**2018年天津市基础教育“教育创新”论文评选申报表**

所属区：东丽区 学科分类：中学物理

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 论文编号 | | CX-2018-010- - | | | | | | | | | | | | | | |
| 论文题目 | | **“互联网＋”背景下在线教育模式研究** | | | | | | | | | | | | | | |
| 作者姓名 | | 柳春成 | | | | | | | | 会员编号 | | | | HY-010-Z003-091 | | |
| 第一作者 | 姓名 | 柳春成 | | | 性别 | | | 男 | | 民族 | 汉 | | | 出生年月 | | 1985.1 |
| 学历 | 研究生 | | | 职务 | | | 教师 | | 职称 | 中二 | | | 教 龄 | | 11 |
| 邮箱 | Wangpaia1ji@163.com | | | | | | | | | 手机 | | | 13702064893 | | |
| 单位 | 天津市军粮城中学 | | | | | | | | | 电话 | |  | | | |
| 本人承诺 | 申请人郑重声明：此项成果确系申请人所有，因此引发的争议及后果由申请人承担。  申请人签字：  年 月 日 | | | | | 学 校 审 查 意 见 | 经学校审查，此项成果确系申请人所有，同意申报。  领导签字：  学校盖章：  年 月 日 | | | | | 区教育学会意见 | | | 盖章：  年 月 日 | |
| 评审结果 | 一等奖 | | |  | | | 评审意见及违规情况记载 | |  | | | | | | | |
| 二等奖 | | |  | | |
| 三等奖 | | |  | | |  | | | | | | | |
| 建议区级 | | |  | | |
| 不予评审 | | |  | | |
| 诚信违规 | | |  | | |
| 备 注 | | |  | | | | | | | | | | | | | |

此表作为首页，与论文装订在一起。

**“互联网＋”背景下在线教育模式研究**

Research on Business Model of Online Education under the Background of “Internet +”

学校： 天津市军粮城中学

作 者 姓 名： 柳春成

**摘要**

伴随着“互联网+”的快速兴起，在线教育发展迅猛，其对于解决教育资源不均衡，提升素质教育水平和质量具有重要作用。在线教育市场庞大，针对不同人群的教育需求，需要提供不同的在线教育服务。本论文基于市场细分的视角，对“互联网+”背景下一二线城市的在线教育商业模式进行系统研究。

论文基于在线教育的价值链理论、市场细分理论、商业模式理论、整合营销理论等基础理论，综合运用文献法、统计分析法、比较分析法等研究方法对在线教育的国内外发展现状，市场规模发展前景进行分析，以K-12（Kindergarten-12年级）教育市场、高等教育市场、职业教育市场三个细分市场为例，系统地探究了哪个教育行业细分市场更适合与互联网进行融合，融合后新的商业模式设计,新商业模式的优势、特点、能够解决的实际问题等等。最终根据不同细分市场人群特点和不同在线教育商业模式特点，研究了细分市场和在线教育商业模式的匹配。

研究发现，对于一二线城市的K12细分市场,其最佳商业模式是结合实体教育和在线教育的优势，创建一种新的以在线教育为辅实体教育为主的商业模式。

**关键词：**在线教育，商业模式，教育细分市场

1. 绪论
   1. 研究背景与研究意义

### 在线教育的诞生背景

在线教育受到关注源于一位名为萨尔曼•可汗的美国人,他开创性地制作视频用以进行教学，产生非常好的效果，从而受到很多关注。世界范围内每月有数以百万计的人在观看他制作的视频，数以千万计的人登陆他的网站。

可汗的教学模式形成了“翻转课堂”。“翻转课堂”顾名思义老师和学生角色反转，学生先在家学习，然后带着问题第二天来到学校，学生和学生、学生和教师再进行互动答疑。著名企业家比尔•盖茨在一次演讲中指出，这种特殊的教学方式能有效地提高教学效果，事半功倍。美国德克萨斯州的几个学校已经使用“可汗学院”的教学视频进行学习，就是学生在家自学，然后教师课上指导，从而提高效率。2013年美国的许多所学校使用了可汗的教学内容。那一年，可汗成了在世界都有一定知名度的人，在全球教育界引起了很大的反响[1]。

中国的教育一直有几个问题没有解决，比如教学的资源没有均衡分配，教学投入高但是产出却不高，应试教育对学生自学能力的培养太少，无法实现真正的素质教育等等，而互联网的加入对这些问题的解决能够起到帮助。“互联网+教学”开始发挥优势。

 在线教育其实就是结合了教学工作、计算机应用、信息技术、互联网科技、信息传播技术等多种技术的教育创新。在线教育是有很多得天独厚的优势的：成本低、效率高、突破时间束缚、突破地域局限等优势。由于在线教育的这些优势，在“互联网+”这个大时代中，在线教育开始孕育而生。科学技术随着时间的前进不断发展，互联网也是如此，传统的学习方式发生了改变，学习越来越不受时间的限制，地域的限制。学习的形式变得多种多样。科技进步改变了教学的时空局域性，加大了人们获取知识的范围和能力[2]。

现阶段一二线城市很多公司走在在线教育前列，如新东方、学而思和学大教育等一代教育公司。大唐电信以及科大讯飞和拓维信息这些并不是互联网的公司也对在线教育产生了兴趣，开始进入这一领域。就在一些企业积极努力进入这一领域想要分得一块蛋糕之际，很多公司盲目进入这一市场发生亏损，这样的情况很多，之所以产生这样的问题，主要原因是由于：商业发展思路不清晰、价格战以及商业模式雷同等。

### 在线教育定义与分类

1．在线教育的现有定义

在线教育在中国多被解释为远处那个教育，它的英文写法为E-Learning（Electronic Learning），其中的“E”的含义很多，有探寻、电信化之意，也有效率、开阔的、易使用、延长的、增强的意思。最初这一技术曾被企业用作培训员工。之后，这一技术迅速延伸，从美洲开始、然后在欧洲迅速扩展，并延伸到亚洲地区。并从企业发展到其他各个领域的教育[3]。

2．在线教育的分类

在线教育按照人们的实际需要可以分类为：学前教育、K12教育、留学教育、职业考试教育、职业技能教育、外语教育、兴趣教育等。

在线教育按照教育对象的不同可以分为：k12教育、高等教育教育、职业技能培训教育、企业在线培训等。

在线教育根据授课模式可以分为：录播课模式、直播课模式以及在线一对一等。

### 论文研究意义和价值

基于一二线城市市场细分的在线教育商业模式研究，对于丰富在线教育的相关理论，扩展在线教育相关的创业知识具有一定的理论意义。此外，论文研究无论从个人还是社会以及国家层面，都具有较为重要的实际价值[4]。

个人层面讲：现在国家提倡大众创业万众创新，对教育行业进行一个全面的分析，尤其是对在线教育基于市场分析的商业模式进行系统研究，有利于更好地指导在线教育领域中的创业。通过分析不同的细分市场更适合哪一种商业模式，可以指导创业者少走弯路，促进创业成功。

社会层面讲：在线教育的发展使得学习者可以以更低的价格更高的效率进行学习，相当于降低了整个社会的受教育成本。面对当今社会的高速发展，中国社会已进入到学习型社会，不同年龄、不同行业、不同群体对学习的需求越来越大，在线教育是解决学习需求和学习资源矛盾的一个创新方式，这一创新引起了教育方式的一场变革，使社会得以受益。

国家层面讲：面对日益激烈的国际竞争，国家最需要人才，能够在不同的岗位上发挥出应有的作用。中国社会正在从简单粗放的工作状态向精细集约的技术型工种转变，这就需要大量的技术人员，或者掌握一定技能的技术工人，快速和高效培养适合当今中国发展的技术工人是国家面对的一个问题。通过在线教育，可以进行全民教育、全民培训应对社会的需要以及国家的需要。因此对在线教育的研究具有国家层面的战略意义和价值。

* 1. 国内外研究现状述评

### 国内研究现状述评

目前国内关于在线教育的研究成果主要是围绕着在线教育的商业模式探究、未来发展趋势、与传统教育的比较以及在线教育大数据等几个方面展开。

对在线教育的起源说明较详细的是黎静（2013）所做研究，对可汗学院、Coursera、Udacity、Edx这几大在线教育平台分别进行介绍。从而对网络教育在国外发展的典型代表产生一个具体的印象。论文指出了教师所面临的困境，面对教育对象的改变教育环境的改变教育评价的改变，应该做出一些应对[5]。潘雪峰（2016）的研究内容对在线教育的现有产品，发展现状等进行了分析，对面临的困难提出了解决方案，从而总结在线教育产品设计时应注意的方面[6]。董晓迪（2015）对国内利用互联网进行教育活动的商业模式进行了深入浅出的剖析和汇总。通过对国内不同教育领域的细分市场进行区分，对不同的教育领域的发展情况进行阐述，并从产业链的视角分析国内在线教育企业的现状，对在线教育是如何进行盈利的方式进行了分析，并对在线教育企业的商业运行模式进行了研究。董晓迪的研究最大特点是从投融资角度进行了分析，指出了不同细分的市场的融资差异，并总结出了易于获得融资产品特征。研究的不足在于研究的视角是投融资，但资本流向不一定是理性的，有可能对本已经不理性的投资方向做出错误判断。研究本质是哪种商业的模式更易拿到融资，而不仅是哪种商业模式更加科学，更加符合实际的需要，将来成功可行性会更大[7]。汪晓斌（2013）通过MBA案例分析，对在线教育商业模式进行分析，进而研究更为适宜的商业模式，从而对研究在线教育的合理运行模式起到帮助。该研究比较全面和系统地总结了国内在线教育商业模式，分析了通过网络进行教学工作的运行模式优缺点，达到优化现有商业模式目的。论文研究不足在于研究的成果理论性强，没有更多结合实际，只是最后以MBA为例，结合理论，设计在线的MBA教育商业模式[8]。

在结合实际方面做的比较好的是管佳、李齐涛（2014）所做研究，通过对200多个在线教育产品的总结归类，把在线教育产品归类为单项呈现的网络教育产品和双向互动的网络教育产品等七种类型。分类的方式比较独特，从独特的视角对在线教育产品进行分类，但研究的重点放在了对在线教育产品的分类上，对网络教育的发展、商业模式的探究、市场规模、未来方向涉及很少[9]。同样是在结合实际方面研究比较深入的分别还有尚亚丽、陈全发、苏红丽所做的研究。尚亚丽（2010）通过利用在线教育实现农村教育问题的研究。对在线教育的优势进行论述，提出多种方法，论述了针对目前农村地区教育资源匮乏如何解决。论文的独特性在于从农村义务教育阶段这个视角阐述在线教育的作用，对解决教育资源不均衡的问题有巨大作用[10]。陈全发（2017）通过 MOOC与传统课堂的共性和差异的比较，指出MOOC教学的优势在哪里。并且指出MOOC教学是学习的溯源是网络与教育的结合是教与学的共赢是教学的发展趋势。论文重点阐述在线教育的优势，通过与传统教学的比较，指出在线教育优势，对于认识为什么近几年在线教育能够如此迅猛的发展有重要意义[11]。同样是研究高等教育中的在线教育的苏红丽（2017）对在线教育对高等教育的影响做出了论述，从机遇和挑战两个角度，其中在网络教育给高等学段教学中所带来的机遇中提到，网络教育打破了时空的限制，进一步提供个性化、多元化的教育、组成与制度结构变革更多样等等特点[12]。另外熊霄（2017）的研究从大数据的角度分析在线教育，依靠大数据对当前教育进行改革已经成为未来教育的一种发展趋势。研究认为高等教育经历三种阶段，从“慕课”发展到“小微课”，又从“小微课”发展到大数据，文章很好地阐释了大数据在在线教育中的发展[13]。

对于在线教育未来发展方向，武晓琼（2015）指出网络教育具有开放的特点和共享特点、具有自主和个性化的属性、具有低成本和公平的特点：与之对应的问题是教育质量难于有效提高、学生的参与性差、只能针对特定人群学习。但更重要的是在线教育工作与传统教学工作的整合发展方法：拓展网络教育的模式、专注学习者需要、完善教学的环节。该研究为在线教育商业模式提出了一种新的思路，就是通过在线教育与传统教学方式相结合进行取长补短，从而得到网络教育未来之路[14]。

### 国外研究现状述评

国外的论文研究在理论和研究角度上有很多借鉴之处，例如在研究方法上可以借鉴的有Martine Johanna Francisca Schophuizen; KarelKreijns; SlaviStoyanov; Marco Kalz所做研究，通过在荷兰研究开放的在线教育（OOE）对在线教育挑战与机遇进行描述，之后通过概念构图形式进行了呈现。文章研究了荷兰在线教育所面临的挑战与带来新机遇。该研究的特点是用了聚类图与模式匹配图的新方法，对在线教育分析[15]。同样是方法研究方法可以借鉴的是北卡罗来那大学的Elizabeth A. Gazza和April Matthias所做研究，论文运用了调查法，对美国东南部的一所州立大学护理专业的九十多名学生进行调查研究，从而得到他们对在线教育的满意度的调查。这篇文章最大特点是使用了调查法对项目进行研究。值得注意的是论文充分利用整合营销理论对在线教育产品进行研究的论文[16]。研究视角比较独特的还有Heather Fielding对在线教育的最大优势进行了描述。这篇论文通过对比学生在公共空间和私人空间的学习效率状态，阐述在线教育不受时间和空间局限这一优势[17]。Timothy Perri的研究新颖独到，通过对在线教育时间投入、资本投入、人力资本等角度与产出的关系来研究在线教育的影响因素。从人力资本的角度对在在线教育的商业模式进行探究，是一篇视角独特的在线教育探究论文。以上研究无论是研究视角还是研究方法都有值得借鉴的地方，但对于研究对象的特点研究不多[18]。

对于研究对象，也就是细分市场的研究相对完善，其中Thomas G. Ryan和Richard Beaulieu对小学、中学和大学的在线教育进行了研究，通过在线教育的影响要素的分析，对在线教育的关键要素展开分析,指出在线教育的关键要素包括：战略目标、课程的内容、教育相关的理论等。通过对各要素的对比和分析，进而分析在线教育的影响要素都有哪些[19]。同样是研究学校在线教育，温斯顿塞伦州立大学，信息与通信技术研究所的Christo Dichev；DarinaDicheva；Gennady Agre；GaliaAngelova所做研究则更加针对K12领域。其研究是最新的对于K12领域在线教育的研究，研究指出网络学习是增长最快的技术，是未来学习方式的一种趋势。技术结合一个指导知识和社会过程的知识建设可以提供比他们面对面的学习更多元化和更有效的在线学习机会。在这篇研究中，作者试图总结不同形式和实践的K12在线学习，因为它们出现在不同的区域，国家和文化背景。该研究范围广，涉及多个国家多种文化背景，对不同区域情况进行分析及总结，可以对其他国家的在线教育在K12领域发展现状有一个全新认识，总结全球范围内在线教育学习现状。这个研究对于认识国外的在线教育发展方向有很好的借鉴作用。该研究的不足之处是只对K12领域进行研究，涉及到在线教育细分市场过于狭窄，不能更全面对在线教育有一个了解，并不是对在线教育的商业模式的研究，而是在对K12市场研究[20]。如果想对在线教育的市场有更好认识，就必须研究其他细分市场，比如职业教育的细分市场、高等教育的细分市场等等。所以该研究是不够全面，需要扩大到职业教育等范围。因斯布鲁克大学和香港理工大学的Anita Zehrer；Markus Schuckert共同研究了旅游与酒店行业职业教育的在线学习模式。这篇文章首先认为在线教育的发展已经发展到旅游以及酒店业。在线学习教学格式提高了教学的效果。与课程发展同样重要的是理解用于交付类、课程、模块或程序的技术。文章还为教育工作者以及从业人员给出结论和建议。该研究通过旅游，酒店行业这特有视角分析职业教育，在线教育重要性，通过一系列理论解释和与分析，对于职业教育，在线教育实际应用做综合分析。文章理论性强，从建构主义，学习模式等理论为出发，对于在线教育进行多方面的分析，为教育工作者以及从业人员做出很好理论分析，以便更好进行在线教育的研究。只有多角度分析在线教育，才有助于全面对在线教育进行认识，因此，需要对各个在线教育的具体市场进行一下商业模式分析。通过旅游与酒店行业的研究是一个独特的研究在线教育的视角[21]。

### 论文研究方法和创新之处

1．统计分析法

统计分析法指通过对研究对象的规模、速度、范围、程度等数量关系的分析研究，认识和揭示事物间的相互关系、变化规律和发展趋势，借以达到对事物的正确解释和预测的一种研究方法。本文通过对就业人口、城镇人口就业人数比例等数据的统计分析，从而对职业教育细分市场等市场前景进行预判，得出相应的结论，统计分析法通过对已知的研究对象数据进行比较科学比较，能够较为准确的掌握市场信息。

2．比较研究法

比较研究法对事物之间相同或相异之处进行对比的方法。这种方法是根据一定标准对事物进行比较。与之相近的概念有控制变量法。对于在线教育的研究，通过观察、研究不同具体市场的不同之处，研究不同教育细分市场的特点，影响盈利的因素特点，从而得到出不同细分市场最适合的商业模式要素。整合各个因素，为研究出更好的商业模式提供参考的意见。

3．文献研究法

文献研究法是依据一定的目的或课题，通过调查文献的方式，获得信息的科学的方法。在本论文的完成过程中，大量地阅读了相关教育学，在线教育，心理学以及商业模式和在线教育商业模式、教育技术学等等，学术文献和有关书籍。并且，大量地阅读前人的结论，在线教育商业模式研究成果，可借鉴学习。通过对文献的学习，对前人经验进行总结与发展，得到新的启示与思考。这对完成本文起到至关重要作用，也提供了很大理论基础。

# 一二线城市在线教育环境分析

* 1. 发展环境分析

在一二线城市为主大中型城市年轻人平时工作紧张，工作压力大，没有太多时间进行充分的学习，但是由于工作和生活的需要又不得不进行学习，这就形成了一对矛盾。科技的进步为在线教育的实现提供了技术的支持，更便捷更快速的移动互联网设备逐渐成熟。

在线教育发展需要的环境包括以下几个方面：

### 政治、政府与法律环境

1．政府的积极支持

国家积极表态，对于网络教学这种可以大大提高效率，整个社会资源，促进全民学习的新兴产物强烈支持，平认为网络教学有利于国家经济发展。国家提出办“新教育”。这其中“新教育”是利用互联网，发展网络教学，从而起到教育创新的目的。另外《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020 年)》提出：“民办教育也是国家教育不可缺少的力量，是教育改革组成部分。”民办在线教育的发展也十分迅猛。

2．加强监督

国家近期逐渐重视对网络教育的监督，从原来的只顾规模不顾质量，到现在的要求在能够保证质量的前提下扩大网络教学规模，进行了一系列监管。国家建立了针对高校的在线教育学院年报和年检的制度，就是用来监督大学的在线教育发展质量，起到一个监督和指导的作用，为大学更好的发展在线教育指引了方向。

3．在线教育市场准入制度

在市场准入制度上，国家是要求的，比如对于国内的企业申请从事民办教育是鼓励的，但是国外方面就有一些限制在里面，毕竟教育是国家之本，应该更多的能够由国家掌握。但对于各个具体市场要求还是有所区别的，所以要具体问题具体分析。在高校中发展在线教育的审批是十分严格的，对办学的形式规模等方方面面设立了很多要求。允许国外机构与国内教育单位合作，但设立了很多条件。国家对K12领域的监管没有那么严格，但也要根据《教育网站和网校暂行管理办法》进行审核。国家对于这一领域还是鼓励国人兴办教育的，毕竟利国利民，但对于外资就是严禁了，因为不能把教育下一代的重任交给他国处理[26]。

4．相关法律法规逐步完善

在线教育是通过互联网传送信息的一种手段，所以它也涉及到知识产权等相关内容的保护，相关的政策法规如果不建立，那么就无法保护内容制造者的相关权利。相关法律均已出台。政府考虑的保护创造者知识产权，鼓励民众持续学习的探讨正在深入。

5．加快标准化

中国国土面积幅员辽阔，各个民族文化差异大，这也直接导致教育资源也有很大差别，不能完全统一。在技术方面已经有了一定的标准如CMI（Computer Managed Instruction[计算机管理教学](https://baike.baidu.com/item/%E8%AE%A1%E7%AE%97%E6%9C%BA%E7%AE%A1%E7%90%86%E6%95%99%E5%AD%A6" \t "_blank)）、LOM (Learning Object Meta-data学习物件元资料)、ADL （Advanced Distributed Learning Initiative高级分布式学习计划)、SCORM（Sharable Course Object Reference Model共享式教材组件参考模块）等。

### 经济环境

目前经济情况总体缓慢，受此影响，我国一二线城市经济也出现了相应的缓慢迹象，尤其是实体经济不太好做，但这种冲击对教育的影响相对还是比较小的。近几年我国大中城市受房地产市场影响，实体经济收到一定的影响，大量自己涌入房地产市场，以至于市场环境中流动资金进一步下降。大部分实体行业受此影响出现业绩下滑现象，在其他行业相对低迷的情况下，教育行业却稳中有升，成为拉动我国经济的一个新的增重点。社会竞争激烈，淘汰率比较高，以至于很多不满足社会要求的人员面临下岗的威胁，所以很多人想到了通过学习给自己充电，因为时间和费用的限制，人们开始接受在线教育。

对于一二线城市来讲，虽然经济情况不太理想，但这并不影响教育行业的发展，反倒推动了教育的发展，大家反到利用经济下滑这段时期开始充电学习，愿意拿出时间和金钱进行充电，这为在线教育的发展创造了很好的经济环境。

### 社会文化环境

社会文化环境包括风俗习惯、价值观。消费习惯、宗教信仰、审美观等等，对于企业来讲是一种特殊的环境，不那么容易把握却时时刻刻影响着企业的发展。比如同一个商品或服务在一种社会文化环境中受到喜欢在另一种社会文化环境中不受到喜欢；同一种消费行为，在一种社会文化环境中能够成功，在另一种社会文化环境中就不能成功。因此文化环境就直接影响了企业的商品、服务、消费行为是否能够取得成功。

我国是一个拥有五千年灿烂文明的文化大国，而文化与教育又是紧密相连的，自古就有三人行必有我师的良好传统。可见我国自古就有很好的文化氛围。我国自古以来教育就受到国家和普通百姓的重视，我国自古就是一个尊师重道的国家。随着经济发展，社会需求日益增大，人们对教育的需求也在增加，越来越强的对教育的需求，为我国教育发展，尤其是在线教育的发展提供土壤。社会就业压力加大，很多人必须要掌握相应的技能才能上岗，所以无论是个人还是团体增强自身竞争力才是根本，那么教育在这里起到的作用就很关键了。我国受国情影响，各地区发展不太一致，经济水平相差较大，这也直接导致了我国的教育资源分配不是很均衡，一些偏远地区教育资源匮乏。在线教育的出现，通过技术手段让偏远地区可以通过在线教育享受到优质的学习资源，促进了教育的公平。

对于一二线城市而言，社会文化环境对于商业模式成功更加关键，目前一二线城市的社会文化环境对于在线教育的发展十分有利，文化氛围浓厚，家长、社会对教育十分重视，这都为在线教育在一二线城市发展创造了很好的社会文化环境。

### 技术环境

1．技术进步

技术水平在逐渐的提高，随着技术的提高，为在线教育的实行提供了技术上的保障。传播数据量越来越大传播速度越来越快，从原来的只能传播音频到现在可以传播高质量的视频，技术的发展使在线教育成为可能。

2．总体网民规模

据国家统计目前我国网民数量已经达到全国总人口的一半。并且网民书还在以很快的速度增加，预计到17年年底，网民数将突破8亿。经过了若干年的快速增长，中国的网民规模开始进入稳定增长，增长率趋于稳定。在我国网民不断增加的同时，我国也在出台一些政策法规逐渐规范和完善我国的网民行为。我国不仅网民数量有所增长，网民的消费能力也在提高，并且通过网上购物娱乐消费的习惯已经形成。通过互联网进行的消费已经成为拉动我国经济的一个新的增长点。随着“互联网+”观念向各行业逐渐渗透，普通行业互联网化趋势已经形成。

3．手机网民规模

据国家相关统计，近几年我国使用手机上网的人口逐年提升，以每年五百多万的速度增加，预计到2017年底估计使用手机上网的人口会有7.4亿，使用手机上网的网民有望接近100%.移动互联网的出现，又进一步引发了一场技术革命，随时随地可以接入互联网，使得万物得以互联。共享经济就此出现，比如共享单车，共享汽车，网约车，再有小区里面用到的快递存放柜，没有一样能够离开手机互联网这个新兴产物的。

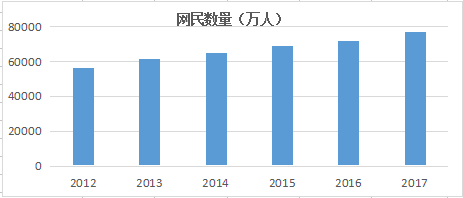


图3-2网民数量统计

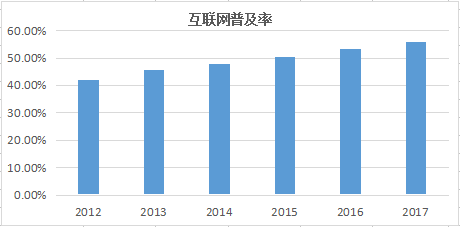


图3-3互联网普及率

# 一二线城市在线教育模式借鉴

### 3.1在线教育总体趋势

依据中国互联网协会编写的《2016年中国在线教育产业蓝皮书》显示，我国通过互联网学习的用户约为6千万人，随着互联网尤其是移动互联网渗透到我们生活的方方面面，大家越来越适应这种通过互联网的学习方式。通过互联网学习的人群在未来几年会以很快的速度增长，估计有20 的速度增长，2018年会达到13221.1万人[29]。

在线教育有许多其他教育方式不可比拟的特性。网络教育可以突破各种局限，让教育这种事变得简单易行随时随地，人们甚至可以在坐地铁的时候来接受在线教育，充分利用自己的碎片时间，不受空间和时间的影响；在线教育模式可以解决中国各地方教育资源分配不均，尤其是欠发达地区教育资源匮乏的现实，实现真正的教育公平和优质资源最大化。

但目前不管是哪种商业模式，最后的问题关键都是盈利情况不佳，很难长时间维持。在对400家在线教育企业的抽样调查显示能挣到钱的只有5%，不赚不亏的只有10%，赔钱的企业多达70%，最后还有15%的企业属于倒闭状态[30]。

《2016年中国在线教育产业蓝皮书》还显示，到2017年年初国内在线教育公司数量约为 10000家。这里面中小学在线教育企业在2100-2300家范围内，从事这一行业人数约35万人。这一领域里相关单位众多，要想在竞争中获利并非易事。部分企业希望通过其他方式实现盈利，从而维持企业发展。中国互联网研究机构通过研究表示，在中国在线教育相关的企业中，有七成处于亏损中，另外三成企业只有一半能够挣到钱。这份报告指出，由于很多新的企业不断涌入，所以盈利的企业实际上会更少，也就是处于亏损的企业实际上要比报告上指出的还要多一些[31]。

在线教育行业不好盈利的原因有很多，但是最重要的是这么几个方面：一方面，各平台都在起步阶段，都希望能够占领市场，所以出现了通过“烧钱”的方式，提供免费服务，从而形成了恶性竞争。从另一个角度讲，企业没有创新点，创业模式相似这也是无法盈利的主要原因。所以从2016年开始，资本市场开始回归到比较理性的状态，收紧资金，探索出一个能够盈利的商业模式成为亟待解决的问题。可以从现有的商业模式中摸索经验。

### 3.2现有在线教育模式

现有在线教育商业模式有：录播式商业模式、直播式商业模式、一对一答疑式商业模式、网校模式、平台模式、题库模式等[32]。

1．录播式商业模式

（1）模式概况

该商业模式属于B2C（Business to Customers）服务型，自己开发高质量教学内容，就好像常用的京东商城，通过提供高品质的教学内容和服务，来满足用户。国内目前能做到这点的企业只有新东方、学而思、中公教育等知名企业。这类网络教育以打造名师作为创新点，成为区别其他企业的主要特色。在国内和国际上录播式在线教育商业模式的优秀案例有很多，比如国内的中公教育，创造性的把公务员考试的每一道真题都制作视频微课，视频内容简短精炼，授课形式规范标准，老师着装整齐划一，形成了一个比较优质的真题讲解视频库，采用录播的形式进行授课，学生可以通过扫描二维码利用手中的移动终端进行在线学习十分便捷。这种形式的盈利模式是这套带有视频二维码的视频资源是，学生可以通过购买书籍观看相应视频，机构从而可以从中盈利。这种录播是的在线教育商业模式方减少了学习者学习费用，提高了学习者的学习效率，为学习者提供了方便。而机构也可以通过出售带有视频资源的教材书籍实现盈利，从而形成了一个比较成熟的盈利模式和商业模式。国外在录播式商业模式上有更多的优秀案例：比如在国外很有名的TED视频演讲，就是目前在国外非常有名的录播式在线教育模式。TED（指technology, entertainment, design在英语中的缩写，即技术、娱乐、设计）是美国的一家私有非营利机构，该机构以它组织的TED大会著称。TED诞生于1984年，其发起人是里[理查德·索·乌曼](https://baike.baidu.com/item/%E7%90%86%E6%9F%A5%E5%BE%B7%C2%B7%E7%B4%A2%C2%B7%E4%B9%8C%E6%9B%BC" \t "_blank)。2001年起，[克里斯·安德森](https://baike.baidu.com/item/%E5%85%8B%E9%87%8C%E6%96%AF%C2%B7%E5%AE%89%E5%BE%B7%E6%A3%AE/5281552" \t "_blank)接管TED，创立了种子基金会（The Sapling Foundation），并运营TED大会。2006年开始TED演讲的视频被放到网上从此风靡世界，成为了非常有名的在线教育视频。该视频就是一种录播式的在线教育，但与之前所举例子不同的是TED机构是非盈利机构，所以也谈不上商业模式，只能说这种运营模式十分的成功。但为了维持正常运转，TED也不是从不收费，对在现场观看TED演讲的观众收取高达7500美元的门票。尽管门票价格高昂，但每年会有上万人申请参会，而最后有资格的只有千人。由此可见TED影响力之大，运营之成功[33]。

（2）优势

传统的教育是一种重复性的工作，比如一节课或一个知识点，在这个教师的职业生涯中会讲很多遍，对于同一群学生来说，一个知识点也可以反复多次学习才能记住它。这就造成了一种重复性劳动，完全可以借助于计算机网络，来代替之中繁琐的重复劳动。教师可以只讲一遍，然后录制下来供学生观看学习；学生也可以通过反复学习同一节视频课，以达到加深理解增强记忆的目的。

（3）存在的问题

录播视频是一种很好的在线教育方式，但长期以来众多学生以及家长已习惯免费使用资源，一旦收费将无法适应。或者观看视频前要先注册的话，往往就不进行注册缴费了，所以这种模式很难盈利。正如以上所举两个成功案例，中公教育是通过购买书籍的方式来实现在线教育盈利的，这样学生就不得不为在线教育视频买单；而TED干脆就不为盈利而存在，视频资源全部免费，只是向现场观众收费以维持正常运营。由此可见，好的在盈利模式是决定录播商业模式成功的关键。其次，中国各地区考试范围不同，各省市独立出题，考试重难点也不尽相同，甚至教材都有所区别，以致名师只能是当地的名师，而不是全国的名师，很难进行大范围的推广。最后，教学类视频毕竟不是做游戏可以那么有趣，要学习，而且只能盯着屏幕学习，导致效率低下。

2．直播型商业模式

（1）模式概况

该模式属于B2 B2 C（business to business to Custome）平台，目前大多数在线教育的商业模式都是利用机构和教师的结合，为学习者提供在线和按需在线教学资源。让讲师通过现场视频教学，同时为许多人在线讲课，把课堂搬到没有地理限制的线上，使网上讲课的次数比传统课堂的次数多出几倍。典型品牌有：网易云课堂在线教育、传课网在线教育，YY中国教育在线教育等。[34]除此之外，一些传统教育机构也在利用在线教育作为工具填补自己的不足，这里比较典型的是考研数学机构“文登教育”。文登教育由著名教授陈文灯创办，主要进行考研数学的培训，机构在1995年创办于北京，由于陈文灯教授的数学辅导授课严谨，重点突出，融会贯通，并且陈文灯教授深谙考研数学命题规律，因此受到广大考生的广泛赞誉和高度评价。随着影响力的逐渐扩大，更多的考生希望能够得到陈文灯教授的亲自指导，因此问题就产生了，再大的会场能容纳的学生也是有限的，况且不光是北京的考生，来自全国各地的考生都渴望得到辅导，陈文灯教授作为名师虽然影响力很大，但由于客观条件的限制，无法满足巨大的市场需求。在此背景下，陈文灯机构引进了直播在线教育设备，并获得巨大成功。文登机构所采取的方法是，在北京设立主会场，北京考生可以在主会场现场接受陈文灯教授的现场教学，然后在全国各地设立分会场，每个会场都有几千人的规模。利用直播的模式把陈文灯教授的授课视频同步传播到其他分会场中，这样实现全国范围内的在线直播授课。利用名师的影响力吸引学生，再利用直播在线教育使这种影响力的传播成为可能。直播型商业模式在文登机构获得巨大的成功，既让教育机构获得巨大的收益，也使市场需求得到巨大的满足，实现了双赢的局面。仔细分析这种商业模式的本质还是机构培训，以机构培训为基础，通过一次性收取培训费的方式实现盈利，学生们采取集中授课的形式，在同一地点同一时间段进行学习，人数高达几千人。但不同的是这些学生都是冲着一位名师而来，只有在线教育才能使这种几十万上百万人同时听一位老师授课的理想变成现实。这可以说是一个成功的直播型商业模式的典型案例。现在文登教育已经发展出不只直播在线教育一种商业模式，现在已经发展出“陈文灯在线”等录播式在线教育等多种在线教育商业模式。

（2）优势

一些教师，特别是一些名师，可以通过网上教学给更多的学生一个好的课程。例如，可以在一些直播平台上直播演讲。一些名师可以通过直播平台进行在线教学，即使相距很远，也可以完成教学。教学时间也可以商定。再有就是与视频类的教学相比，这种模式可以更好地有互动性，学生和老师可以及时沟通，就和课堂上一样，所以学习起来更加的有动力。还有就是教育的受众可能会比较多，很多学生渴望在假期得到名师的点播，但苦恼不知向哪里学习，有了在线教育，学生可以通过网络轻松的得到名师的指点，从而形成良性的学习习惯。

（3）存在问题

直播模式虽然最直观，操作以来也最简单，学生和家长都能比较方便的使用，但完全模仿直播软件收费方式不好处理，依靠观众打赏是不现实的，视频的观看没有门槛，大多数使用者不会自觉缴费，使得稳定收入无法保障。教师无法兼顾所有学生。如果能找到像文登教育这样的收费模式，解决收费模式问题，直播教育还是比较有前景的。

3．一对一答疑型商业模式

（1）模式概况

1 对1模式是通过教师在线为学生答疑的方式，进行师生互动的一种教学模式。学生有问题可以通过语音或者视频的方式向教师提问，教师以教学时间为依据进行相应的收费。是一种比较高效地学习方式。这种模式结合了线下一对一和互联网的优势，是发展比较好的一种方式。这里有一些成功案例，多以app为主，如猿题库、学霸君、百词斩、百问百答、掌门一对一等等。以学霸君为例，可以作为学生自学的一种辅助工具，当学生遇到某一道题目不能理解甚至是看完题目的文字讲解或视频讲解以后，还不大理解的时候，进行在线答疑学习，有针对性地解决问题是一个很好的选择。学生学习知识遇到困难很正常，有时在一个小问题上无法越过，一定要教师亲自点播才能理解，所以这种有针对性的学习，能够起到事半功倍的作用，直接针对学生的疑难问题进行解答，让学生以最高的效率进行学习。目前通过语音，或者视频都可以进行这种在线教学，硬件条件比较成熟。实际上，目前很多搜题软件上都采用了这种技术，学生通过软件进行搜题，首先出来的是文字的讲解，在无法解决自己问题的情况下，采用这种形式在线答疑。这种商业模式的盈利模式是通过会员注册制，学生可以充值不同的面值，最少可以只充100元。学生消费方式是按分钟收费，每分钟一元钱，按分钟计时收费，一小时也才六十元，比市面上的一对一家教还便宜，不必在路途上浪费时间随问随答省时省力，对于自学能力比较强的学生来说，这种形式是一种比较好的学习方式。成本主要是教师的授课费用，企业赚取的是去除成本的差价。如果市场需要比较巨大，按照这种盈利模式，盈利额是相当客观的。

（2）优势

这种商业模式的优势是能够比较便捷的解决学生的实际问题，学生能够足不出户的解决自己的实际问题，而且学习费用比较低，解决问题有针对性。这种商业模式针对的是有自学能力的学生能够进行自学，但是又不能独立解决所有问题需要有老师进行点拨这一痛点。

（3）存在问题

对于没有自学能力或是基础较差的学生来讲，只是答疑是没有用的，必须进行系统地讲解才能达到学习的效果，所以这种商业模式的针对人群比较窄，属于比较小众的商业模式，能否获得巨大盈利还需要市场的进一步验证。

4．网校模式

（1）模式概况

我国在线教育的雏形就是网校模式，更像是名校的视频网站。当时的初衷是想建一个没有门槛的名校，让更多的想上好学校但因为各种原因上不了的学生能够梦想成真。根据这些年观察，这些网校虽然尽力模仿国外网络教育模式，但只是徒有其表，本质上还是一个网站，并不是网络教育。有专家指出，许多网校虽然样子上像是在线教育，但并没有建立起一个真正的在线教育模式，只是尽量效仿并不实用。而且许多网校模式的商业平台，盈利情况并不理想。尽管如此，在网校商业模式中也不乏成功的案例。比如我们比较熟悉的黄冈中学网校，早在2002年黄冈中学网校开始建立，是最早的一批利用互联网进行商业运作的教育平台。经过这些年发展，逐渐发展成为拥有多家加盟店的加盟形式的在线教育企业。在2012年，其加盟分校就已增至200多家，有近100家直营分校，营业收入逼近10亿级台阶，其发展之迅猛可见一斑。设立分校是因为各地可以根据当地教材和考试大纲对网校内容进行适当的调整，同时分校还设有线下体验中心以便于指导当地的家长和学生如何使用线上教育资源。由于“黄冈中学”这一招牌的影响力，使得各地的黄冈中学网校分校也纷纷获得成功。网校的收费形式是学生通过一次性购买的方式获得视频网站的点拨权限，学生可以通过视频进行课程的学习，再通过网站上相应的习题对听课效果进行检测，和相应的巩固练习。

（2）优势

网校模式的最大优势就是拥有名校的影响力，像黄冈中学这样的名校都是在全国拥有知名度和影响力的名校，之所以和互联网相结合，就是通过网络把这种影响力传播的更远。同时网校模式掌握着最优质的K12教学资源，可以加大开发，借鉴黄冈中学网校的商业运作方式，使之成为K12细分市场在线教育的一种发展方向。

（3）存在问题

大多数网销模式在线教育只停留在网站的建立和教学视频的观看，没有更多的增值服务提供，以至于学生家长花高价买来了视频的观看权限，但学生使用率并不高，或者达不到一定的教学效果，从而影响企业发展。如果这种模式能够更加注重后期对学生的辅助效果，将会更有发展。再有企业如果只是建立网站提供教学视频，未免形式太过单一，不能达到很好的教学效果，应该建立多种形式线上线下同步教学的模式才能是网校模式达到更好的效果。

5．平台模式

（1）模式概况

这种模式，相当于搭建起一个平台，把内容提供者和消费者对接起来，通过线上的形式，省去了房租等等很多其他费用。这种运行方式的好处是很明显的，不用自己制作内容，只是把别人做好的内容放到网上，吸引用户来进行学习消费，自己做的工作只是维护平台。例如，Lynda.com(琳达视频)就是一个提供各种教育资源的网站， 2017年，Lynda(琳达视频)平台上已经汇聚了2600多个教学视频。在提供网络付费教学内容给个人的同时，Lynda(琳达视频)还与所有的常青藤联盟大学以及像迪斯尼、时代华纳、索尼、Pixar等公司合作，为其提供教学内容。它与如今各种DIY网络视频模式的另一个不同之处在于，Lynda(琳达视频)不仅是一个简单的网络发布平台，更是一个内容供应平台，其90%的视频内容都是Lynda(琳达视频)自己在室内制作出来。

（2）优势

优势在于搭建平台可以激发更多的视频进入平台，成为视频资源比较丰富的在线教育平台，而平台的运营者可以不必费力去制作教学资源，这有点像在线教育中的淘宝网，搭建一个平台，允许一切商户为这个平台上提供商品。

（3）存在问题

伴随着优势，这种模式的问题也一样突出。平台上的视频质量参差不齐，不能保证每一个教学视频都是优质资源，从而影响平台整体的教学效果。[Lynda.com](http://www.lynda.com/)之所以能够相对成功，还是因为平台后期转型为一个大多数视频自己制作的优质资源提供商。

6．题库模式

（1）模式概况

这些都是近几年新兴的一些小企业，通过手机APP软件的模式来发展应用，在网上做题答题，考查学生水平，但也是昙花一现存活时间不长。题库模式是把常见的习题总结到网上，然后学生可以通过手机软件，进行搜索，很快的找到这道题的标准答案，从而辅助学生学习的形式。这类模式做的相对成功的还是比较多的，如百度作业帮、学霸君、小猿搜题等已经获得多轮融资，市场也比较认可，但如何能够把这种模式盈利还是个问题。为了解决问题，企业也已逐渐开始引入在线课程和线下辅导，通过主体功能吸引用户群，再通过其他方式盈利。比如我们熟悉的小猿搜题，就是典型的题库模式，自2013年上线以来猿题库已覆盖了初高中的全部学科，并包含全国各省市近六年的高考真题和近四年的模拟题，可以说是真正的电子题库。学生只需用手机进行拍照，就可搜出题目的答案，辅助学生进行学习，十分便捷。目前公司为了更好的发展，题库模式与一对一答疑模式相结合，就是在搜题软件中加入了答疑功能，如果学生看完题目解析还有疑问，就可以选择在线答疑，多种模式的融合能更好的解决用户问题。

（2）优势

其优势在于简单轻便，容易传播。能够很直接的解决学生的实际问题，帮助学生答疑解惑，是在大数据背景下的产物。

（3）存在问题

相应的缺点是，学生很有可能利用这一工具进行抄袭，最后适得其反，学习没有提高反而更差。

# 在线教育在一二线城市发展的模式分析

* 1. 一二线城市K12市场的模式选择

针对中小学的在线教育研究，目前只是停留在对现有市场规模和公司经营情况的分析，多数研究都发现目前的商业模式盈利困难，多数中小学在线教育公司处于不盈利甚至长期亏损的尴尬境地，而资本市场也渐渐恢复理性，对K12在线教育市场的资金投入由无理智转而十分的谨慎。多数研究只限于提出在线教育行业没有很好的商业模式这个问题上，但没有提出中小学在线教育市场最需要什么样的商业模式。市场虽大，但盈利却变得越来越困难，如果能够解决这个符合在线教育市场的商业模式的问题，对在线教育市场是尤为重要的[37]。

### K12在线教育市场发展

K12的教育市场一直是教育市场的重要组成部分，先从传统教育方式入手，就是线下的教育市场。K12消费群体也是属于刚性需求，收到升学压力的影响，很多家长不惜话费重金，希望助孩子一臂之力。古话也有，再穷不能穷教育的说法，可见中小学消费群体在学习这个问题上是很坚定地。在这个领域中有很坚定的消费群体，可以说市场稳定而且逐渐壮大。

线下市场规模毅然这么大了，线上就更加的热闹了。随着互联网与教育的深度融合，越来越多的学生和学生家长开始能够接受在线教育这个新的事物了，一时间中小学在线教育市场发展也越来越迅速。这一细分市场的规模以很快的速度增长,同时也产生了很多的商业模式[38]。

### K12在线教育商业模式

目前在中小学这一细分市场中，在线教育的商业模式以四种形式为主：网校模式、平台模式、题库模式、一对一答疑模式[39]。

1．网校模式

起初，各大著名学校的网校是我国在线教育在基础教育中的实际应用，如北大附、一中网校等。当时的初衷是想建一个没有门槛的名校，让更多的想上好学校但因为各种原因上不了的学生能够梦想成真。根据这些年观察，这些网校虽然尽力模仿国外网络教育模式，但只是徒有其表，本质上还是一个网站，并不是网络教育。有专家指出，许多网校虽然样子上像是在线教育，但并没有建立起一个真正的在线教育模式，只是尽量效仿并不实用。

2．平台模式

这种模式，相当于搭建起一个平台，把内容提供者和消费者对接起来，通过线上的形式，省去了房租等等很多其他费用。这种商业模式的好处是很明显的，不用自己制作内容，只是把别人做好的内容放到网上，吸引用户来进行学习消费，自己做到工作只是维护平台。目前在我国，“跟谁学”算得上是个典型的平台模式的例子。在2014年年中，原新东方总裁陈向东带领他的团队于北京声势浩大创建，一直到转年10月底，仅仅17个月的时间，入驻老师高达35万人，入驻机构高达4万家，看似独霸四方。但2015年年底裁员400余人。这件严重的纠纷也让大家认识到了教育电商平台面仍面临着变现能力弱、流动性差的巨大问题[40]。

3．题库模式

这些都是近几年新兴的一些小企业，通过手机APP软件的模式来发展应用，在网上做题答题，考查学生水平，但也是昙花一现存活时间不长。

题库模式是把常见的习题总结到网上，然后学生可以通过手机软件，进行搜索，很快的找到这道题的标准答案，从而完成家庭作业的形式。题库模式是最符合我国市场的在线教育模式。其优势在于简单轻便，容易传播。但缺点也同样显著，正如我们所看到的，只要学生自我控制能力薄弱，题库就变成了他们应付的抄题神器，作业变成了一张张废纸。在题库模式运行一段时间之后，由于学生成绩不仅没有提高反而很快下滑，因此不少家长老师就大力反对甚至禁止学生使用这种APP，题库模式在内容上相互模仿、差异小以至于表现出逐渐趋同现象，赢利点小之又小。

即使这样，仍然存在不少相对成功的这类模式。比如，百度作业帮、学霸君、猿题库等已经获得多轮融资，市场认可度也较高。但如何能够把控这种价值盈利这个问题依旧让各大企业烧脑。为了解决此类问题，企业也已逐渐开始引入在线课程和线下辅导，试图通过主体功能吸引用户群，再通过其他方式盈利。

4．一对一答疑模式

1 对1模式顾名思义，就是让真人老师对学生进行一对一辅导教课，这种模

式要求老师和学生都在线上，老师按上课时间收取费用。目前这种形式在有些领域已逐渐实现盈利，比如在外语学习领域。它可以通过互联网做到全国各地大量的教师资源共享，该模式结合了线下一对一和互联网的优点，在全国市场内实现低成本换大利润，是一种很好的开发方法。这里有一些成功案例，多以APP为主，如猿题库在线教育，问他作业在线教育，我要当学霸在线教育，百词斩在线教育，百问百答、掌门一对一等。其中百问百答在2015年的七月份获得A轮融资，目前这个企业和同类别企业相比经营的还是不错的。这归功于优秀的授课老师和良好的管理经营。百问百答立志要聘请有丰富的教学经验、独特的教学内容的全国一线知名老师，因此百问百答的教学质量十分理想，以至于得到了家长和学生的一致认可——其中续费率高达90%。

### 商业模式探究

在线教育在K12领域中的发展是不顺利也不理想的，很多商业模式只能勉强维持生计甚至不得不倒闭。其中主要原因从学生和家长两个方面解释。首先，对于K12学习群体特点是，活泼好动，自制力偏低，再加上网络学习的单调性，无法达到高效学习。另一方面是学生的家长，他们对学生网上学习表示担心，不仅决得这种学习方式效率低下，跟不放心网上不良信息对孩子影响。目前在K12领域内相对成功的是题库式模式，但这也成了一把双刃剑，对于有自觉性的学生，可以很好的利用这类软件辅助学习。对于还不能进行自我控制的学生，就变成方便抄作业的帮凶了。所以总体来说，在线教育在K12领域的细分市场占比较小，原因可能在以上几个方面，但可喜的是K12领域的市场占有度在逐年扩大，只要是找准方向，在这一细分市场中在线教育是大有可为的，比如可以以题库模式为突破口，进行优化和改进，结合各种商业模式的优点，在线教育在这一领域也是能获得成功的。

相比于其他的教育细分市场，K12领域更适合的可能还是实体的店面而不是在线的教育模式，这种传统的教育模式通过老师和学生面对面的教授，效果会更好一些。面对面教课的教学方式有其自身优势，能避免上述问题：教师面对面教授学生，在学习过程中学生可以放下手里的手机、ipad、电脑，远离网络诱惑，可以更好的集中精力进行学习，保证学习效率。学生来到教学机构都是来学习的，这能够形成一种紧张的学习氛围，这样就让来到教育机构的同学能够受到教育机构学习氛围的感染和熏陶。

另外，实体的教育机构商业模式也有必要进一步改良。目前的k12教育机构大致可以分为大型的教育机构和小型教育机构两大类。大型教育机构教师资源全面、学习氛围浓厚、可以和师生沟通信息互通有无，学生们往往会慕名而来。在天津做的比较出名的有：学大教育，金瀚教育，新东方教育。另一类小型教育机构，这种小型机构优势在于可能距离学生家比较近，学生更加方便学习，价格也会比在大型机构便宜很多。大型机构往往是一次性缴纳高达几万元的学习费用，供学生进行消费。而小型机构可能一次性就缴纳几百上千元就可以开课。但作坊式的教育机构，往往规模小，品牌多，教学质量参差不齐难以保障。学生和家长往往成为试验品，风险也比较高。这种作坊式的教育机构虽然有自己的优势，但是同类机构众多，竞争压力大，目前还没有一家形成良好品牌，成为作坊式机构的品牌连锁。

综上所述，K12领域的最佳商业模式是结合实体教育和在线教育的优势，创建一种新的以在线教育为辅实体教育为主的商业模式。可以编写一套带有在线教育资源的配套教学材料，有视频讲解材料。这套视频库教材一方面可以推广到全国各中小学学校，另一方面可以把它推广到教育机构或是利用这套教材自己建立一个教育机构品牌。对于中小学，比如学生即将要学习某一个章节，可以参照课本在网上听取高质量的视频讲解，可以在家高效率的完成预习工作，在回到课堂上和同学们积极讨论或者老师集中答疑。在下课学生可以通过回顾视频，达到事半功倍的效果，在教材的相应章节有一个二维码链接，学生在预习或者复习的时候可以扫一下二维码，通过视频自学，视频库可以反复使用。高三总复习的材料可也以配备此类视频讲解，最后再延伸到各个教辅材料，学生的教材都能有相应的视频进行搭配讲解，学生的学习将会事半功倍。

教育机构可以使用这种教材提高教学效率。教师可以利用这套教材进行备课，每个章节的讲解都有了统一的标准，这样就降低了教育机构对教师的依赖，可以培养大学生进行讲解。最后可以统一作坊式的教育机构，使其能够标准化优质化。这样的商业模式要有这样几方面特色：地点首先定位在高端小区，一个小区设置一个这类机构。运用统一的教材，统一的题库进行标准化的教学。由于有了高质量的教材，和标准化的题库，可以降低对教师的依赖，可以通过对新教师甚至大学生的培训完成高质量的教学。这样即保证了教学质量，又增强了核心竞争力。形成稳定的核心竞争力。组织多名学生观看视频集体学习，然后再配备一名练习指导教师，对视频和习题进行点拨，通过讲练结合的方式让学生巩固知识。播放录播课程进行标准化教学，再通过习题练习进行个性化指导。而习题讲解教师可以就用在校大学生这样的教师就可以完全满足。

参考文献

[1]萨尔曼•可汗．翻转课堂的可汗学院:互联时代的教育革命[M]．刘婧，译．杭州：浙江人民出版社，2014．

[2]涂子沛．大数据[M]．桂林：广西师范大学出版社，2013．

[3]张子和．大教育学[M]． 福州：福建教育出版社，2009．

[4]赵兴龙．"互联网+"教育：以学生为中心的教育变革[M]．北京：科学出版社，2014．

[5]黎静．在线教育来潮：教师的困境与出路高教探索[D]．2013, (5): 151-155．

[6]潘雪峰，张宇晴，毛敏，崔鹤．在线教育产业发展现状及产品设计研究[D]．科技和产业，2013, 13(08):13-16．

[7]董晓迪．国内在线教育的商业模式探析[D]．北京印刷学院，2015．

[8]汪晓斌．在线教育商业模式研究[D]．华中科技大学，2013．

[9]管佳，李奇涛．中国在线教育发展现状、趋势及经验借鉴[J]．远程教育与网络教育，2014, (8):62-66

[10]尚亚丽．互联网+时代解决农村义务教育均衡发展的策略与路径分析[J]．长春师范大学学报，2017, 36(10): 124-126．

[11]陈全发，陈恬祎．MOOC与传统课堂教学模式的比较[J]．惏州：教育管理，2017: 115-117．

[12]苏红丽．论“互联网＋”给高等教育带来的影响[J]．沈阳：现代商贸工业，2017,30(28) : 61-62．

[13]熊霄．从“慕课”到“小微课”，看大数据在教学中的应用[J]．郑州：当代教育实践与教学研究，2017, 10(26)．

[14]武晓琼，邢艳芳．在线教育发展路径探析．忻州师范学院学报，2015, 31(1):87-90．

[15]Martine Johanna Francisca Schophuizen; KarelKreijns; SlaviStoyanov; Marco Kalz; Eliciting the challenges and opportunities organizations face when delivering open online education: A group-concept mapping studyThe Internet and Higher Education[J].. 2017, (08):002.

[16]Elizabeth A. Gazza; April Matthias; Using Student Satisfaction Data to Evaluate a New Online Accelerated Nursing Education ProgramEvaluation and Program Planning[J]. 2016, (06):008.

[17]Heather Fielding“Any time, any place”: The myth of universal access and the semiprivatespaceofonlineeducationComputers and Composition. 2016,(03):002.

[18]TimothyPerrionlineEducation,Signaling,AndHumanCapitaLInformation Economics and Policy2016[J]., (06): 001.

[19]Thomas G. RYAN; Richard BEAULIEU SECONDARY ONLINE EDUCATION: A Review and Synthesis of Central Elements The Turkish Online Journal of Distance Education[J].2009, (96).

[20] Christo Dichev,DarinaDicheva,GennadyAgre,GaliaAngelova. Current Practices, Trends and Challenges in K-12 Online Learning[J]. Cybernetics and Information Technologies,2013, 13(3).

[21]Anita Zehrer,MarkusSchuckert. Online Learning Formats in Tourism and HospitalityHigherEducation[J].ZeitschriftfürTourismuswissenschaft, 2016, 8(1).

[22]夏颖．价值链理论初探[J]．理论观察，2006,(04):136-137．

[23]王培才．市场细分理论的新发展[J]．中国流通经济，2004,(04):35-37．

[24]成文，王迎军,高嘉勇,张敬伟. 商业模式理论演化述评[J]. 管理学报,2014,11(03):462-468.

[25]王晨亮．行业顾客满意度测评理论研究[D]．首都经济贸易大学，2004．

[26]维克托•迈尔-舍恩伯格，肯尼思•库克耶．大数据时代：生活、工作与思维的大变革[M]．杭州：浙江人民出版社，2013．

[27]亚历山大·奥斯特瓦德， 伊夫·皮尼厄． Business Model Generation[M]．黄涛，译．北京：机械工业出版社，2016．

[28]吉姆·米尔豪森．Business Model for Dummies[M]．北京：人民邮电出版社，2016．

[29]魏炜，朱武祥．发现商业模式[M]．北京：机械工业出版社，2009．

[30]戴维·迈尔斯．Social Psychology(Eleventh Edition) [M]．北京：人民邮电出版社，2016．

[31]陈琦，刘儒德．教育心理学(第2版) [M]．北京：高等教育出版社，2011．

[32]安妮塔·伍尔福克．教育心理学：主动学习版(原书第12版) [M]．北京：机械工业出版社，2015．

[33]迈克尔•霍恩，希瑟•斯泰克．混合式学习：用颠覆式创新推动教育革命[M]．北京：机械工业出版社，2015．

[34]海天电商金融研究中心．一本书读懂在线教育[M]．北京：清华大学出版社，2016．

[35]宋秋前，陈宏祖．教育学[M]．杭州：浙江大学出版社，2010．

[36]吕森林．在线教育微课修炼之道[M]．北京：人民邮电出版社2015．

[37]维克托•迈尔-舍恩伯格，肯尼思•库克耶．与大数据同行——学习和教育的未来[M]．上海：华东师范大学出版社，2014．

[38]卢克•多梅尔．人工智能：改变世界，重建未来[M]．赛迪研究院专家组，译．北京：中信出版社，2006．

[39]戴天宇．商业模式的全新设计[M]．北京：北京大学出版社，2016．

[40]魏炜， 朱武祥， 林桂平．商业模式的经济解释Ⅱ[M]．北京：机械工业出版社，2015．

