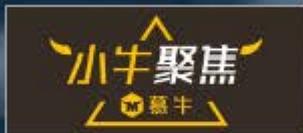


# 慕牛To B 教育渠道圈

“ 一个垂直教育行业的To B端渠道交流圈，这里面汇集教育行业渠道及市场圈子里的探索者 ”

- ✓教育机构学校管理者/教培机构负责人
- ✓教育装备、产品代理机构、加盟商
- ✓教育软硬件、集成商公司相关人员
- ✓教育B端市场交流群
- ✓有效渠道合作资源
- ✓平台活动推广
- ✓行业内部资料报告，活动会议信息汇总



专注教育领域B端市场的探索

渠道资源整理，互利共赢~

关注慕牛 (munuedu)

一起玩转教育To B市场

# 东风已至，新职业教育未来有哪些机会？

职业培训

多鲸 ONE

倪同学

2019-03-03 · 08:30

[ 亿欧导读 ] 我们需要思考的是：对每一个个体来说，什么时间点开始进行职业教育是个人与社会效益的最大化？教育与求职的关联性极高，职业教育与通识教育在我们看来是构成个人综合能力的基础。



图片来自“123rf.com.cn”

**【编者按】**今年2月13日，国务院发布了《国家职业教育改革方案》，这一方案公布之后，与就业问题、社会稳定密切相关的职业教育引起了热议。

近两年，随着互联网时代的发展，与传统职业教育不太一样的新职业教育也在发展。本文作者为多鲸资本副总裁倪同学，作者从模式、品类以及交付形态方面，细致地对“新职业教育”进行了探讨。

本文转自多鲸资本，经亿欧编辑，供业内人士参考。

---

在前资本主义时代，大多数行业中“职业教育”是以“学徒制”（apprenticeship）的形式进行。如英国的学徒制，便是在中世纪随着行会的出现，发展至今演变成“现代学徒制”，其表现便是产教整合、在企业内进行学习。也有比较例外的如西方文明的发源地古希腊，那时候便有了医学院，学生交学费获取技能。

学徒制的时代，行业技能以手工业、服务业为主。工业革命之前，人均 GDP 是不变的，也没有“资本效率”的概念。学徒的时间周期很长，对手艺品质的要求也很高。如在我国封建社会鼎盛时期的唐朝，官营手工业中便出现了系统而发达的培训制度。

“细缕之工，教以四年；车路乐器之工三年；平漫刀槩之工二年，矢镞珠溪柳之工半焉。冠冕弁帻之工九月。教作者传家技，四季以令丞试之，岁终以监试之，皆物勒工名。”

这段记载说明了唐代学徒的考核年限，因为职业的不同而有所差异，考试制度也很严格，每季度和年终都有考核。唐朝延续之前的“物勒工名”制度，即学徒在提交作品时要刻上自己名字，以方便进行质量的监督和检查。

我们看到这便是描述了当时官办职业教育体系。放在今天来看，就是我们的中专、大专等。这里我们也要看清职业教育包含的范围，不只是大学毕业之后接受的职业教育。我们需要思考的是：对每一个个体来说，什么时间点开始进行职业教育是个人与社会效益的最大化？教育与求职的关联性极高，职业教育与

通识教育在我们看来是构成个人综合能力的基础。两者作为横纵坐标形成的面积，便是对社会的经济价值。



（图：个人对社会的经济价值的教育基础模型。这里的“通识”包含了学科和素质教育的部分，体现了一个人的底层认知。而职业技能则是体现在工作岗位上的能力，两者相辅相成。如普遍来说学历越高，工作的起点高，工资越高；工作经验越多，在实战中接受的职业教育越多，工资便越高）

随着文明演化到了今天，职业教育也发展到了新的阶段。“大学无用论”的背后，便是学历教育和职业所需技能的脱节。职业教育渐成主流选择，官办职业教育也力图和产业完美衔接，于是在模式上，校企合作、产教融合成为趋势。

新生事物的快速爆发，人工智能、大数据、物联网、现代服务业，甚至网红、电竞等等新职业层出不穷，在品类上，学科交叉、技能综合，呈现出“三千六百行”的现代景观。在线教育的渗透率快速增长，语言培训、K12 等领域的市场教育之后，用户越发习惯线上学习，在交付方式上，知识付费、线上线下结

合、双师、在线一对一、小班课等不一而足，多元化的供给满足人们不同的需求。这就是我们今天要讨论的“新职业教育”。

## 新模式：官办体系下的产教融合与顶层设计

首先呼啸而至的，是一阵政策的东风。国务院在今年的2月13号发布了《国家职业教育改革实施方案》，从制度、人才、经费等等角度积极推进，释放了明确的利好信号。这里我们看到的一点，是政策的发布者是国务院，而不是教育部或者人社部。职业教育直接关系的是就业问题，而就业则关系的是社会稳定，民心向背。

我们仔细看了方案之后发现，其中占比较大的篇幅论述了“产教融合”这个概念。产业和学界，一直都是相生相伴的关系。产业需要学界中的科研成果从而提高生产效率，学界需要和产业接轨以防教授内容落后于时代。这里我们面对的，是官办职业教育滞后于一线产业所需技能的现状。如今天的新媒体时代，其所需的传播技能和我们在传媒学院学习的理论有着非常大的 Gap——一个新兴产业形成规模，传导到最终的课程端，链条非常长。尤其在信息爆炸的今天，新技术、新应用高速迭代，让一线的产业和一线的教学无缝结合，不啻为明智的做法。

校企合作中，学校可从中获得智力、专利、教育、劳务等报酬，具体分配由学校按规定自行处理...试点企业兴办职业教育的投资符合条件的，可按投资额一定比例抵免该企业当年应缴教育费附加和地方教育附加。厚植企业承担职业教育责任的社会环境，推动职业院校和行业企业形成命运共同体。

——《国家职业教育改革实施方案》，“命运共同体”好像是高频词？

在“产教融合”这个赛道里，我们看到已有如慧科集团这样估值超过 10 亿美金的独角兽公司出现。这家不常出现在公众视野中的公司，在合作办学领域已经形成了庞大的影响力。在高校端，覆盖了中国的 2800 余所高校中的 1500 余所，与 23 所“985、211”高校，以及数百所中职院校。在产业端，则连接了如阿里的云、百度的 AI、腾讯的互联网+、华为的 IoT 等。其作为一种“共建者”的模式，得到了广泛的接受与认可。

产教融合的代理人角色是不可或缺的。对于双方来说，能够显著降低成本，并且平台能够形成规模效应。比如和企业共同研发的云计算课程，通过既有的渠道进入合适的高校，短时间内摊销研发成本。和高校合作，无疑是一件具有极高门槛的事情，而慧科正是在这个单点上深耕了 8 年之久，建立了无人能及的壁垒。



### 慧科高等教育+职业教育全产业链教育生态体系



我们分析慧科模式中产教融合的部分，其实是一种“B2B2C”的模式。其他进校的“ToB”型企业如教育信息化公司，没有和学生进行实际接触。但作为合作办

学的代理人角色来说，却在品牌、课程体系、教材等方面直接触达 C 端用户。这样的模式，也带来了更多的想象空间。

我们深挖产业，发现有很多垂直行业有这样产教融合的企业。如专注在汽车职教领域的中德诺浩，一家新三板公司，便是在职业学院和 4S 店、车企之间形成了纽带。这样的产教融合，其实是一种“以出口设计入口”的顶层设计。此外还有专注财经领域的新道科技等。

也许有人说，这样的做法是压抑个性、计划经济的。但在专业分工高度明细的今天，在对千千万万实力不济的普通家庭而言，这样的职业教育如救命稻草，解决了生存的问题。我们需要清楚地意识到，中国目前仍然是发展中国家，五环外的生活方式在我们的视野之外，却值得讨论与探究。

于是，我们寻找在新职业教育语境下新模式，看到的是政策激励下产教融合的蓬勃发展。民营企业的利益导向与官办院校的社会属性结合，能够达到一个微妙的平衡点。这样的产物，便是时代所需求的职业教育。

## 新品类：产业互联网大背景与品类选择

慧科在一线连接了企业和高校之后，紧跟政策与市场，培养“新工科”、“新商科”等领域人才。这里体现出的，便是我们今天讨论的“新职业教育”中的“新品类”。随着技术的迭代，与人们生活方式的变化，新的职业不断出现，与之相伴的便是新职业教育品类的机会。

我们在看职业教育的品类机会时，首先思考的问题便是：什么样的品类是个好生意？三千六百行中，如美容、美发、美体等“现代服务业”很好地满足了人们新生活方式的需求，但这种行业仍然处于“学徒制”阶段，学习和就业往往在同

一体系内完成，给学员免费进行培训。这种服务业的职业教育，便不是一个诞生赚取规模化利润公司的好品类。

一个好的职业教育品类，其训练的“能力模型”很重要，如互联网领域的产品经理、运营、营销等。这些职业所需要的能力，是人们能够沉淀并阶升的，其“天花板”很高。这也意味着，有些品类的职业教育用户生命周期可以非常久，甚至达到 30 年，比 K12 教育还多了一倍多。理发店的 Tony 在经过了几个月的学徒期之后上岗搬砖，之后便是日复一日的机械劳动。能力模型中没有沉淀和阶升。

我们说到的三节课，便是新职业教育中“新品类”的代表。其最早便是进行产品经理培训，而在 2010 年之前，历史上是没有“产品经理”这一职业的。随着这些年移动互联网带动的风险投资热潮，在同质化产品的竞争中，需要更好的用户体验，以便获取更好的数据从而 To VC。这时，产品经理的角色也就尤为关键。

但我们的问题随之而来，在移动互联网的下半场，各大互联网公司纷纷裁员，原创性的工作已经基本完成，只剩下一些“修修补补”的活儿时，产品经理的需求没有那么旺盛。这时，产品经理的职业培训是否还有其生命力？

这个问题的背后，是产业互联网的大背景。互联网正在快速下沉。C 端的互联网流量之争或已告一段落，但 B 端企业的互联网化正如火如荼地发展。这里其实是“产业互联网”的大背景。如金融、地产、教育、旅游等传统行业，都面临着信息化升级的过程。这也是巨头所看到的机会，如腾讯通过调整事业群架构，重仓“产业互联网”。在此趋势下，带来的便是对广义的产品经理人才的需求。

另外，产品经理的能力模型是“通用性模型”。和咨询很像，产品经理训练的是一种“结构化思维”，成为一个产品经理，你可以是任何专业背景，所训练的是

人们对事物的理解能力、对人性的洞察能力。如同某 VC 大佬曾经说过“最适合当 VC 的人是产品经理”。产品经理所训练出的能力，也许会成为一种标配式的能力——如同驾驶技能。如前所论述的，能力模型优异的职业教育品类，将有持久的生命力。



（图：产业互联网的特征。我们看到今天的企业员工所面对的职业场景是高度复杂化的，“产品经理”的能力模型或成为底层标配）

产业互联网的趋势，将带来是各个行业的底层人才技能升级。哪怕简单到 SaaS 的使用，对于很多基层人员来说都是相当高的门槛。这样的需求也催生出了“企业内训”市场。如插坐学院等公司，就是在企业的信息化转型过程中，提供“新媒体营销”等品类的职业培训。今天的引流神器抖音营销，如果没有人来教，一切只能自己摸索，这便意味着成本。人才是企业的根本，只有员工随着时代不断进化，企业才能持续升级从而不断创造利润。

关于职业教育的新品类，站在投资者的角度来看，我们会关注两件事情：

**(1) 市场是否足够大； (2) 品类是否具有延展性。足够大的市场，才能生长出规模化营收的公司。而延展性带来的，则是估值的想象空间。**

首先我们来看哪里有足够的市场。衣食住行当中，“民以食为天”，餐饮是一个过 4 万亿的市场。在这样的市场中，我们发现其从业人员的平均水平，与开一家餐厅所要求的能力模型，产生了非常明显的 Gap。尤其在移动互联网浪潮中，通过饿了么等外卖平台的烧钱大战培养了新的用户习惯之后，“开餐厅”这件事情也有了新的含义。延续了上千年的纯线下模式不再适用，并由于餐饮行业信息化带来的供应链管理、人们对于服务质量要求的逐渐提高，在餐饮行业这样的大市场，出现了明显的职业教育机会。这里接受教育的对象，就是餐饮老板们。

于是，深耕餐饮产业的“餐饮老板内参”发现了这个机会。餐饮老板内参从自媒体起家，在几年时间内覆盖了 160 万“餐饮老板”的人群。这部分人群，在中国粗略估计为千万级。可见规模的餐厅为 500 万家（其中大众点评上只有 300 多万家，中间便是没有在线化的部分），并且以每年更换 80% 的速度进行洗牌。另外有着大量“想开餐厅而不得”的准餐饮老板，以及产业链上下游的从业人员。我们看到这是一个令人兴奋的市场，假设按照 10 万的客单价，现有的 500 万餐厅的保守估计，便是 5000 亿的潜在市场空间。

生命周期短（线下餐饮业态平均存续 0.5-1 年）、竞争激烈（看似门槛低，导致极其红海）、运营高度专业化，等等因素，导致餐饮老板人群的职业教育是个很好的生意。这样的职业教育领域，有可能会产生规模性营收的公司，但其模式的局限性也存在——当这一批人学会了之后，便会离开平台，只能继续寻找新用户。换句话说，这时就面临着我们另一个问题：品类的延展性。

我们回看所谓“旧职业教育”，在各个职业领域都出现了一批公司，如公考领域的中公、华图，医考领域的金英杰，司考领域的万国，等等这些都会面临着“扩品类”的问题。花费高昂营销成本获取的用户，在完成阶段性学习之后便离开了

平台，用户生命周期有限。如果强行扩品类，其师资、营销、课程体系等等都得重新做一遍，其难度不亚于二次创业。

**我们还是站在所服务“人群”的角度思考。**这样“延展性”便体现在两个方面，其一是品类的宽度，是不是能够围绕着同样的人群持续服务？如 IT 培训，除了基础的 C++，还有 Java、Javascript、Python、R 等等伴随着新底层出现的语言，程序猿们也需要更新火药库。之后还有人工智能、大数据等着你。其二则是品类的纵深，是不是值得同一个人长期投入学习？如营销，显然是一个“没有天花板”的技能，顶级营销大师叶茂中，和初出茅庐的 4A 公司实习生，可能有着“天山童姥之差”。即使同样在行业中浸淫许久的营销老手，由于天赋的原因，也会有着“金线之差”。职业教育品类的宽度和纵深，决定了单个学员的 LTV 模型，也直接决定了职业教育公司的估值预期。

然而如同没有完美的人一样，也没有完美的公司，市场足够大、品类延展性强两者似乎不可得兼。当我们放到整个教育行业来看，同时满足这两个特点的就是 K12 教育（并且是硬核刚需）。我们看职业教育中，有一个品类是“职前教育”，在今天大学生求职愈发竞争激烈的情况下，成为用户的强刚需，因此会在短期内获得比较好的营收规模，这一赛道也获得了资本市场的青睐。但我们用前述的模型，从品类的天花板、延展性的角度来分析，这类项目的未来发展还迷雾重重，或许需要在模式上更进一步地探索。

在产业互联网的大背景下，在各行各业的升级进程当中，职业教育的新品类花样百出。我们进行简单的梳理，看看是否会有一些启示：

C端需求升级	品类机会
衣	潮牌设计、柔性供应链等
食	农业、餐饮
住	新建筑、室内设计
行	(无人化、共享化发展)
娱	网红、电竞选手/主播
康	心理咨询师
奢	现代服务

(图：从C端需求的升级出发，潜在的职业教育品类)

B端产业进化	品类机会
+ 互联网	产品经理、运营、新媒体、数字营销等
+ AI	人工智能、大数据、机器人、智能制造等
跨界综合	互联网金融、智慧物流等交叉行业

(图：从B端的产业进化出发，潜在的职业教育品类)

## 新交付：时间碎片化与在线的成熟

我们看新职业教育交付形态的变化，其背景是整个教育行业发生的变化。其中两个很明显的点在于，一是人们的时间被切割带来的知识付费这一新交付形态，尤其在忙碌的职场人中受到追捧。另一个则是随着直播技术的逐渐成熟，带来在线职业教育的新机遇。

知识付费已经成了一个老生常谈的话题。通过其热度的表征我们发现，其热度似乎已经成为了一种“中产焦虑指数”。每到农历新年伊始，带着满满干劲，对职业发展的困惑、对突破瓶颈渴求催生了这一市场。

**知识付费和教育，两者的边界有时候并不是那么显而易见。**甚至有人喊出“教育就是知识付费”这样文字游戏般的论调。在我们看来，两者的内核还是有本质区别的。从结果来看，知识付费交付的是信息，而教育交付的是能力。教育过程中的封闭场景、强导向性、刻意练习等等环节，是知识付费所不具备的。即使看懂了，也未必做得会，这就是现在大行其道的知识付费的尴尬点所在。

然而我们不应否定知识付费这一供给的意义，其本质是互联网载体下的出版。而出版自古就有，需求也是广义存在。“百无一用是书生”说的便是获取了足够的信息，却没有转化成能力。转化的这一过程，就是教育。

回到职业教育这件事来看，各行各业新信息的补充，通过视频、音频等新载体呈现，是平台型公司的机会。于是得到、在行、喜马拉雅等公司享受了这波红利。而教育公司的机会在哪里？使用新的载体，通过新的产品形态进行交付，是我们能够看到的一个机会——旧职业教育的在线化。这里的在线职业教育，不是简单的录播课形式。具体到某些品类上，一对一的直播、一对多的小班课，都是有可能出现的新产品。

如前所说的餐饮老板的新品类，在叠加了“在线化”之后，便有了“勺子课堂”这一项目。由于餐饮人的学习时间有限且较为分散，线上课程更贴合他们的日常工作及生活习惯。在勺子课堂的课程体系中，包括了运营、营销、支持、战略、人才等维度——一种“新品类、在线化”的职业教育新产品。

然而，并不是所有的品类都能够在线化。具有天然在线基因的如泛 IT 类，包括平面设计、UI 等，没有线下部分。而有些品类的线下部分很重，一个极端的例子就是挖掘机，有人能坐在电脑前学会开挖掘机吗？线下的部分将其做轻，线上的部分注入重的教育成分，将有可能诞生全新的职教物种。

在泛 IT 类的在线职业教育中，我们发现甚少有成规模营收的独立平台出现。其中比较有代表性的如慧科集团的线上平台“开课吧”，自 13 年起便开始探索，至 18 年逐渐摸熟为互联网从业者提供职业发展、技能提升的教育赛道，并以纯在线的形式进行交付。插坐学院的创始人何川曾给我们算过一笔账，大意是在在线的客单价不高的情况下，获客成本高于线下，其经济模型是远不如线下培训的。这里的核心原因，还是市场成熟度的问题。

反观美国，早已有相对成规模的平台如 Udacity、Udemy 等。多鲸资本的研究团队发现，中美的职场文化差异，也导致了类似的平台迟迟在国内未能出现。如 LinkedIn 成立于 2003 年，脉脉成立于 2013 年，“职场社交”为什么会有 10 年之久的差距？中国的企业成分相对还是比较复杂，大量的国企、区域性企业，其升职路径不是那么透明。即便在崇尚扁平化的互联网公司中，人际关系也是一个难以绕开的话题，在延续千年的宗族社会影响下，“就事论事”的基因缺失。但在今天，我们看到大量的 95 后，互联网原生、观念东西融合的人群进入职场，也如同东风阵阵，在一个即将到来的时间点上，将我们理想中的平台快速催长。

职业教育在中国，步履蹒跚地发展，却持续而稳健地增长着。如何应对 Timing 选择的不确定性？我们应当以终为始地看待问题。试想在比较久之后的将来，

应该会出现什么样的产品形态，然后逆时间线推测。只有在确认了终点，向光而行，我们才有信心对抗这过程中的不确定性。

除了这些之外，我们还思考了很多其他的问题。例如，新媒体营销等技能是否有“证书化”的必要？在我们看来，“证书思维”其实就是新旧职业教育的分界点。我们回溯到证书的本质来看，其实是一种在信息不对称情况下的能力证明（其存在也创造了某些特殊的需求）。但在今天，技能的验证周期大大缩短，唯一管用的通货就是你的能力。如最近电梯广告中令人困惑但有效的“伯爵旅拍”广告，便是一年只拍 10 部片的“红制作”这家公司的作品。嗯，作品本身就是证书。

“被裁员不是你没有证书，而是你能力不行。（一剂毒鸡汤）”

关于新职业教育的讨论，这只是个开始。越来越多的创业者、资本将会关注这个市场。如果你也关注这个赛道，请关注公众号：多鲸 ONE，后台的留言我们将一一回复。附：新职业教育图谱



	项目	简介	最新轮融资
新模式	慧科集团	B2B2C产教融合+全产业链布局	18.5 D轮 亿元及以上 泛海控股
	中德诺浩	汽车领域产教融合	16.12 新三板
	新道科技	赋能经管类高职、中职、应用型本科	16.9 B轮 1.89亿 中泰 太证
新交付	在行	职业技能知识付费平台	16.11 A+轮 数千万 腾讯
	逻辑思维	泛知识付费IP	17.9 C轮 9.6亿 红杉 腾讯等
	开课吧	互联网在职人群职业技能提升	14.3 A轮 2000万 复星锐正
	木棉说	女性内容知识付费	19.1 A轮 3000万 得盛投资
	喜马拉雅	包含知识付费的音频分享平台	18.8 E轮 4.6亿美金 春华 新天域
	蜻蜓FM	包含知识付费的音频分享平台	17.9 E轮 10亿 微影资本 百度 中民投
	课观教育	金融类考试在线培训服务商	18.9 A轮 1000w 红点中国
	过目	职场人抗遗忘学习工具	未获投

Powered By DJCapital

	项目	简介	最新轮融资
新品类	餐饮老板内参	餐饮自媒体转型餐饮老板培训	16.6 A轮 5000w 美团 源码 头条
	勺子课堂	线上餐饮职业教育	18.8 A+轮 3000w 青松 华创
	三节课	线上互联网产品、运营、营销等培训	18.3 A轮 数千万 IDG 唯猎
	馒头商学院	线上互联网行业的职业教育	16.1 preA 1450w 天鹰 慧科
	插坐学院	新媒体营销、管理等企业内训	16.5 preA 700w 真格 新榜
	七月在线	人工智能教育	18.10 天使轮 1000w 好未来
	offer先生	大学生求职辅导	18.6 A轮 未透露 险峰
	一起求职	大学生求职辅导	18.3 A轮 未透露 涌铎
	职业蛙	大学生求职辅导	17.5 B轮 数千万 华图
	DreambigCareer	北美留学生咨询平台	18.9 战略 亿元及以上 博实乐
	Unicareer	大学生、留学生求职辅导	18.3 C轮 2亿 东方富海 新东方等
	老A电商学院	在线电商教育平台	16.1 A轮 1.4亿 国泰君安
	超神互动	电竞培训	17.6 战略投资 3亿 天募控股
	财艺家	保险理财财培训	18.3 种子轮 未透露 灵悦资本
	壹鼎生涯	新高考职业生涯规划	19.1 A轮 1000w 宏慧投资
	万邦教育	泛金融教培职场教培	17.9 天使轮 500万 未透露
	运营研究社	互联网运营知识分享社区及培训平台	18.5 PreA轮 1050w 分布式资本 前海母基金 源星资本 等

Powered By DJCapital



一个教育渠道者爱待的圈子

《教育综合体行业发展交流资料》

《18年教育TOP100项目中标情况》

《4000+教育装备企业联系名录》



更多教育行业资料、干货

限时**免费**领取

备注：**资料**

长按图片识别二维码  
添加领取资料大礼包

