



K12教育行业发展洞察2024

月狐数据 (MoonFox Data)

2024年5月

深圳市和讯华谷信息技术有限公司 版权所有 © 2011-2023 粤ICP备12056275号-13

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

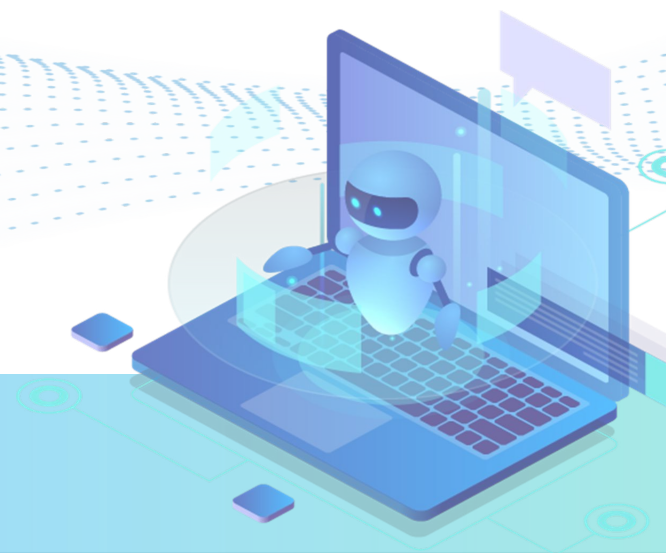
CONTENTS

01 | 市场概览

02 | 重点洞察：教育大模型

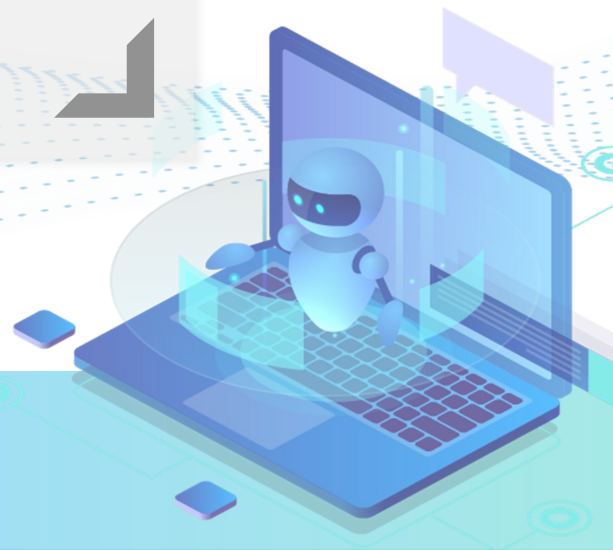
03 | 重点洞察：素质教育

04 | 发展趋势



第一章

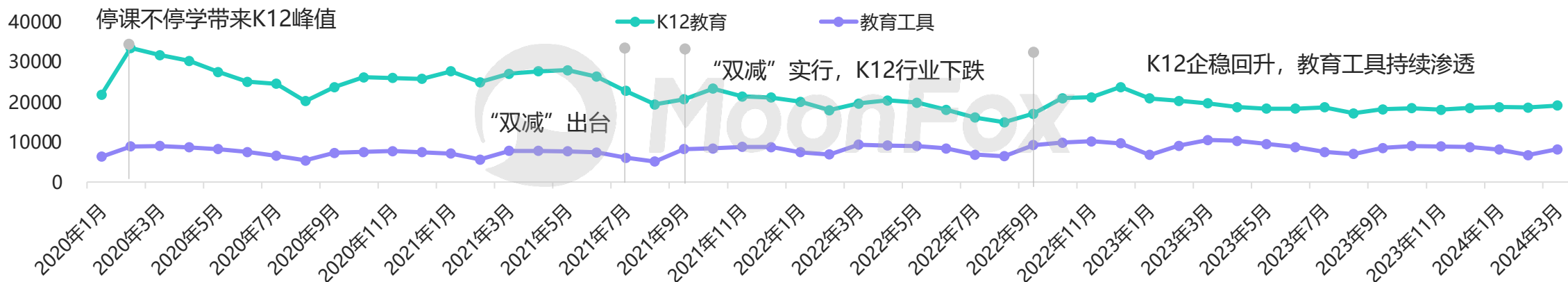
市场概览



发展回顾：震荡中前行，迎新一轮素质教育及数智升级机遇

- K12在线教育行业历经“停课不停学”的热潮、“双减”政策的规范，于2022年底遏制虚火，跨过阵痛期迎来回暖。政策鼓励非学科培训开展，使得素质教育市场的外部环境进一步改善；智慧教育布局叠加AIGC技术带来新增长曲线，行业迎新一轮发展机遇。

2020-2024年K12教育及教育工具行业月活跃用户规模变化



数据来源：月狐iApp (MoonFox iApp)；数据周期：2020年1月-2024年3月

K12教育

- **历经震荡下滑：**2021年7月教育“双减”政策出台，因“停课不停学”而火热的K12在线教育跌落风口，资本敏锐撤离、营销大幅收缩，行业玩家撤出K9学科培训，转型业务或探索跨界，行业进入震荡下滑期。
- **实现企稳回升：**2023年K12教育移动端MAU表现趋于稳定，一方面季节性波动减弱，需求刚性显现，用户使用更趋常态化；另一方面止住下跌趋势，呈企稳回升态势。

教育工具

- **数字化赋能价值：**主打家校互通、智慧校园的教育工具随数字化进程加速进校，融入K12校内教育生态，提升教育管理和沟通效率，促进家校协作共育，并积累学情数据，助力个性化、自适应教育实现。
- **保持逐年增长：**根据月狐数据，教育工具行业2021-2023年年均MAU实现逐年增长，以仅9%的复合增速上涨至8600万以上，覆盖渗透率截至2024年3月已达16.4%。

政策导向：K12教育持续减负提质，鼓励发展非学科培训

- 自“双减”政策落地，K12阶段的学科与非学科教培走向分类管理，校园教育减负提质与校外培训治理规范并举。2024年以来，“双减”工作进一步走深走实，行业监管框架趋于完备，推动K12教培规范化发展，并为非学科教育培训进校、行业数字化升级指明方向。

近期政策要点：持续推动“双减”工作走深走实，做好科学教育加法

校外培训行政处罚立规定则

《校外培训行政处罚暂行办法》
2023年10月实施，加强校外培训监管，使其成为学校教育有益补充

非学科类校外教育培训清单

教育部公布“面向中小学生非学科类校外培训目录清单”，81门课程亮绿灯，学科类补课严加监管

清除各类学科变异培训

进一步加强学科类隐形变异培训防范治理，到2024年6月隐形变异培训得以全面清除

学校美育浸润行动

出台《教育部关于全面实施学校美育浸润行动的通知》，全面实施学校美育浸润

校外培训管理条例征求意见

《条例》进一步完善校外培训管理制度，提出校外培训按照学科类和非学科类实行分类管理

学科类培训监管环境更趋严格

- 持续明确对校外机构违规培训、收费等行为的处罚，对规范校外培训执法过程和行为做出规定
- 《校外培训管理条例（征求意见稿）》拟将校外培训管理上升至立法高度，监管进一步迈入法制化阶段

头部机构具备合规管理优势

明晰非学科教育发展方向和进校路径

- 多门素质教育培训亮绿灯，指明业务布局方向。
- 在义务教育课后服务、加强中小学科学教育等方面明确表示引进具有相应资质、符合条件的第三方机构，强调有益补充定位，利好相关业务进校

关注非学科培训绿灯项与进校机遇

数字化升级仍是长期趋势

- 教育部发布人工智能赋能教育行动，推出具体行动并上线人工智能通识教育。
- K12教育数字化将完善顶层设计、加快应用落地，行业迎来智能产品服务、智慧校园ToG机遇。

数字化转型带来ToC及ToG机遇

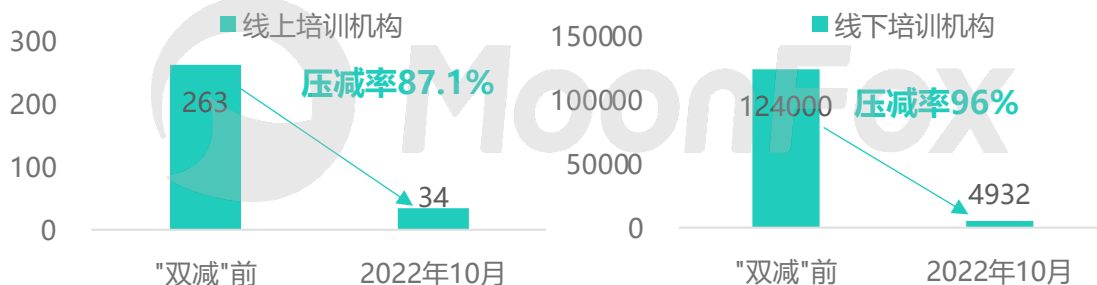
竞争环境：“双减”促进供给持续调整，行业竞争格局改善

- “双减”政策后K12教育供给侧持续调整，行业进入门槛提升，合规要求加强。目前，好未来、新东方等头部机构的教培业务已经实现顺利转型，在竞争格局得到改善、刚性需求长存的背景之下，头部优质机构有望进一步提升经营表现。

01.K9学科类培训机构

- 2022年10月，国务院发布“双减”报告显示，义务教育阶段线下学科类培训机构数量压减至4932个，压减率96%；线上学科类培训机构压减至34个，压减率87.1%；
- 此外，上市公司均已全面剥离或关停 K9 阶段学科培训。

义务教育阶段（K9）学科类培训机构数量



截至2023年8月部分省市K9学科培训压减率

安徽省
线上机构100%
线下机构95.39%

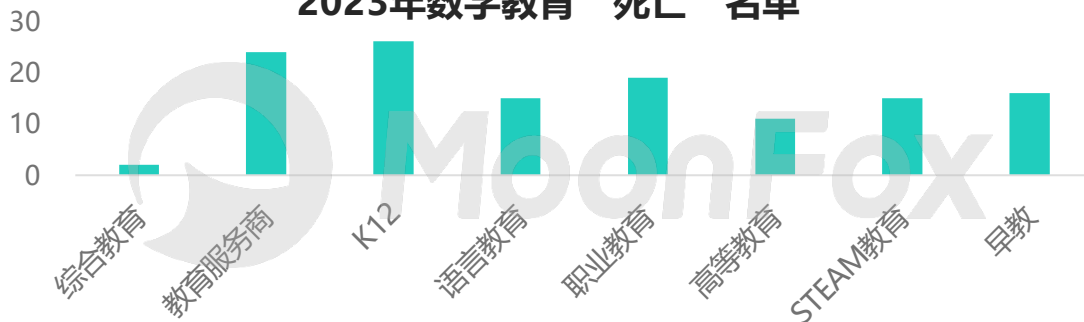
天津市
线上机构100%
线下机构93.3%

数据来源：中华人民共和国教育部；数据周期：2021-2023年

02.K12数字教育公司

从行业分布来看，数字教育中2023年K12教培公司“死亡”（包括公司破产、倒闭、重大重组、工商注销、创始人跑路、平台关停或停更等）数量最多，达到26家；以K12阶段为主要受众的STEAM教育也有15家“死亡”。

2023年数字教育“死亡”名单



数据来源：网经社；数据周期：2023年

机构大幅减少

“双减”以来，K12教培机构，尤其K9学科类教培机构大幅减少，行业供给侧实现出清

行业准入门槛提升

K12教培机构面临牌照监管，对机构的办学许可要求加强，行业进入门槛提高

行业洗牌优化供应

行业洗牌和整合加快，淘汰不合规及不具备持续经营能力的机构

供给侧调整改善行业竞争格局，叠加K12教育需求的长期刚性，利好优质、合规教培机构降低获客成本、提升利润率

供给调整 + 需求刚性

应用榜单：行业马太效应显著，一季度头部应用实现普涨

2024年一季度K12教育App季均MAU

排名	App	季均MAU(万)	季均MAU同比
1	 作业帮	14,857.64	1.03%
2	 小猿口算	1,758.22	9.39%
3	 一起作业	1,358.25	3.82%
4	 洋葱学园	1,307.12	24.61%
5	 小猿搜题	1,190.32	-13.78%
6	 智学网	809.83	-8.69%
7	 斑马	363.06	28.29%
8	 人教口语	277.49	19.03%
9	 作业帮家长版	270.29	-11.28%
10	 欧拉数理化	224.06	62.23%

数据来源：月狐iApp (MoonFox iApp)；数据周期：2024年1月-2024年3月

01 行业马太效应强，头部季均MAU整体上涨

- 根据月狐iApp数据，K12教育行业移动应用月活TOP5 App用户稳定在千亿级别以上，其中作业帮以1.4亿+活跃用户实现量级领先，日均新增用户保持在33万左右，行业马太效应显著。
- TOP应用一季度MAU同比普涨，其中，提供AI动画教学的洋葱学园及欧拉数理化、猿辅导旗下的素质教育App斑马实现增速领先。

02 2月底进入开学季，K12教育平台使用回升

- 受寒假和开学影响，行业季节性波动显著，以七天学堂为代表的K12教育平台具备成绩单推送、考试解读、学情分析等功能，承接春季学期开学带来的家校共育需求，在3月实现活跃用户规模环比高涨。

03 拍照解题需求稳定，搜题辅导类App粘性优势显著

- 从用户粘性来看，规模TOP10应用中，主打口算、搜题、作业辅导的产品人均单日使用时长相对领先，面向家长用户的作业帮家长版季度均值达22.84分钟，在规模TOP10产品中居第一。

重点动态：大模型竞争加剧、素质教育转型持续推进

教育大模型：研发及落地应用加速

2024年，大模型落地应用逐渐深入，K12教培企业重点关注大模型和教育场景、软硬件产品的结合，通过升级大模型能力、推出新功能新产品强化竞争力，推动商业变现。



小度发布新品学习机K16，实现文心大模型在学习机中的落地



有道

学而思MathGPT数学大模型更名为九章大模型，并上新功能、升级能力



松鼠Ai发布教育智适应多模态大模型，计划开启全球化战略布局



网易有道子曰大模型升级至2.0，并发布基于大模型的三项新应用及一款智能硬件新品

字节跳动上线河马爱学App，面向K12提供拍照答题等功能，探索大模型在教育领域的应用

新东方接入阿里云通义千问大模型，应用于学生体验、教师教学质量、教研内容研发等场景

素质教育：作为主要转型方向重点布局



随政策边界明晰、科学教育观念深化，素质教育有效承接教培需求，市场规模持续增长。头部机构普遍实现素质化转型，并于2024年加强相关布局，进一步倾斜业务重心。



学而思素养：与乐高教育、腾讯教育、人民出版社、爱棋道等多品牌展开合作，拓展教育方向、共创生态



猿辅导素养课：于1月联合河南博物院推出第二期“博物馆新知计划”，结合博物院特色与素养课内容，发起系列课程活动



童程童美（原达内教育）：2月，达内教育宣布更名童程童美，将IT职业教培业务从公司体系中剥离，业务范围变更为少儿编程教育业务童程童美。

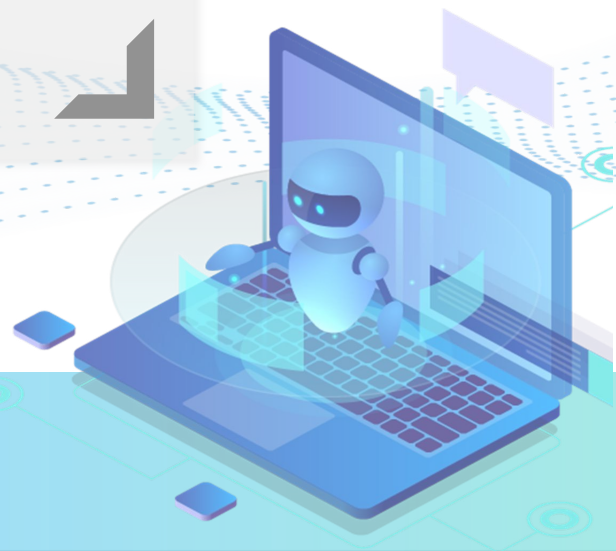


新东方：发布“归巢计划”，招聘素质素养、初高中、智慧学习机等教师岗位，主要针对新东方新兴业务发展需要，不涉及义务教育阶段学科类培训。

2024年，探索教育大模型落地、深化素质教育布局构成行业发展的两大核心方向，市场迎来比拼数智化和素质化转型质量的新一轮竞争

第二章

重点洞察：教育大模型



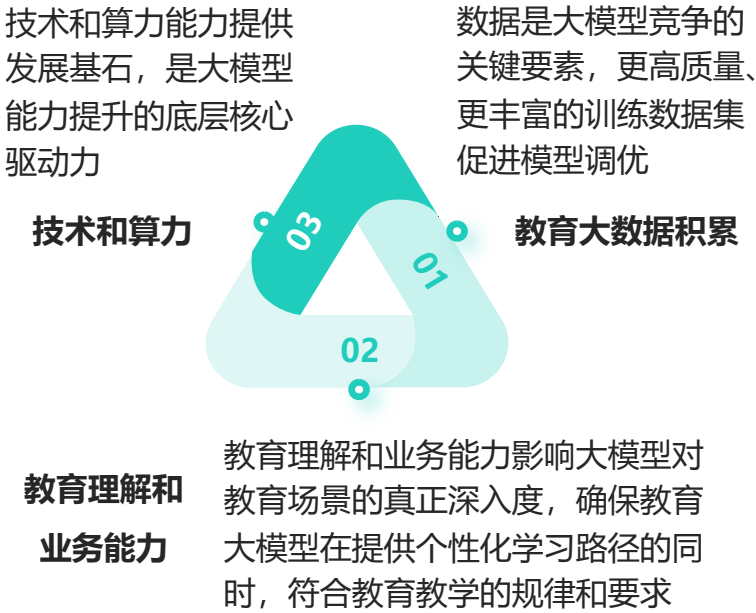
现状：K12教育大模型涌现，技术算力、大数据和教育理解构成核心竞争力

● 随AIGC浪潮席卷，K12教育企业在2023年纷纷开启大模型+教育探索，并作为强化竞争力的抓手在2024年加码布局。当前，K12教育大模型赛道（含垂类模型和落地K12教育场景的通用大模型）大厂林立，围绕核心优势强化自身竞争力。

主面向学生/家长端的大模型+K12教育

分类	企业	模型名称	核心功能
教育垂类大模型	作业帮	银河大模型	覆盖多学科、多学段、多场景，具备解题、中英文作文批改、多语言对话等能力，为已有产品矩阵提供赋能
	好未来	九章大模型 (MathGPT)	以解题和讲题为核心的数学领域垂直大模型，上线翻译、百科问答、口算练习、AI对话学等工具/功能
	松鼠Ai	松鼠Ai智适应教育大模型	将智适应系统与多模态大模型结合，具备更高效地绘制学生的学习画像、为学生提供个性化教育服务的能力
	网易有道	子曰大模型	向下游场景提供语义理解、知识表达等基础能力，覆盖口语训练、作文批改、习题答疑等六大教育的细分领域；2.0版本实现在口语对话、教育场景下的知识问答以及文字处理能力的提升
通用大模型	科大讯飞	讯飞星火认知大模型	星火大模型提供教育专属大模型能力底座，面向C、B、G端发展业务，如星火智慧黑板、星火语伴App、AI学习机等一系列功能/产品
	百度	文心一言	可作为智能教育助手与学生进行交互，提供个性化学习建议和题目批改答疑，已在小度学习机新品中搭载
	字节跳动	豆包AI	AI智能体具备学习板块，涵盖中小学学科辅导、学习帮手、口算批改等K12教育场景，提供个性化教育服务和智能辅助教学

K12教育大模型核心竞争力



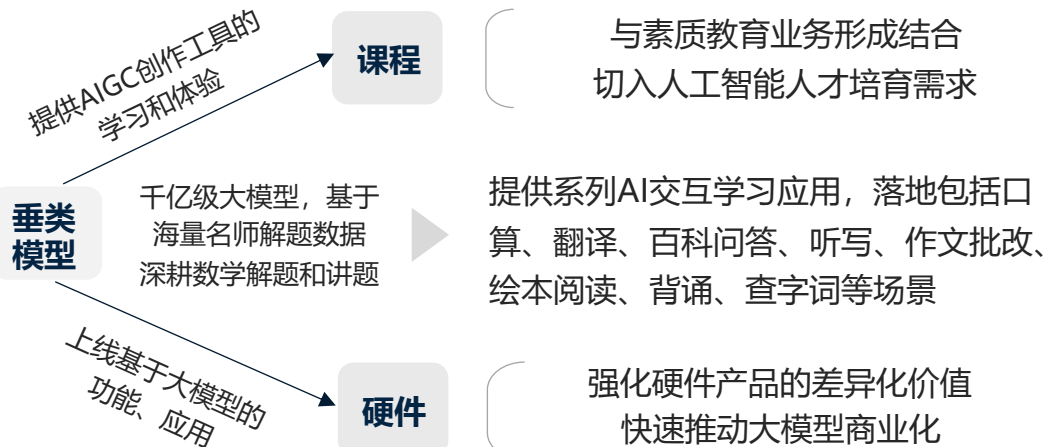
科技企业：在模型能力和算力资源方面优势显著
教育信息化企业：兼顾技术能力和数据积累
K12教育企业：在教育内容和学情数据方面占优

好未来：基于学科积累优势深耕数学垂直大模型

- 好未来在“双减”政策实施后，将定位调整为智能学习解决方案提供商，业务重心放在学习服务及学习内容解决方案两大方向。2023年，好未来快速启动数学垂类大模型研发，截至目前已经布局大模型应用、AIGC教培课程、大模型+智能硬件三大方向。



好未来布局总结



好未来大模型布局特点

发挥业务优势

保证体验效果

形成错位竞争

- 深耕数学大模型，构筑差异化竞争力
- 学而思以数学为优势学科，积累学情数据和教学理解
- 提高解题正确率、步骤清晰度和讲解合理性，深度满足需求
- 形成数学垂类优势，并延展语言、阅读、写作等落地方向

好未来：大模型驱动业务及估值增长，将加码AI+教育布局

- 好未来通过大模型+K12教育的布局，推动“科教、科创、科普”战略转型。业务发展方面，好未来基于大模型实现智能硬件领域的创新，以AI驱动的学习设备出货量及配套App应用规模增长显著；通过深度融合大模型，提升教育服务的质量和效率，赋能学习服务业务发展。从好未来的财务数据和市值表现来看，其战略布局正在逐步展现出预期效果，并得到资本市场认可。

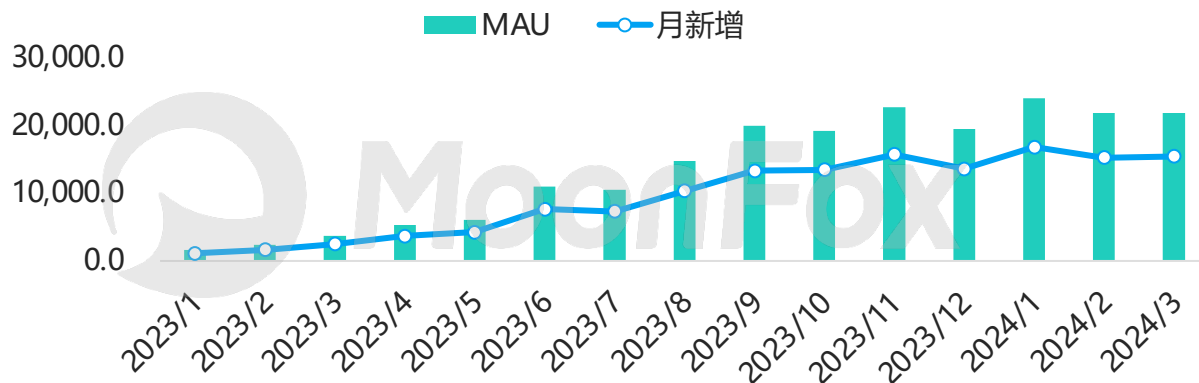
好未来
近一年市值
快速回升

日期:2023-05-08
总市值:35.82亿美元



日期:2024-05-06
总市值:83.90亿美元

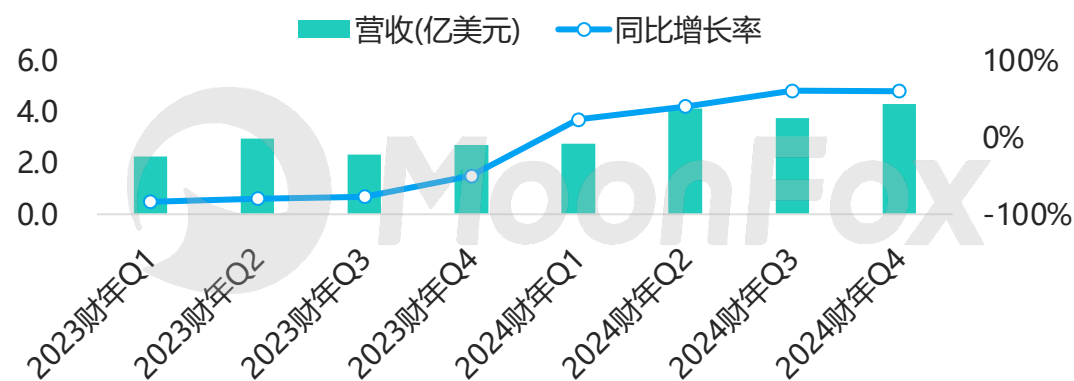
2023-2024年学而思智能App用户规模



数据来源：月狐iApp (MoonFox iApp)；数据周期：2023年1月-2024年3月

AI驱动软硬件增长：2024财年一季度，好未来表示学而思XPad和其他AI驱动的学习设备出货量呈现逐月增长态势。根据月狐数据，学而思旗下的智能硬件家长管理系统学而思智能App自2023年以来进入快速增长期，月活跃用户及新增用户均呈整体上涨趋势，于2024年1月达到峰值。

好未来2023-2024财年营收及增长表现



数据来源：企业财报；数据周期：2023财年-2024财年

营收回升，持续加码大模型：好未来营收自2023财年三季度起呈增长态势，并于2024财年四季度达到4.30亿美元，同比增长60%。好未来表示，将继续投资AI研发，优化大模型、提升响应速度和准确性，加强产品和应用落地，以把握AI+教育产业趋势。

网易有道：以场景应用为导向研发大模型，赋能全线产品

- 网易有道发布主打语言学习的教育大模型子曰，采取以场景为先的战略持续推出大模型教育学习应用及智能硬件产品，覆盖含K12阶段在内的翻译、口语陪练、家庭辅导等核心功能，实现对主要学习场景下用户需求的契合。

01

发布教育垂直大模型及六项应用

推出教育大模型子曰，发布六项基于大模型的新应用：LLM翻译、虚拟人口语教练Hi Echo、AI作文指导、语法精讲、AI Box、文档问答

02

持续提升大模型能力并上新产品

升级子曰大模型至2.0，发布有道速读、AI家庭教师“小P老师”、Hi Echo 2.0三项应用及有道AI学习机X20

03

基于大模型能力升级硬件产品

推出词典笔S6 Pro，在智能扫读、AI作文批改等功能的基础上，对内容和AI功能进行扩容

网易有道大模型能力及K12相关产品服务矩阵落地

大模型布局升级

子曰大模型

具备语言学习赋能优势

- 作为基座模型支持诸多下游任务，向所有下游场景提供**语义理解、知识表达**等基础能力。

以场景为先的战略布局

- 在子曰大模型的基础上，为不同学习场景设计了定制化的模型，以实现模型与场景的高度契合。

创新教育学习应用

随大模型发布、升级同步推出各项AI教育应用功能

Hi Echo口语教练：开放式对话+角色扮演纠音
AI家庭教师：提供全学段、全学科的答疑支持
中文写作：主题讲解 + 一对一批改 + 个性化评价
AI翻译：支持指令要求，具备文本深度理解能力
.....

注：部分功能非K12垂类应用，但可满足K12阶段学习需求

智能硬件

词典笔、学习机、听力宝等品类新品搭载大模型能力与应用功能



- **模型优化**：大模型升级至2.0，提升口语对话、教育场景下的知识问答以及文字处理能力
- **硬件创新**：有道AI学习机X20为“三合一”模式，集学习机、学练机和学生专属电脑于一体
- **生态开放**：Hi Echo将正式对外开放合作，未来有意链接车载系统、智能手表等各大场景

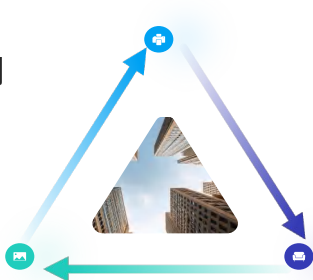
网易有道：加快大模型落地转化，为多元业务提供驱动

- 大模型+教育方向，网易有道于技术能力、数据积累、业务理解三大竞争要素上具备较为均衡的综合能力。但于此同时，网易有道智能硬件业务收入在激烈的市场竞争中持续同比下滑。网易有道表示，将在2024年加快大模型落地转化，以强化学习服务和智能硬件产品的竞争力。

网易有道具备教育大模型综合优势，将加码AI布局

01 技术及算力

背靠网易技术、算力和资源优势。2023年，网易研发支出达165亿元新高，并加码AI自研大模型等关键技术的研发及应用投入力度



02 用户及大数据

- 以工具+硬件+内容积累大量用户；且与网易旗下产品形成协同生态，集团超10亿用户有助其持续获客；
- 可基于用户规模优势形成海量学情大数据

03 教育业务理解

网易有道创立于2006年，以工具产品起家，涵盖学习服务、智能硬件及在线营销服务，丰富的业务矩阵和持续的行业深耕形成对教育体系、业务和场景的深度理解

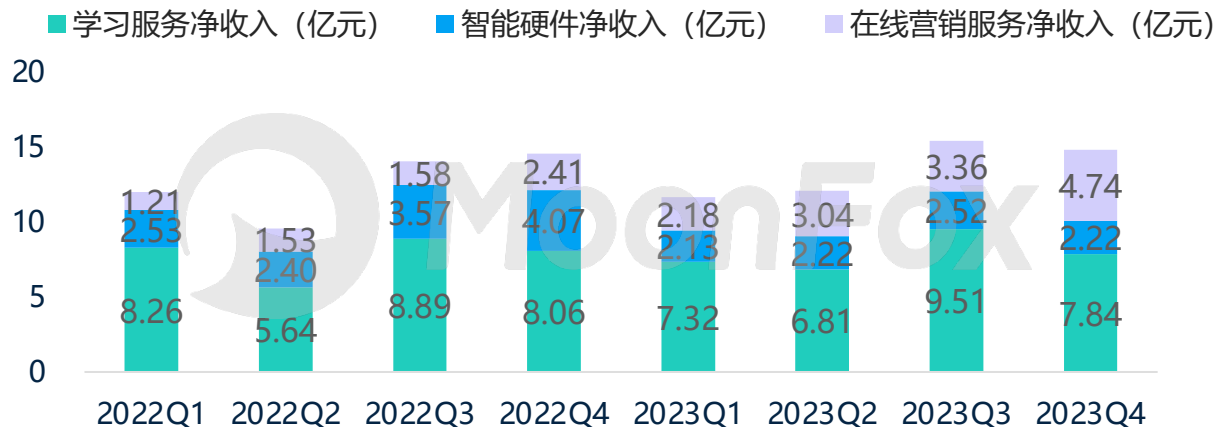
加速转化

网易有道将在2024年应用人工智能来差异化学习服务产品并提高生产力、以人工智能和独特的硬件功能创造更多价值

以大模型驱动应用订阅增长、提升智能硬件竞争力

- 在词典和翻译方面，网易基于子曰大模型发布的AIBox已成为推动订阅量增长的关键功能，也为有道在线营销业务做出显著贡献
- 2023财年，智能硬件业务受销售渠道简化策略影响，收入下滑27.6%。面对表现不够理想的智能硬件，网易有道应对策略包括：加快新品推出速度、扩大产品范围等，并通过搭载AI大模型提升硬件产品差异性，以期跳出同质化竞争。

2022-2023年网易有道收入表现



数据来源：企业财报；数据周期：2022财年-2023财年

作业帮：教育+科技战略下，发布面向多学科、学段、场景的教育大模型

- 作业帮依托“教育+科技”双引擎战略，持续发展教育信息化、智能教育硬件、素质教育业务。2023年5月起，作业帮在海外上线基于AI的问答辅导类应用；后续发布银河大模型并应用于旗下硬件、图书、App等产品矩阵中。

AI落地教育问答与辅导场景，结合出海布局上线App

作业帮在美国、印尼等地上线基于大模型的教育问答和作业辅助产品 Question AI，包括扫描识别、AI解题和聊天、提炼教材解决方案等能力，涵盖数学、历史、英语、物理等多学科。

发布银河大模型，应用于旗下多业务场景

正式发布基于自身AI算法沉淀和教育数据积累所研发的银河大模型，能盖多学科、多学段、多场景，具备知识解答、创意写作、自主提问、陪伴式辅导等功能。作业帮表示，将在旗下多种场景中应用银河大模型。

持续优化大模型性能与多模态能力

据作业帮公布，银河大模型的底层能力相比2023年有较大提升，比如大模型对写作意图的理解，尤其对多样性的把握有显著提升。

作业帮大模型落地总结

场景

学生侧：AI写作、AI解题、AI伴学及多语言知识问答等，能够基于学科内容储备和实际学情帮助学生纠正错误、提高技巧、获得创意启发。

教学侧：助力教学资源生产以及个性化教学



落地

截至目前，银河大模型的落地包括智能硬件、图书、作业帮旗下学习工具App、云思智学教育数字化等方向

银河大模型对不同学科及学段的覆盖能力，有助于为作业帮的多元产品矩阵提供人工智能引擎，推动更多业务增强竞争力。

作业帮
大模型
布局动作

1

2

3

作业帮：聚焦已有产品，大模型助力巩固软硬件业务优势

- 区别于好未来、网易有道的布局，作业帮并未随大模型的发布而同步推出新的AI教育应用或智能硬件，而是逐步在已有矩阵中落地大模型，带来效应相对更为隐性。预计随着对大模型教育功能与场景的深入探索，作业帮将进一步巩固自身“智能”、“科技”标签，放大竞争优势。

01. 银河大模型表现

文科能力

据公布银河大模型在文科题目的准确率达95%以上

数理能力

- 小学阶段的应用题、传统代数题可充分理解题意，准确解答
- 对含有图表的几何题或图文题的理解与解析能力仍有待加强

需要进一步提升大模型的多模态认知能力

02. 助力硬件产品发展

在作业帮目前铺开的全品类教育硬件矩阵中，大模型能够为学习机、辅导机、学习笔和AI学习桌等多产品提供赋能。

硬件销量增长

银河大模型落地后不久，作业帮发布双11战报，称2023年作业帮硬件旗下各类教育智能产品全渠道GMV突破2.5亿元，同比增长238%

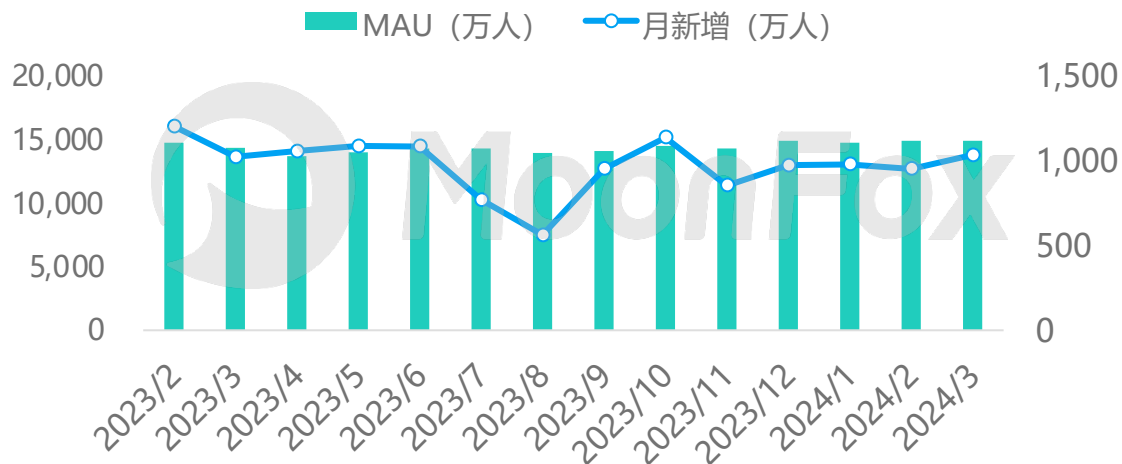
赋能硬件全品类矩阵

作业帮表示，已经围绕学习核心场景，建成硬件全品类矩阵。“教育+科技”战略下，大模型将助力硬件产品持续创新、智能发展

03. 巩固K12学习应用领先地位

根据月狐数据，作业帮在加码大模型之前，旗下的作业帮App已经稳居K12教育领域活跃用户榜榜首，且在MAU规模量级上与其他App拉开显著差距。发布后银河大模型后，作业帮App月新增用户继续保持在近千万量级，领先程度得到进一步放大。

2023-2024年作业帮App月活跃及新增用户



数据来源：月狐iApp (MoonFox iApp) ;
数据周期：2023年2月-2024年3月

其他厂商：互联网及AI企业多方入局，大模型落地K12寻求商业变现、深化教育布局

互联网企业



字节跳动： 基于大模型再战K12教育

面向K12用户上线河马爱学App，以拍照答题、作业批改、文学素养为主要服务，提供AI机器人盐盐等AI功能，基于大模型技术探索自适应教育。



百度： 以大模型优势强化硬件竞争力

基于文心一言大模型发展AI互动大语文体系，将大模型优势和教育硬件优势叠加放大。于新品小度学习机中搭载 20 项 AI 功能，提供阅读、写作、文学积累、诗词鉴赏等语文全场景互动式指导。



K12教育为大模型商业化重要方向

- 教培行业数字化升级需求和大模型能力具备高契合度，K12阶段教培需求刚性且场景多元，涉及家校及政府多方主体，涌现的商业机遇驱使人工智能公司、教育信息化公司、互联网大厂等玩家入局大模型+K12教育。

为互联网/AI企业布局教育提供抓手

- 头部互联网企业及AI企业在大模型代码能力、多模态能力等更多通用能力方面具备整体优势，大模型+K12教育方向为积极布局教育领域的互联网及AI公司提供关键切入点，有助其基于技术优势强化竞争力。

人工智能企业

松鼠Ai： 主打全科智适应，开启终端布局



松鼠Ai融合智适应技术和多模态大模型，灵活部署个性化教育场景，展开智适应教育大模型终端产品布局，已完成超过2000家线下智能学习机门店的业态布局。

科大讯飞： 融合大模型能力赋能智慧教育



基于讯飞星火认知大模型推出面向老师、学校、企业、开发者等更多元的应用落地产品及AI科学教育解决方案，如：星火教师助手、讯飞星火智慧黑板、AI学习机、讯飞语伴App、口语模考陪练功能等

发展瓶颈：教育大模型面对效果、成本、变现等多重挑战

- 目前，计算机幻觉是通用及垂类大模型发展的一大瓶颈，于K12领域中可能带来题目错误理解与回答、教育内容不符/不全面乃至教育伦理等问题，影响用户体验及大模型教育产品接受度；此外，在模型训练和应用落地过程中，还可能存在安全及合规问题和难点待攻克。对企业而言，以跑通商业模式为目标，仍需围绕教育理解能力、实际应用体验等方向优化模型与功能，以发挥大模型价值点、提升市场渗透率。

大模型+K12教育需持续攻克落地难点



数据安全及
合规问题



计算机幻觉问题



内容
不一致



事实性
错误



- K12教育场景下，大模型提供问题解答、分析诊断、交互及伴学等价值，需要相应的知识储备和逻辑能力支持。但由于知识点规模庞大且不断更新、模型训练及理解分析能力不足等原因，大模型生成的内容可能出现事实错误和不一致问题，如知识点老旧、问答张冠李戴、编造错误内容等，影响教育准确性和全面性
- 通过丰富预训练数据、建立测量指标评估、持续改善模型等方式降低计算机幻觉问题的程度及影响，并针对数理、逻辑等不足之处重点提升

大模型在训练、使用数据的过程中存在安全问题。落地K12教育的过程中涉及大量学情数据，可能导致隐私信息泄露

生成式人工智能监管治理需得到重视，在合规方面可能存在侵犯知识产权等风险

大模型+K12教育跑通商业变现仍有阻力



认知及接受
问题



部分潜在用户对于AIGC技术持抵制态度，家长侧存在对大模型教育产品价值、能力及实用性、教学准确性的不信任与不认可

在实际场景中，可能因用户不当使用出现过度依赖、抄袭作弊等问题，产生不良影响

供给侧

- 模型开发及训练成本高昂
- 数据规模与质量需求高
- 研发及布局趋于同质化

.....

受众侧

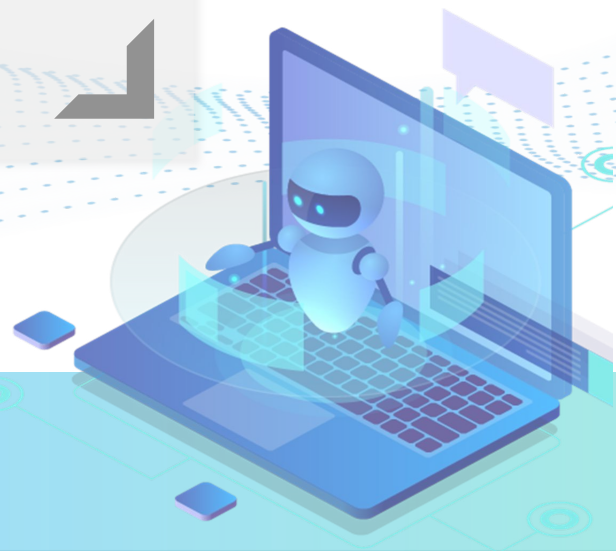
市场接受度不足，付费产品实际渗透率还处在相对较低水平



跑通市场需求、完成用户教育是大模型为K12教育行业真正带来增长驱动力的关键点

第三章

重点洞察：素质教育



背景：素质教育赛道崛起，头部教培公司加速转型丰富供给

素质教育赛道崛起

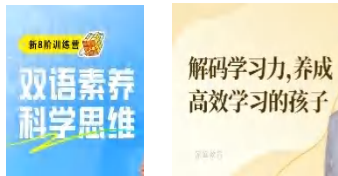
- 1993年起，素质教育转型提出，此后陆续出现相关教育机构，素质教育评价纳入升学制度
- 2013年起，政策利好与教培线上化趋势共同催化素质教育升级
- 2015年，教育部提出STEAM教育模式，多方主体开始推进STEAM教育发展落地
- 2021年，“双减”政策后素质教育中成为K12教培机构转型的主要方向，供给端加速发展
- 2022年5月，教育部明确素质教育培训有益补充地位

代表性K12教培机构素质教育转型动作

作业帮：发展素质教育品牌

推出小鹿素养品牌，目前拥有作业帮编程、小鹿、百分运动课等素养教育App

高途：提供素养、家庭教育课程



猿辅导：持续开发素质教育品牌、App产品、课程内容

先后发布“南瓜科学”STEAM教育品牌、“猿辅导素养课”素质教育品牌，拥有斑马、猿编程等多款在线素质教育产品，并正式推出人文博雅阅读课、新思维课、阅读表达课三门课程，打造“大概念新体系”深耕素质教育转型

新东方：非学科培训布局多点开花，线上+线下齐推进

全面停止K9学科类培训后，新东方在教育方面的业务转至少儿素质素养、研学游学、营地教育等方向，成立新东方素质教育成长中心。其中，新东方少儿素质课程包括思辨与口才、智力脑开发等培养，并涵盖美术、书法、编程等课程

02

高途业务重心转向成人教育+素质教育，其青少素养课程以脑力、悦读、思维、科学为主，并发展出学习力、语言思维等家庭教育内容

好未来：线上线下、新旧业务齐发力，实现全面转型

- 推出学而思素养中心，研发多元素养产品
- 学而思网校全面升级素养体系，围绕科学、人文、智造领域陆续推出素养课程
- 形成“3-2-1”业务布局，素质教育发展为好未来学习服务最大的收入来源

线下素养课



线上素养课



03

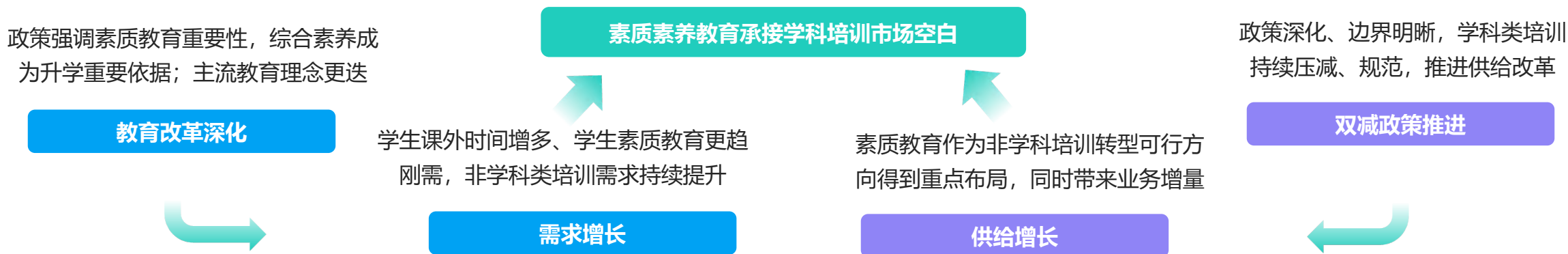
04

05

01

现状：素质教育承接学科培训市场空白，发展为支柱业务

- 随教育改革深化、双减政策推进，K12学科类培训供给、需求均已实现向素质素养教育的转移：一方面，学科培训机构转型素质教育培训已见成效；另一方面，素质教育充分承接五育融合教育方针下的新时代教培需求，使得市场稳步扩容。



- K12头部教培机构自双减政策后积极转型，至2024年素质教育至已成为K12教育业务支柱，实现快速发展并得到进一步深化布局。



好未来：素质教育贡献主要收入且快速增长

- **素质教育为主**：好未来2024财年第四季度财报数据显示，学习服务业务中素质教育占总收入超40%
- **素质教育增长**：素质教收入同比增长超50%，主要受益于培优线下的高增长，线下教学点扩张速度快于预期。



网易有道：以数字内容服务为重点

- **收入和现金流重要来源**：2023财年，网易有道的新型数字内容服务，包括有道领世、有道博闻等K12素质教育课程，带来20亿元净收入
- **重点布局**：2024年数字内容将成为学习服务重点

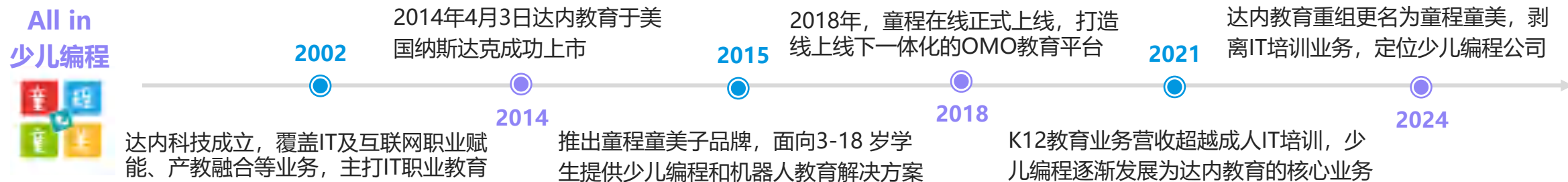


新东方：非学科培训需求增长强劲

- **非学科类辅导业务增长**：报名人数同比提升，在涉足的市场中进一步提升渗透率
- **业绩预期**：教育类新业务是关键的增长动力，有望实现超60%的收入增长

童程童美：All in少儿编程，以OMO模式深耕AI人才教育

- 童程童美（原达内教育）在自身少儿编程教育业务持续增长、超越成人IT培训的背景下，于2024年初All in K12，在已有的IT教培基因和OMO业务布局优势基础上，结合AIGC、XR技术持续升级教育方式和内容，加码科创教育。



形成OMO少儿编程业务矩阵

线下布局

- 236家学习中心
- 覆盖全国
- 直营+小班教学模式

线上课程

- 6-8岁SCRATCH图形编程
- 8-18岁PYTHON代码编程
- 9-18岁NOIP信息学奥赛

IT教培基因：基于IT培训经验，依托“专业+实战+理论”积累，研发趣味编程教育课程

OMO模式：通过线下学习中心+在线直播学习平台童程在线的布局，深化线上线下一体化OMO教育模式

童程童美以AIGC为重点方向，升级少儿科创教育方式及内容



结合AIGC和XR技术发展科创教育

- 教学方法：**成立AI-STEM研究中心探索基于元认知学习和编程知识图谱及大语言模型的教学方法；教学环节引入AI技术
- 教学体验：**利用虚拟环境、AR、VR等技术丰富沉浸式教学体验和应用



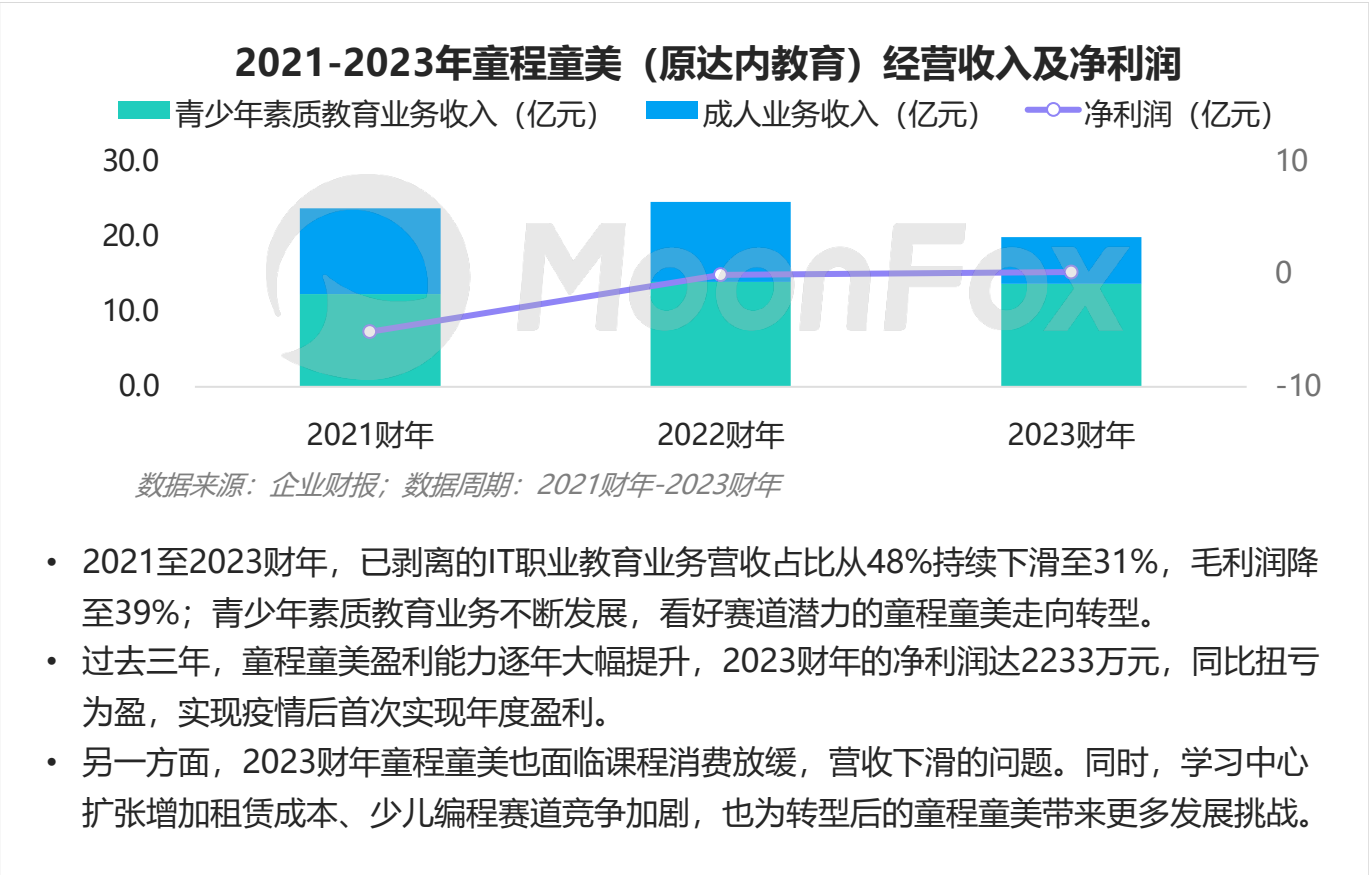
扩展业务布局丰富教学内容及教具

- 教学内容：**关注人工智能+教育风口，2024年推出系列针早期人工智能学习课程，侧重人工智能实操
- 自研教具：**自主研发学前STEM教育编程教具“Tech星球-电子积木套装”。在整套课程设计的逻辑上采用OBE成果导向式的教育理念

童程童美：长期竞争力优势下扭亏为盈，需巩固自身护城河

- 2023年童程童美报读人数增长，长期深耕形成的强口碑和续费能力带来可观转化，全年营收达到13.75亿元，实现疫情后的首次年度盈利。从市场环境来看，少儿编程赛道的行业集中度相对较低，政策利好和增长潜力吸引更多头部教育公司转型及互联网公司加码布局，童程童美在调整业务重心后还需持续加固自身护城河，以应对市场挑战、进一步提升占有率。

童程童美2023年业务表现		数据来源：公开信息
用户规模	2023年报读人数达21.06万 同比增长0.6%	
品牌口碑	续费和口碑带来的新学员占新缴费学员比例达77.3%	
覆盖城市	236家学习中心 覆盖50+城市	
教学成果	全年超过3.6万名学员参加包括“教育部白名单”在内的科创挑战活动，99%学员收获各级奖项	



新东方：业务多点开花，夯实一站式素养教育服务能力

2014

成立相关研究与发展中心，随后逐步设布局素质教育业务

2016

新东方小学推出以微语文为代表的线上素养课程，后陆续推出综合素养课、传统文化之旅等

2021

设立i素质成长中心，注于3-12岁德智体美劳五育，剥离 K9业务并将教育业务重心转移至素质教育赛道

2022-2023

- 成立智慧教育事业部，整合新东方KIDS+、东方创科、东方慧教三个品牌
- 新东方文旅集团成立，国内研学和营地教育业务均被并入

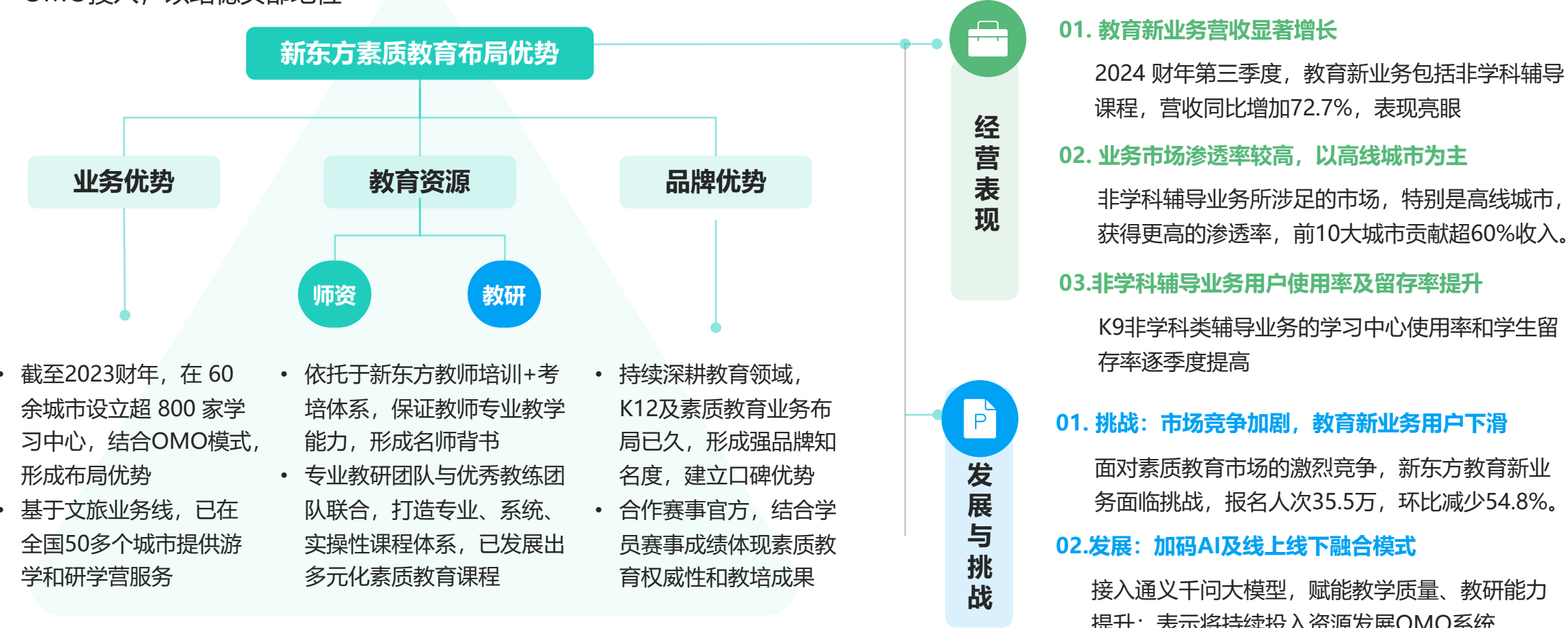
- 新东方素质教育布局较早，在双减后加速将教育业务重心转向素质教育，截至目前已经形成相对完善的素质教育业务矩阵，包括i编程、i机器人、i科学等课程，以系统化教学体系、优质师资、可视化学习效果平台提供一站式素质教育服务。

面向3-12岁用户形成一站式素质教育业务矩阵



新东方：资源及品牌优势之下，非学科培训业务增长亮眼

● 作为老牌教培机构，新东方业务布局广泛、师资体系完备、品牌知名度高，兼具先发优势和规模优势，形成强行业影响力。2024财年，新东方以素质教育为主的新教育业务发展表现亮眼，持续渗透高线城市、提升用户留存。未来，面对素质教育赛道的竞争，新东方将加码AI及OMO投入，以站稳头部地位



发展：科学及研学教育热度提升，关注技术驱动下的新趋势

- 素质教育细分方向中，艺术及体育已发展为较为成熟的市场；科学技术、营地研学等赛道关注度提升，宏观利好之下需求和供给侧均进入加速发展期；AIGC、XR等技术落地，促进思维、语言和编程等领域的素质教育内容和方式创新，建议长期关注由技术驱动带来的新机遇。



STEM赛道更多机遇涌现

01

科学教育做加法、数字化进程加速，以科学技术、工程与数学为核心的科学教育供需增长，看好进校和AIGC带来的机遇

需求提升+供给方向明晰：科学教育成为课后服务基本必备项目；且政策为科学素质教育服务供给给出指导方向

政策利好进校：政策指出可根据实际需要，通过政府购买服务等方式适当引进合规的科技类非学科培训课程，利好加速进校

AIGC机遇：AIGC技术风口下，科创教育加速发展，人工智能内容、编程、机器人、大模型等学习方向的渗透加速、天花板提高



技术驱动素质教育深度创新

02

以教育大模型为代表的AI+教育进入落地阶段，在思维启发、语言学习和少儿编程等素质教育领域带来创新的可能性

- 大模型以多轮对话及学习能力启发思维、助力语言学习，实现个性化教育
- 人工智能技术发展和AI工具应用改变少儿编程教育内容和目标
- XR技术以沉浸式体验带来更生动的数字教育，契合素质教育理念

教育模式创新

教育过程个性化

教育体验仿真沉浸

教学结果显性化



营地、研学教育热度提升

03

文旅消费复苏背景下，营地教育、研学教育升温，加速释放潜力，教培机构或结合集团业务布局深化相应产品/服务投入，或合作地方文旅进行布局

集团业务线

游学研学
营地教育
夏令营

体育健康

文旅教育联动

户外运动
素质拓展
文旅联动

见闻阅历

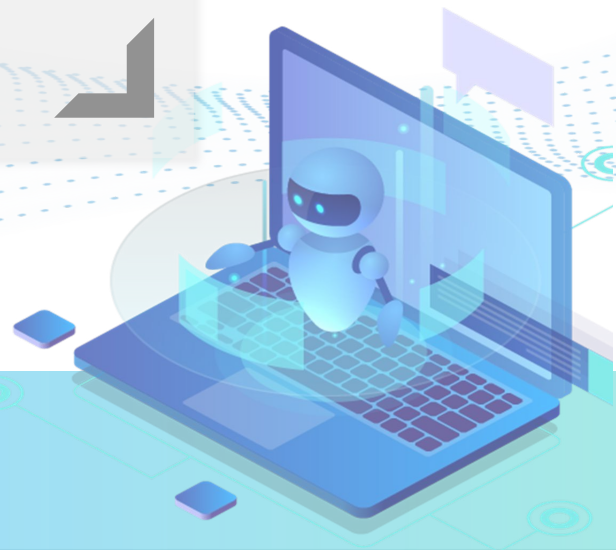
政企联合

文化素养

从发展趋势来看，营地及研学教育将进入新一轮增长期，拓展细分品类、提升用户体验、深度融合教育与文旅为重点突破方向

第四章

发展趋势



K12教育仍将长期面临强监管，素质教育刚需和教育大模型红利之下，挑战和机遇并存

素质教育

- K12教育政策持续细化，学科培训和非学科培训分类治理背景下，进一步落实业务范围、培训收费等各方面规定。在行业的强监管时代，K12教育行业的素质化转型将持续加速；
- 与此同时，随着相关政策落地，K12素质教育的可行业务方向也将更趋明晰，结合供给侧出清带来的良性竞争环境，行业进入新发展机遇期，预计K12素质教育市场将持续焕发新生机。

政策

大模型

- 教育大模型和基于大模型研发的教育软硬件产品陆续问世，从AI助力教育答疑、提供虚拟伴学向提供自适应教育、形成智慧化环境发展。新可能。预计随着大模型在教育领域更多场景、环节中的应用，大模型应用边际有望扩张，进一步提升赋能效果，塑造个性化教学教育的新形态，奠定未来教育业态的发展方向。

技术

商业创新

- 结合教育政策风向和技术风口，K12教育的商业模式迎来更多创新机遇：例如AI智能自习室，通过硬件设备和AI技术为学生提供自习中的智能提醒、管理和自习后的智能诊断及教培服务，降低对助教的依赖，同时满足课后托管服务需求，实现商业模式创新；此外，AI课程也有望成为在线教育的重要流量入口，助力K12教育获客。

模式

K12教育出海掘金提速，关注数字教育等机遇与本地化挑战

- 除大模型+教育和素质教育之外，海外市场也为K12教育带来巨大增长空间，以好未来、猿力科技、作业帮为代表的头部企业加速出海掘金，51Talk则已实现全面出海；长期来看，教育数字化、中文学习需求带来更多出海机遇方向，AI技术亦在其中提供重要抓手，赋能企业强化竞争优势、降低本地化难度。

好未来

先发优势：好未来在2016年战略投资海外自适应学习平台；2018年开启国际化进程，陆续在美国硅谷、英国、新加坡等国家地区设立分校。

业务路径：面向海外K12学生提供多样化课程服务，在出海初期着重布局优势学科数学，后续发展出包括中文及素质教育在内的业务

海外教育品牌
Think
Academy

海外投资收购

猿力科技

顺应海外市场需求：从2019年开始，小猿口算出现海外用户的自发使用，小猿口算顺势出海，推出海外版应用CheckMath

加速出海：据公布，猿力科技旗下数字学习产品已出海超百个国家，总计覆盖5亿用户，出海业务已经占据重要地位

CheckMath
主打拍照解题

猿力科技联合
创始人官宣
ClassUp定位
全球K12教育

51Talk

转战国际市场：于“双减”政策后全面出海，主打海外英语教培。

经营表现：财报显示，2023财年拥有超过5万名活跃学生和4000万美元总营收，实现首年收入100%来自国际市场，将继续加大大地化战略

To
B
及
To
G
方向

海外K12数字教育进校

K12数字教育出海路径下，主打智慧校园软硬件和解决方案的厂商可基于AI技术优势深化与当地政府部门合作，形成面向ToB+ToG为主的模式。



K12中文教育赛道

赛道市场空间随中文学习需求增长，可通过ToB、ToG模式实现规模化。但中文教育的本地化成本相对更高，需针对不同市场差异化研发和投入。

To
C
方向

本地化挑战下的发展路径

国外用户在学习理念与习惯、文化和社会认知等方面均与国内差异较大，工具和内容都需要加大大地化，尤以课程为甚。可以AI技术为抓手，选定强标准化学科、海外华人及东南亚市场进行深耕，一定程度降低本地化挑战



数据需求请联系
data@moonfox.cn



数据洞见未来
Think Big with Data

30