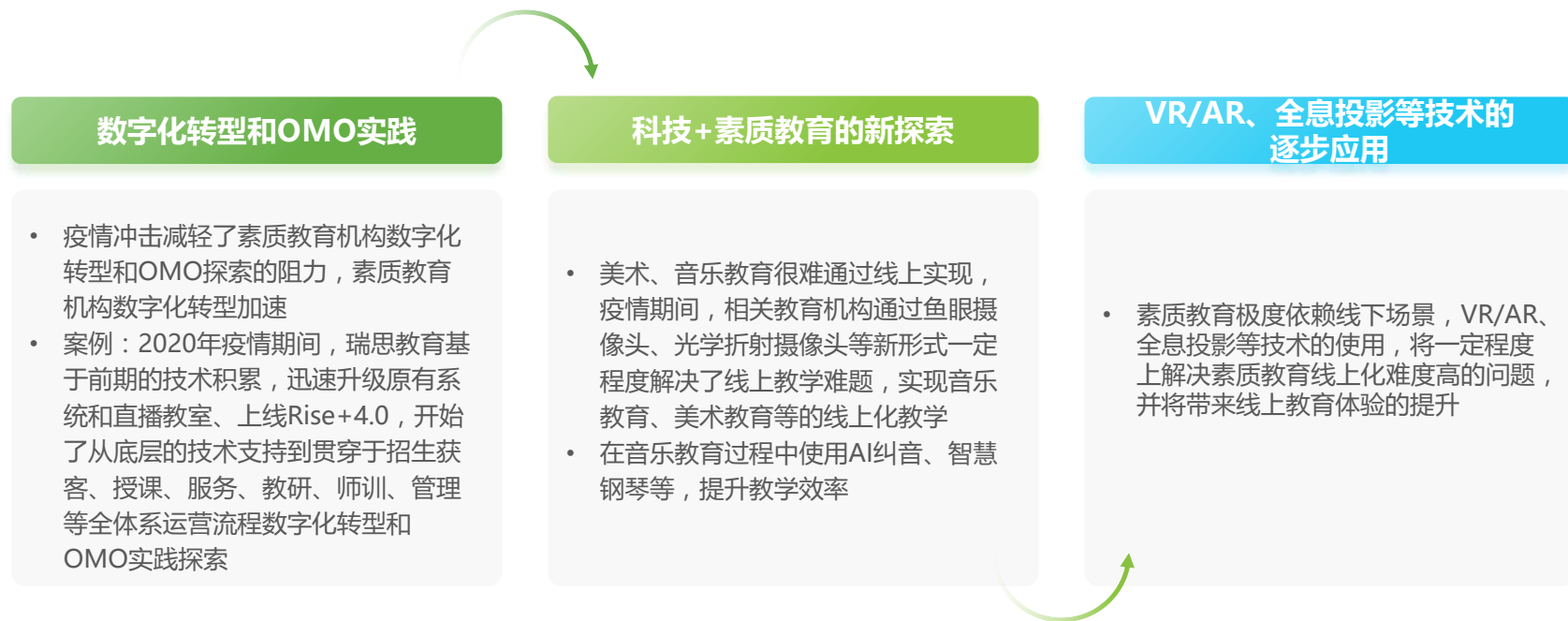


科技进步、疫情冲击下的创新与嬗变

疫情加速素质教育行业的数字化转型、OMO实践及创新探索

如今，社会正在围绕计算机网络重构，虚拟与现实、原子与比特间的边界日益模糊，体现在教育行业，线上线下融合的OMO模式将成为行业必然。当前，各行各业都开始受数字化、智能化的赋能或颠覆，教育行业也不无例外的处于数字化旋涡之中。数字化、智能化赋能的更有效率的产品呈现及交付方式以及更有效率更科学的运营管理模式正对传统的教育企业经营模式发起冲击，新冠疫情的冲击则进一步加速了素质教育行业企业的数字化转型和OMO探索。

素质教育行业的数字化转型、OMO实践及创新探索

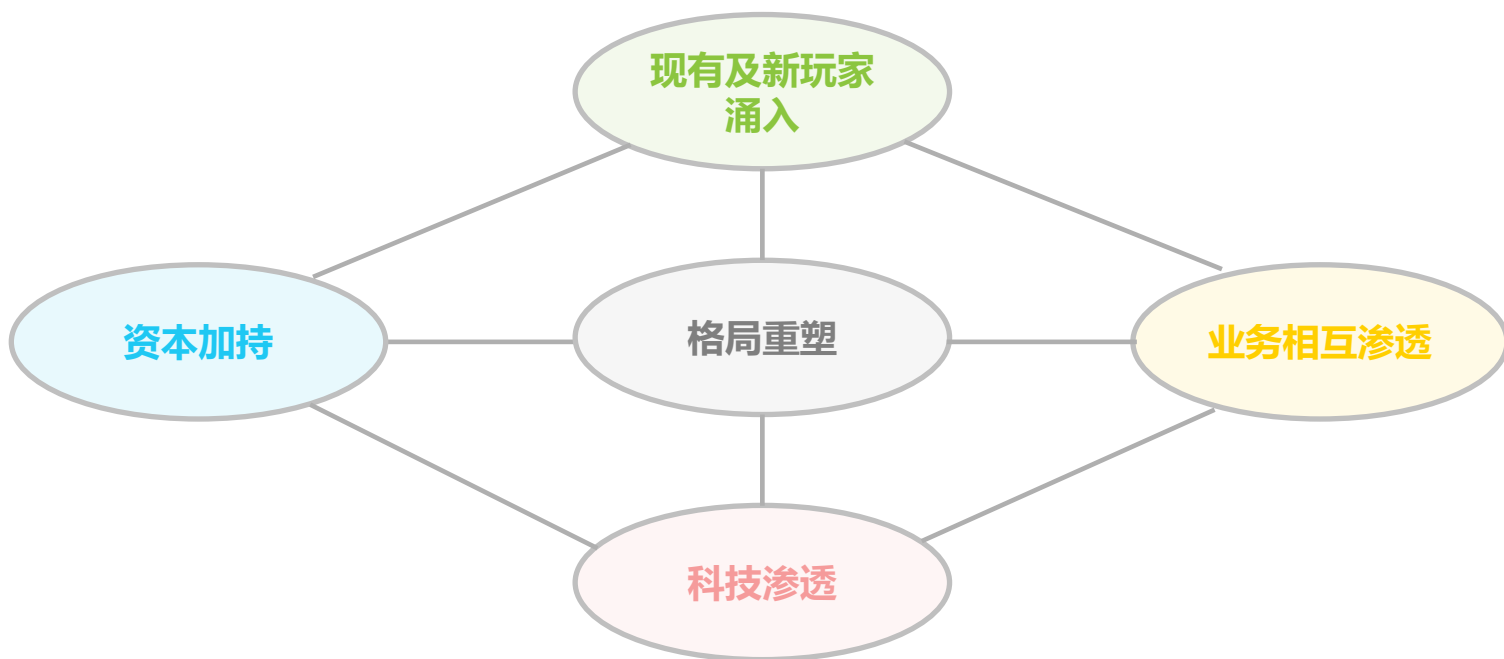


大浪淘沙，行业进入格局重塑窗口期

玩家涌入、科技渗透、资本加持、竞争加剧

继学科培训后，素质教育市场受到青睐。供给方维度，各互联网巨头、学科培训机构及创业者不断涌入，各机构之间的业务也在相互渗透，竞争加剧；同时，资本大量涌入，推动行业的兼并整合潮并加剧行业的获客竞争；另外，技术持续在素质教育领域渗透，素质教育在线化、OMO浪潮开启，线上化后覆盖空间更广也会带来行业集中度的提升。艾瑞判断，素质教育行业已进入行业格局重塑窗口期，原有极度分散的竞争格局被打破，更多细分赛道龙头将出现。

竞争、科技、资本促进素质教育行业竞争格局重塑



素质教育发展背景与现状

1

外部环境和市场竞争的变化

2

素质教育重点细分领域分析

3

艺术教育

3.1

语言能力培养

3.2

STEAM教育

3.3

数学思维

3.4

值得关注的新兴品类

3.5

素质教育行业发展展望

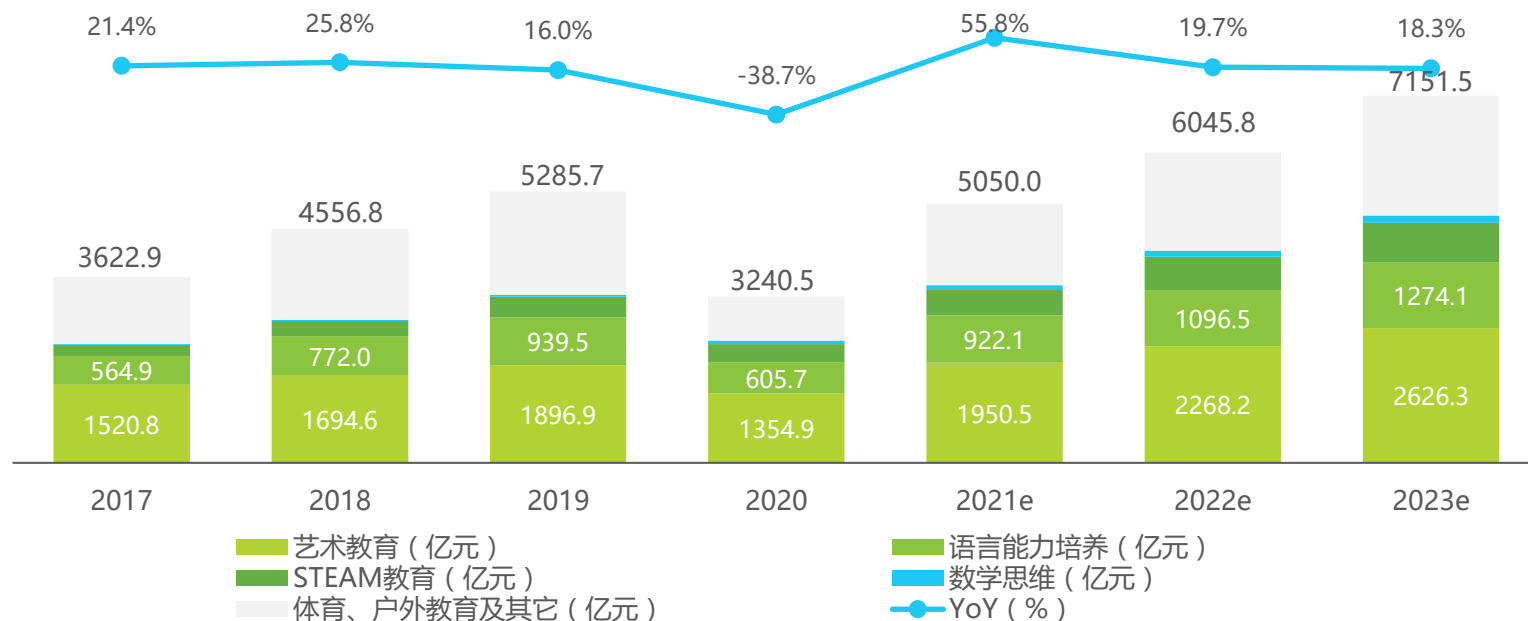
4

素质教育细分市场规模

艺术教育、语言能力培养已形成较大市场；STEAM教育、数学思维快速增长；其它新兴品类开始萌芽

素质教育细分领域繁多，如艺术教育、语言能力培养、体育等，且每一细分领域内又可再细分众多不同品类。艾瑞统计核算了素质教育各细分市场规模，根据统计数据，艺术教育、语言能力培养已形成较大市场；STEAM教育、数学思维近几年快速发展。与此同时，在新时代新背景下，家长开始更加注重儿童“自主发展”与“社会参与”方面的素质培养，社会化素养和情商培养、儿童财商教育等新兴品类也愈来愈受到重视。

2017-2023年中国素质教育行业市场规模及增速



注释：相较于2020年艾瑞发布的《2020年中国素质教育行业白皮书》，本报告中素质教育行业2017年市场规模更大，主要原因系泛游学与营地品类的核算口径相对扩大，除专业游学与营地机构提供的服务外，也包括教育机构、留学中介机构、旅行社等多种类型企业提供的泛游学与营地教育服务。

来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

3.1 艺术教育

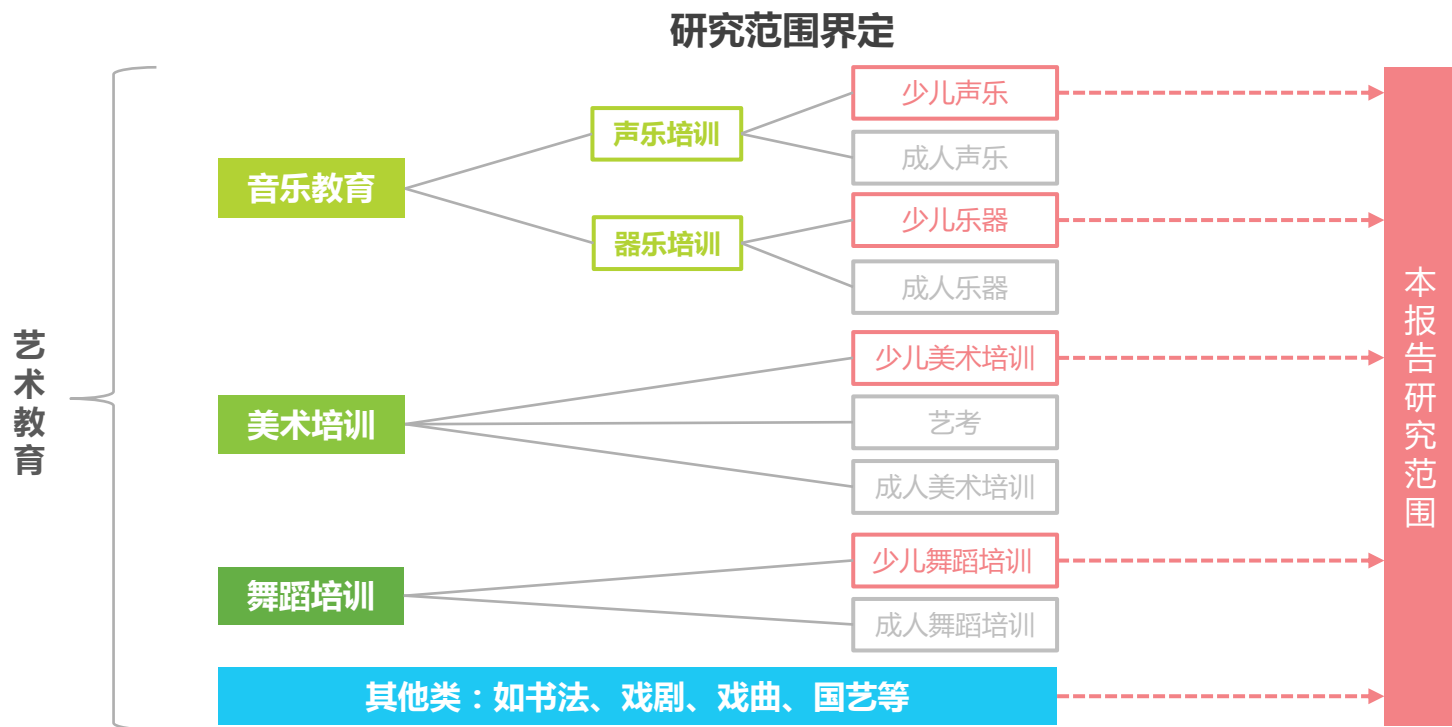
作为素质教育的重要组成部分，艺术教育对于促进学生的全面发展具有不可替代的作用。近年来，政策持续推动艺术教育发展，艺术教育已被纳入学生综合素质评价体系，全国已有多地将美育考试列入中考考核范围。

据艾瑞咨询统计核算，2020年中国艺术教育市场规模已达1354.9亿元，未来伴随教育改革的全面推进和家长对艺术教育的认可，艺术教育市场将持续快速增长。

研究范围界定

涵盖音乐、美术、舞蹈、书法、戏剧、戏曲、国艺等多领域

艺术教育是我国素质教育的重要组成部分，是一种提高个人素质、修养的教育。艺术教育也是美育的核心，美育即审美教育，通常指运用审美的方式实施教育，旨在提高学生的审美感受能力与审美创造力，从而促进人格的完善以及整体素质的提升。艺术教育便是把美术、音乐、文字等作为一种艺术手段，通过具体的艺术形式，达到激发学生的审美和兴趣的效果，而艺术教育在一定程度上也被称之为是情感的教育，根本目的是培养全面发展的人。具体来看，艺术教育涵盖音乐、美术、舞蹈、书法、戏剧、戏曲、国艺等多个领域。本报告所指艺术教育指为3-15岁儿童提供相关教育内容与服务的教育形态。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

国家教育改革全面升级，艺术教育被纳入综合素质评价体系

我国素质教育的重要性正在不断提高，艺术教育作为素质教育的重要组成部分，受国家政策支持不断规范发展。2017年江苏、河南两省份率先将音乐、美术考试纳入中考考核范围，明确规定音乐、美术考试分数计入中考总分，随后全国多地区将美育纳入中考计分，并逐步推广至全国，预计2022年将全面实行美育中考。

我国艺术教育领域相关政策梳理

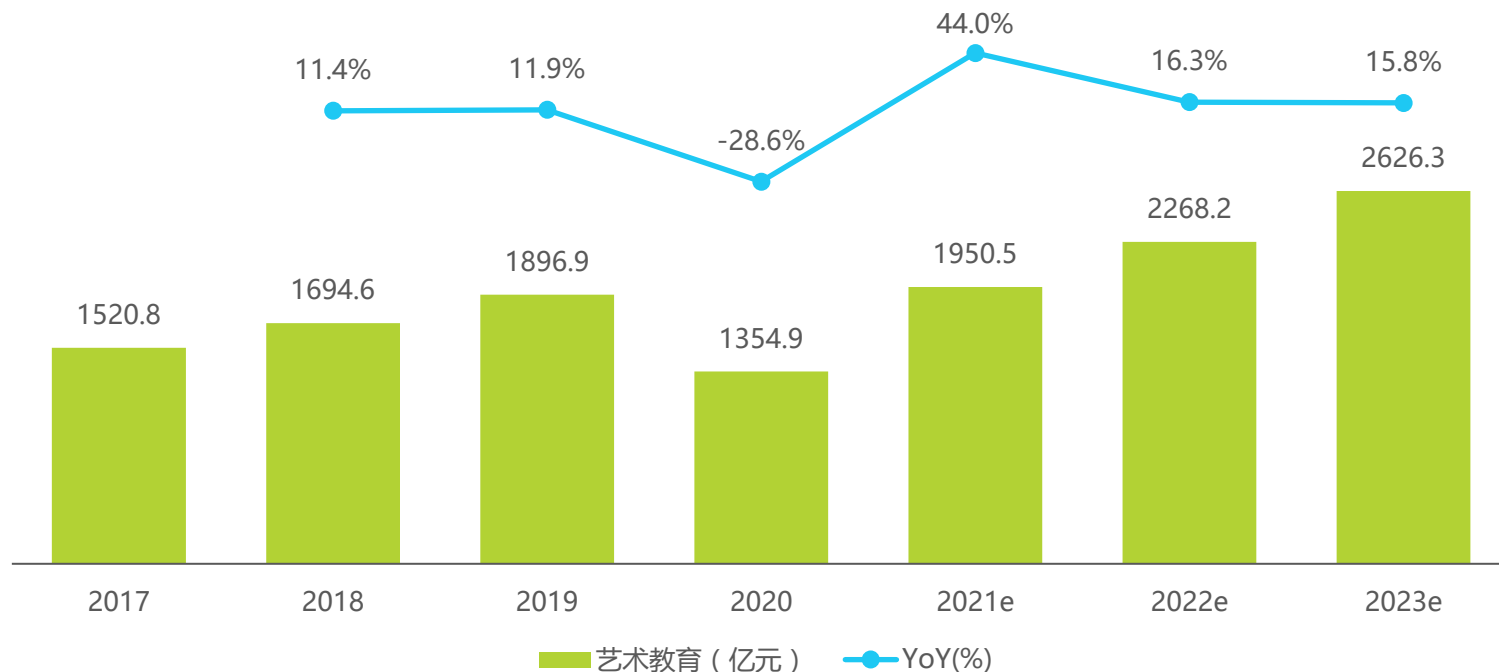
时间	政策文件	要点	发布机构
2014年1月	《关于推进学校艺术教育发展的若干意见》	合理配置艺术教育资源，加强基础教育阶段艺术教育， 建立学校艺术教育和学生综合艺术素养多元评价制度 ，强化和完善艺术教育保障机制， 促进艺术教育规范发展 。	教育部
2015年8月	《中小学生艺术素质测评办法》 《中小学校艺术教育工作自评办法》 《中小学校艺术教育发展年度报告办法》	将艺术素质纳入学生综合素质档案 ，并确定全国102个中小学艺术素质测评实验区。	教育部
2017年1月	《国家教育事业发展规划“十三五”规划》	提高学生文化修养。坚持以美育人、以文化人。构建科学的美育课程体系， 健全美育评价机制 ，推动开齐开足艺术课程，开展艺术类第二课堂教育活动， 将艺术实践活动纳入课程管理 ，促进每个学生形成一两项艺术特长和爱好。	教育部
2018年1月	《教育部2018年工作要点》	开齐开足美育课程，多渠道破解美育师资短缺问题。推进全国中小学生艺术素质测评实验区建设。	教育部
2020年10月	《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》	全面深化教学改革，推进评价改革。 目前全国已经有江苏、广西、湖南、云南与河南等五个省份及自治区明确规定了音乐、美术考试分数计入中考总分 ，力争2022年全面实行美育中考。	国务院办公厅
2021年5月	教育部召开新闻发布会介绍美育改革发展情况	教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰提出，美育教学的改革，要围绕提高学生的审美和人文素养，立足于教会学生艺术基础知识、艺术基本素养和专项艺术特长。让学生们有欣赏美、体验美的机会， 同时让每一个学生都能掌握1-2项艺术特长 ，让学生有创造美的能力。	教育部

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2020年市场规模1354.9亿元，政策利好推动市场增长

据艾瑞咨询统计测算，2020年中国艺术教育市场规模为1354.9亿元，同比下降28.6%。艺术教育市场规模巨大，受政策红利、消费升级、技术发展等因素推动，未来将持续稳定增长，预计2021年市场规模可达1950.5亿元。

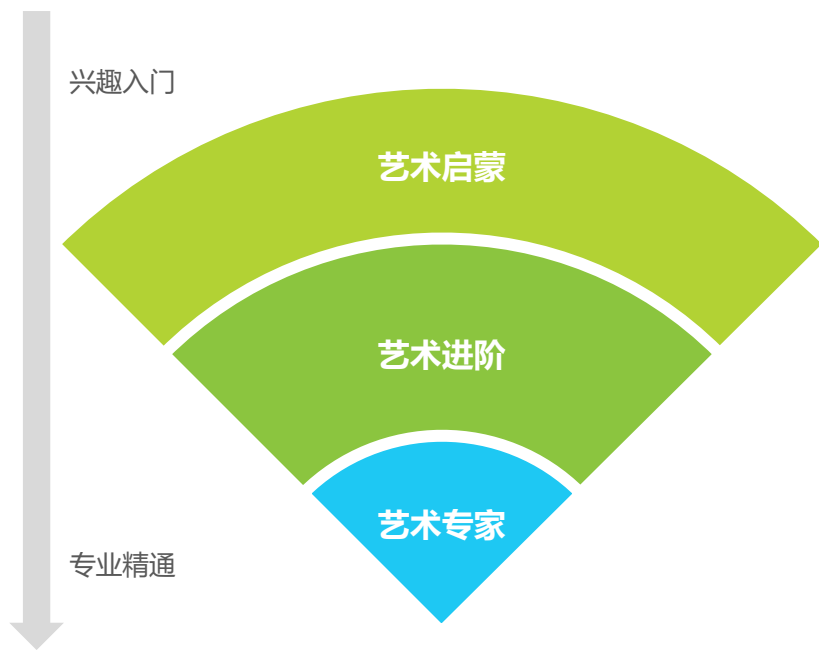
2017-2023年中国艺术教育行业市场规模及增速



扩充产品矩阵：横向扩科、纵向扩龄

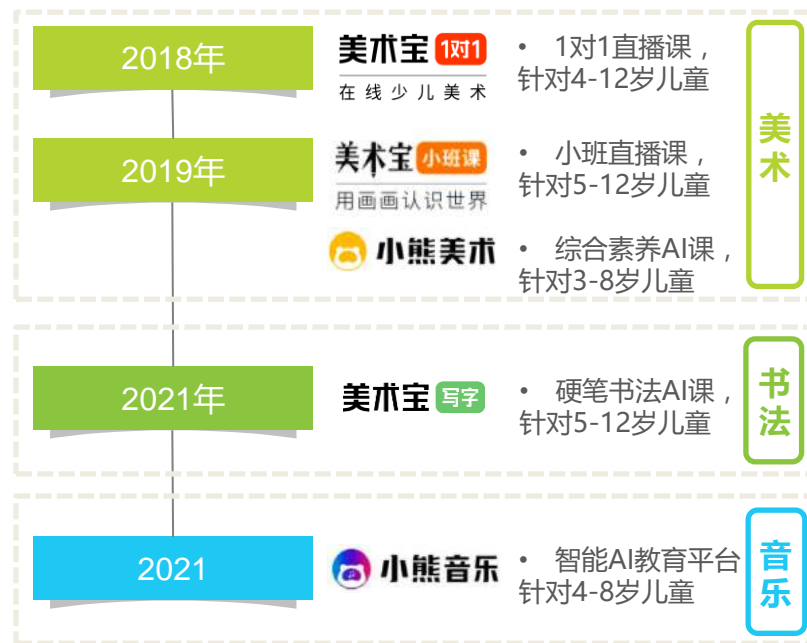
对艺术教育培训机构而言，通过某个优势品牌对领域内的教育资源进行整合，利用品牌优势进行横向的品类扩张或纵向的用户扩龄，从而满足用户的多元化需求，是其未来实现增长的两条主要路径。具体来讲，横向扩科的增长战略更适用于资源丰富的头部机构，以在线美术赛道头部机构美术宝为例，在2021年2月宣布完成总融资额超2.5亿美元的D轮融资后，美术宝开始加速布局其产品生态，以AI课形式先后切入书法与音乐的细分赛道，品牌定位已从单品类的垂直美术领域转变为多品类的综合素质教育领域。而对于“小而美”的机构而言，则可尝试聚焦某一细分赛道，顺应艺术教育的培养路径，通过延长用户的生命周期，从而实现增长。

艺术教育培养路径示意



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

美术宝品牌生态扩张举例



来源：公司官网，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

3.2 语言能力培养：包含语文素养和英语素养培养

语言是交流和思维的工具，对其它领域的学习与发展有着重要的影响。在全球化时代，除良好的母语素养外，掌握一门国际语言对于学习成长与成功亦非常重要。本报告中的语言能力培养包含语文素养和英语素养培养。

语文素养培养行业特征

素养和分数双提升为主旋律

新高考背景下，语文学科在高利害考试中的权重得到提升，考试方式更偏重语文素养和能力的考核；新教材背景下，以传统文化与整本书阅读构筑语文核心素养加大了语文学习的难度。考核内容和方式的变革模糊了语文素养和应试能力的边界，培训机构在课程设计上也开始兼顾素养和分数。但在不同阶段，培养的目标仍会有所偏重，一般而言，学前儿童以启蒙需求为主导、小低儿童以能力需求为主导、小高及以上学生群体以应试需求为主导。

不同年龄段用户主要需求有所不同，但素养和分数双提升为主旋律

启蒙需求 主导

主要针对3-6岁儿童

通过提供语言文字和国学等教学内容，培养低幼儿的语文学习习惯、积累语文素养。其中，幼小衔接、识字和语感启蒙是刚需

能力需求 主导

主要针对小学低年级儿童

以提升儿童的阅读能力、写作能力、口语表达等软实力为主要培养目标

应试需求 主导

主要针对小学高年级及以上的学生群体

通过解答答题技巧、写作技巧等有针对性地帮助学员实现语文分数快速提升

语文素养培养行业企业图谱

综合类

线上语文课程教学



语文资源平台与工具



语文综合解决方案



线下语文课程教学



阅读类

线上阅读课程教学



线下阅读课程教学



阅读综合解决方案



绘本故事



古诗文



作文类

线上作文课程教学



线下作文课程教学



写作素材平台



素养类

国学国文



认字写字

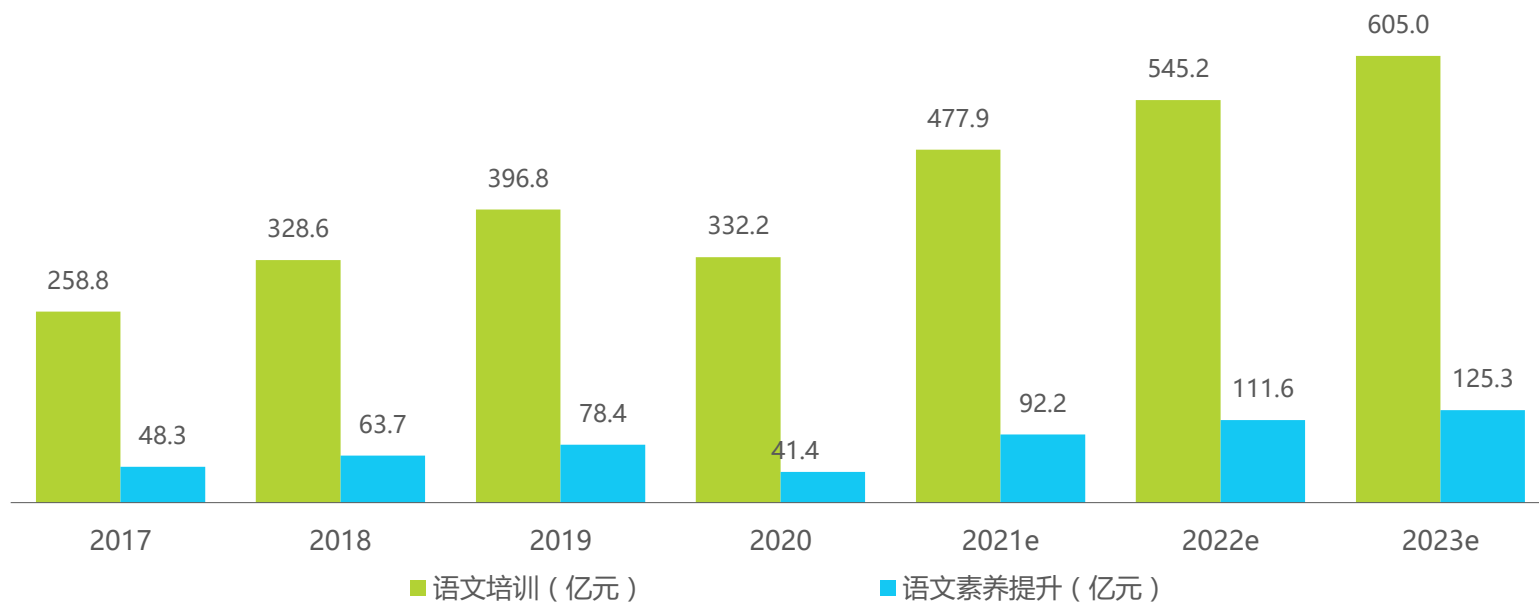


语文素养培养行业市场规模

以最窄口径核算，2021年市场规模有望超90亿

新高考、新教材背景下，语文素养提升培训和应试技巧提升培训的边界已十分模糊，将语文培训再粗暴的拆分为素养和应试已不恰当且难以执行。但通常，学前及小低儿童无提分需求，语文学习以启蒙和能力培养为主，保守起见，本报告暂且将语文素养培养市场规模计算范围收窄至针对3-8岁的学前及小低儿童的语文能力培养。在这一维度下，2021年语文素养培养行业的市场规模有望达92亿元。

2017-2023年中国语文培训行业市场规模



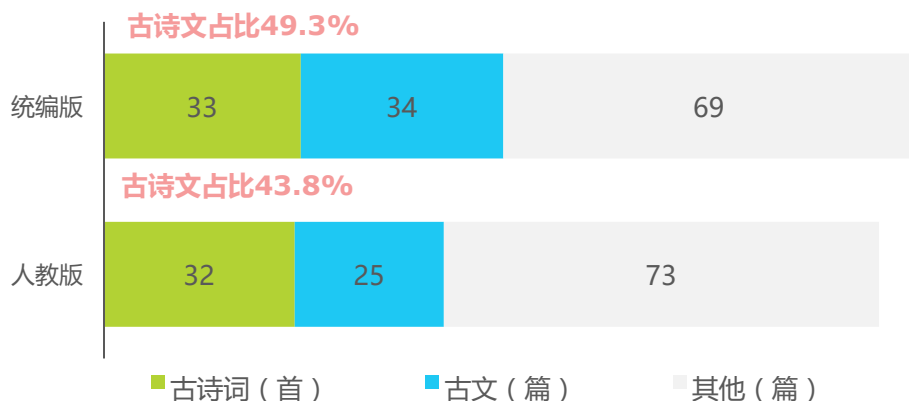
注释：不包括To公立校的校本课程、教研咨询以及教辅征订等收入
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

语文素养培养行业发展趋势

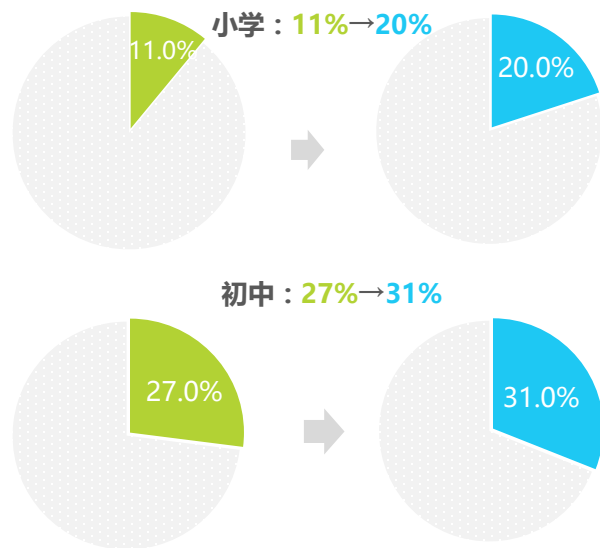
传统文化与阅读教育空间广阔

2017年年底，新版普通高中语文课程标准出台，预计新版课标将统领未来十年的高中语文教学方向，并进一步影响初中甚至小学的语文教学方向。从基于新版课标编制的统编版教材的内容上来看，以古诗文为代表的**中华优秀传统文化内容占比提升**，学生自主学习环节的核心内容以课外整本书阅读为主，教材整体上**对学生的阅读广度与阅读深度提出了更高的要求**，基于阅读兴趣而发展的阅读理解能力成为语文学习的核心能力。在高考影响和国人文化自信度提升的大背景下，预计传统文化与阅读教育后续将迎来更快的发展。

普通高中统编版教材与人教版教材内容对比



义务教育阶段古诗文占比



对学生的语文素养与阅读理解能力要求提高

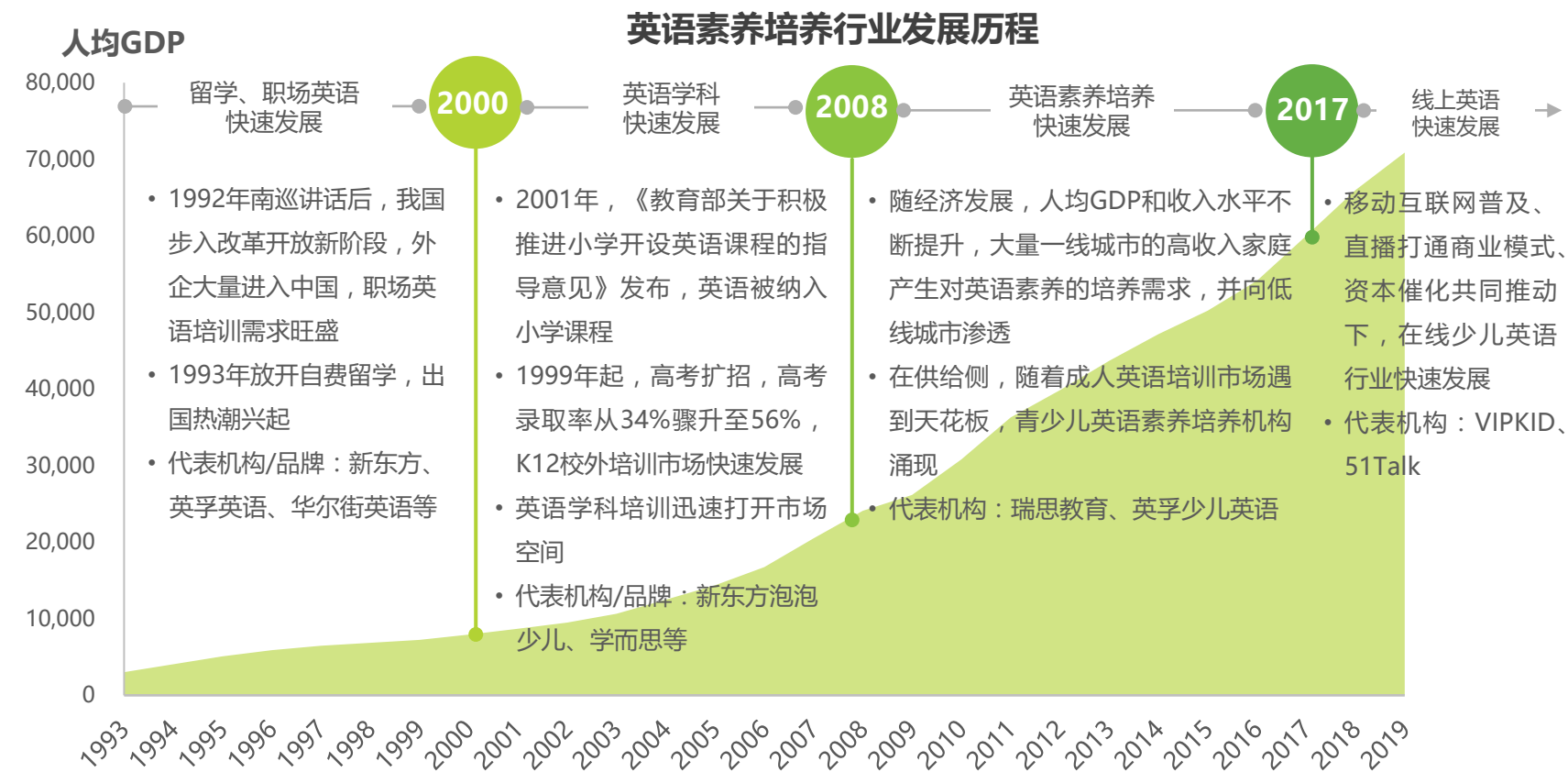
来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

注释：高中教材选修参考《中国古代诗词鉴赏》《先秦诸子选读》《中国现代诗歌散文欣赏》和《外国小说欣赏》的教材结构；义务阶段对比对象为人教版教材。

英语素养培养行业发展历程

收入水平提升、教育理念转变，英语素养培养需求旺盛

中国与全球经济深度融合过程中，外资进入中国的同时，中国企业也不断走出去，具备国际化素养的人才在职业发展中更具竞争优势。随着我国居民经济水平提升和家长教育理念转变，从北上广深的一线城市家长开始，已不满足于仅仅将英语作为一门语言学科进行学习，而是更加注重孩子英语思维的培养，以及在这一过程中对外国文化的理解及个人能力的提升，英语素养培养机构在这一过程中迅速发展起来并向新一线、二线城市逐步渗透。



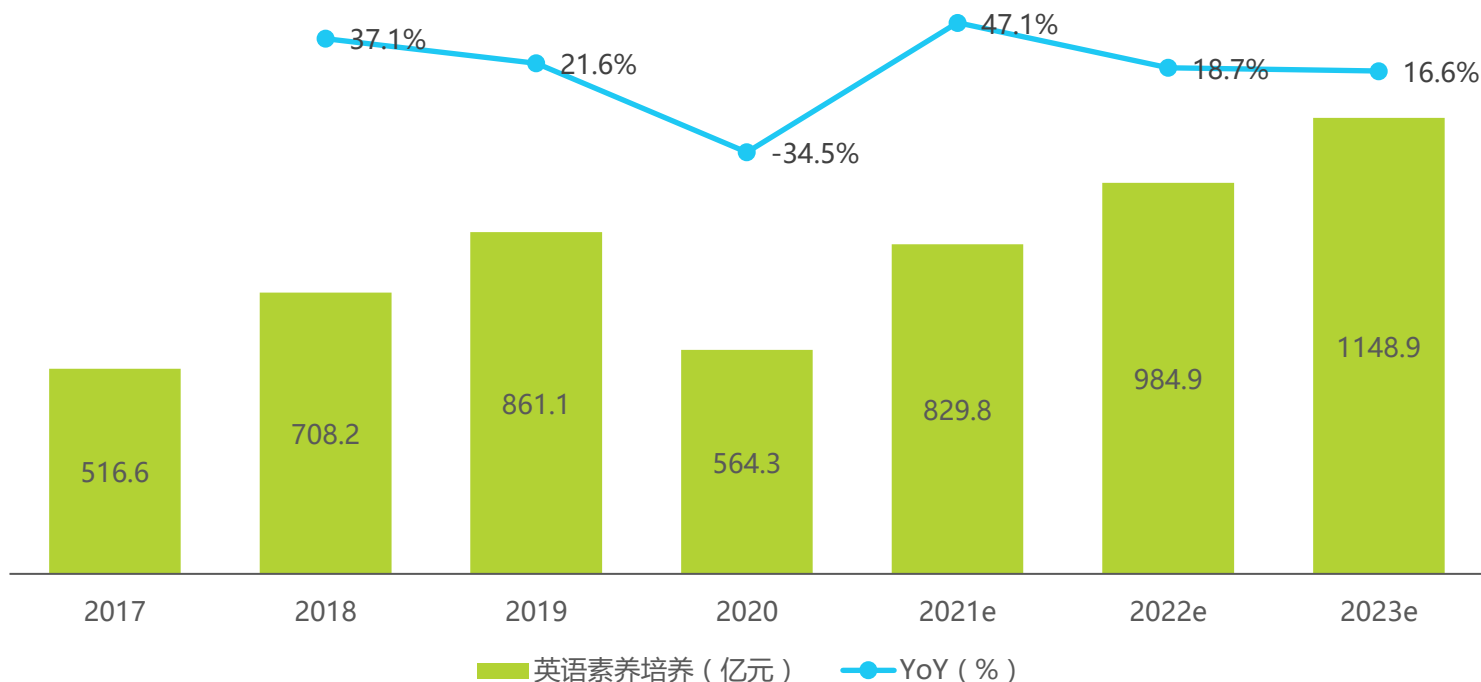
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

英语素养培养行业市场规模

2020年市场规模下降至564亿，预计后续逐步恢复

据艾瑞咨询统计测算，2019年中国英语素养培养行业市场规模为861亿元左右。COVID-19疫情对线下培训机构造成较大冲击，预计2020年英语素养培养市场规模缩水35%左右降至564亿元。随着疫情影响减弱，预计2021年开始英语素养培养行业市场将逐步恢复。

2017-2023年中国英语素养培养行业市场规模及增速



英语素养培养行业企业图谱

中国英语素养培养行业企业图谱

线上直播课



伴鱼少儿英语



鲸鱼小班
WHALES ENGLISH

Qkids久趣英语



兰迪少儿英语
LANDI ENGLISH



魔力耳朵



流利说®
少儿英语

新东方
XDF.CN

blingabc
新东方比邻外教

DaDa

专业在线少儿英语



平安好学

青少年在线教育

abc360

GOGOKID

北美外教 1对1

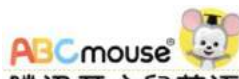
绘本/互动录播课



斑马



宝宝玩英语
快乐早启蒙



腾讯开心鼠英语



波比英语



七彩熊绘本

能点读的分级动画绘本



叽里呱啦



瓜瓜龙启蒙



小猴启蒙

线下为主班课



小地球
— 少儿MBA英语 —



LILY 英语
ENGLISH



SHUDOON
树童英语

BEST LEARNING 贝乐英语



励步英语
FUTURE LEADERS' INSTITUTE



七果美語
AMERICAN EAGLE INSTITUTE

主要机构课程设置和培养理念

不同阶段学员匹配不同课程，兼具本土化和国际化

在课程设置、教材选用上，不同机构有所差异，但基本上都秉承为不同阶段学员匹配不同课程，同时兼具本土化与国际化原则，在培养儿童素养同时提升语言的应用能力，拓展国际视野。

英语素养培养机构主要玩家课程设置和培养理念

机构	培养理念	课程设置	教材	授课形式
瑞思教育	以英语为基础，培养孩子的语言和知识能力、学科思维能力、性格能力以及未来领导力，助力孩子逐步成长为具备综合素养的国际化人才	RISE Start ：3-5岁，瑞思国际幼儿课程 RISE On ：6-12岁，瑞思国际少儿课程 RISE Up ：13-18岁，瑞思国际青少课程 线上课程 ：瑞思中外教精品小班课	霍顿·米夫林·哈考特 Destination系列教材， 同步美国K12系列课程	线下小班为主
英孚少儿	为孩子提供有效的学习方法及技能，助力他们在未来的学业和生活取得成功，打破应试和应用的界限，培养孩子的英语能力，核心素养及全球视野，在让孩子成为走上世界舞台的21世纪领导者	Small Stars ：3-6岁，幼儿英语探索课程 High Flyers ：7-9岁，儿童英语腾飞课程 Trailblazers ：10-14岁，青少年英语全项突破课程 Frontrunner ：15-18岁，青少年英语领先课程	自主研发教材，参考CEFR（欧洲语言共同框架）评估体系和ESL（英语为第二语言学习者）的学习特点	线下小班为主
VIPKID	旨在提升3-15岁孩子的创造性思维等综合素养，让孩子扩展国际视野，成为全能型英语学习者	VIPKID北美外教课 VIPKID启蒙英语	自主研发教材，参考CCSS（美国共同核心州立标准）、CEFR（欧洲语言共同框架）和中国新课标	线上1V1为主
51Talk	让每个孩子都能享受到高品质在线英语教育	菲律宾外教课为主	自主研发教材，参考CEFR（欧洲语言共同框架）、剑桥、新概念英语等	线上1V1为主

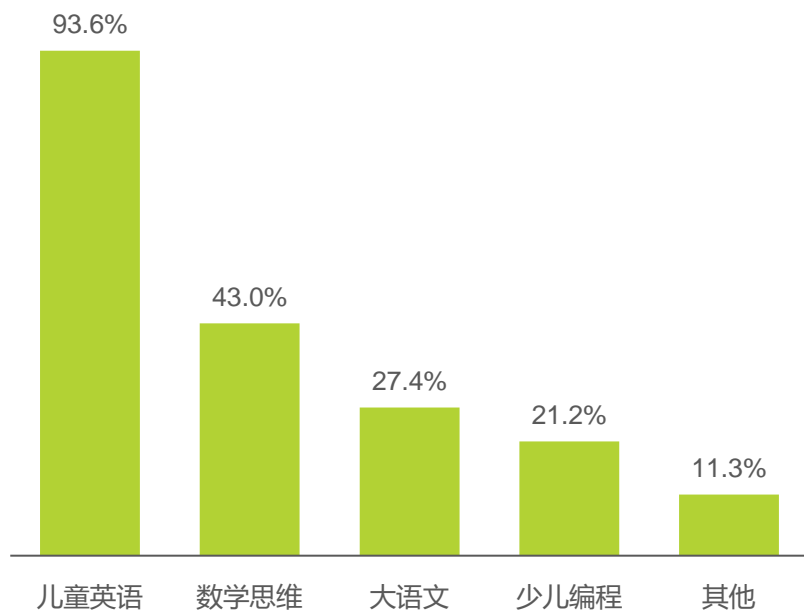
来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料研究及绘制。

英语素养培养行业发展趋势

从单一的英语素养培养，向以英语为载体的跨学科综合素质培养转化

儿童时期是语言学习的黄金期，英语作为全球化时代的一项基础能力，也成为儿童教育过程中最刚需的品类，艾瑞咨询调研发现，在购买儿童启蒙教育课程的家长中，超九成家长购买了儿童英语课程。与此相对应，我国儿童的英语素养不断提升，学习需求也从以前的英语知识、英语素养逐步过渡到更高阶的国际视野和文化理解及以英语为载体的跨学科综合素质培养。

已购启蒙教育课程的家长购买的课程类型



来源：艾瑞咨询研究院调研数据。
样本：购买过启蒙教育产品或服务的家长，N=1,000。

英语素养培养行业发展趋势



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

3.3 STEAM教育

近年来，STEAM教育在我国掀起热潮，据艾瑞咨询统计核算，2020年我国STEAM教育市场规模为350亿元，预计2021年可实现约42%的同比增长至496亿元。但目前，我国的STEAM教育通常被认为涵盖了不同的细分市场，我们所说的STEAM教育与跨学科深度融合的教育理念还有较大差距，还需不断探索与完善。

什么是STEAM教育？

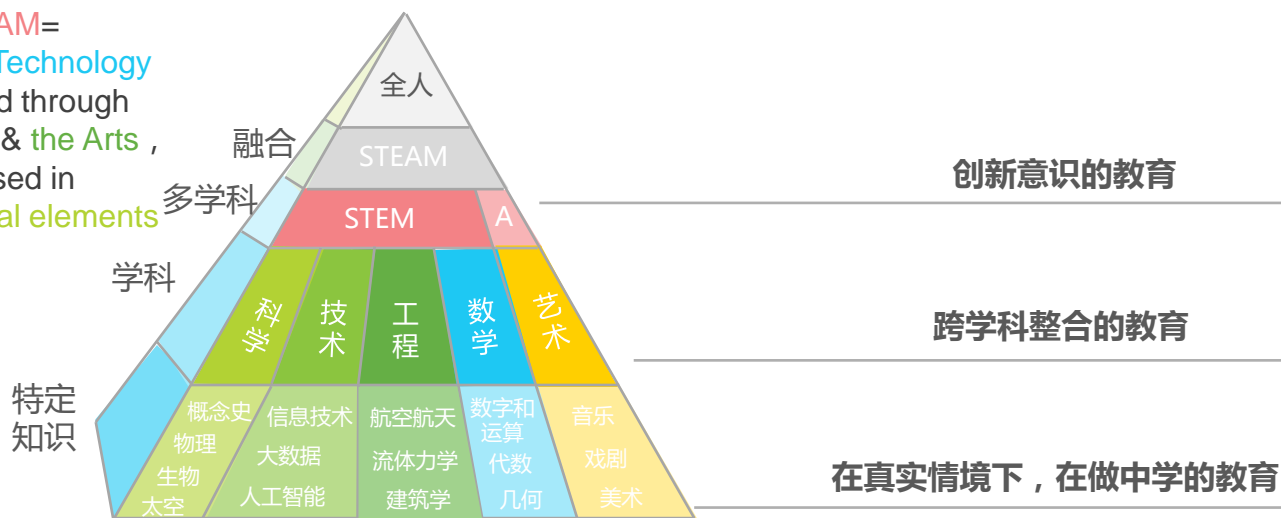
跨学科知识迁移与交流协作的、整合多学科知识的教育方式

STEAM是科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）、艺术（Art）和数学（Mathematics）五个学科英文单词的首字母缩写，STEAM教育就是整合了科学、技术、工程、艺术和数学多领域知识的综合教育方式，它强调学科的融合性、多元性与包容性，希望打破学科领域的边界。

20 世纪 80 年代，美国国家科学委员会提出STEM教育的建议并发展成为国家战略，其初衷是使更多的学生在高等教育阶段选择与STEM相关的学科，以保持美国在科技创新与国际竞争力上的领先地位。美国弗吉尼亚科技大学的教授Yakman认为，原有的STEM教育只关注项目本身（做什么和如何做），而忽略了对人本身和背景的关注（谁来做和为什么做），因此STEM在跨学科知识的广度和深度上仍存在着一定的局限性，并在其教学过程中缺乏一定的趣味性、情境性和艺术性。因此，她将艺术（Arts）与STEM进行有机融合，并在2006年提出了STEAM教育理念。2014年左右，STEAM教育的理念引入我国，并掀起了我国的STEAM教育热潮。

STEAM教育理念

STEAM=
Science & Technology
interpreted through
Engineering & the Arts,
all based in
Mathematical elements



我国STEAM教育行业发展驱动因素

政策自上而下推动，供给、需求相互促进

STEAM 教育已经被众多国家视为提升国家竞争力的重要手段之一，2015年以来，我国教育部也发布多项政策鼓励STEAM教育发展；市场供给层面，校外STEAM教育机构大量涌现，如创客教育、机器人教育和编程教育机构等；同时，一二线城市家长对STEAM教育理念认可度也不断提升并逐步向低线城市渗透，STEAM教育快速发展。

我国STEAM教育发展驱动因素



政策

2015.9	教育部	《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)》	鼓励探索 STEAM 教育、创客教育等教育新模式
2018.2	教育部	《2018年教育信息化和网络安全工作要点》	开展利用现代信息技术构建新型教学组织模式的研究，探索信息技术在众创空间、跨学科学习（STEAM教育）、创客教育等教育教学新模式中的应用，逐步形成创新课程体系
2016年以来	各省市颁布的鼓励STEAM教育的相关政策		



供给

- 公立校内，部分省市在原有科学课基础上开设编程课、人工智能课程
- 校外培训机构大量涌现，如创客教育、机器人教育、编程教育等



需求

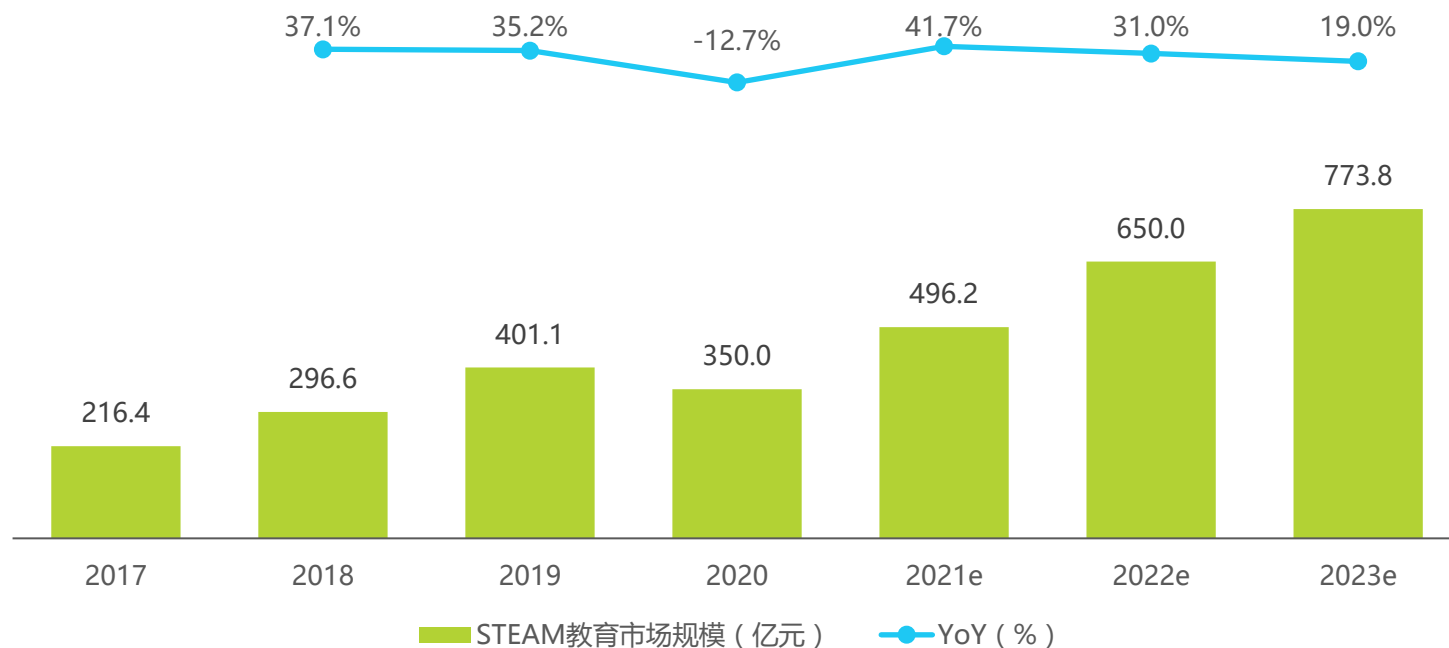
- 家长对STEAM教育认可度不断提升，但目前仍以一二线城市为主

我国STEAM教育市场规模

2020年市场规模350亿元，预计2021年可达496亿元

据艾瑞咨询统计核算，2020年我国STEAM教育市场规模为350亿元，受疫情影响同比下降13%。在STEAM教育受到政策鼓励，家长认可度持续提升的背景下，艾瑞预计2021年STEAM教育市场规模可实现约42%的同比增长至496亿元。

2017-2023年我国STEAM教育市场规模及增速

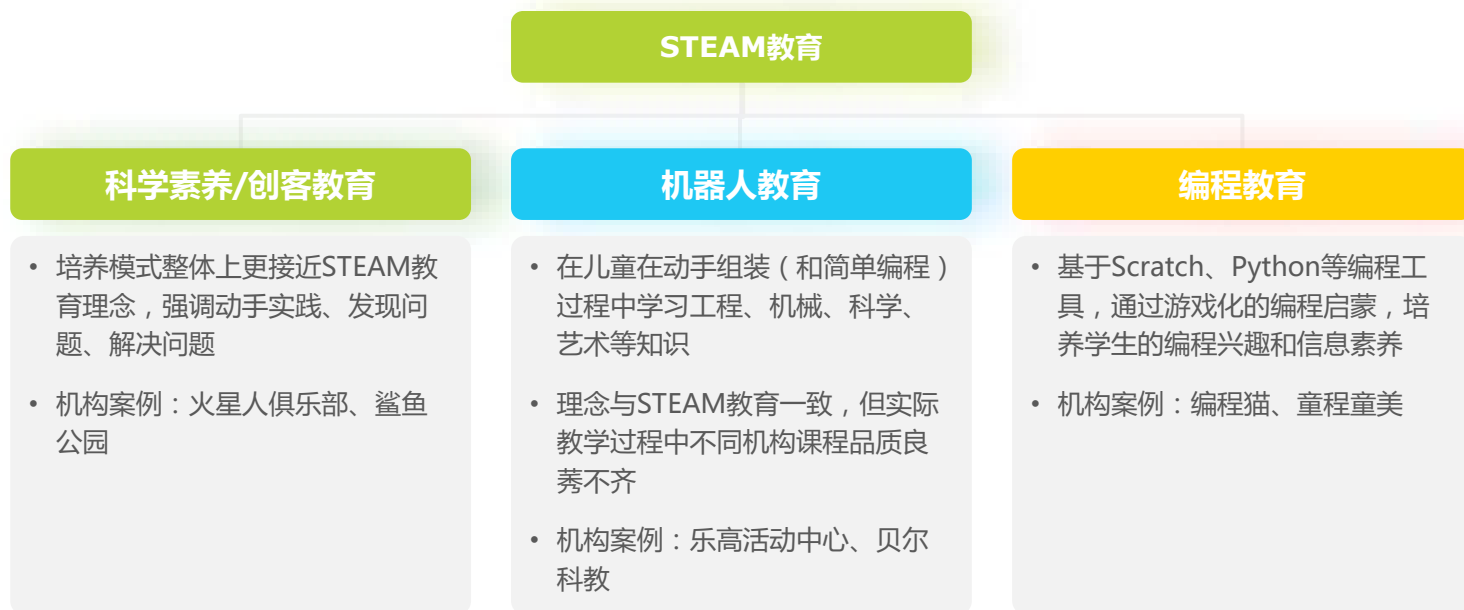


我国STEAM教育行业发展展望

融合程度有待加深，行业在发展中完善

STEAM教育是一种跨学科融合的教育理念，根据Yakman教授给出的定义，“STEAM=Science & Technology interpreted through Engineering & the Arts, all based in Mathematical elements”，即STEAM是指在数学元素框架内的由工程和艺术所体现出的科学及技术，是完全的融合而非分离的概念。但在实践中，这种深度融合的教育方式对教研及师资等的要求更高，实践困难。目前，我国的STEAM教育通常被认为涵盖了不同的细分市场，并未实现真正的深度融合，如科学素养/创客教育、机器人教育、编程教育等，其中科学素养教育与STEAM教育理念会更为接近。但整体而言，目前我们所说的STEAM教育与跨学科深度融合的教育理念还有较大差距，还需不断探索与完善。

当前我国STEAM教育通常被认为涵盖了不同的细分市场



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

3.4 数学思维

政策对超纲超前教学的整顿使得低幼阶段的数学培训失去发展空间，但家长对数学学科幼小衔接存在较大需求，在这一背景下，数学思维培训应运而生。而线上教育的发展，使得通过具有连续剧情的动画和互动游戏激发儿童的学习兴趣成为可能，高质量供给推动数学思维培训行业近几年迅速发展起来，并成为素质教育最火热的领域之一。

据艾瑞咨询统计核算，2020年数学思维培训行业市场规模达73亿元，同比增速93%，线上市场规模高速发展是行业快速增长的最主要推动力。

政策对K12超纲超前教学的整顿和对素质教育的鼓励提倡，带动数学思维培训行业的快速发展

2018年常常被称为数学思维培训行业的元年，但实际上面向青少年的数学思维培训课程萌芽已久。早在2009年，精锐教育就已创建了至慧学堂，将哈佛案例教学法引入少儿思维能力培养中。伴随着素质教育整个行业的发展步伐，数学思维赛道一直处于一个默默耕耘韬光养晦的状态。在2018年中小学减负、奥数加分管控等一系列整顿政策的催化下，数学思维赛道顺应局势快速发展，得到来自中国家长、教培机构以及资本市场的多方高度关注，大量玩家纷纷涌入抢占市场，成为当前素质教育培训行业中最吸睛的细分赛道之一。

数学思维培训行业发展历程

酝酿耕耘期

2018年

快速发展期

- 数学思维培训赛道在火爆之前，已经经历了近十年的发展。
- 2009年精锐教育创建**至慧学堂**，将哈佛案例教学法引入少儿思维能力培养中。
- 2011年好未来布局低龄儿童思维训练赛道，成立**摩比思维**。以线下小班课为主要授课形式。
- 2016年**火花思维**成立，探索打造在线数学思维小班课。
- 2016年**豌豆思维**成立，从线下起步，逐渐向线上探索转型。

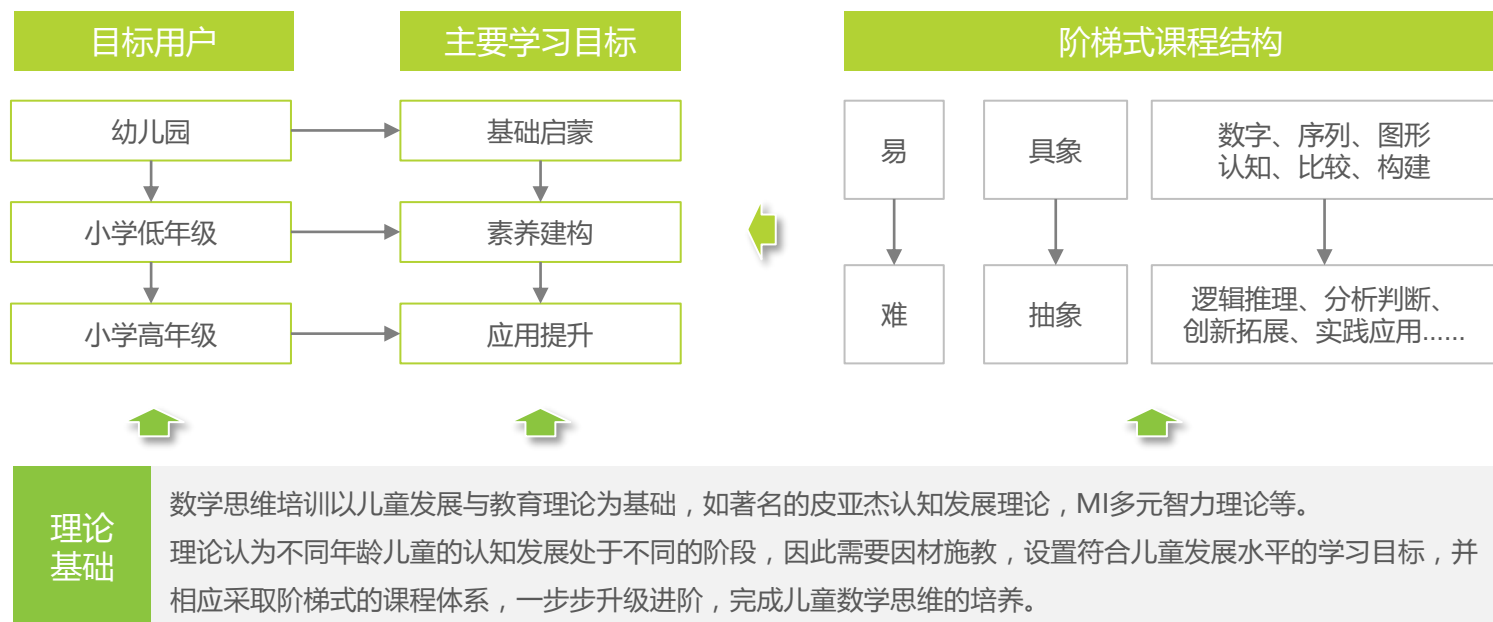
- **教育政策**直接促使数学思维赛道的快速发展。2018年国家出台一系列政策，对学科类培训进行严格规范，整顿超纲教学、提前教学、强化应试；同时要求奥数等竞赛结果不得作为招生依据。
- 对K12阶段子女的数学有强烈培训刚需的中国家长自然转向了同样具备逻辑思维训练效果的数学思维培训行业。
- 2018年因此被称之为“数学思维”培训行业发展元年，作为素质教育新兴的火热赛道，大量玩家纷纷涌入抢占市场，如你拍一、海豚思维、掌门少儿、斑马AI课、瓜瓜龙启蒙等。

数学思维的教育理念与课程特点

以儿童发展理论为基础，围绕数学思维培养形成阶梯式课程

从目前行业发展现状来看，中国数学思维培训的课程体系多是由培训机构自主研发形成，各家机构的主要课程内容、知识点分布、展现形式相对一致：总结而言，都是基于成熟的儿童发展与教育科学理论，将学生大概分为基础启蒙阶段（以幼儿园幼儿为主）、素养建构阶段（以低年级小学生为主）和应用提升阶段（以高年级小学生为主），设置符合学生发展水平的学习目标，相应采取阶梯式的课程体系，配合教辅工具和教培服务形成服务闭环，实现儿童数学思维素养的提升。

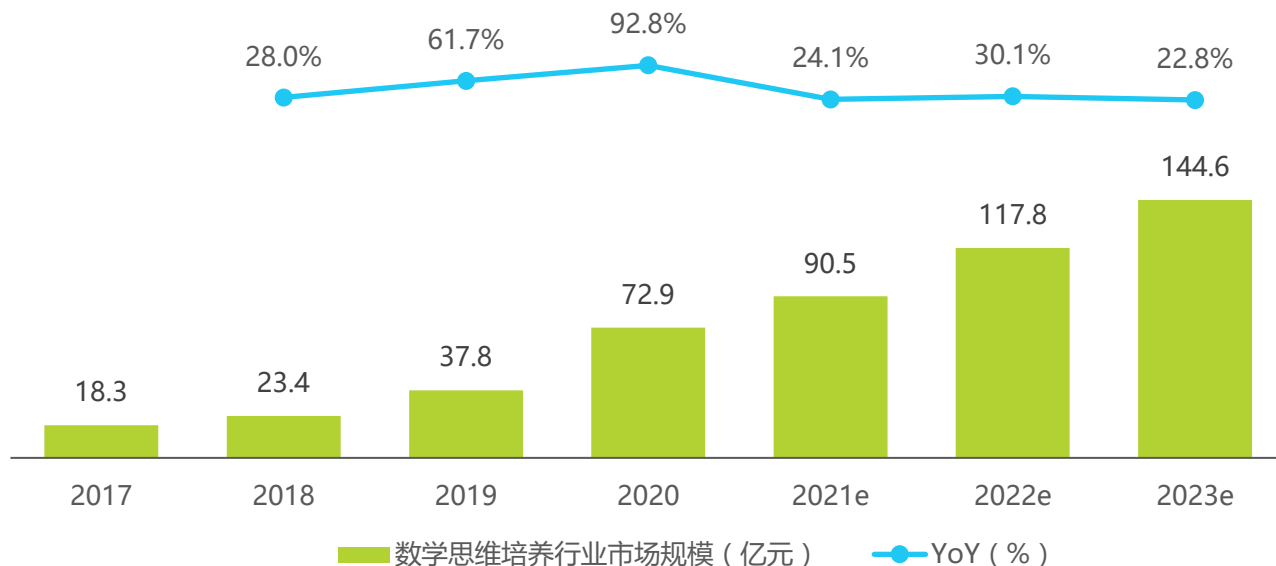
数学思维的教育理念与课程特点



2020年市场规模72.9亿，线上业务推动行业快速增长

据艾瑞咨询统计测算，2019年中国数学思维培训市场规模约38亿元，其中线上培训的渗透率已达42.7%。进入2020年后，整体市场规模增至约73亿，线上渗透率已超过八成，其原因可能在于：1）数量激增的用户中有大量精力少、注意力差的幼儿园幼儿，无法长期适应线下培训的来回劳顿，而单节课时更少且内容有趣的在线课程可能更适合低龄儿童；2）在线数学思维培训受到资本市场高度青睐，2020年获得融资32亿元，促进行业迅速拓展；3）COVID-19疫情加速了包括数学思维在内的教育行业整体向线上培训倾斜。

2017-2023年中国数学思维培训行业市场规模及增速



受益线上教育发展：1V4-6小班直播课和AI互动课各领风骚

与很多教育品类从线下培训兴起，再逐步发展到线上的模式不同，数学思维赛道真正开始高速发展直接原生于在线模式。需求维度，数学学科幼小衔接的需求始终存在；供给维度，受益于技术发展，各大玩家将游戏、动画的趣味性和数学思维的培养结合起来，通过具有连续剧情的动画和互动游戏激发儿童的学习兴趣，再辅以更先进的转介绍等运营模式和更激进的广告投放，迅速打开市场。

数学思维课程产品形态及特征

评估维度	线上小班直播	AI互动课	线下小班课
上课模式	三固定： 固定老师、固定同学、固定时间	随时随地	三固定： 固定老师、固定同学、固定时间
开班节奏	线上覆盖范围更广，同时学前阶段儿童为主，可随时滚动开班	——	线下覆盖范围有限，开班节奏慢
班容	4-6人为主	——	10-15人
价格	60-80元/节（30分钟左右）	1500-2000元/年	150-200元/h
主推市场	一二线城市	一二线城市低龄用户和低线城市	一二线城市

数学思维培训行业企业图谱

	新兴垂类公司	线上教育机构拓科	线下K12机构拓科	互联网巨头布局
线上小班直播课	 火花思维  豌豆思维  海豚思维	 掌门少儿 zhangmenkid.com	 佳学慧 WWW.BESTMATH-CN	 你拍一
线上A-I互动课	 小火花启蒙  迈思星球  优学猫	 斑马  有道数学	 小猴启蒙	 瓜瓜龙启蒙
线下小班课	 小问号  时代培飞  小马布克数学 SMART BROOK MATHEMATICS		 mobby  小法狮  至慧少儿思维 — 哈佛北大精英创立 —	

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

3.5 值得关注的新兴品类

基于《中国学生发展核心素养》的基本框架，只有文化基础提升为主流的素质教育品类结构仍然是不够全面和充分的。“自主发展”与“社会参与”方面的素质培养，如社会化素养/情商教育、儿童财商教育、家庭育儿等课程服务，陆续作为素质教育新品类出现在市场中，响应中国家长更深层次的素质教育需求。

新兴品类多处于行业发展的探索阶段，市场教育将是缓慢而长久的过程，而供给端更加专业且系统的课程服务会加速市场潜在空间的挖掘。

素质教育新品类

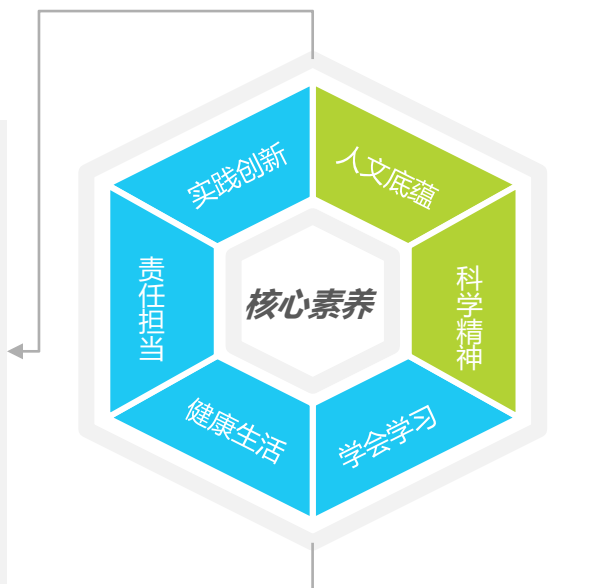
文化基础层面的教育品类是主流，基于自主发展和社会参与维度的核心素养培养陆续出现，成为有发展潜力的新品类

若以《中国学生发展核心素养》作为中国素质教育的基本框架来分析，目前中国素质教育的主流品类更多集中在“文化基础”这一大培训内容方面，比如语言能力、STEAM、数理思维、艺术教育等。与此同时，“自主发展”与“社会参与”方面的素质培养，如社会化素养/情商教育、儿童财商教育、家庭育儿等课程服务，在陆续作为素质教育新品类出现在市场中，响应中国家长更深层次的素质教育需求。

素质教育新品类

文化基础 ——主流品类基地

素质教育行业目前的主流品类大多是基于“**文化基础**”维度的培养，比如语言能力、STEAM、数学思维、艺术教育等，占据了现在素质教育当中较大份额。文化基础相关的核心素养提升，是中国家长对子女素质教育的基础需求。



自主发展与社会参与 ——新兴品类的沃土

基于《中国学生发展核心素养》的基本框架，当前以文化基础的提升为主流的素质教育品类结构仍然是不够全面和充分的，围绕自主发展和社会参与开展的教育品类开始出现，体现出较大的潜在发展空间，比如社会化素养、财商教育、家长育儿等。

社会化素养的概念

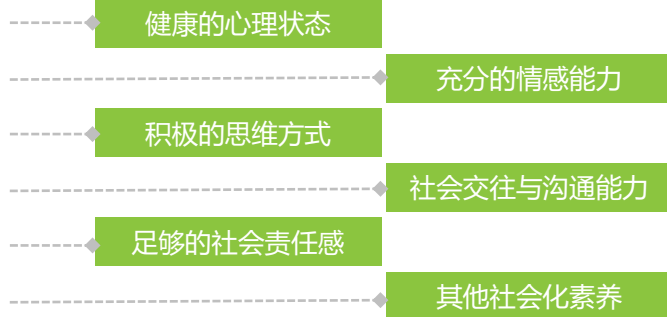
个体有能力适应社会环境、参与社会生活、履行社会角色，成长为合格社会人所必备的核心素养

学生的成长目标最终是能成为一个适应社会环境、参与社会生活、遵守社会规范并且能履行社会角色的合格社会人个体，而在这个过程中，学生需要掌握一系列与个体适应和社会化成长相关的核心能力，我们称之为“社会化素养”，包括但不限于健康的心理状态、充分的情感能力、积极的思维方式、良好的社会交往与沟通能力、社会责任感等等。社会化素养是通过后天学习所掌握的能力，而在当前的社会化素养培训的相关产品大多以情商教育、情感能力培养、专注力培养、交往能力培养等课程服务来实现。

社会化素养的概念

社会化素养

通过后天学习，掌握一系列与个体适应与社会化成长相关的核心素养



社会化素养的理论支持与实践课程

中国教育机构从不同角度切入孵化出多样的社会化素养课程

国内外教育学、心理学、社会学等多种交叉学科的理论发展成果，为社会化素养教育的发展提供了大量理论支持，从而在实践层面延展出了多样的社会化素养培训课程体系。除了SEL课程这类国际通用的课程体系外，中国教育机构基于理论研究延展出本土化培养课程，并从不同角度切入孵化出多样化的课程主题，比如情商/情感能力教育、认知力/专注力教育，交往力教育，表达与沟通教育等。

社会化素养培养相关理论体系

社会情感学习

社会情感学习（Social Emotional Learning，简称SEL）是由美国CASEL组织提出，结合正面管教理论、阿德勒心理学、发展心理学和儿童教育学等理论，并系统形成了课程框架。2012年中国教育部与联合国儿童基金会引入社会情感学习SEL项目，在中国部分城市进行试点。

成长型思维理论

成长型思维模式是美国斯坦福大学心理学教授Carol S. Dweck在专著《思维方式：新的成功心理学》中提出的一个理论体系。她认为区别于固定型思维，拥有成长型思维的人更乐意接受挑战，并积极地去扩展自己的能力，而成长型思维是可以后天习得的。

社会化素养教育实践与典型企业示例

课程主题	典型机构
情商/情感能力教育	卡内基，龋牙兔，棉花糖，童王星
认知力/专注力教育	博沃思教育，金色雨林，竞思
社会交往力/领导力教育	瑞思海芽，72TED
表达与沟通教育	新励成，趣口才，大钊

社会化素养的行业现状与展望

行业在社会关注和家长需求的带动下快速成长，有教研实力的头部机构需要承担起领头作用，推动课程的进一步完善

中国社会化素养教育的行业发展现状与未来展望

现状

需求端重视程度上升，社会化素养培养行业快速发展

需求端

- 随着居民生活水平的提升和心理健康意识的日益觉醒，新一代的家长对子女社会化素养提升的重视程度不断上升
- 在社会关注和培养需求的带动下，社会化素养教育领域作为素质教育中一个新兴的小众板块，从萌芽期快速进入了成长期

供给端

- 相比素质教育其他品类，社会化素养教育的行业规模尚小，但处于快速发展阶段
- 市场上不乏提供社会化素养培养服务的机构，但整体教学能力和课程内容质量仍有较大提升空间，有待具备优质课程教研能力的头部机构出现

展望

市场教育将是持续的过程，专业的课程服务是提速器

需求端

- 当代家长群体虽然比上一代更加重视子女的综合素质提升，但与此同时，重智育培养、重问题解决以及追求短时效果回报的教育观念基本盘依然会长久存在，并影响家长的教育产品选择方向
- 因此社会化素养教育的发展需要建立在长时间的市场教育认知前提下，无法一蹴而就

供给端

- 供给端需要建立社会化素养教育的新品类细分赛道，并明确服务范围、教育效果与教育目标
- 以学生社会化素养的全面提升为目标，建立专业度高且系统化的课程体系，推动需求端市场教育的进程
- 有教研实力的头部机构需要承担起领头作用，推动课程产品持续完善且形成品牌，助力社会化素养新品类在需求端真正“出圈”

儿童财商教育概念

培养儿童财富认知、创造和管理能力为目标的教育服务

财商，英文缩写为FQ（Financial Quotient），泛指人对财富的认知、获得和运用的能力。财商教育在国外已经得到了长足发展并被许多国家吸纳为基础教育内容，《2021国民财商教育白皮书》显示，目前50多个国家已在中小学设置理财教育课程。而中国国民的财商教育服务起步较晚，且最早是由成人财商教育发展所迅速带动起来的，据企查查数据显示我国目前已有1万余家“理财教育”“理财培训”相关企业，而围绕儿童财商展开的教育服务，在政策推动下近几年才刚刚开始起步发展。

财商与儿童财商教育



财商概念指“金融智商”，英文缩写为FQ（Financial Quotient），最早由美国人罗伯特·清崎在畅销书《富爸爸穷爸爸》中提出，泛指人对财富的认知、获得和运用的能力。作为一种能力，财商被认为是人们可以通过系统化的教育和训练得到全面提升。

财商教育指以提升个人和集体认识、创造和管理财富的能力为目标的教育服务形态，成人财商教育属于终身教育范畴，青少年财商教育成为素质教育中的新兴品类。

儿童财商教育行业发展驱动力

儿童金融素养亟待加强，政策鼓励金融知识纳入义务教育

在互联网金融高速发展的当代社会里，中国国民存在着理财意识逐渐觉醒但基础理财技能与知识储备严重不足的矛盾，尤其是对于未成年人群来说，财商教育缺失引发的社会问题往往表现得非常尖锐，可以说青少年阶段接受系统性财商教育是非常必要的。同时，随着国家政策持续加码，财商教育未来有望成为全民义务教育阶段必备的基础知识和素质技能。

儿童财商教育行业发展驱动力

政策带动：财商教育将成为全民基础教育

2015年国务院办公厅《推进普惠金融发展规划（2016-2020年）》推动部分大中小学积极开展金融知识普及教育
2019年证监会教育部联合印发《关于加强证券期货知识普及教育的合作备忘录》，将投资者教育逐步纳入国民教育体系
2020年全国两会建议修订《中华人民共和国义务教育法》，将金融知识纳入义务教育必备的基础知识和素质技能



国民可投资财富持续积极，理财意识大幅提升

2016-2020年间中国居民可投资资产从161万亿元增加到超200万亿元，持续提升的储蓄规模和消费支出成为理财需求的主要推动力；随着余额宝、腾讯理财通等新型理财方式也引爆了中国互联网理财市场，触达了数以亿计的理财小白用户，国民理财意识得到大幅提升

国民整体理财专业技能与知识尚缺乏指导

《2019年消费者金融素养调研报告》显示，认为自身拥有足够金融知识水平的消费者占比不足四成，多数金融消费者没有相对专业的理财技能和知识储备，超过八成的消费者认为金融教育很重要

儿童财商教育的缺失暴露出一系列社会问题

近几年儿童高额打赏主播、电子游戏过度充值、非理性集资追星、校园贷陷阱等财富管理相关负面事件陆续发生，说明许多中国儿童在财富认知、创造和管理层面都严重缺乏有效理解，这也为家长们敲响了警钟，孩子的财商教育亟待加强

儿童财商教育的行业展望

行业刚刚起步，教育的广度、深度和系统性不足；素质教育机构需要基于专业教育服务成为儿童财商教育的核心环节

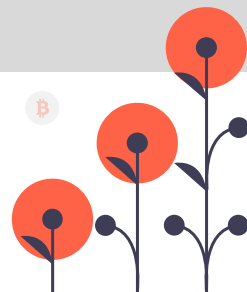
中国儿童财商教育的行业发展现状与未来展望

现状

- 商业教育并没有超越家庭教育成为儿童财商教育的核心主体
- 财商教育服务刚刚起步，教育的广度、深度和系统性不足
- 推出财商教育课程的素质教育机构数量不多，规模较小
- 课程体系多由机构自主研发，课程标准未统一建立
- 儿童财商培训老师的资格认证尚在摸索当中

展望

- 宏观政策层面需要推动儿童财商教育科学课程标准和授课老师资格认证体系的建立
- 有实力的素质教育机构需要承担起社会责任，基于专业和系统的教育服务成为儿童财商教育的核心环节
- 研发能够贯穿从幼儿到青少年阶段的财商教育课程和评价体系，实现教育效果的量化



素质教育发展背景与现状

1

外部环境和市场竞争的变化

2

素质教育重点细分领域分析

3

素质教育行业发展展望

4

素质教育趋势图谱：新方向值得关注

现有素质教育品类

值得关注新方向



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

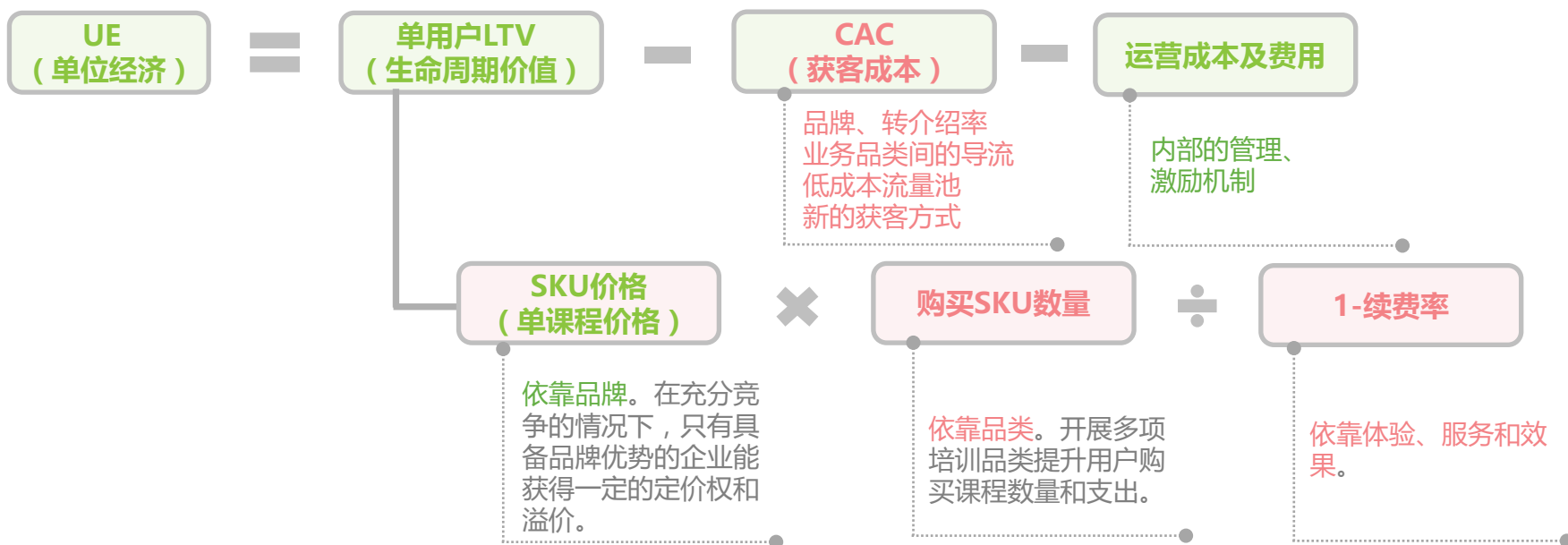
企业UE模型健康度重要性凸显

获客成本、LTV为重要参考指标

教育产品变现模式简单直接，以优质内容为变现的核心竞争力，这也是在线教育能从众多互联网产品中脱颖而出的重要原因。同时，变现模式直接粗暴的属性也决定了即使是在线教育也是互联网属性很弱的行业，**无法实现“羊毛出在狗身上”的盈利模式，与互联网产品可以以亏损换增长换规模不同，教育企业良好的商业模式一定是UE为正。**

通过拆解UE模型可以看到，课程价格、课程数量、续费率、获客成本和运营成本及费用是决定UE的主要指标，课程定价一般企业无法主导，运营成本及费用在正常管理情况下差异化不大，因此，可控变量为机构的SKU数量、续费率、单用户获客成本，这三个指标优秀的企业更有潜力。

教育产品UE模型拆解

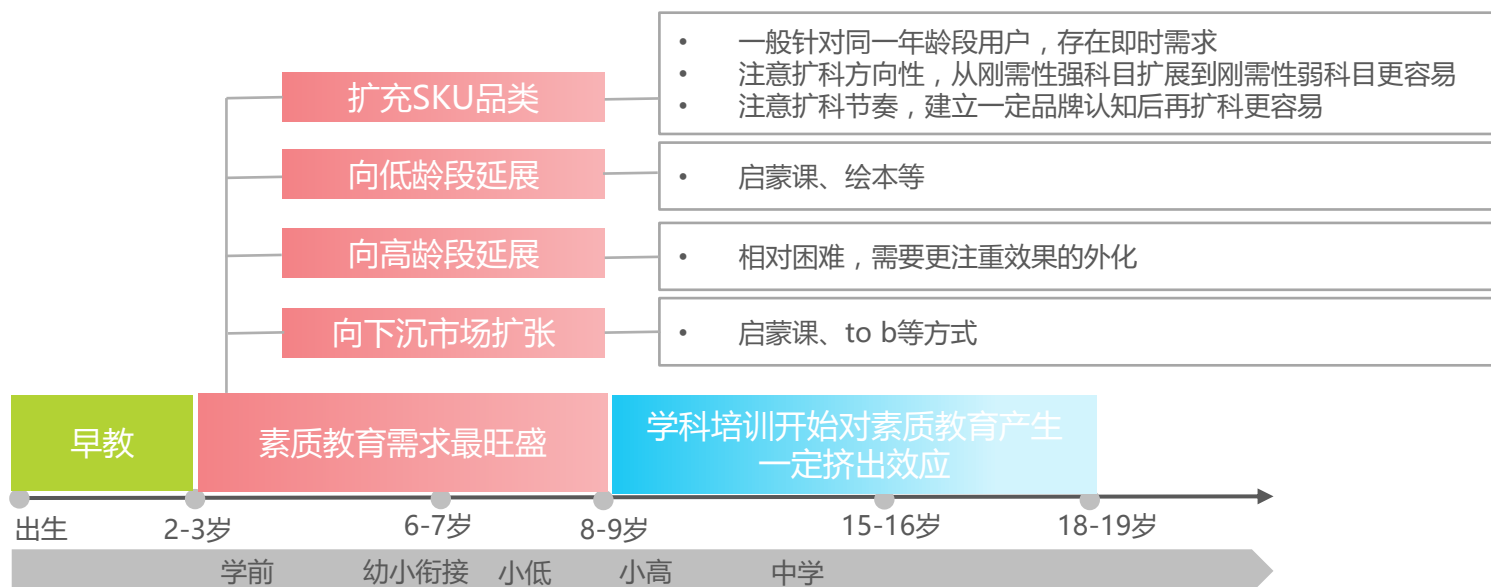


通过扩科提升UE模型健康度

建立一站式学习平台将成为大型教育主体的共同选择

激烈的市场竞争、多样的素质教育品类和持续提升的获客成本，促使素质教育机构持续寻求解题方案。现阶段，素质教育越来越成为刚需性品类，但从用户分布看，目前，3-9岁的学前及小低阶段是素质教育需求最旺盛时期，更高年龄段的儿童时间将受学科培训挤压，延长生命周期相对困难。因此，通过扩科建立一站式学习平台，以此提升用户生命周期价值并降低获客成本成为大型素质教育机构的共同选择。

素质教育机构普遍通过扩科提升UE模型健康度



回归本质，依靠良好的产品和体验获胜

短期看营销，长期看优秀的产品体验和效果

教育行业短期靠营销，长期靠优秀的产品体验和效果来建立差异化的竞争优势。从素质教育行业看，2018年左右的教育理念升级带来了素质教育行业的爆发式增长，但更深层次的教育理念相互矛盾，没有标准和规范。随着行业走向规范和成熟，具有优质的教育理念以及优秀的产品体验和效果的优秀公司将脱颖而出，并获得长期的品牌竞争优势。

教育机构发展的三个阶段

素质教育长期核心竞争力

	营销驱动	内容驱动	品牌驱动
特征	<ul style="list-style-type: none">产品同质化强用户认知不足，处于市场教育阶段营销竞争激烈	<ul style="list-style-type: none">竞争趋于良性，格局相对稳定用户对产品有一定认知	<ul style="list-style-type: none">大浪淘沙后，优质品牌脱颖而出能享有一定定价权和品牌溢价
关注指标	<ul style="list-style-type: none">市场份额收入增速获客成本	<ul style="list-style-type: none">营收规模、利润率、成本结构续费率、转介绍率	<ul style="list-style-type: none">营收规模、利润率、成本结构续费率、转介绍率
关键资源	<ul style="list-style-type: none">营销资金投入师资扩张	<ul style="list-style-type: none">教研、师资	<ul style="list-style-type: none">教育理念教研、师资

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞




艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询