

继续教育周刊

CONTINUING EDUCATION WEEKLY 总第 163 期



封面摄影：董彦



北京大学继续教育学院编

2020年3月10日



目录

Contents



主办:

北京大学继续教育学院

承办:

综合办公室

编委会主任:

章政 李胜

编委会副主任:

杨虎 舒忠飞 屈兵

白彦 李建新

编委会委员

(以姓氏笔画为序):

马睿 刘宁 张玫玫

陈瑞 段艳平 曹建

常靖 廖来红

编辑部顾问:

李胜

主编:

刘宁

副主编:

文天骄 李丽

编辑:

董彦

电子邮箱:

jxjyzk@163.com

【行业动态】

教育部印发指导意见:

疫情防控期间做好高校在线教学组织与管理工作 2

全国高校学生在线收看达五千多万人次

一堂特殊的思政大课 3

高校要为抗疫贡献教育力量 4

【媒体声音】

在线教育热退潮后 6

在线教育: 2020 年的四大趋势 7

用户暴增、机构迟疑, 在线教育为何「冰火两重天」? 13

【理论前沿】

疫情时期的教育工作需要非常规思维 18

疫情防控期间提升在线教育质量的对策与建议 18



【行业动态】

教育部印发指导意见

疫情防控期间做好高校在线教学组织与管理工作

2020-2-5 来源：《中国教育报》

本报北京2月5日讯（记者 余闯）记者今天从教育部获悉，针对新型冠状病毒感染肺炎疫情对高校正常开学和课堂教学造成的影响，教育部日前印发《关于在疫情防控期间做好普通高等学校在线教学组织与管理工作的指导意见》，要求采取政府主导、高校主体、社会参与的方式，共同实施并保障高校在疫情防控期间的在线教学，实现“停课不停教、停课不停学”。

《指导意见》指出，各高校应充分利用上线的慕课和省、校两级优质在线课程教学资源，在慕课平台和实验资源平台服务支持带动下，依托各级各类在线课程平台、校内网络学习空间等，积极开展线上授课和线上学习等在线教学活动，保证疫情防控期间教学进度和教学质量。

《指导意见》明确提出9项工作任务：一是面向全国高校免费开放全部优质在线课程和虚拟仿真实验教学资源。截至2月2日，教育部组织22个在线课程平台免费开放在线课程2.4万余门，覆盖了本科12个学科门类、专科高职18个专业大类。二是立即制定疫情防控期间在线教学实施方案，提高教学效率、保证教学质量、完成教学任务。高校要合理调整、统筹安排春季学期与秋季学期课程教学计划。当前暂停所有寒假社会实践。三是保证在线学习与线下课堂教学质量实质等效。要公布课程资源质量要求、在线教学课堂纪律和考试纪律要求、学生学习评价措施等管理措施。引导教师开展线上教学活动，进行学习考核。与课程平台建立教学质量保障联动机制，了解学生在线学习情况。鼓励和支持有条件的高校，加快研发一批有特色、代表性强、数量充足的在线试题。四是发挥“国家精品在线开放课程”示范引领作用，课程负责人和团队要上线提供全程教学服务，带动全国慕课教师团队开展线上教学服务。五是全天候开放国家虚拟仿真实验教学项目共享平台，免费提供2000余门虚拟仿真实验课程资源。六是倡导社会力量举办的在线课程平台免费提供优质课程资源，为高校制定丰富多样的在线教学解决方案，支持教师利用慕课等在线教学资源自主开展在线教学，鼓励开展



网上在线教学培训。七是继续组织在线教育机构研发多样化在线教学解决方案，为高校选择资源和技术服务提供便利。八是发挥专家组织指导、整合、协调作用。教育部高等学校教学指导委员会要整合名校名师名企力量，推动快速上线一批前期有工作基础的优质慕课和实验课程。慕课联盟联席会要与高校有组织地开展多种形式协同教学。九是加强疫情防控知识宣传，鼓励慕课平台开设有关流行病学、传染病的慕课专题，提高大学生及社会公众的科学防控能力。

《指导意见》要求，高校要将慕课教师以及承担教学任务的所有任课教师线上教学计入教学工作量。引导学生在疫情防控期间积极选修线上优质课程，增加学生自主学习时间，强化在线学习过程和多元考核评价的质量要求。制定在线课程学习学分互认与转化政策，保障学生学业不受疫情影响。

《指导意见》强调，高校要择优选取符合本校实际、与网络环境条件相匹配的方案，与课程平台密切配合、规范管理，强化对课程内容、教学过程和平台运行监管，防范和制止有害信息传播，保障在线教学安全平稳运行。

《指导意见》同步发布了 22 家在线课程平台在疫情防控期间支持高校在线教学服务方案信息。

全国高校学生在线收看达五千多万人次

一堂特殊的思政大课

2020-3-10 来源：《人民日报》

由教育部社会科学司与人民网联合组织的“全国大学生同上一堂疫情防控思政大课”9日下午在人民日报社人民网“云开讲”，全国高校学生 5027.8 万人次通过人民网、人民智云客户端、领导留言板客户端、人民视频客户端、咪咕视频客户端、学习大国公众号等观看了在线直播，相关网站、客户端、社交媒体总访问量达 1.25 亿人次。

本次活动特别邀请艾四林、秦宣、王炳林、冯秀军 4 位教授，结合“马克思主义基本原理概论”“毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论”“中国近现代史纲要”“思想道德修养与法律基础”4 门必修课教学内容，解读以习近平



同志为核心的党中央关于疫情防控的决策部署，分析中国抗疫彰显的中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势，讲述防疫战疫一线的感人故事，发挥高校思政课落实立德树人根本任务的关键课程作用。

清华大学马克思主义学院艾四林教授以“在抗击疫情斗争中深化理论认识”为主题，围绕“确保人民群众生命安全和身体健康”“提倡文明健康绿色环保的生活方式”“构建战疫命运共同体”3个方面同广大学生进行了交流。

中国人民大学马克思主义学院秦宣教授以“疫情大考告诉我们了什么”为题，分析了疫情大考带给我们的启示。

北京师范大学马克思主义学院王炳林教授以“总结历史经验，增强必胜信心”为题，重点讲述了中国历史上的防疫斗争和中华民族从磨难中奋起的历程。

中央财经大学马克思主义学院冯秀军教授以“战疫里的最美青春——谈中国青年的责任与担当”为主题，聚焦“90后”“00后”青年群体，鼓励青年人扎根中国大地，谱写胸有大志、心有大我、肩有大任、行有大德的大写青春。

本次思政大课旨在将高校思想政治理论课教学优势转化为支持防疫斗争的强大力量，坚定在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，打赢这场疫情防控阻击战的信心和决心，深刻认识中国抗疫彰显的中国共产党领导和中国特色社会主义制度的显著优势。

高校要为抗疫贡献教育力量

——访教育部应对新冠肺炎疫情工作领导小组办公室主任

王登峰

2020-3-10 来源：《中国教育报》

我国现有近3000所高校，在应对疫情工作中，教育战线尤其是高校承担着怎样的任务？教育部有着怎样的总体部署？3月2日，中国教育报记者采访了教育部应对新冠肺炎疫情工作领导小组办公室主任王登峰。

问：作为抗疫重要科研力量，对于高校防控工作，教育部有怎样的部署？

答：高校疫情防控主要在一个“盯”字上，盯住人。第一个“盯”，是针对寒假在校、没有回家的学生，以及各种原因提前回来的学生。对这些学生要严格落实隔离、消毒等各方面管理，每天要测体温并报告等。第二个“盯”，是针对回乡的学生，要了解所在地疫情，要求他们居家隔离，不要参加聚集性活动，每



天要检测体温。所有高校要动员班主任、辅导员、院系以及校领导，建立“人盯人”制度，把底数摸清。

问：在这场没有硝烟的战争中，大学承担着什么样的社会责任？

答：从社会责任来讲，我们对大学生的要求是到祖国最需要的地方去。从目前来讲，疫情期间，每一名学生在家、在校按照防控疫情要求，待在那儿就是对国家的贡献。从医疗服务来讲，我国现有 300 多家高校附属医院，派出了 1.4 万名医务人员驰援湖北。此外，高校科研工作也进入快车道，不管是新冠肺炎的检测药剂、药盒，还是疫苗、治疗药物研制，都在紧锣密鼓地进行。从 1 月 31 日开始，我们就号召有心理健康咨询中心的高校开通热线。与此同时，教育部会聚全国最优秀的心理咨询师，在武汉的华中师范大学搭建了一个心理援助热线平台，发挥了非常好的作用。

问：教育部在做好在线教育教学方面有哪些部署和考虑？

答：我们希望在线教育教学，不管是高校还是中小学课程，在课程质量方面能够提供更多可供选择的资源，每一个上线的资源都要进行认证和严格审核。从高校来讲，还是尽可能按照原有课程计划开展在线教学。在线教学基本原则是提供优质资源，同时结合不同学段孩子学习特点考虑上网时间，以保护学生视力。在线教育从内容上来讲，应是多方面的，除了语、数、外等学科课程，还要有爱国主义教育、抗击疫情的基本知识，以及环境教育、卫生教育、居家体育活动、艺术欣赏、劳动教育等内容。在学习时长和时段上也应有要求，既能最大限度地保护孩子身心健康，又能安排好孩子在家学习、锻炼、娱乐等各方面活动。

问：下一步，教育部在做好各级各类学校安全有序开学方面有哪些要求？

答：从中央应对新冠肺炎疫情工作领导小组决定来看，就是原则上继续推迟开学。教育部近期对开学作出了原则性要求，需要符合三个条件再考虑开学，一是疫情没有得到基本控制前不开学，二是学校基本防控条件不具备不开学，三是师生和校园公共卫生安全得不到切实保障不开学。只有在疫情得到基本控制、学校具备基本防控条件、师生和校园公共卫生安全得到切实保障以后，再来考虑什么时候开学。



【媒体声音】

在线教育热退潮后

2020-3-10 来源：中国青年报 （2020年03月10日705版）

新冠疫情尚未解除，从春节后至今，“停课不停教、不停学”正成为学生们的“新常态”。由此，线上教育市场也迎来了发展的小高峰，从以前的“配菜”变为疫情期间的“主菜”。

教师和学生数量猛增，在线教育市场骤然扩大；不仅发达城市推行，连三四线城市也在跟进，线上教育的方式为更多人所熟知，受众基础得以夯实。这些都为在线教育行业的发展提供了难得机遇。但一个硬币总有两面，其中也暴露出一些问题，更多的疑问是，一场突发事件带来的在线教育热度的上升能持续多久？

前不久，线上教育平台领头者之一“猿辅导”因为百万人同时在线大模考而导致服务器崩盘，还一度登上微博热搜榜。广告随处可见，而服务器和网络技术跟不上爆发的流量，有网友甚至调侃“广告的目的就是让我们看看服务器崩得有多快”。此外，线上教育市场还出现恶性竞争等乱相。很多线上教育公司、平台以“赠课”的形式做宣传推广，想借此机会蹭热度、吸流量，增加客户数量。新东方创始人俞敏洪表示，若网课都免费，新东方可能不出3个月就玩完了。更何况企图用“赠课”为噱头的公司多半是中小企业，抗风险能力更弱。这显然是一种不可持续的运营模式，也是一种不健康的市场竞争。

在线教育因为疫情带来的快速发展势头可能会持续一段时间，但疫情终将过去，退潮之后谁在裸泳是关键。能否抓住疫情窗口期巩固流量红利带来的客户数量、培育和打造自己稳定的盈利模式是每个企业面对的现实问题。为长期发展，在线教育应该回归教育本质，重视产品质量，发挥各自比较优势，推出具有核心竞争力的产品是正道。一味追求数量和短期流量固然会吸引眼球、引发关注，但不求质量没有核心竞争力的平台不仅没法留住新客户，还可能导致已有用户“脱粉”，不利于培养客户粘性，久之会严重影响企业长期发展。而作为线上教育的另一大基石——服务器的问题也必须得到重视。一方面支付高昂的广告费，一方面却不肯为服务器升级花钱，这种发展很难是可持续的发展。



线上线下结合是发展的趋势。疫情结束后，线上教育仍将回归原有的位置。要进一步发展，线下平台必须尽快提升线上能力，线上线下更好地融合，这样也会增强用户黏性。而专攻线上教育的平台，也要及时调整定位，疫情结束后要从主打“学生上课时间”转向“学生课余和作业时间”，这要求其推出精品化课程，有针对性的服务，才能留住人。

走一步，看两步，长存危机感才能敏锐感受需求变化，并提前制订应对策略。

在线教育：2020 年的四大趋势

2020-3-8 来源：芥末堆看教育（公众号）作者：宗儒

2020 年开年的一场疫情把在线教育推上了风口浪尖。

二月份的教培行业可谓一直处于一种焦灼状态，从国家教育部下令提倡“停课不停学”开始，在线教育就聚焦了所有人的目光。各个线下机构对于在线教育的需求极速攀升，各个在线教育机构在这一个月里忙的不可开交。

如今二月过去，三月已启，国内疫情已经逐渐趋缓，教培行业也开始有所降温。在 2020 年开年的疫情重击过去之后，在线教育自然不会再独占行业 C 位。那么 2020 年，在线教育机构的未来发展趋势将会是怎样的境况呢？

No. 1 在线教育发展史

于 90 年代末，互联网进入中国，教育行业也开始被新兴科技渗透，与此同时，在线教育行业开始萌芽。然而由于当时互联网宽带速率低、民众普及率低，在线教育在彼时的发展十分缓慢。

从 2000 年开始一直到 2010 年，教育行业内的各家巨头相继成立。比如 2002 年的尚德机构、2005 年的新东方在线以及 2009 年的沪江等等。随着网络宽带的提升，这些巨头机构们都相继开发和推出以视频课件形式为主的在线教育模式。



*图为教师教学视频课件截图

接下来，自 2011 年开始，随着互联网和电子移动设备的进一步普及，越来越多的新兴科技也融入进了教育行业，直播在线教育模式终于出现了，并深入到 K12、素质教育、职业培训等各个赛道的领域之中。

其中，让人印象深刻的就是 2011 年至 2016 年间，中国的在线教育投融资市场十分火热，大家对这种教育模式抱有十分看好的态度，让在线教育在这段时间内一直处于良好的成长发展期。

在 2017 年之中，直播、短视频等新型传播形式的出现，引起了在线教育领域的积极探索，并逐步迎合与渗透。同时，人工智能等新技术的开发也给在线教育产品带来了更多趣味性和可能性。

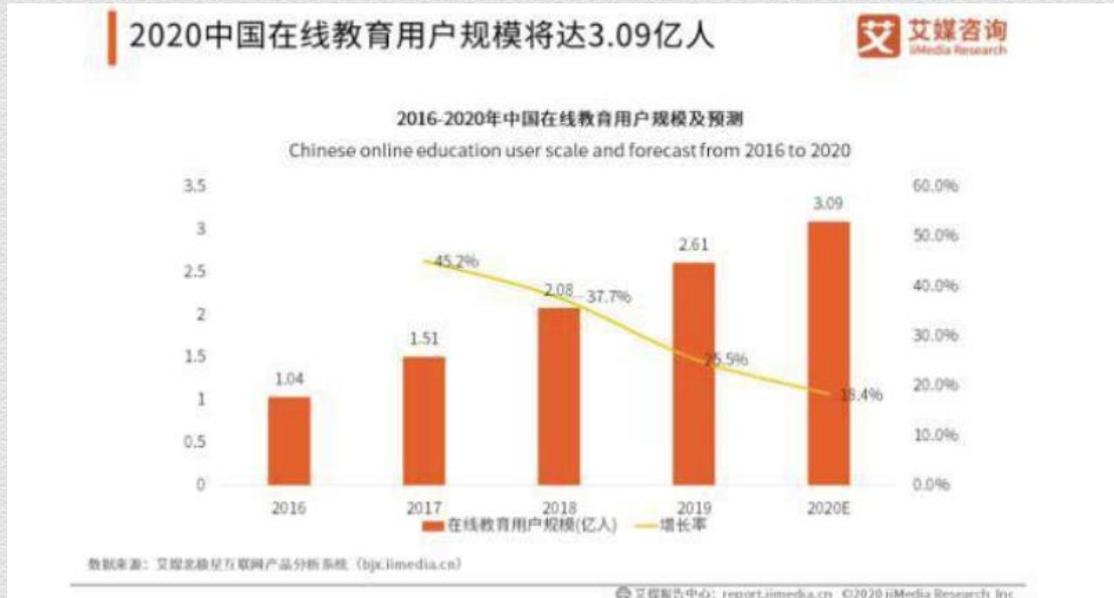


*图中的教师正在用直播的形式进行授课

自 2018 年开始至今，在线教育的发展越来越好。行业内的巨头机构们都纷纷加大资金的投入，这让一批优质的在线教育项目于 2018 年内相继涌现而出。在这一阶段里，在线教育虽没有火爆到可以占据行业领头教育模式的位置，但是在在线教育领域的探索和发展一直没有停止过。

2020 年开年，一场疫情肆虐全国。在关键时期，线下教育活动全部被迫暂停，教育部发出规定要求全国各地大专院校、中小学、幼儿园“停课不停学”，同时各类培训机构的线下课程和集体活动全部统一取消。这两项规定的推出，让在线教育行业在全国范围内加速普及和渗透。

据 iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，我国在线教育用户规模正逐步上升，预测在 2020 年将达到 3.09 亿人；在线教育的市场规模也在逐年增长，预计 2020 年达到 4538 亿元。



在线教育行业的向上发展是必然的。随着我国的科技水平与人民生活水平的日益提高,家庭的教育意识将会发生改变,家长们将会在在线教育的领域上开始投入一定的关注;同时,人均可支配收入的提高,也让家长们在孩子们教育的投资上将会加大力度;此外,科技的提高、技术的变革必然会催化在线教育的继续发展。

No. 2 未来发展趋势

之一: 结合前沿技术

根据艾媒咨询相关调查显示,有 47.9%的受访 K12 在线教育用户认为,在线教育的产品去结合前沿技术,是非常有必要的。目前来说,在线教育的技术层面仍旧较为浅显。

用户对在线教育技术应用的诉求高是不无道理的,从在线教育现在的行业状况来看,大量用户仍在质疑在线教育的教学成果。目前前沿技术在在线教育领域的应用仍然较浅,这是导致在线教育教学效果不理想的原因之一。毕竟在线教育的模式性质与线下教学有本质区别,就更要在技术上下功夫,来解决在线教育的教学成果问题。

目前,很多巨头机构在在线教育领域的探索上,都在尝试结合前沿技术,致力于研发更加实用的在线技术,来帮助在线教育从本质上更上一层楼。在未来的几年里,“科技研发”将会是在线教育领头机构们的主要重点之一。



之二：实现精准营销

从整个教育行业各领域的发展来看，在线教育领域的发展相对来说较为缓慢。

纵观在线教育一路以来的发展史，可以看到在线教育的明显痛点之一，就是用户转化周期太慢，导致整体获客成本过高。随着现在在线教育机构越发增多，各机构投放广告力度越发加大，这让行业内的竞品竞争将越来越激烈。这直接加深了在线教育的获客难度。

正因如此，在未来，在线教育机构将会在营销上进行思考与转变，大趋势就是将实现精准营销。

由疫情所带来的大批关注与用户，是否是一时间的繁荣假象，我们难以定论，但是最终目标，就是将这些现有用户转化为长久付费用户。在线教育机构将会在获客上转变方式与力度。

主要体现于对目标用户群体要精准获客。在线教育用户的转化周期一般都很慢，从其最开始决策是否购买，到实际付费购买再到最后的使用与续费是一个漫长过程。在线教育机构应精准在每一个环节，来实时跟进用户。对于用户在使用全程中的高频学习领域，机构将有相对应的跟踪与分析，从而实现精准运营。

之三：走向下沉市场

我国人口众多，教育需求一直是无比巨大的。对于在线教育来讲，其用户群体不仅仅局限于义务教育阶段的学生，其潜在用户群体是非常庞大的。同时，在线教育行业的渠道下沉特征十分明显，根据在线教育视频技术平台保利威的数据



显示，2016年三、四线城市观看直播总人数为20.19亿次，直到2019年截至11月23日已达98.95亿次。

下沉市场是在线教育发展的必然趋势。国家近年来一直在倡导教育普及，随着国家的科技实力越发雄厚，教育行业内科技渗透率也逐年在升高。近年来，互联网的普及应用率在四、五线及以下城市与农村地区都开始增多，这给在线教育行业带来了下沉市场的渠道与希望。

越来越多的在线教育玩家开始注意到下沉市场的潜力，并开始逐步布局。探索下沉市场，寻找新用户流量将成为在线教育领域未来发展的主路径之一。在国家“教育扶贫”与“城乡教育一体化”的支持与鼓励下，在线教育的发展将更加具有社会价值，也将会吸引更多的人予以关注和支持。

之四：线上与线下相融合

线上与线下相融合的OMO模式是整个教育行业的未来大趋势，放在在线教育行业中也是一样。在2020年开年的这一场疫情中，不仅仅是只有线下机构意识到线上线下融合的趋势，在线教育机构更是看到了线上线下相融合的优势与亮点。

例如，在线教育获客成本高的痛点，放在线上线下融合的模式里将会缓解很多。举个生活中的例子来看，像大润发、盒马之类的超市，除了线上超市运营外，还有大量的实体店铺，两种模式相辅相成，才最终达到广泛普及的效果。

从现在的巨头机构们的布局可以看出，线上与线下相融合的形式是正确而可取的，尤其是在这次疫情期间，这一模式的优势更加明显的显现。在未来，在线教育的线下课堂或许将会成为每个在线机构的标配。为此，在线教育机构不仅仅要将注意力集中于技术的开发和升级上，也将会开始关注和涉及线下的教学模式与方法。





2020年的疫情确实成为了在线教育的一支催化剂。在这一次疫情之中，大众群体里有很大一部分人是属于“被迫”接触到在线教育的，抱着“支持”和“反对”态度的人都将各执一词。

在近期的这段时间里，我们也听到和看到了一些行业内负面的事件和现象发生。然而，在行业的发展中这些都是不可避免的，我们要以客观的态度来看待这些事件。

在教育行业内，线上和线下，没有谁一定会取代谁的说法，两者相辅相成才能达到理想优质的教学效果。在未来，在线教育的发展需要我们拭目以待，同时，也是有所期待。

用户暴增、机构迟疑，在线教育为何「冰火两重天」？

2020-3-10 来源：雨前顾问（公众号） 采写：康丹

受疫情影响，线下教育机构突然集中「上线」自救，用户量出现指数级增长。从小学生到职业教育，在线教育迎来了爆发期。

用户激增，能否带来产业的跨越式发展？线下机构的转型动力是否足够？体验较差导致的留存率不足能否破解？

雨前顾问采访了多家线下教培机构，发现远非如此。

在疫情发生后，做K12的英尚教育培训学校把未完成的后半段寒假课程全部转为线上，并提供一周的免费课程，希望以此增加用户粘性。某文化培训机构，所有老师正通过腾讯会议、钉钉等免费平台软件，对学生进行一对一辅导。树德优才一百多名高三学生，此时正端坐家里，在屏幕面前开始最后几个月的备考冲刺。

但是，上述机构在接受雨前顾问采访时表示，疫情期间集中上线是「迫不得已」，疫情过后仍然会回到线下模式。

线下业务难舍弃，转型意愿并不高

李斌是树德优才教育咨询有限公司的总经理，同时也是一名高二孩子的爸爸，他明确表示：「但凡孩子能在学校或培训机构上课，我宁愿让他在路上花个三四十分钟，去和老师面对面交流学习，都不愿意节省这段时间，让他去上网络课。」



何老师在一家服务于全国民办培训机构的公司工作，她所面向的客户群体是线下教育机构的校长或高层管理人员。据她了解，这次疫情让大多数校长有了开展线上课程的意识，却无转型的决心。

安老师是成都某文化培训机构的课程管理老师，在谈及疫情后学校的业务方向时，她表示，学校可能会开展相关在线课程，但仍会以线下课程为主：「教育是又教又育，实际上线上教育更多是专业知识的讲授，而树德立人的版块，更多还是由线下教育来承担。」

新一线城市如此，三四线城市的机构更是如此。彭老师管理的英尚教育是宜宾市一所面向 K12 的培训学校，虽然学校停课 2 个月，机构运营遭遇损失，但也并不打算就此将重心转移线上。「转型线上需要技术，我们还是想守着一亩三分地，做好课程内容和优化。」



转型线上受阻碍，四大挑战成主因

「做中小学培训的，以我的经验来看，但凡懂行的都不会转型线上，转了就是死路一条！」

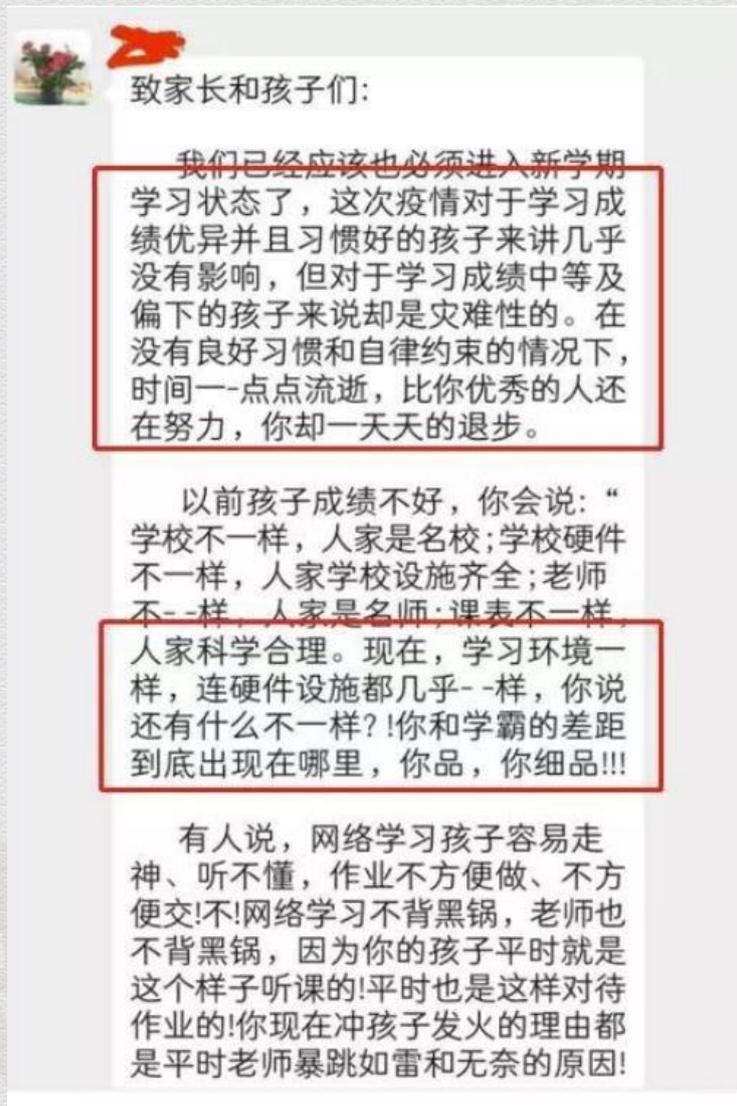
在疫后中小学教培机构是否会转型在线教育的问题上，已在教育行业工作了 21 年的李斌给出了这个基本判断。虽然略有夸张，但也道出了线下机构转型的痛点。



雨前顾问了解到，在线教育如火如荼的形势下，线下机构转型的挑战主要集中在以下四点。

挑战一：教学效果难保障

3月9日是四川中小学正式开展线上课程的第一天，网上已经有老师道出了对孩子学习的担忧。



在李斌看来，在线教育对学生自觉性和自控力的要求很高，90%的学生都无法达到。有的学生在线打完卡后，就自顾自打游戏或睡觉去了，遇到老师询问问题，又假装网络信号不好。屏幕那头学生的学习情况，老师很难监管。

再者，教育效果强烈依赖教学场景，面对面授课场景的缺失，也直接影响着教学效果。

挑战二：核心课程恐流失



自研课程一向是线下教育机构对外宣传的核心，也是机构立足教育市场的「独门秘籍」，是和其他机构竞争的有力武器。

在知识产权体系尚未完善，抄袭剽窃之风盛行的大环境下，自研课程和教辅资料一旦上线，机构恐将失去对其资源的控制权，面临核心课程流失的危险境地。

挑战三：技术与运营受限制

网易有道副总裁罗媛认为：「一门真正的网课需要考量其产品体验、老师的主讲能力、整体服务体验，十分考验平台的综合能力，它不光是屏幕两端的老师和学生，背后还有大量服务人员，这是一个团队作战的过程。」

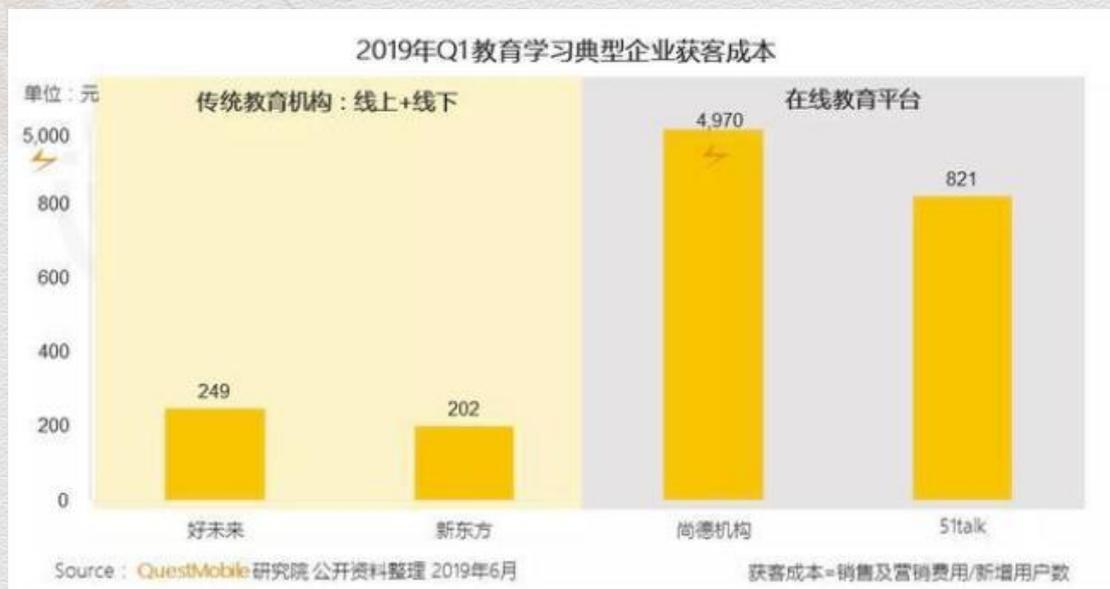
网课不是线下课的照搬，一堂好的网课，不再是授课老师独挑大梁就能完成，还需技术人员、线上运营人员相互配合，任何一环没跟上，课程效果都会大打折扣。

培训机构本身没有技术经验，又欠缺线上课程的运营思维，即便课程内容优质，也没把握能完美呈现。

挑战四：获客成本高，盈利难度大

获客是在线教育的核心。为抢夺用户，各大在线教育巨头早在去年就开始了竞争大赛，低价拉新、高价赞助、APP引流、用「地毯式」广告进行推广……各类营销手段都用上了，直接导致在线教育的痛点问题：获客成本高，盈利难度大。

根据 QuestMobile 发布的《2019 在线教育半年报告》，2019 年 Q1，线上+线下模式的好未来、新东方，获客成本分别在 249 元、202 元，但是，纯线上的尚德机构、51Talk，获客成本分别高达 4970 元、821 元。





根据公开的财报显示，2015年到2017年，沪江教育的净亏损为2.8亿元、4.21亿元、5.37亿元，51talk净亏损分别为3.27亿元、5.15亿元、5.81亿元，尚德机构分别亏损3.18亿元、2.54亿元和9.19亿元。

手握渠道和资本的在线教育巨头，有能力为高昂的获客成本和亏损买单，资金薄弱的教育机构根本耗不起。

扶植教育平台公司，或能应对转型挑战

针对上述教育机构转型的四大挑战，有观点认为，大力扶植头部在线教育平台公司，或是破题之策。

在线教育平台公司，有能力汇集整个教学环节的所有数据，通过大数据和AI技术，跟追学生学习效果，为老师提供课程反馈，利用技术设置课前准备，课后验收等教学流程，可帮助解决教学监管难题。

平台型公司往往有着更完善的知识产权保护机制，机构核心课程若遭遇「暴力」流失，平台公司完善的维权流程，能帮助机构维权，保障自身权益。

而机构担忧的技术与运营问题，平台型公司完全可以利用自身优势，提供标准化的解决方案，帮助各个教育机构克服。

最后，在线教育平台有很强大的流量汇集能力，各个教育机构入驻平台后，可借助平台流量优势获取用户，获客成本高企问题将得到缓解。而在对发展路径的探索中，机构将花更多心思去寻找可行的盈利模式。

长期以来，在线教育平台类公司受制于整个市场的规模体量，加上自制内容侵蚀了教培机构的利益，很难担负起带动全产业链快速发展的重任。如今，学校的停课不停学带来了大量用户短时间内积聚，为在线教育平台类公司大大解决了获客难题。

然而，下一道关键的考题，又已摆在在线教育公司面前：如何解决与课程内容机构的协作，推动掌握资源的线下机构转型，最终使全行业受益、全行业发展？

在线教育，仅仅迈开了万里长征第一步。



【理论前沿】

疫情时期的教育工作需要非常规思维

【正文快照】：当下教育工作者必须意识到，当前处在与过去的常规教育有区别的非常规时期。随着疫情的到来，今天的日子在直观上不再是过去常态的重复，当下的教育工作需要在不同往日的要求中展开。首先，不同以往的日子意味着开展教育工作的资源和情境不同了…

【报纸日期】：2020-02-26

【版 名】：教育在线 思想

【版 号】：007

【 DOI 】：10.28660/n.cnki.nrmzx.2020.000903

【分 类 号】：G434

【链 接】

[http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CCND&dbname=CCNDTEMP&filename=RMZX202002260072&uid=WEEvREcwS1JHS1dRa1FhcEFLUmVhMFUvMjJHdjHTDd2UHNKVGx4VVFzZz0=\\$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowwHtWkF4VYPoHbKxJw!!&v=MzE0NDVoTkt1aGRobmo50FRuanFxeGRFZU1PVUtyaWZaZVp2R1Nqa1U3L01JVm9jTn1EUmRyRzRITkhNc1kxRFpPc01E](http://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CCND&dbname=CCNDTEMP&filename=RMZX202002260072&uid=WEEvREcwS1JHS1dRa1FhcEFLUmVhMFUvMjJHdjHTDd2UHNKVGx4VVFzZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowwHtWkF4VYPoHbKxJw!!&v=MzE0NDVoTkt1aGRobmo50FRuanFxeGRFZU1PVUtyaWZaZVp2R1Nqa1U3L01JVm9jTn1EUmRyRzRITkhNc1kxRFpPc01E)

疫情防控期间提升在线教育质量的对策与建议

【摘 要】：疫情防控期间，在线教育被寄予厚望，赋予了“停课不停教、停课不停学”特殊历史使命。疫情激发了在线教育活力，促进在线教育蓬勃发展，但是也折射出了在线教育的窘态。5G时代的来临，为在线教育带来了新机遇、新挑战，5G技术有利于提升在线教育服务价值。为更好地提升在线教育质量，需要创造智慧家庭办公学习环境，选择合适的在线教育模式，采用做好在线教育的准备、建设线上金课、善用直播教学经验和技巧、增强在线教学的交互性等。未来在线教育将会促进教育教学形态和学校组织形态创新，从而形成教育服务新业态。直播教学将会更受用户青睐，引领在线教育发展新趋势。



【关键词】：疫情期间；互联网+教育；在线教育；在线教学；直播教学；5G 技术

【分类号】：G434

【链接】

[http://kns.cnki.net/KCMS/detail/61.1317.g4.20200306.1708.008.html?uid=WEEvREcwSl1JHSldRa1FhcEFLUmVhMFUvMjJHdjHTDd2UHNKVGx4VVFzZz0=\\$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MTc4NDV5bmhVNdPSVZzPVB6VFRaTEc0SE5ITXJJOURaT3NQWxc5TXptUm42ajU3VDNmbHFXTTBDTEw3UjdxZForWnNG](http://kns.cnki.net/KCMS/detail/61.1317.g4.20200306.1708.008.html?uid=WEEvREcwSl1JHSldRa1FhcEFLUmVhMFUvMjJHdjHTDd2UHNKVGx4VVFzZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MTc4NDV5bmhVNdPSVZzPVB6VFRaTEc0SE5ITXJJOURaT3NQWxc5TXptUm42ajU3VDNmbHFXTTBDTEw3UjdxZForWnNG)