

AI赋能：松鼠AI智适应模型营销模式的分析与研究

杜涵斐

南京邮电大学马克思主义学院，江苏 南京

收稿日期：2025年9月30日；录用日期：2025年10月28日；发布日期：2025年11月21日

摘要

在数字化时代背景下，人工智能技术作为新一轮科技革命和产业变革的核心驱动力，松鼠AI智适应教育大模型作为国内首个将智适应技术与大模型结合，运用于教育领域的专用大模型，该技术平台基于多项创新突破，独创的MCM模型(思维模式——Mode of thinking、能力——Capacity、方法——Methodology)，通过将学生的思想观念、价值判断能力和学习方法进行量化评估与精准培养，为智能教育的精准化、科学化提供了技术可能，代表着AI赋能思政教育的重要发展方向。本文针对在人工智能教育市场面临的内外部竞争环境下，以松鼠AI智适应模型为研究对象，将深入探讨松鼠AI在市场中的营销模式及未来发展趋势，并提出了松鼠AI教育培训机构在市场营销中存在的挑战和解决方案。松鼠AI这种多维度、立体化的营销创新组合，精准触达并服务目标市场，使得松鼠AI在竞争激烈的国内教育科技市场中，有效地构建了品牌壁垒并实现了快速增长，也为其他行业和相关领域提供了有价值的参考。

关键词

松鼠AI，智适应，人工智能，营销模式

Analysis and Research on the Marketing Model of Smart Adaptive Model of Squirrel AI Empowered by AI

Hanfei Du

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: September 30, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 21, 2025

Abstract

In the digital era, artificial intelligence (AI) serves as the core driving force behind the new wave of

technological revolution and industrial transformation. As China's first dedicated large model integrating adaptive intelligence with educational applications, the Squirrel AI Intelligent Adaptive Education Model stands out through its groundbreaking innovations. This technology platform employs the unique MCM framework (Mode of Thinking, Capability, Methodology) to systematically evaluate and cultivate students' cognitive patterns, value judgment capabilities, and learning methodologies. By enabling precise scientific education, it represents a pivotal direction for AI-enhanced ideological and political education. This study examines Squirrel AI's marketing strategies and future trends within China's competitive education tech market, addressing challenges and proposing solutions for educational institutions. Through its multidimensional marketing innovation, Squirrel AI effectively targets and serves its target audience, establishing brand barriers and achieving rapid growth in the fiercely competitive domestic education tech sector. The model also provides valuable insights for other industries and related fields.

Keywords

Squirrel AI, Intelligent Adaptive, Artificial Intelligence, Marketing Pattern

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

面对当今教育领域存在的问题，人工智能的介入，可以促进教育资源的均衡化，通过提高学习效率来减轻学生的学习负担。在教育技术领域，国内较早研究适应性学习的余胜泉教授，他在 2000 年就已经提出适应性学习是未来远程教育的发展趋势，并且强调互联网技术、人工智能技术、自适应测试技术在教育中不可替代的作用，提出以个性化学习为重点的适应性学习模式，强调自主学习诊断，动态组织学习内容和策略为适应性学习模式的关键步骤[1]。2018 年，姜强、赵蔚教授等人开始了自适应在学习分析模型方面的研究，基于数据与环境、方法和目标等方面构建大数据的个性化自适应在线学习分析模型[2]。2019 年，姜强教授等人深入分析个性化自适应学习的元认知与开放学习者模型、自主学习方式、信息可视化处理和大数据学习，强调高等教育信息技术的长期发展趋势是个性化自适应学习，具体在智能感知、个性化、预知性、动态平衡、智能化评价等方面有体现[3]。

在教育市场营销领域，AI 技术的应用使其能够更精准地洞察消费者需求并提高营销效率。基于这种人工智能的自适应学习系统，并通过个性化的教学方法，重新定义了教学与学习[4]。松鼠 AI 作为一家在教育领域崭露头角的人工智能公司，充分利用 AI 技术占领市场竞争力。近年来，部分学者开始探析松鼠 AI 品牌的营销传播问题。例如，范蕾蕾与向永心从松鼠 AI 的品牌定位、传播渠道、公关互动三个角度研究提升在线教育品牌的传播效果[5]；兰文超则结合传统教育机构的营销策略，提出了针对松鼠 AI 教育培训机构的营销策略[6]；王峰基于在“双减”政策下深刻探讨了松鼠 AI 的发展路径和突破口[7]。尽管这些研究在品牌探索、营销策略与发展路径方面取得了积极进展，但针对今天众多 AI 教育品牌的涌现和大大增加了的商品竞争力，松鼠 AI 的营销模式需要进一步剖析以面对营销中存在的挑战，对品牌的深远发展具有重要意义。

2. 松鼠 AI 智适应模型技术核心和特点

自适应教育是一种利用技术来促进学习者个性化学习体验的样态，其核心在于个性化学习路径规划、

数据驱动决策、及时反馈支持以及学习内容个性化[8]。“智适应学习”的运作过程可以简单概括为：搜集学生学习数据，预测学生未来表现，智能化推荐最适合学生的内容，最终高效、显著地提升学习效果[9]。

简洁来说，松鼠 AI 是以搭建智适应学习系统的学习机为核心，与智能学习笔、手表、音箱等设备互联互通，为学生打造一个沉浸式学习体验和智慧的全场景。创始人栗浩洋认为，松鼠 AI 的“智适应学习”系统具备超纳米级的知识点拆分体系，就好像高清电视，当像素细腻度足够的时候，就可以给学生进行更为精准的用户画像，更加清晰精准地看出学生的知识结构掌握良好和没有掌握的部分。

该智适应系统的核心特点在于它的精准个性化，能够将中小学每一个知识点拆分为超纳米级颗粒，将每一个系统里的知识点构建成专属的知识网络结构和知识图谱，在与学生互动检测的过程中，敏锐的捕捉到学生知识点的欠缺处和薄弱环节，从而针对于每一个学生制定和推送专属的学习路径，学习专属的知识点，即自己薄弱的点，从而减少不必要的时间，大大提高学生的学习效率。

该系统模型贯穿“测 - 学 - 练 - 测”的路径[10]，在整个学习过程中，分析学生解题过程中草稿纸的步骤，还能识别到学生的情绪，包括思考过程的时间长短，是否集中注意力等，通过后台的语音支持和文字互动提高学生集中注意力等。整个过程中，无需真人辅助，可实现“全自动授课”。学习结束后，系统会实时收集学生的学习数据，生成学习报告，除了学习当天的报告以外，还包括每一个教学环节的报告，每一个课程小节的学习报告以及整个章节的学习报告，对于学生的学习形成一个及时且长期的反馈[11]。

3. 松鼠 AI 智适应模型的营销现状分析

松鼠 AI 智适应模型目前在国内市场的营销创新方式，融合了线上线下的多种策略，并针对不同城市层级采取了差异化打法，将从线下营销，线上营销，城市策略三个方面进行解读。

3.1. 线下营销

线下推广是教育培训机构传统的推广方式，也是大部分机构较为热衷的营销手段[12]。松鼠 AI 的线下营销并非简单地开设门店，而是构建了一个融合体验、服务与加盟扩张的立体生态，包括以下几个方面：

第一是“AI 自习室”加盟模式的快速扩张与下沉：松鼠 AI 通过加盟模式在全国范围内快速扩张其线下门店网络。实行周边“一校一店”的模式，这些门店通常被称为“AI 自习室”，主要提供周边学校学生的辅助学习服务。其线下门店广泛布局，特别是在三四线城市，瞄准了这些地区优质教育资源相对匮乏的市场痛点。加盟商有意愿加盟，通过省代理人和市代理人的帮助，派各区运营为加盟商提供技术支持与培训，输出包括 AI 学习机、学习系统以及运营管理在内的整套方案。这种“轻资产、重运营”的赋能模式，大大降低了加盟商的创业门槛和运营难度，也吸引了大量创业者，从而实现了渠道的迅速下沉和品牌触达的深化。

第二是“双轨模式”提升体验与信任度：在自习室内，松鼠 AI 推行“智能老师 + 专业督学”的双轨“二对一”的服务模式。AI 系统负责精准的知识点诊断和个性化学习路径规划，而真人督学师则负责学习过程中的监督、答疑解惑、心理疏导和学后沟通反馈。这种“技术精度 + 人文温度”的结合，有效缓解了家长对纯 AI 教学的疑虑，增强了用户体验感和信任感，提升了续费率和口碑的传播。

第三是线下活动点深化互动与品牌渗透：松鼠 AI 定期会举办一些线下交流会、招商说明会以及培训大会活动。这些活动不仅能精准触达潜在加盟商和教育从业者，还能通过现场体验和案例分享，展示其技术实力和教学效果，促进合作意向的达成，同时也是一种品牌形象的强化。

3.2. 线上营销

网络营销是一种新型的营销渠道，逐渐开始被企业和消费者所接受和认可[13]。线上层面，松鼠 AI 的营销创新体现在与前沿流量平台深度合作，以及精细化私域运营上，主要体现在以下几个方面：

第一是与抖音战略合作，重新构造“引流-转化”的闭环。松鼠 AI 与抖音的战略合作是其线上营销的一大亮点，将 AI 驱动的内容利用剪辑工具生成个性化学习内容的短视频，通过抖音算法实现精准内容投放，达到智能化私域运营，形成了“内容精准投放-私域智能运营-线下体验转化”的完整营销闭环。例如，用户可能在抖音刷到提分案例，进入私域后接受 AI 诊断，最终被引导至线下自习室体验或直接购买硬件课程。

第二是公私域联动与精细化的运营，松鼠 AI 非常重视私域流量的构建和运营，并为此举办专题培训大会，分享如何借助线上公域流量、线下实体场景及私域客户网络等协同力量，提升品牌影响力。通过企业微信、社群等渠道推送学习报告、答疑解惑，甚至推广新品和促销活动，提升用户的体验感和生命周期价值。

第三是品牌代言与 KOL 影响力的重视，松鼠 AI 曾邀请杨澜女士作为品牌代言人。杨澜女士因其知名度、专业形象以及在人工智能领域的关注度，与松鼠 AI 的品牌调性相契合，为品牌带来了可信度和正面形象的加持。此外，也与一些商业专家、战略定位专家进行合作或同台分享，这些合作旨在提升品牌在商业领域的专业形象，吸引加盟商和企业级合作伙伴的关注。

3.3. 城市策略差异化

由于不同地区经济水平和教育资源的不均衡，松鼠 AI 在不同层级的城市对应的营销打法也不同，通过个性化一对一的方案提升成功率，其主要表现在以下几方面：

第一，对于一线和新一线城市来说，品牌与技术标杆在这些市场，松鼠 AI 的重点在于树立品牌形象和建立技术信任。它会强调与卡内基梅隆大学(CMU)、中科院等顶尖学术机构的合作，展示其专利技术和研发投入。营销上多采用行业峰会、高端论坛、与知名专家和商业顾问合作等方式，影响高知家长群体和潜在合作伙伴，证明其技术领先性。

第二，对于二三线城市，效果与扩张并重这是松鼠 AI 规模化扩张的核心战场，会把营销策略高度聚焦于“提分”效果和加盟招商方面。通过大量成功学员的案例和可观的加盟店盈利模型来说服和吸引一些谨慎务实的家长 and 创业者。线上通过本地生活平台、城市社群进行渗透，线下则依赖门店体验和口碑转介。此外，与抖音的合作也极大地助力了在这一广阔市场的精准触达。

第三，对于四五线及下沉市场，该智适应教育模型的投入校区大部分位于三线以下城市。智适应技术天然自带下沉和平权的基因属性，一旦用于教学资源匮乏和教学水平落后的四五线城市或偏远的乡镇地区，就有可能提升教学的总体质量。松鼠 AI 很早就在做教育下沉市场，是全国覆盖城市和网点众多的学习体验中心。为了解决刚需与信任构建，在县域市场，松鼠 AI 主打“教育公平”和“普惠教育”，营销上更注重面对面的沟通和实地体验。线下门店的社区属性非常关键，店主往往是本地人，利用熟人关系网络建立信任。营销话术更直白，强调“不用去大城市，也能享受一线优质教育”，直击客户痛点。价格策略和付费方式也会更灵活，会针对于客户的专属付费方案，比较符合当地的消费水平。

4. 松鼠 AI 智适应模型营销方法的分析

对于松鼠 AI 营销方法的分析与研究，主要依托于品牌，产品，技术，运营及系统等几个方面，实现各方互联互通。

4.1. 精准定位与品牌差异化

首先它具有清晰的市场定位：松鼠 AI 提出“松鼠 AI 智能老师，精准补漏成绩好”的定位。这一定位直击一些家长和学生核心痛点，并强调了 AI 的“精准”特性，与传统教育形成差异化，增加了客户的选择价值。

其次它聚焦下沉市场：松鼠 AI 早期就敏锐地意识到三线及以下城市优质教育资源匮乏的机会。其 60%~70% 的校区位于这些地区，通过技术手段将标准化、高质量的教学内容下沉，满足了巨大需求。

最后它重在价值主张升华：除了提分，松鼠 AI 还强调通过其独创的 MCM 模型(思想、能力、方法)来培养学生的学习能力，并将其使命提升到促进“教育公平”的高度，赋予了品牌更深的社会价值感。

4.2. 产品与技术服务驱动营销

产品策略所指的产品，不单单指实物产品，也包括服务、信息等无形甚至虚拟的产品[14]。松鼠 AI 的核心营销策略是“让产品本身成为最好的推销员”。所以在技术投入与背书方面，每年将销售总额的 30% 以上投入研发，并拥有众多专利。这些数据和技术成果本身就是强大的信任状，在营销传播中有效证明了该系统的专业性和可靠性。此外，它的学习效果可达到可视化与实证：通过“人机大战”(AI 教学 VS 真人教学)等形式公开验证教学效果，用直观的数据对比(如“提分效果提升 3~5 倍”)，强有力地说服客户和市场。它的服务模式也会是一种强有力的口碑：智适应系统主打以体验为核心，其 AI 系统能精准定位知识漏洞、提供个性化学习路径。学生提分、建立自信后，会增加学习的兴趣，减少家长的焦虑，从而形成客户的口碑传播，成为一种高效的拉新方式。

4.3. 多元化渠道与精细化运营

松鼠 AI 采用了线上线下结合的渠道策略，为达到更深层次的融合，其中，“打地基”系统每年都要进行几十次甚至百次的迭代升级，达到更快速更精准更高效。

松鼠 AI 具有广泛的线下渠道网络：通过加盟模式快速扩张，已在全国布局超过 4000 家线下门店。这不仅带来了营收，本身也是品牌宣传的触点。他们提出“七年一校一店”的目标，旨在深度覆盖。

在营销运营方面采取线上公域 + 私域联动的方式：首先是与抖音战略合作，这是其线上营销的关键一步。通过抖音企业号生态，AI 可以自动完成学情诊断和课程推荐，从而降低私域运营成本。再利用 AI 剪辑生成个性化内容短视频推送，在抖音实现“内容精准投放 - 私域智能运营 - 线下体验转化”的闭环。私域运营方面也在不断地深化，通过举办“千万利润私域体系培训大会”，强调通过技术驱动进行精细化运营，而非粗放引流，提升了用户生命周期价值。

4.4. 合作共赢的生态系统

松鼠 AI 公司注重通过合作构建生态，赋能伙伴，从而扩大市场影响，主要体现在以下几个方面：首先是赋能加盟商，其加盟模式强调“重运营支持”，为合作伙伴提供“可复制的智能教育生态”，包括技术迭代、督学培训、运营支持等，降低了加盟商的经营门槛，提高了成功率，也保障了品牌体验的一致性。其次是进行跨界合作，与抖音的合作是典型代表。抖音解决“找到人”，松鼠 AI 解决“服务好人”，实现了流量平台与专业服务商的优势互补。最后是学术与行业背书，与中科院、卡内基梅隆大学等国内外机构共建实验室，其案例入选斯坦福商学院、哈佛商业评论等，极大地提升了品牌权威性和高端形象。

5. 松鼠 AI 智适应模型营销存在的问题和解决方案

尽管当前松鼠 AI 营销发展态势良好，规模有迅猛增长的态势，但在快速发展过程中也暴露了一系列

问题。

5.1. 产品策略优化

对于松鼠 AI 教育培训机构来说,产品等同于课程,是市场营销中重要内容之一。对于该机构,在其组织和开展市场营销时存在所推销的产品类型不够丰富,对于不同的人群来说,他们对于教育产品的购买能力以及实际需求也不同,所以所创造的教育产品应该根据客户群体需求的变化进行。要想做好市场营销工作,需要创造出更多高质量的产品。

5.2. 加盟管理策略

加盟商资质的筛查和运营管理部会存在一些疏漏,导致服务质量参差不齐,这反映了总部在加盟商资质审核、日常监管和风险控制上可能存在不足。加盟商方面要加强筛选、培训和管理,庞大的加盟网络对标准化服务质量和运营管控也应提出更高要求。政策上要注重“合规性”,“双减”政策的持续深化要求所有教育企业必须严格在合规框架内创新。

5.3. 用户服务策略

用户体验体现在市场传播和用户认知方面。当前 AI 教育的概念仍需市场拓展, AI 与真人教师的关系需要更清晰的阐释。对于许多用户来说, AI 教学仍然是新事物,还不能够完全信任和依赖,做不到百分百选择。这就需要不断地进行市场教育,如何精准定位知识漏洞、如何与传统教育互补的价值,如何清晰界定“AI 智能老师”与线下“督学”老师的各自优势,并传达“人机结合”的益处,是取得用户信任的关键。用户体验上会存在部分用户体验未达预期,存在退费纠纷。要平衡好“技术”与“温度”的加持,在使用 AI 的同时,更好地融合“真人教师”的情感关怀与育人作用,是持续讲述品牌故事的关键。

5.4. 定价策略优化

有些地区的一些门店收费模式略显复杂,硬件、软件、服务分开收费以及高额课程包的模式,可能会令部分客户感到复杂和决策门槛高,所以价格的透明度有待提升。需要在销售过程中向客户进行清晰的解释各项费用的构成和用途,明示所有的收费项目及标准,以更灵活的定价策略,建立透明的收费和灵活退款的机制。在竞争较为激烈的市场环境下,建议采取竞争导向的定价方式较为合理,和成本定价以及需求导向定价对比来看,采取这种方法更为科学,贴近市场[15]。

6. 结论

松鼠 AI 智适应模型营销的成功,源于其将核心技术能力有效地转化为差异化的品牌价值,并通过线上线下一体化的渠道布局、数据驱动的精细化运营以及构建合作生态等方式。其营销模式的核心在于:以解决真实教育痛点的好产品为基础,用技术赋能营销全链路,最终通过赋能合作伙伴来实现规模化增长和品牌价值升华。其创新核心在于:以 AI 技术为底层驱动,线上线下深度融合,并针对不同城市层级的特点,施行精准的差异化策略。这对许多技术驱动型公司进入消费市场提供了有益的借鉴。这种多维度、立体化的营销创新组合,精准触达并服务目标市场,使得松鼠 AI 在竞争激烈的国内教育科技市场中,有效地构建了品牌壁垒并实现了快速增长。

参考文献

- [1] 余胜泉. 适应性学习——远程教育发展的趋势[J]. 开放教育研究, 2000(3): 12-15.
- [2] 姜强, 赵蔚, 王朋娇, 王丽萍. 基于大数据的个性化自适应在线学习分析模型及实现[J]. 中国电化教育, 2015(1):

85-92.

- [3] 姜强, 赵蔚, 李松, 王朋娇. 个性化自适应学习研究——大数据时代数字化学习的新常态[J]. 中国电化教育, 2016(2): 25-32.
- [4] 崔炜, 薛镇. 松鼠 AI 智适应学习系统[J]. 机器人产业, 2019(4): 84-94.
- [5] 范蕾蕾, 向永心. 全媒体视域下在线教育品牌传播问题探析[J]. 采写编, 2022(8): 169-171.
- [6] 兰文超. 松鼠 AI 教育培训机械营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 长安大学, 2020.
- [7] 王峰. 教育信息化转型样本: 松鼠 AI 受益于“双减”? [N]. 21 世纪经济报道, 2021-11-19(006).
- [8] 李凤英, 龙紫阳. 从自适应学习推荐到自适应学习牵引模型——“智能+”教育时代自适应学习研究取向[J]. 远程教育杂志, 2020, 38(6): 22-31.
- [9] 房晓楠. 松鼠 AI 的“AI + 智适应教育”之路该如何走? [J]. 机器人产业, 2019(1): 80-84.
- [10] 周琴, 文欣月. 从自适应到智适应: 人工智能时代个性化学习新路径[J]. 现代教育管理, 2020(9): 89-96.
- [11] 陶蕴. 基于智能平台的中学物理个性化学习研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2021.
- [12] 秦妍. 教育培训机构产业发展状况及策略分析[J]. 中国产经, 2025(12): 60-62.
- [13] 张素芳, 周微. 中小学课外辅导机构的竞争战略分析[J]. 竞争情报, 2013(2): 33-37.
- [14] 周青, 王祥. 探寻中小型教育培训机构的营销之道[J]. 商业文化, 2011(1): 179-180.
- [15] 程诗棋. A 在线教育公司学习平板营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国地质大学(北京), 2023.