

浅析『互联网+』风口下K12在线教育

文/羊城晚报政文编辑部文教室 陈晓璇

互联网正在以席卷一切的威力影响着生活的诸多方面。2015年,站在“互联网+”战略提出的风口上,互联网与教育的有机结合体——在线教育吸引了越来越多人的眼球。

在这场“一切网络化”的变革之中,新媒体作为最具活力的新生事物,更是渗透到了生活的各个角落。所谓新媒体,是一个相对的概念,是我们平时见到的报刊、广播、电视等传统媒体之外的新的媒体形态。而且这种媒体形态已经不再是单一的资讯输送工具,而是具备了强大的社交互动功能,将不同人群更加轻易、实时地链接起来。可以说,它是利用数字技术、

网络技术,通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道,以及电脑、手机、数字等手段进行信息传递的社会媒介。

诞生于新媒体勃兴背景下的在线教育,因此显示出和传统意义上一对多的师生关系所不同的模式。中国的多家教育机构、硬件厂商、互联网公司不仅看到了PC端、移动端的机会,还在用虚拟课堂的形式实现直播教室与电视机、电脑、手机、iPad的联动。有教育机构还借助国内民营电信运营商技术,将线下的课堂转换到线上,学生可通过电视、电脑、iPad、手机等终端订制该教育新频道,接受课程教学,实现互动提问。可以说,在线教育已经涌现和爆发出有别于传统课堂教育、电脑电视教学的模式,显示出强大的向上的生命力。

一、新媒体催生的在线教育模式

1. K12在线教育市场火爆

观察当下的教育市场,在线教育领域持续井喷,各路投资都向在线教育领域蜂拥,K12拥有目前最火爆的在线教育市场,它恰恰与传统教育中最关心的幼教和基础教育阶段重叠。

“K12”,即从幼儿园到十二年级(17-18岁)基础教育阶段,被认为是最诱人的市场领域。这是由教育对象(包括家长和学生双角色)不断成长,不断越级所带来的市场牵引力。据统计,国内从事K12在线教育的企业有数百家,其中绝大多数是近两三年成立的新企业。庞大的适龄教育人口,直接支撑起这个教育市场的扩张。家长对孩子学业水平的强化督促,也造就这个领域的在线教育永远不会缺乏一代又一代的消费者。

从目前来看,进军K12的企业有像学大教育等传统面授机构的转型;有新兴投资的在线教育企

业,如梯子网、猿题库;有出版行业背景的企业,如志鸿教育等;大型门户网站也纷纷推出自己的项目,如网易云课堂。此外,不少互联网巨头也纷纷进军在线教育。百度发布在线教育产品“百度教育”,随后又推出了基于UGC模式的“作业帮”;阿里推出“淘宝同学”;腾讯推出了专业在线教育平台腾讯课堂,帮助线下教育机构入驻,探索在线教育新模式。

2. 智能化成为在线教育的竞争焦点

互联网影响教育是一种时代的必然。因为互联网作为一种传播媒介对教育产生积极的推动作用,已经被实践证明、不可否认。互联网提供的信息,无论其实时性、交互性、可视化能力、收集和处理反馈的能力,都远比学校教育广泛和深刻得多。更重要的是,借助人手一台的手机、iPad终端,导致教育几乎是零成本的复制和送达至客户手中。用户只要支付费用就能获得比从前更加灵活方便的受教育体验。这些终端由此也成为实体课堂的替身。

随着课堂的虚拟化,2014年掀起题库产品风潮,手机“扫题”、社交类家庭作业问答平台等移动端App扑面而来。魔方格、爱考拉、作业帮、学霸君、求解答等产品同场竞技。以魔方格作业神器为例,在这类“学渣问问题,学霸来答题”的社交类家庭作业问答平台上,用户可以将题目通过手机拍照提问,让学霸进行回答,作业神器根据学霸回答和采纳数量,评选乐帮达人或采纳之星。

越来越多的教育创业项目都在试图做这样的教育平台。智能化成为新一代在线教育的竞争焦点。

二、在线教育对传统教育带来的颠覆

1. O2O在线家教倒逼传统教育机构转型