



中国教育服务产业市场分析 与就业效应测算报告

Market Analysis and Employment Effect Measurement
of China's Education Service Industry

北京师范大学经济与资源管理研究院未来教育研究中心
好未来教育研究院

编创团队

主编

关成华 北京师范大学教授，现任北京师范大学校务委员会副主任、经济与资源管理研究院院长、未来教育研究中心主任、创新发展研究院院长，兼任首都科技发展战略研究院院长、联合国工业发展组织绿色产业平台中国办公室主任等

万怡挺 好未来教育研究院院长、北京师范大学经济与资源管理研究院特聘研究员、未来教育研究中心学术委员会副主任、创新发展研究院特聘研究员

陈超凡 北京师范大学经济与资源管理研究院讲师、未来教育研究中心研究员、综合办公室主任，兼任北京师范大学中国民营经济研究中心副主任、创新发展研究院研究员

汤学黎 好未来教育研究院助理院长

编委会成员

关成华、万怡挺、陈超凡、汤学黎、岳薇、漆艳茹、甘霖、柏亚光

主要作者

(按姓氏首字母排序)

陈超凡、关成华、揭莎莎（对外经济贸易大学）、裴春晨、漆艳茹（好未来教育研究院）、孙雅雯、
汤学黎（好未来教育研究院）、万怡挺（好未来教育研究院）、王泽、岳薇、杨恺（伦敦大学）、
张桂钦（好未来教育研究院）、钟若昀（对外经济贸易大学）

* 未在括号中注明单位的作者均为北京师范大学师生

目 录

摘要	01
一、教育服务与教育服务产业	06
1.1 教育服务与教育服务产业的内涵界定	07
1.1.1 教育服务	07
1.1.2 教育服务的双重属性与多元供给	08
1.1.3 教育服务产业与产业链	11
1.2 中国教育服务产业发展的驱动力	13
1.2.1 供给侧动力	13
1.2.2 需求侧拉力	15
1.3 中国教育服务产业的发展历程	18
二、中国教育服务产业发展现状与特征	20
2.1 中国教育服务产业市场总体情况分析	21
2.2 中国教育服务产业细分领域情况	22
2.2.1 学前教育	22
2.2.2 K12 教育	26
2.2.3 职业教育	29
2.2.4 高等教育	29
2.2.5 素质教育	31
2.2.6 教育信息化	34
2.2.7 国际教育	35
2.3 中国教育服务产业发展特征	37
三、中国教育服务产业投融资情况与趋势	42
3.1 资本参与教育服务产业发展的必要性与可行性	43
3.1.1 必要性	43
3.1.2 可行性	44
3.2 中国教育服务产业一级市场投融资	45

3.2.1 总体情况与特点	45
3.3.2 细分领域情况	49
3.3 中国教育服务产业二级市场投融资	54
3.3.1 总体情况与特点	54
3.3.2 细分领域情况	61
3.4 中国教育服务产业投融资特征	62
四、中国教育服务产业就业效应与人才质量	66
4.1 测算口径与方法	67
4.1.1 样本与口径	67
4.1.2 数据与方法	68
4.2 教育服务产业整体就业规模估算及对比	68
4.2.1 通过抽样数据预估整体规模	68
4.2.2 通过参培学生及师生比进行整体规模估算	69
4.2.3 估算结果对比	71
4.3 教育服务产业的就业结构	72
五、中国教育服务产业的发展机遇与挑战	81
5.1 未来机遇	82
5.2 问题与挑战	83



摘要



随着移动互联网、大数据、人工智能、5G和区块链等新兴技术的蓬勃发展，我国迈入数字化、智能化时代。智能时代，学习者已不再满足标准化教育，而是需要更多个性化、多样化、弹性的教育资源和服务，以学习者为中心的全新教育体系和生态正在加速形成。

新的学习需求和教育生态驱动教育服务供给主体呈现多元化。其中，教育服务产业是伴随新一轮科技革命、消费及需求升级快速发展起来的现代服务业，是市场配置教育资源的重要方式，已成为终身学习生态体系的重要组成部分。在人工智能等前沿科技赋能下，教育服务产业边界得到极大扩展，新业态新模式层出不穷，已经形成了较为完整的产业体系，包含在线教育、学前教育、K12教育、职业培训、素质教育、教育信息化等多个领域。

凭借庞大的市场规模，教育服务产业不仅成为新的经济增长点，还凭借对年轻高素质人

才巨大的就业吸纳能力，逐渐成为高校毕业生就业的“蓄水池”。未来，教育服务产业是推动科教与产业融合的重要平台，随着新兴技术与教育服务的深度融合，将进一步扩大教育服务供给的规模、提升教育服务效率与质量；随着政校企合作的日益紧密，以及教育治理体系的逐步完善，教育服务产业将走上共享、融合、创新、规范的可持续发展道路。

为洞察我国教育服务产业市场发展现状、分析金融资本对教育服务企业成长和产业发展的作用、评价我国教育服务产业的就业效应与人才质量状况，本报告综合采用理论分析、案例分析、统计分析等方法，通过阐明教育服务与教育服务产业的内涵，描述总结中国教育服务产业发展现状与特征、投融资情况与趋势，测评中国教育服务产业就业吸纳效应与人才质量，以期为中国教育服务产业高质量发展提供理论支撑、经验依据以及未来启示。

本报告的主要研究结论如下：

1. 教育服务产业是市场配置教育资源的重要方式

教育服务是指通过教育教学及其他活动而使“教育对象或学习者”受益的一种有偿或无偿的行为。教育服务具有事业性和产业性的双重属性，作为公共产品和准公共产品的教育服务体现了教育的事业性，而作为私人产品的教育服务则体现出教育服务的产业性。教育服务需要建立包括政府、市场、非营利组织等在内的复合多元的协同供给机制，由市场上各类以盈利为目的而提供教育服务与产品的企业、机构和组织的集合即为教育服务产业。

2. 教育服务产业发展受供给和需求双侧因素驱动

教育服务产业的发展受到来自供给侧和需求侧双重动力的影响。其中，供给侧驱动力包括科技创新、人力资本红利、金融资本助力，以及教育政策导向。这些供给侧要素分别优化教育服务产业的服务模式、服务质量、资源配置与生存环境。同时，居民教育消费需求的快速增长与不断延伸的需求生命周期，成为教育服务产业发展的需求侧拉力。在供需双侧要素的驱动下，近年来，我国教育服务产业市场规模逐年扩大，2019年达到3万亿元，预计2020年将达到3.36万亿元。

3. 教育政策始终引领产业发展方向

随着我国教育服务产业不断发展升级，教育政策对教育服务产业的规范发展给予了高度重视，产业发展周期与政策周期的联动性更

加紧密。作为重要的公共政策，规范性的教育政策能够为教育服务产业的健康可持续发展提供制度保障和正确方向，有助于改善产业发展中的市场失灵现象，而支持性的教育政策能够激发和壮大促进产业发展的内生因素，引导技术、人才、资本等各类要素和资源加速向产业流动。

4. 垂直领域深耕与跨界融合成为产业变革方向

我国教育服务产业已形成较为完整的产业链，专业化分工极大提升了产业生产效率。在发展较为成熟的领域内部，逐渐形成了更加精细的产业分工和细分品类。除纵深发展、领域内深耕外，教育服务产业还表现出跨界融合的趋势，跨行业、跨领域的教育服务布局正在成为常态。许多大型互联网企业、制造业企业凭借自身的平台、用户、技术等优势纷纷布局教育服务产业。

5. “教育+科技”受到投资者青睐

智能时代，人工智能（AI）、大数据、虚拟现实等新兴技术与教育服务产业相互赋能，“AI+教育”近年来颇受投资者青睐。“AI+教育”是指人工智能在教育领域中创新应用的技术、模式与实践的集合，目的是提升教育服务的效率、质量及个性化。技术赋能教育产品与服务不仅有利于企业建立竞争壁垒，同时也为资本创造了更大的增值空间。科技赋能的优质产品、服务与教育政策鼓励、支持领域的叠加，将为企业释放更多的增长空间、赢得更多的多元合作机会。

6. 港股美股 IPO 常态化，回归 A 股成为新趋势

2006-2010 年我国教育服务企业全部在美股上市，2013-2017 年期间，港股上市迎来热潮，甚至超过美股热度，我国教育服务企业在港股和美股市场 IPO 已成为常态。然而 2019 年以来，教育服务企业回归 A 股的趋势逐渐显现，这与我国相对稳定的宏观金融环境与允许跨界并购、全面推行注册制、对优质企业开放绿色通道、新三板转板新政等一系列政策利好有关。

7. 教育服务产业为社会提供了至少近千万个工作岗位

根据 2019-2020 年对相关企业抽样及线上调查数据，初步估算出目前教育服务产业的总就业人数在 939.27-1,103.56 万人之间，并在快速增加。由于“教育服务产业”还没有统一的界定标准，教育新业态新模式层出不穷，该数据仅根据对教育服务产业中占比最大的教育科技企业、校外培训机构两类企业数据进行初步估算，教育服务产业的就业吸纳效应应比该数据更大。

8. 教育服务产业对年轻高素质人才的吸引力不断增强

仅从教育服务产业中的教育培训行业来看，大数据显示，25-35 岁的年轻从业者是教育培训行业教师的重要组成部分，企业调查同样揭示该行业从业人员平均年龄呈现年轻化的趋势。同时，行业中高校应届生岗位占比及

应届生岗位量增速均高于其他行业。在学历结构方面，教师从业者呈现以本科和硕士为主的高学历特征，具有本科和硕士学历的从业者占比分别为 59.62%、33.12%，大专学历仅为 4.52%。此外，行业对留学人员的吸纳能力也不容小觑，某头部企业招聘的留学生人数从 2015 年的 20 人增长至 2019 年的 444 人，年均增长率 130.41%。

9. 后疫情时期融合化在线教育迎来新增长

后疫情时期，在线教育已成为教育“新常态”和经济“新业态”，以疫情期间的在线教育实践为基础，OMO 模式将为产业发展创造新增长点，在数字经济浪潮下，在线教育还有很大的增量空间。教育服务企业应当继续发挥线上线下相结合的优势，增强校企合作，为社会供给更优质的在线教育资源，为学习者打造更具有高效化、个性化和弹性的教育服务。

10. 平衡教育服务本质与盈利需求是产业发展始终面临的挑战

在日趋数字化、智慧化的新时代，教育服务产业呈现出知识密集、技术密集型特征，然而由于部分细分领域本身准入门槛不高，且市场广阔、盈利空间较大，致使市场中不乏盲目追求经济利益、忽视教育服务“培养和发展人”的本质、侵害学习者权益的企业。未来，平衡教育服务的育人本质与企业的盈利需求依旧是产业发展的挑战。为应对这一挑战，教育服务产业应始终与我国教育事业发展保持一致，找准自身定位，不断提升产品和服务质量，与学

校正规教育体系形成良性协调发展，为构建学习型社会做出更多贡献。

为更好推进我国教育服务产业的健康发展，促进政府、学校和企业各自优势和功能的发挥，结合本报告的研究，从宏观治理与企业发展角度提出以下建议：

在宏观治理层面：一是要完善以需求为导向的多元化教育服务供给机制。要适应教育消费的层次、品质、方式、行为等方面的变化，积极引导行业企业、学校、科研院所等多方力量参与，构建共建共用、共享共赢的教育服务新生态，不断提高教育服务供给端的质量、效率和创新性，不断满足学习者日益增长的教育新需求。在加强监管和规范引导的基础上，应支持鼓励优质教育服务企业的发展，特别是鼓励企业不断拓展数字时代人工智能、大数据、5G等前沿技术在教育中的应用场景，提升教育服务的品质化与智能化水平。

二是要加强政校企协同合作助力公平且有质量教育目标的实现。应加快通过试点探索，将优质的市场化、社会化教育产品与服务纳入政府购买服务指导性目录，特别是将优质在线教育资源引入正规教育体系，引导各类学校与平台型企业合作开发在线课程、个性辅导等优质线上教育产品。

三是要进一步完善数字时代教育服务产业的治理机制。作为新业态和新模式，教育服务产业中出现的很多具体问题仍然需要在实践中被发现、被解决。要保持“热增长”下的“冷思考”，建立更加有效的规范化制度体系并将其

转化为治理效能，构建更加健康、有序、和谐的产业生态。特别是，除了对教育服务的内容和模式进行监管外，要在数字教育资源知识产权保护、数据要素交易规则、学习者数据隐私和数据伦理等方面加大制度建设力度。

四是要注意到可能产生的新的数字鸿沟问题。经济落后地区的学习者由于所在地区的信息技术基础条件不完善，目前还不能享有与一、二线城市相等程度的教育服务。同时，不同地区的学习者所具备的数字素养以及提升数字素养的能力也存在差异，当部分落后地区学习者的数字素养难以驾驭数字化教育产品和服务时，表现为数字鸿沟的教育不公平将被进一步放大。为此，在利用在线教育等模式打破教育资源时空界限、促进教育公平的同时，还应关注到不同地区、群体的异质性特征，提升教育服务的包容性。

五是提升产业的双创能力，推动创新创业带动新就业。既要稳住现有企业，也要善于从不断涌现出的新技术、新业态及新模式中挖掘教育服务领域新的就业潜力。一方面，围绕“新基建”领域，支持教育科技企业加强“5G+教育”技术研发及应用场景探索。鼓励高校、职校向产业培养及输送更多新型人力资本。另一方面，拓展教育服务新业态，鼓励企业创新商业模式，支持创业探索。鼓励企业抓住数字经济发展契机，在教育个性化服务、产业链延伸融合、新型营销等商业模式创新方面进行更多探索。进一步提升教育服务领域创业带动就业的能力，切实降低创业门槛和成本，吸引社会资本和金融资本流向教育服务领域，助力产业规模扩大

与质量升级，从而释放更多就业机会、汇聚更多高素质人才。

在企业发展层面：一是要深挖用户痛点，坚持质量为王。对于学生、家长等用户来说，市场化的教育资源纷繁复杂，不少用户饱受虚假广告、过度营销、内容不佳、资源碎片化等问题困扰，产品和教学质量始终是用户关注的核心。对于企业而言，与其继续走引流和宣传的“烧钱”老路，不如以打磨产品和教学质量为核心，走出一条依靠品牌和口碑取胜的内涵式增长之路。中长期来看，只有具备规模化师资及培养能力、不断创新本地化的教研开发能力以及运行稳定的平台技术保障能力才能使企业走向可持续发展。

二是要抓住政策机遇，把握数字经济红利。在线教育已成为新业态新模式的重要组成部分，为数字经济时代创造经济新增长点注入了新动能。新动能意味着供给侧需要不断适应需求侧变化，企业应把握政策和时代机遇，持续拓展技术应用场景，在知识的呈现和传递中挖掘创新空间，提升品牌影响力。同时，To B 类教育信息化提供商也迎来发展新机遇，智慧教育系统、教务 SaaS 系统、线上直播系统、在线批改等软硬件，将成为学校或行业中其他企业的重要配置。企业应充分发挥自身在产品、平台、技术、服务等方面的优势，在政校企合作中彰显社会价值、树立口碑和影响力。

三是要开拓市场，挖掘潜在用户群体。随着下沉市场需求特点的进一步明晰，下沉市场具有广阔的投资空间，消费潜力巨大，是待发掘的蓝海。随着教育公平进程的推进、乡镇网络基础设施全覆盖以及新基建的搭建与应用，教育服务企业可将目光投向中小城市及农村，有针对性地策划、发展符合下沉市场消费需求的教育服务项目与产品。不论是针对中小城市及贫困地区的双师课堂等项目，还是助力乡村振兴、解决农民生产中实际问题的专业教育服务，亦或是针对蓝领人群提升职业技能的教育服务项目等，都具有很大的潜力和空间。

四是要在继续吸纳高素质人才就业的同时，关注和推动新职业发展。教育服务企业应继续发挥其在吸纳年轻高素质人才方面的优势，以提升人力资本为抓手，为人才发展提供良好环境与成长空间，夯实企业发展的人力资本基础。同时，数字经济的蓬勃发展，催生了“在线学习服务师”等一批新职业。企业应积极把握就业市场动态，充分发挥自身深谙产业人才需求、深知产业发展规律的优势，加快构建符合企业发展实际的新型人才培养体系，为教育服务领域的新型人才、新职业发展提供规范化、创新性的培养方式与评价体系，从而实现新职业、新人才与企业发展的多向赋能。

01

教育服务与教育服务产业



步入智能时代，教育服务供给主体呈现多元化，政府、市场和社会组织的多元供给模式形成有助于教育资源的优化配置、推动公平且有质量教育目标的实现。其中，教育服务产业是伴随新一轮科技革命、消费及需求升级快速发展起来的现代服务业，是市场配置教育资源的重要方式，满足了智能时代学习者弹性化、个性化和多样化的教育需求。本章的重点在于厘清教育服务及教育服务产业的内涵，区分教育服务的事业性和产业性，在此基础上从供给和需求两方面分析我国教育服务产业发展的驱动力。最后，简要回顾我国教育服务产业的发展历程、构建中国教育服务产业图谱。

1.1 教育服务与教育服务产业的内涵界定

1.1.1 教育服务

联合国教科文组织(UNESCO)在新修订的2011版《国际教育标准分类法》(International Standard Classification of Education)中将“教育(Education)”定义为：“社会有意地将积累的信息、知识、理解、态度、价值、技艺、能力或行为从上一代传给下一代的过程。它牵涉引起学习的交流”¹。这一过程符合“服务”行为的标准和特征，首先，教育者向受教育者提供的产品是无形的，且产品的生产和消费同时进行，具有不可分割性；其

次，通过生产者与消费者的互动，教育活动可以被识别、受教育者能够观察到教育活动被逐步执行而完成，且教育活动所产生的效用和价值依赖于受教育者表现出来；最后，教育产品具有异质性，依赖于供给者与需求者之间的交互作用，故难以对产品质量实施标准化²。经济学家厉以宁也指出，教育产品是教育部门和教育单位所提供的产品，这种产品又称为教育服务³。

基于此，我们可以从理论层面提出“教育

1. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). The International Standard Classification of Education ISCED 2011 [EB/OL]. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf>.

2. 蒋三庚. 现代服务业研究 [M]. 北京：中国经济出版社，2007。

3. 厉以宁. 关于教育产品的性质和对教育的经营 [J]. 教育发展研究，1999 (10) : 9-14。

服务”的概念，即教育服务是指通过教育教学及其他活动而使“教育对象或学习者”受益的一种有偿或无偿的行为¹。这一概念的重点在于强调“教育”本身所具有的“服务”特性，同时也强调教育者从管理者向服务供给者的角色转变。

从实践来看，20世纪80年代以来经济全球化、贸易自由化对“教育服务”理念的兴起产生了重要影响，特别是随着全球服务贸易的发展，教育服务贸易作为服务贸易的重要新兴领域，得到了世界各国的高度关注和重视，对于提升各国人力资本质量、促进经济发展起到了重要作用。在世界贸易组织《服务贸易总协定》(WTO-GATS)中，“教育服务”属于12类服务贸易中的第5类，WTO-GATS第10条第3款规定，除了由各国政府彻底资助的教学活动之外，凡收取学费、带有商业性质的教学活动均属于教育服务贸易的范畴²。自2001年加入WTO后，中国即为推动教育服务贸易发展

做出承诺，并积极参与教育服务贸易的全球竞争与合作。2017年，商务部发布《服务贸易发展“十三五”规划》，教育被列为我国24个服务贸易发展的重点领域之一。此外，从国民经济产业划分角度看，教育作为一个具有基础性、全局性和先导性的现代服务业部门，是第三产业的重要组成部分。国家统计局发布的《生产性服务业统计分类(2019)》中，职业教育培训服务属于生产性服务业范畴；《生活性服务业统计分类(2019)》中，学生课外辅导等教育培训服务属于生活性服务业范畴。

因此，不论是作为服务贸易的新兴领域还是作为现代服务产业的重要组成部分，“教育”都与“服务”紧密相连，而全球及我国经济贸易和产业实践表明，教育服务可以具有且应当具有经济属性，客观认知并理解教育服务的经济属性对于拓展教育服务范畴、优化教育资源配置、适应新时代学习者多样化和个性化的需求具有重要意义。

1.1.2 教育服务的双重属性与多元供给

(一) 双重属性

探讨教育服务的经济属性是进行教育服务产业市场分析的基础。根据美国经济学家萨缪

尔森提出的公共产品理论，凡是在消费上具有非竞争性和非排他性的产品或服务就是公共产品，而在消费上具有竞争性和排他性的产品或

1. 黄荣怀等. 2017年互联网教育服务产业研究报告 [R]. 北京师范大学智慧学习研究院, 2017.

2. 宋立群. 我国教育服务贸易的现状及国际竞争力的提升 [J]. 世界贸易组织动态与研究, 2009 (5) : 31-34.

服务即为私人产品。公共产品和私人产品是社会产品或服务的两个极端，现实生活中，大多数产品或服务都兼有两种产品或服务的特征，称之为准公共产品或混合产品。

总体而言，教育服务是一种典型的准公共产品。一方面，教育服务在消费上具有部分非竞争性。另一方面，教育服务具有不完全的排他性。现代教育是一个复杂庞大的系统，其囊括的服务类型十分丰富，不同类型教育服务的属性也不尽相同，需要针对不同的教育服务类型分析其所具有的特定经济属性。

作为公共产品的教育服务具有消费上的非竞争性和非排他性，是针对全体社会成员、由政府作为供给者的具有公共性、普惠性、基础性和保障性的公共教育服务，其费用由纳税人支付，并由财政部门统一划拨。例如义务教育、特殊教育等。

作为准公共产品的教育服务具有有限的非竞争性和非排他性，主要由政府、各类社会组织和市场协同提供，其费用一般由受益个人和财政部门一起支付。例如，高等教育及团体、单位、协会为其职工、子弟、会员、家属办的学校等。

作为私人产品的教育服务具有消费上的竞争性和排他性，是针对具有多样化和个性化服务需求的社会成员、主要由市场提供的具有营利性的教育服务，其费用不由税收支付，而是

遵循谁受益、谁支付的原则，按照市场供求变动，如企业提供的各类培训服务¹。

因此，教育服务因其丰富的类型和内涵具有多样的经济属性，而这一属性又通过教育服务的事业性和产业性特征加以体现。作为公共产品和准公共产品的教育服务体现了教育服务的事业性，而作为私人产品的教育服务则体现出教育服务的产业性。结合目前中国教育发展实际，可以将政府、非营利组织等为了满足社会公共教育需求而提供的教育公共服务，如各级各类公办学校教育和民办非营利学校教育纳入教育服务事业的范畴，而将除此之外的，由市场上各类企业和机构提供的教育产品与服务纳入教育服务产业的范畴。

(二) 多元供给

由于教育服务兼具事业性和产业性特征，其供给主体一般包括政府、市场和社会组织（主要指一些非营利组织）。教育服务全部由政府免费提供和垄断、完全由市场配置或是完全依靠非营利组织捐赠，都不利于教育资源的优化配置、无法有效满足社会的教育需求。原因在于，教育服务具有很强的正外部性，若仅由市场供给会带来“市场失灵”，即理性经济人不能从提供教育服务产生的外部经济效应中得到补偿，可能出现教育服务供给不足问题。但教育服务完全由政府垄断也会带来“政府失灵”问题，例如公共资源浪费及滥用、公共支出规模过大且效率低下、无法满足多样化的教

1. 戎以宁.关于教育产业的几个问题 [J].高教探索, 2000 (4) : 14-19.

育服务需求等。而非营利组织的内外部治理均建立在社会信任机制的基础上，其所具有的“无所有者”特性和“非分配约束”特性容易诱发“道德风险”进而产生“自愿失灵”的问题¹。

因此，教育服务需要建立包括政府、市场、非营利组织等在内的复合多元的协同供给机制，从而在公共利益与私人利益的对立统一中寻求整体利益的最大化。同时，针对不同的教育服务类型，需要不同的供给主体发挥主要作用。对于义务教育等具有公共产品性质的教育服务，需要政府在其供给中承担主导责任，而市场和非营利组织可以作为政府供给的有益补

充以提高供给质量和效率。对于私人产品性质的教育服务则应以市场为供给主体，充分激发各类市场主体活力提供高质量、多样化的教育服务。非营利组织可以作为市场供给的有效补充，政府需要加强体制机制创新激励私人有效供给，同时完善法律法规加强外部监督和宏观调控以提升市场供给的效率和公平。对于准公共品性质的教育服务则应寻求政府、市场和非营利组织之间的动态互补和分工协作，在加强政府宏观调控和外部保障以及充分激发市场活力的基础上，积极寻求非营利组织的自愿供给以增进社会公平。政府、市场和非营利组织协同供给教育服务的功能互动如图 1.1 所示。

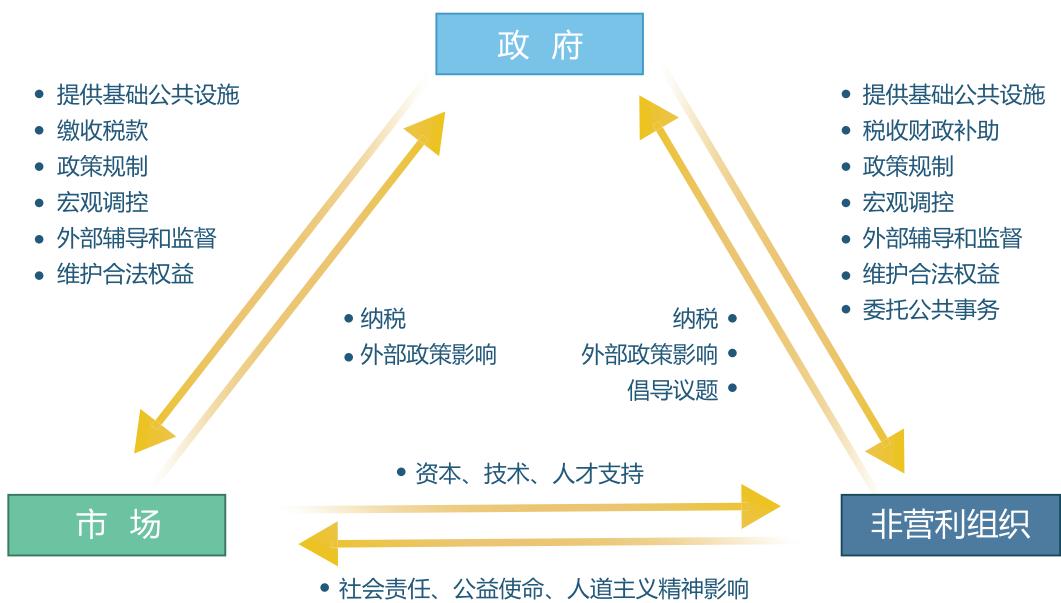


图1.1 政府、市场和非营利组织协同供给教育服务的功能互动

1. 阎凤桥.试析我国民办学校的产权形式和治理结构—基于对非营利组织特征的分析[J].教育研究, 2006 (2) : 41-46。

1.1.3 教育服务产业与产业链

“产业”指为生产同类产品或服务及其可替代产品或服务的经济组织的系统或集合。基于我们对教育服务事业性与产业性的分析及教育服务多元供给主体的探讨，可以将市场上各类以盈利为目的而提供教育服务与产品的企业、机构和组织的集合称为教育服务产业。

教育服务产业中的企业和机构主要包括为社会提供教育教学服务的校外培训机构、营利性民办学校、国际教育集团等；为教育系统及培训机构等提供工具、内容、平台、软件、硬件、技术、综合解决方案等服务的教育科技企业；为产业和企业发展提供战略咨询、提供教育资产运营以及教育投融资服务的教育咨询公司、教育投资机构等。此外，还包括市场

上各类教育服务新业态和新模式。

目前，由市场主体供给的教育服务已具有相当规模、教育服务的产业链已基本形成。就教育服务产业而言，上游环节主要提供师资和各类教育教学活动的核心技术支持，同时还涉及到课程设计以及教学场地的提供等；中游环节则负责平台搭建、提供具体教学内容以及开发各类辅助工具，并针对教育服务进行推广；下游环节则根据学生、家长、学校及培训机构等不同消费主体的个性化需求展开销售并提供售后服务。图 1.2 展示了教育服务产业链，当然，这仅是对于教育服务产业总体分工情况的简要描述，事实上，当前我国教育服务市场已经高度细化，不同细分领域也基本形成了各自更加精细的产业链。

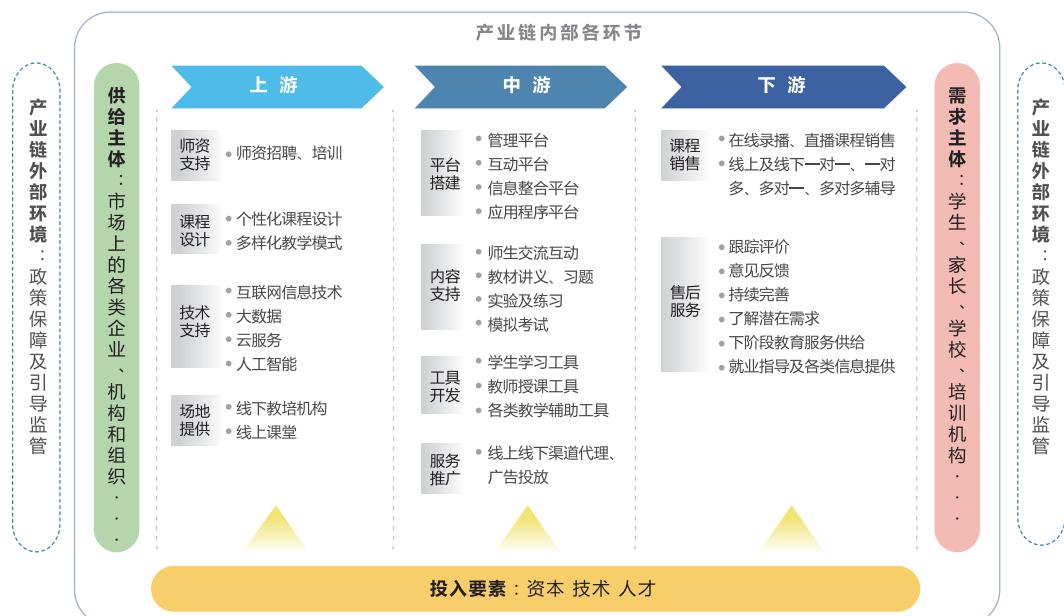


图1.2 教育服务产业链

在教育服务产业链的基础上，市场作为供给主体投入资本、技术、人才等要素，向社会提供教育产品和服务；政府作为制度供给主体对市场主体进行约束和激励，非营利组织等则通过公益服务成为市场供给的有益补充。供给主体与学生、家长、学校及培训机构等需求主体通过教育服务交易、信息反馈调节等活动相互联系并相互作用，同时在外部政策保障及引导监管下，各方主体、要素相互影响形成了价值不断增值的复杂经济体系，即教育服务产业

生态系统，如图 1.3。教育服务产业的各行为主体受到动力驱使，通过经济活动进行价值传递并实现价值增值进而投入到下一次产业发展的动力循环中，同时产业内外部各因素协同发展、信息得以反馈调节，最终实现教育服务产业生态系统的不断演变与进化。可以看出，教育服务产业生态系统需要其构成主体在动力机制、协同机制、价值增值机制和反馈调节机制的共同运作下实现良性循环发展。

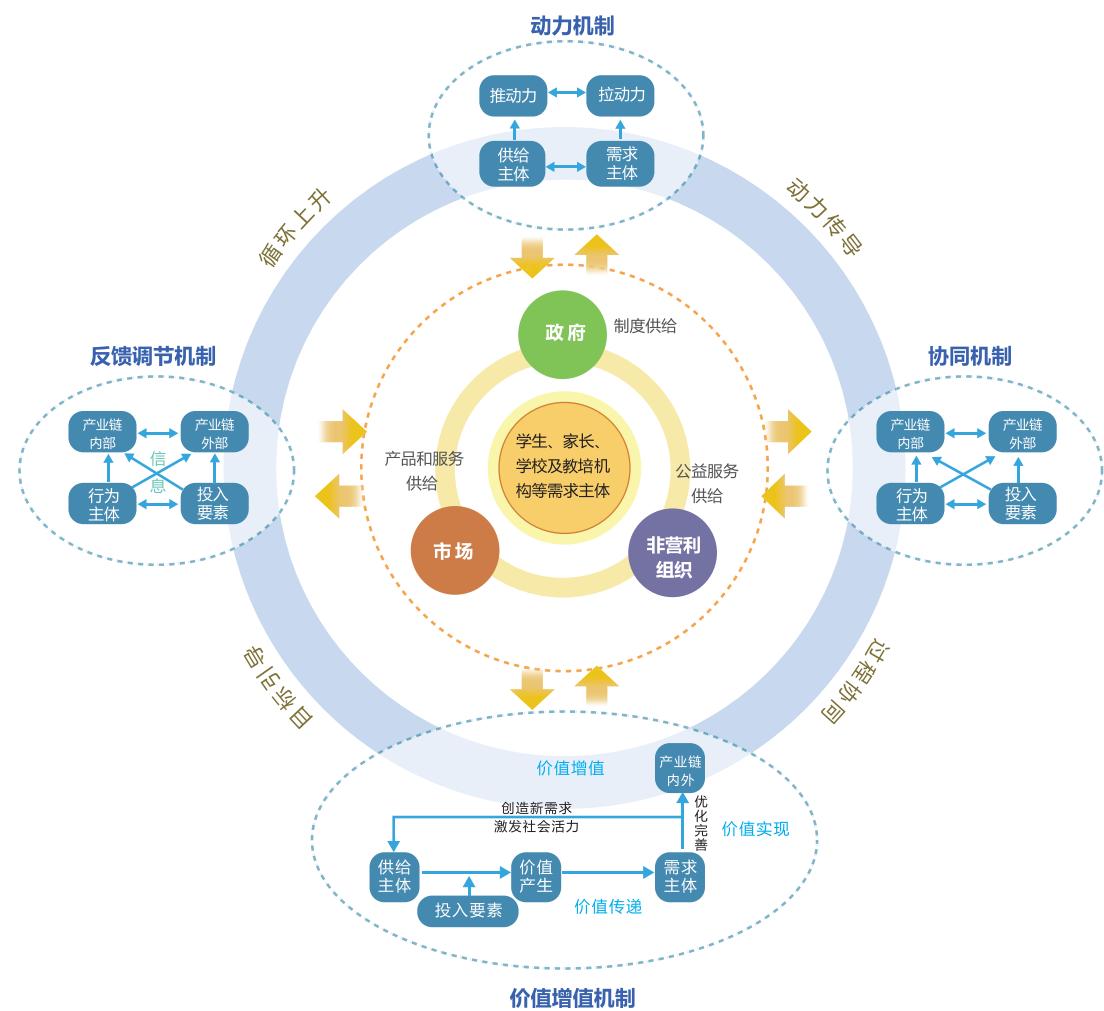


图1.3 教育服务产业生态系统

1.2 中国教育服务产业发展的驱动力

1.2.1 供给侧动力

(一) 技术

前沿技术渗透教育服务产业将为社会提供更多资源共享、平台开放的学习体系，扩大教育服务供给水平，有助于挖掘更深更广的潜在教育服务市场。

市场的两个核心要素分别是产品和区域，技术在这两个维度上不断拓展教育服务边界。在产品层面，技术增加了产品多样性，使教育服务市场细分化程度加强。不少互联网企业利用技术和资源优势，构建了在线教育产品矩阵，形成了精品教育生态，打破了传统的优质教育资源垄断格局，推动教育服务产业重塑业态模式。在地域层面，技术打破了空间界限，不同地区的学习者可以享受到优质教育资源，有效缓解教育资源分布不均的现状。空间限制的突破使教师足不出户就可以进行教学工作，减少了时间成本，而成本的降低会带来教育服务供给的增加。技术同时也打破了时间限制，满足了学习者学习时间碎片化的需求。

同时，技术还为学习者提供个性化、智能化的教育服务供给。通过人工智能、大数据收集和学习行为分析，能够精准掌握学习者的学习能力、学习习惯和学习节奏，动态调整教学内容、方式，使每个学习者都能获得最适合自己的个性化教育服务。此外，技术也提升了师

生的交互效果，改进了教育服务质量。

教育管理的信息化和智能化则可有效支撑教育管、办、评分离，使从事教育服务不同岗位上的人才能充分发挥自身的比较优势，提升教育管理效率，优化教育服务整体水平。例如，依托阿里云和大数据系统的阿里巴巴智慧教育解决方案，能够使教学管理、教务管理、家校互通等方面全面数字化，减轻了教师事务性工作，从而使教师有更充足的时间提高自身专业水平、改进教学方案，从而提升教学质量。

(二) 人力资本

新时代的中国经济红利正从人口红利向人力资本红利转变。作为核心生产要素之一，人力资本是教育服务产业可持续发展的基础。

步入智能时代，人力资本对产业发展的内生性作用更加凸显。经济学家阿罗提出“干中学”模型，认为人们是通过学习而获得知识，技术进步是知识的产物、学习的结果，而学习又是经验的不断总结¹。教育服务产业中的从业者能够通过工作过程中的积极思考，进行经验总结和创新，不断形成新的人力资本，推动产业不断发展。同时，人力资本的投入和积累在为产业带来显著经济收益的同时，也使产业增强了技术研发、产品和服务创新的力度，从

1.Arrow,K.J.The Economic implication of learning by doing[J].Review of Economic Studies, 1962, 29(3),155-173。

而改善教育服务质量。

对于教育服务产业而言，最重要、最关键的人力资本就是教师，师资水平与学生的学业表现密切相关¹，而学业表现及学习效果将直接影响教育服务消费。近年来，教育服务产业中的高学历教师占比增长迅速。数据显示，2019年，在教育服务校外培训领域，拥有本科及以上学历的教师占比近95%。此外，随着2018年《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》《教育部办公厅关于切实做好校外培训机构专项治理整改工作的通知》等文件明确规定没有教师资格证的培训机构教师不得上岗，加之教师资格考试改革后通过率明显下降，一定程度上保证和提升了校外培训机构的师资水平。

(三)金融资本

21世纪初，资本进入教育服务产业。经过十几年的发展，资本市场已成为教育服务产业重要的融资渠道。

资本促进我国教育服务产业发展主要表现在以下几点²。一是资本进入教育服务产业是扩宽现有融资渠道、吸纳社会资金的重要方式，能够缓解我国各级各类教育发展过程中普遍存在的投资不足现状。我国近六年来国家财政教育支出占国内生产总值比重在3.5%上下浮动。与我国经济发展速度相比较，财政教育经费支出还不足以满足国民教育需求。资本市场参与

教育服务产业的投融资，有利于拓宽教育服务产业融资渠道，为教育经费提供必要的补充来源。

二是资本参与教育服务产业能够优化教育资源配置、创新教育产品，促进教育服务产业和市场更进一步的融合。我国资源配置的主要手段是依靠国家的行政命令进行宏观调控，对于维护教育的公平正义、保障广大人民群众受教育权起到了重要作用。但是，当前我国的资源配置也存在着一些不合理的情况：一方面是教育资源的地域、城乡、城际和校际分布的不均衡；另一方面是各级各类教育资源配置和发展的不平衡。通过引入市场机制，提供多元化和创新性的教育服务供给，可以在一定程度上解决资源配置问题。资本市场能够通过自身健全的市场化机制对资本投向起到引导和配置作用。

三是资本参与教育服务产业能够推动产业实现形式多元化和教育产品供给多样化，满足社会对教育服务多方面的需求。形式丰富的学历外教育成为当前教育服务产业的“新宠”，多种层次、多种形式的教育服务开始纷纷涌现。资本在这一过程中能够发挥重要作用。一方面，资本的介入为多元化企业的发展提供了融资平台，同时资本市场也通过市场反馈催生资本投向更符合市场需求、更具增值价值的教育服务企业和项目上去，促使优质教育产品和服务的

1.Chu J H , Loyalka P , Chu J , et al. The impact of teacher credentials on student achievement in China[J]. China Economic Review, 2015, 36:14-24。

2. 李俊杰 . 资本市场与中国教育产业发展关系研究 [D]. 对外经济贸易大学, 2018。

诞生；另一方面，通过资本市场，能够实现产业和资本的深度融合，大量的互联网和科技企业，以及其他行业和机构能够跨界参与教育，将现代科技和全新理念与教育服务产业融合，开发出新的产品和服务模式，为教育服务产业注入新的生机与活力。

（四）政策

教育服务产业的健康有序发展需要政府干预。教育政策的出台可对各种不同教育服务进行必要的规范和引导。其中规范性的教育政策能够为教育服务产业的健康可持续发展提供制度保障和正确方向；支持性的教育政策能够激发和壮大促进教育服务产业发展的内生因素¹。

规范性政策有助于改善教育服务产业发展过程中的市场失灵现象。具体而言，规范性政策有助于缓解信息不对称带来的不良结果。由于信息不对称，消费者仅愿意以市场均价购买教育服务，低成本、低质量教育服务供给者仍有利可图，而提供高质量产品的供给者逐渐退出市场，形成“劣币驱逐良币”的现象。但是，

政策可减少此类情况的发生，例如，相关政策规范了在线教育的培训内容、进度安排、授课时间等。通过这些政策，低质量的在线教育产品从市场中被排除，剩下优质教育服务供给者进行良性竞争。

支持性政策优化了各类学校和企业的生存环境，减少了教育服务供给主体经营和发展的直接成本或交易成本。例如，推进智慧教育的相关政策，使前沿技术与教育服务的融合更加迅速。部分企业无须支付高昂的研发支出就可以享受技术带来的益处；推进教师团队建设的举措，加快了教育服务产业人才的培养和积累，人才供给增多将带来企业雇佣费用的减少；政策对于金融资本的引导效果更为明显。一直以来，举办者投入和社会投入不足是限制许多教育服务供给主体的重要因素，例如，民办职业学校通过信贷进行资金筹备需要支付较高的成本²。由于教育服务项目周期较长，回报相对较慢，其他社会资本进入教育服务产业的意愿也受到抑制。政府投资、税收优惠等政策的实施有助于解决这一困境。

1.2.2 需求侧拉力

（一）不断增长的教育投资意愿

当家庭或个体进行教育投资时，作为理性的投资者，如果受教育者预测未来总收益的贴现值将高于现时所必须支付的包括直接成本和

机会成本在内的总成本，那么就会作出投资教育的选择。如果投资者预计总收益的贴现值不会高过支付的总成本，就同样会理性地做出不投资的选择。教育在过去被许多人认为是投资

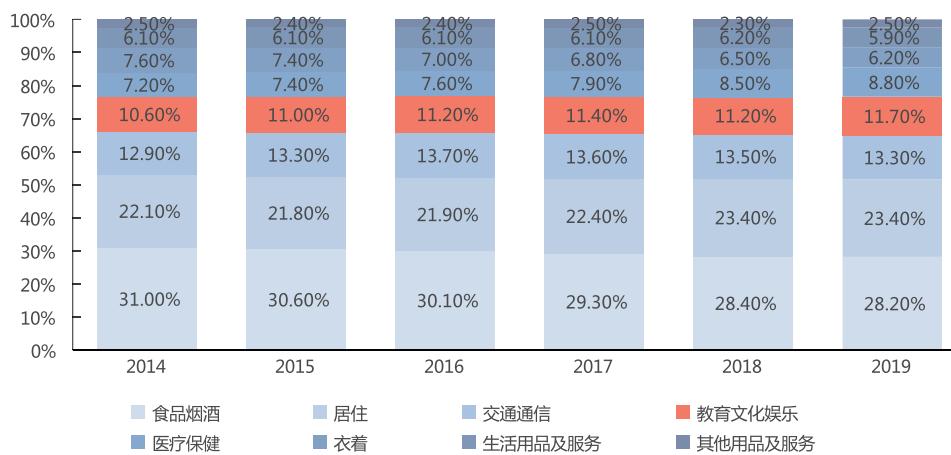
1. 谢维和, 陈超. 中国教育改革发展的政策走向分析——20世纪80年代中期以来中国教育政策数量变化研究 [J]. 清华大学教育研究, 2006 (3) : 1-8。

2. 周凤华. 民办职业教育的现状分析与策略研究 [J]. 中国职业技术教育, 2017 (6) : 10-18。

回报率极低的一项投资，投资周期长、投资风险大。然而，国内外众多研究表明，教育投资具有较高的回报率¹，我国的教育投资回报率也在提升²。1988 年受教育年限增加一年，收入将增加大约 2.98%；到了 2009 年，这一数字已上升至 12.95%³。如今，越来越多的父母意识到教育投资收益可观，教育投资意愿显著提升、教育期望明显上升。研究表明，近年来，我国父母对子女受教育程度的预期平均而言介于专科和本科之间，高于本世纪初的教育期望水平⁴。

此外，教育投资意愿提升也直观表现为教育支出的显著增长。我国居民恩格尔系数连续八年下降，于 2019 年降至 28.2%，已进入联合国划分的 20% 至 30% 的富足标准。居民

消费层次已从一般家庭消费向服务、文化、教育等高端消费发展。近十年来，居民文教娱乐消费持续增加，家庭教育投入稳步增长，对促进教育服务产业发展提供了需求侧的拉力。如图 1.4 和图 1.5，我国居民的教育文化娱乐类消费支出的占比已由 2014 年的 10.6% 提升至 2019 年的 11.7%，总体上增幅保持稳定的小幅度上升，预计 2020 年将突破 12%。教育文化娱乐类支出的绝对额从 2014 年的 1,536 元增加至 2019 年的 2,522.4 元，增长幅度超过 60%。泛教育类支出已成为除食品支出、住房支出、交通通信支出外的家庭第四大支出来源。伴随着教育供给侧改革的持续推进、社会竞争的持续加剧以及新时代多样化、品质化、个性化教育服务需求的快速增长，未来，教育服务相关消费支出的占比还将进一步提升。



数据来源：国家统计局。

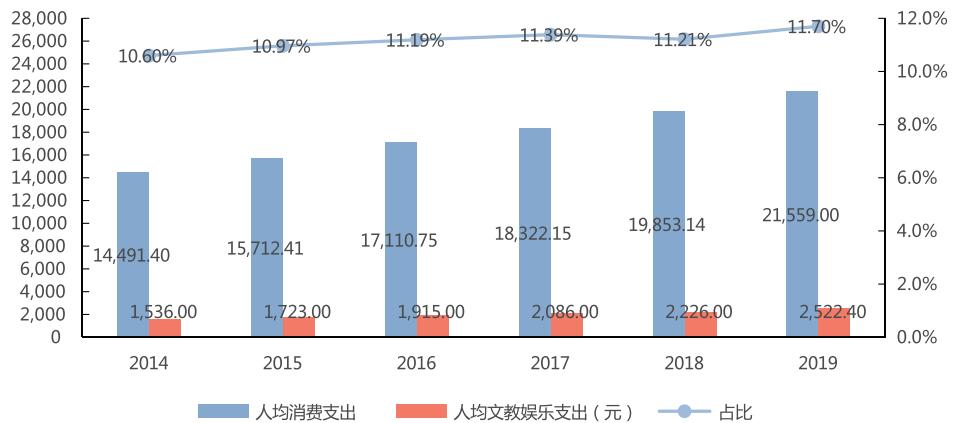
图 1.4 2014-2019 年我国居民消费结构

1.Chen Y, Jiang S, Zhou L, et al. Estimating returns to education in urban China: Evidence from a natural experiment in schooling reform[J]. Journal of Comparative Economics, 2020, 48(1): 218-233。

2. 钱争鸣, 易莹莹 . 中国教育收益率统计估计与分析——基于参数和半参数估计方法的比较 [J]. 统计研究, 2009, 26 (7) : 43-50。

3. 罗楚亮 . 我国城镇教育收益率的长期变化特征 [J]. 中国高校社会科学, 2018 (2) : 97-110+159。

4. 靳振忠等 . 家庭背景、学校质量与子女教育期望——基于中国教育追踪调查的分析 [J]. 教育研究, 2019, 40 (12) : 107-121。



数据来源：国家统计局。

图1.5 2014–2019年我国居民人均文教娱乐支出及占比

(二) 不断延伸的需求生命周期

根据莫迪利亚尼和布伦贝格的生命周期假说，在青年成长期，应采取积极的投资策略，以保证未来的消费稳定。教育投资在当今时代背景下显得十分重要。在过去，民众在教育上的消费多集中在K12教育、高等教育阶段，因为在这些阶段的教育投资回报是可观的。然而这一情况随着经济社会发展、科学技术不断创新有所改变。由于高考扩招等原因，劳动力市场上的竞争愈加激烈。此外，人工智能技术将逐步替代部分劳动力，导致失业率上升。有学者预测，未来20年大约有59.5%的中国就业岗位将受到人工智能的冲击¹。因此，为保持稳定的收入流，教育投资需求将从学生时期的教育投资向在职者教育投资延伸。已就业的劳

动力需不断提升专业技能、提升工作效率，加快学习新知识、新技能，才能避免被其他劳动力或人工智能取代。

在终身学习社会，老年教育也是未来我国居民教育需求的一个拓展方向。老年时期的教育投资明显不具备较高的投资回报率，实际上，老年时期教育支出的消费属性大于投资属性。目前有700多万老年人在老年大学等机构学习，有上千万老年人通过社区教育、远程教育等形式参与学习。在政策的有力推动下，借助大数据等智能技术，老年人的各类教育需求将被快速捕捉，相关教育服务产品应运而生，产业链逐渐搭建，老年教育服务或将成为教育服务产业的又一重要新兴组成部分。

1. 龚遥, 彭希哲. 人工智能技术应用的职业替代效应 [J]. 人口与经济, 2020 (3) : 86-105.

1.3 中国教育服务产业的发展历程

当前，我国教育服务产业体系和生态系统已基本形成，产业整体已走过粗放增长阶段进

入内涵式发展的新阶段，图 1.6 简要梳理了我国教育服务产业的发展历程。

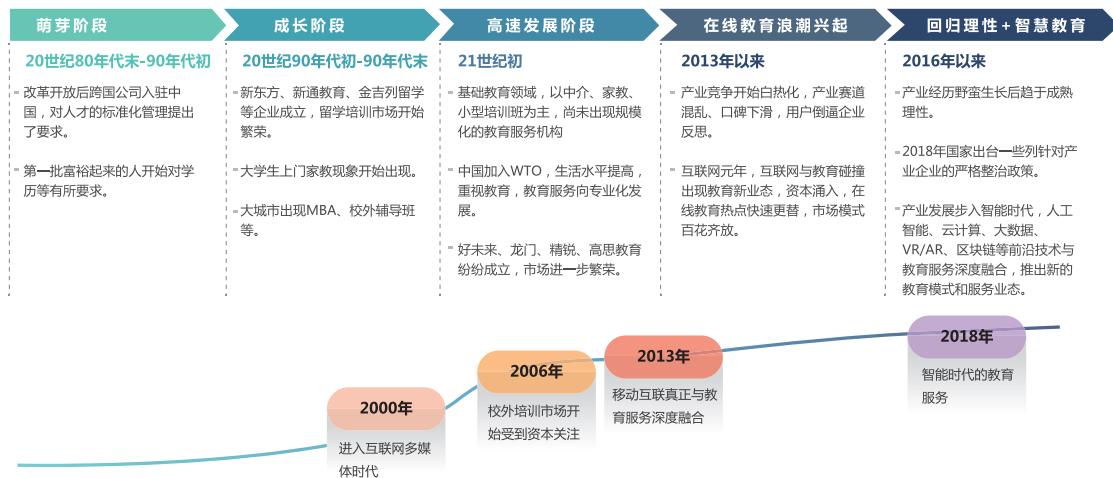


图1.6 中国教育服务产业发展历程

从 20 世纪 90 年代初市场主体开始成为教育服务的供给者以来，经过成长、高速发展，到目前产业总体步入理性发展阶段，教育服务产业的每一次重要变革都离不开技术创新，特别是移动互联和以人工智能为代表的前沿技术对产业影响深远，不断完善乃至重塑产业分工和产业生态。2013 年我国进入互联网教育元年，“互联网 + 教育”的新业态开始形成，在线教育浪潮开始兴起，工具、平台、内容等各种教育服务新模式百花齐放。

随着人工智能、云计算、大数据、AR/VR、区块链、5G 等新一代信息技术加速向教育服务领域渗透，更前沿、更创新的教育产品和服务业态开始出现，一些教育服务企业已发展成

为不可小觑的科技创新体，在某些方面甚至已经超过了公立学校。同时，多元主体的合作及互动日益增强，政府部门在鼓励社会力量参与教育服务的同时，也加强了对产业规范性发展的监管。教育服务企业的社会责任感显著增强，为促进公平而有质量的教育贡献来自市场的力量。

结合中国教育服务产业的发展实际，我国教育服务产业图谱如图 1.7 所示。其中，既有按照学段划分的专业化教育服务，如学前教育、K12 教育、高等教育、职业教育，也有渗透所有学段的教育产品及服务，如国际教育、语言学习、素质教育、教育信息化等。



图1.7 中国教育服务产业图谱



02

中国教育服务产业发展现状与特征

随着以人工智能为代表的前沿技术的兴起和发展，技术正加速向教育服务产业渗透，推动教育服务产业新产品、新模式和新业态的层出不穷。当前，我国教育服务产业发展既充满了机遇也充斥着挑战，把握时代的技术脉搏、紧跟教育改革创新的脚步、洞察消费需求、注重产品和服务品质才能实现更长久更持续的健康发展。本章主要采用统计性描述方法，分析我国教育服务产业总体及各细分领域的市场现状，在此基础上总结我国教育服务产业发展呈现出的新特征。

2.1 中国教育服务产业市场总体情况分析

近年来，我国教育服务产业持续受到来自政府、消费者以及投资机构的高度关注，在规范发展的基础上，产业规模持续扩大、各类新产品和新服务模式不断涌现。

如图 2.1，2010 年以来，我国教育服务产业市场规模逐年扩大，2018 年的市场规模达

到 2.68 万亿元，但可以明显看到，随着 2018 年以来政府对产业规范整治和监管力度的不断增强，产业增速总体呈下降趋势。其中，市场份额占比前三的细分领域为 K12 教育、职业教育和学前教育，占比分别达 30%、27% 和 17%¹。预计 2020 年，我国教育服务产业总体规模将达到 3.36 万亿元，复合增速约为 12%。



数据来源：德勤、前瞻产业研究院。

图 2.1 2010-2020 年中国教育服务产业市场规模

从区域分布来看，图 2.2 显示，我国 53% 的教育服务企业分布在经济发达、科技创新水

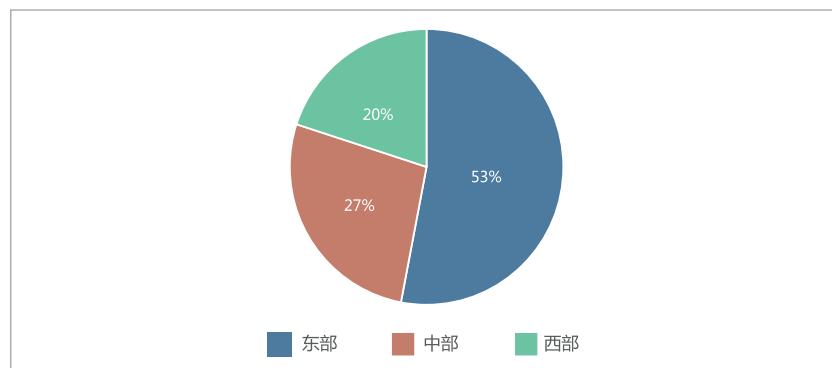
平高的东部地区。东部地区高度发达的经济吸引了众多人才集聚，人均收入水平高、教育投

1. 数据来源：未来智库。

资和消费意愿强，带来了庞大的消费市场。例如，北上广深的课外教育支出占全国支出比重近 1/3，其中北京、上海位列教育总支出的前两位。东部地区也具有更强的科技、商业、服务创新能力，前沿技术与教育服务的融合更为深入，产业集聚与融合优势更为突出。相较东部，中西部经济发展水平较低，教育服务市场发育也较为滞后，教育服务企业在中部及西部的占比分别为 27% 和 20%。

从市场竞争格局来看，我国教育服务产业总体呈现市场集中度较低的分散格局，头部企业市场份额占总体市场规模很小，中小型教育

服务机构数量庞大。从细分领域来看，民办高校和 K12 教育集中度最低，学前教育集中度相对较高。我国 K12 教育服务机构年营业额超过 1,000 万元的不超过 1,000 家，年营业额超过 5,000 万元的不超过 100 家，新东方、好未来等行业巨头市场份额合计占比约为 5%¹。虽然产业整体竞争格局分散，但也有细分市场形成了较为稳定的竞争格局，如职业教育领域的公务员培训。未来，随着规范政策的落地和资本的理性回归，我国教育服务产业市场集中度将进一步提升，各细分市场将涌现出两至三家龙头企业，但不会出现像互联网行业中 BAT 那样的巨型企业垄断市场²。



数据来源：中国报告网。

图2.2 中国教育服务企业的区域分布

2.2 中国教育服务产业细分领域情况

2.2.1 学前教育

民办幼儿园（营利性）、早教服务机构在我国学前教育服务市场中占主要地位，由于前沿技术的渗透，一些幼儿教育软件、硬件设备

供应商也成为学前教育产品的供给者。

在政策环境方面，2010 年之后，国务院发布的《关于当前发展学前教育的若干意见》

1. 数据来源：课题组内部估算数据。

2. 2018 年教育培训行业市场竞争格局与发展前景分析 [R]. 前瞻产业研究院，2019。

提出，鼓励社会力量以多种形式举办幼儿园，加上2013年出台的“学前教育三年行动计划”，国家开始重点支持中西部地区发展农村学前教育，这一系列鼓励、帮扶性政策的发布使得学前教育市场快速增长。这一时期，一批为学前教育提供相关服务的企业快速崛起，如户外大型玩具生产商、幼儿课程提供商和幼儿多媒体管理设备制造商等。2018年，《中共中央国务院关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》发布，进一步完善了学前教育政策保障体系，也强化了完善监管体系、规范办

园行为、提高办园质量等方面的要求，并提出2020年普惠性幼儿园覆盖率要达到80%的目标。该政策的发布使公益、普惠成为幼儿园的明确方向，去资本化和公办化将成为主流。

在市场规模方面，图2.3显示，2019年我国民办幼儿园市场规模为2,296亿元，2020年预计达2,623亿元，市场规模虽逐年增加，但增速逐年降低¹。从早教服务来看，如图2.4，2017年我国早教市场规模为1,900亿元，2020年将达到3,000亿元。



数据来源：中商产业研究院。

图2.3 2013-2020年中国民办幼儿园市场规模和增速



数据来源：中商产业研究院。

图2.4 2013-2020年中国早教服务机构市场规模和增速

1. 由于数据限制，我们暂时无法获得营利性和非营利性幼儿园各自的市场规模数据。

在市场潜力方面，二孩政策为未来学前教育市场带来巨大发展潜力。根据国家统计局数据，仅 2017 年我国年二孩数量便达 883 万人，占出生人口总数的 51.2%。同时，年轻父母的消费习惯与教育理念也正在改变，《2018 年中国育儿白皮书》数据显示，超过八成的年轻父母会选择在孕期购买胎教课程，且在孩子出生后让其参加早教课程。从渗透率来看，我国不同规模城市差异显著，一线、二线、三线、四五线及以下城市的 0-3 岁早教渗透率分别为

44.01%、29.29%、14.26%、9.66%，说明早教市场仍有很大空间，尤其是在三线及以下城市。与多数民办幼儿园需要向普惠园转型不同，2019 年国家发布了多条婴幼儿照护服务相关政策，引导社会资本有序开办托育类机构。早教、托育类服务及各类软硬件平台将是未来学前教育市场的主要增长点。随着科技与学前教育服务的深度融合，特别是人工智能的成熟及其对垂直领域的不断渗透，未来越来越多的 AI 技术将被运用到早教产品的迭代发展上。

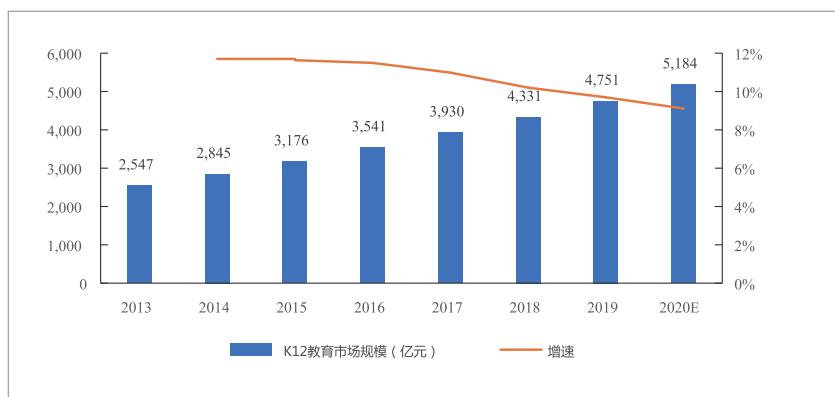
2.2.2 K12 教育

我国 K12 教育服务市场主要由民办高中（营利性）、校外培训机构构成。我国民办教育由上世纪 80 年代起经历了一个从无到有的过程，伴随着民办教育的快速发展，以新修订的《中华人民共和国民办教育促进法》（以下简称《民促法》）为标志的我国民办教育法律制度体系也逐步完善。2018 年以来，校外培训领域的监管政策频发，对引导校外培训健康规范发展提供了重要的制度保障。该领域的企业与机构若以课程服务形式分类，可分为大班、小班和一对一课程三类；若以学习场景不同分类，可分为线上、线下和 OMO（线上线下结合）三种形式；若以服务的客户类型分类，可分为 To B（企业）、To C（客户）和 To S（学校）三类。

在市场规模方面，就民办高中而言，我国各学段的民办学校快速增长、办学规模稳步提升。2019 年我国民办高中的数量由 2014 年的 2,442 所增长至 3,427 所，民办高中生在校人数从 2014 年的 238.65 万人升至 2019 年的 359.68 万人¹。预计到 2020 年，民办高中在我国教育体系中的渗透率将达到 12.8%²。就 K12 教育市场总体而言，如图 2.5，K12 教育市场已从 2013 年的 2,547 亿元增长至 2019 年的 4,751 亿元，2020 年将达 5,184 亿元。从课外辅导渗透率来看，如图 2.6，中国大陆（48%）相对于日韩等东亚其他国家和地区尤其是香港地区（87%），还有很大的增长空间。

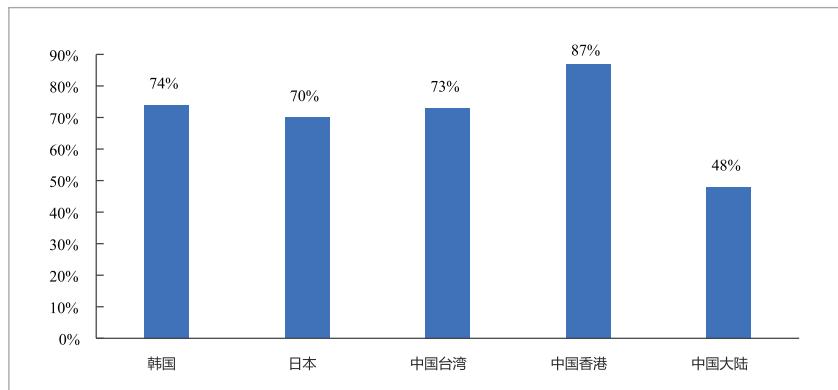
1. 数据来源：教育部。

2.2019-2025 年民办中小学市场全景调查及发展研究报告 [R]. 智研咨询，2019。同时，由于数据限制，我们暂时无法获得营利性和非营利性民办高中各自的市场规模数据。



数据来源：多鲸教育研究院。

图2.5 2013-2020年K12教育市场规模和增速



数据来源：北京大学中国教育财政研究所。

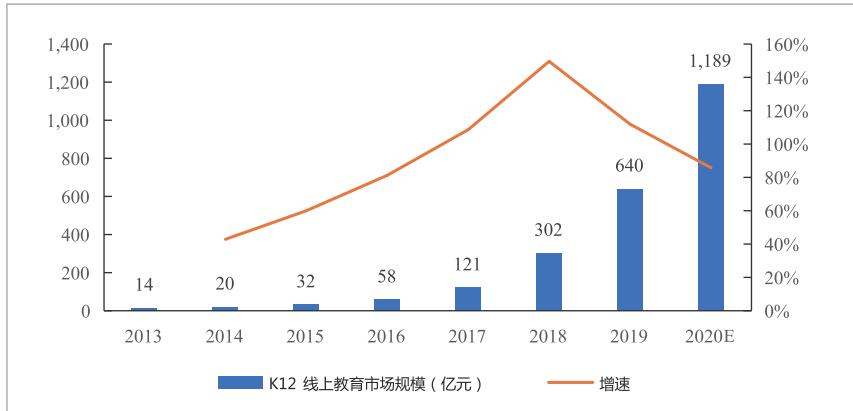
图2.6 东亚地区课外辅导渗透率比较

在 K12 的线上教育领域，如图 2.7，市场规模从 2013 年的 14 亿元增长至 2019 年的 640 亿元，预计 2020 年将达到 1,189 亿元。在增速方面，2013-2018 年呈现高速增长，2018 年后受到系列强监管政策的影响逐渐放缓。从渗透率来看，如图 2.8，K12 线上教育的渗透率从 2013 年的 1% 增长至 2019 年的 16%，预计 2020 年将达到 23%。可见，K12 线上教育的渗透率随其市场规模的扩大也在快速提升。许多 K12 领域内经营状况优良的企业都已在 K12 在线教育市场布局。

疫情对教育服务产业的影响不容小觑，所有线下校外培训机构都在疫情防控期间被迫关闭。为维持企业现金流，创造营业收入以弥补日益增大的税费、场地租金和人力成本等压力，不少教育服务企业纷纷利用线上平台进行教育服务供给。根据中国互联网络信息中心发布的数据，我国网民总数从 2014 年的 6.49 亿增长到 2020 年的 9.04 亿。相比之下，在线教育用户的增长速度远超网民规模的增长速度。2016 年我国仅有 1.1 亿人使用在线教育学习，而到 2019 年已经增长到 2.32 亿人。疫情期间，

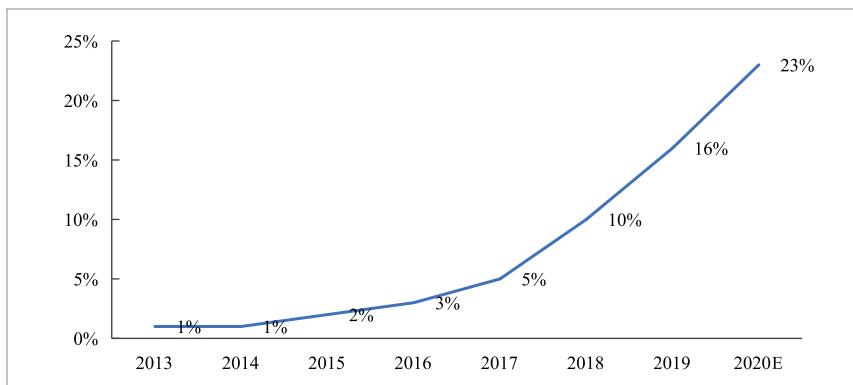
全国各学段学生被迫转为线上学习，2020年预计我国在线教育用户规模将达到4.22亿。可以预见的是，在在线教育大爆发的背景下，

2020年的K12在线教育规模与产业形态很可能会出现新的增长与升级。



数据来源：多鲸教育研究院。

图2.7 K12线上教育的规模和增速



数据来源：多鲸教育研究院。

图2.8 K12线上教育渗透率

2.2.3 职业教育

在教育服务产业中，职业教育市场主要由学历类职业教育（营利性）和非学历类职业教育构成。学历类职业教育主要包括高等职业学校，非学历类职业教育主要包括职业考试培训、职业技能培训等。近年来，国家愈加重视职业

教育的发展，相继出台了《国家职业教育改革实施方案》《建设产教融合企业实施办法》等一系列相关政策加快发展现代职业教育，支持产融结合，实现教学产业对接，支持民办教育培训。

在市场规模方面，据中信证券预计，2020年我国职业教育领域市场规模约为8,600亿元，其中学历类职业教育领域市场规模约为1,600亿元。以高等职业学校教育为例，图2.9显示，高等职业学校数量从2013年的1,321所增加到2019年的1,418所，增速持续上涨。如图2.10，高等职业学校在校生人数也从2013年的973.6万人增加到了2019年的1,133.7万人。自2017年大力推广校企合

作以来，我国目前主要有企业进校、劳教结合、工学交替、校企互动和“订单”式合作五种模式。各个职业院校根据自身特点选取适合自己的模式发展，均取得了较好的成果。在政策鼓励社会力量兴办职业教育、产教融合的职业教育新生态背景下，集团化办学已成为职业教育发展的一个重要趋势，集团化办学可以更好地促进产教融合、校企合作，激发职业教育办学活力，也可以扩大学校自主权。



数据来源：教育部。

图2.9 2013-2018年中国高等职业院校数量及增速



数据来源：教育部。

图2.10 2013-2018年中国高等职业院校在校生人数及增速

在非学历类职业培训市场规模方面，如表2.1所示，根据中信证券测算，2018年IT技能培训市场规模约为200亿元。高薪行业如财务金融，该领域的考试培训市场规模达55亿元，报考人数高达800万人。在报考人数上

并列第一的是建筑类考试和公务员类考试，市场规模均达105亿元。此外，教师资格证及教师招聘考试（400万人报考、30亿元市场规模）以及医学相关考试（350万报考、57亿元市场规模）也持续火热。

表2.1 2018年部分非学历类职业培训领域市场规模估算

类别	报考人数(万人)	市场规模(亿元)
IT培训	—	200
公务员、事业单位考试	1,000	105
建筑类	1,000	105
财务金融类	800	55
教育类	400	30
医学类	350	57
法律类	60	12
其他	—	10

数据来源：中信证券、国盛证券。

互联网经济催生如网约配送员、人工智能训练师、全媒体运营师、健康照护师、呼吸治疗师等新职业，甚至个人视频创作者、电子竞技运动员等随着网络空间的拓展应运而生的职业在未来将十分普遍。2020年7月，人力资源和社会保障部公布了9个新职业，包括“在线学习服务师”“区块链工程技术人员”“城

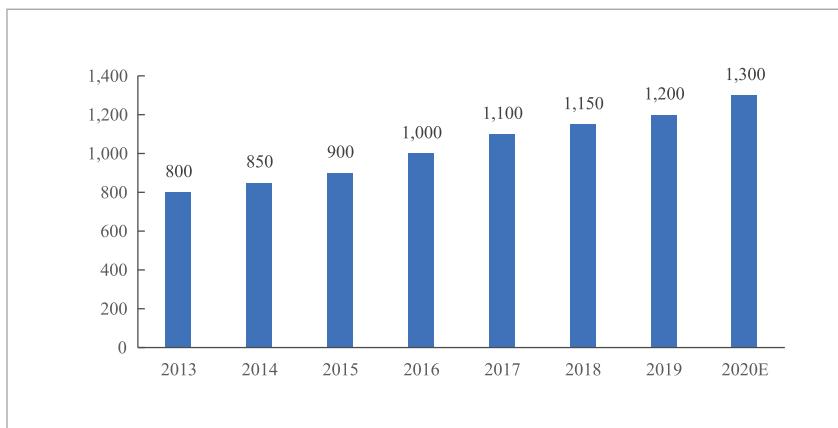
市管理网格员”“互联网营销师”“信息安全测试员”“区块链应用操作员”“社群健康助理员”“老年人能力评估师”“增材制造设备操作员”等。因此，在我国职业教育市场中，发展与新职业配套的职业教育服务也是未来不可忽视的趋势之一。

2.2.4 高等教育

我国高等教育服务市场主要由民办大学(营利性)和升学培训服务等构成。目前,我国已经形成了一个比较完整的、具备相当规模的民办高等教育系统。2003年“非典”疫情及2008年金融危机冲击使我国就业压力激增,由此,2003年和2009年开展了两次大规模的研究生扩招,大规模的扩招后考研培训等服务机构迅速崛起。2020年,受到新冠肺炎疫情影响,我国专升本扩招32.2万人,硕士扩招18.9万人,博士扩招10万人。这为包括民办高等教育和大学生升学培训服务市场的增长提供了契机。

在市场规模方面,如图2.11所示,2019

年我国民办高等教育的总规模在约为1,200亿元,预计2020年将达到1,300亿元左右¹。图2.12显示,截至2019年,我国民办高校有757所,但增长速度较慢,且2014-2019年间仅增加了29所,这与新建民办高校的政策审批流程慢及资金投入大有关。大学扩招使我国高等教育毛入学率越过了50%,也标志着我国高等教育已从大众化阶段正式迈入了普及化阶段。虽然已高于世界平均水平,但与韩国的98%、美国的94%、澳大利亚的86%、英国与日本的61%相比仍有较大差距。可以预测,未来我国大学仍有继续扩招的可能,民办高等教育也仍有市场扩张空间。



数据来源:中商产业研究院。

图2.11 2015-2020年中国民办高等教育市场规模

1. 由于数据限制,我们暂时无法获得营利性和非营利性民办高校各自的市场规模数据。

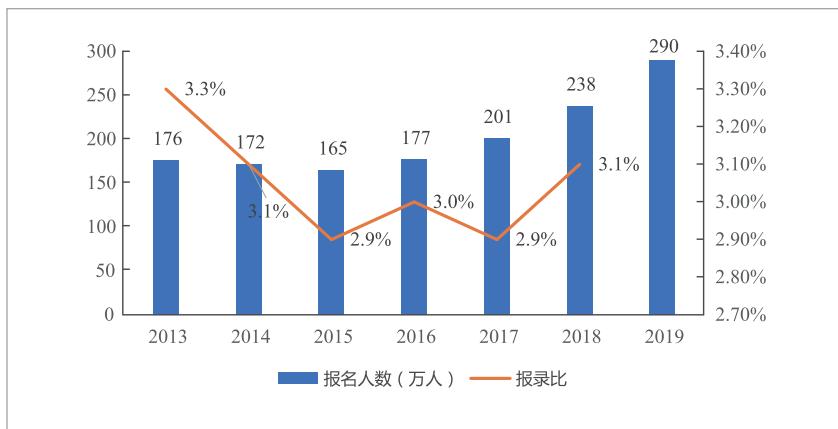


数据来源：教育部。

图2.12 2014–2019年中国民办高等院校数量及增速

在升学培训市场规模方面,如图2.13所示,2013-2018年,我国考研报名人数整体上逐渐增多,2018年,我国考研报录比为3.1:1,

报名人数达238万人,2019年,我国考研报名人数达290万人。

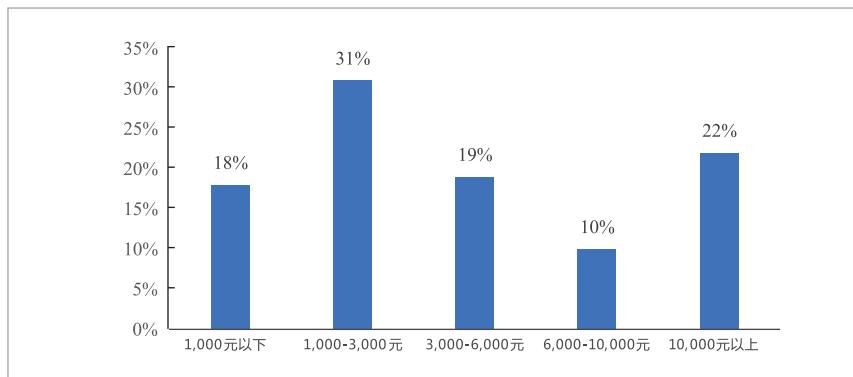


数据来源：考研帮、前瞻产业研究院。

图2.13 2013–2019年中国考研报名录取情况

我国学生考研支出主要包括报班的培训费和购买教材的费用,非报班学生主要以购买考研机构发行的辅导资料的形式贡献市场规模。

如图2.14所示,我国考研支出在1,000元至3,000元的学生占比最高,为31%,而花费在10,000元以上的学生占比为22%。



数据来源：中国教育在线、前瞻产业研究院。

图2.14 2019年中国人均考研支出情况

近年来许多教育服务企业都开始涉足考研辅导业务，考研培训领域的竞争日趋激烈。从市场布局上主要分为两类，第一类为全国范围布局、拥有较高的品牌知名度和雄厚师资力量的培训机构，例如文都教育、万学海文、文登教育和海天教育等，此类机构规模较大，课程设置全面，均在全国拥有数十个以上加盟机构；第二类为区域性培训机构，如金程教育等，此

类机构数量较多，专注于专业课或英语等某些领域课程，占有部分区域市场。

随着在线直播技术、人工智能技术等的普及应用，在线教育同样为高等教育升学培训市场增添了新活力，目前市场中经营情况较好的考研培训机构，如沪江教育、文都教育等都纷纷设立文都在线、沪江研途等在线机构，抢占用户资源。

2.2.5 素质教育

我国素质教育领域的教育服务主要包括 STEAM 教育、研学和营地教育、思维训练培训、体育类培训和艺术类培训等，整个市场目前仍旧处于成长阶段，细分领域众多，市场高度分散。

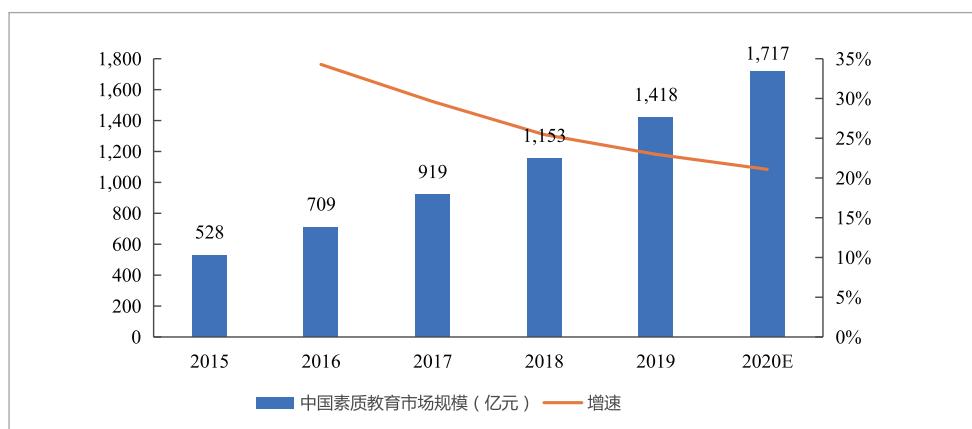
回顾素质教育发展历程，2006 年，教育部第一次在新《义务教育法》中明确要求在义务教育阶段实施素质教育，主打素质教育培训的机构开始在全国各地出现。同年，研学与营地教育开始萌芽。2010 年，教育部明确，

要提高学生的思想道德素质、科学文化素质和健康素质。2014 年，身心健康、艺术素养等能力更是与学业水平一起被列为考查重点。2016 年以来，STEAM 教育成为热门培训目标，一批主打编程技术的培训机构显露头角。2018 年以来，国务院、教育部出台了一系列规范校外培训机构发展的文件，鼓励以培养中小学生兴趣爱好为目标的培训发展；规范主流学科知识培训；禁止与招生入学挂钩的培训，

这导致很多 K12 学科培训机构开始向素质教育领域扩张。

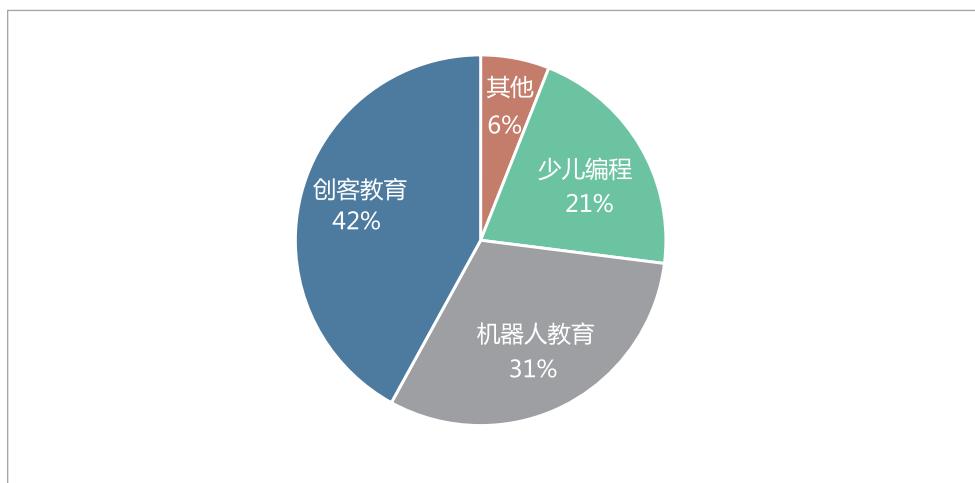
在市场规模方面,如图 2.15 所示,素质教育服务市场规模从 2015 年的 528 亿元增长到 2019 年的 1,418 亿元,预计 2020 年将达到 1,717 亿元。其中,STEAM 教育是素质教育领域新兴的细分领域,主要包括机器人教育、创客教育、少儿编程和其他。图 2.16 显示,创

客教育成为了家长的最偏好选择(42%),其次是机器人教育(31%)和少儿编程(21%)。据 IT 桔子数据,2019 年 STEAM 教育市场规模为 76.6 亿元,预计 2020 年将达到 147.25 亿元,且会保持接近 50% 的增速。据广证恒生测算,STEAM 教育渗透率每提升 1 个百分点,市场扩容约 150 亿,而当前渗透率预计在 0.5%-1.5% 之间。



数据来源: 多鲸教育研究院。

图2.15 2015-2020年中国素质教育市场规模及增速



数据来源: 家长帮。

图2.16 2017 中国家庭素质教育消费报告——家长倾向选择的 STEAM 教育项目占比

在研学和营地教育方面，数据显示，2018年中国研学与营地教育用户规模约为3,121万人¹。如图2.17所示，2019年市场规模约为1,139亿元，预计2021年将达1,725亿元。随着用户规模的扩大，研学与营地教育市场规模

或将继续保持20%以上的增长速度。目前，中国研学与营地教育行业集中度极低，格局分散，头部企业的市场占有率仅在1%-2%左右，市场参与主体预计共几千家，但营收规模在千万级以下的中小型企业占绝大多数。

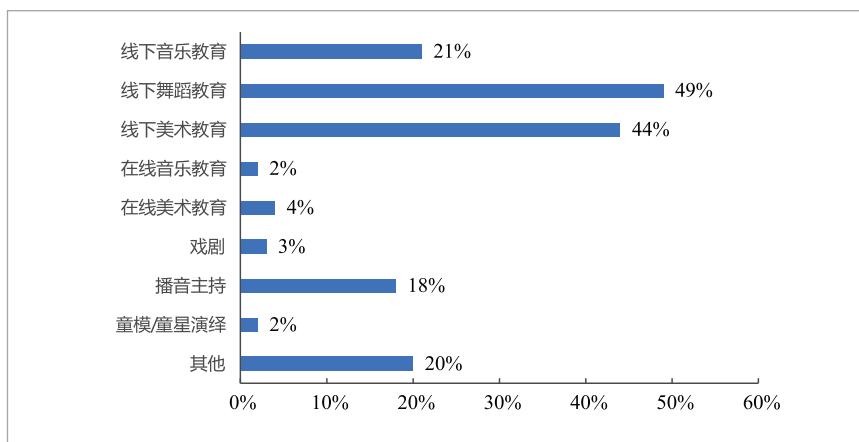


数据来源：艾瑞咨询。

图2.17 2015-2021年中国研学、营地教育市场规模及增速

在素质教育领域，虽然思维培训、艺术培训中都出现部分在线课程，但总体来看线下课程仍旧占据市场主流。从图2.18来看，

较多占比的家长为孩子报名了线下舞蹈课程(49%)和线下美术课程(44%)，而线上课程仅有2%-4%的占比。



数据来源：《2019中国亲子家庭素质教育消费调研报告》。

图2.18 2019年家长为孩子选报了哪些艺术教育课程

1.2019年泛游学与营地教育白皮书 [R]. 艾瑞咨询，2019。

2.2.6 教育信息化

我国教育信息化服务发展于 21 世纪后，随着互联网技术的不断下沉，教育与技术的融合趋势逐渐凸显。2018 年，《教育信息化 2.0 行动计划》发布。在此背景下，我国教育信息化领域中各类硬件设备提供商、教育软件设备提供商、教育云服务和技术、数据服务企业纷纷涌现，华为、阿里巴巴、腾讯等互联网科技企业纷纷进入教育信息化领域。

目前，我国教育信息化领域主要有四种服务类型企业，一是硬件提供商，主要面向政府、学校或企业机构提供硬件设备；二是技术平台提供商，帮助学校和教育服务机构实现家校互动、教学及教务管理现代化；三是教学软件或教学内容提供商；四是补充性的课程解决方案提供商，提供师资培训、课程内容等资源。从

事教育信息化业务的企业约有数百家，教育信息化市场的整体竞争格局高度分散¹。

在市场规模方面，如图 2.19，2018 年中国教育信息化市场规模达 5,300 亿元，多年来均保持两位数增长速度。我国教育信息化财政经费投入可观，如图 2.20，其中 2013-2018 年间占总财政经费比重始终稳定在 8%，2019 年上升至 8.5%，2020 年有望提升至 9%。在前沿技术与教育服务加速融合及 5G 新基建背景下，可以预见教育信息化领域将迎来一个持续高速发展时期。特别是，5G 的增强型移动宽带、高可靠、低时延等特点能够使网络教育质量提升、门槛降低，5G 时代将从根本上改变当前的教育模式。



数据来源：前瞻产业研究院。

图 2.19 2010-2018 年中国教育信息化规模及增速

1.2019 年中国教育信息化行业研究报告 [R]. 艾瑞咨询，2019。



数据来源：教育部、多鲸教育研究院。

图2.20 2013-2020年中国教育信息化财政经费及占比

从发展趋势来看，我国教育信息化市场的发展既应当注重广度，也需要具备深度。在广度方面，很多校园管理、课堂管理等教育硬件、软件服务体系都只在高校和部分顶尖的中小学采用，随着技术的不断成熟和成本的不断下降，教育硬、软件服务体系将会不断向普通中小学

普及。在深度方面，随着学习分析、学习情景识别、环境感知、社会网络、校园移动互联等技术的发展，可以将技术落实到教学资源建设及教学模式上打造智慧课堂、智慧校园。另外，评价体系的智慧化也将成为教育信息化发展的重要趋势之一。

2.2.7 国际教育

我国国际教育市场主要由在华国际教育（国际学校、高等教育中的中外合作办学等）和出国留学服务（留学申请相关服务、留学语言培训等）两部分构成。进入21世纪后，随着中国加入WTO和高净值人群的迅速增加，我国进入了自费留学的黄金时代，出国留学人数逐步增多。伴随着留学生数量的增加，留学准备服务市场规模开始扩大。2004年后，国外知名院校与国内高校合作办学模式开启，同时，国内名校，尤其是著名高中也开始利用自身品牌优势开设国际部，民办国际学校在这一时期

成为国际教育发展的新兴潮流。

国际教育领域受到国内外政策环境影响较大，政府在支持国际教育和优质资源引进的同时，也加强了对留学中介、国际学校的规范化管理。

在市场规模方面，如图2.21，2019年中国国际学校的市场规模为394亿元。预计2020年中国国际学校的市场规模会突破436亿元。学校数量方面，如图2.22所示，2013年我国国际学校数量为461所，到2019增

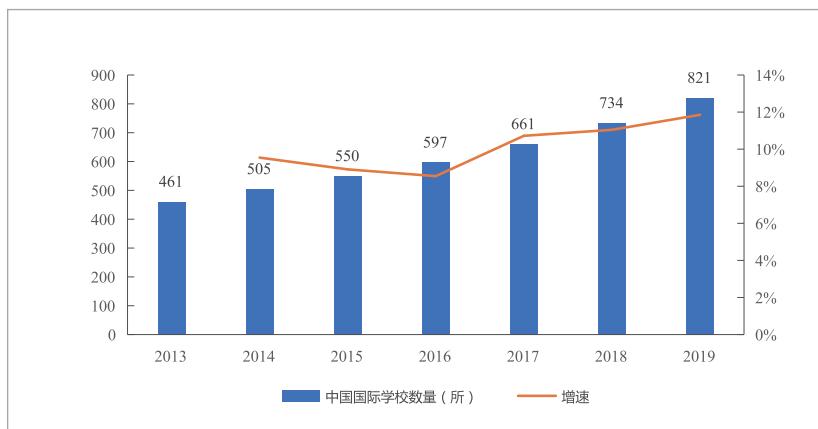
至 821 所，增速呈上升的趋势。在国际学校在校生人数方面，如图 2.23 所示，2015 年的国际学校在校生人数为 36.8 万人，2019 年增

至 64 万人，预计 2020 年和 2021 年，中国国际学校在校生将分别增长至 73.7 万人和 84.7 万人。



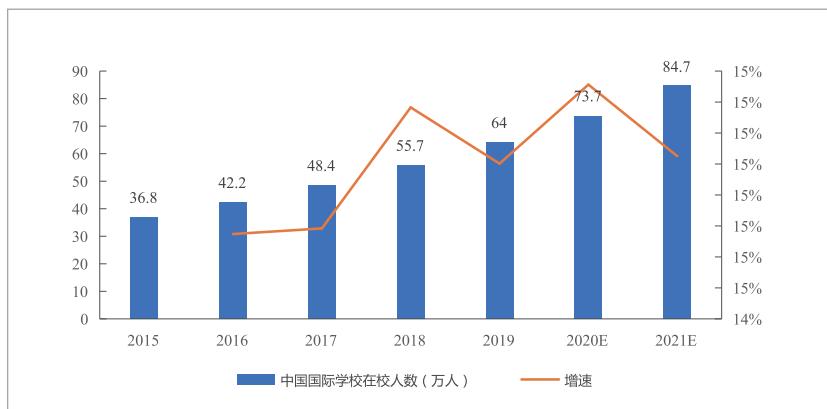
数据来源：德勤。

图2.21 2015-2020年中国国际学校市场规模及增速



数据来源：《2019 中国国际学校发展报告》。

图2.22 2015-2019中国国际学校数量及增速



数据来源：德勤。

图2.23 2015-2021中国国际学校在校人数及增速

在高等教育中外联合办学方面，教育部公开数据显示，截至 2019 年 4 月，本科以上中外合作办学机构和项目共有 838 个。其中，中外合作机构 65 个，中外合作办学项目 773 个。在出国留学准备服务方面，据估算，2018 年中国留学语培市场约为 108.11 亿元，2018 年中国留学中介服务市场约为 78.37 亿元。如图 2.24，近十年来，我国新增出国留学人数在快速增长，从 2008 年的 18 万人增长至

2018 年的 66.2 万人，虽然增速在减慢，但可以预期未来留学服务市场仍旧有一定的成长空间。从市场格局来看，几家龙头企业占据了大部分市场，而中小机构则在区域范围或垂直细分市场精细化经营。例如，语言培训方面，新东方（26.3%）、环球雅思（7.8%）和新航道（3.7%）市场份额位列前三；留学中介方面，启德（12.90%）、金吉列（11.10%）和前途出国（8.6%）位列前三名。



数据来源：教育部。

图2.24 2007-2018年中国新增出国留学人数

2.3 中国教育服务产业发展特征

（一）技术赋能产业创新发展

在互联网通信基础设施全覆盖的基础上，人工智能、大数据、虚拟现实、5G 等前沿技术对教育服务产业的渗透率也在快速提升，推动教育服务及产品不断迭代升级。自 2017 年以来，人工智能技术加快向教育领域渗透，《教

育信息化 2.0 行动计划》提出，要开展以学习者为中心的智能化教学，推动人工智能在教学、管理等方面的全流程应用，利用智能技术加快推动人才培养模式、教学方法改革。相比互联网，人工智能等前沿技术对教育服务的影响更加深远，学习者将真正进入基于现实物理世界、

数字世界和虚拟网络世界的交融时代。前沿技术在为学习赋能的同时，也在为产业实现高质量教育服务供给赋能，相比公办学校，我国教育服务产业在前沿技术研发和应用方面具有更强的能力，创造的产品与实践案例也更为丰富。

尽管前沿技术与教育服务的融合仍处起步阶段，但其开启了教育服务产业新一轮的转型升级，吸引了企业的不断探索与实践。教育服务企业依托大数据的“用户画像”提升服务质量，使学习者的个性化学习获得极大支持。K12 教育、学前教育、职业教育等领域也涌现出结合 VR/AR 技术和全息技术的教学产品，如 VR 实验室、VR 操作间等，这些创新可以使学习者获得“沉浸式体验”，有效提高知识感知度和保留度，进而提高教学质量。人工智能使得因材施教成为可能，其在教育服务企业中的应用主要包括自适应学习、双师课堂、人机对话互动、语音测评及处理以及拍照搜题等功能，人工智能的渗透已从外延的纯辅助逐渐向核心环节渐进与完善¹。

当下，前沿技术与教育服务的融合还有巨大的探索空间，技术将创造出更加个性化、适应性、与终身学习紧密结合的智慧学习环境，全面提升产业供给水平与服务质量，丰富乃至重塑产业生态体系。中国科学院赵沁平院士提出，作为智慧教育重要的支持技术，虚拟现实技术具有沉浸感、交互性、构想性和智能化的特征，其对现有技术的颠覆性将催生新的教育

教学方法和模式，VR + AI 有可能成为终极性的教育技术，对未来教育产生深刻的影响。

(二) 教育政策引领产业健康规范发展

2019 年我国教育服务产业的市场规模突破 3 万亿元，其中 K12、职业教育和教育信息化位居前列。近年来，针对这三个领域的教育政策频出，对培训机构教师、场地、管理方式等做出了规定，旨在整治 K12 培训市场乱象，引导校外培训市场健康发展。未来，相关教育政策将继续保持强监管、重规范及有序鼓励的总体基调。

除了 K12 教育领域，职业教育、教育信息化领域近年也频受政策影响，其中《教育信息化 2.0 行动计划》《中国教育现代化 2035》《国家职业教育改革实施方案》等政策都表现出对职业教育与教育信息化企业的支持与鼓励。随着政策逐步落地，市场上民办职业学校与教育科技企业不断涌现，新型教育产品与服务层出不穷。在职业教育领域，校企结合、产教融合在政策支持下取得了良好进展，如现代农业方面的新希望“绿领”人才培养、先进制造业方面的吉利汽车“成蝶计划”建设项目、战略性新兴产业方面的比亚迪新能源汽车技术技能人才培养基地共建项目、现代服务业方面的完美世界数字文创产教融合创新平台建设项目等。在教育信息化领域，随着信息化基础设施建设加快推进、智慧教育快速发展，对于教育服务企业来说，凭借技术、平台、管理、运营模式等

1. 普华永道 . 中国教育行业并购活动回顾及趋势展望：规范化、多元化、科技化，中国教育行业投资并购回归理性 [R]. 普华永道咨询 (深圳) 有限公司，2020.

优势，在教育信息化的多元合作中大有可为。

(三) 垂直领域深耕与跨界融合成为产业变革方向

我国教育服务产业已形成较为完整的产业链，专业化分工极大提升了产业生产效率。目前，教育服务产业中的学前教育、K12 教育、职业教育、高等教育、素质教育、国际教育、教育信息化等领域已经较为成熟，各领域企业和机构专注于该领域的研发与服务创新。不仅如此，在这些领域内部，还逐渐形成了更加精细的产业分工。由于教育服务产业市场规模巨大、领域众多，企业选择垂直深耕，是为了通过更加精细化、个性化、创新性的产品和服务打造垂直细分领域的核心竞争力。

在线教育也可视为产业在垂直领域的服务模式创新。线上模式有利于大数据、人工智能等前沿技术的应用，极大提升了教育服务效率。近年来，除 K12 教育，素质教育领域的服务也逐渐向线上转移，其中 STEAM 教育与计算机和互联网技术密切相关，可谓自带互联网基因，所以其在线上的培训效果也较线下 STEAM 课程表现出明显优势，学习者能够在线上课堂中更高效地获取知识。艺术培训，如美术、舞蹈等课程也由于陪练和艺术课直播等因素的影响，开始逐渐向线上转移，实现个性化和高效化教学。

除纵深发展、领域内深耕外，我国教育服务产业还表现出跨界融合的趋势，跨行业的教育服务布局正在成为常态。许多大型互联网企业、制造业企业凭借自身的平台、用户、技术

等优势纷纷布局教育服务产业。例如，腾讯推出 We Learning 智能教育解决方案，阿里钉钉正式发布了“钉钉未来校园”产品。此外，教育服务产业还与文化旅游、传媒影视、游戏等行业跨界融合，孕育出新型业态和供给模式，产业之间的边界正在被打破，产业互联网加速形成，传统产业生态正在被重塑。

(四) 政校企合作愈加紧密

在教育服务多元供给的时代，教育服务产业是我国公共教育服务的有益补充，在教育信息化、职业教育、在线教育等多个领域，政校企合作愈加紧密。2020 年 7 月，国家发展改革委等 13 部门联合发布《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》，在线教育被列入十五个新经济发展模式之一，《意见》强调，允许购买并适当使用符合条件的社会化、市场化优秀在线课程资源，探索纳入部分教育阶段的日常教学体系，并在部分学校先行先试。此类政策的出台为政校企合作创造了广阔空间，也为教育服务产业发展提供了新机遇。

职业教育是我国重要的政校企合作领域。2019 年印发的《国家职业教育改革实施方案》指出，要大力开展国家产教融合建设试点工作，建立产教融合型企业认证制度，逐步培育数以万计的产教融合型企业。经济学家蔡昉认为，如何通过教育，尤其是职业教育改革为产业持续发展提供高质量的人力资本，以提高企业劳动生产率，是供给侧结构性改革对教育的基本需求，也是政产学研融合实施过程中实现

以“教”促“产”的现实保障¹。产教融合型企业兴办职业教育，有利于解决产业与人才间的供需矛盾，有利于产业更精准、更高质量地获取高技能人才，是产业链与人才链对接的最好方式。

2020年1月，中国就业培训技术指导中心发布网约配送员、人工智能训练师、全媒体运营师、健康照护师、呼吸治疗师等新职业。从企业需求来看，这些新职业从业者仅有22.94%是专业院校毕业生，有28.79%的人未受过相关的培训，说明现阶段我国职业教育与高等教育的产教融合还不够灵敏，尚不能跟上社会、企业的需求，还滞后于职业的发展速度。未来，“产教融合”理念将持续在我国职业教育发展中扮演重要地位，为社会各领域的优质人力资本积累做出贡献。

(五) 经济全球化推动教育服务国际化

经济全球化打破了教育资源配置的国家和区域界线，而科学技术的快速发展则极大提高了全球教育资源配置的效率。加入WTO以来，在国际教育交流层面，教育越来越多地被纳入WTO教育服务贸易的运行轨道。在WTO框架下，教育服务市场化观念进一步强化，经济因素越来越多地渗透到教育服务领域。随着经济全球化进程加快，教育服务的产业属性和经济功能愈发凸显，教育服务市场已逐渐演变成全球化市场，资本与市场运作所遵循的游戏规则也在教育服务领域得到了扩张²。教育与产

业、文化与经济、服务与贸易共同蕴含在教育服务国际化的理念之中。

学前教育、在线教育、国际教育等领域，教育资源配置全球化特征最为明显。我国学前教育发展之初，师资、课程体系等教育资源难以满足用户日益增长的学习需求，因此市场上早教机构有半数是国外品牌化的课程体系与师资。在全球化背景下，本土早教机构通过引入境外优质课程体系、测评体系与师资，结合中国市场需求，精准地提供高质量、高适应性的课程与服务，也表现出迅速发展态势。在线教育领域，青少儿英语教育品牌VIPKID是一个利用全球教育资源的典型案例，通过互联网连接全球优质教育资源，提供个性化学习体验，不但为教育服务产业带来了深刻变革，也极大推动了全球优质教育资源的高效流通。2019年该平台北美外教超过9万名，每天课程数量超过18万节。在国际化趋势下，教育服务应更加重视文化的冲突与协调问题，培养兼具国际视野与家国情怀的新时代人才，在引进世界先进的教育理念、方法和技术的同时，还应加强传统文化和价值教育，根据中国国情和人才培养需求提供高质量的产品与服务。

(六) 大数据成为教育服务个性化的基石

教育大数据在市场中常见于K12校外培训产品和语言培训服务中。随着互联网尤其是移动互联的普及，在线学习为教育大数据的收集提供了可能。借助人工智能与

1. 李晓. 我国职业教育产教融合的运行环境及教育对策分析 [J]. 职教论坛, 2020, 36(06):32-37.

2. 邬大光, 林莉. 教育服务: 现代教育交流中的一种异化 [J]. 教育研究, 2005 (6) : 48-53.

云技术，教育服务供给方能够对学习者数据进行挖掘和分析，研究用户学习路径，将数据转变为信息与智慧，从而实现为不同学习者提供符合其学习现状、能力与目标的个性化教育内容。

以往我国个性化教育在实践中往往是经验式的，缺少足够的数据源和可供分析判断、佐证教育行为效果的依据。大数据恰恰能对这些缺失进行弥补：它不仅能够从技术层面解决个性化教育数据源缺失问题，同时，学习者在学习过程中的现实需求及各影响因素都能够经过动态分析做到可量化、可视化。

大数据能够实现从学习行为视角了解个性化教育过程的发生机制，基于行为数据分析制订一生一课表、推荐培养路径、开展自我教育与自我导向学习。因此能够提供更为全面而深入的教育教学检测评估，有利于科学实施针对性干预。例如学而思、掌门教育等企业推出的教育产品、教育软件，通过收集后台数据，为学生推荐难易度合适的课程与测试，再结合云计算、人工智能等技术，对学习者参与测试的结果数据进行挖掘与分析，依据评估结果制定“一对一”的个性化教育服务。



03

中国教育服务产业投融资情况与趋势

对于教育服务产业而言，资本不仅是重要的生产要素，同时也是引导和支持其他生产要素向产业集聚的重要纽带。资本青睐教育服务产业，既是看到科技赋能下产业巨大的增长潜力，也是在充满不确定性的市场环境中寻求相对稳定的投资标的。2018年下半年以来，我国教育服务产业进入增速放缓的“冷静期”，产业总体正在度过其在资本市场上的艰难时刻，而经历了数次泡沫和周期，资本已趋于成熟理性、更加注重长期价值投资。本章承接上一章的市场分析，首先探讨金融资本参与教育服务产业发展的必要性与可行性，在此基础上，分析中国教育服务产业总体及细分领域的投融资现状，总结教育服务产业一级、二级市场投融资的特征和趋势。

3.1 资本参与教育服务产业发展的必要性与可行性

3.1.1 必要性

(一) 服务中小企业发展，支持产业创新

我国教育服务产业整体处于分散状态，产业体系中绝大部分为中小企业和机构。尽管对于不少中小企业来说，围绕产业细分领域，具有较强的产品创新、市场创新、商业模式创新潜能，但仍面临启动资金不足、银行信贷难等问题。通过资本市场拓宽融资渠道，发现和提升企业价值，通过资本连接更多的技术资源、产业资源、管理资源、用户资源等是企业成长与产业发展的必然选择。

(二) 创新多元供给模式，满足需求升级

步入新时代，人们对教育的需求已经不再是追求受教育机会的“有学上”，而是转变为

想要获得优质教育的“上好学”，通过市场提供更加丰富的教育资源不仅符合教育供给侧改革的要求，同时也是需求升级推动下的必然结果。2019年，全国居民人均消费支出21,559元，其中教育文化娱乐支出为2,513元，占比约11.7%，按14亿人口推算，全国教育文化娱乐的总消费支出约为3.52万亿元，是规模庞大的消费市场。因此，各类教育服务企业所提供的更具多元化和个性化的教育产品和服务能够弥补传统教育供给缺口、满足需求升级，而资本市场的介入不仅给教育服务企业的发展提供了多元融资渠道，同时也能通过市场反馈引导资本投向到更符合市场需求、更具增值价值和发展潜力的企业上去，从而催生出更加高

品质的教育产品和服务。

(三) 优化教育资源配置，助力教育公平

资本参与教育服务产业发展，引入市场机制，有利于激励教育服务企业加强技术研发与应用、创新教育资源供给模式，对于打破教育资源配置的时空和群体限制、助力教育公平具有积极意义。例如，“双师课堂”就是一个很好的打破教育资源配置不均衡的方式。又如，在疫情影响下，为了有效解决 2 亿多在校学生的“停课不停学”问题，政府、学校、企业等多

元主体进行了协同合作，在此之中，一批有社会责任感的教育服务企业纷纷响应，通过提供线上教育资源及在线教学平台、技术服务等形式助力学校、教师开展了各具特色的教育教学工作，一定程度上弥补了教育供给缺口、匹配了教育需求。除了促进教育规模化，资本的推动加速了人工智能、大数据等前沿技术与教育的融合，从而为学习者提供了更加智能的学习过程支持，推动了“千人千面”、“因材施教”的教育个性化的实现，提高了教育资源配置的效率和质量。

3.1.2 可行性

(一) 资本市场日臻完善，金融工具丰富

自 2003 年中央首次提出建立多层次资本市场体系以来，经过近 20 年的探索实践，我国多层次资本市场体系不断发展成熟。其中，设立科创板并试点注册制，是中国资本市场的重大改革，对于进一步畅通科技、资本和实体经济的循环机制，加速科技成果向现实生产力转化，引领经济发展向创新驱动转型具有重要意义¹。多层次资本市场体系可以提供多种类型的金融产品和交易场所，为多样化的投融资需求打造高效匹配的平台，给利用银行信贷较难的企业和产业提供合适的融资渠道。随着多层次资本市场的完善，金融工具的种类和形式也越来越多元化，除原有的股票、债券、期货、

基金外，还诞生了丰富多样的金融衍生产品，给教育资产证券化提供了更多选择。目前，处于初创期或成长期的教育服务企业主要通过私募股权市场进行融资，处于成熟期的企业则寻求 IPO 或借壳上市，而多层次资本市场体系的完善也为 VC、PE 构筑了更好的退出渠道。

(二) 收获资本增值回报，投资理性成熟

与其他产业相比，教育服务产业有自身的特点，这些特点激发了资本对产业各领域的投资热情，为资本参与提供了现实上的可行性。首先，教育服务产业的增长曲线是长期稳定型的，具有一定的抗周期性。教育是人力资本形成和积累的重要途径，无论是国家、社会还是个人，对教育都有着长期稳定的需求，因而布

1. 刘胜非 . 以制度创新重塑我国科技与资本市场生态 [N]. 上海证券报，2019-06-25。

局教育服务产业能为资本创造长期稳定的收益。其次，教育服务产业具有广阔的投资空间，垂直定位或横向融合延展性强。尽管产业已走过粗放扩张期，但无论从产业整体规模还是市场活跃度来看，仍有较大投资空间。第三，投资教育服务产业有较强的外溢效应，参与产业投资有助于企业和投资者社会形象的树立和品牌的打造，增强企业的社会影响力。第四，在全球化和互联网技术的助推下，优质的教育资源正在加快全球配置，这也为资本在全球范围寻找最佳投资标的提供了机遇。

(三)政策支持监管并重，治理体系完善

资本与教育服务产业的加快融合与政府鼓励社会力量进入教育领域的相关政策密切相关。例如，2016年，全国人大通过了《关于

修改〈中华人民共和国民办教育促进法〉的决定》，随后国务院颁布《关于鼓励社会力量兴办教育促进民办教育健康发展的若干意见》，为促进民办教育的健康发展而鼓励社会力量兴办教育。2017年，国务院印发《国家教育事业发展“十三五”规划》，明确提出“鼓励社会力量进入教育领域，拓展社会力量参与教育发展的渠道和范围”。这些政策文件的出台为资本参与教育服务产业的发展扫除了一些制度性障碍，提供了政策上的支持和保障。在资本的持续热度和国民的高度关注下，2018年起教育服务产业进入政策频发期，目前的政策基调依旧延续2018年下半年的态势，继续保持强监管、重规范及有序鼓励，旨在促进教育服务产业健康发展，推动教育公平、普惠及降低教育成本¹。

3.2 中国教育服务产业一级市场投融资

3.2.1 总体情况与特点

(一) 融资数量与金额

在一级市场上，私募股权融资是教育服务企业筹集资金的最重要方式。对于处在初创及快速成长阶段的中小型教育服务企业来说，私募股权融资不仅具有投资期长、增加资本金等优点，还能通过管理和技术赋能，帮助企业把

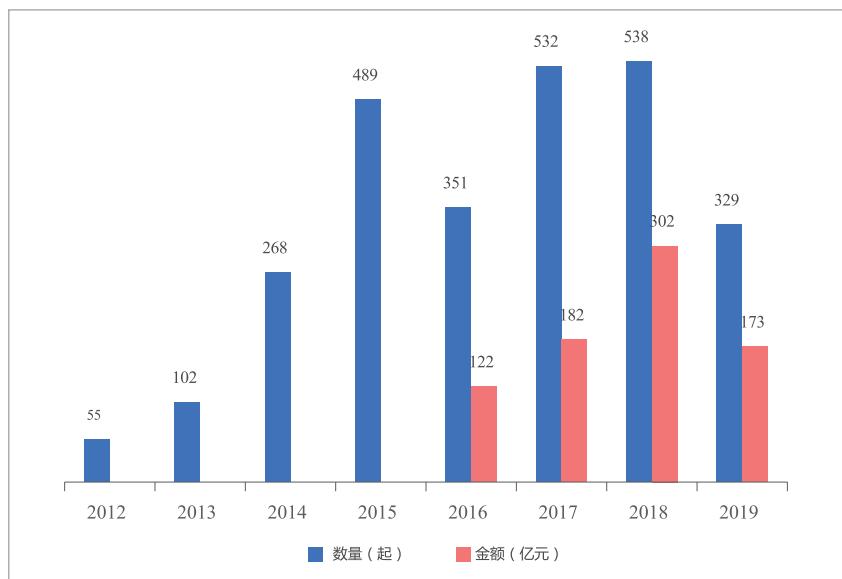
握市场需求、加大研发投入、促进科技成果转化。相对于监管高、波动大的公开市场而言，私募股权市场不仅是更稳定的融资来源，也是帮助企业获取市场资源的重要渠道。基于此，在教育服务产业一级市场投融资分析中，我们主要讨论私募股权市场的投融资活动。

1. 普华永道. 中国教育行业并购活动回顾及趋势展望：规范化、多元化、科技化，中国教育行业投资并购回归理性 [R]. 普华永道咨询（深圳）有限公司，2020.

2012-2019年，如图3.1所示，在私募股权市场上，教育服务产业的融资数量总体呈现倒“U”型回落¹。自2013年以来，基于移动互联网的教育新业态层出不穷，催生了大量教育服务企业，也吸引了大批投资机构加速在产业各领域展开布局，这使得教育服务产业的融资数量自2012年的55起大幅增加至2015年的489起。然而，2015年下半年，移动互联网教育的第一次泡沫破裂，加之投融资项目从早期往后期的存活率逐渐降低，造成2016年融资事件回落至351起。2016年底，以《民促法修改决定》《民促意见》为代表的国家法律与政策释放一系列利好信号，加之随着时间推移优质项目逐渐涌现，2017和2018年投融资持续高涨，融资数量分别达

到532、538起。

2017年，新修订的《民促法》正式生效，这是教育服务产业发展的又一个里程碑，推动了产业发展重归理性。2018年以来出台了一系列规范性政策，这些政策伴随着2018年以来金融去杠杆和实体经济的下滑使得产业进入冷静期，资本活跃度显著下降，一级市场募投进入下行区间。2018年下半年以来，资本趋于理性，2019年融资事件为329起，融资金额约173亿元，均为近三年的低点，相较于2018年同期，融资数量下跌约40%，融资金额下降超40%。同时，2019年每月披露融资事件数普遍低于往年同期，每季度融资事件总数波动较小，全年融资形势呈相对低迷状态。



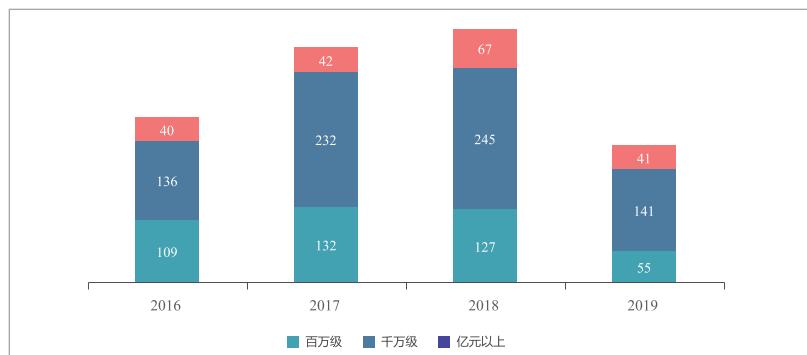
数据来源：IT橘子、华夏桃李资本。

图3.1 2012-2019年私募股权市场上教育服务产业的融资数量及规模

1. 在数据统计时，不同机构对“教育行业”“教育产业”“教育服务产业”等的划定标准存在差异，这也导致对投融资相关数据的统计存在差异。在私募股权市场投融资分析中，我们以“华夏桃李(桃李资本)”的数据为基础，并在相同口径下补充其他数据来源。在桃李资本的报告中，虽采用“教育行业”的表述，但其采用的行业标准与本报告对“教育服务产业”的界定基本一致。为了表述上的一致性，我们统一采用“教育服务产业”的表述。此外，在与其他行业进行比较时，有时为了方便，我们也采用“教育服务行业”的表述。

在融资额方面，融资总额与融资数量波动趋势一致，但单笔融资金额增加，大额融资集聚在头部项目的中后期。此外，自 2017 年以来，大额融资项目数量和单笔融资金额不断增长，2017 年、2018 年、2019 年教育服务产业平均单笔融资额分别是 4,028 万元、6,576 万元、7,486 万元¹。图 3.2 显示，2019 年，

在已披露金额的融资事件中，单笔融资金额达千万级的人民币融资事件为 141 起，亿元及以上人民币融事件为 41 起，在百万级及以上的 大额融资事件中占比 17%，略高于 2018 年的 15%。从融资标的来看，融资金额整体向各领域头部企业的成熟项目集中。

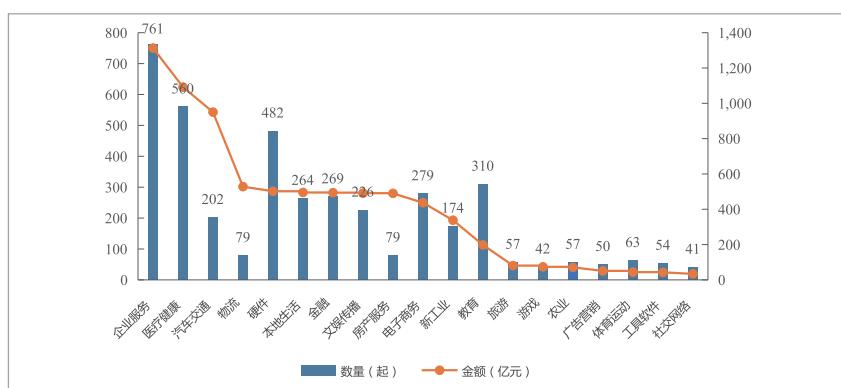


数据来源：IT 桔子、企名片、华夏桃李资本。

图 3.2 2016–2019 年教育服务产业百万及以上融资额的数量分布

从行业比较来看，如图 3.3 所示，2019 年，一级市场融资事件及融资额排名前三位的为企业服务、医疗健康和硬件行业。教育服务行业的融资数量位列全行业第 4，融资金额位

列全行业第 12，可以看出资本寒冬下教育服务行业依然受到股权市场的关注，而数量及金额的错配一定程度体现了行业的市场估值已回归理性²。



数据来源：多鲸资本。

图 3.3 2019 年一级市场全行业投融资数量及规模

1. 数据来源：IT 桔子公开数据。

2. 需要说明的是，多鲸资本报告中披露的数据（2019 年教育服务行业融资数量 310 起，融资额 198 亿元）与桃李资本披露的数据（2019 年教育服务行业融资数量 329 起，融资额 173 亿元）有所不同，但数据差异不大，因此并不影响全行业的比较分析。

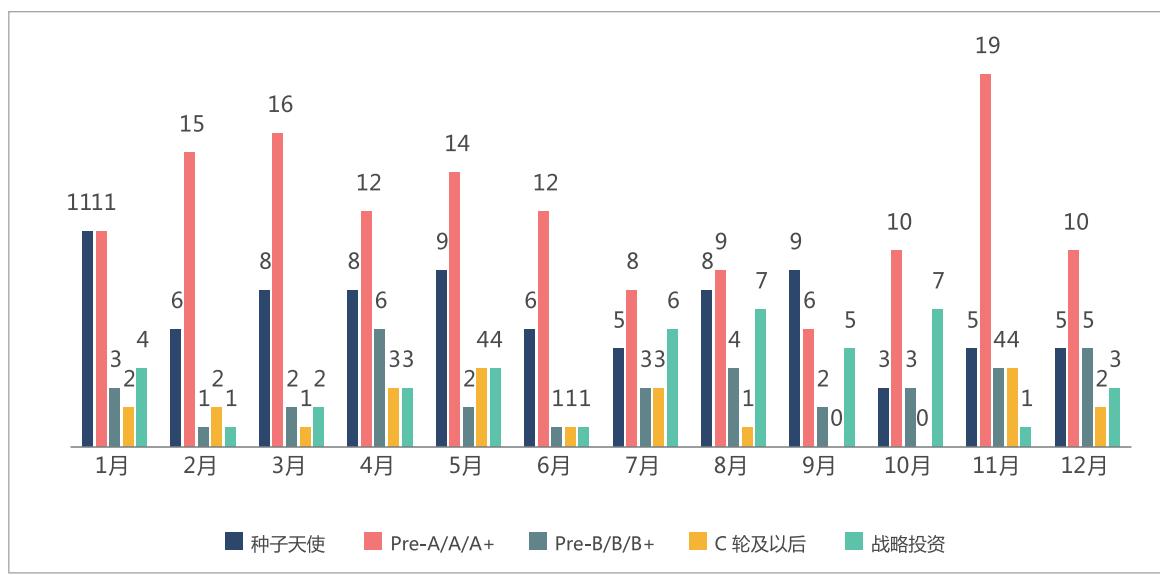
(二) 融资阶段与轮次

在融资阶段与融资轮次方面，据桃李资本统计，教育服务产业的投融资活动依然多发生在早期阶段，其中70%以上的交易由VC、PE主导。

如图3.4，2019年1至12月，教育服务产业在A轮及以前的投融资数量为225起，占比约为68%。受政策影响，如图3.5，素质教育的早期项目当仁不让地成为了资本宠儿，种子期的融资数量就达到了36起。B轮以后，教育服务产业的融资数量共计61起，占比约为19%，以K12和素质教育领域的项目为主。B轮之后的获投标的多为传统领域的老牌项目，如素质教育领域的火花思维和K12领域的作业盒子(小盒科技)的D轮融资。在此阶段，

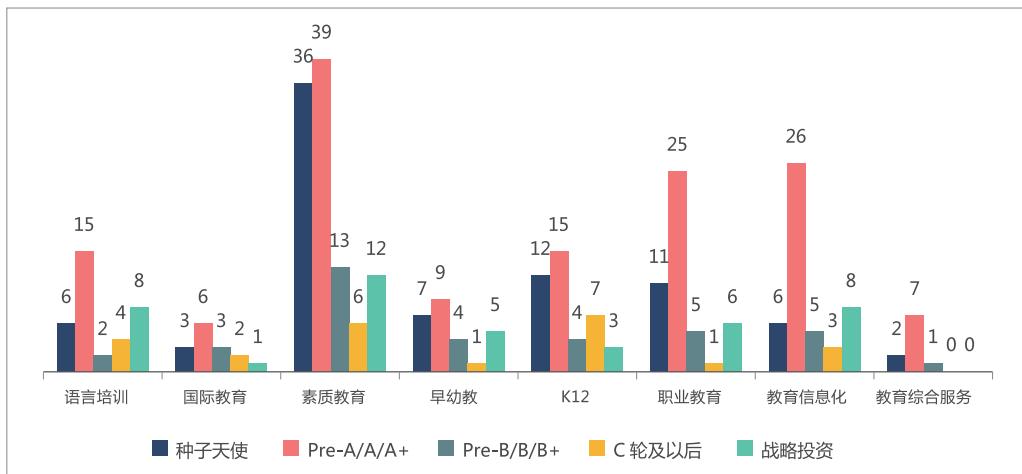
若企业还没有基本定型的商业模式、没有较稳定的现金流收入，将很难获得融资。C轮以后的融资数量较少，统计期内仅有24起。C轮以后仍需融资的项目多为大型项目。

2019年，教育服务产业的融资多发生于早期阶段，反映了尽管在治理规范化、资本市场总体低迷的环境下，产业依然受到股权投资市场的关注，但资本流动周期明显受到政策周期的影响，素质教育、职业教育、教育信息化领域的投资热度即与政策鼓励和支持密切相关。同时，K12校外培训等传统领域即使受到政策的严格规制，也并不意味着失去投资空间，治理的规范化加速产业升级和市场出清，优质企业和项目才能脱颖而出，从大额融资多发生在头部企业的中后期项目中可见一斑。



数据来源：IT桔子、桃李资本。

图3.4 2019年各月份教育服务产业融资轮次分布情况



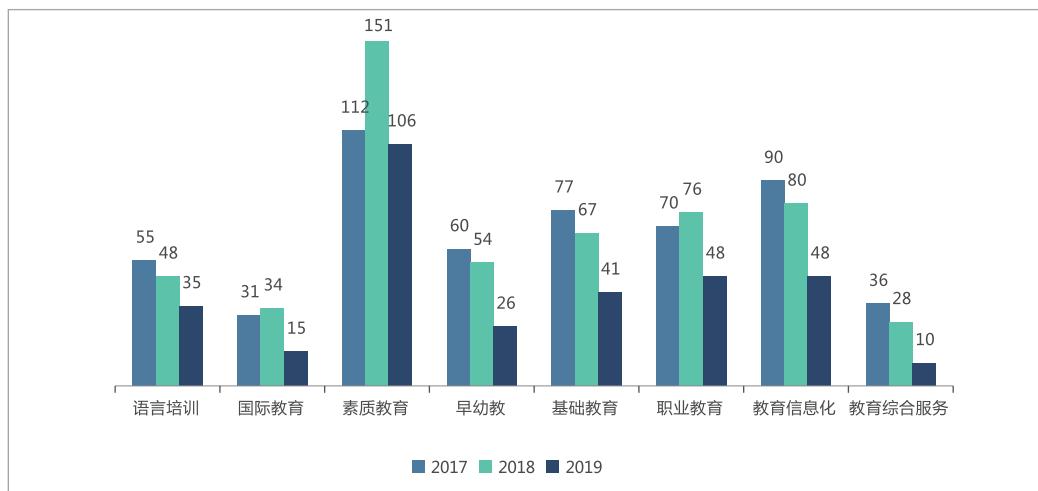
数据来源：桃李资本。

图3.5 2019年教育服务产业细分领域融资轮次分布情况

3.3.2 细分领域情况

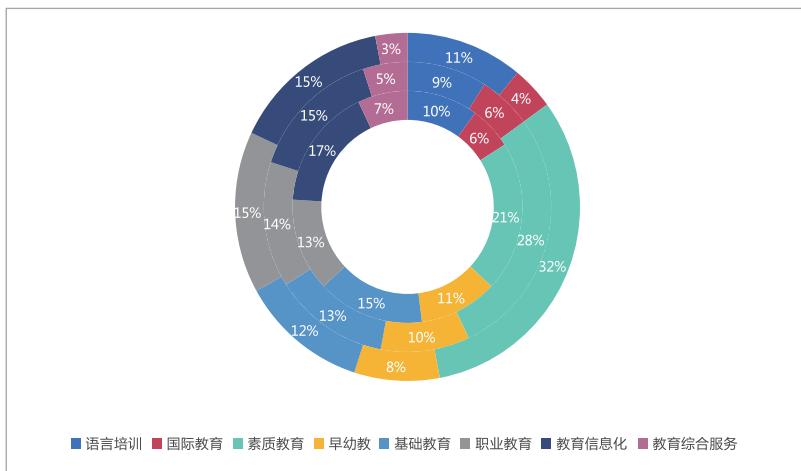
严格监管之下，资本逐渐回归理性，2019年各领域投融资数量较前两年均有所下降，素质教育、职业教育、教育信息化（同职业教育持平）和K12教育的融资数量占据前四。融资金额方面，已形成梯队的领域（如K12）仍是大额融资的主要去处，一定程度上反映行业壁

垒已经形成，也说明K12垂直领域的优质项目仍有发展空间。而对于蓝海领域（例如早幼教和职业教育）或亲政策领域（例如素质教育和教育信息化），资本则更偏好前期“小额试错”。我们结合图3.6、图3.7对各领域具体的融资情况进行分析。



数据来源：桃李资本。

图3.6 2017-2019年教育服务产业细分领域融资数量



注：由内圈向外圈分别对应 2017、2018 和 2019 年。

图3.7 2017-2019年教育服务产业细分领域融资数量占比

（一）素质教育：资本聚焦 STEAM，在线项目获新发展

素质教育仍然是教育服务产业投融资最热的领域之一，但受大环境影响，总体融资数量下降。2019年数据显示，素质教育总投融资数量为106起，占全领域的32%，其中早期项目占大部分，虽与前三年持续增长的趋势相比有所回落，但仍为全领域领先。素质教育边界较为模糊，目前国内素质教育主要分为艺术、体育、STEAM教育、游学研学、生活素养等细分领域，各细分领域集中度普遍偏低，其中STEAM教育发展速度最快。在素质教育各细分领域中，STEAM教育的投融资数遥遥领先，2018-2019年4月，素质教育领域一共发生融资事件167起，其中STEAM教育发生87起，占比58%；合计融资金额为57.07亿元，其中STEAM教育融资金额为26.44亿元，占比46%，足以体现市场对于编程、创客类教育

项目前景的看好¹。同时，素质教育领域的在线项目融资占比进一步上升，在线项目融资事件达到60起，占比56.6%，素质教育在线化成为发展新趋势²。

（二）K12：吸金能力不减，马太效应凸显

2019年，K12教育投融资数量为41起，占全领域的12%，合计融资额达56亿元。一方面，K12教育尽管拥有广袤市场，但监管趋严趋细、头部企业过于强势，故对于成长型和初创型企业来说，市场环境已经并不友好，早期项目融资数量较前三年均有所下降。另一方面，伴随着市场集中度进一步提升，优质项目吸金能力增强，同时在线K12市场已形成较为完善的产业链，因而具有长期发展潜力的在线K12项目受到资本追捧：2019年获C轮及以上融资的10项标的中，8项为K12在线教育领域的融资，其中不乏作业盒子、DaDa和高思教育等K12在线教育头部企业。

1. 数据来源：广证恒生证券研究所。

2. 数据来源：中国产业信息网。

(三) 职业教育：技能培训遥遥领先，在线职教热度下降

2019年，职业教育投融资数量为48起，占全领域的15%，较前三年有所回落。绝大多数项目为早期融资，A轮及以前占比超过75%，各轮次融资分布与2018年相比差异较小。在职业教育获得融资的各细分领域中，各类技能培训项目占比超过60%，其余为职业考证培训、企业管理培训和产教融合项目。在新职业教育和蓝领培训发展的大趋势下，资本的偏好与市场需求方向趋同¹。然而，在线职业教育作为在线教育的一个细分领域，近年来融资表现则不如素质教育和K12教育。

(四) 教育信息化：市场初具规模，以入校产品与服务为主

受融资大环境的影响，2019年，教育信息化投融资数量同比下降34%，但仍表现亮眼，共发生48起融资事件，同职业教育持平。在2019年获投的教育信息化各细分领域中，入校产品/服务占绝大部分，同时，面向教育服务企业、政府(TO B/G)的校外产品/服务也不断获得大额资本加码，如云朵课堂、小鹅通均获1亿元人民币的B轮融资²。由于教育信息化产业链涉及基础设施建设、产品供应、系统集成及相关服务，参与者众多，因而市场较为分散，落实到下游产品/服务的市场份额较小，故教育信息化相较其他领域，吸纳大额融资的事件较少。

(五) “AI+教育”对各领域的渗透

“AI+教育”是指人工智能在教育领域中创新应用的技术、模式与实践的集合，目的是提升教育的效率、质量及个性化。自2017年以来，人工智能技术快速发展，并加快向教育领域渗透，当前主要应用于智能学习、教学管理、资源建设等方面。《教育信息化2.0行动计划》提出，要开展以学习者为中心的智能化教学，推动人工智能在教学、管理等方面的全流程应用，利用智能技术加快推动人才培养模式、教学方法改革。

尽管“AI+教育”仍处于起步阶段，但其开启了教育服务产业的新一轮的转型升级，是未来教育的重要发展方向，吸引了各教育服务企业的不断探索与实践。例如，好未来不断将AI技术大量应用到真实的教育教学场景中。近年来不断取得前沿核心技术突破，并在语音技术、视觉理解、知识图谱等AI能力持续积累的基础上，实现多项技术的产品化应用，打造了包括AI课堂、教学过程评估、口语表达能力评测、作业拍搜批改等创新产品解决方案。目前，好未来已探索形成了覆盖“教、学、测、练、评”各教学环节的100余项AI能力、10余项教育场景应用AI解决方案。

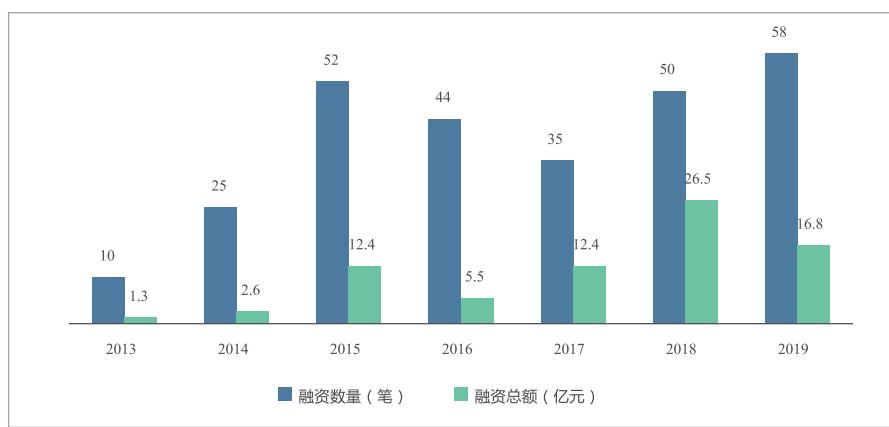
在“AI+教育”的投融资动态方面，图3.8显示，2013-2019年，“AI+教育”领域共发生了274起投融资事件，总融资额达145亿，呈波动增长态势，2019年再创新高，达到58起，而融资总额则于2018年达到顶峰26.5亿元。从融资增速来看，融资事件复合增速达34%，融资总额增速达57%，资本一度狂热。

1. 数据来源：IT桔子公开数据。

2. 数据来源：中国产业信息网。

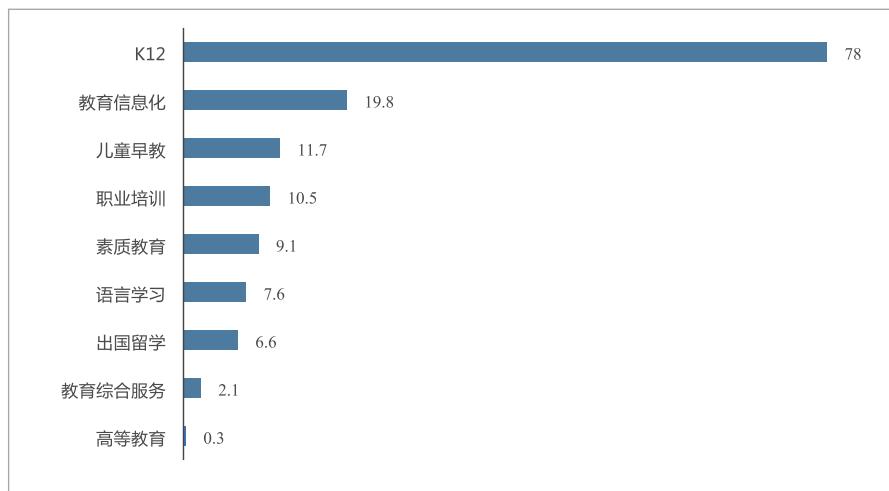
从 AI 对产业各细分领域的渗透来看，图 3.9 显示，2013-2019 年，“AI+ 基础教育”与“AI+ 教育信息化”领域的融资规模领跑其他细分领域，融资总额分别为 78 亿元与 20 亿元，占整体融资额的 53.5% 和 13.6%，反映出 AI 技术在传统教育领域、教育科技领域的受认可程度和渗透度较高。与此相比，整体融资表现可观的职业培训及素质教育在 AI 领域的融资额分别为 10.5 亿元和 9.1 亿元，可见 AI 技术在这

两个领域的渗透度仍具有很大提升空间，而其他领域的 AI 技术渗透相对较低。此外，由于在线教育产品及服务本身具有互联网属性，故与 AI 结合的场景更加丰富，从在线教育领域来看，2019 年，中国在线教育行业的市场规模为 3,145.2 亿元，泛 AI 产品的市场规模为 52.2 亿元，渗透率为 1.7%，预计将保持逐年增长，在 2022 年达到 3.6%¹。



数据来源：中国产业信息网。

图 3.8 2013-2019 年中国 “AI+ 教育” 融资情况



数据来源：中国产业信息网。

图 3.9 2013-2019 年中国 “AI+ 教育” 细分领域累计融资情况（亿元）

1. 数据来源：中国产业信息网。

从过去几年“AI+教育”项目的投融资动态可以看出，前沿技术与教育服务的融合产品与项目正逐渐被投资方认可并成为企业吸引资本的有力加持，这一特征从2019年教育服务产业大额融资事件统计中也可以得到印证。如表3.1，尽管这些大额融资事件分布在产业不同领域，但从融资标的来看，获得资本加持的企业在技术创新、产品创新、服务模式创新等方面均在细分领域中处于领先地位，特别是融合AI等技术或进行AI技术教学的企业普遍能够获得较大金额的中后期轮次融资。例如，2019年，助推人工智能教育普及的编程猫获4亿人民币的C轮融资；号召建立“ABC概念”（AI人工智能、Big Data大数据、Cloud云计算）与教育产品深度融合的掌门1对1获3.5亿

美元的E轮融资；投入大量资源用于研发以学生为核心的个性化AI学习辅导课程体系的作业盒子获1.5亿美元的D轮融资，均为吸引巨额资金投入的项目。因此，资本的加持使得这些带有科技属性的企业加大研发投入、吸收技术人才，让人工智能技术被赋能到教育服务产业中的速度大大提升，持续推进产业升级。特别是，“AI+教育”的发展将实现技术对规模不经济的缓解作用。例如，教学服务通过人工智能技术将内容、教师与助教进一步分工提升了规模化效率；一套AI智能适应系统能一定程度上满足不同学生各方面的需求，降低重复性工作的人力成本；此外，AI用户规模不断扩大，教学效果却基本不会受到影响。

表3.1 2019年教育服务产业大额融资事件

序号	标的	子赛道	时间	轮次	金额
1	DaDa 英语	语言培训	2019.01.16	D 轮	2.55 亿美元
2	掌门1对1	基础教育	2019.02.18	E 轮	3.5 亿美元
3	高思教育	基础教育	2019.04.18	D 轮	1.4 亿美元
4	作业盒子(小盒科技)	基础教育	2019.05.30	D 轮	1.5 亿美元
5	iTutirGroup	语言培训	2019.07.12	战略投资	未透露(中国平安)
6	凯叔讲故事	学前教育	2019.07.22	C 轮	5,000 万美元
7	火花思维	素质教育	2019.08.26	D 轮	8,500 万美元
8	VIPKID	语言培训	2019.09.19	战略投资	1.5 亿美元
9	核桃编程	素质教育	2019.10.23	B 轮	5,000 万美元
10	编程猫	素质教育	2019.11.04	C 轮	4 亿人民币
11	华立大学	职业教育	2019.11.14	Pre-IPO	4.38 亿人民币
12	高思教育	基础教育	2019.11.26	D+ 轮	未透露(腾讯)

资料来源：桃李资本。

3.3 中国教育服务产业二级市场投融资

3.3.1 总体情况与特点

一级市场与二级市场紧密联系、相互依存，作为实现证券交易的市场，二级市场发挥着证券交易和促进金融资产流动的重要功能，而企业上市和其股票交易，也成为一级市场投资者实现资本退出并获得投资回报的重要渠道。除了IPO，在教育服务产业中，并购是资本的另一个重要退出渠道，在A股允许上市公司跨界并购后，出现了大量收购并购案例。基于此，在教育服务产业二级市场投融资分析中，我们主要讨论IPO与并购问题¹。

(一) IPO与市值变动

总体而言，教育服务产业二级市场投融资可以分为三个阶段：2006-2010年的美股探索期、2013-2016年的A股并购爆发期、2017年以来的海外市场IPO常态期。如表3.2，截至2020年4月底，根据Wind行业数据与网易财经数据统计，我国A股上市的教育服务企业有26家，港股上市32家，美股上市23家，累计80家左右²。此外，还有大量企业挂牌国内新三板并积极寻求转板，美股、港股也尚有

不少企业处于排队阶段等待上市。

由于以美股和港股为代表的海外市场上市门槛相较A股更低、政策制约因素更少且上市路径已趋于成熟，国内教育服务企业IPO仍主要集中在港股和美股，可以预计，未来港股和美股IPO仍会继续保持较高热度。同时，我国教育服务产业发展的逐渐成熟、产业治理体系的日渐完善以及资本市场证券法新修订草案的通过，将为优质教育服务企业登陆A股奠定基础。

从2019年教育服务企业的IPO情况来看，虽然资本市场整体进入“冷静期”，但企业上市热潮仍然不退，IPO成为投资者退出的主要渠道。2019年，共有16家教育服务企业登陆A股、港股和美股市场（中公教育、ACG为借壳上市），其中10家在港股上市，包括中国东方教育、新东方在线、中国科培、思考乐等；2家在A股上市，即中公教育、鸿合科技；4家在美股上市，包括网易有道、跟谁学等，总募资额超过137亿人民币³。从细分领域来看，

1.首次公开募股(IPO)本质上属于一级市场的股票发行行为，但企业上市后其股票在资本市场的交易则属于证券交易市场讨论的范畴。同时，为了与私募股权市场上的投融资活动加以区分，我们将教育服务企业的IPO放在证券交易市场进行讨论。

2.由于不同研究机构对“教育服务”范畴界定存在差异，因而在统计“教育服务上市公司”时纳入的企业样本也存在差异。有的机构采用“泛教育”标准，将一些文化传媒类上市公司也纳入统计范畴，而有的机构则采用“窄教育”标准，仅统计教育培训类机构。基于我们对教育服务行业的界定，本报告以Wind数据库中的行业分类为核心参照。本节统计的教育服务上市公司样本来源于Wind行业中心数据库与网易财经股票行情数据库，包含Wind行业中心数据库中“教育及其他”分类下的“教育机构”“教育服务”“在线教育”板块下的企业，包含网易财经“主要行业”分类中“教育”大类下的企业，以及网易财经行业概念板块下“在线教育”分类下的企业，最终的企业样本为以上数据来源的并集。

3.数据来源：多鲸资本、桃李资本、Wind。

民办高等教育新增上市公司 5 家，职业教育新增上市公司 6 家、K12 教育领域新增上市公司 3 家、国际教育新增上市公司 1 家¹，以及教育信息化新增上市公司 1 家。

在市值变动方面，短期来看，上市公司股票市值随市场供求变化而波动，但长期估值则取决于由公司盈利能力、竞争优势等决定的内在价值。2017-2019 年，根据对教育服务上

市公司在三大股票市场上的股价走势分析，发现不同市场对于教育资产的估值差异较大。整体而言，2017-2019 年，港股市场表现最佳，以 K12 和高等教育为主的上市公司多数获得 50% 以上的涨幅；美股则呈现两极分化趋势，以海亮教育、好未来和新东方为代表的 K12 阵营涨幅超一倍；A 股则伴随大盘整体趋势向下，只有 2019 年上市的中公教育一枝独秀。

表3.2 三大资本市场上市的教育服务企业

A 股			港股			美股		
证券简称	上市时间	所属领域	证券简称	上市时间	所属领域	证券简称	上市时间	所属领域
昂立教育	1993-06	K12 教育 / 职业教育 / 国际教育 / 学前教育	中国网络信息科技	2001-12	教育信息化高等教育	新东方	2006-09	K12 教育 / 职业教育 / 高等教育 / 学前教育 / 素质教育 / 语言培训 / 出国留学
紫光学大	1993-11	K12 教育	创联教育金融	2004-11	K12 教育 / 职业教育 / 教育信息化	ATA	2008-01	教育信息化
中国高科	1996-07	高等教育	香港教育国际	2011-07	K12 教育 / 语言培训 / 素质教育	正保远程教育	2008-07	职业教育
启明信息	2008-05	教育信息化	SDM GROUP	2014-10	素质教育	安博教育	2010-08	职业教育 / 教育信息化
科大讯飞	2008-05	教育信息化	枫叶教育	2014-11	K12 教育 / 国际教育	好未来	2010-10	K12 教育 / 学前教育 / 素质教育 / 教育信息化
拓维信息	2008-07	教育信息化	成实外教育	2016-01	K12 教育 / 民办学校	达内科技	2014-04	职业教育
神州泰岳	2009-10	教育信息化	GOLDWAY EDU	2016-12	K12 教育	海亮教育	2015-07	K12 教育 / 国际教育
立思辰	2009-10	教育信息化 / 智慧教育	睿见教育	2017-01	国际教育	无忧英语 (51 TALK)	2016-06	语言培训
焦点科技	2009-12	教育信息化	大地教育	2017-02	国际教育	博实乐	2017-05	国际教育
华平股份	2010-04	教育信息化	宇华教育	2017-02	K12 教育 / 高等教育	红黄蓝	2017-09	学前教育
星网锐捷	2010-06	教育信息化	民生教育	2017-03	职业教育	瑞思学科英语	2017-10	语言培训

1.ACG 通过借壳 ATA 上市，2019 年 10 月 17 日，ATA 正式变更股票代码为 AACG，简称 ACG。

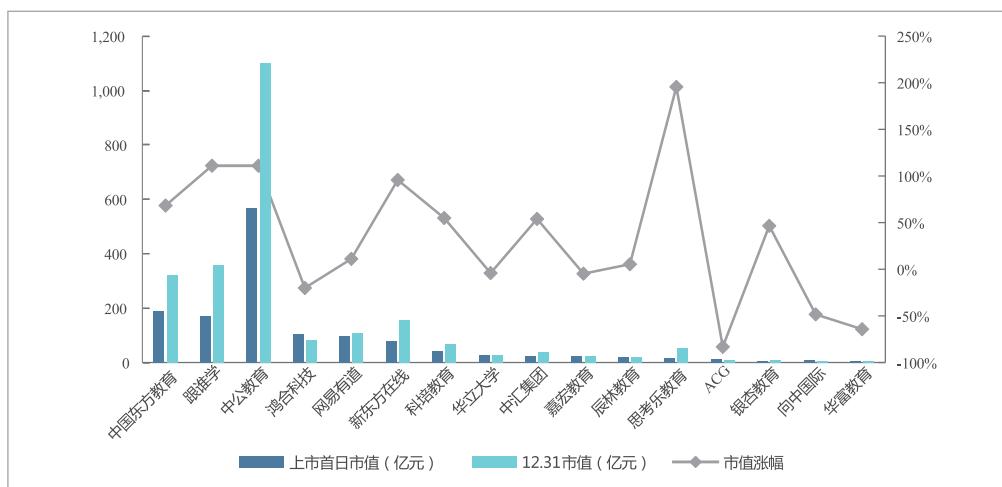
A股			港股			美股		
证券简称	上市时间	所属领域	证券简称	上市时间	所属领域	证券简称	上市时间	所属领域
文化长城	2010-06	素质教育	新高教集团	2017-04	高等教育 / 教育信息化	四季教育	2017-11	素质教育 / 教育信息化
天舟文化	2010-12	教育信息化	中教控股	2017-12	高等教育	尚德机构	2018-03	继续教育 / 职业教育
秀强股份	2011-01	学前教育	中国新华教育	2018-03	职业教育 / 高等教育	精锐教育	2018-03	素质教育
汉得信息	2011-02	教育信息化	21世纪教育	2018-05	K12教育 / 继续教育 / 高等教育	朴新教育	2018-06	K12教育 / 出国留学 / 素质教育 / 教育信息化
方直科技	2011-06	K12教育 / 教育信息化	天立教育	2018-07	K12教育 / 学前教育	流利说	2018-09	语言培训 / 教育信息化
美吉姆	2011-09	学前教育 / 语言培训	精英汇集团	2018-07	K12教育 / 学前教育 / 素质教育	华富教育	2019-04	教育信息化
勤上股份	2011-11	K12教育	博骏教育	2018-07	学前教育 / K12教育	跟谁学	2019-06	K12教育 / 高等教育 / 素质教育 / 语言培训 / 职业教育
三盛教育	2011-12	教育信息化	希望教育	2018-08	高等教育	有道	2019-10	K12教育 / 素质教育 / 语言培训 / 职业教育
凯文教育	2012-03	国际教育	中国春来	2018-09	高等教育	ACG	2019-10	国际教育 / 素质教育
海伦钢琴	2012-06	素质教育	卓越教育集团	2018-12	K12教育	众巢医学	2020-02	职业教育 / 继续教育
开元股份	2012-07	职业教育	银杏教育	2019-01	高等教育	美联国际教育	2020-03	语言培训
全通教育	2014-01	教育信息化	中国科培	2019-01	高等教育	华夏博雅	2020-04	国际教育
东方时尚	2016-02	素质教育	新东方在线	2019-03	K12教育 / 学前教育 / 高等教育			
中公教育	2019-02	职业教育	中国东方教育	2019-06	职业教育			
鸿合科技	2019-05	教育信息化	嘉宏教育	2019-06	高等教育			

港股(续)

思考乐教育	2019-06	K12教育	中汇集团	2019-07	高等教育	向中国际	2019-10	素质教育
华立大学集团	2019-11	高等教育	辰林教育	2019-12	高等教育	建桥教育	2020-01	高等教育

从 2019 年的情况看，相比起 IPO 的热度，大部上市公司股价表现相对低迷，且部分新增上市公司还出现破发现象。如图 3.10，在新增的 16 家上市公司中，10 家公司 2019 年年末市值相较于上市市值有所上涨，主要分布在职业教育、K12 教育领域。其中，中国东方教育、跟谁学、中公教育、新东方在线、中国科培、思考乐教育市值涨幅超过 50%，其中思

考乐教育涨幅接近 200%，而其余 6 家公司年末市值相较于上市市值均出现不同程度的下跌，鸿合科技、ACG、向中国际、华富教育跌幅超过 20%。在所有上市公司中，2019 年股票涨幅超一倍具有代表性的上市公司是 A 股的中公教育（143%）、港股的思考乐教育（189%）、美股的新东方（119%）、美股的跟谁学（108%）¹。



注：数据来源于桃李资本、Wind；市值选取上市公司收盘市值，折合人民币。

图 3.10 2019 年新增教育服务上市公司市值变化

据图 3.11- 图 3.13 可以看出，疫情对 A 股上市公司股价产生了明显的短期冲击，由于线下业务被迫全部停摆，企业面临现金流短缺、营收减少、人力成本提高、场地租金压力等多重挑战。随着全国范围内“停课不停学”的推进，拥有在线教育业务的企业，以及教育信息化企业得以化危为机，在线上业务推广、政校企合作中获得新机遇和新空间，资本市场也体现出对行业的充分信心，推动股价快速上涨。例如，中公教育、紫光学大、科大讯飞等企业

股价基本在 2 月初探底，此后一个月左右时间一路上涨，如中公教育由 2 月 3 日的股价最低值 15.08 元上涨至 3 月 20 日最高值 24.02 元，上涨近 59%；紫光学大由 2 月 3 日的股价最低值 25.43 元上涨至 3 月 20 日最高值 48.97 元，上涨 93%；科大讯飞由 2 月 3 日的股价最低值 31.95 元最低值上涨至 3 月 3 日最高值 43.8 元，上涨 37%。

此后，各企业股价又在震荡波动中逐渐回落至原有的增长轨迹，说明虽然疫情短期内利

1. 根据 Wind 数据进行计算。

好在线教育，但对于其长期发展，资本市场总体还是保持谨慎乐观的态度。此外，也有如美吉姆等更加依赖线下服务的企业，股价一路低迷不振。在港股和美股方面，新东方在线、新

东方、好未来、跟谁学等企业在疫情下呈现出一波快速上涨态势，但进入4月以来，股价也逐渐回落。



注：数据来源为Wind，股价为每日收盘价。

图3.11 2019年以来A股部分教育服务企业股价变化趋势（人民币）



注：数据来源为Wind，股价为每日收盘价。

图3.12 2019年以来港股部分教育服务企业股价变化趋势（港币）



注：数据来源为 Wind，股价为每日收盘价。

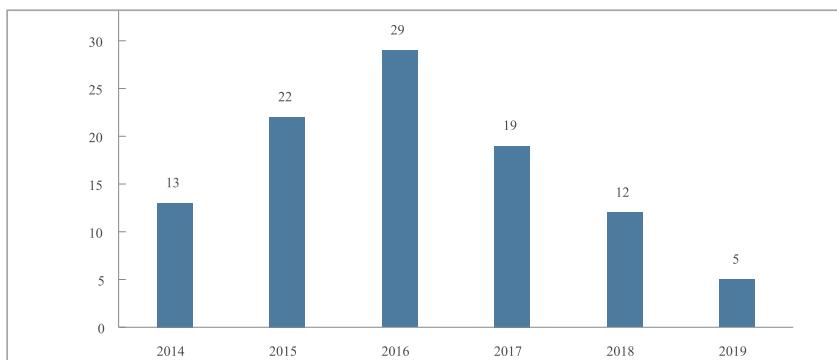
图3.13 2019年以来美股部分教育服务企业股价变化趋势（美元）

（二）并购

近年来，在A股、港股和美股并购热潮的轮动式助推下，总体而言，教育服务产业并购热度不减，除了K12、职业教育、教育信息化领域的并购热度继续强劲外，在留学服务与国际教育领域也出现了较多并购案例。

A股方面，2014年以来，证监会连续出台多个管理办法促进并购重组制度完善。审批流程得到简化，审批时间大大缩短，并购重组工具不断丰富，显著提升了企业并购重组的活跃度。2014年起，我国教育服务产业A股并

购开始活跃并于2016年达到高峰，A股并购热潮持续至2018年上半年，从2018年下半年至2019年全年，A股并购市场趋冷，在并购数量上总体呈现倒U型回落。如图3.14，在中国A股允许跨界并购后，教育服务领域并购数量于2014年首次突破个位数，达到13起，由于审批流程得到简化，政策鼓励行业整合，企业并购重组的活跃度得到明显提升，A股并购数量在2014-2016年间保持增长态势，2016年达到峰值29起，自2017年起并购数量逐年下降，由2017年的12起降至2019年的5起，远低于之前5年数量。

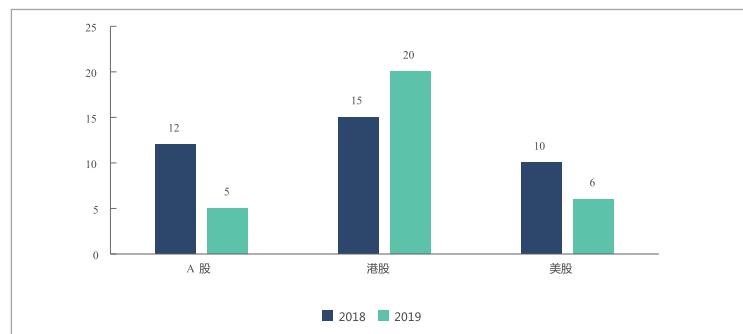


数据来源：桃李资本、Wind。

图3.14 2014-2019年教育服务产业A股并购数量

相较于 A 股并购的回落，随着教育服务企业集中在港股、美股上市，2018 年起，境外港股及美股并购开始升温，且 2019 年继续保持并购热度。其中，港股上市教育服务企业在并购实体学校方面表现积极，同时，港股及美股上市公司开始布局海外学校资产并购。如图 3.15 所示，2018 和 2019 年，相比 A 股，美

股与港股并购数量的变化幅度较小，其中，港股 2018、2019 年已披露并购事件分别为 15 起、20 起，美股已披露并购事件分别为 10 起、6 起；2018 年全年美股港股共披露上市企业并购事件 25 起，2019 年为 26 起，基本保持了上一年的并购热度。



数据来源：桃李资本、Wind。

图 3.15 2018–2019 年教育服务产业三大股市并购数量

从并购规模来看，图 3.16 显示，2014–2019 年，境内并购总金额整体走势与并购数量一致，也呈现倒 U 型回落。2014 年起，教育服务产业境内并购总金额快速攀升，2015 年与 2016 年境内并购总金额均突破 110 亿元，其中 2016 年达到峰值 125 亿元，之后境内并购总金额与并购数量出现一致的回落趋势，一

路下行至 2019 年的 8.14 亿元，平均单笔并购金额约 1.6 亿元，规模较前五年表现严重缩水。同时，数据显示，2019 年已披露的境外并购（境外并购含港股、美股上市公司并购）总金额约 100 亿元，平均并购金额约 4.8 亿元，其中港股上市企业已披露的并购总金额为 84 亿元，实体学校占并购总金额较大比重。



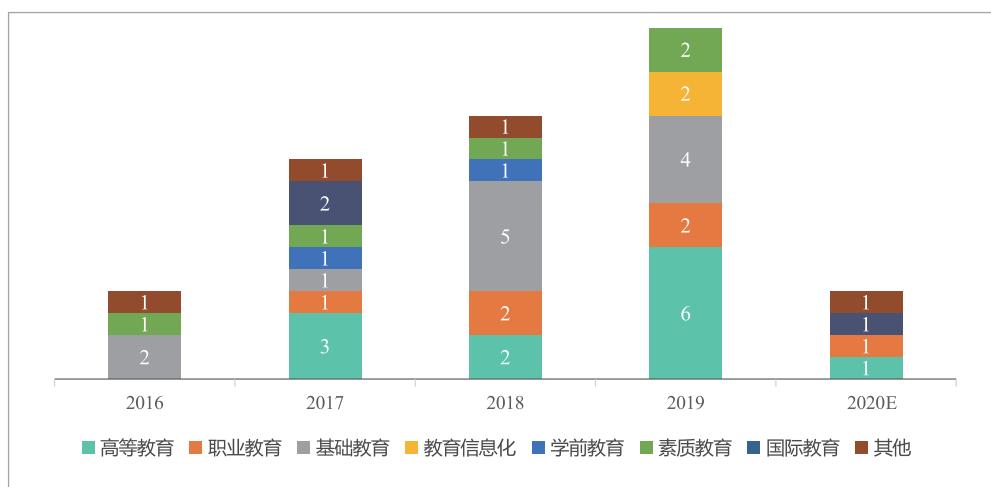
数据来源：桃李资本、Wind。

图 3.16 2014–2019 年教育服务产业境内并购金额统计

3.3.2 细分领域情况

在 IPO 层面，据公开数据统计，如图 3.17，2016 至 2020 年 4 月，中国共有 40 余家教育服务企业成功上市，其中 2016 至 2019 年数量上呈逐年上升的趋势，2019 年共有 16 家教育服务企业成功上市，达到过去四年的峰值。从细分领域来看，近年来高等教育、职业教育以及 K12 教育企业仍占上市企业较大比重。同时随着诸如素质教育、国际教育、教育信息化等领域的不断整合升级，头部企业产生并寻求上市途径，使得教育服务上市公司所属领域

呈现出逐年多样化的趋势。2019 年内，受规制政策影响，部分教育服务企业冲击 IPO 失败。以学前教育市场为例，政策直接导致相关企业上市失败，如包含幼儿园资产的莲外教育，在受到 2018 年 11 月国务院发布《中共中央国务院关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》提出的“民办幼儿园一律不准单独或作为一部分资产打包上市”的政策影响后，2019 年的上市计划受阻，未能如预期成功 IPO。



数据来源：普华永道、Wind、网易财经。

图3.17 2016-2020年4月教育服务产业各领域新增上市公司数量

在并购层面，从 2019 年教育服务行业各领域主要并购事件来看，可以发现并购事件主要发生在国际教育、K12 教育、职业教育以及高等教育领域，表 3.3 列出了 2019 年我国教育服务领域活跃于二级市场的并购买方。例如，A 股市场的三盛教育收购北京中育贝拉国际教育科技有限公司 51% 的股权，着力布局国际教育特别是国际高中教育领域；港股市场中的

中教控股 2017 年上市后收购动作不断，先后完成对四川外国语大学重庆南方翻译学院、郑州城轨学校、西安铁道学院、广州松田大学及松田学院等民办高等学校及高等职业教育学校的收购；美股市场中的博实乐教育于 2019 年收购完成圣迈克尔学校、博斯沃思独立学院、剑桥文理学院等几所英国私立学校，进一步拓展其在国际教育领域的布局。

表3.3 2019年教育服务行业二级市场活跃并购买方

A股	港股	美股
※ 昂立教育	※ 希望教育 ※ 中教控股	※ 博实教育
※ 三盛教育	※ 宇华教育 ※ 新华教育 ※ 绿城中国	※ 精锐·个性化
※ 中科金财	※ 民生教育 ※ 21世纪教育	※ 好未来
※ 中国出版集团	※ 春来教育 ※ 复星国际 ※ Top Education	※ 红黄蓝

3.4 中国教育服务产业投融资特征

(一) 资本更加重视企业的内在价值与创新潜力

受宏观经济与教育政策影响，资本寒冬或将延续，但产业发展仍受各方资本关注。相比资本大规模涌入的粗放增长期，在新的发展阶段，资本对产业各领域的关注将更具针对性。在早期项目中，资本将更多投向前沿技术赋能的新领域、政策倾斜领域、符合经济社会转型升级趋势的领域，以及与公办院校、政府等能够形成互补协作的信息化领域等。虽然目前产业总体的融资仍以早期项目居多，但有向中后期转移的趋势。而在中后期项目中，大额融资将进一步向已具有技术壁垒、内在价值较高的头部企业和项目集中。例如，在政策严格规制的基础教育领域，融资轮次整体向中后期转移，估值更加合理，投资者的专业度不断提升。这意味着在拥有用户规模及品牌影响力的基础

上，具有科技赋能、优质师资、稳定现金流、持续创新能力的企业在该领域依旧能受到资本重视。

从近年来各类资本的投资偏好和大额融资事件来看，资本将更加重视企业的内在价值和长远发展。一级市场融资难度加剧，平均融资周期拉长，缺乏技术加持与造血能力的企业难以再通过精美的“创业故事”获得高估值融资。二级市场虽上市热度不减但如缺乏核心技术优势及有竞争力的产品和服务，仅依靠资本推动难以实现企业的可持续发展。此外，由于一级市场买家增多，市场整体估值上行，一、二级市场估值差正逐渐缩小，跨市场估值套利的模式已不再有较大的盈利空间，因此二级市场中提供优质产品和服务的公司将凸显优势。资本对于投资标的业绩表现及增长潜力的要求更加具体，投资者对于企业的价值判断逐渐从单纯

追求高估值为核心转变为以高业绩表现及利润释放为核心，更加偏好优质的、具备成熟商业模式的企业。在前沿技术快速迭代及经济社会加速转型升级的智能时代，企业必须具备足够的创新能力才能更好地适应教育的变革、满足不断更迭的市场需求。对于这些在商业模式及创新能力上真正具有发展能力和潜力的企业，各类资方都有意愿持续跟进并进行多轮跟投。

（二）投融资活动明显向政策支持领域倾斜

当前，教育服务产业已逐渐被纳入教育政策的管理和规制范畴。在强监管时代，政策的走向也成为投资者的重要指引，资本对于受到政策支持及资源倾斜的细分领域普遍更加偏好，如职业教育、素质教育和教育信息化领域，已成为吸引资本加速布局的主要领域。

在职业教育领域，根据人力资源和社会保障部的统计，近年来劳动力市场的求人倍率呈现不断上升走势，2010年的一季度开始，70个大中城市的求人倍率超过1，到2018年第四季度，求人倍率已提高至1.27。各技术等级或专业技术职称的求人倍率均大于1.7，其中高级技能人员、高级工程师、高级技师的求人倍率已分别达2.39、2.01、2.01。这说明，我国劳动力市场的结构性失衡问题已较为突出，而职业教育在培养应用型和技术型人才、提升劳动者技能，进而提高劳动力与产业需求匹配度方面大有可为。近年来，多项政策鼓励职业教育发展。特别是，2019年以来一系列

职业教育新政策明确国家对社会力量参与职业教育发展的支持和重视，这使得资本对职业教育领域不再谨慎和观望。同时，新技术、新经济和新业态的快速发展也对劳动者的专业技能提出了新要求，催生愈发旺盛的职业培训需求。随着近年来前沿科技对职业教育的赋能，教学的个性化为职场人士带来新的学习体验，职业教育已成为吸引资本投注的一片新蓝海。

近年来的消费结构变化、教育观念更迭、前沿技术渗透等推动了素质教育迎来发展新热潮。一方面，随着中产阶级规模的扩大，家庭在教育方面的投入不断增加。不少家长逐渐重视孩子理性思维、自我管理及独立解决问题能力的培养。另一方面，随着素质教育在升学考试中地位的提升，“素质教育学科化”的现象渐趋明显，无论是少儿英语、大语文、还是数理思维，都是在辅助学生的学科考试或者是为学生将来的升学做准备。同时，学科类教育监管趋严和素质类教育持续鼓励的政策偏向，促进了素质教育的发展。教育部已明确提出“推动在中小学阶段设置人工智能相关课程，逐步推广编程教育”。在AI、VR/AR等技术的协助下，编程教育作为素质教育的一个重点领域，同时满足了个人、家庭及国家层面对人才培养的需求，面向少年儿童的编程培训日益火热。前沿技术渗透下，素质教育新品类层出不穷、领域内部更加细分、音体美等教育与AI等前沿技术结合更紧密，供需互相促进，成长空间广阔，因而成为资本重点关注和投资的领域。

教育信息化产品在提升教学效率、促进优质教育资源共享、推进教育公平等方面具有重

要的作用。加快智能化校园建设，以教育信息化带动教育现代化已成为当前及未来教育发展的战略共识。目前，我国教育信息化市场已经初步成型且竞争日益激烈。从需求端看，50.7万余所学校、2.6亿余在校生和1,600余万在校教师的存在为教育信息化提供了广阔的增长空间。同时，5G、AI、VR/AR等前沿技术的渗透融合，进一步推动教育主管部门与教育科技企业通过战略合作、投资、并购等形式进行资源整合，进而为学校、政府、教育机构提供更加完善的服务。疫情更是为本就势头强劲的教育信息化领域按下了“快进键”。在教育行政部门“停课不停学”的号召下，To B 教育信息化提供商们所提供的智慧教育系统、教务 SaaS 系统、线上直播、在线批改等软硬件，成为了学校或教培机构的重要配置。叠加政策利好，教育信息化迎合了未来教育发展在教育工具跨平台融合、教育资源跨地区融合和教育主体跨体制融合方面的发展趋势，是资本不断加持和实现多方合作共赢的重要领域。

（三）资本市场中的马太效应逐步显现

资本市场上，教育服务产业内部已呈现出较为明显的马太效应。产业总体市场格局高度分散，但资本逐渐向产业巨头及细分领域的头部企业集中，而资本的加持将使领先企业地位得以巩固并推动产品和服务的持续创新，而弱势企业将加速被市场淘汰。目前，产业中未上市的领先企业不断获得资本跟投并积极寻求上市，而已上市的企业基本为所在领域的头部企业。这些企业受发展规模、品牌效应等因素影响，已表现出具有较完善的基础设施、既定的

顾客基础、精细化运营及优质服务等优势，这些优势为企业带来了更强大的盈利能力更好的抗风险能力，也为资本带来了更大的投资回报。相较于头部企业，产业中的弱势企业难以获得资本关注，且其市场空间还将被进一步挤压。在并购方面，虽然目前教育服务产业 A 股并购热潮已退，但海外并购活跃使得产业总体并购热度仍在持续。其中，企业投资者成为海外并购的主力军，且超过一半为头部教育服务企业。随着内资境外并购、外资入境的双向发力，未来教育服务产业的并购事件与金额还将继续增长，而各类发生于细分领域内的头部企业纵向并购与行业巨头跨领域横向融合将推动行业整合升级、加速洗牌。

（四）企业 A 股 IPO 热度进一步提升

从我国教育服务企业的上市历程可以发现，2006-2010 年是全在美股上市。2013-2017 年期间，以枫叶教育登陆港股为标志，港股上市迎来热潮，甚至超过美股热度。凭借相对完善且灵活的上市机制和通道，港交所在 2017-2019 年间已吸引了 24 家大陆教育服务企业赴港上市。目前处于上市前的近 10 家教育服务企业中，半数以上仍选择港交所，其中主要为职业教育和高等教育企业。总体而言，从美股探索期至今，我国教育服务企业在港股和美股市场 IPO 已成为常态。然而，自 2019 年以来，自中公教育借壳亚夏汽车登陆 A 股后，教育服务企业回归 A 股的趋势逐渐显现，这与我国资本市场体系日臻完善及一系列政策利好有关，如允许跨界并购、全面推行注册制、对优质企业开放绿色通道、新三板转板新政等。同

时，早期在美股、港股上市的一批教育中概股也在全球经济变化的大环境下表现出了回归A股的期盼。近年来，教育中概股在境外市场遭遇坎坷。以美股上市教育服务企业为例，若选择美股上市，企业需要向投资者更详尽地披露财务信息，将财务情况的真实性、完整性、合规性和盈亏出，需要在以上各类流程、路演中花费大量成本。同时国外投资者对中概股经营情况不够了解，导致部分股票市值被低估，因此一些教育中概股表示正在等待政策信号，为回归A股做好准备。

（五）疫情影响下教育信息化与在线教育企业受资本关注

突如其来的疫情“黑天鹅”在短期内为在线教育企业带来利好，也对在线教育与教育信息化领域的投融资活动产生催化效应。受“停课不停学”政策影响，各级各类学校开展在线教学后，在线教育、教育信息化领域的上市公司

股价出现过一段时间的快速攀升。当前，诸多大型教育服务企业已向综合型教育集团转变，在线教育成为其必不可少的业务模式之一。而其他中小企业也纷纷借此机会，积极开展在线教育布局。对于教育信息化，疫情将推动校内外教育信息化的进一步发展。疫情之下，一批教育服务企业通过提供线上教育资源及在线教学平台、技术服务等形式助力学校、教师开展教育教学工作，一定程度上弥补了教育供给缺口、匹配了教育需求。未来不论是平台、硬件、技术或是内容提供商，均会得益于政府在教育信息化、在线教育方面的推进举措，在政产学研合作中迎来新机遇，从而吸引更多投资者关注。此外，教育信息化领域在疫情过后逐渐走向成熟，行业内整合升级加剧，短期内或将出现教育信息化业务横向并购热潮。而未来上市的教育服务企业中，以教育信息化服务为主营业务的企业也可能集中涌现。

04

中国教育服务产业就业效应与人才质量



市场分析主要考察教育服务产业的经济效益，而其带动就业的社会效益也不可小觑。受全球经济下行及疫情叠加的双重影响，在当前及未来一段时期，稳就业和就业优先政策是我国最重要的宏观调控政策。本章结合对教育服务产业及代表性企业的相关调查，测算当前我国教育服务产业的就业效应、分析产业的就业结构，以期为客观考察教育服务产业的就业吸纳能力、进一步释放产业的就业吸纳潜力、促进高素质人才向产业集聚、提升产业人力资本水平提供经验依据。

4.1 测算口径与方法

4.1.1 样本与口径

由于数据限制，本章在测算教育服务产业就业规模时，选择的样本为教育科技企业、校外培训机构两大类企业¹。如表 4.1，其中教育科技企业是指从教学应用和基础技术两个层面为消费者、学校和机构提供包括个性化学习、

课程 / 教务 / 教学支持、相关算法等诸多产品的企业²。而校外培训机构是指由国家机构以外的社会组织或个人，利用非国家财政性经费，以提升能力、培养技能、非学历教育、认证培训等为目的的机构³。

表4.1 教育科技企业涵盖范围统计

具体内容		
基础层	模型和算法	语音识别、图像识别、情感 / 认知计算、自适应引擎
	其他	底层平台、在线教室
教学应用层	个性化学习	个性教学、分级阅读、练习 / 作业
	课程提供	K12 学科辅导、STEAM、双师课堂
	教学支持	师资培训、教学教材、智能教具、测评 / 批改等
	智能教务	运营支持、学情管理
	直播	英语、K12 学科辅导、STEAM 等
	其他	录播、内容付费

教育科技企业呈现明显的复合型特征，以好未来为例，集团业务体系既有学而思、学而思网校、爱智康、学而思网校 1 对 1、励步、摩

比等事业部开展校外培训，又有 AI Lab、脑科学实验室、硅谷研发部等事业部关注计算机视觉、语音处理、自然语言处理及数据挖掘等前

1. 如不特别加以说明，本章中的“教育服务产业”指教育科技企业、校外培训机构两大类企业的集合。

2. 数据来源：《深度融合：2018-2020 教育科技趋势报告》。

3. 资料参考：http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-08/22/content_5315668.htm。

沿技术在产业中的应用及创新，还有 AI 开放平台提供教育服务产业领先的 AI 能力和解决方案，同时智慧教育事业部、晓黑板业务等为公立学校提供智慧校园课堂解决方案、教学教研及教师培训等服务。

4.1.2 数据与方法

本章采用四种方法对教育服务产业就业规模进行估算。方法 1-3 拟通过抽样数据进行总体数据的预估，预估置信水平为 95.45%，样本总量为 401,050 家；方法 4 则是通过调研企业的师生比以及市场参培规模进行教师的估算。以下就四种方法的数据情况进行说明：

方法 1：2020 年 2 月 7 日至 2 月 14 日期间，中国民办教育协会培训教育专业委员会联合好未来教育研究院对全国 31 个省市的校外培训机构开展问卷调查，共收回有效问卷 1,459 份；

方法 2：由于培训机构的属性定义问题，

在校外培训机构中，最重要也是人数占比最高的岗位是教师¹。在 60% 的教育培训机构中，专职教师占比在 50% 以上，更有 43% 的教育培训机构专职教师占比在 70% 以上。

目前许多机构在工商部门注册为“教育咨询公司”“教育科技公司”。截止 2020 年 2 月 25 日，查询到注册名称中包含“教育科技”的企业共 156,771 家，包含“教育咨询”的企业共 281,148 家，并获取 31,745 条相关数据；

方法 3：截止 2019 年 11 月 1 日，共在教育部校外培训机构管理服务平台²下载数据 133,004 条，其中有效数据 127,005 条；

方法 4：截止 2020 年 3 月 31 日，共对 90 家 S 教育创业者交流平台的³学员企业进行抽样调查，通过问卷调研获取 35 份样本数据，通过电话访谈获取 5 份样本数据。

4.2 教育服务产业整体就业规模估算及对比

4.2.1 通过抽样数据预估整体规模

在 95.45% 的置信水平下，我们根据获取到的样本数据预估的不同业务模式从业者规

模如表 4.2 所示：

1. 根据中国民办教育协会在 2020 年 2 月针对 1459 个教育培训机构所进行的调研分析结果。

2. 数据来源：<http://xwpzx.emis.edu.cn/>。

3. S 教育创业者交流平台、教育行业学习交流平台，自创办至今共服务 256 位教育创业者。

表4.2 教育服务产业就业规模估算

	样本数据	机构数量(家)	平均数(人)	人员规模(万人)
方法 1	总量	1,459	86.01	(2,988.06, 3,910.41)
	线下培训机构	1,208	58.53	(1,634.36, 2,252.54)
	线上培训机构	48	217.31	(150.27, 423.17)
	线上线下混合模式的培训机构	148	266.75	(815.87, 1,354.54)
	面向行业机构	26	137.31	(24.55, 171.71)
	面向政府和学校	18	65.87	(21.00, 44.18)
	其他	11	10.38	(1.99, 4.29)
	开展 K12 培训的机构	500	64.55	(676.99, 1,097.33)
方法 2	机构名称类别	样本数量	平均数(人)	参加社保人员规模(万人)
	教育科技 / 教育咨询企业	31,745	14.85	(579.13, 729.42)
方法 3	机构	样本数量	平均数(人)	教职工规模(万人)
	全国机构	127,005	9.16	(360.24, 374.14)
	中小学学科培训	68,008	10.06	(209.93, 222.05)
	机构	样本数量	平均数(人)	专职教师规模(万人)
	全国机构	127,005	5.68	(224.60, 230.92)
	中小学学科培训	68,008	6.46	(135.75, 141.62)
	机构	样本数量	平均数(人)	持有教师资格证、专业技能证教师规模(万人)
	全国机构数据	127,005	5.57	(219.7, 227.1)
	中小学学科培训	68,008	6.34	(133.43, 138.88)
	机构	样本数量	平均数(人)	外籍教师规模(万人)
	全国机构	127,005	0.104	(3.94, 4.41)
	中小学学科培训	68,008	0.07	(1.39, 1.64)

4.2.2 通过参培学生及师生比进行整体规模估算

通过对 S 教育创业者交流平台学员企业的调研数据可以发现以下特点：

(1) 大部分线下校外培训机构(学科及素质类)的专职教师比例占全体员工的 50%-

70%，甚至要达到 70% 以上，而技术人员占比一般在 10% 左右；

(2) 线上校外培训机构技术人员的占比在 10%-30% 左右，高于线下校外培训机构占比；

(3) 线下素质类培训机构的师生比为 1:50-1:100, H 少儿体能培训机构¹ 表示其师生比一般为 1:80;

(4) 根据 X 线下培训机构² 数据可以推断 X 线下培训的师生比为 1:70;

(5) 根据 T 线上培训机构³ 数据可以推断线上 K12 线上培训的师生比为 1:400, G 机

构⁴ 则表示其师生比大于 1:1,200; 同时线上主讲教师按照 1:3 的比例配备与教学工作相关的辅导教师。

按照《校外培训行业现状——基于 2017 年中国教育财政家庭调查的分析》调研获取的参培率可以得出我国参加学科培训及兴趣拓展培训的人数及专职教师人数如表 4.3、表 4.4 所示:

表4.3 参加学科培训及兴趣拓展学生人数

在校生数		学科参培率	学科培训参培人数	兴趣拓展参培率	兴趣拓展参培人 数
小学生	103,392,541	33.40%	34,533,109	27.90%	28,846,519
初中生	46,525,854	43.70%	20,331,798	16.20%	7,537,188
高中生	23,753,709	48.20%	11,449,288	14.60%	3,468,042
合计	173,672,104		66,314,195		39,851,749

数据来源：中国统计年鉴。

表4.4 根据师生比估算的专职教师人员

业务模式	业务类型	师生比	市场规模(K12 参培学生人数)	主讲教师数	辅导教师数
线下	K12	1:70	66,314,195	947,346	——
线上		1:800	19,894,258*	24,868	74,603
素质(兴趣)		1:80	39,851,749	498,147	——
合计				1,544,964	

* 根据 JP Morgan 的预计，2019 年在线教育市场渗透率为线下的 10%，按照客单价为线下 1/3 估算。

1.H 少儿体能培训机构是中国较大且专业的少儿体能培训机构。

2.X 线下培训机构专注于中小学综合性课外教育(教师数量 15347 人)。

3.T 线上培训机构专注于为 6-18 岁孩子提供综合性课外教育(教师数量 3622 人)。

4.G 机构是一家互联网教育科技公司，课程涵盖中小学文化课、实用英语、考研等。

4.2.3 估算结果对比

(一) 方法 1 与方法 3 之间的差异来源分析

方法 1 所使用的数据是通过在疫情期间开展调研获取的，在特殊时期，有精力与意向回答问卷内容的培训机构相对而言已经具备了一定的规模。通过数据比对也可以发现，在全国校外培训机构管理服务平台登记的机构中，人

员规模在 10 人以下的机构占比达近 80%，而调研问卷中仅为 34%，与之相反的则是人员规模在 1000 人以上的机构，该类型机构在全国校外培训机构管理服务平台中的占比仅为 0.015%，而调研问卷中则高达 3.98%，因此方法 1 由调研问卷估算的人员规模整体偏高。

图 4.1 展示了调研数据与平台数据的差异。

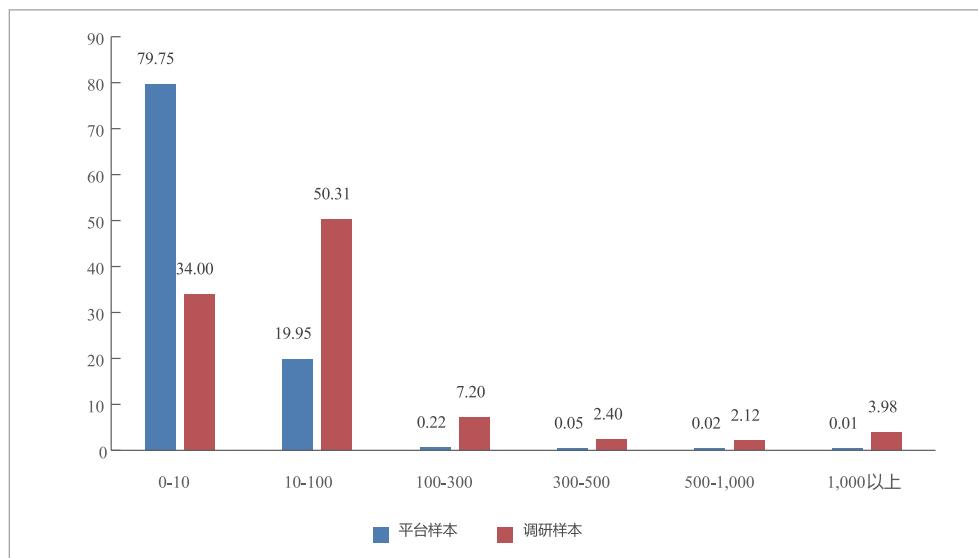


图 4.1 调研问卷与平台数据人员规模区间分布

(二) 方法 3 中异常数据的剔除

通过对现有 133,004 条数据的筛查可知其中有 5,999 条存在明显误差，以 M 教育培训中心有限公司为例，其共有专职教师 3 人，但持有教师资格证、专业技能证的教师数量为 33,333,333 人，将该类数据进行剔除后，得出全国 401,050 家机构教职工人员规模在 (360.24, 374.14) 万人之间，持有教师资格证、专业技能证的教师数量则在 (219.7, 227.1) 万人之间。

(三) 方法 2 与方法 3 之间数据的重合度问题

在已有的来自校外培训机构管理服务平台的 127,005 条数据中，机构名称中含有“教育科技”的机构共 1,193 家，占比 0.93%，通过已有数据可得出该类机构的教职工人数在 (3.22, 3.99) 万人之间，含有“教育咨询”的机构共 2,676 家，占比 2.1%，该类机构的教职工人数在 (5.69, 6.16) 万人之间。整体而言，参加社保人数与教职工人数之间重合

度非常小。

(四) 关于教育服务产业总人数预估的建议

从数据的可靠性、公开性、可获得性方面出发,建议通过使用方法2与方法3中就业人数的总和预估教育服务产业从业人数。我们预估教育科技类企业与培训机构的总就业人数约

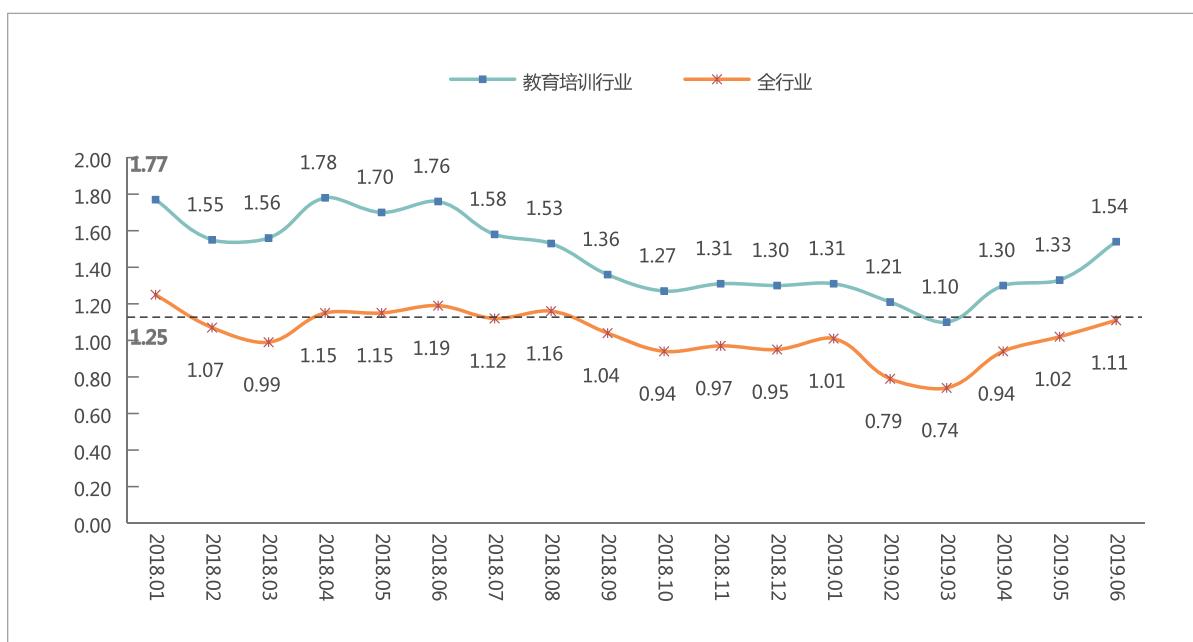
在(939.27, 1,103.56)万人之间。事实上,由于目前“教育服务产业”还没有统一的界定标准,教育服务新业态层出不穷,该数据仅根据对教育服务产业中占比最大的两类企业数据进行初步估算,实际上教育服务产业的就业吸纳效应应比该数据更大。

4.3 教育服务产业的就业结构

(一) 吸引人才就业增速明显

如图4.2,仅从产业中的教育培训行业来看,从2018年1月到2019年6月,教育培

训行业的人才紧缺指数TSI¹整体高于1,人才处于供不应求的状态,且在各个月份都明显高于全行业平均水平。



数据来源:猎聘大数据研究院。

图4.2 全行业、教育培训行业人才紧缺指数变化趋势

1.Talent Shortage Index TSI>1,表示人才供不应求;TSI<1,表示人才供大于求。如果TSI呈上升趋势,表示人才越来越抢手,找工作相对容易。

如图 4.3, 从某教育科技公司 2018 至 2019 上半年吸引人才数据可以看出, 该公司月均入职新员工 1549 人, 2019 年上半年,

新入职员工较上年同期增加 213 人, 同比增长 2.17%。

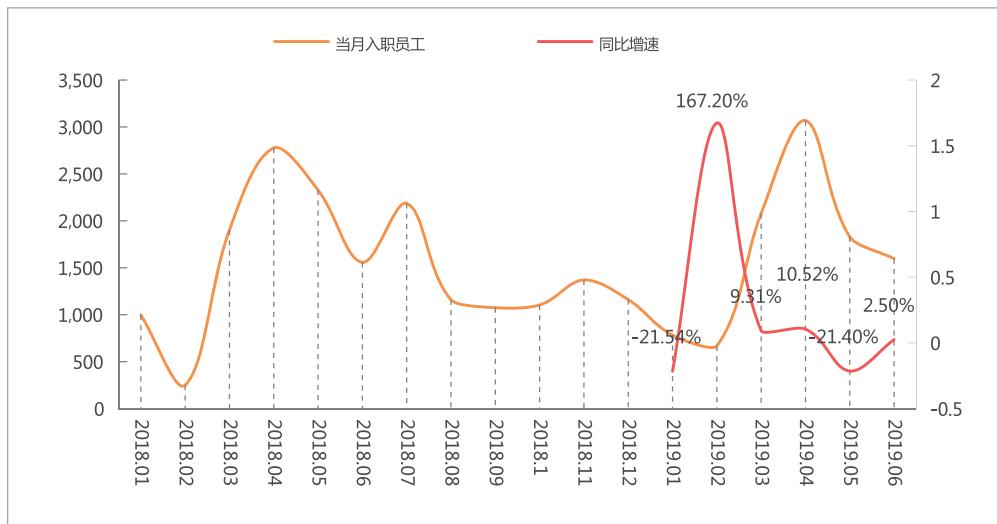
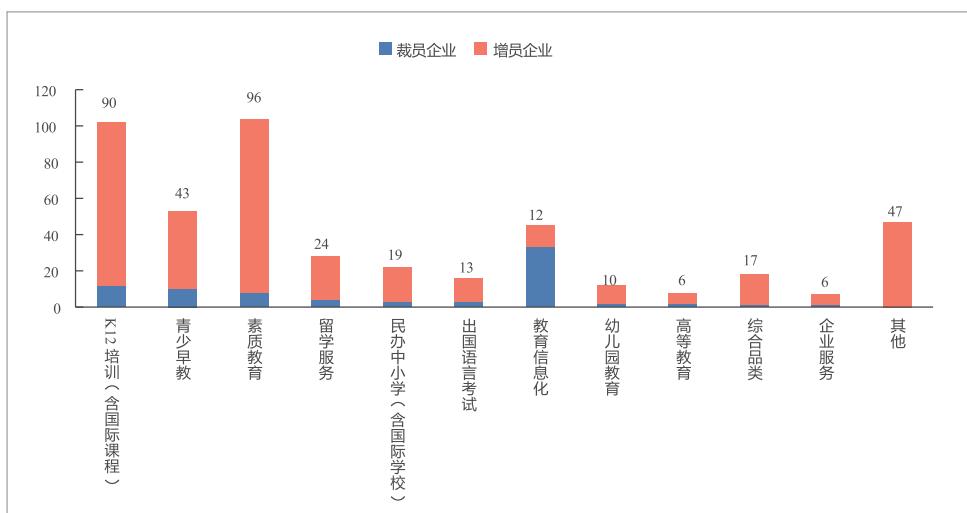


图4.3 某教育科技公司2018-2019年6月当月入职员工人数及同比增速

如图 4.4, 才鹿 2019 教育行业人才需求趋势报告的数据也显示, 在参与调查的 383 家企业中, 有“增员”计划的企业 334 家, 占比

达到 87.2%。可以看出, 教育服务产业在吸引人才就业方面发挥了重要的作用。



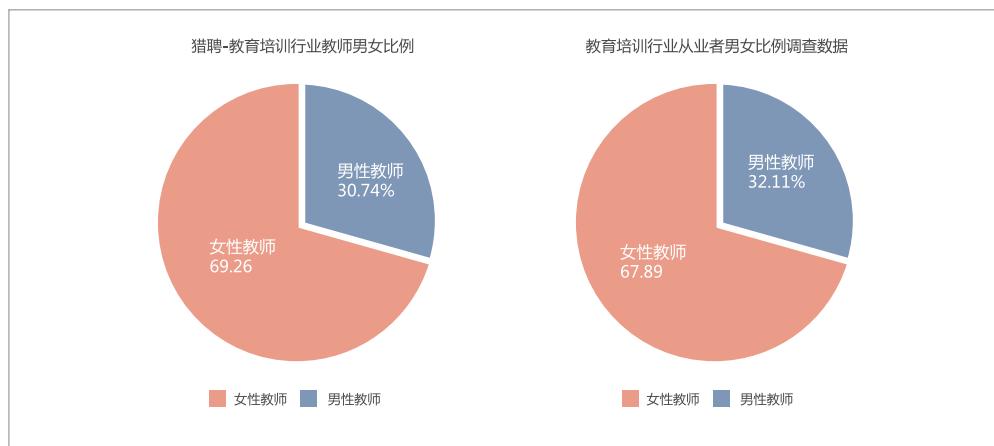
数据来源: 才鹿 2019 教育行业人才需求趋势报告。

图4.4 2019年产业细分领域的增员和裁员企业

(二)有效促进就业中的性别平等

仅从产业中的教育培训行业来看，根据我们对教育培训行业 40,766 名从业者的调查发现，这些从业者中共有教师 24,884 人，女性教师 16,893 人，占比 67.89%，男性教师 7,991 人，占比 32.11%。结合猎聘大数据，

如图 4.5，女性教师占比约为 69.26%，男性教师占比约为 30.74%，可以推测在教育培训行业中，女性教师占比约在 70% 左右，男性教师占比约为 30%，呈现出明显的女多男少的特征，也明显高于全国女性员工所占比重居于前十的行业（如表 4.5），有效促进了就业中的性别平等。



数据来源：猎聘大数据研究院、好未来教育研究院。

图4.5 猎聘-教育培训行业教师男女比例及教育培训行业从业者男女比例调查数据

表4.5 2010年全国分行业就业人口性别分布

	就业总人数(人)	男性员工(人)	女性员工(人)	女性员工占比(%)
卫生、社会保障和社会福利业	834,040	336,692	497,348	59.63
教育	1,650,999	734,895	916,104	55.49
住宿和餐饮业	1,953,185	903,340	1,049,845	53.75
国际组织	658	305	353	53.65
批发和零售业	6,656,937	3,145,130	3,511,807	52.75
金融业	581,162	292,923	288,239	49.60
农、林、牧、渔	34,584,219	17,579,444	17,004,775	49.17
居民服务和其他服务业	1,387,990	742,217	645,773	46.53
文化、体育和娱乐业	324,501	174,890	149,611	46.10
制造业	12,059,240	6,758,775	5,300,465	43.95

数据来源：全国第六次人口普查数据。

如图 4.6, 从对教师以外的其他 15,882 名从业者的调查来看, 男性从业者 5,686 人, 占比为 40.40%, 女性从业者 9,465 人, 占比 59.60%。同时, 根据对 Q 机构¹ 的调研发

现, 该机构共有员工 2,350 人, 其中女性员工 1,420 人, 占比 60.42%, 男性员工 930 人, 占比 39.57%。可以看出在教育培训行业的非教师岗位, 女性从业者同样发挥了重要的作用。

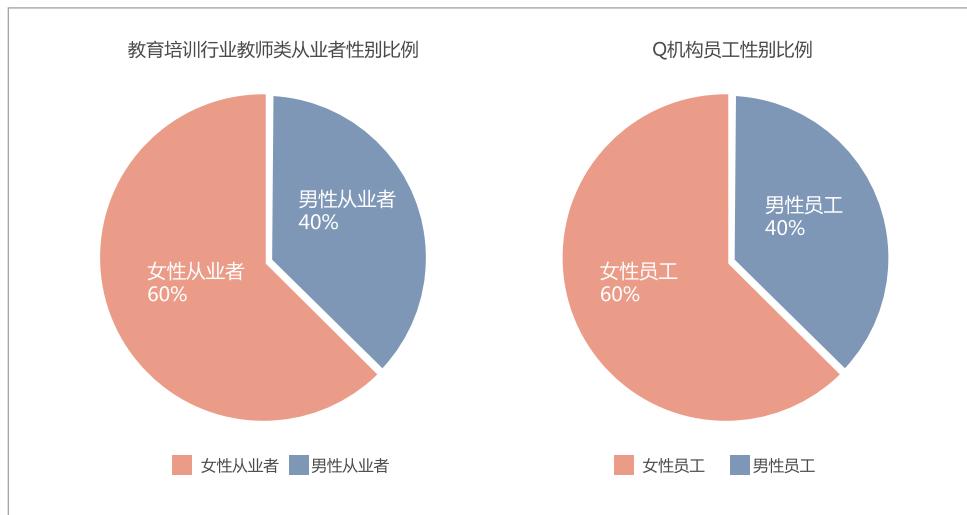


图4.6 教育培训行业从业者性别分布图

另外根据对 A 围棋培训机构²、H 少儿体能培训机构、B 家校沟通平台和 M 儿童教育品牌的调查, 如表 4.6, 可以发现, 其女性员

工占比分别为 37.7%、49.31%、29.13% 和 42.70%, 可以发现体育类和科技类教育培训公司的女性员工占比较小。

表4.6 校外培训样本机构员工年龄分布

	员工总数(人)	女性员工(人)	女性员工占比(%)
A 围棋培训机构	61	23	37.70
H 少儿体能培训机构	144	71	49.31
Q 机构	2,350	1,420	60.43
B 家校沟通平台 ³	587	171	29.13
M 儿童教育品牌	89	38	42.70

1.Q 机构是专注于全国中小学在线 / 上门全科辅导的互联网品牌。

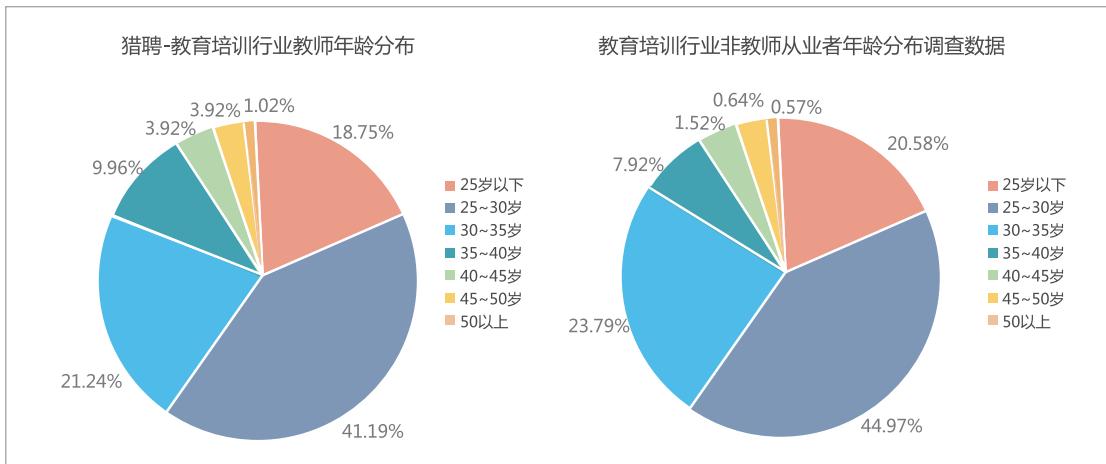
2.A 围棋培训机构是专业的棋类在线教育机构。

3.B 家校沟通平台专注于 K12 教育领域的互联网应用和信息化服务, 致力于打造“平台应用 + 服务拓展 + 内容增值”的教育信息化生态圈。

(三)就业队伍年龄结构更趋年轻化,同时行业逐渐成为应届生就业的蓄水池

如图 4.7, 猎聘大数据显示, 教育培训行业 25 岁以下、25-30 岁、30-35 岁、35-40 岁、

40-45 岁、45-50 岁、50 岁以上教师的占比分别为 18.66%、41%、21.14%、9.91%、3.90%、2.47% 及 1.02%。可以看出 25-35 岁的员工是教育培训行业教师团队的重要组成部分。



数据来源: 猎聘大数据研究院、好未来教育研究院。

图4.7 教育培训行业教师年龄分布

在图 4.7 中, 对非教师类从业者的调查结果显示: 教育培训行业非教师类员工平均年龄为 28.51 岁, 其构成分布与猎聘大数据中教育培训行业教师整体年龄分布相似。而 B

家校沟通平台、H 少儿体能培训机构、A 围棋培训机构、M 儿童教育品牌的调查数据也显示在不同类型的培训机构中从业者平均年龄均趋于年轻化(表 4.7)。

表4.7 校外培训样本机构员工年龄分布

	人员规模	平均年龄	[25,30]	(30,35]	(35,40]	[25,35] 人员占比(%)
B 家校沟通平台	587	28	175	300	92	80.92
H 少儿体能培训机构	144	26	82	45	8	88.19
A 围棋培训机构	61	28.7	15	31	14	75.41
M 儿童教育品牌	89	30.5	11	34	33	50.56

上述结论也可以从招聘数据中得到证实，2019年，A教育科技公司新入职全职员工17,534人，平均年龄25.46岁，其中应届生9,460人，岗位占比为23.21%。而B家校沟通平台、H少儿体能培训机构、A围棋培训机构、M儿童教育品牌的调查数据则显示四家机构的应届生岗位占比平均为5.9%。脉脉发布的《2019毕业生成长指南》则显示“教育培训行业已经超越金融行业晋级为毕业生热门就业方向的第二名”。由BOSS直聘发布的《2019年应届生求职趋势报告》则显示：游戏、信息安全、5G、物联网、新能源等热门新兴行业应届生岗位占比仅为5.0%、4.6%、3.9%、3.6%和3.1%。

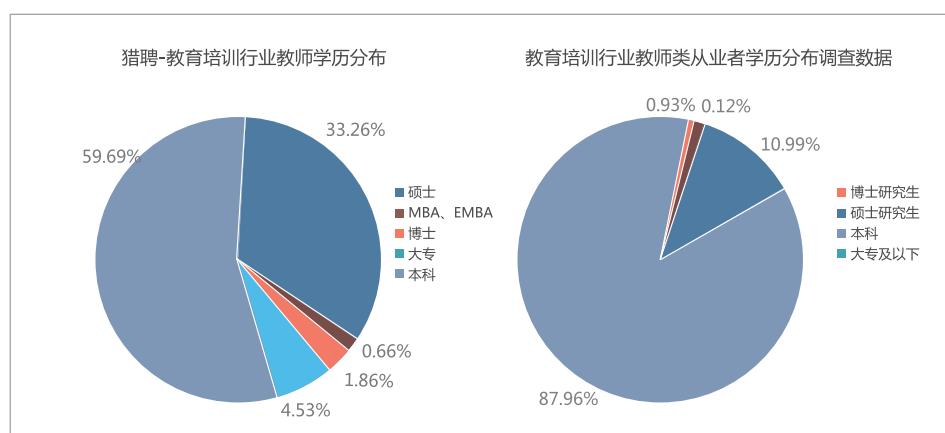
此外，A教育科技公司新入职员工中共有教师8,650人，平均年龄为24岁，30岁以下（不含30岁）教师占比高达96.79%；结合猎聘大数据中显示的3年以下工作年限的教师从业者占比最高（24.43%），BOSS直聘《2019年应届生求职趋势报告》中显示的2019年教育培训行业应届生岗位量增速以111.0%的增

速位居第二来看，教育培训行业在解决应届生就业方面能够发挥的作用不容小觑。

麦可思发布的《2019年中国大学生就业报告》显示在“民办中小学及教辅机构”就业的2018届本科毕业生比例为6.6%，在“民办学前、小学及教辅机构”就业的2018届高职高专毕业生为4.6%。据此可得，2018年应届本科、高职高专毕业生在“民办中小学及教辅机构”、“民办学前、小学及教辅机构”就业的人员共为387,424人。

（四）对高学历人才的就业吸引力逐渐增强

教育培训行业教师人才队伍学历结构呈现以本科和硕士为主的高学历特征，根据猎聘大数据可看出：本科学历、硕士学历、博士学历、MBA和EMBA、大专学历所占比重分别为59.62%、33.22%、0.66%、1.86%和4.53%；而我们针对企业中教师从业者的调查发现：本科学历、硕士学历、博士学历、大专学历及其他学历所占比重分别为87.96%、10.99%、0.12%和0.93%，本科及硕士学历所占比例为98.95%。



数据来源：猎聘大数据研究院、好未来教育研究院。

图4.8 教育培训行业教师学历分布

如表 4.8 和表 4.9, 通过对 A 教育科技公司、B 家校沟通平台、Q 机构、H 少儿体能培训机构、A 围棋培训机构和 M 儿童教育品牌等机

构的调研发现, 其就业人才仍以本科及以上学历为主。与其他行业相比, 教育服务产业对高学历人才的吸引力逐渐增强。

表4.8 校外培训样本机构员工学历分布

	本科	硕士	博士	其他	本科及以上占比(%)
A 教育科技公司	77.43%	10.89%	0.19%	11.49%	88.51
B 家校沟通平台	0.51%	3.24%	55.71%	40.55%	59.45
Q 机构	0.13%	19.57%	69.66%	10.64%	89.36
H 少儿体能培训机构	0.00%	6.25%	81.94%	11.81%	88.19
A 围棋培训机构	0.00%	4.92%	63.93%	31.15%	68.85
M 儿童教育品牌	0.00%	12.36%	48.31%	39.33%	60.67

表4.9 2010年全国分行业就业人口受教育程度分布

	总体	大学本科	研究生	本科及以上占比(%)
科学研究、技术服务和地质勘查业	229,615	74,503	20,549	41.40
教育	1,650,999	547,901	77,847	37.90
金融业	581,162	157,389	16,698	29.95
信息传输、计算机服务和软件业	439,412	108,127	15,138	28.05
公共管理和社会组织	1,836,217	457,870	35,045	26.84
卫生、社会保障和社会福利业	834,040	160,687	19,451	21.60
租赁和商务服务业	491,322	83,787	11,424	19.38
文化、体育和娱乐业	324,501	56,302	6,005	19.20
电力、燃气及水的生产和供应业	495,991	56,874	3,814	12.24
房地产业	481,021	51,154	3,691	11.40

数据来源: 全国第六次人口普查数据。

(五)对留学生与外籍非教师类员工的吸引增强

以 A 教育科技公司为例, 截止 2020 年 2 月 1 日,A 教育科技公司共吸纳外籍员工 469 人, 占比 1.15%; 这些员工中共有 361 人为专职教师, 占比 76.97%。而 B 家校沟通平台、Q 机构、H 少儿体能培训机构、A 围棋培训机构和 M 儿童教育品牌等五家机构同有外籍员工 14

名, 占比 0.43% (M 儿童教育品牌共有 14 个外籍员工, 占比高达 15.73%)。

A 教育科技公司每年招聘的留学生人数从 2015 年的 20 人增长至 2019 年的 444 人, 年均增长率 130.41%。截止 2020 年 2 月 1 日, 在 A 公司标注毕业院校的员工中留学人员占比 1.97%, 此外还有 0.28% 的员工毕业于中国澳门、中国香港和中国台湾。

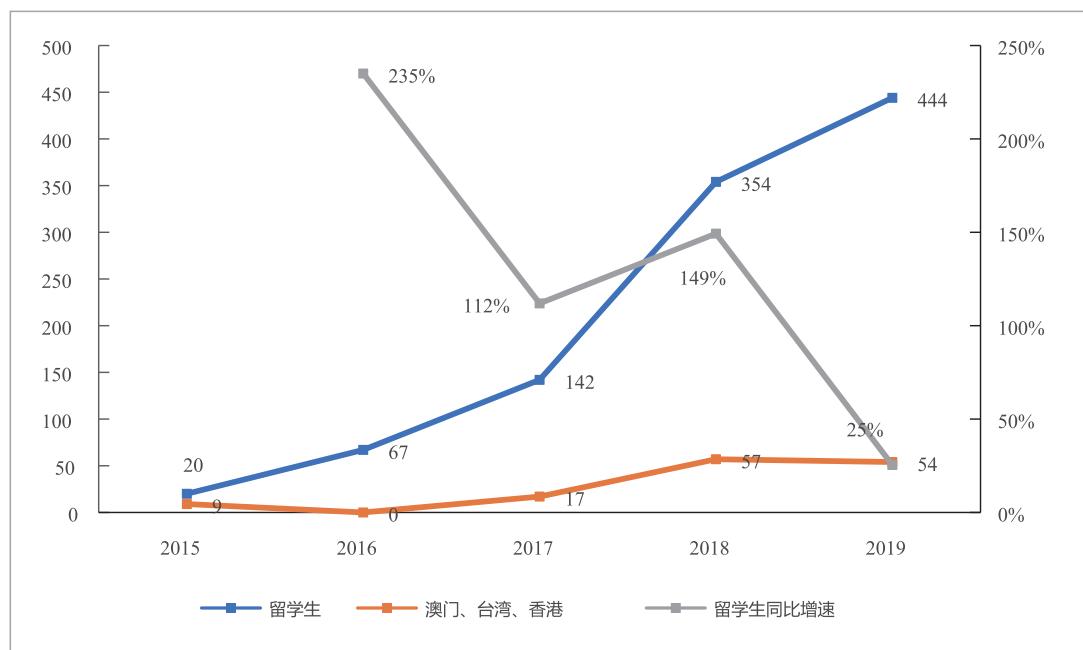


图4.9 2015-2019年A教育科技公司招聘留学生情况

(六)成为“稳就业”生力军

根据中国人民大学中国就业研究所与智联招聘发布的《2020 第一季度中国就业市场景气报告》, 受新冠疫情影响, 中国就业市场景气指数 CIER (CIER 指数 = 市场招聘需求人数 / 市场求职申请人数) 从 2019 年四季度的 2.18 大幅下降至 1.43, 其中 3 月份更达到 1.02

的历史低位, 但在岗位和行业方面, 教育 / 培训 / 院校行业 CIER 指数为 4.76, 排名升至首位, 就业形势最好。以好未来为例, 仅面向应届毕业生就提供超过 2 万个就业岗位, 岗位涉及产品运营、技术研发、教务运营、职能管理等多个类别; 新东方面向 2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间毕业的国内外应届生

提供超过 1.7 万个岗位；跟谁学对外发布“万人招聘”计划，宣布面向全球开放超过 1 万个岗位。

同样，在微信生态下相关就业岗位行业分布中，教育培训行业排名第二，仅次于 IT 互联网业。另据微信团队公布的《2019 年微信数据报告》，教育领域在微信支付人数增速中排名第三，为 80%。在线教育市场规模的扩大，带动了微信生态下教育培训行业相关岗位供给

的增长。

此外，随着在线学习需求的高涨，在线学习服务的内容也在不断增加，2020 年 5 月 11 日，人力资源社会保障部联合国家市场监管总局、国家统计局向社会发布 9 个新职业，“在线学习服务师”也在其中并为应届生扩宽了就业方向，据测算，目前仅 K12 头部十余家在线教育机构辅导老师的数量已接近 10 万，人才需求规模逐年递增。

05

中国教育服务产业的发展机遇与挑战



5.1 未来机遇

(一) 下沉市场暗藏新蓝海

我国教育服务产业在一、二线城市的布局已经趋近饱和，未来将战略资源延伸至三、四线及以下城市是产业发展的一大趋势。目前，三、四线及以下城市与乡镇的基础设施建设正在逐步跟上一、二线城市的步伐，未来这些地区5G、大数据中心等新基建的铺设也将被提上日程。下沉市场已基本具备支撑其庞大用户群体的技术条件，而下沉市场学习者的数字素养在当今的数字化时代也有条件得到进一步提升。不论当下或是未来，优质的教育资源是下沉市场用户与一、二线城市用户共同的追求。

因此，在技术与设备、素养与需求并存的情况下，在下沉市场布局教育服务将为产业发展带来新机遇。在优质教育资源有限的情况下，来自一、二线城市的教育服务企业能够通过开设直营校区、与本地机构合作、开设双师课堂、甚至免费推广在线课程等方式打破地域界限，将优质教育资源跨时空地配置到下沉市场。

(二) 科技赋能创造新机遇

相较于其他被互联网改造的行业，教育服务产业的互联网渗透率仍不高。由于教育的特殊性，互联网与教育的融合模式创新乏力，传统教育模式依然占据主导地位。近年来，随着大量资金及人才涌入，科技在教育服务领域中的应用开始迅猛发展。同时，作为需求端的用户，其消费形式的变化、学习行为及习惯的改

变以及对学习场景的更高要求也推动了科技与教育服务的融合，以满足用户更加多样化的需求。目前，对市场保持高度敏感的企业已在“教育+科技”领域展开布局，不论是深耕教育的企业如好未来、新东方在线等，还是互联网巨头如BAT、今日头条等，均在“教育+科技”上进行持续投入。

尽管人工智能等前沿技术在教育服务中的应用仍处浅层阶段，但已在促进因材施教、提升教育质量及教育效率方面表现出显著优势。人工智能平台的应用还让教师从繁琐重复的工作中解放出来，并提供可视化的数据分析结果，使教师能更多专注教学内容的研发以及与学生家长的交流互动。未来的教育是人与人工智能协作的时代，充分发挥机器与人类不同的优势是提高教育生产力的关键。基于智能技术，建立促进个性发展的教育体系，是未来教育发展的基本趋势。

(三) 产业整合升级带来新生态

跨界融合已成为教育服务产业发展的重要特征之一。互联网企业、制造业企业、文化传媒公司等进入教育服务领域跨界发展，使得教育服务产业生态变得更加复杂。同时，风投机构、私募股权基金、并购基金、产业资本等涌入产业，产业中的利益相关者不断增加，企业的生存与竞争环境也变得更加复杂；技术创新催生出更多产品和服务模式，如OMO、直播、双师等，构成了商业模式上的复杂。同时，来

自教育部、科技部、发改委等政府不同部门的政策作用于产业，也使产业发展面临的外部政策环境更加复杂。

在复杂的产业生态中，未来教育服务产业将面对两个关键词，一个是整合，另一个是升级。产业中的头部企业、产业资本、金融资本等通过股权投资、并购等方式整合产业资源，产业高度分散的竞争格局或将被打破。另一方面，教育服务产业将不断升级迭代。这种升级不仅仅是技术的升级，也包含产品内容、服务品质的升级，而产业升级也为各个细分领域优质企业拓展出新的发展空间，在更加健康有序的产业生态中实现可持续发展。

(四)融合化在线教育迎来新增长

随着后疫情时代线上教育与线下教育的深度融合，融合弹性的时间安排、灵活的学习地

点、重构的学习内容、多样的教学方法、多维的学习评价等要素的弹性学习以及面向个性化培养的主动学习将成为未来教育的新“常态”¹。教育服务企业也应当顺应这种学习方式的变革，改进产品或服务的内容、形式。疫情期间线下教育难以开展，基于大规模的信息化教学实践，教育服务产业在线化和科技化进程获得明显提速，在线教育渗透率也大幅上升。以疫情期间的在线教育实践为基础，在线教育形态将逐渐形成新的常态，并将成为线下教育的重要补充，未来OMO模式将为产业发展创造新增长点。融合化不是线上和线下简单的相加，而应该各有侧重、发挥彼此优势、激发各要素潜能，形成良性互动的新格局。疫情过后，教育服务企业应当继续发挥线上线下相结合的优势，增强校企合作，为社会供给更优质的在线教育资源，为学习者打造更具有高效化、个性化和弹性的教育服务。

5.2 问题与挑战

(一)平衡教育服务本质与盈利需求

在产业粗放增长时期，我国教育服务产业市场乱象频出，虚假宣传、超前超标、内容不良、经营管理失范等问题频出，随之而来的是严厉的整治行动和监管文件的相继落地。然而由于

教育服务产业部分领域本身准入门槛不高，市场广阔，盈利空间较大，在各类规范产业发展的法律法规及制度条例之下，仍旧存在着部分机构与企业盲目追求经济利益，忽视教育服务“培养和发展人”的本质，侵害学习者、消费者的权益的现象仍旧存在。因此，如何平衡教育服

1. 黄荣怀等.未来教育之教学新形态：弹性教学与主动学习[J].现代远程教育研究, 2020 (3) : 3-14。

务的本质与企业的盈利需求依旧是产业发展面临的一大挑战。一方面，企业需要坚定不移坚持“内容至上”将教育服务切实落到教人、育人的目标之上；另一方面，在融合科技手段与营销推广的同时，做到不过分吹嘘形式上的“新花样”，而是以教育服务产品、课程的内容与质量作为要点，扭转市场上“科技至上”、“营销至上”的不良风气，以国家和社会的切实需求为出发点，提供高品质的产品与服务，方能走出一条可持续的发展之路。

（二）伦理隐私显现新问题

随着前沿技术与教育服务融合加速，数据隐私、伦理道德等问题成为产业发展面临的新挑战。例如，针对将人脸识别技术应用于校园和课堂，教育部科技司在媒体采访时表示“要加以限制和管理”，“希望学校非常慎重地使用这些技术软件”。从目前人脸识别技术相关的研究和实践来看，亟需对这一技术进行跨学科研究，相关的伦理审查和监管也迫在眉睫。

针对此类隐私保护的需求日渐增加，如何打造一个隐私保护系统也成了相关企业在未来应该思考的问题。目前各类企业尚不能很好地解决数据产生的隐私信息等问题。2020年4月，中共中央、国务院印发《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》，数据首次被作为一种新型生产要素。当前，迫切需要加强数据要素在产权、交易规则和隐私保护等各方面的法律法规建设，以更好地服务于教育服务产业的健康发展。

（三）新的教育不公平将表现为数字鸿沟

技术的不公平拥有和使用可能催生新的教

育不公平，即“数字鸿沟”。经济发达的城市地区学习者能够接触到更高水准、全覆盖的技术产品，而较为落后的乡镇、农村地区的学习者由于所在地区的信息技术基础条件不完善，目前还不能享有与一、二线城市相等程度的技术服务。同时，不同地区的学习者所具备的数字素养以及提升数字素养的能力也存在差异，当部分落后地区学习者的数字素养难以驾驭搭载优质教育资源的技术产品时，这种表现为数字鸿沟的教育不公平将被进一步放大。

因此，处于教育服务产业的企业、从业者都应意识到，未来在不断拓展市场的同时，数字鸿沟问题将会出现。作为市场上教育服务与技术的供给者，教育服务企业除了要发挥在产品、服务层面消除“数字鸿沟”的作用外，更为重要的是，还应该发挥社会责任感，关注不同群体学习者对于技术使用的意愿与能力的提高，确保不同类型学习者能与新技术接轨，这也有利于提升教育服务产业在不同地区、不同人群中的渗透率。

（四）警惕新一轮行业泡沫的产生

2010年以来，我国教育服务产业投融资日益活跃，民办幼儿园、K12校外培训等领域都曾经历过爆发式增长，当然也经历过数次泡沫破裂。2013年“互联网+教育”元年的开启，使得我国教育资本市场呈现跨越式发展态势，一级市场投融资总体持续增长并于2018年达到顶峰，二级市场美股港股IPO持续火热、A股IPO热度提升，境内外市场并购浪潮轮番驱动。尽管目前一、二级市场整体热度下降、资本更加成熟理性，但新一轮行业泡沫仍可能产生并破裂。

在 2013 年至今如此迅猛的产业扩张中，部分细分领域泡沫较大。在线教育领域于 2013 年呈爆发式增长，当年在线教育市场规模达 839.7 亿元，同比增长 19.9%，在线教育用户人数达 6,720 万人，同比增长 13.8%。产业巨头、BAT 等互联网巨头也进入资本市场，加速投资布局。过去五年，受到教育政策影响，除 K12 外，素质教育、职业教育、教育信息化等领域的投资也在急剧增长。政策鼓励和需求拉动刺激资本迅速涌入以把握产业及所处领域的“风口期”，当资本集中且持续性涌入时则催生泡沫，在此情形下，大多数项目价值被高估，如 2019 年进入美股市场的跟谁学 PE (TTM) 估值已达 800 多倍。

大量资本进入行业后推高了其内在价值，而这又将进一步吸引资本进入，导致教育服务产业估值一定程度上不再由供需关系决定，而是由投资者、经营者的预期决定。虽然“泡沫”推动了教育服务的规模化和产业化，但“泡沫”终将破灭，最后损害投资者利益也阻碍产业健康发展。

（五）“双主业”上市公司面临挑战

近年来，主营业务并非教育服务的企业不断通过并购重组进入教育服务领域，成为双主业、甚至是多主业公司。例如，A 股上市的立思辰、文化长城、秀强股份、勤上股份等都是通过并购重组形成的双主业教育服务企业。这些双主业公司根据过往主营业务可以归类为以下三种：产能过剩的传统制造企业，如秀强股份，其第一主业为玻璃加工制造；竞争激烈的传统服务企业，如立思辰，曾是一家提供办公设备与仪器服务的企业；主营业务与文化传媒、

艺术技术产业相关的企业，如文化长城，过去经营艺术陶瓷业务，转型后将第一主营业务投向艺术教育。

驱使这些“双主业”上市公司出现的原因一方面是看好教育服务产业的发展前景，另一方面则是公司原有业务在实体经济下行趋势下发展受阻、面临瓶颈或是出现危机，导致前景不被看好。另一重要原因来自外部政策环境的导向，为更多非教育服务企业跨界进入教育打开了通道。然而，“双主业”公司在未来发展中也面临挑战。教育服务产业本身是知识密集型、技术密集型产业，而对于通过传统制造业、服务业转型的“双主业”公司来说，战略转型是否成功、是否拥有充足的人才、其技术水平及经营经验能否与深耕教育服务的产业巨头相抗衡等都存在问题和挑战。

教育服务产业是一个需要大量资金投入、运行周期较长的行业。上市公司中，期望能通过收购、并购教育类企业拓展教育服务业务的不在少数。在并购完成后，要想成功发展教育服务业务，后期还需要资金继续投入布局，而这些资金回流速度较慢，这将考验“双主业”公司是否有足够耐心在教育领域精耕细作。此外，一旦“双主业”公司开始经营、拓展教育服务业务，将面临双主业运作的整合与管理协作问题，两种主营业务随着公司经营规模和业务范围不断扩大、产品线的延伸、组织结构日益复杂，对公司管理的要求也日益趋向专业领域的科学化、精准化，这都将对此类企业的未来发展、管理带来挑战与风险，需要企业在发展过程中探索出符合自身两个主业协同发展的合理道路。

出版说明

出版日期

2020年12月18日

版权和免责声明

本报告由北京师范大学经济与资源管理研究院未来教育研究中心(RCFFE)编制, RCFFE 和好未来教育研究院(TALRI)保留所有权利。

未征得 RCFFE 和 TALRI 书面同意, 不得擅自对其进行复制、加工、发布或以任何形式用作商业用途, RCFFE 和 TALRI 对第三方的上述行为不承担任何责任。

本报告中的观点和结论均来自 RCFFE 和 TALRI 的研究成果。本报告并不能代表国家或地方政府相关部门的意见和政策, 各类学校、组织和企业等也不应该以本报告中的结论作为实践依据, 本报告在市场分析中的观点和结论也不具有市场指导意义, 企业、投资者不应以本报告中的结论为战略发展、投资决策等的依据。RCFFE 和 TALRI 已尽最大努力确保本报告内容采用了真实、全面和最新的信息和研究结果, 但对所提供的信息的及时性、准确性或完整性不承担责任, RCFFE 和 TALRI 亦不对引用此报告内容而产生的任何其他后果承担责任。本报告已尽可能罗列所引用的文献和资料信息, 如有遗漏, 任何涉及到这些文献的作者和机构可与 RCFFE 和 TALRI 联系要求补充引用信息, 但 RCFFE 和 TALRI 不承担更新、更正、增补本报告的任何责任。

引用建议

北京师范大学经济与资源管理研究院未来教育研究中心、好未来教育研究院 .(2020). 中国教育服务产业市场分析与就业效应测算报告 . 北京 : 北京师范大学经济与资源管理研究院未来教育研究中心 .



地址：北京市海淀区新街口外大街 19 号北京师范大学后主楼 17 层

网站：<https://chinaiid.bnu.edu.cn/yjpt/wljyyjzx/zxjj8/index.html>

邮箱：bnu_wljyyjzx@163.com