

素质教育时代来临， 在线音乐陪练正风口

互联网音乐教育行业洞察2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据能力



分析定义与分析方法



分析定义及分析范畴

- 分析范畴划定：本分析内容主要针对中国互联网音乐教育行业进行分析，分析中的互联网音乐教育是指以互联网为媒介和手段，对用户进行的音乐教育教学，包括但不限于音乐理论和声乐、器乐表演技能及音乐创编、艺术实践等。
- 本分析涉及的关键字：互联网教育、音乐教育、音乐陪练、素质教育；
- 本分析内容所分析的国家或区域：主要包括中国大陆，不包括港澳台地区。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

- 01**  **行业现状：政策、技术等多方宏观利好下，互联网音乐教育发展迅速**
- 02**  **商业洞察：在线音乐陪练实现赛道突围，相关产业链带来行业增长空间**
- 03**  **玩家动态：VIP陪练占据头部地位，厂商通过师资、技术形成竞争壁垒**
- 04**  **行业趋势：商业扩张完善音乐教育生态，智能化技术落地提升用户体验**

PART 1



互联网音乐教育行业现状

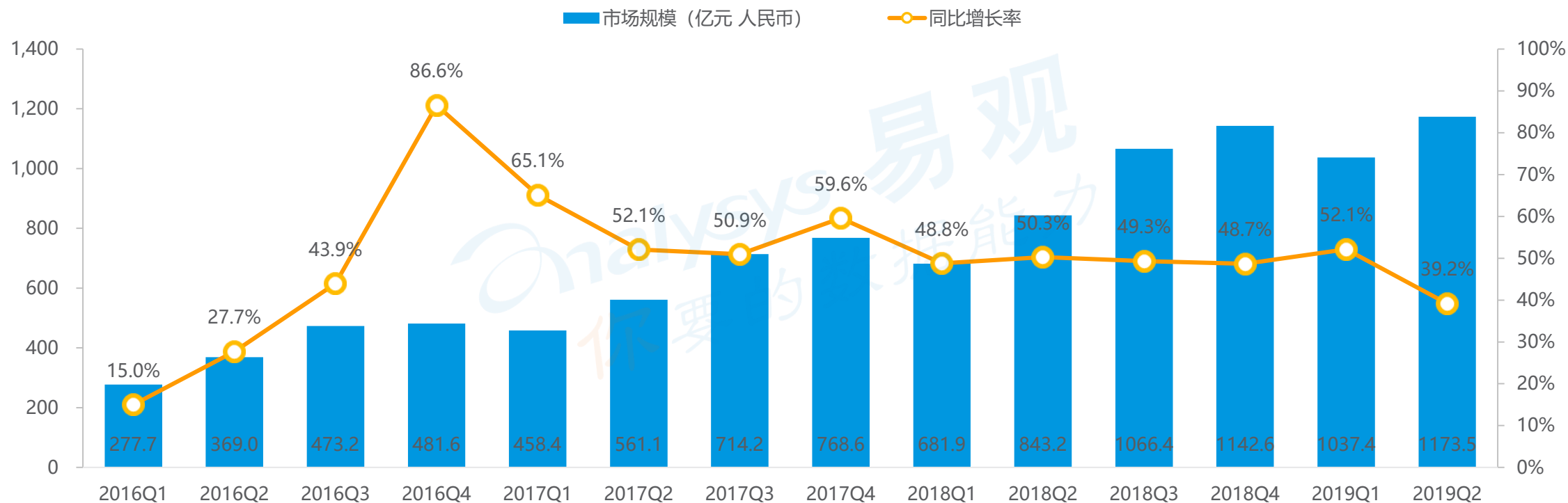
© Analysys 易观

www.analysys.cn

互联网教育产业规模稳定增长，素质教育仍是重点发展方向

- 根据Analysys易观监测数据显示，2019年2季度，中国互联网教育市场交易规模环比增长13.1%，达到1173.5亿元人民币规模，同比增速为39.2%。随着产业的稳定增长和新技术的发展应用，互联网教育涌现出更多新场景和新模式，产业多元化程度进一步加深。此外，从宏观政策和资本流向来看，**素质教育仍然维持高热度，是各大厂商重点布局的领域。**

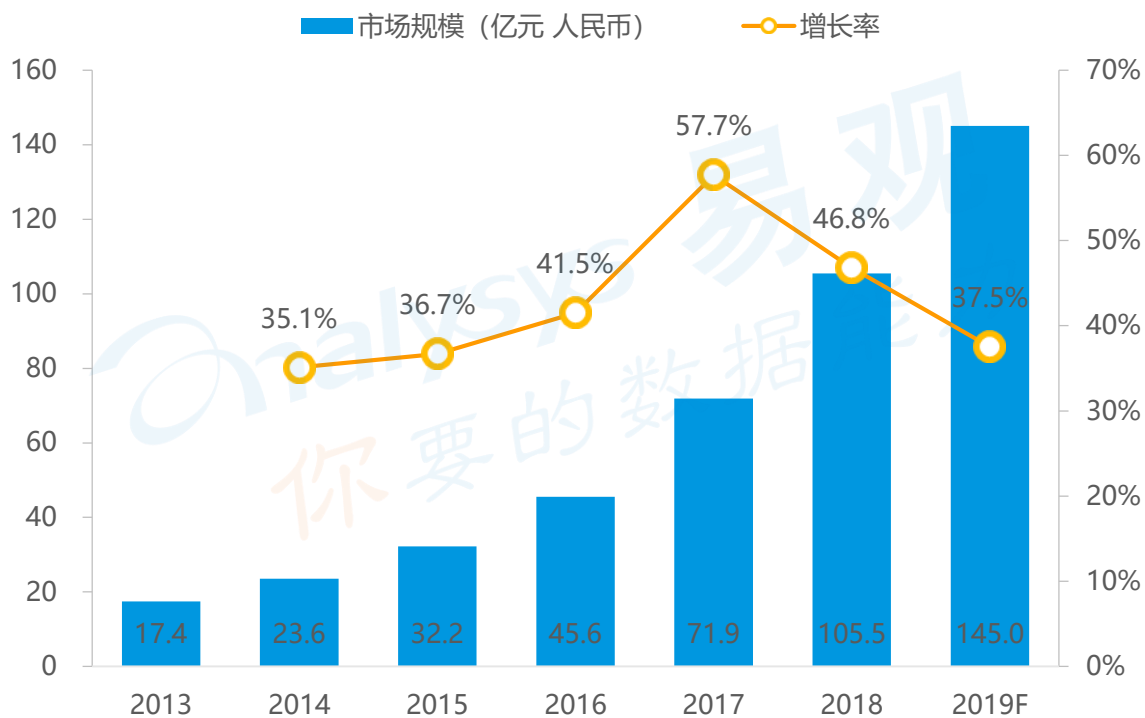
2016Q1-2019Q2中国互联网教育市场交易规模



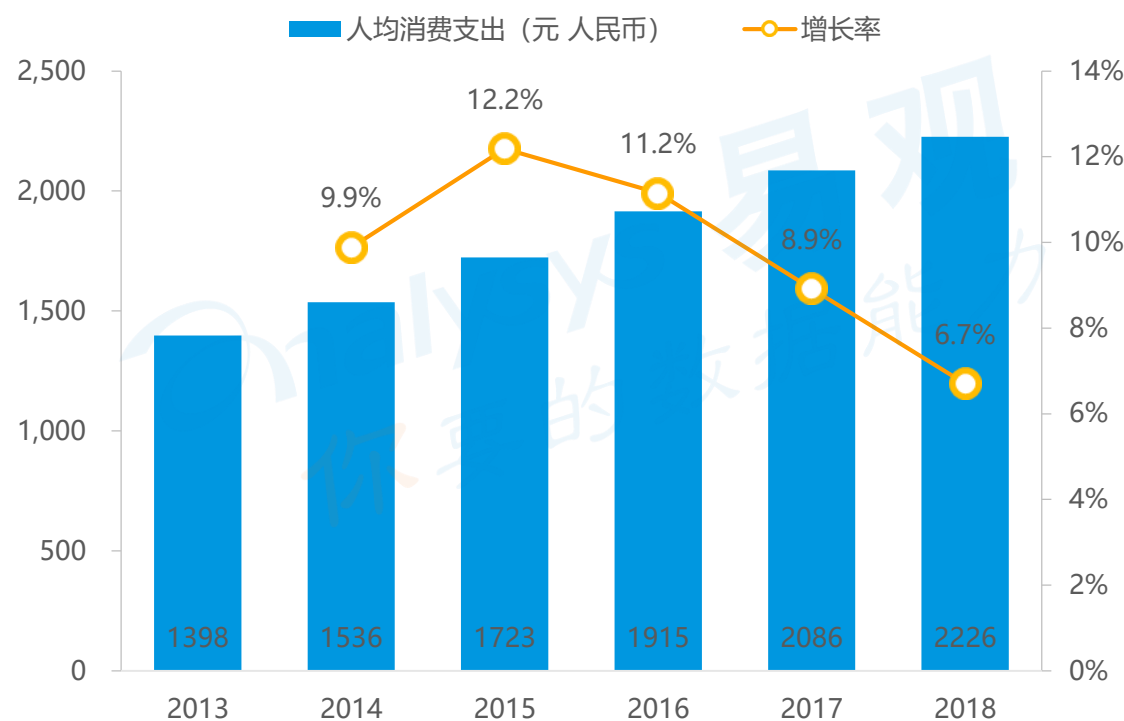
用户教育消费能力持续释放，互联网音乐教育发展迅速

- 随着国民经济的增长，中国居民人均教育文化娱乐消费支出金额和占比持续提升，为包括音乐教育在内的兴趣素质教育行业发展提供了经济基础。根据Analysys易观监测，**预计2019年互联网音乐教育市场交易规模将达到145.0亿元人民币**。在兴趣素质教育得到政策、经济、技术等多方面宏观因素支撑的背景下，互联网音乐教育行业的增长潜力将进一步释放。

2013-2019年中国互联网音乐教育市场交易规模



2013-2018年全国人均教育文化娱乐消费支出



政策与技术成为互联网音乐教育行业发展的核心助力

政策层面：重视综合素质培养、鼓励素质教育机构发展，音乐教育作为重要组成将受益



- 《关于做好2019年普通高校招生工作的通知》指出，高校要积极探索在保送生、自主招生、高职院校分类招考等类型中使用综合素质档案，**将综合素质评价作为招生录取的重要参考。**
- 教育部办公厅印发《教育部办公厅关于加快推进校外培训机构专项治理工作的通知》，**鼓励支持培养学生兴趣、发展学生特长的校外培训机构发展。**

技术层面：相关技术多方面赋能互联网音乐教育，教学效率进一步提升



- 识别和远程技术：音、视频的采集、传输技术发展提高了**在线音乐教学的精准度。**
- 检测和AI算法：依托检测技术和AI技术实现在线音乐教育的评分、内容纠错，通过大数据分析将学习情况可视化，从而指导**个性化教学。**

社会观念：素质教育需求增长，对于线上音乐教育的认同感增强



- 随着教养观念的升级，新生代家长普遍重视对孩子兴趣特长的培养。
- 许多家长的音乐教育目的不仅限于培养特长，还包括提高孩子的艺术审美和综合素质。
- 家长往往缺乏足够的时间与能力来监督、指导孩子的自主练习，**选择线上音乐陪练作为补充。**

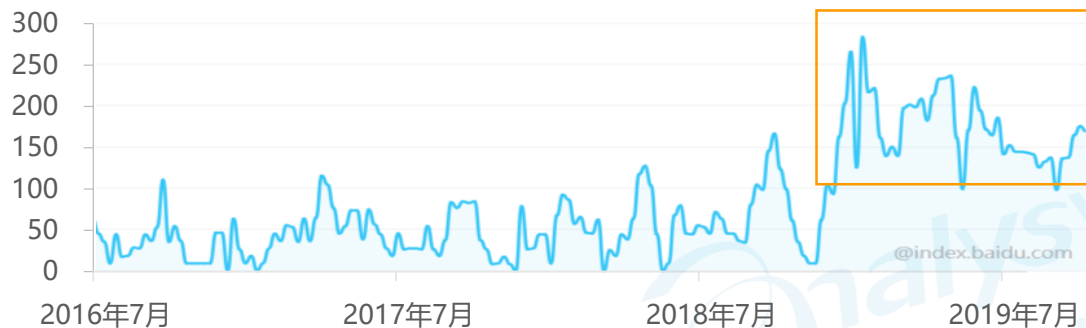


素质教育风潮推动音乐教育前行，在线音乐陪练模式成功崛起

素质教育兴起，音乐教育热度随之高涨

- 需求端：素质教育关注度得到显著提升

2016年7月—2019年7月素质教育平台百度指数



数据来源：百度指数·易观整理

www.analysys.cn

- 供给端：垂直玩家频获融资；K12厂商开始布局音乐教育

	VIP陪练	快陪练	优贝甜
垂直	2018年11月 C轮获1.5亿美元	2019年4月 Pre-A轮获1000万美元	2019年8月 Pre-A轮获千万元
综合	学而思网校 2018年11月 联合英国爱乐乐团推出音乐素养课	掌门1对1 2018年11月底 推出掌门陪练	

多种在线音乐教育模式中，音乐陪练成功跑通

- 智能乐器、O2O、在线课程和陪练是在线音乐教育主要模式



智能乐器

- 零基础演奏
- 较少触及音乐教育本质



O2O模式

- 老师上门教课
- 时间和经济成本较高



在线课程

- 提供主课视频或自学素材
- 缺乏互动性和实时反馈



音乐陪练

- 远程指导练习，互动强
- 教学环节和流程标准化

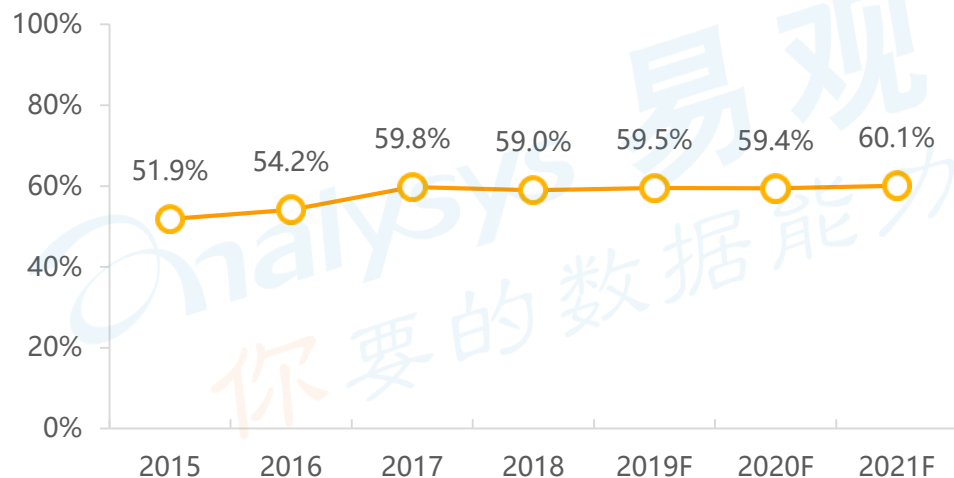
- 众多模式中，在线音乐陪练这一细分赛道已经崛起

- 建立在真实的用户需求之上，能切实满足乐器学习中高频练琴需要专业指导的需求；
- 解决了线下音乐陪练痛点，打破空间、时间限制，降低了陪练的成本，用户可更自由灵活地安排练琴时间；
- 行业标准逐步确立，模式走向成熟且具备可复制性。

在线音乐陪练教育科目多元，钢琴陪练占据主流地位

- 在线上音乐陪练已经跑通的背景下，标准化的模式被应用于钢琴、小提琴、古筝等多种西洋乐器和民族乐器的陪练教学中，使得陪练科目更为丰富，迎合了用户多元化的音乐教育需求。其中，钢琴教育被认为是儿童早期音乐教育的最佳手段之一，由此衍生出的钢琴在线陪练市场也是一个**增长前景广阔**的市场，并将长期在音乐陪练教育中占据主流地位。

2015—2021年在线音乐陪练中钢琴陪练规模占比



数据说明：图表中规模占比是指交易规模占比，交易规模由客单价格和客单量构成。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- Analysys易观监测数据显示，随着平均每百户钢琴保有量的增长，在线音乐陪练中钢琴陪练规模占比将达到60%左右。

用户潜力和学习特点共同决定了钢琴陪练的主流地位

用户潜力

- 钢琴作为乐器学习的主流选择，具有学员规模大、增长快的特点。
- 钢琴陪练市场多为高净值用户，认知水平整体较高，付费能力强。

学习特点

- 钢琴演奏受指法差异影响小，因此更容易实现在线陪练。
- 钢琴相较于吉他、口琴等乐器较难自学习得，对专业辅导的需求更高。



随着在线音乐陪练模式的发展与成熟，钢琴陪练的供需结合度将进一步提升，促进市场规模快速提升。

PART 2



互联网音乐教育商业洞察

© Analysys 易观

www.analysys.cn

音乐教育服务方式多样，线上线下模式各有优势形成互补

- 随着音乐教育行业的发展，新的教育形态不断涌现，教育服务方式日趋多样。线上音乐教育有助于解决线下模式的多方面痛点，但乐器学习高度依赖主课教师的特点使得传统教育形式依然在教学体验和效果方面保有优势。易观分析认为，未来音乐教育的主流趋势将会是线上线下模式互补，即**线下面授教学与线上基础理论学习、陪练指导相结合，形成教-学-练闭环**，推动音乐教育整体效率的提升。



线上音乐教育

- 多采用录播、直播的方式进行教学；
- 除真人实时直播形式外，难保障教学互动和沟通指导；
- 可以整合优质教育资源；
- 上课时间灵活且不受地点限制；
- 产品形态上也更易传播和规模化。



线下音乐教育

- 主要为传统课堂教学形式；
- 通常为一对一和小班课，沟通、指导较频繁；
- 对师资依赖度高；且存在优质师资稀缺问题；
- 场地受限、上课时间集中，难以利用碎片化时间教学；
- 费用相对较高，且存在沟通渠道不透明、信息不对称。

目前主课依然以线下面授课程为主流模式

音乐教育需要老师现场指点和指导反馈，因此主课教学依然以线下模式为主。但线下供给受地理因素限制，优秀的教育资源难以辐射，存在费用昂贵、续费率低、时间成本高等痛点。

线上模式日渐丰富，为音乐教育带来有效补充

经过多年行业摸索和创新，在线音乐教育呈现出了传统教学模式所不具备的优势：可以打破地域和时间制约；整合教育资源，充分挖掘师资价值；能够借助模式的复制性实现规模经济。

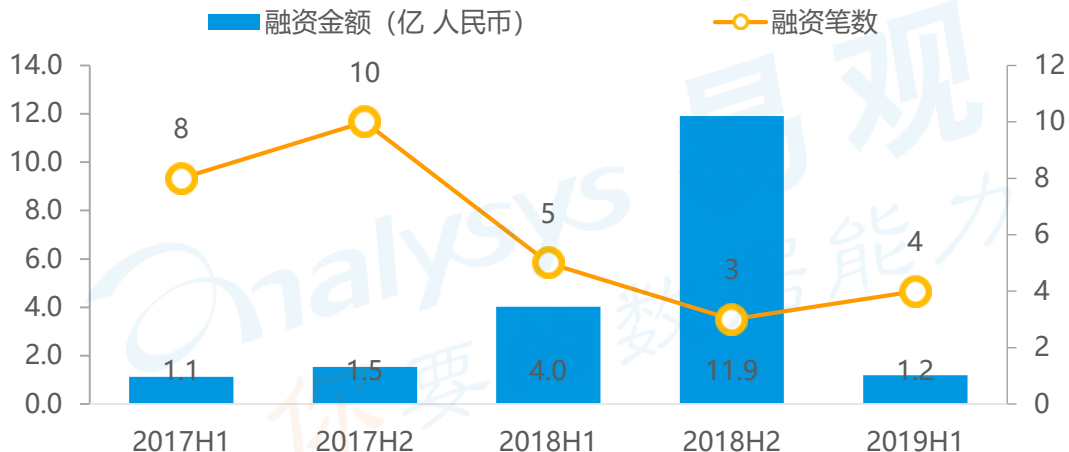
线上和线下相辅相成，融合共生满足用户需求

线上线下模式各有优劣，用户偏好也具有多元化特点。在线音乐教育能有效提升理论学习和技法练习的效率，与线下模式在主课教学方面体现出的优势相辅相成。

音乐陪练市场赢得资本青睐，模式成熟的头部厂商频获融资

- 在线音乐陪练的出现和发展改变了传统音乐教育，目前这一赛道中已有不少厂商得到了资本的关注。在寒冬依然未过的大环境下，**资本对在线音乐陪练市场信心不减**，商业模式成熟、营收持续增长成为头部厂商吸引资本的关键点。

2017H1—2019H1互联网音乐教育融资情况



数据说明：①数千万、亿元按照一千万、一亿元统计；②美元按照融资信息公布当日汇率换算。

数据来源：IT桔子·易观整理

www.analysys.cn

受资本市场紧缩影响，互联网音乐教育融资笔数在2018年出现收缩，但平均单笔融资金额仍在提升，体现出资本市场趋于谨慎，但仍看好行业前景。

VIP陪练短期内多次获投，资方稳定，C轮融资金额高达1.5亿美元，其陪练业务的成熟、盈利模式的跑通以及市场地位的确立是吸引资金的核心原因。

2017年1月-2019年8月在线音乐陪练行业投融资事件

时间	厂商	轮次	金额	主要投资方
2017/05	VIP陪练	A轮	数百万美元	长石资本、蓝驰创投、金沙创投等
2017/05	音熊音乐陪练机器人	种子轮	数百万人民币	华院数据
2017/07	开心练	天使轮	400万人民币	北京天润凯旋投资
2017/10	音乐笔记	A轮	数千万人民币	云启资本、蓝象资本
2017/10	柚子练琴	天使轮	未透露	第一视频
2018/01	VIP陪练	B轮	数亿人民币	腾讯、兰馨亚洲、蓝驰创投、长石资本等
2018/04	小叶子科技	D轮	数千万美元	华麓投资、零一创投、魔量基金等
2018/08	快陪练	天使轮	5000万人民币	高榕资本、IDG资本
2018/11	VIP陪练	C轮	1.5亿美元	Tiger老虎基金(中国)、腾讯、兰馨亚洲等
2019/04	快陪练	Pre-A轮	1000万美元	创世伙伴资本、高榕资本、IDG资本等

数据说明：表内信息来源于IT桔子网站，依据融资时间排序。

音乐陪练模式基于刚需和规模化可复制优势实现赛道突围

- 在线音乐陪练能够有效连结优质教师和学员，且具备传统教学模式实时互动反馈的优点，满足了主课后自主练习过程中对专业指导的刚性需求。VIP陪练、快陪练等代表厂商将在线音乐陪练教育的流程和环节标准化，使得在线陪练模式具备可复制性，通过**规模化发展**在互联网音乐教育领域的众多模式中实现突围。



陪练是音乐教育过程中的刚性需求

- 音乐学习中，学生通常需要在主课后花费大量的时间来练习，以充分熟练课授内容和技能。在练习过程中，**需要专业教师进行纠错、答疑和评价反馈**，使得陪练成为音乐教育的刚性需求，为音乐教育增添了一个独特于其他教育领域的细分赛道。



线上陪练相较于线下模式更易实现规模化扩张

- 线下音乐陪练虽然具有体验优势，但过高的成本和教育资源的地域局限性使其难以真正跑通。
- 在线真人视频陪练则**同时保障了商业模式可行性和用户体验**，能够凭借模式可复制的优势实现营收规模化。

- ✓ 了解陪练流程和师资详情，降低信息不对称；
- ✓ 基于学员的基础水平和学习情况个性化匹配供需。

课前 体验

自由 约课

- ✓ 依据主课进度安排陪练；
- ✓ 充分利用碎片化时间，可以实现高频率陪练来保障学习效果。

- ✓ 以音视频在线传输技术为核心，还原线下陪练课堂体验，兼具传统线下陪练优势和线上模式优势。

陪练 指导

课后 反馈

- ✓ 以评分、回顾、成果展示等方式串联陪练课程；
- ✓ 学员通过教师评价等形式反馈陪练教学。

线上模式 真正跑通音乐 陪练各个环节

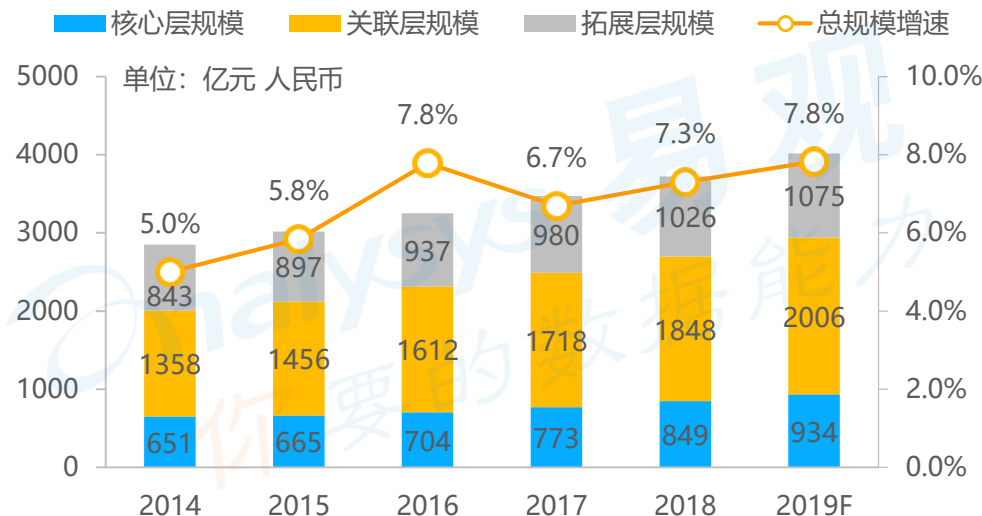
音乐陪练上下游产业链涉及硬件、内容生产等，产业发展空间大 Analysys 易观 你要的数据能力

- 在线音乐陪练的上游产业由软硬件设施、相关技术和资源支持构成；下游层面主要包括教育内容的直接消费和各类衍生。从中国音乐产业规模的迅速增长和其中关联层和扩展层占比的不断提升来看，**向上下游产业链延伸将为音乐陪练行业带来更为广阔、巨大的增长空间。**

音乐陪练上下游产业链



2014—2019年中国音乐产业市场规模



数据说明：2014年至2017年数据来自中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会，此后数据由易观估计得到。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国音乐产业构成

核心层

音乐图书与音像 | 数字音乐 | 音乐演出 | 音乐版权经纪与管理

关联层

乐器 | 音乐教育培训 | 专业音响

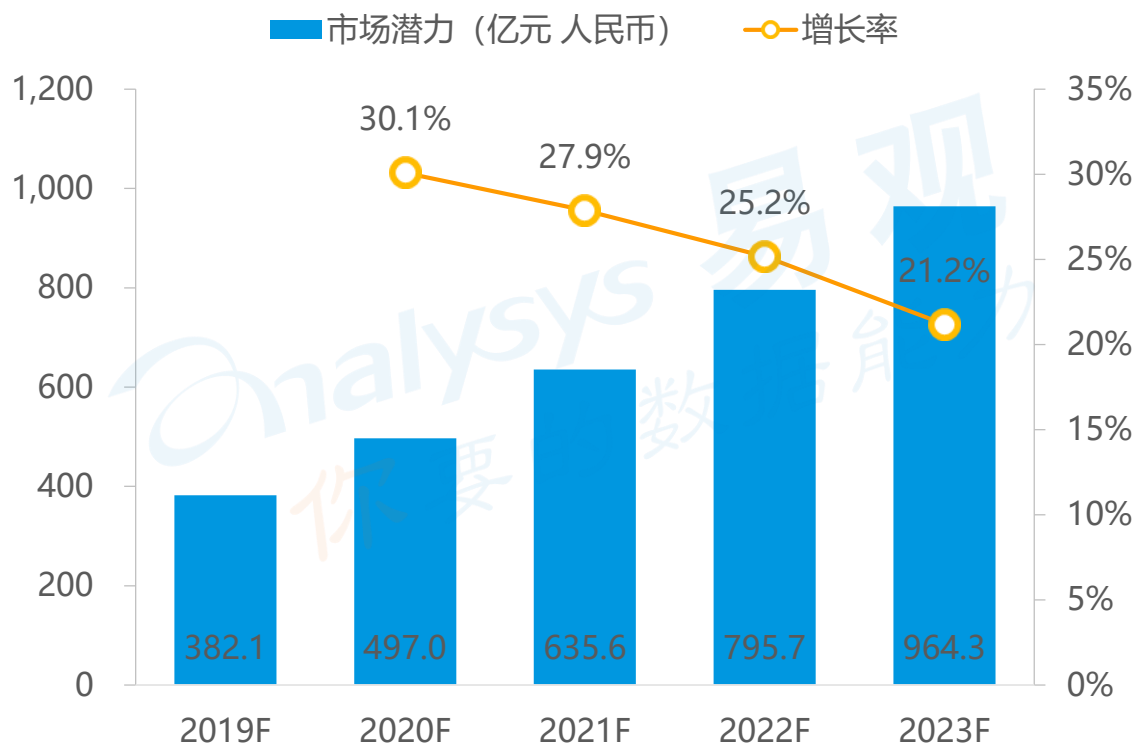
扩展层

广播电视音乐 | 卡拉OK | 影视、游戏、动漫音乐

数据驱动精益成长

市场潜力分析：目标客群持续增长、供给端积极挖掘用户需求并快速扩张，音乐陪练教育市场潜力将接近千亿

2019-2023年中国音乐陪练教育市场潜力预测



数据说明：不同于实际发生的市场交易规模，市场潜力是指在一定的市场环境下，市场需求可能达到的最大数值。图中对市场潜力的预测综合考虑了潜在客户的数量、客单价、互联网教育行业整体增速、产业链扩张等多方面因素。

音乐陪练教育市场潜力分析：

- 1 此前，二胎政策的实施带起新一轮婴儿潮，加之素质教育风潮涌起，预计中国琴童数量将持续、快速增长，为音乐陪练教育市场的发展提供了庞大的目标用户基数。
- 2 目前，音乐陪练教育行业总体尚处于启动期，随着头部厂商持续教育市场并进一步引导、挖掘用户需求，陪练市场的潜力将被撬动，进入高速发展阶段。
- 3 音乐陪练涉及考级培训等教育产业以及乐器制造、音乐会等音乐产业，从中国互联网教育和音乐产业的广阔规模可以预计到：随着厂商逐步向上下游扩张，音乐陪练教育产业规模将得到进一步放大。

师资力量和用户体验是音乐陪练行业的关键成功要素

师资层面

资源

01

优秀教师资源

- 教师招聘层面上，在学历、证书、经验等维度严格把控入职教师的水平；
- 具有足够的品牌影响力和合理的薪酬体系是吸引优秀师资加入的前提。

培训

02

师资培训

- 根据目标客群和业务流程，在教学内容、方法、技巧等方面对教师进行专业培训；
- 形成标准化教学体系，避免学员因更换教师产生不适应。

管理

03

教师考核体系

- 建立教学评价和教师考核体系，从师资管理层面保障教学质量；
- 通过与之配套的激励体系提高教师的授课热情。

课程体验

流程

01

标准化流程

- 对授课流程进行科学设计和统一规范，从而提高教学的标准化和可控性；
- 通过标准化教学流程提高整体授课效率，实现规模化复制。

评价

02

学习效果评价体系

- 构建评价体系对授课效率、教学效果进行评估，实现学习成果的可视化，使用户能够直观衡量陪练课程的作用，增强目标客群的认同感和复购意愿。

技术

03

软硬件智能化

- 以音频、视频的精准度来保障指导的准确性，对于音视频处理技术的要求较高；
- 人工智能技术与陪练教育场景的融合是厂商技术实力的重要构成。

PART 3



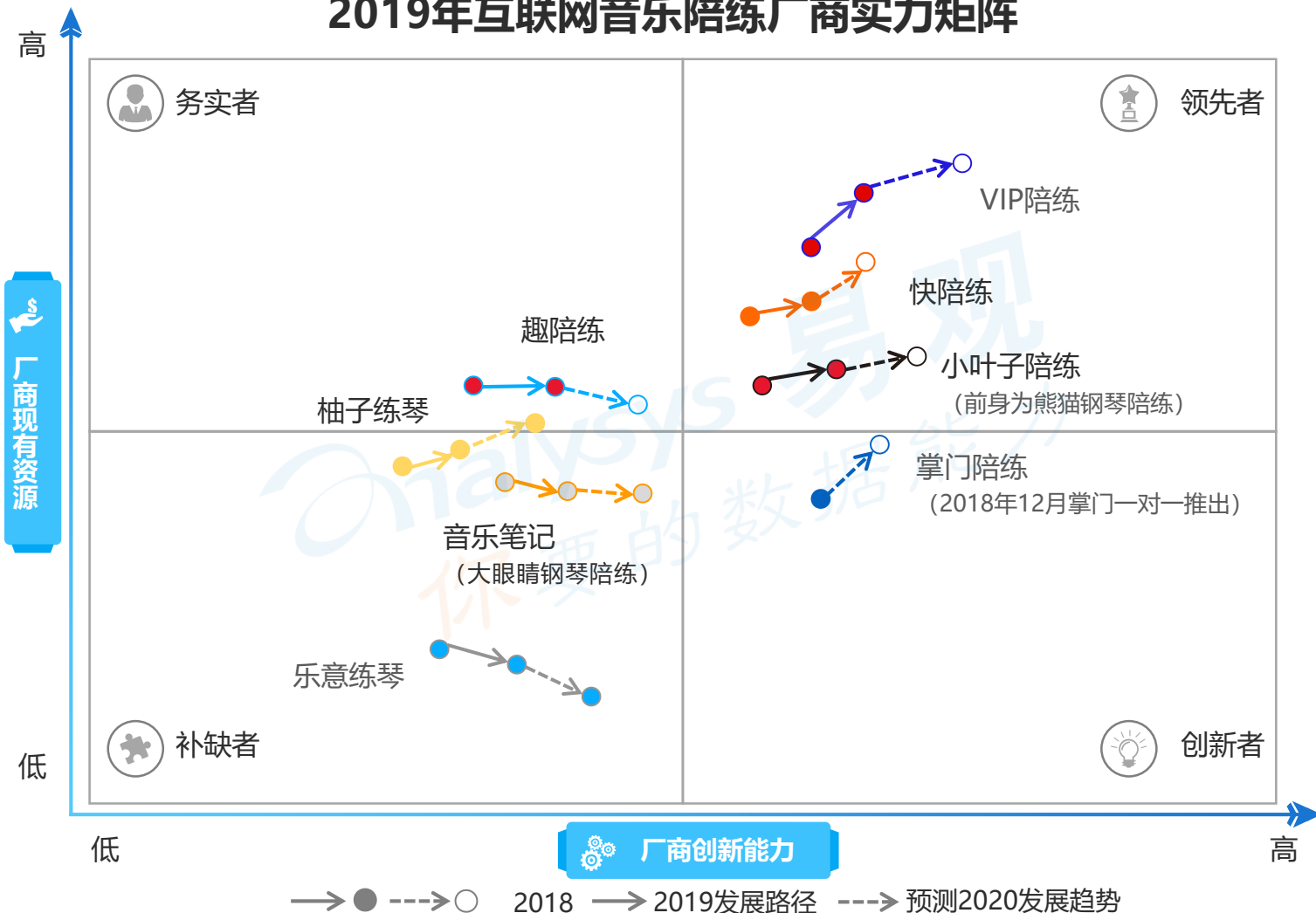
互联网音乐陪练行业玩家动态

© Analysys 易观

www.analysys.cn

互联网音乐陪练行业典型玩家实力矩阵评估

2019年互联网音乐陪练厂商实力矩阵



- 选取互联网音乐陪练行业中8家代表厂商进行评估。无论是从现有资源还是从创新能力来看，VIP陪练都处在行业第一的地位，这主要是由于VIP陪练已经跑通了商业模式和盈利模式，在融资、营收和用户规模等方面都站稳了领先地位。同时，VIP陪练高度重视对相关技术的探索，持续深耕产品研发和教研培训，预计其行业地位将得到进一步巩固。
- 易观分析认为，随着音乐陪练赛道不断发展，现有厂商的竞争将持续加剧，且会有更多新玩家和综合类巨头进入赛道。目前，厂商主要通过提升师资力量和技术水平、快速抢占用户形成竞争壁垒。因此，虽然行业的进入壁垒整体较低，但中小机构的发展将普遍面临师资和学员获取难的问题。

实力矩阵评价模型指标构成及指标含义说明

一级评价指标	二级评价指标	指标含义	权重
厂商现有资源	用户规模	主要考核厂商现有注册用户和付费用户等指标	20%
	资本规模	主要考核厂商的资本实力和融资情况	15%
	教育资源	主要考核厂商现有的师资力量、产品体系和教研成果等指标	35%
	经济效益	主要考核厂商的客单价、销售情况和营收情况等指标	30%
厂商创新能力	经营模式	主要考核在经营模式方面的创新程度和创新能力等指标	15%
	用户粘性	主要考核厂商的用户留存率、课程使用频率和复购率等指标	20%
	技术能力	主要考核厂商的技术投入、技术成果等指标	35%
	营销能力	主要考核厂商营销活动的频度、传播广度及市场反馈等指标	30%

Analysys易观综合上述指标对互联网音乐陪练行业预计2020年将处于领先者位置的三家厂商的现有优势进行如下综述：

- **VIP陪练**：作为音乐陪练教育行业的头部企业，VIP陪练已经在多方面占据行业第一地位。2018年11月，VIP陪练完成总额1.5亿美元的C轮融资，创下素质教育行业融资纪录。从运营数据上来看，VIP陪练覆盖近100个国家的100万学员，2019年7、8月总计营收超过3.3亿，无论在用户体量还是营收规模方面都达到行业第二梯队（2-5名）总和的数倍。
- **快陪练**：强调师资质量，以6层严选保障师资团队的专业性，并通过培训进一步强化教师水平。通过合作线下琴行机构、音乐教师打通线上线下音乐教育渠道。截至2019年4月，快陪练约有1万名付费学员，单月营收接近一千五百万。
- **小叶子陪练**：基于在智能音乐教育领域形成的优势进军钢琴陪练行业，自主研发的智能钢琴、智能灯条等智能硬件产品为其陪练业务的发展打下技术基础，在模式方面将AI陪练和真人在线陪练相结合，并以双向视频增强了学员和教师间的交流互动。

互联网音乐陪练行业代表厂商竞争格局概述

	VIP陪练	快陪练	小叶子陪练	掌门陪练
成立时间	2014年12月	2016年11月	2017年底上线钢琴陪练	2018年11月
融资进度	C轮 1.5亿美元	Pre-A轮 1000万美元	D轮 数千万美元	/ (无单独融资, 所在集团掌门教育E轮获投3.5亿美金)
业务覆盖	服务覆盖5大洲, 近100个国家; 付费用户遍布54个国家	遍布国内34个省市和全球5个国家 (截至2019年1月)	/	/
业务模式	1对1真人陪练	1对1真人陪练	真人陪练+AI陪练	1对1真人陪练
陪练科目	钢琴、小提琴、古筝、手风琴	钢琴	钢琴	钢琴、小提琴
学员数量	累计服务学员100万+	平台付费学员数超过一万人 (截至2019年4月)	注册用户累计超过20万人 (截至2018年3季度)	/
技术优势	音视频识别技术; 鹰眼镜头; 智能教室; 课堂数据可视化	双向鱼眼摄像头技术; 音乐识别和学习过程数据化处理	双向全景视频; 智能钢琴; 智能钢琴教室和琴房	依托掌门教育的AI能力和数据积累为学员定制学习方案
经营情况	2019年7、8月总计营收超过3.3亿; 3年销售金额复合增速达822%	2018年年底实现单月营收破千万; 截至2019年4月单月营收接近一千五百万	2018年突破单月千万业绩	/

备注: 无特别说明的数据信息截止于2019年8月底。数据根据企业深度访谈、公开财报或者厂商其他公开信息获取; 融资信息来源于IT桔子。
业务模式: 主要是指厂商布局在线音乐教育的业务开展方式或者说是教育服务方式。

VIP陪练：基于优势资源完善教育生态，进一步巩固头部地位

- 作为行业领军企业，VIP陪练不仅具备业务先发优势，且频获资本青睐。VIP陪练基于师资、教学、技术等方面优势，在用户规模、营收情况等多项指标上都表现亮眼。VIP陪练将继续发力产品研发、教研培训及数据技术探索，打造完整的生态闭环进一步巩固行业地位。

业务运营：深耕师资团队和相关技术，全面赋能音乐陪练教学



生态布局：基于自身的多方面经营优势开展线下高校合作、探索多元化内容输出形式



快陪练：打造专业师资团队，合作线下琴行寻求共赢

- 快陪练成立于2016年11月，专注于4-16岁琴童的在线钢琴陪练。凭借专业的师资力量、完备的模式和高质量的教学，快陪练于2019年4月获得1000万美元Pre-A轮投资，并实现了月营收突破千万级别。



小叶子陪练：立足模式差异化和硬件智能化发展综合音乐教育

- 小叶子音乐教育是一家以智能钢琴起家的智能化音乐教育企业，小叶子陪练是其于2017年底推出的在线钢琴陪练平台。相较于其他音乐陪练头部厂商，小叶子陪练采用教师学生双向视频、AI+真人陪练的模式，并基于智能硬件形成差异化竞争优势。

◆ 小叶子音乐教育公司不断开拓线下智能教学业务

◆ 陪练业务内容和模式具有一定差异化优势



掌门陪练：依托掌门教育资源优势，精准切入音乐陪练赛道

- 掌门陪练是掌门教育于2018年11月底推出的品牌，主打1对1在线陪练，专注于4-14岁青少年练琴问题，目前已推出钢琴陪练与小提琴陪练两种服务。掌门陪练基于集团在K12教育领域形成的品牌知名度和教育资源优势入局音乐陪练赛道，并迅速占据了一席之地。

掌门教育旗下的业务矩阵形成生态优势

- 掌门教育定位为高端在线教育连锁集团，目前旗下已拥有掌门1对1、掌门少儿、掌门陪练三大品牌：



—— K12在线辅导业务

- ✓ 2009年推出，主要为4-18岁学生提供全学科在线1对1定制教育。目前已成为掌门教育的核心竞争力。



—— 素质教育：学科思维

- ✓ 2018年11月底推出，针对4-10岁青少年提供学科思维训练，包括语文思维，数理逻辑，学习力三大课程。



—— 素质教育：音乐陪练

- ✓ 2018年11月底推出，为4-14岁青少年提供陪音乐练服务，包括钢琴陪练与小提琴陪练。

掌门陪练以专业严谨的师资体系切入市场

- 掌门陪练的师资团队均通过专业背景筛选，教学经验丰富，平均教龄5-12年，经过严格的培训与考核，以满足各类陪练教学需求。



PART 4



互联网音乐陪练行业趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

通过切入更多音乐教育模块、向音乐设施硬件制造等上下游方向延伸，实现商业扩张和生态完善

- 随着商业模式的成熟和业务的标准化，音乐陪练教育厂商可以基于自身的品牌和资源优势，从主流乐器陪练向更多音乐教育模块发展，匹配多元化需求，获得长尾收益。广阔的上下游产业链也决定了音乐陪练的头部厂商可以通过辐射相关产业构建丰富的音乐教育生态。

业务内容扩展

拓展多元乐器陪练科目

- 如提琴、萨克斯等乐器同样具有专业性强、对陪练教育需求大的特点。

发展音乐考级等教育内容

- **音乐考级培训**作为刚需，占据了音乐教育市场的大部分份额，亦是音乐陪练厂商的教育服务扩张方向。

打造音乐教育生态闭环

- 随着优秀师资和生源的积累，厂商将提供更多音乐教育内容，进而**向综合性音乐教育平台发展**。



商业拓展基础

- ✓ 品牌影响力
- ✓ 客户资源
- ✓ 师资力量
- ✓ 标准化可复制模式
- ✓ 资本实力
- ✓ 技术实力



上下游产业延伸

向音乐设施硬件制造延伸

- 研发**智能乐器、智能音乐教学设施**等，向制造端延伸提高陪练精度。

教育内容输出形式多样化

- 利用已有教育资源探索内容输出形式，例如**夏令营、图书与音像**、VIP陪练推出的**音乐知识课堂**。

通过内容衍生丰富产业生态

- 以**音乐会演出、综艺节目、打造IP**等方式在音乐陪练教育的基础上开发衍生内容。

技术的发展 and 落地提升用户体验，助力探寻在线音乐教育新形式

- 通过智能乐器研发和软硬件的智能化提高音乐陪练效率与体验



趋势总结

- 鹰眼镜头、智能钢琴、智能陪练设备等配套软硬件产品的出现和发展为在线音乐陪练教育的发展奠定了技术基础，目前智能技术和大数据算法已经成为在线音乐教育头部厂商的重点布局方向。
- **通过技术提升教学效率、完善教学效果评价体系将是互联网音乐教育的长期趋势。**在这一过程中，技术将对在线音乐教育的各个环节进行升级改造，推动音乐教育向高效与智能化方向发展，并为模式创新带来更多可能性，促进行业变革。

- 技术在教学过程和教学结果层面的落地让个性化音乐教育得以实现

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号