

Insight & Foresight
远见·卓识



“十年树木，百年树人”

——中国教育产业洞察

2018 年 5 月

远卓教育产业研究中心

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

目 录

前言	1
中国教育产业整体态势	2
一、教育产业发展背景	2
二、教育产业整体规模	5
三、教育产业格局现状	7
中国教育产业各细分市场状况	9
一、教育产业版图	9
二、学历教育领域	9
三、非学历教育领域	14
四、在线教育领域	18
中国教育运营企业发展展望	22
一、定位与选择	22
二、“线上+线下”教育生态	23
三、资本融合	23
关于远卓	25
关于作者	26

前言

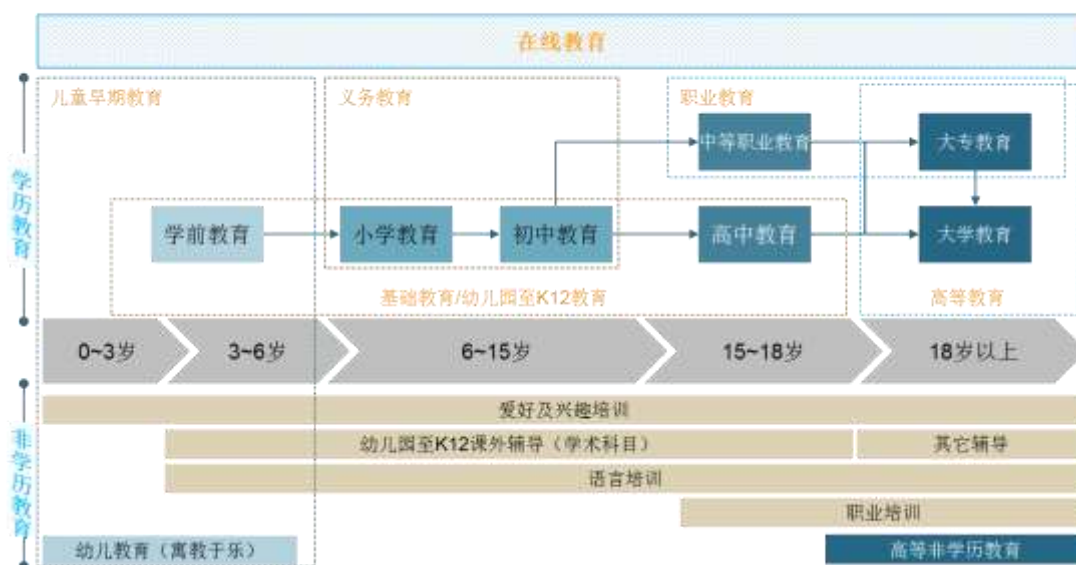
百年大计，教育为本。

十九大报告中强调，教育强国是中华民族伟大复兴的基础工程，必须把教育事业放在优先位置，加快教育现代化，办好人民满意的教育。

中国教育产业方兴未艾，细分板块百花齐放，目前多处于行业集中度爬坡阶段。

对于中国广大教育运营企业来讲，如何抓住当前市场机遇，更好的满足不断增长且呈多元化趋势的各类学习需求，从而实现企业自身的快速发展，值得深入探讨。

中国教育产业版图



中国教育产业整体态势

一、教育产业发展背景

（一）人口回升奠定稳固基础

人口红利仍将持续，需求基础相对稳固。

《国家人口发展规划（2016-2030 年）》显示，中国 2020、2030 年人口总数将达 14.2 亿与 14.5 亿人，总和生育率由 2015 年 1.55 上升至 2020 年 1.80，并基本维持在 1.80 左右，为教育产业的长期发展奠定坚实基础。

中短期来看，受单独二胎政策及第三次婴儿潮自然婚育高峰到来的影响，中国即将迎来第四次婴儿潮，教育产业人口红利将逐步释放。

图 1

中国总人口数量及结构

单位：亿人



资料来源：国家统计局，远卓分析

（二）教育投入持续稳步增加

教育投入主要来自于两方面的增加，一方面是来自国家教育经费的持续性投入，另一方面是来自城镇居民对于教育消费的逐步重视。

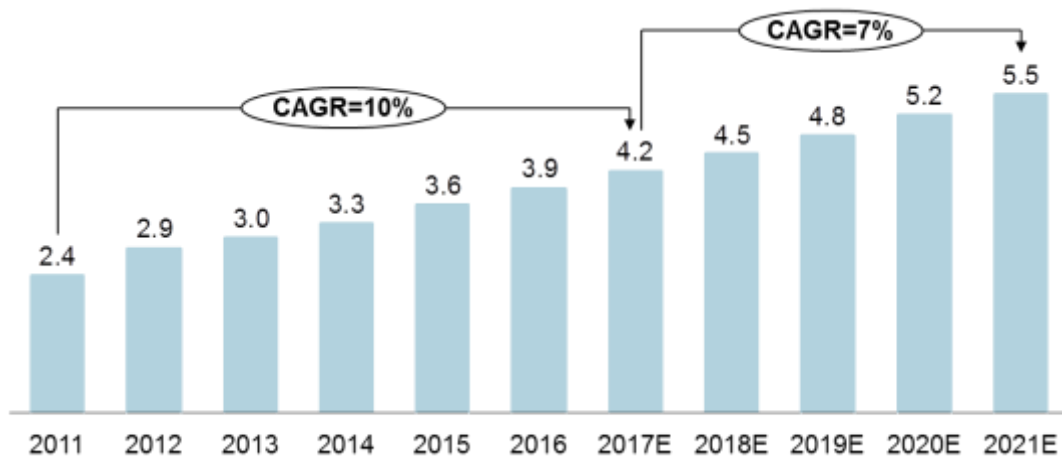
2016 年，中国教育经费总投入为 3.9 万亿。其中，国家财政性教育经费（主要包括公共财政预算安排的教育经费，政府性基金预算安排的教育经费，企业办学中的企业拨款，校办产业和社会服务收入用于教育的经费等）为 3.1 万亿，占国内生产总值比例为 4.22%。

但与发达国家比较，中国教育经费投入仍有较大空间（典型发达国家同期教育经费占 GDP 比重：美国 6.0%，法国 5.5% 以及英国 5.3%）。

图 2

中国历年教育经费及预测

单位：万亿



资料来源：教育部，国家统计局，远卓分析

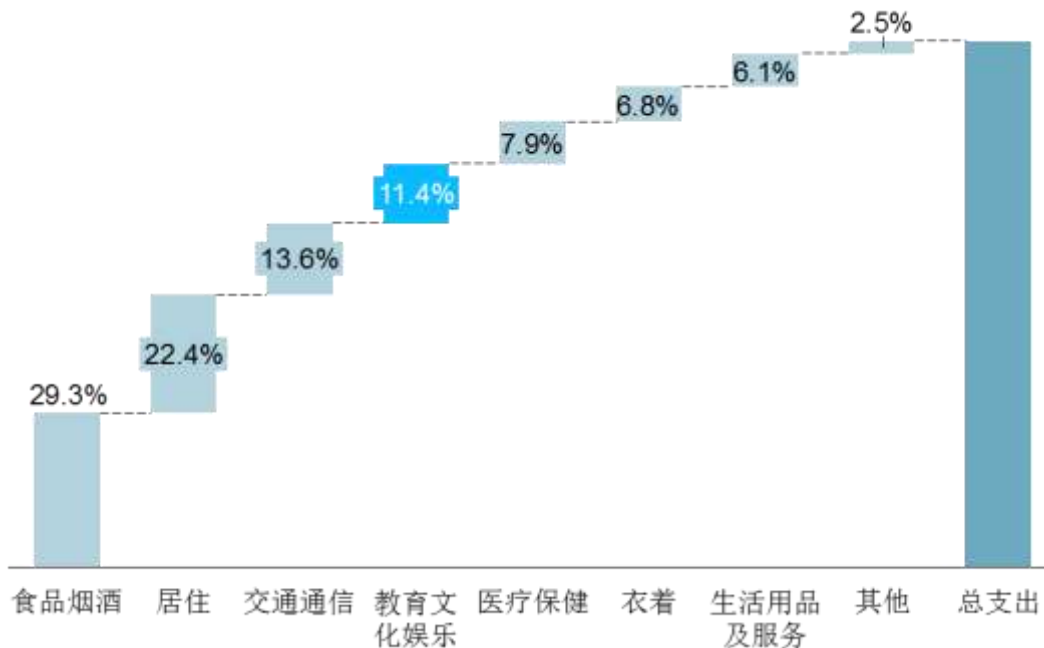
从中国居民的人均消费构成来看，消费结构持续优化，教育消费渐成主流。2017 年，中国居民人均消费支出 18,322 元，呈现持续稳定增长态势。根据世界银行预测，2030 年中国人均消费支出将达到约 36,000 元。与此同时，中国居民恩格尔系数已步入联合国认定的富裕

阶层，未来仍将持续降低，教育有望成为主要消费项目。

图 3

中国居民人均名义消费构成（2017）

100%=18,322 元



资料来源：国家统计局，远卓分析

（三）国家政策法规逐渐完善

2015 年，《中华人民共和国教育法》修订稿通过审议。国家鼓励企事业组织、社会团体、其他社会组织及公民个人依法举办学校及其他教育机构。国家鼓励社会团体、社会文化机构及其他社会组织和个人开展有益于受教育者身心健康的社会文化教育活动。国家鼓励学校及其他教育机构推广运用现代化教学方式。

2017 年 9 月 1 日，新《中华人民共和国民办教育促进法》（以下简称“新《民促法》”）正式颁布实施，分类管理办法破除了民办教育非营利性的限制。

2018 年 4 月 20 日，教育部发布了《教育部关于《中华人民共和

《国民教育促进法实施条例（修订草案）（征求意见稿）》公开征求意见的公告》。实施条例中，对在线教育证照、培训机构办学和收费规范、机构办学要求以及处罚条例等具体实施细则进行了补充修订和完善。

二、教育产业整体规模

（一）整体产业空间规模巨大

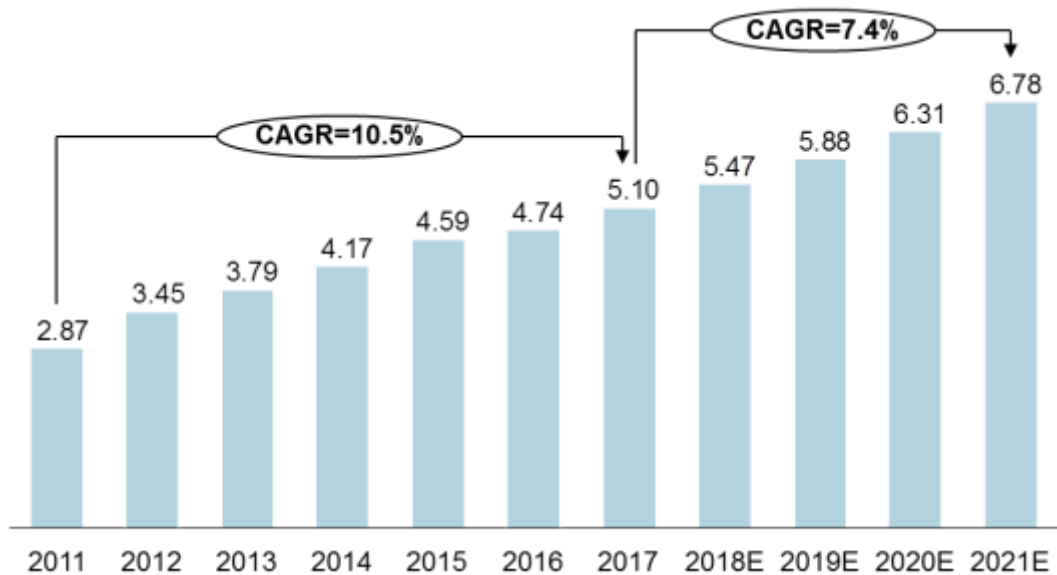
教育产业整体空间规模巨大。

初步统计测算，2017 年中国教育产业规模已经突破 5 万亿。预计到 2021 年，教育产业规模将接近 8 万亿。

图 4

中国教育产业规模

单位：万亿



资料来源：教育部，国家统计局，远卓分析

注：本处计算教育产业规模涵盖国家教育经费支出及居民教育消费支出。

（二）新兴细分市场方兴未艾

社会各个层面对教育的重视程度越来越高，不断涌现规模化的新兴市场机会。

1、STEAM 教育

1986 年，美国国家科学委员会首次提出 STEM 教育概念，指的是科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）、数学（Mathematics），旨在让孩子在科学、技术、工程和数学领域综合发展，从而提高其全球竞争力。2006 年，弗吉尼亚理工大学的 Georgette Yakman 提出来将人文（Arts）加入 STEM 教育，有助于学生从更多视角认识不同学科间的联系，提高自身综合运用知识解决现实问题的能力，STEAM 教育概念自此形成。

在应试教育的大环境下，中国早期的 STEAM 教育领域只有零散的一些课外培训机构，但是伴随着外部市场环境的变化（大环境对素质教育的重视、全球信息化发展、家长群体本身认知水平变化），以及 2015 年之后，国内正式发布了相关政策来支持 STEAM 教育发展，STEAM 教育迎来了快速发展新机遇。

2、国际教育

随着对外开放的步伐不断加快，中国留学人数不断增长。根据统计，1978-2016 年，中国出国留学人员累计已达 458.66 万人。围绕留学相关需求，中国相关国际教育市场快速发展。以国际学校为例，国际学校通常采用国际课程和双语教学，能够让学生较早、较深入地接触、体验和适应国外的学习和生活环境，并且通过学习国外课程提高他们申请海外学校的可能性。对低龄留学生通过提前浸润在类似于海外学习的环境中，可以培养处适合于国外生活和学习的社交能力和学习方式，能够更快速的适应日后国外的学习、工作与生活。基于以上独特优势，中国国际学校数量快速增加，2017 年国际学校在读学生

数量已超过 200 万。

3、在线教育

在线教育包括“传统的”网络教育，即以现代教育教学理论为指导，基于互联网技术或其他数字化媒介传播学习资源，开展以学习者为中心的非面授教育教学活动。在线教育涵盖的教育阶段从胎教/幼教到基础教育、高等教育乃至终身教育等各个阶段，涵盖的内容也包含了语言培训、学习辅导、兴趣培养、技术训练等各个门类。中国在线教育萌芽于面向成人的高校网络教育试点，自 2013 年开始，MOOC 等新兴在线教育形式发展迅速，开启了在线教育发展新高潮。

三、教育产业格局现状

（一） 公立教育改革稳步推进

在中国，关于公立教育改革的声音不绝于耳，由于公立教育的公共产品属性，具有公共性、普惠性、基础性的特征，公立教育改革也主要围绕保障教育公平和提升教育质量，不断深化教育综合改革，优化调整教育结构。

在基础教育阶段，不断推进实施素质教育，促进学生德智体美等全面发展。建立并进一步完善适应素质教育要求的考试评价制度和招生选拔制度，有步骤地在大中城市和经济发达地区普及高中阶段教育。

在高等教育阶段，探讨把扩大高校招生自主权作为解决实质性问题的抓手和突破口，允许高校按照各自的办学和人才培养特色自行制定录取学生的原则和标准。一方面在重点高校进一步推动自主招生力度，另一方面则是持续推动建设以培养实用人才为主的应用型大学和高职业院校。

（二）民办教育蓬勃发展

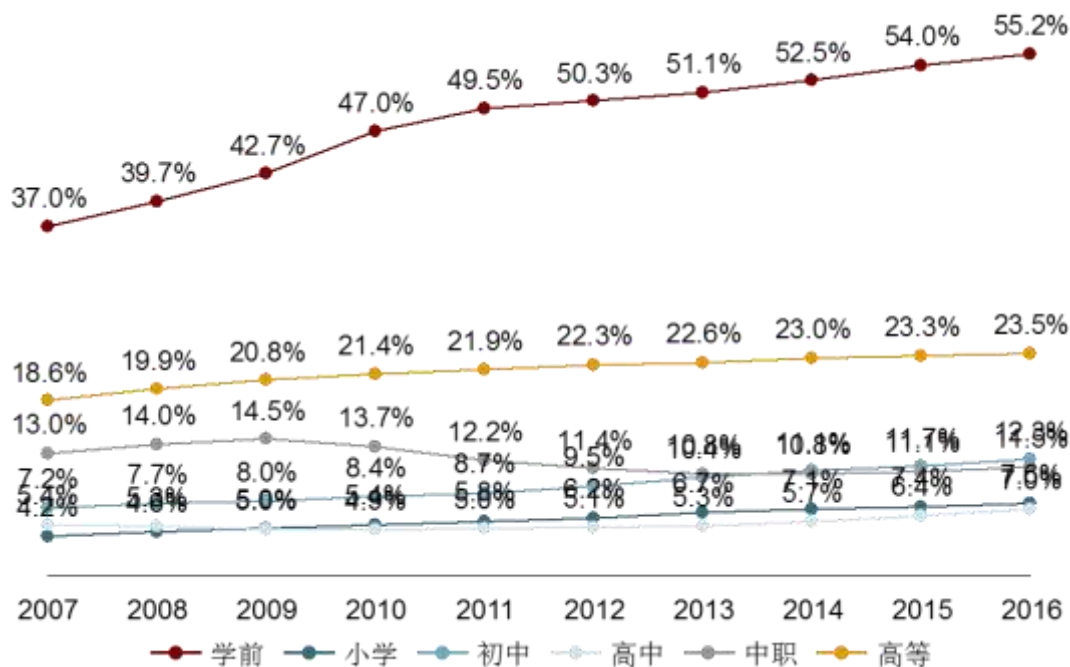
中国民办教育事业取得了长足发展,已成为教育事业的重要组成部分。

在办学机构数量方面,包括民办高等院校、民办中等教育机构、初等教育机构、幼儿园、培训机构在内的民办教育机构总数从 2010 年的 14.8 万所增长至 2016 年的 19.1 万所,年复合增长率为 4.3%。同期,全国公立教育机构总数由 36.8 万所减少至 32.4 万家,年复合增速为-3.2%。

在入学渗透率方面,民办学前教育的渗透率已经超过 55%,高等教育的渗透率也达到 23.5%,基础教育学段的渗透率相对较低,但近几年也呈现稳步增长态势。

图 5

中国教育市场民办学校渗透率



资料来源:教育部,远卓分析

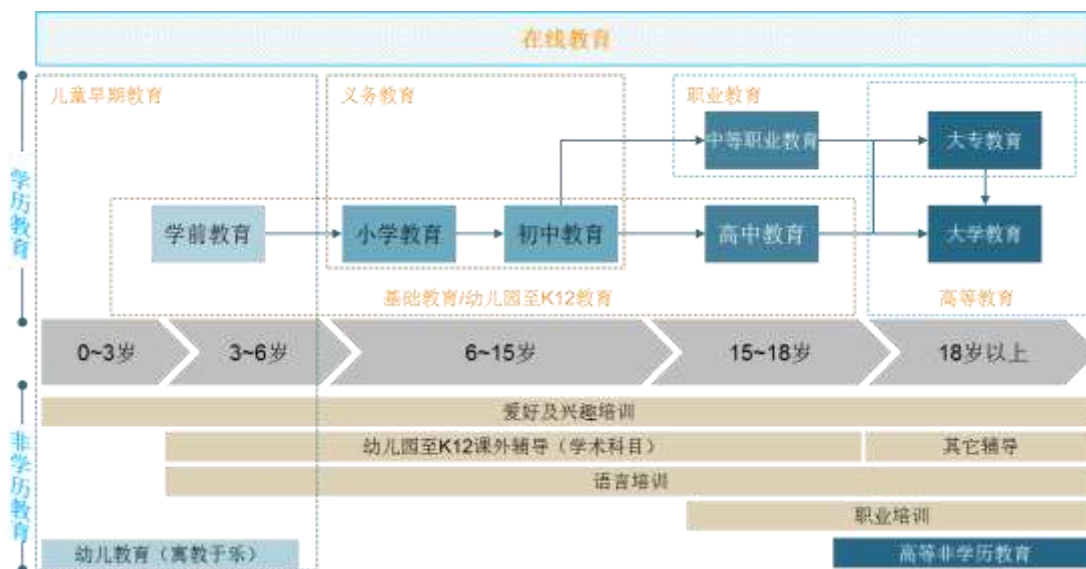
中国教育产业各细分市场状况

一、教育产业版图

教育产业划分维度众多，本文围绕教育运营服务核心，重点研究学历教育、非学历教育以及在线教育三大领域，同时针对幼儿教育、基础教育（K12 教育）、高等教育、职业教育、课外辅导、英语培训、职业培训等重点细分市场进行系统论述。

图 6

中国教育产业版图（示例）



资料来源：远卓分析

二、学历教育领域

（一）发展现状及趋势

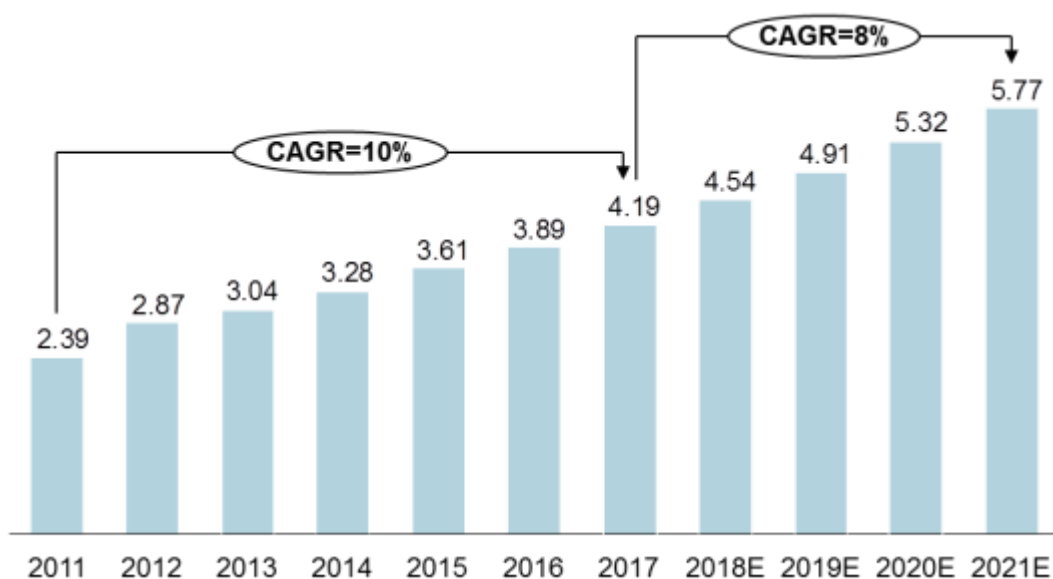
中国学历教育行业过去几年增长迅速，主要受政府公共支出与个人消费增长驱动，其中中国公共教育支出总额占中国学历教育行业总收益约 81.3%。中国公共教育支出总额由 2011 年 18587 亿元增至 2017 年 34091 亿元，约占中国 GDP4.1%。

受益于国家公共教育支出的持续增加，以及家庭对学历教育的持续重视与投入，预计未来学历教育行业规模仍将保持高于 GDP 增速的快速增长态势。

图 7

中国学历教育行业规模

单位：万亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

(二) 典型细分市场

中国学历教育领域按照学段主要可以划分为学前教育、基础教育、高等教育和职业教育市场。本文将重点探讨在不同细分市场中社会资本的市场机会问题（重点探讨各个细分民办教育市场）。

对于学龄前儿童（0~6岁）来讲，更多涉及的是非学历教育领域，本处一并在儿童早期教育市场中统一论述。

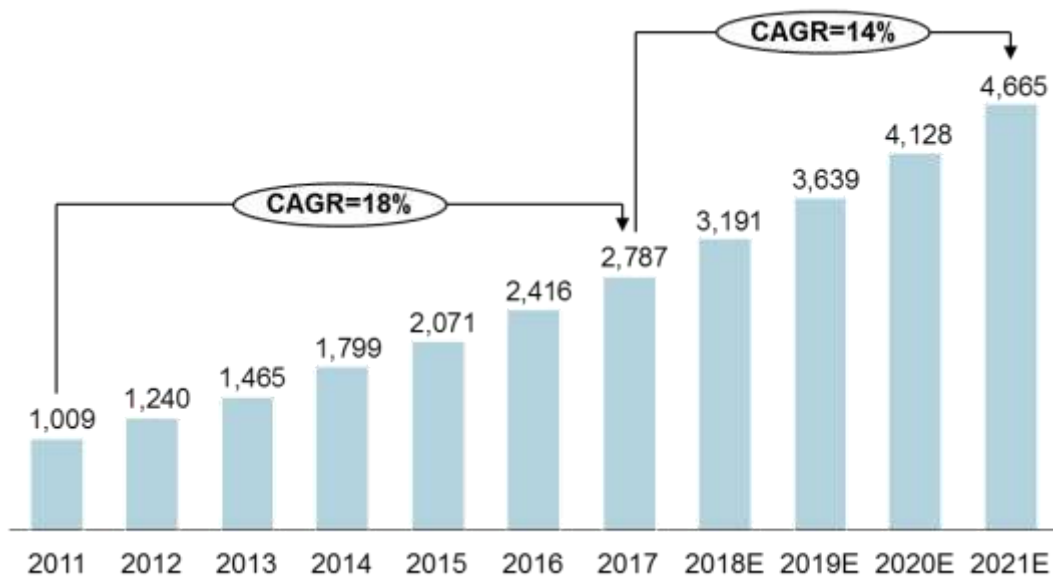
民办基础教育市场：受益于家庭教育支付意愿及能力的增加、国家相关政策支持等驱动因素，中国民办基础教育市场规模过去几年实现了较快的发展增速。

民办基础教育学校一般收取的学杂费高于公立学校。中国民办高中、初中、小学及幼儿园收取的年均学杂费估计分别为 9958 元、4260 元、3839 元及 3823 元（2016 年）。

图 8

中国民办基础教育市场规模

单位：亿元



资料来源：教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

在民办基础教育市场中，民办幼儿园和民办国际学校两个细分市场增长尤其迅速，在一二线城市的渗透率不断提升，并不断下探到部分经济发展水平比较高的三四线城市，民办幼儿园已经基本在全国大部分城市和地区实现覆盖。

截止到 2016 年底，全国共有民办幼儿园到 15.42 万所，民办国际学校 392 所。对应的民办幼儿园市场规模约 1470 亿，民办国际学校市场规模约 165 亿。

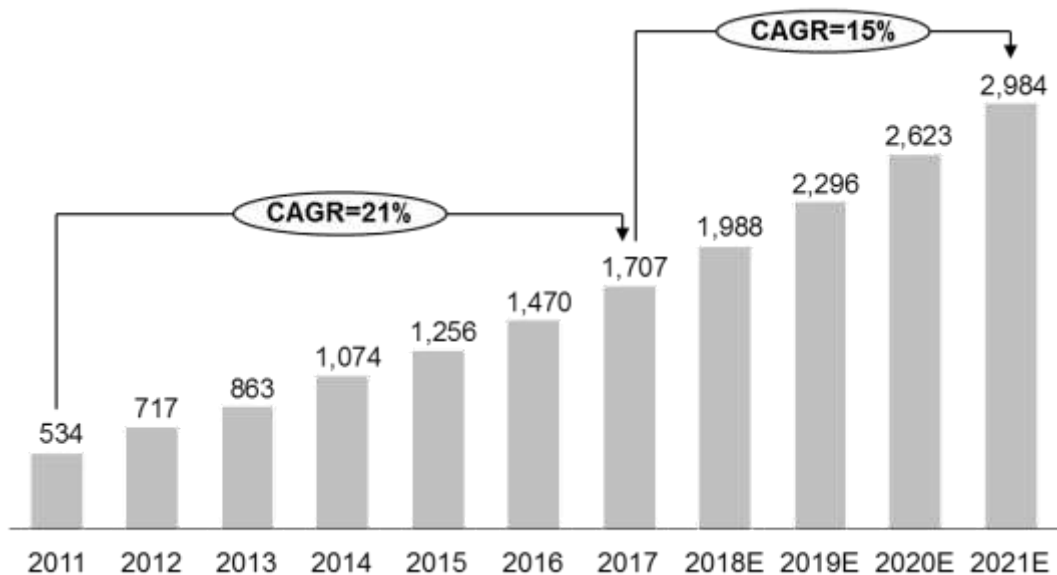
从市场竞争格局来看，民办幼儿园市场极其分散，据初步统计，CR5 市场份额约 1.3%，其中最大的企业红黄蓝（含加盟园）市场份额约 0.4%。民办国际学校市场相对集中度加高，据初步统计，CR5 市场

份额约 20.9%，其中最大的企业博实乐教育集团市场份额约 5.7%。

图 9

中国民办幼儿园市场规模

单位：亿

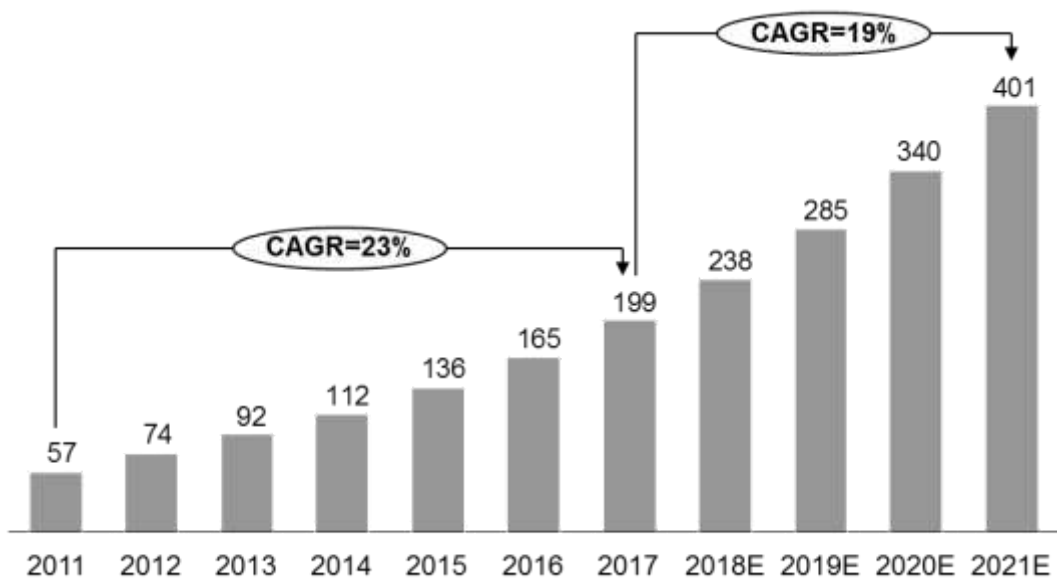


资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

图 10

中国民办国际学校市场规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

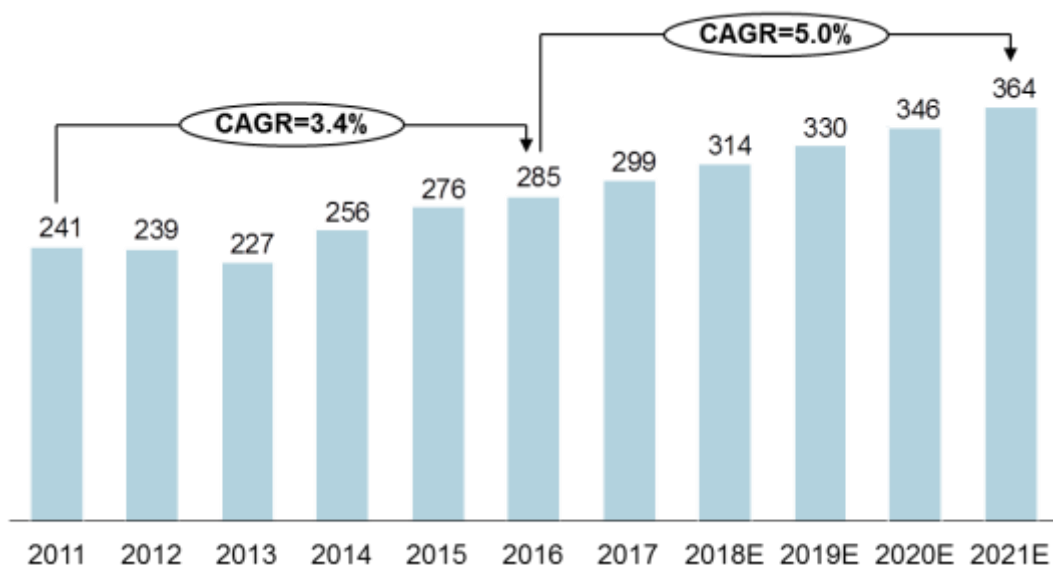
民办职业教育市场：中国民办职业教育的招生人数因 2012 年至 2016 年间教育适龄人口的减少而减少，但自 2013 年国家出台相关补贴政策后，招生人数自 2014 年期缓慢持续回升。

伴随职业教育领域的一系列改革，以及配合国家实现制造强国的战略要求，政府针对职业教育的单生平均投资逐步增加，相应市场预期增长将进一步好转。

图 11

中国民办职业教育行业规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

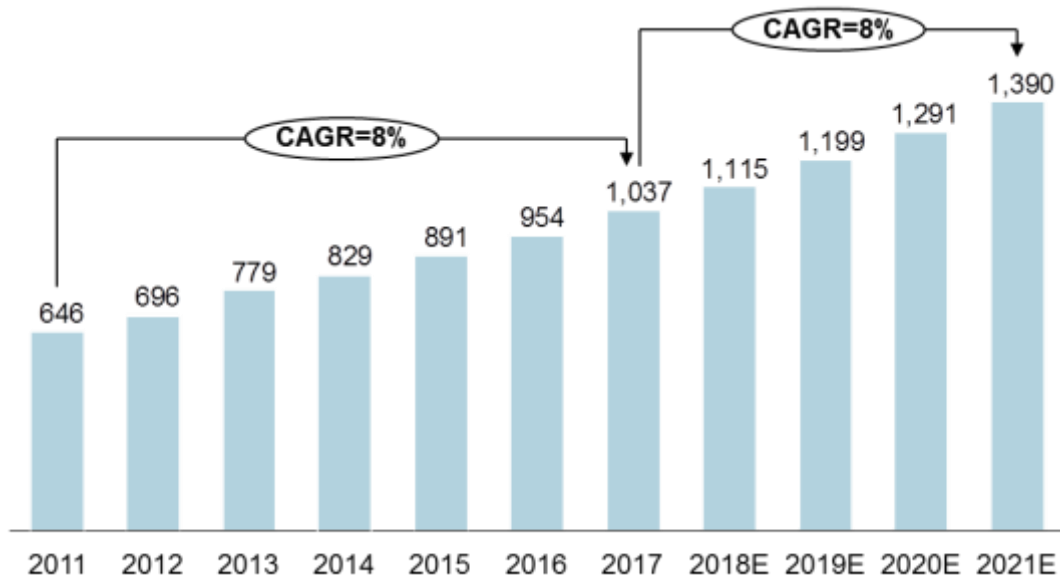
民办高等教育市场：中国高等教育的学龄人口（18 岁至 21 岁）的升学率由 2011 年的 24.3% 升至 2017 年的 44.1%，并预期升至 2021 年的 55.7%。与 2017 年欧洲（法国为 67%，英国 55%）以及北美（美国 85%）的高等教育升学率相比，仍有较大提升空间。

民办高等教育市场增长迅速，民办高等教育总普及率从 2011 年的 14.7% 增加至 2017 年的 19.8%，预计于 2021 年将进一步提高到 23% 左右。民办高等教育平均收费约 11000 元，远高于公办高等教育机构的生均收费约 6800 元。

图 12

中国民办高等教育行业规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

中国民办高等教育市场高度分散，截止 2016 年，中国民办高等教育机构总数达到 742 所，包括 266 所独立学院。按入读学生人数计，中国民办高等教育行业 CR5 约 5.8%。

三、非学历教育领域

(一) 市场发展现状及趋势

非学历教育领域近年来呈现加速发展态势。

领域内不同细分市场，包括儿童早期教育市场、课后辅导市场、语言培训（含英语培训）、职业培训等市场均呈现较快的发展增速。资本市场对此领域也相对关注度较高，近年来涌现了一批上市公司，同时也吸引了大量创业公司参与。

（二）典型细分市场

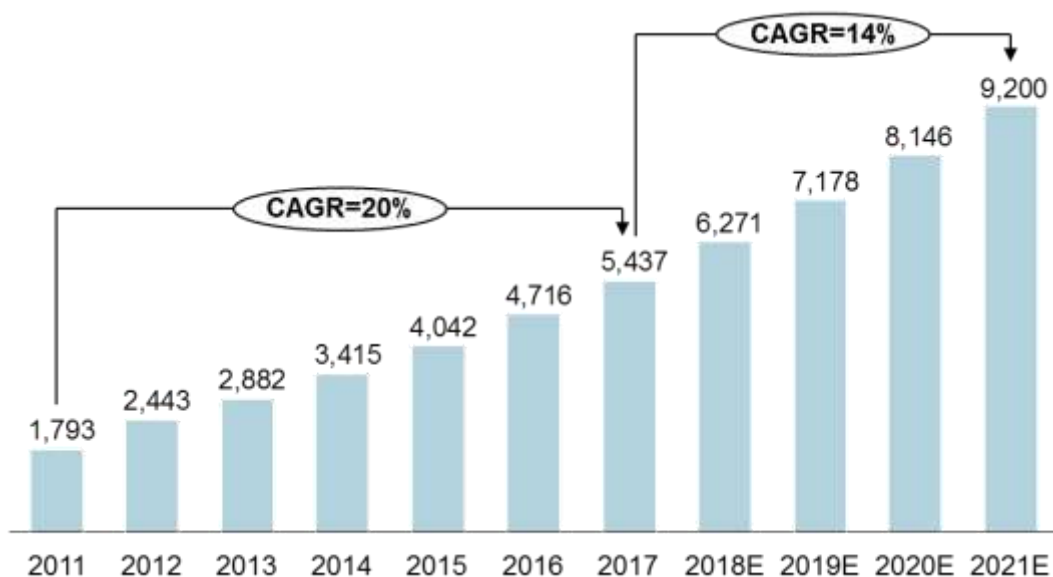
儿童早期教育市场：儿童早期教育市场涵盖 0~6 岁儿童的学前教育、幼儿教育（幼教中心）等。

伴随新一代高知父母群体（尤其是 80 后及 90 后一代）育儿理念及消费方式的转变，中国儿童早期教育市场迎来了爆发式增长期。截止 2017 年底，市场规模已经突破 5000 亿，于 2021 年底将达到近万亿。

图 13

中国儿童早期教育市场

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

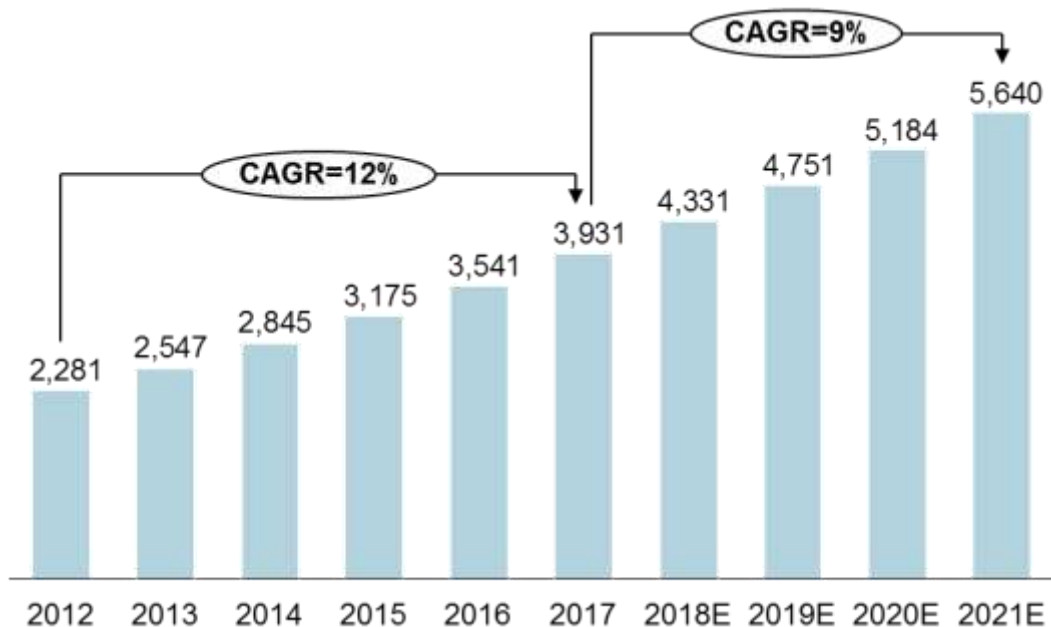
幼儿早期教育市场极其分散，据初步统计，CR5 市场份额约 0.2%，其中最大的企业红黄蓝（含加盟中心）市场份额不到 0.1%。

K12 课后辅导市场：由于中国家长对孩子学习成绩的高度重视以及严峻的升学压力，K12 课后辅导市场一直保持较稳定的增速发展。截止 2017 年底，中国 K12 课后辅导市场规模接近 4000 亿，预计到 2022 年，市场规模将达到近 6000 亿。

图 15

中国 K-12 课后辅导市场规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

K12 课后辅导市场高度分散。截至 2017 年，中国 K12 课后辅导行业的五大市场参与者占市场份额不到 1%。按市场收入计算，最大的企业精锐教育市场份额约 0.5%。

职业培训市场：职业培训市场主要针对希望在政府、事业单位或专业化职业（如金融、会计、法律等）工作的高校学生、毕业生以及部分在职员工。

高校毕业生不断增加以及求职竞争的日益激烈，推动职业培训市场快速增长。同时，基于国家产业及经济转型，不断涌现新型职业培训市场空间。随着领先市场参与者开展业务多元化，近来市场上开始出现教师招录考试培训及其他职业招录培训。

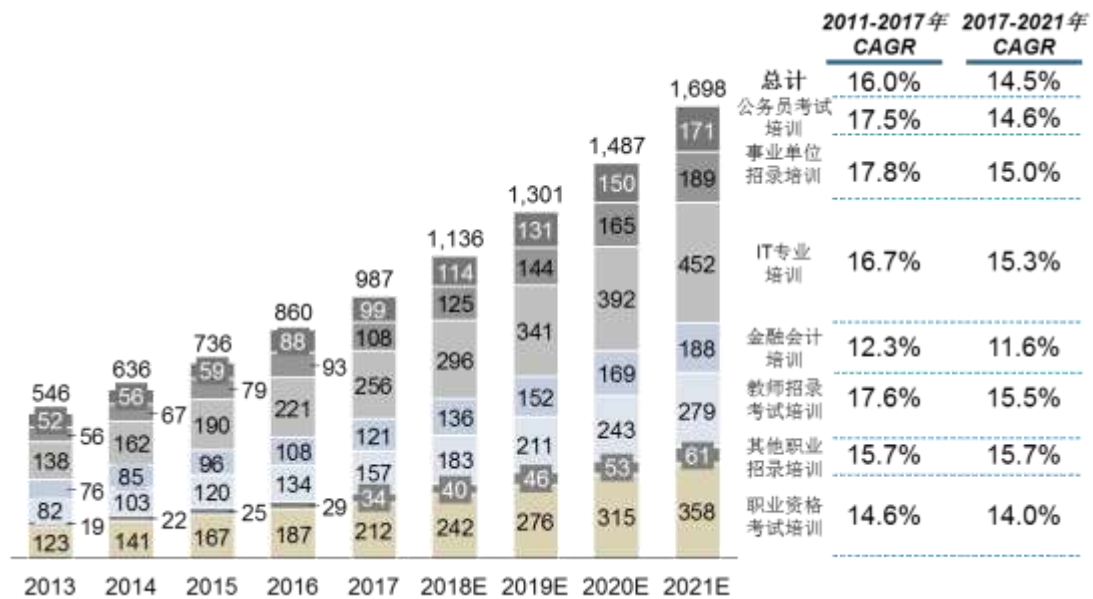
职业培训市场整体较为分散，初步统计，按收入计算市场前五大企业约占 7.8% 的市场份额。但在某些更细分的领域，如公务员考试培训市场，市场中前三大企业约占 30% 的市场份额。行业内最大的企业

华图宏阳教育约占职业培训市场份额的 2.3%，在公务员考试培训市场中约占有 12.7% 的市场份额。

图 16

中国职业培训市场规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

英语培训市场：基于中国经济发展及对外开放的程度不断提高，全民英语学习的需求不断增加。英语学习的方式和渠道多种多样，本处重点探讨针对青少年的英语课外辅导市场。

青少年英语课外辅导市场可分为应试型辅导市场以及技能型辅导市场。2017 年青少年英语课外辅导市场规模已经突破千亿。在中国家庭对英语教育关注度不断提升的推动下以及家庭收入的不断增长、二胎政策的全面开放，2021 年青少年英语课外辅导市场规模将实现翻倍增长。

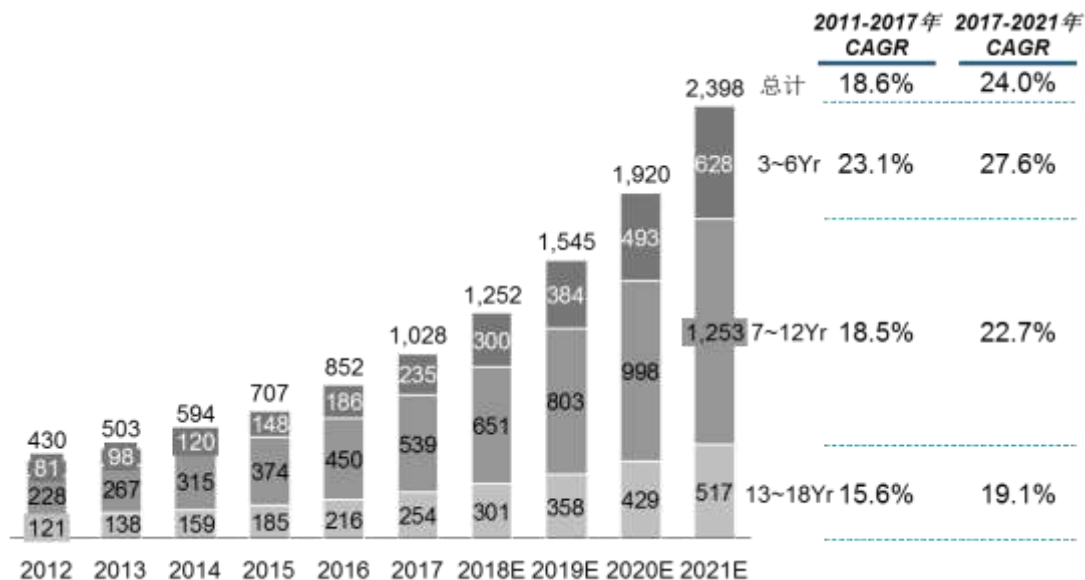
3-6 岁的英语课外辅导主要面向学前班的学生，是中国青少年英语课外辅导市场中增长最快的细分市场。市场渗透率从 2012 年的 10.0% 增加到了 2016 年的 11.6%，过去几年的年复合平均增速在 23%

左右，而且预期仍将保持 27.6%左右的年复合平均增速。

图 17

中国青少年英语培训市场规模

单位：亿



资料来源：国家统计局，教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

青少儿英语课外培训市场相对分散。近几年，线上青少儿英语培训企业依托资本市场助力实现快速占道布局，短期内行业格局可能会存在一定的不确定性。

四、在线教育领域

（一）市场发展现状及趋势

随着互联网技术的不断进步和普及率的急剧升高，在线教育已经渗透到教育行业的每个细分板块。涵盖的教育阶段从胎教幼教到基础教育、高等教育乃至终身教育等各个阶段，涵盖的内容也包含了语言培训、学习辅导、兴趣培养、技术训练等各个门类。

凭借着互联网技术，在线教育有四点不同于传统教育：1) 传播方式，在线教育内容可以在短时间内被大量复制，迅速的扩大课程受

众，用互联网传递教育资源；2) 学生学习方式，课堂老师讲授的方式被改变，在线教育提供更多的教育模式，充分发挥学生的自主性；3) 师生交流方式，面对面的交流方式被彻底改变，即时通讯软件、直播、论坛、邮件、电话等方式占据主导地位；4) 学生管理方式，学生不再被老师时时督促，而是用更多的自动化管理系统督促学生及时完成学业。

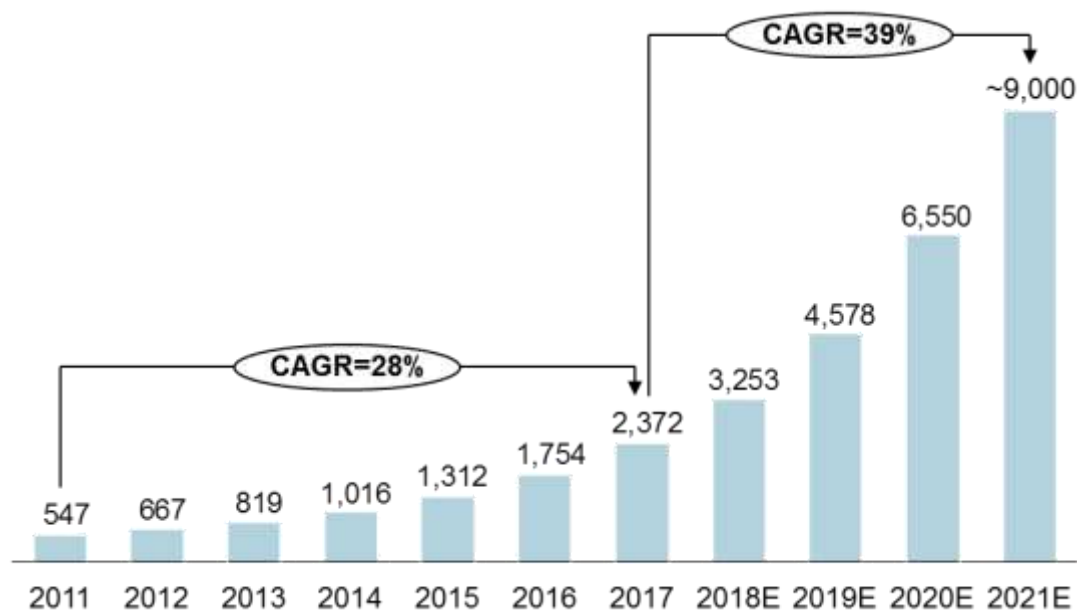
在线教育被越来越多的学生和家长认可并接受，用户规模的迅速增长。目前主要的学生群体是 90 后和 00 后，对互联网的接受程度非常高，使用在线教育产品毫无障碍。而这些学生的家长，在移动互联网普及的潮流下，对互联网接触也比较频繁，愿意为互联网教育产品买单。

2017 年在线教育行业规模约 2300 多亿，行业用户预计超过 1 亿人次。预计到 2021 年，行业规模将达到近 9000 亿。

图 18

中国在线教育市场规模

单位：亿



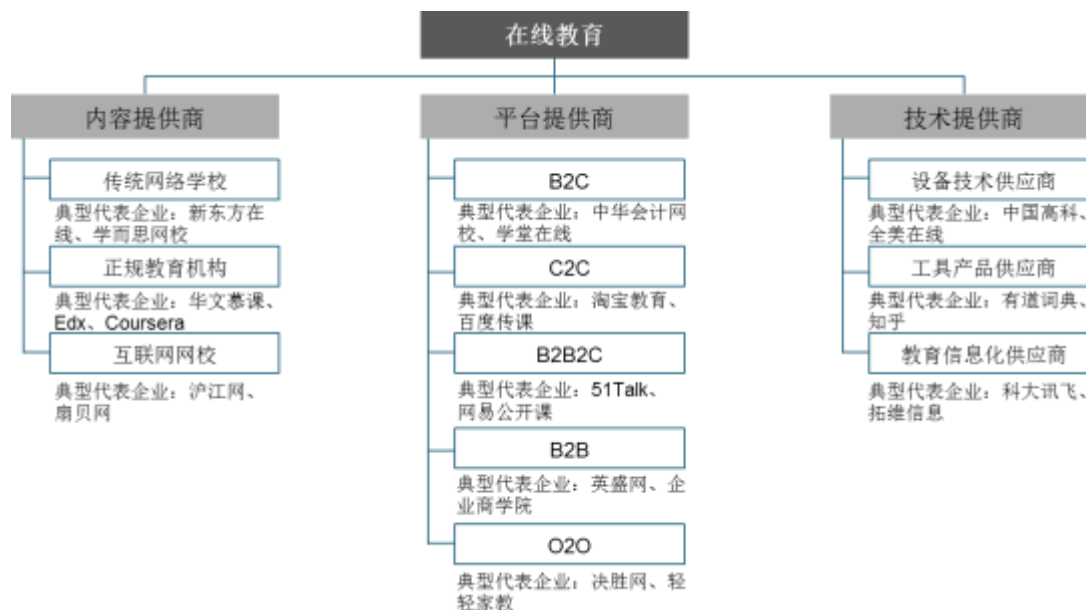
资料来源：教育部，Frost & Sullivan，远卓分析

（二） 市场格局状况

从价值链环节及商业模式来划分，在线教育企业可细分为内容提供商、平台提供商和技术提供商。

图 19

中国在线教育市场细分



资料来源：CICC，远卓分析

在线教育尽管与互联网进行了深度的融合，从传播手段、学习方式、师生交互方式等方面对教育行业进行了全面的改革，但是并没有改变教育的本质。学生和家长在购买教育资源的时候仍然最关注教育资源的质量。与此同时，教育并不是一个一次性消费品，教育产品需要为学生提供长时间的教育服务，因此学生在选择的时候会更加的审慎，因此平台的流量作用被弱化，教育资源的质量更加占据上风。内容提供商仍将是在线教育的核心竞争力。

主要的三类内容供应商中，传统培训机构是最具竞争力的一员，一方面由于经过多年的市场竞争这些教育机构已经建立起强大的品牌效应拥有丰富的教育资源；另一方面是这些教育机构足够市场化，能了解市场需求提供最有效的提供产品。这些优势筑起了行业的进入

门槛，互联网公司无法短时间内复制传统教育机构数十年建立起来的优势。

在线教育的多种平台提供商中，仅有 B2C 平台是对教育资源有严格把控能力的。内容是教育领域最具竞争力的资源，那么 B2C 平台就等于掌握了教育领域最具价值的资产。B2C 平台实际上和教育内容提供商是一体的，如新东方在线和学而思网校。通过互联网的传播渠道，这些教育机构的品牌效益将得到体现，快速的吸引更多的学院，实现品牌变现。尽管 B2C 平台的教育内容受到限制，无法快速的扩大平台规模、扩充内容范围。但是已有的优质教育资源会吸引特定的消费群体，获取稳定的收入来源，相对而言风险最小。

中国教育运营企业发展展望

中国教育产业方兴未艾，细分板块百花齐放，目前多处于行业集中度爬坡阶段。对中国教育运营企业来讲，如何抓住行业快速增长的窗口机会，选准细分市场、明确方向与定位、打造独特竞争力，是当前需要着重关注的关键议题。

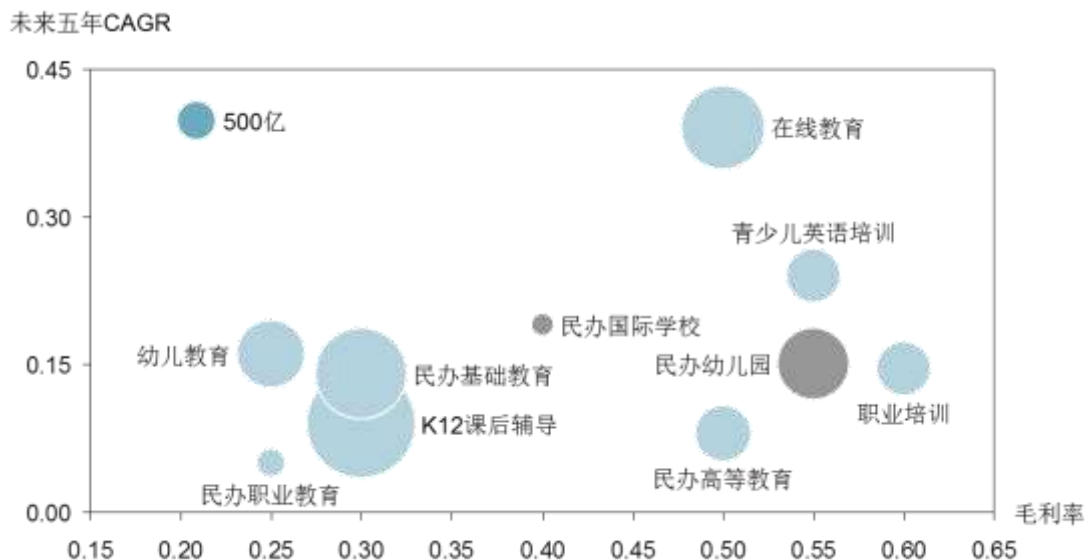
一、定位与选择

中国教育产业规模巨大，民办教育（运营）贡献了接近 2 万亿的市场规模。

产业内细分市场众多（划分维度及颗粒度还可进一步深入研究与探讨），且不同细分市场的规模成长性、盈利水平以及竞争格局各异，选准赛道、占据有利位置，阶段内仍将是企业需要面对的重要抉择。

图 19

中国民办教育细分市场格局



资料来源：教育部，统计局，公司年报，WIND，Frost & Sullivan，远卓分析

注：关于各个细分市场的毛利率水平非完全统计数据。

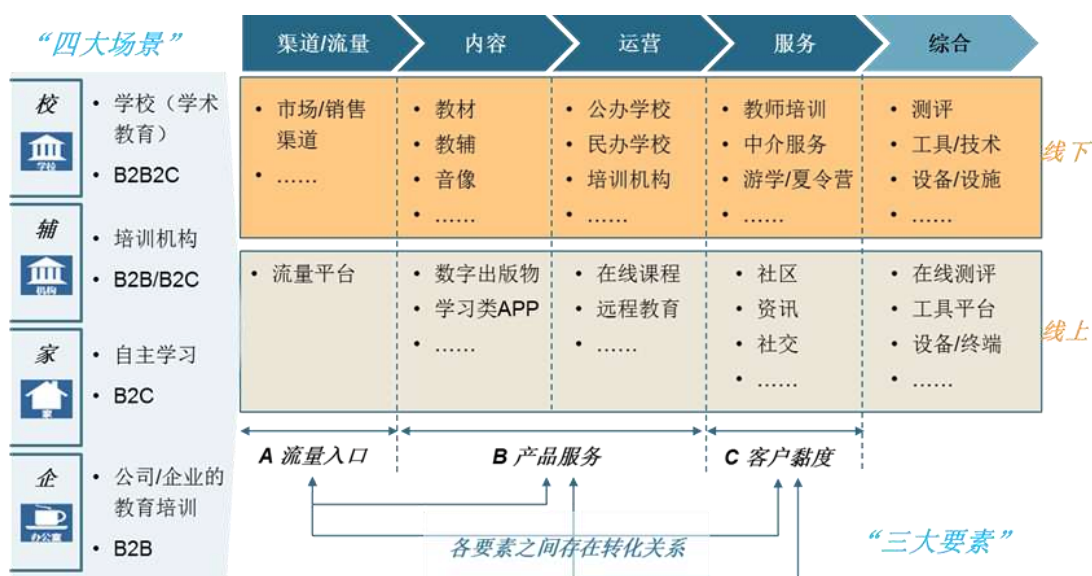
二、“线上+线下”教育生态

教育运营的核心本质是为广大学习对象提供有效的知识内容学习氛围及场景。

在“互联网+”趋势下，教育（运营）产业的终极竞争力将是围绕“三大要素”和“四大场景”打造“线上+线下”教育生态系统。

图 20

教育生态核心要素示意图



资料来源：远卓分析

三、资本融合

资本市场对教育产业的关注度越来越高，教育运营企业也应更好的借力资本工具，实现产业与资本的融合发展。

首先，可关注资产证券化的窗口机遇。目前，国内教育资产证券化(新三板、A 股及海外市场)提速，2017 年新版《民促法》将为教育类资产证券化清除障碍，加之 IPO 提速趋势明显，A 股市场或将迎来新一轮的教育企业资产证券化浪潮。

其次，可探讨与已上市企业的借力发展。当前国内经济整体下行

压力加大,给各行各业带来生存与盈利的双重挑战。“互联网+教育”领域的各类新兴项目成功通过获取用户、流量变现,教育行业激流勇进,整体经营稳健,成为了上市公司转型的契机。跨界涉足教育领域的上市公司多为产能过剩的传统制造企业,受到竞争及产业结构因素的影响,市值表现并不尽如人意,希望借助跨界教育得到转型。

再者,可尝试与地产、金融类企业的融合发展。借助地产、金融类企业的雄厚资本实力,发挥企业自身的运营优势。一方面探讨教育地产、教育综合体等新型业态形式,另一方面也可利用产业基金等杠杆工具实现在新领域、新模式方面的突破。

关于远卓

远卓由前麦肯锡/罗兰贝格/正大集团咨询公司的资深人士于1998年创立，为中国本土管理咨询之发轫，也是第一家本土战略咨询公司。远卓始终围绕“中国管理咨询业的高端品牌”构建咨询能力，逐步形成战略管理、运营管理和资本管理三大业务板块，并在能源资源、房地产、金融、消费、交通、工程建设、节能环保、先进制造、传媒文化等十多个行业内有丰富的咨询经验和深入研究。

远卓的专业服务获得了客户的高度评价，远卓也以超过 60% 的重复委托率，成为本土管理咨询行业中重复委托率最高的咨询服务机构，并与许多企业建立了长期合作关系，共同成长发展。

远卓合作的客户包括：

- 四十多家大型央企集团本部的信赖，国家国资委和地方国资委也多次委托远卓提供专项研究和咨询
- 众多的地方骨干国企和行业龙头国企，帮助其不断增强行业竞争力和行业地位
- 中国经济中非常活跃、非常重要的组成部分—民营企业，发现和培育各细分行业中的领先者和强力竞争者，助力其长期发展
- 三十多家世界 500 强企业的中国区业务与远卓长期开展合作，以及多家世界级金融机构
- 上百家涉及国内深沪两地各板市场、以及香港、美国、新加坡等国际资本市场的上市公司

秉持坚守专业价值的理念，追求卓越质量的理想主义情怀，远卓过去、现在、未来都立志创建本土最佳的管理顾问机构。

关于作者



温敏

合伙人

wenm@bexcel.com



张喆

高级项目经理

zhangzhe@bexcel.com



刘宏剑

高级咨询顾问

liuhj@bexcel.com

如需作进一步沟通与探讨，请联系远卓合伙人：

温 敏 13911991068

远见·成就卓越

欲了解更多信息，欢迎登陆公司官网：www.bexcel.com

或关注微信公众号：远卓管理顾问（微信号：Bexcel_consultants）



Copyright © Bexcel Management Consultants

蜜蜂学堂年卡

让更多人享受到知识与成长的快乐

~~3999元~~

4999元

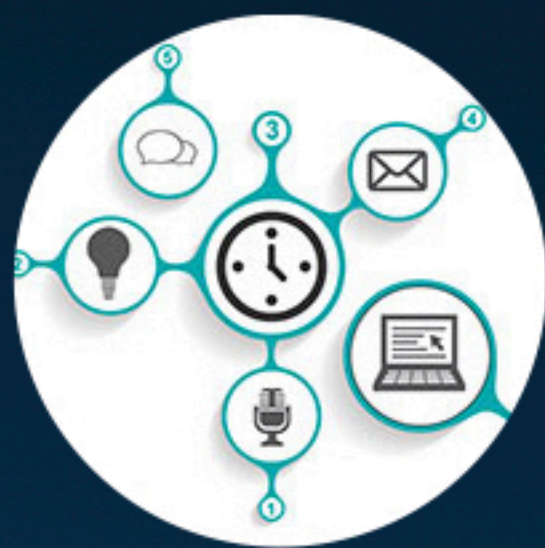
购买之日起一年内有效

WOW

马上购买



我可以得到什么



蜜蜂微课

超过1000小时的微课
每周新增3节课程
价值2299元



蜜蜂笔记

超过3000页的蜜蜂笔记
(PPT版本)
每月新增100页
每月新增一本书的思维导图
价值1299元



PPT模板

每月一份50页的PPT模板
(包含可视化模版)
价值399元