

教育连锁企业OMO模式的 挑战和机遇



目录

01 引言

02 线下连锁教培机构重点关注的财税问题

03 转型“OMO模式”所面临的财税挑战和机遇

01 引言

教育行业OMO模式发展背景

- 2020年，疫情的到来加速了OMO模式在教育行业的概念普及、实践和推广，OMO模式是未来教育发展的趋势

OMO模式的定义

- OMO (Online-Merge-Offline) 模式，即线上与线下融合模式，是继O2O (Online To Offline) 模式之后，利用科技发展带来线上线下快速融合，市场效率大幅提升的商业模式
- 教育领域的OMO模式，是一种多场景融合、依靠科技进行线上线下深度融合、优势互补、各取所长的教学模式
- 目前教育领域的OMO模式仍处于早期的探索阶段，在线教育的形式和线下教育的形式还有很多探索的空间

OMO模式的形态



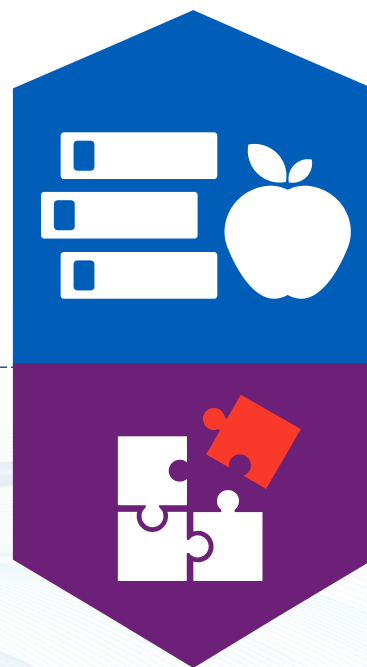
线上教学、线下服务



线上服务、线下教学



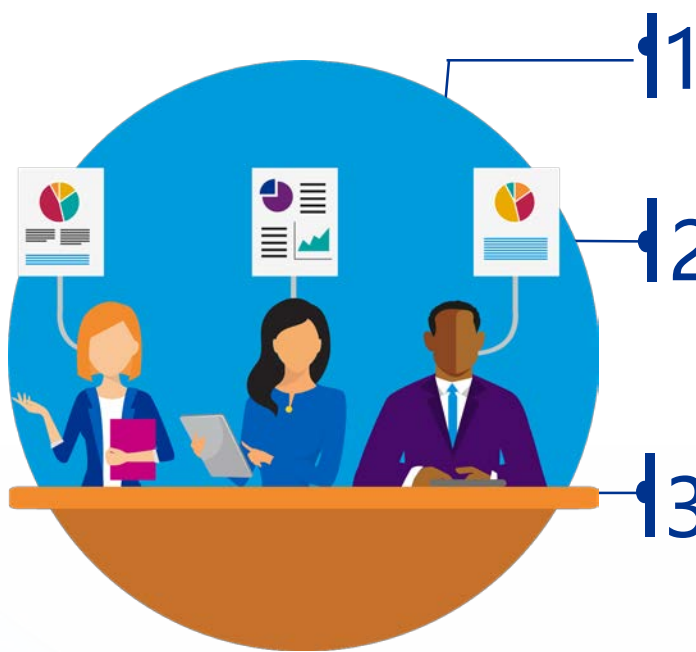
线上教学和服务同时
兼具线下教学和服务



参考文献：刘斯文：教育OMO模式大爆发 谁是头号玩家。 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1652469639273773607&wfr=spider&for=pc>, 2019-12-10

教育行业OMO模式发展背景（续）

教育连锁企业对“OMO模式”的趋势见解



1 “OMO用一句话说清楚就是把线上线下的优势融合利用到极致。公司可以兼得线上营销的快速触达和线下营销的精准低成本，学生可以随时切换在家线上学习的便利或者在线下校区学习的氛围和专注，老师可以在现场或者云端或者幻化成AI虚拟老师的一部分”

—— 松鼠Ai 创始人 栗浩洋

2 “OMO这个概念本身一直都是随着行业业态、技术、场景及需求的动态变化，而不断的清晰和界定。OMO的通俗的理解其实就是优势互补，因此OMO模式核心本质就是新的技术带来新的应用场景、新的产品优势，新的需求提炼，再把以上几项新的优势结合原有的老优势进行有效融合，从而创造出更高效率、更低成本、更大规模的产品赋能”

—— 立思辰大语文副总裁 金鑫

3 “OMO是继O2O之后新的商业模式，充分利用科技手段融合线上和线下多场景，最开始出现于新零售，目前在教育领域成为热点。但还处于概念导入期（第二阶段是问题解决期，第三阶段是系统方案期，最后才是标准规范期，标志着模式真正落地），概念导入期更多的是理解和争辩概念，寻找目标价值和应用领域，发现问题并尝试解决。OMO最大的优势是服务体验、服务效率。但是，教育领域不同于新零售领域，教育的服务过程（包括市场销售，包括教学服务）重视体验，但教学和学习过程本身是需要专注和纪律的，所以学习过程中不恰当的多场景反而会干扰专注、增加学生的认知负荷，不能为了OMO而OMO，需要精心挑选环节、设计场景”

—— 北大青鸟研究院院长 肖睿

教育行业OMO模式发展背景（续）



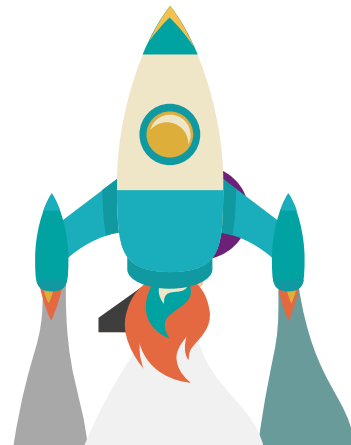
转型OMO模式的障碍

- ❑ 企业自身现有的在线教育水平：
 - 线上教学的师资条件、产品销售渠道、拓客经验、引流产品和机制
 - 教务信息化管理水平，AI智适应教育、大数据、云计算等信息化技术的支撑
- ❑ 企业所在教育领域的细分行业、生态和竞争度
- ❑ 教培企业的规模及资金支持，即教培企业是否有必要及有资金支持转型OMO模式



转型OMO模式怎么做

- ❑ **教育线上化**：对于传统线下机构而言，把线下做不到的场景或者效率比较低的场景率先线上化，例如：以智适应教育为例，利用AI智适应技术的深度知识追踪、个性化教育路径匹配、效果评估等，依托线下课程和服务设计出一套完整的线上产品
- ❑ **教务信息化**：对线上招生、学院、排课以及各种教务进行信息化管理
- ❑ **组织架构调整**：调整组织结构，适当配备更多的服务跟进人员跟进学员线上学习后的情况，例如线上老师+线下班主任的结合，让优质的授课老师更加专注地授课；此外，组织结构调整还涉及线上销售团队的组建，疫情期间无法在线下实现的销售增长应考虑如何在线上实现
- ❑ **控制线上获客成本**：网络搜索引擎、社交媒体、自媒体、短视频等，将可能成为主要的线上获客渠道。线上流量加线下地推精准获客，有效控制线上获客成本，考虑投资回报率（课程推广期除外）
- ❑ **匹配及完善线上线下服务体系**：由于线下获客成本相对线上的低，且线下服务具有天然的参与感，能增加客户信任度，线下服务门店可考虑升级改造为线下体验店，主要作用是宣传引导和体验，而教学、课后服务、教务管理、购买课程等其他环节全部在线上完成



参考文献：[1] 深学邦交流营：教育机构OMO转型究竟该怎么做？. <https://www.jianshu.com/p/c6bd9ae28c07>, 2020-03-11
[2] 冯伟. 疫情后线下教育OMO转型思路. <https://www.dingwei.cn/news/info/81>, 2020-03-13

02

线下连锁教培机构 重点关注的财税问题

线下连锁教培机构重点关注的财税问题



收入端典型财税问题

- ✓ 赠品/赠课、试听课等增值税和企业所得税视同销售问题
- ✓ 积分兑换的税务处理
- ✓ 预收学费的收入确认

支出端典型财税问题



商业模式
合理性

法律合规性

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38453

