

中国B2B2C在线教育平台行业 研究报告

2017年

核心结论



平台概述

- **平台定义**：B2B2C在线教育平台指链接教育内容供需双方，为教学过程各环节提供技术、功能和服务，并实现教育内容变现的互联网第三方教育平台。
- **平台特征**：1、开放式互联网教育载体；2、网师入驻，筛选聚合多领域优质教育内容；3、提供在线教育过程中全方位的支持和服务，实现课程产品的商业化；4、多种教育形式相结合的体系化重教育模式；5、以教育刚需用户为主；6、完整的网师审核和课程监管规范。



行业现状

- **市场必然性**：1、在政策经济环境利好、技术更新迭代、教育需求上升的带动下，互联网教育形态进入了高速演变期，B2B2C在线教育平台应运而生；2、学生端用户对多垂直领域、高质量内容的终身学习需求在上升，网师端用户希望通过互联网实现教育知识变现的需求在上升，平台的功能和服务可以契合教育供需双方用户的需求。
- **行业痛点**：1) 版权保护；2) 行业规范完善；3) 供需两端用户的使用体验；4) 精准匹配；5) 学生用户留存率。
- **业内格局**：主要包括两类玩家——一类为跨行业进军在线教育领域的综合性互联网企业，优势在于企业品牌的知名度和自有流量；另一类为垂直于教育领域的在线教育企业，优势在于丰富的教育从业经验和教育资源。
- **商业模式**：现阶段以网师课时费抽成盈利为主，未来可探索多种盈利模式。



发展趋势

- 进一步提升**课程供应**的数量和质量；
- 致力于准确高效地完成**供需匹配**，实现大范围个性化教育；
- 在课前课后**全环节**上完善**服务体系**；
- 协助和鼓励各机构组织科学、系统、高效的**社群学习**；
- 发挥数据积累的天然优势，全面应用**人工智能技术**。

中国B2B2C在线教育平台概述 1

中国B2B2C在线教育平台行业分析 2

中国B2B2C在线教育平台企业案例 3

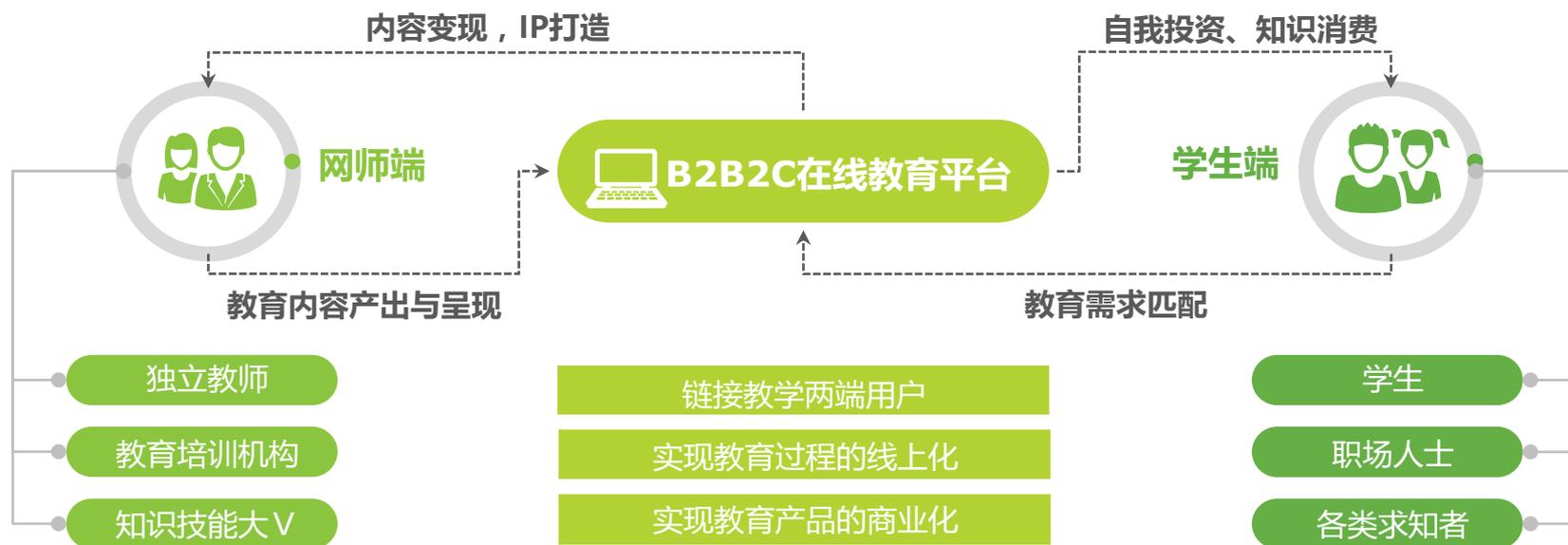
中国B2B2C在线教育平台行业趋势 4

B2B2C在线教育平台定义和研究范畴

为在线教育和教育内容变现提供支持服务的第三方教育平台

从宏观角度讲，B2B2C在线教育平台泛指以实现优质教育为目标、链接教育内容提供方和需求方双方用户的互联网第三方教育平台；平台一般不直接提供课程内容，而是更多承担教育的互联网载体角色，为教学过程各个环节提供全方位支持和服务。而本次报告的研究对象聚焦于——在实现教育过程的同时，能够帮助教育内容提供方实现课程产品的商业化和品牌化、达到教育内容变现目的的B2B2C在线教育平台。在本次报告中，教育内容提供方简称为“网师端”，教育内容需求方简称为“学生端”，B2B2C在线教育平台简称为“平台端”或“平台”。

2017年中国B2B2C在线教育平台研究范畴

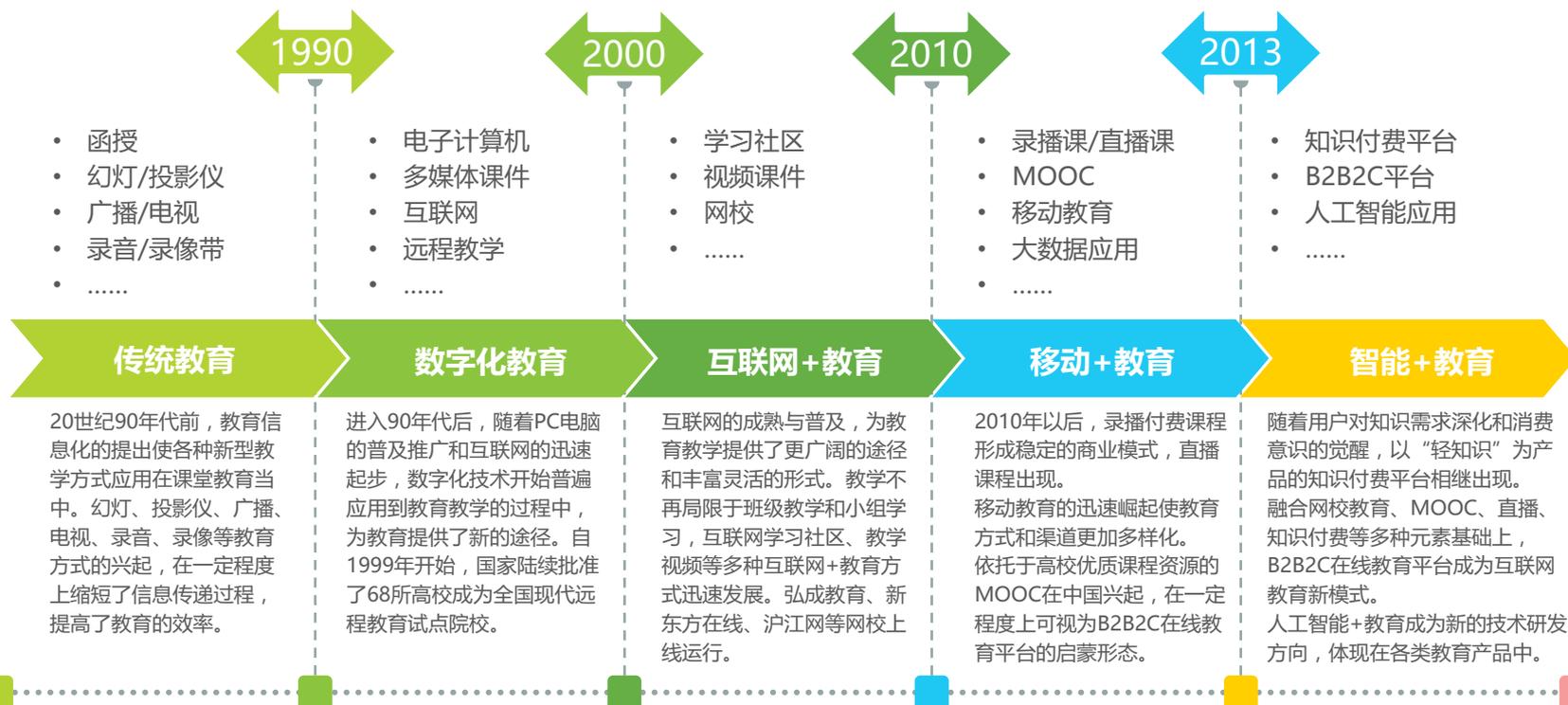


中国教育线上化的发展历程

在线教育进入资源开放共享和教育内容变现的智能时代

在线教育的发展与科技发展水平、教育理念变革以及用户教育需求升级和生活方式转变息息相关。随着互联网教育规模的不断扩大和商业模式的日渐稳定，教育用户学习需求的深化、消费意识的觉醒和消费能力的升级，中国在线教育在现阶段已经进入了学习领域垂直细分、学习方式丰富多样、资源开放共享、教育内容变现的智能教育时代。

2017年中国在线教育的发展阶段



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B2C在线教育平台产品主要特征

重教育模式、多领域内容聚合、实现变现的开放式教育载体

作为开放式教育平台，B2B2C在线教育平台是联接教育供需双方的互联网载体，不主要负责产出教育内容，而是通过专业的资质审核和课程监管机制，筛选优质网师入驻平台，聚合多垂直领域的知识资源与高质量课程；以视频课程为核心多种教育形式相结合的重教育模式，满足以教育刚需用户为主的学生端在不同学习阶段的教育需求；在整个在线教育过程当中，平台为教育双方提供全方位的支持和服务，并在实现教学效果的基础上达到课程商业化的目标。

2017年中国B2B2C在线教育平台的主要特征

开放式教育载体

- 开放式平台，教育的互联网载体角色
- 用技术联接教育的供需双方

功能服务、内容变现

- 提供在线教育过程中功能和服务
- 实现课程产品的商业化，内容变现
- 实现名师/名课的品牌打造渠道

聚合多领域优质内容

- 聚合多个垂直领域的课程
- 网师入驻，聚合丰富、个性化的优质内容

多教育形式结合

- 以视频课程为核心、多种教育形式相结合的体系化重教育模式

教育刚需用户

- 以达到教育效果为目的的刚需用户为主

审核与监管规范

- 对网师端的资质审核，对课程质量的监管，保证用户接受的服务水平



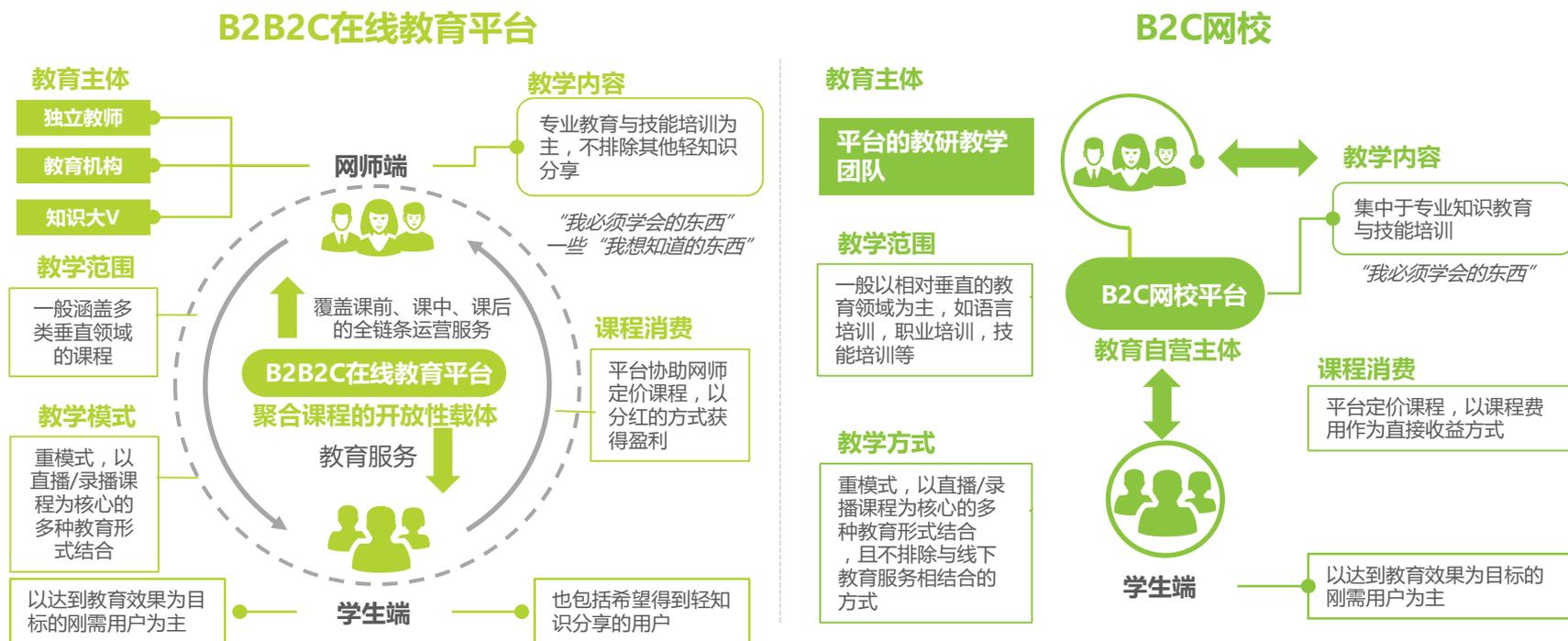
平台技术和服、体系化重教育模式、多领域个性化内容以及审核监管规范，保证教学效果的最终实现

B2B2C在线教育平台与B2C网校

同以实现教育为目标，前者是聚合多领域课程的开放性载体，后者是教学领域更聚焦的自营主体

B2B2C在线教育平台和B2C网校平台均以实现在线专业教育与技能培训为目标，实现教学场景的线上化。不同的是，作为开放性平台，B2B2C在线教育平台担任的是教育载体的角色，起到聚合多类垂直领域课程的作用；而B2C网校担任教育自营主体的角色，一般以相对垂直的教育领域为主要课程产品，如语言培训，职业培训，技能培训等。

2017年中国B2B2C在线教育平台与B2C网校的对比



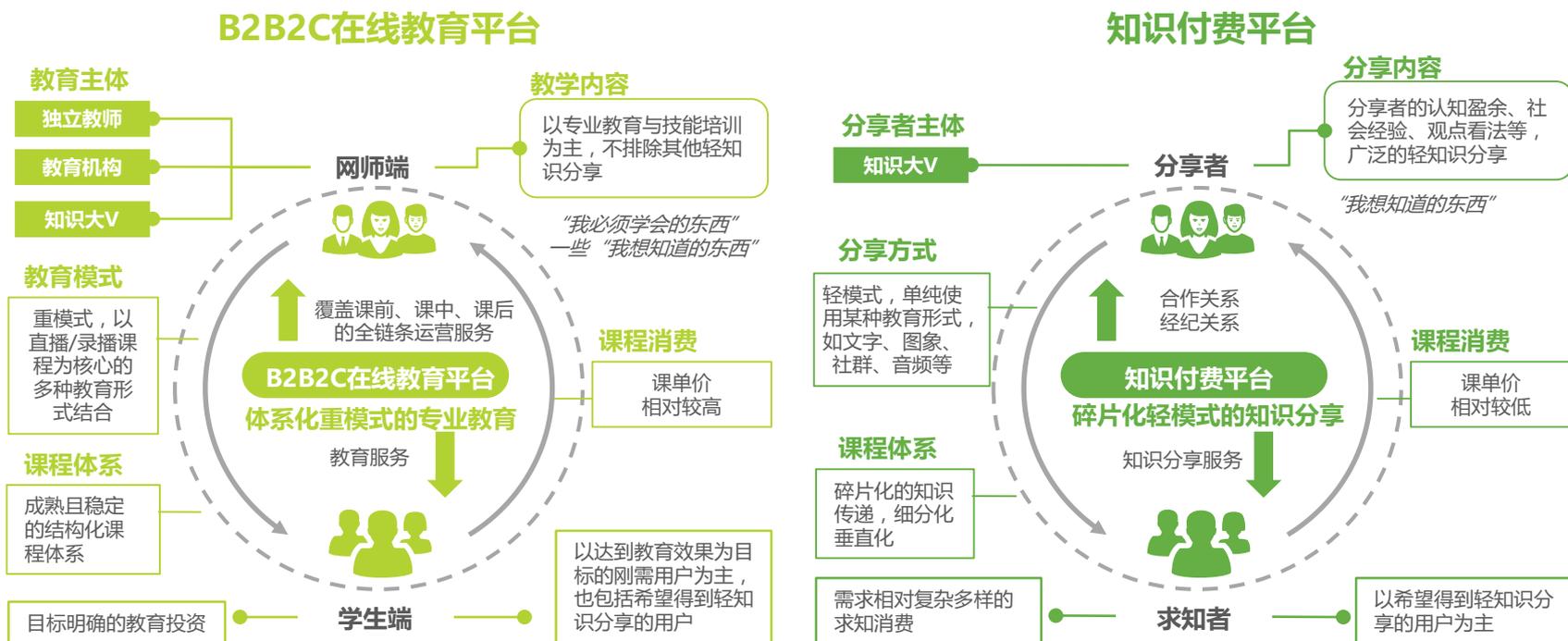
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B2C在线教育平台与知识付费平台

同为开放性的聚合平台，前者以体系化重模式的教育服务为主，后者以碎片化轻知识传递为主

B2B2C在线教育平台和知识付费平台均为开放性的第三方知识聚合平台，作为教育载体，链接内容提供者和内容接纳者两端，为教育/知识分享过程提供渠道、功能和一系列相关服务，并在此过程中实现内容变现。不同的是，B2B2C在线教育平台以结构化、体系化的专业教育服务为主，多采用以课程为核心的多种教育形式结合的模式；而知识付费平台则多以碎片化的轻知识传递服务为主，分享方式相对简单便捷，如通过文字、图像、音频、视频等轻量方式达到输出目的。

2017年中国B2B2C在线教育平台与知识付费平台的对比



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B2C在线教育平台产品技术要求

可触达、教育服务专业化、商业化、智能化

作为服务于教学过程的互联网平台，B2B2C在线教育平台的技术要求均是以在线教育实现的效果为出发点——在支持常见PC端和移动端操作系统基础上，拥有良好的实时通信功能，保证线上教育过程中的直播即时性和视频声音画面效果；以服务教育过程为核心，提供友好的教育辅助工具和社交互动功能；支持内容变现，拥有便捷安全的课程交易付费系统；实现大数据采集，以及支持人工智能在平台教育中的结合应用。

2017年中国B2B2C在线教育平台产品技术要求

系统支持	✓ 支持Window/Mac/iOS/Android等常见PC端和移动端操作系统	可触达
通信技术	✓ 延时技术达标，在各种网络环境下能够保证线上教育过程中的实时通讯效果	
直播录播	✓ 视频声音/画面清晰度达标，可保证直播教学过程和回放视频中的视听效果 ✓ 可以录制课程视频，可以同步课件以及其他课程痕迹，有较好的场景还原效果	
教育测评	✓ 以服务教育过程为核心，教学辅助、学习工具、考试测评等完整的配套功能服务	教育专业化
社交互动	✓ 利于师生沟通、学员交流、资料存储与分享的社交群组 ✓ 利于课程传播的外部扩散功能	
交易支付	✓ 拥有便捷安全的课程交易付费系统	商业化
大数据应用	✓ 实现教育过程中教育信息和学习行为的大数据采集	智能化
智能研发	✓ 人工智能在平台教育中的结合应用，如即时反馈、智能助教、成绩测评、精准推荐等	

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国B2B2C在线教育平台概述

1

中国B2B2C在线教育平台行业分析

2

中国B2B2C在线教育平台企业案例

3

中国B2B2C在线教育平台行业趋势

4

中国在线教育市场规模

2017年市场规模预计1941.2亿元，行业逐渐进入初步成熟期

艾瑞咨询数据显示，2017年中国在线教育市场规模预计达1941.2亿元，同比增长22.9%。未来几年，中国在线教育的市场规模同比增长幅度持续降低但增长势头保持稳健，预计在2019年其市场规模将达2727.1亿元。

艾瑞分析认为，从资本市场和创业者的不断涌入到回归理性，在线教育在近几年经历了一段快速发展期，自2017年开始逐渐进入初步成熟阶段，市场对教学教研能力更高、技术研发能力更强和运营服务水平更好的企业更具包容性，而创业者也将进一步深挖教育痛点以寻找新的创业机会。逐渐迈向成熟的行业以及资本市场的谨慎使得线下教育机构谋求向线上转型的难度增加，而教育和知识分享者的线上发展也受到限制，而B2B2C在线教育平台为上述两类群体提供了机会和空间。

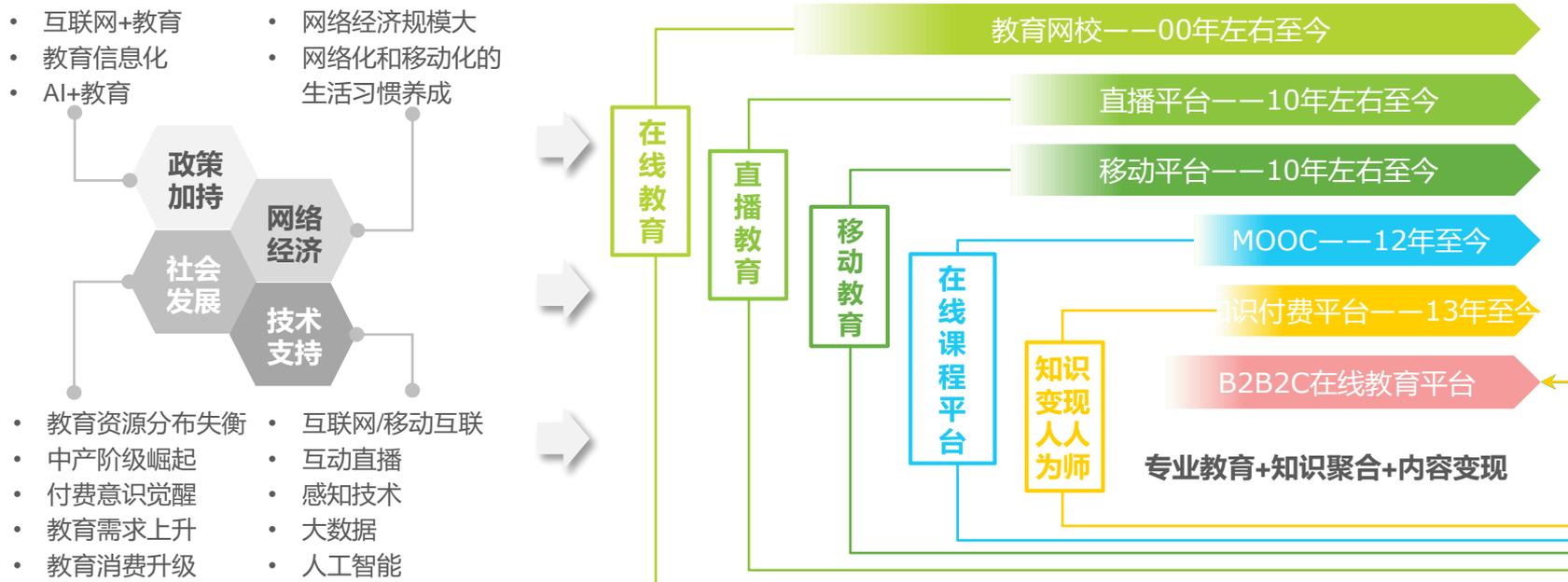


来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

行业环境持续利好驱动B2B2C在线教育平台应运而生

在政策经济环境利好、技术更新迭代、教育需求上升的带动下，互联网教育形态进入了高速演变期，尤其是自2010年以来，移动教育工具的普及与多样化，MOOC模式的兴起，知识付费平台产品的爆发，各种形态的教育学习产品陆续出现，用户对在线教育多种形态的接受度持续上升，在充分的技术基础和相对成熟的行业环境下，集“专业教育+内容聚合+内容变现”于一身的B2B2C在线教育平台应运而生。

2017年中国B2B2C在线教育平台的宏观行业环境驱动力



用户需求驱动力-学生端

B2B2C在线教育平台与学生端用户的多层面学习需求相契合

从在线学习用户的需求来看，随着在线教育用户规模的逐年扩张、用户对学习内容范围的不断拓展和细化、以及在知识爆炸的社会环境下终身学习理念的用户接受度迅速提升，学生端用户对多类别、多选择、高质量的在线学习内容有着愈发强烈的学习需求，同时在教育方面付费投资的意愿不断上升，而聚合多垂直领域的专业学习内容、重审核重优选、重体验重服务的B2B2C在线教育平台是与用户的多层面需求相互契合的产物。

2017年中国B2B2C在线教育平台的学生端需求驱动力



用户需求驱动-网师端

网师端知识变现的需求上升，B2B2C在线教育平台为其赋能

一直以来，教师和教育机构都承担着优质教育盈余输出的角色，但其教育传递在不同程度上受到地域分布、传播渠道、推广途径等多方限制。而在在线教育高速发展、知识付费理念兴起的行业环境下，网师端用户愈加希望通过互联网拓展教育输出渠道，同时在知识变现方面的需求也在日渐上升，而平台能够以提供在线教育支持服务的方式为其赋能，补充其缺乏技术、运营、营销能力和推广渠道的短板，形成互利双赢关系。

2017年中国B2B2C在线教育平台的网师端需求驱动力



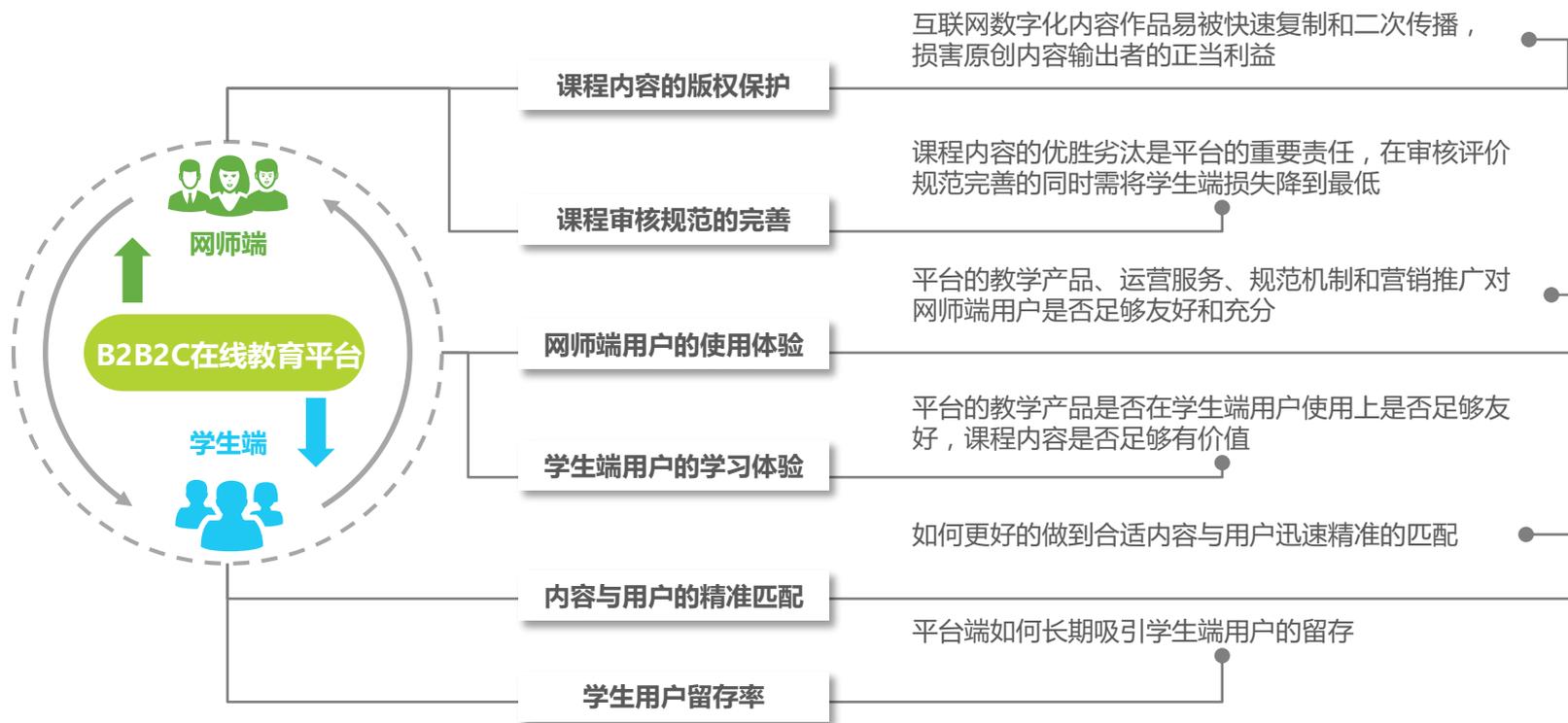
网师与平台形成互利双赢的关系，借助平台的技术、运营、维护、营销和流量支持，依托自身教育资源

行业痛点

版权保护、规范完善、用户体验提升、精准匹配、用户留存

综合现有平台产品来看，行业痛点相对集中于师生两端用户的直接使用体验和平台服务上。如何维护网师端用户原创课程内容的版权利益，课程和网师的审核规范如何更加完善，从平台产品和服务层面上如何更好的保障用户的使用体验，如何更好的做到内容与用户迅速精准的匹配，以及如何长期吸引学生端用户留存的问题，均是现阶段平台需要进一步完善或突破的痛点。

2017年中国B2B2C在线教育平台行业痛点



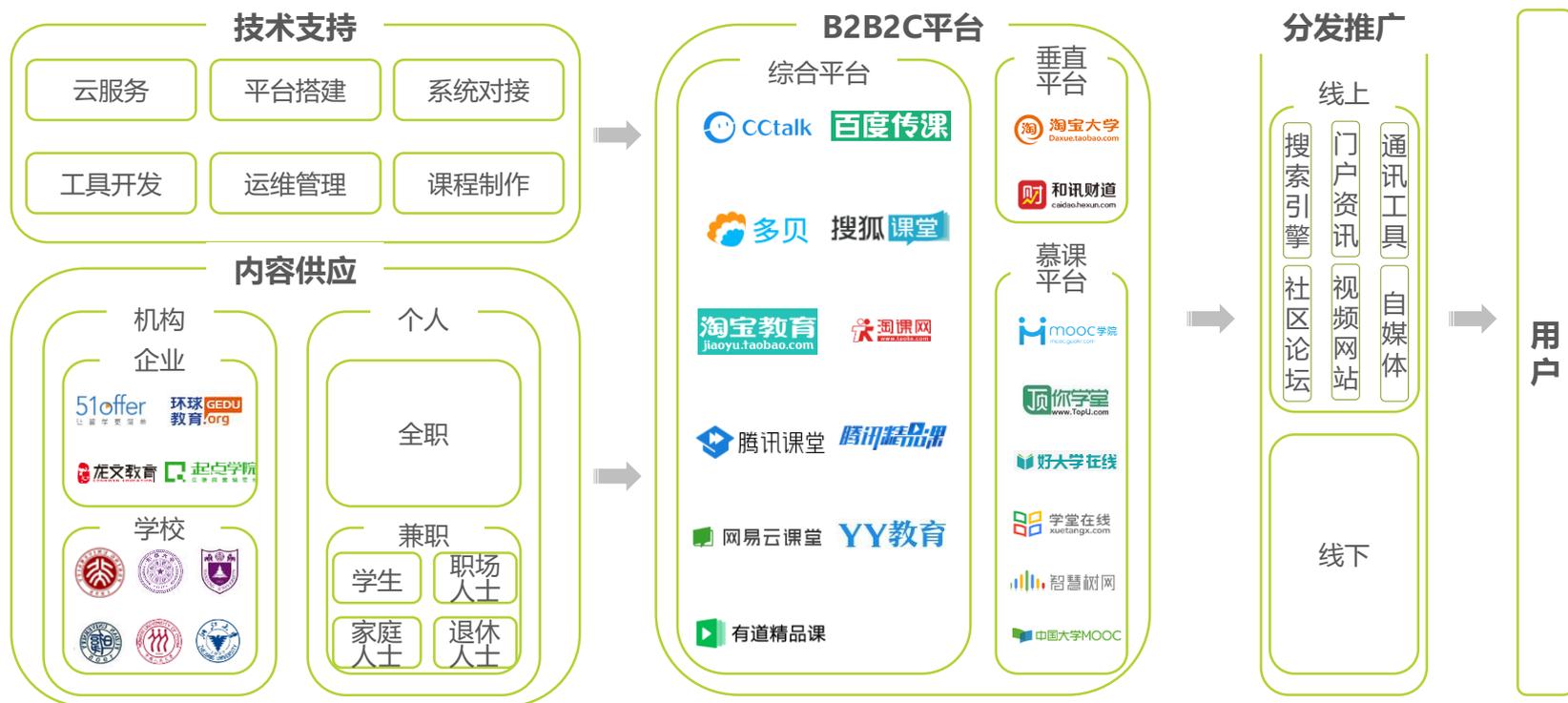
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

产业链&企业图谱

内容供应是产业链重难点，互联网企业搭建平台有优势

技术支持——内容供应——平台——分发推广四大环节构成了基本的产业结构。其中，技术支持目前已经不是难点，但技术支持的课程制作和工具开发等环节需要结合对教学的理解，而非单纯的技术进步即可完成；内容供应是整个产业链中的重难点，目前内容供应方以中小机构和独立个人为主，优质内容依然稀缺；而平台作为连接供需双方的第三方，需要有一定的流量优势和品牌知名度，因此大型互联网企业占据先机。

2017年中国B2B2C在线教育平台产业链图谱



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

行业玩家分布

玩家集中在互联网领域，不同玩家各有所长

平台玩家多为互联网企业，其中一类玩家为BAT、网易、搜狐、新浪、YY等互联网综合服务企业，这些玩家多依托企业原有流量给平台导流，跨行业进军在线教育，其优势是母品牌知名度高、流量大，能快速吸引大量供需方进入，存在的问题是原有流量与教育流量不完全匹配，比如，原有流量多为门户网站用户或电商用户，则导入到教育平台的用户不一定具备强烈的教育培训需求；另一类玩家为垂直于教育领域的在线教育企业，知名平台包括CCtalk、多贝等，优势是在线教育从业经验丰富、教研水平较高、教育资源相对充足，但平台自身流量水平多逊于前者水平。

2017年中国B2B2C在线教育平台玩家分布



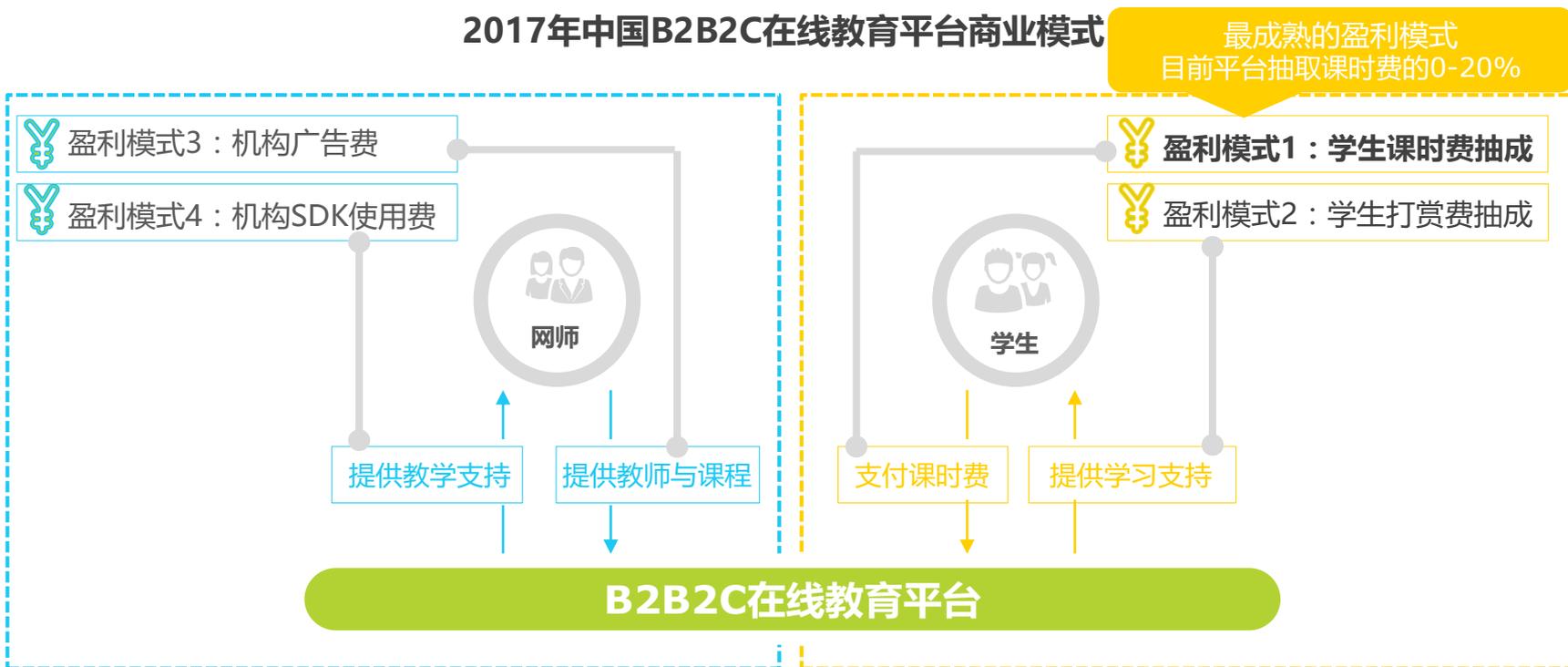
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

主要商业模式

主要依靠课时费抽成来盈利，未来可探索多种盈利模式

平台作为中间方，一端连接能提供教育资源的网师，另一端连接具有教育需求的学生。学生通过平台向网师支付课时费，平台可对课时费进行抽成作为收入来源，这是目前业内玩家主要的盈利模式。在教学过程中，学生也可模仿直播平台用户的做法，向网师打赏，平台也可从中抽成。对网师而言，入驻平台后仍需要持续做宣传推广，在平台上招生、授课、管理服务也需要使用更多更高效的工具，因此，未来平台还有可能向网师收取一定的优质资源位广告费，或开发用于招生、授课、管理、服务的一系列SDK供机构使用，并收取一定的使用费。

2017年中国B2B2C在线教育平台商业模式



中国B2B2C在线教育平台概述

1

中国B2B2C在线教育平台行业分析

2

中国B2B2C在线教育平台企业案例

3

中国B2B2C在线教育平台行业趋势

4

CCtalk为教师提供全方位教学服务，覆盖学生学习活动的整个周期，利于学生学习过程的完整性

CCtalk定位为教育界的淘宝，提供在线直播、社群营销、教育服务的一站式服务，打造从内容生产、分享、传播、销售及服务的闭环。一方面，平台为网师端提供全面的教学工具，同时通过整合直播大数据推出“教学指数”，助力网师提升上课技巧及效果，同时对深度合作网师会提供全周期的营销支持服务；另一方面，针对学生端，CCtalk打通了课前、课中和课后环节，在课前为学生提供课程讲义供学生预习，上课过程利用教学工具保证教学活动良好的互动性和场景性，课程结束后，教师可以在班级群中预留作业，学生可以回顾课程并进行群组讨论，充分起到延长学习时间的效果。

CCtalk在网师端和学生端的服务体系



平台商业模式清晰，教育基础雄厚，产品和服务优势明显

CCtalk平台凭借沪江16年的行业经验积累、对在线教育的深刻理解，以及与网师群体的良好关系，对网师端的需求了解透彻，为后期教学产品功能的更新及研发提供了良好的支撑，同时平台为师生学习活动提供了完整的服务，打造社群化学习，为师生营造了良好的教学活动场景和氛围。未来CCtalk的商业模式主要集中在两个方面：B端方面，与入驻平台的网师进行基础的课程收入分成，以及为网师提供付费类增值服务，对于企业用户，将平台工具等产品打包成SDK，为企业提供免费的分层教育云服务；C端方面，为学生用户提供直播课堂上的付费打赏和礼物等直接的消费通道。

CCtalk平台的优势

教学理解深

沪江作为我国最早一批在线教育的开拓者，凭借着16年行业积累，对在线教育的理解深刻。

工具全面且创新性强

CCtalk工具齐全，服务全面，满足了在线教学所需的音视频工具及互动工具需求；同时平台持续迭代产品并创新研发新功能，满足用户需求的不断变化。

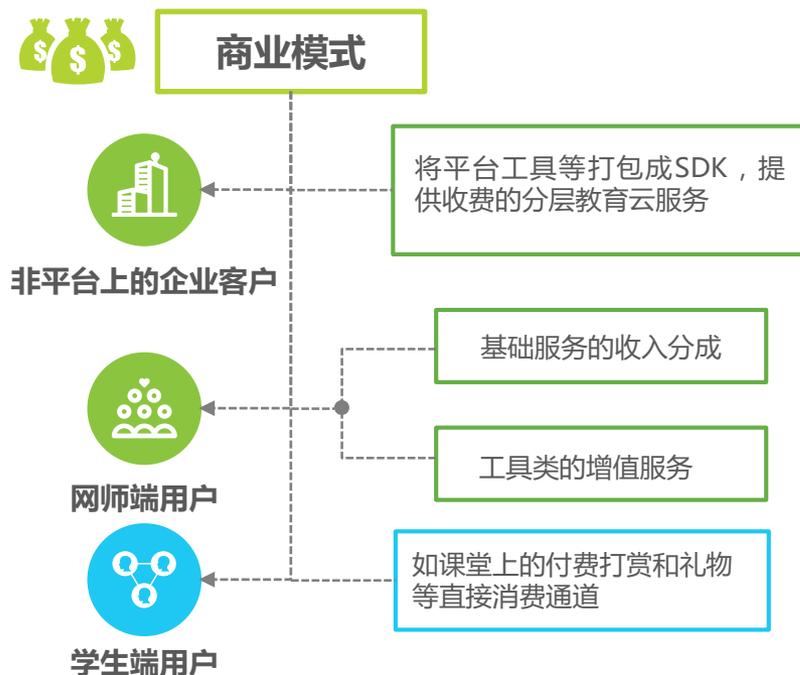
服务完整

CCtalk提供了课前-课中-课后的完整服务，保证了学习的连续性，并延长了学习服务，让学习更加有效。

社群化学习

CCtalk认为互动教学只是学习的一个环节，需要将学生的课后时间有效组织起来并引导学生交流学习，社群化的学习将有利于提升学习完成率和学习效果。

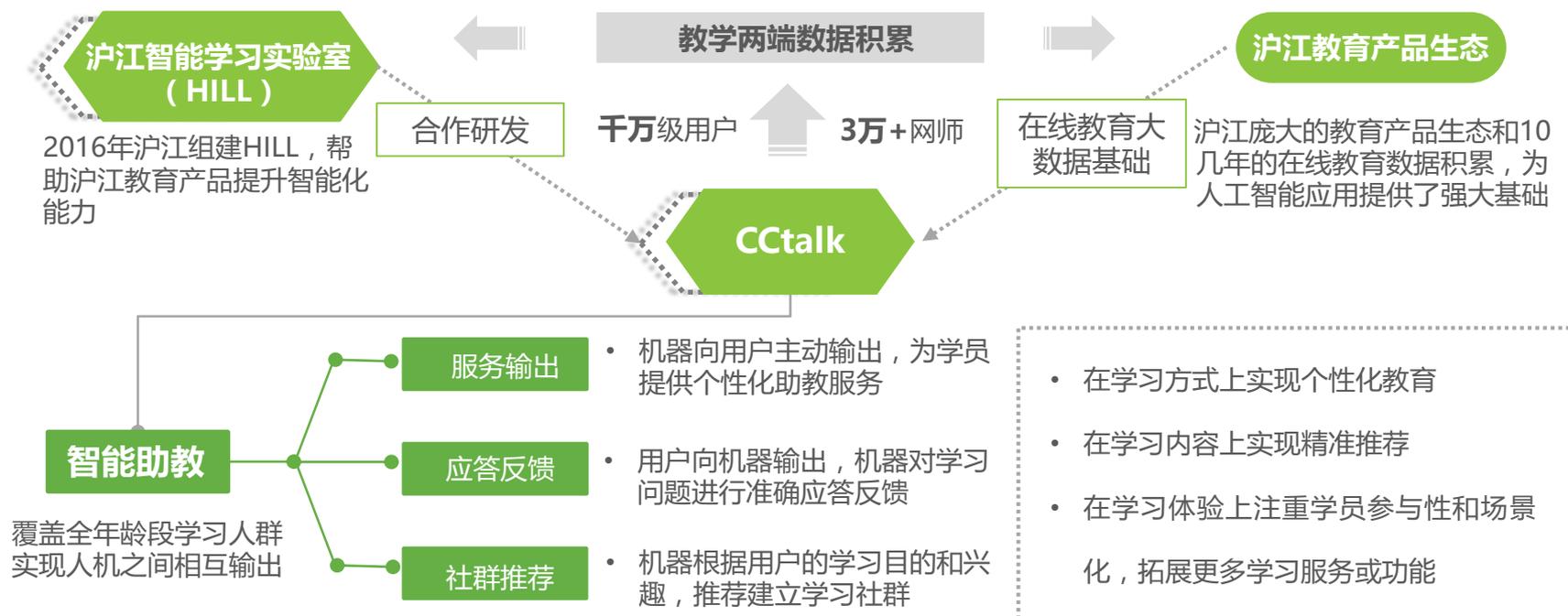
CCtalk的商业模式规划



在人工智能方面深度布局，优化学习方式，提升学习体验

人工智能与教育的结合不仅提升了教学效率，而且使得个性化教育成为可能。现阶段沪江智能学习实验室与CCtalk正在共同研发智能教育应用——智能助教。智能助教不仅覆盖全年龄段学习人群，而且能够实现人机之间的相互输出，很好地扮演了学生助教的角色。CCtalk通过将人工智能与教育的深度融合，将有效提升学习服务，使得学习方式和学习内容更具个性化，学习体验更符合学员的学习习惯，有效提升学习效率。

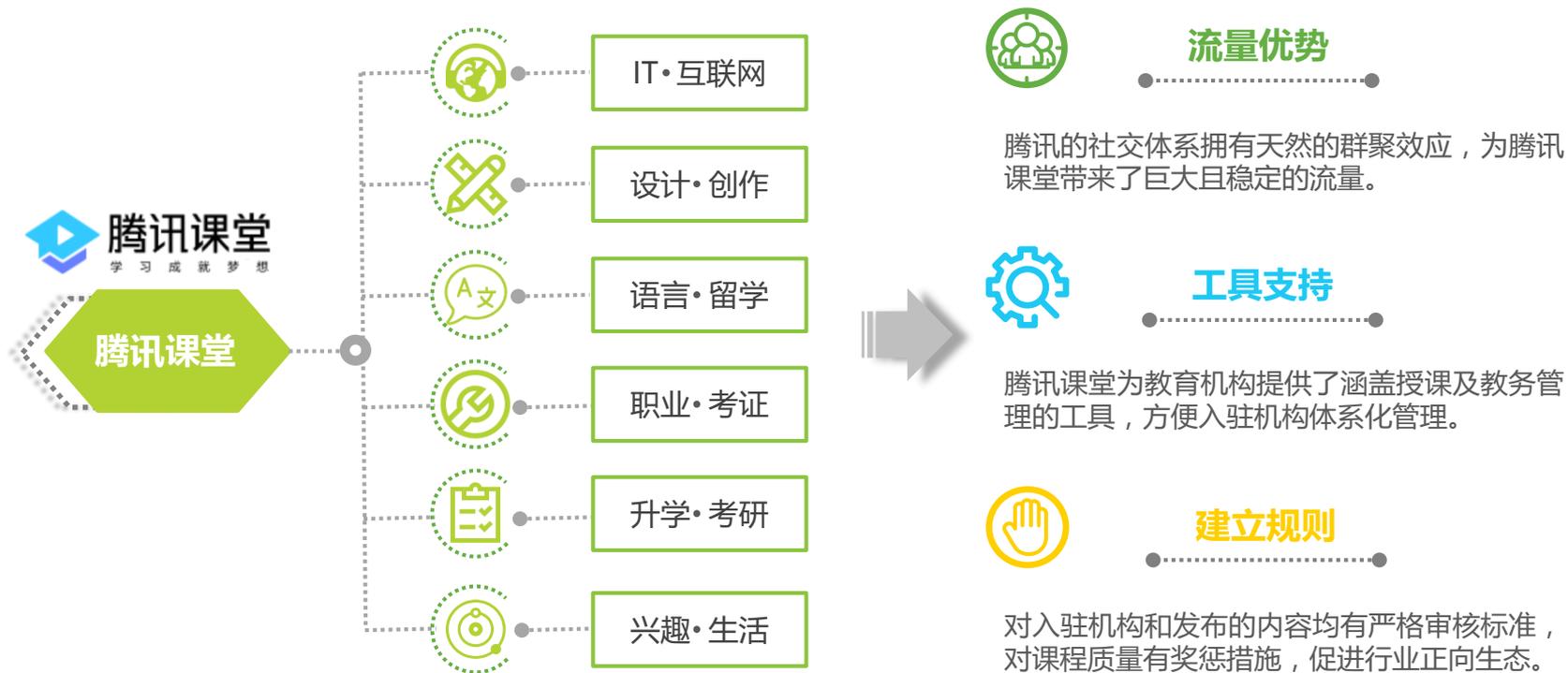
CCtalk的人工智能技术布局与应用



课程体系全面，流量大、工具全、资质及质量审核严

目前腾讯课堂网站上设有IT互联网、设计创作、语言留学、职业考证、升学考研及兴趣生活共六大类课程体系，每一大类课程又划分为不同的细分领域。腾讯课堂的优势明显：依托于腾讯的社交产品，给课堂带来了庞大且稳定的用户流量；在工具支持方面，腾讯课堂可以给入驻机构提供营销工具，为机构从线下向线上迁移提供支持，提供教学和教务工具共同保证机构授课和管理的顺利进行；腾讯课堂除了对入驻机构的资质进行严格审查外，还对课程质量、课程的完整性等进行监管，保证平台课程的良性生态。

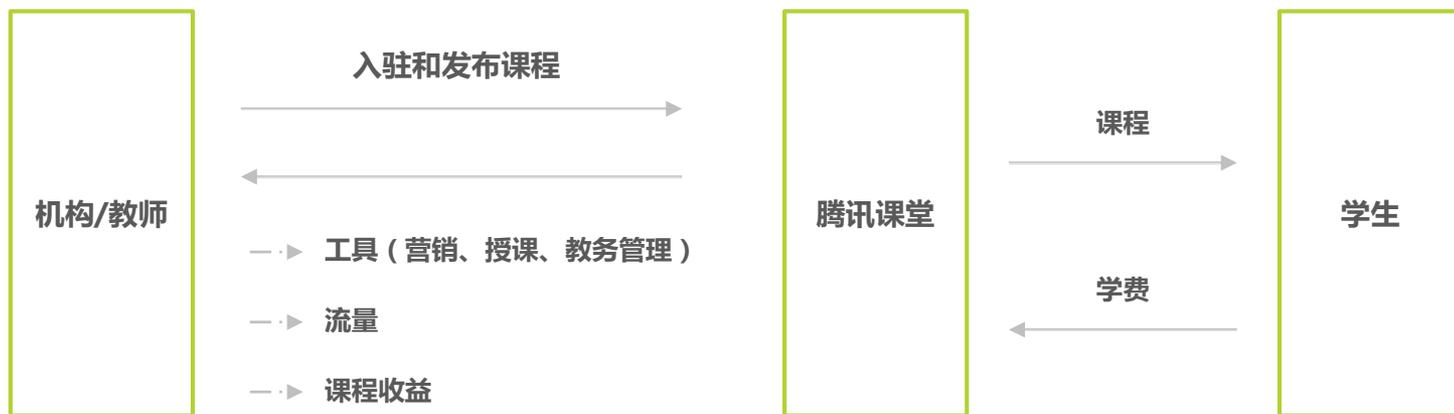
腾讯课堂的课程体系及优势



腾讯课堂连接机构/教师和学生，支撑教学和管理运行

腾讯课堂连接着机构/教师和学生两方。在运行模式方面，机构/教师向腾讯课堂提交入驻申请后，平台会对其资质进行审核，审核通过后机构/教师即可入驻平台；若要发布收费课程，需与平台签订收益补充协议；机构/教师发布教学课程后，平台对课程进行审核，确保课程内容与介绍的一致性，保证学员的利益；最后，经过确认的课程便可在平台招生授课。同时平台会实时监督机构的授课行为规范和课程的质量。

腾讯课堂的运行模式及入驻流程



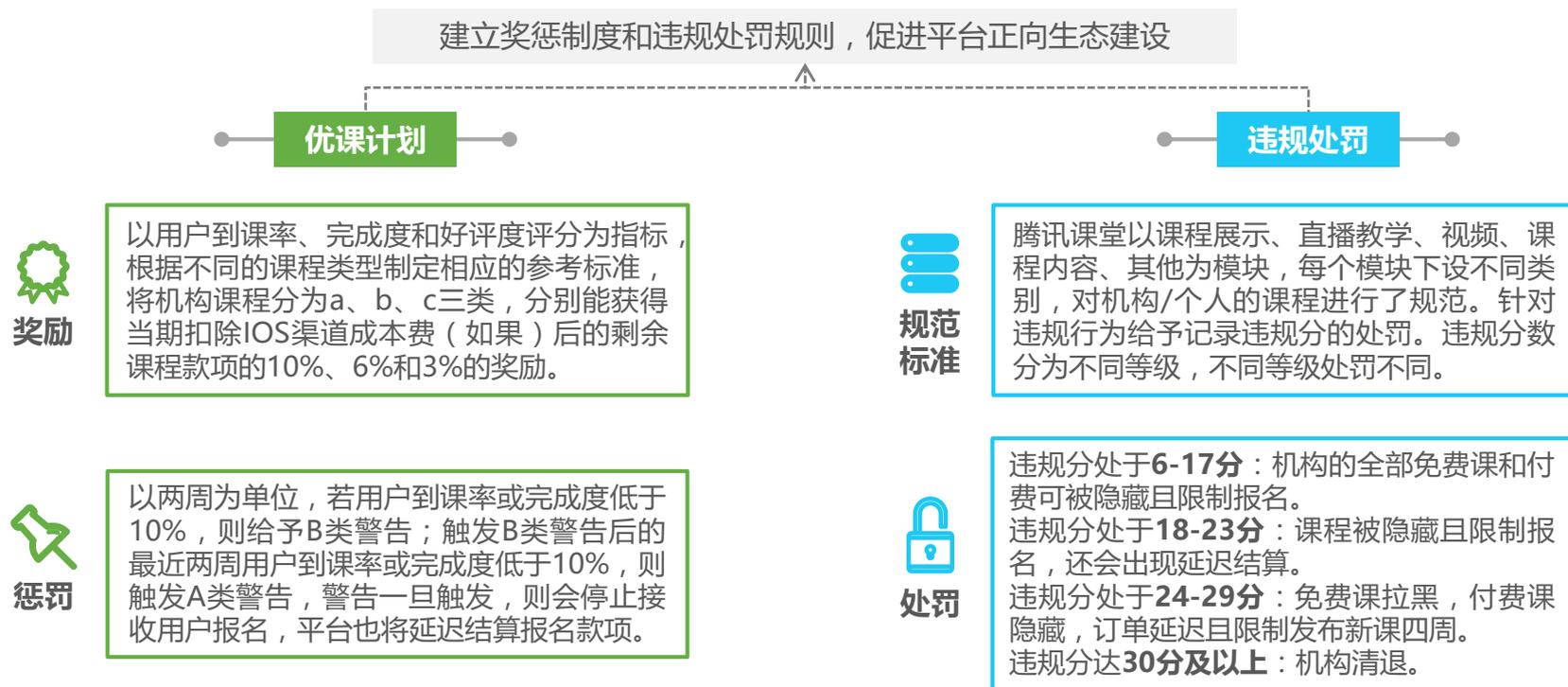
机构从入驻至上课的流程



建立平台奖惩规则和违规处罚机制，促进平台正向生态

为保证平台生态的良性循环，腾讯课堂提出了两套规则，分别为奖惩规则和处罚规则。其中优课计划以用户到课率、完成度和好评度评分为指标规定了机构的奖励和处罚规则，助于提高平台机构的内容质量和服务质量。而违规处罚则是建立标准规范，对违规行为给予记录违规分数，当分数达到一定程度时给予相应的处罚。奖惩规则和违规处罚机制的建立能够有效的提升平台的内容质量，完善服务体系，保证平台生态的良性循环。

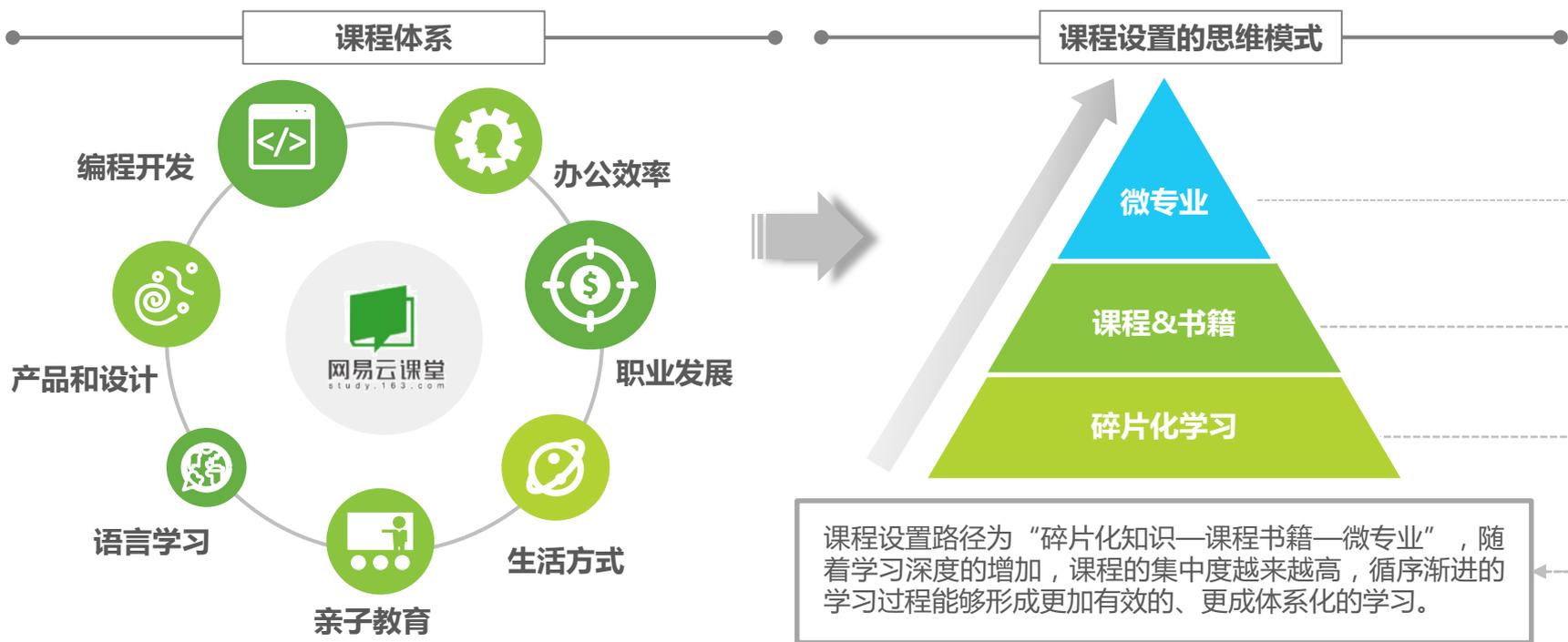
腾讯课堂的奖惩规则和违规处罚机制



课程设置采用由浅入深、循序渐进的思维模式，打造课程内容的体系化和学习过程的高效化

网易云课堂于2012年12月上线，是一个领先的实用技能学习平台，专注为用户提供最前沿实用的知识内容，帮助用户获得个人发展和能力提升。目前网易云课堂课程内容覆盖了编程开发、办公效率、产品和设计等方方面面。在课程设置方面，课程是平台的主体，但平台不限于课程，而是根据由浅入深、循序渐近的课程设置模式设置了各类学习方式，目的是让用户的学习过程更加有效，学习内容更加成体系。

网易云课堂的课程体系及课程设置的思维模式

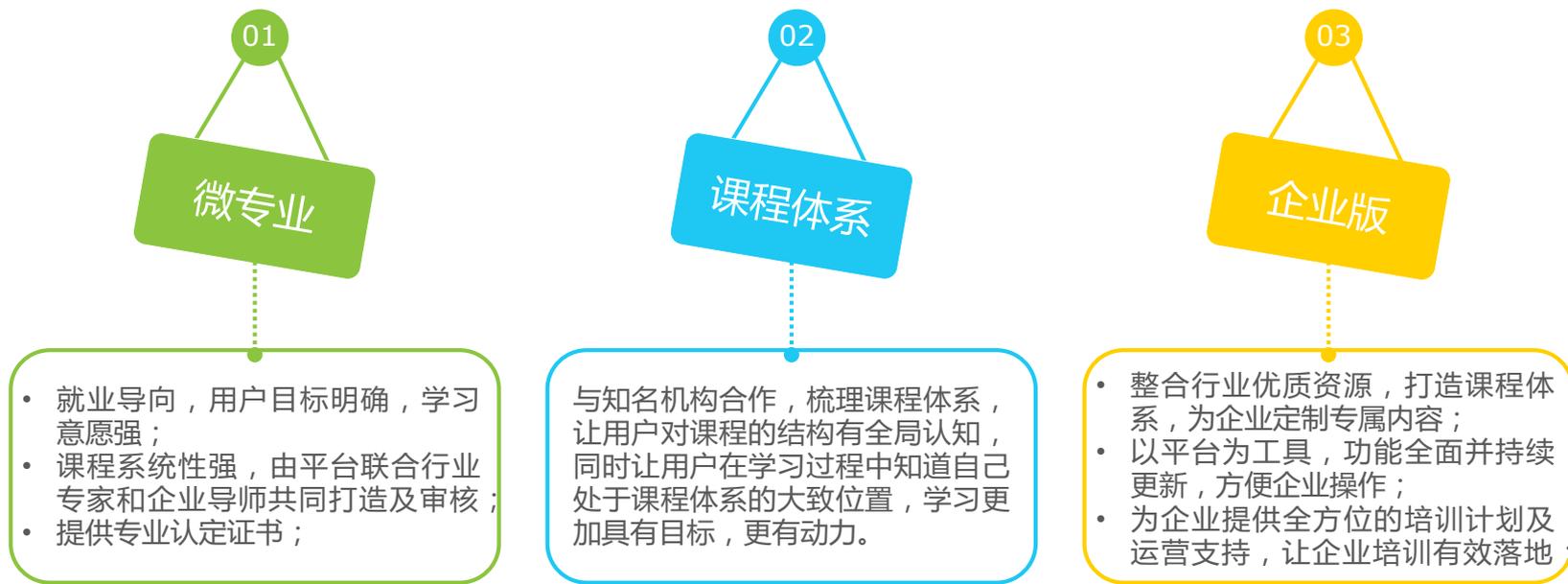


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

以微专业、课程体系和企业版为特色版块，深化课程内容质量和体系，提升学习的有效性

除了提供提升技能的课程服务外，网易云课堂还开设了微专业、课程体系以及企业版三大特色版块。其中微专业的就业导向性更强，课程内容由平台联合行业专家和企业导师共同打造，更贴近实际工作中的情况；针对课程体系的梳理则是由网易云课堂自身或与知名机构合作完成，旨在让用户了解课程的整体布局并明确自己所处位置，让学习目标更加清晰。网易云课堂的企业版主要是针对企业用户提供服务，通过整合行业优质内容并结合平台自身优势为企业提供有效的、落地的培训服务。

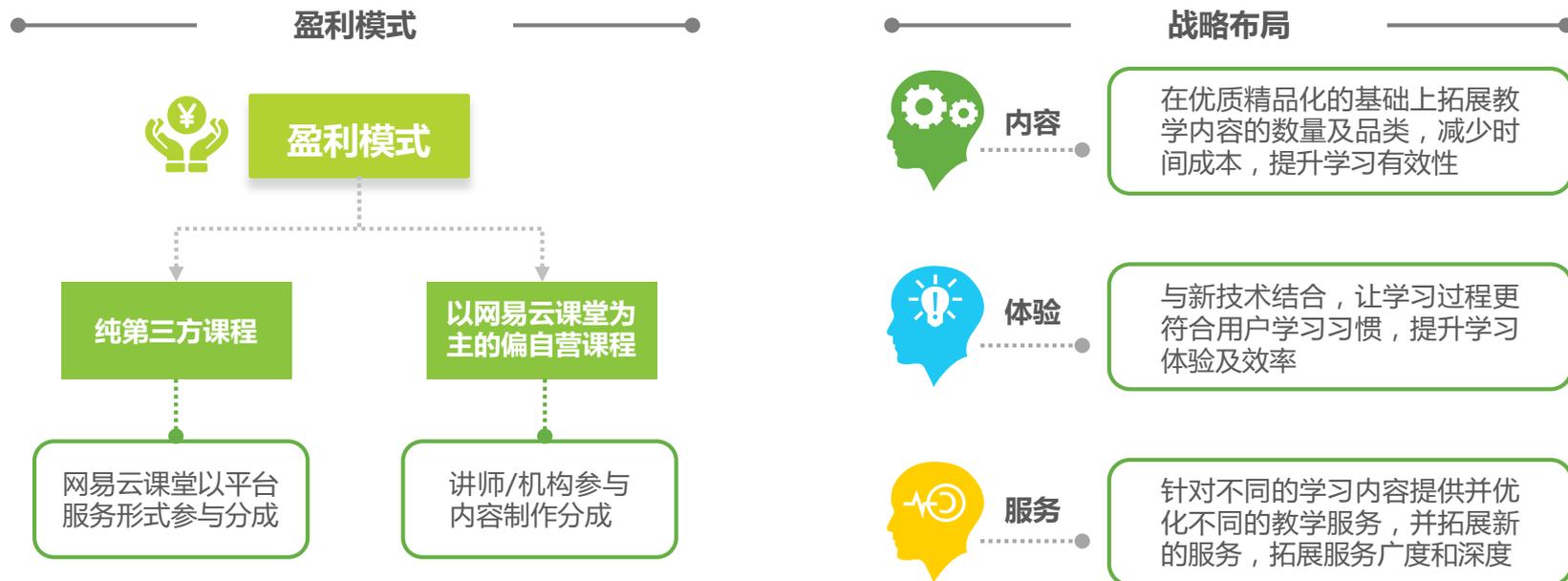
网易云课堂的特色版块



参与机构收入分成和售卖课程内容为主要盈利模式，未来在 教学内容、教学体验和教学服务方面持续发力

现阶段网易云课堂主要采用录播/直播课程+线上作业+在线答疑的形式授课，其盈利模式主要为收入分成模式，又分为两种类型，一种是纯第三方课程，以讲师或机构为主，网易云课堂以平台服务费方式参与分成；另一种是偏自营的课程，以网易云课堂为主，讲师或机构以内容制作形式参与分成。在未来，网易云课堂将持续把握教育本质，在教学内容、教学体验和教学服务方面持续发力，即积累完善教学内容体系，又为用户提供更具广度和深度的服务，提升学习效果和效率。

网易云课堂的盈利模式和战略布局



中国B2B2C在线教育平台概述

1

中国B2B2C在线教育平台行业分析

2

中国B2B2C在线教育平台企业案例

3

中国B2B2C在线教育平台行业趋势

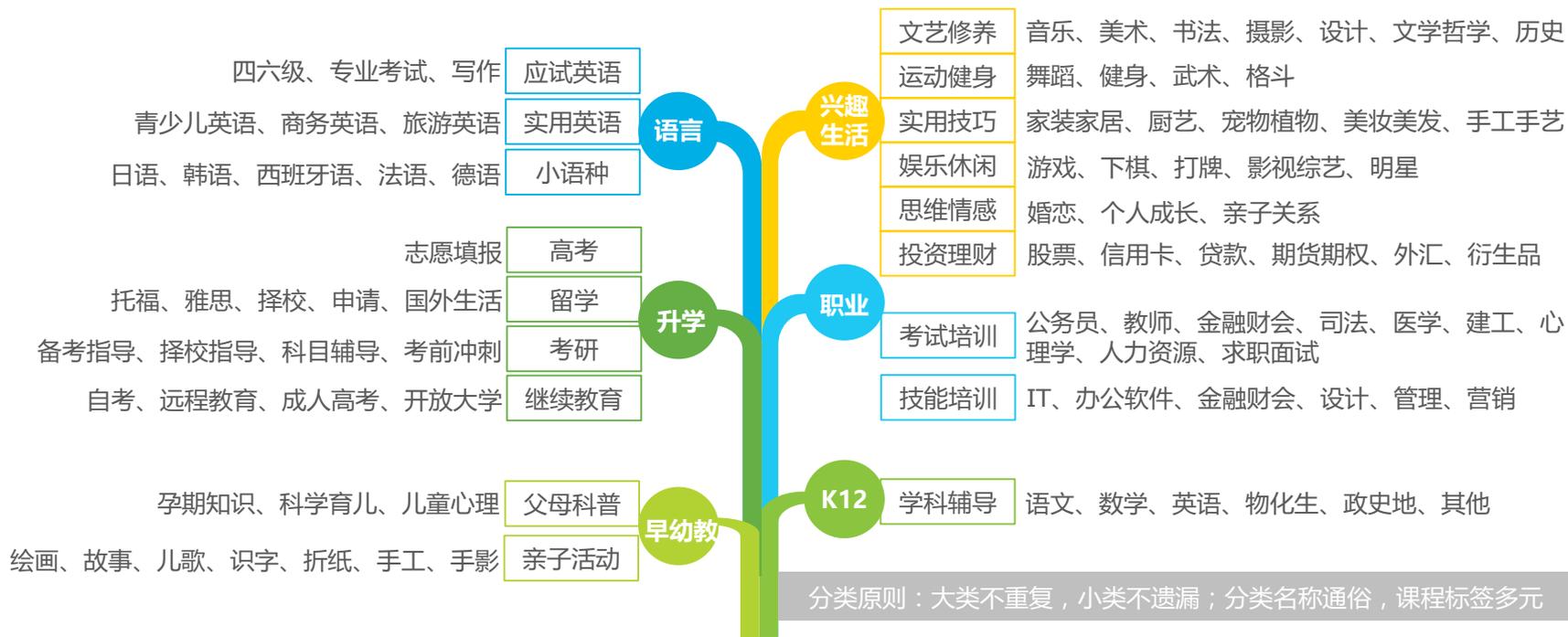
4

进一步聚合供需，发挥平台价值

进一步提升课程供应的数量和质量

一个优秀的平台需要具备三个基本条件：1) 聚合海量的课程资源；2) 做好课程资源的分类与管理；3) 做好课程资源的质量品控。由于教育用户尤其重视产品质量，因此未来各大平台对机构资质和课程质量的审核都将更加严格，学员评价与平台奖惩之间的挂钩也将更加紧密。

2017年中国B2B2C在线教育平台课程分类参考

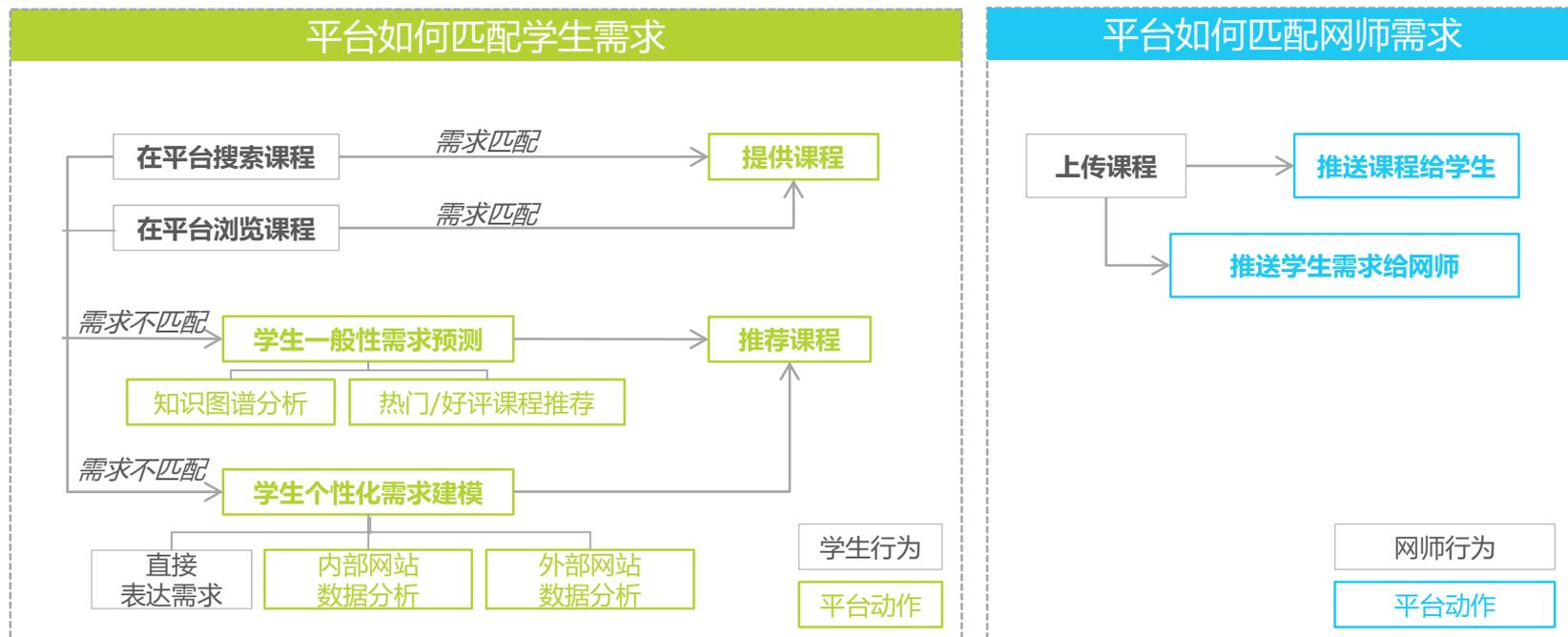


越发重视供需双方的精准匹配

致力于准确高效地完成供需匹配，实现大范围个性化教育

导入教育资源供需双方之后，如果供需匹配工作没有跟进，那么平台将陷入资源泛滥的窘境。教育需求具有多样性和模糊性，因此做好精准匹配就变得格外重要。对学生端来说，当学生在平台上主动搜索、浏览课程时，如果课程与学生需求匹配，那么平台直接提供课程即可；如果课程与学生需求不匹配，那么平台需要根据对一般学生需求的理解、对单个学生的个性化需求的理解去推荐课程，直到课程与学生需求相匹配。同时在学生上课过程中，平台需完整记录学生行为数据，并分析出学生的强项、薄弱点、学习偏好等特点，形成学生个性化需求模型，以通俗易懂的表现形式推送给网师，帮助双方更好地进行交互。整个过程的实现依赖于平台对教育行为的理解能力、数据沉淀能力和算法技术能力。

2017年中国B2B2C在线教育平台匹配供需双方过程



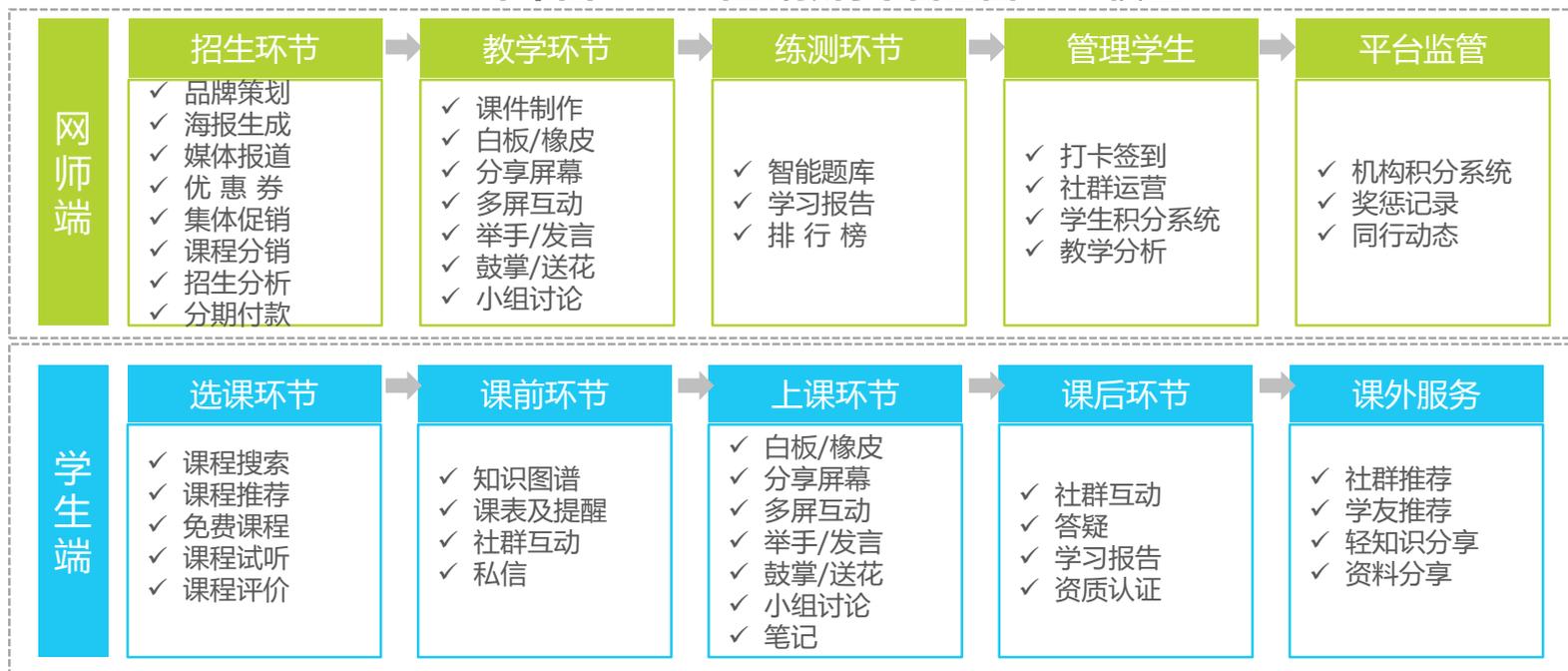
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

在供需管理上趋向于全方位覆盖

在课前课后全环节上完善服务体系

传统线下教育具备许多优点，如学习场景不易脱离、同学间具有社交属性，这些优点有力地促进了教学效果的实现。但在线上，学习场景感弱化、社交属性也不再天然，传统教育的这些优点被抹平。在线教育的发展需要突破的一大问题就是对线下场景的还原。平台作为一个“大教室”，承载了大量线上教学的过程，有必要优化线上教学体验，作为一个中间方也天然具备服务好供需双方的责任。目前已有一些平台着力开发各类线上工具，但总体来看，线上工具的功能分布仍处于较为零散的状态。未来，随着数据技术的进步与教育行业专业性的提升，各大平台的线上服务将逐渐覆盖机构的招生、教学、练测、管理全环节，也将逐渐覆盖学生的选课、课前、课中、课后、课外全环节，真正做到提供一站式极致服务。

2017年中国B2B2C在线教育平台全面SaaS模型



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

引领社群学习，打造社群生态

协助和鼓励各机构组织科学、系统、高效的社群学习

在在线教育范畴内，不论对于学生还是机构，社群学习都有巨大的意义。平台在汇集众多课程的同时，也汇集了众多以课程为分界线的小团体，这些小团体目前缺乏系统性的运营方法，导致团体价值没有被充分挖掘出来。社群学习运营工作一部分是重复的、繁琐的（如定时收发作业），这部分工作未来可以交由平台统一研发的智能运营助手来完成；另一部分又是人性的、情感的（如与成员进行情感互动），这部分工作未来可以由平台设立合理巧妙的奖惩规则来助力完成。

2017年中国B2B2C在线教育平台社群学习现状与未来提升方向



社群学习对学生和机构的作用

对学生

成员互相陪伴能减缓学习的孤独和痛苦

成员互相监督能帮助克服惰性

一人有改变，众人受鼓舞

成员目标一致，能互相提供建议和帮助

对机构

网状传播快速、低价，增加品牌曝光度

提高转化、复购、转介率，助力招生

增强用户黏性，延伸用户生命周期



目前平台上的社群学习存在的问题

中小机构社群运营各自为战，
缺乏系统方法论



平台未来协助和鼓励的社群学习运营要素

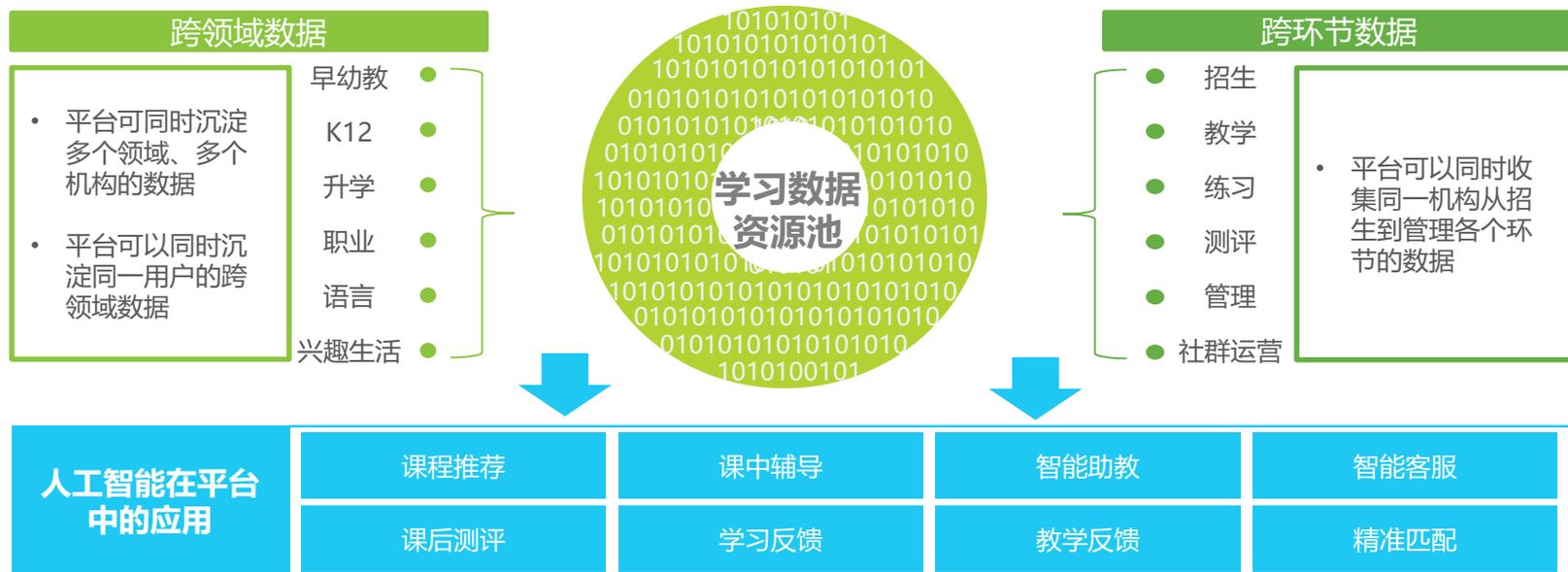
- ✓ 成员有共同的学习目标，目标具体、明确、有节奏感
- ✓ 成员间分工明确，权责清晰
- ✓ 群内活动有规律可循，且可供全员参与
- ✓ 成员之间形成情感连接，互相陪伴、监督、鼓励、帮助

加强对大数据与人工智能技术的应用

发挥数据积累的天然优势，加快AI技术在平台中的应用研发

教育个性化的实现需要企业建立更多的知识结构维度，记录学生更多的学习路径，然后利用智能算法等方法将数据解析成标准化、模块化、结构化的数据，加深老师对学生的理解和把握，进而提供更加有效的教学服务。在DT时代，数据成为各方争夺的资产，目前各在线教育机构由于深耕某一细分领域，因此所积累的数据呈现出垂直、深度的特点，而平台由于跨学习领域、跨机构运作的各个环节，因此有机会触及到非常广泛的数据资源。而且，这类平台多由互联网公司搭建，在这一平台上沉淀的数据如果能与整个公司收集的其他数据交叉使用，将给平台带来海量多维的数据，为平台下一步全面应用人工智能技术打下坚实的基础。

2017年中国B2B2C在线教育平台的大数据与人工智能技术应用方向



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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，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，仅供参考。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。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询