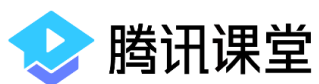


中国在线职业教育市场发展报告

——互联网对中国职业市场稳定发展的价值



益普索



目录

第一章：职业教育的“前世今生”

- 一．职业教育的定义与社会意义
- 二．中国职业教育的发展历程与现状
- 三．中国在线职业教育的兴起与原动力

第二章：成长中的在线职业教育市场

- 一．中国在线职业教育行业的政策环境
- 二．中国在线职业教育的行业概览
- 三．互联网技术促发的行业新趋势

第三章：在线职业教育2C与2B的价值

- 一．在线职业教育为个人带来的价值
- 二．在线职业教育为企业带来的价值

第四章：助力在线职业教育的发展

- 一．中国在线职业教育行业面临的挑战
- 二．中国在线职业教育的未来发展建议

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货



第一章

职业教育的“前世今生”

摘要：职业教育体现终身教育的理念，与国家从人口红利型社会向人才红利型过渡、产业升级等全局战略休戚相关。2019年政府工作报告明确了要加快发展现代职业教育，多管齐下地稳定和扩大就业的策略。可见职业教育已经成为国家的重点工作之一。以往，受客观条件限制，实体职业教育的发展遇到了诸多瓶颈。随着互联网+的兴起，在线职业教育激发了职业教育新的生命力。

- 职业教育的定义与社会意义
- 中国职业教育的发展历程与现状
- 中国在线职业教育的兴起与原动力

一. 职业教育的定义与社会意义

职业教育的目的是培养应用型人才、及具备专业知识技能的劳动者。与高等学历教育不同，职业教育因实践而生，与终端人才市场的需求实时联动。其影响面广，囊括了在职人员、高校毕业生、无业失业人员、自由职业者等在内的，所有对职业能力建设与延伸有需求的人群。其影响力深，与国家推进人才强国策略，全面提升人才素质与竞争力；加快产业结构调整，从“中国制造”向“中国智造”转型等核心战略的落地息息相关。

(一). 职业教育的定义

职业教育是以技能训练为主，以就业为导向的人才培养体系。而就业，则是最基本的民生。因此，广义上说，职业教育既不应该是单纯的课程、或者实践体系，也不应该局限于某一类特定的人群。而应该伴随着劳动者职业路径的发展，助力其在单一技能方面实现能力的提升，在不同类型的技能方面不断延伸的过程。这个过程，不应该拘泥于时间、地点、形式等因素，这也是职业教育的特质之一。与义务教育或高等教育相比，职业教育是建立在市场需求基础上的，是灵活多变的。

(二). 职业教育的社会意义

职业教育具有广泛的社会意义，对于保持人才供求天平的稳定至关重要。首先，从人才供给端看，不论是在职人员、高校/职校毕业生、失业/无业人员、还是农民工群体等，在职业教育方面具有普遍的需求基础。例如，高校毕业生可以借力职业教育，将在学校里面获取的理论知识有效地延展到实践中；或者弥补自身在某一应用领域的短板（例如，语言能力、计算机水平等等），同时提升就业能力与就业质量。失业人员则可以借助职业教育提升或拓展新技能，增强自身对工作的适应性，达到尽快获取新工作、或进入自主创业路径的目的。对于广大农民工群体而言，职业教育的意义已经超越了技能提升的本身，还是助力他们实现社会流动性的基石。

| 1). 在职人员 | 2). 学生 (毕业生) | 3). 失业/无业人员 | 4). 农民工群体 |
|---|---|--|--|
| “保持就业竞争力、拓展上升空间” | “提升胜任力，实现就业、尤其是高质量就业” | “通过技能的提升与延展，回归职场” | “教育改变命运、铸造未来的真实写照” |
| <ul style="list-style-type: none"> 互联网+及其他各类技术的快速迭代与深入发展让知识结构固化与一劳永逸的时代一去不复返了。在职人员必须保持时刻学习的状态，才能从基础条件上，稳固职场竞争力；从长远发展上，争取充分的上升空间。 | <ul style="list-style-type: none"> 2018年中国高校毕业生的数量达到820万人，同比增长3%。高等教育并非与市场需求直接挂钩，其理论知识深入，而实践往往不足的现状，是导致大学生就业压力持续走高的重要因素。提升大学生的“胜任力”是破解就业命题的关键。 | <ul style="list-style-type: none"> 中国的城镇再就业人员的数字在过去的五年中，一直保持在550万到570万之间。通过系统学习、技能培训等多种方式，引导和促进失业人员再就业/无业人员实现就业是最基础的民生问题之一，关系到整个社会的稳定与和谐。 | <ul style="list-style-type: none"> 截止到2018年底，中国农民工总量达到28,836万人，同比增长1%，其中，近六成人员，外出务工。作为我国劳动力的重要组成部分，农民工群体能否提升就业能力、改善收入水平，既影响劳动力整体市场的供需平衡，也事关脱贫攻坚成果的稳固。 |

弹性需求

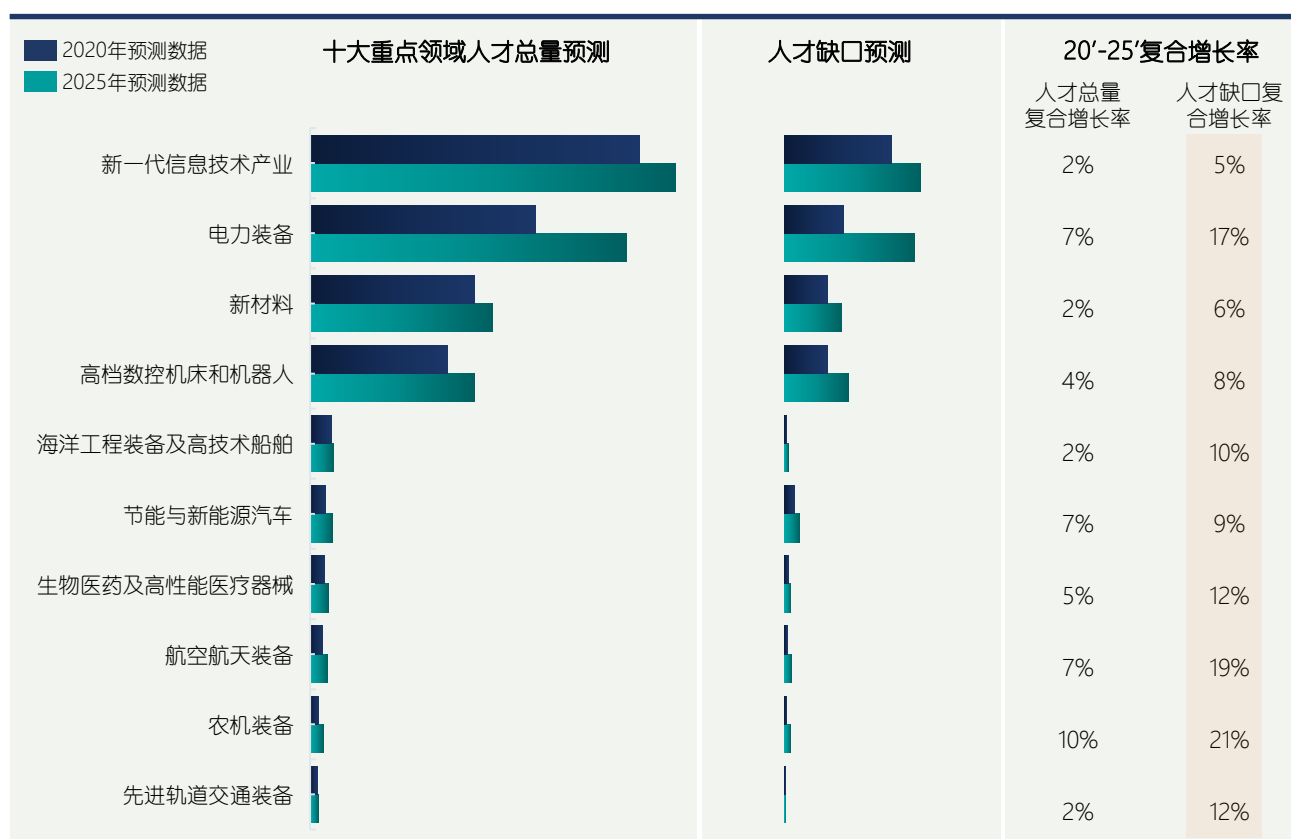
刚性需求

其次，从人才的需求端看，随着中国人口红利优势的淡化，人才缺口逐渐显现，尤其是应用型与创研型人才的缺乏成为制约国家GDP长期增长，特别是高质量GDP增长的隐忧。这也解释了为什么一边是就业人群的就业压力逐年加大、就业竞争场面热闹，而另一边，则是企业遭遇招人难、用工荒的现象层出不穷。

中国是传统的制造业大国，如果以制造业为例，对标人才市场的供求关系：到2020年和2025年，中国在新一代信息技术、电力装备、新材料、高端数控机床和机器人等领域的人才缺口巨大。而更值得关注的是，几乎每一个重点领域人才总量增长的步速均跟不上人才缺口的增速。这意味着人才紧缺的现实将越来越严峻。

综上所述，加快复合型、应用型和创研型人才的培养，提升现有劳动力的专业技能与智能化水平刻不容缓。而要达到这一目标，推动职业教育的发展，使之与高等教育并重，相互促进且互为发展基础至关重要。

2020年 - 2025年中国制造业十大重点领域人才总量与人才缺口预测



| 单位：万人 | 信息 | 电力 | 新材料 | 数控 | 海洋 | 节能 | 生物医药 | 航空航天 | 农机 | 轨道 |
|---------|-------|-------|-------|-----|-------|-----|------|------|------|------|
| 2020年总量 | 1,800 | 1,233 | 900 | 750 | 118.6 | 85 | 80 | 68.9 | 45.2 | 38.4 |
| 2020年缺口 | 750 | 411 | 300 | 300 | 16.4 | 68 | 25 | 19.8 | 16.9 | 6 |
| 2025年总量 | 2,000 | 1,731 | 1,000 | 900 | 128.8 | 120 | 100 | 96.6 | 72.3 | 43 |
| 2025年缺口 | 950 | 909 | 400 | 450 | 26.6 | 103 | 45 | 47.5 | 44 | 10.6 |

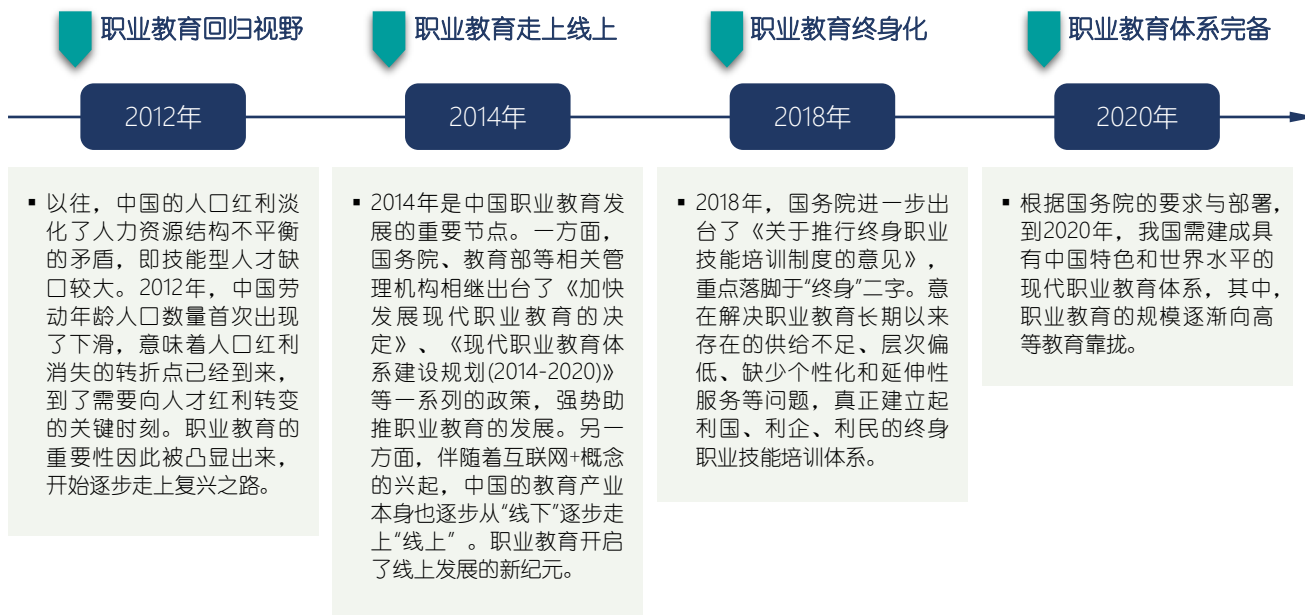
数据来源：教育部、人社部与工信部联发的《制造业人才发展规划指南》

二. 中国职业教育的发展历程与现状

尽管中国职业教育的发展上取得了一些进步，但职业教育仍然是国内人才培养体系中的薄弱环节，相对滞后于市场的实际需求，需要进一步的改革与演化。随着互联网+时代的到来，在线职业教育应运而生。“在线”能够打破传统职业教育“线下”资源分布不均衡、教学方式相对落后、个人与机构投入成本较高等方面的局限性，让优质的教育资源实现跨时空、低成本、高效率地传播，为中国职业教育在短期内解锁重大突破提供了有力支撑。

(一). 中国职业教育的发展路径与目标

四十年改革开放，中国的经济和科技飞速发展；与之对应的是市场对人才需求变化的速度不断加快。这种快速变化，让中国人才供给侧长期存在的结构性压力和矛盾日趋显著：一方面、技能型人才，尤其是对高技能型人才的需求不断上升，供求缺口拉大；另一方面、高等教育的扩招使得市场上知识型人才的数量不断膨胀，但由于缺乏实践经验，胜任力有限，难以填补职场缺口。这个矛盾正是职业教育地位薄弱延伸至社会领域的具体体现。过去中国的人口红利突出，在一定程度上淡化了这一矛盾。伴随着人口红利拐点的到来，及时调整人才供需结构非常重要。此外，以《国家战略性新兴产业发展规划》、《新一代人工智能发展规划》、《工业互联网行动计划》为代表的新型发展战略陆续推出，明确国家将从劳动密集型向高附加值的技术密集型经济模式转变。这个变化也对劳动力资源提出了更高的要求。因此，自2011年-2012年以来，国务院、教育部、人社部等相关部门连续出台了一系列的措施，意在利用校企合作、互联网+、终身教育等多理念多方式相结合的方法，力争到2020年逐渐建立起完备的职业教育体系，为国家战略的落地提供人才支撑。

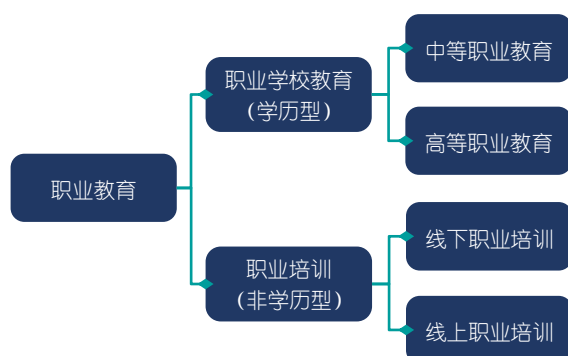


(二). 中国职业教育的发展现状

尽管目前政府积极推动，市场上也出现了一些积极的信号，例如，引企入校、互联网+教育等，但是由于整体发力较晚，中国的职业教育对标国外主要国家的发展现状，仍然处于中等略偏下的水平。其相对不足的主要表现有三：第一、职业教育与高等教育体系的相对定位不合理；第二、有终身化的职业教育概念、却缺乏实现终身化教育的体系；第三、职业教育在授课方式、课程内容等方面的局限性仍然比较大，导致课程体系的迭代不够迅速，适用的人群不够广泛。接下来，我们就从中国现有的职业教育市场结构谈起。

中国的成人职业教育市场可以分为两个板块，即以学历为导向的职业教育，即职业学校教育；和非学历型职业培训。前者主要以传统的线下职教体系为依托，包括中等职业教育，例如普通中专、职业高中、技工学校等；及高等职业教育，例如大专等。劳动者在具有举办学历教育资格的学校完成学习、并且通过考核之后，由国家级教育主管部门教育部统一颁发学历证书作为对其能力的认证。而后者则以提升劳动者的技能为导向，包括了线下职业培训学校以及逐渐兴起的线上职业培训体系。其学习成果主要体现在劳动的实践中。其中，针对认证型的技能，劳动者在完成学习并通过考核之后，由人力资源和社会保障部统一颁发证书，作为针对其特定技能的认证认可。

成人职业教育市场的细分



注解：以上针对成人职业教育，不包括18岁以下、或企业职业教育等。

职业学校教育：适应人群局限，需要打通上升通道

在我国，职业教育与高等教育体系的“相对定位”不够合理，基本属于两者选其一，而非兼容并蓄的差异化定位。这种不合理的定位在一定程度上，促发了社会大众的片面认知，形成了重学历、轻技能的氛围。



- 在学校端：导致了高等院校“掐尖”，而职业学校“托底”的现象。职业教育生源的数量和质量较难保证。



- 在师资端：到了职业教育对优质的师资资源的吸引力不足，难以保障教学质量，难以促进教学创新。



- 在学生端：导致了学生的就业选择相对局限，就业待遇和稳定性相对较低。选择职业教育与职业学习的动力不足。

因此，打通职业教育的上升通道，使之成为高等教育的进阶平台或者有效补充，是实现学历型职业教育重大发展的基础。对此，国家已经出台了相关政策，倡导建立学分积累和转换制度，逐步打通从中职、专科、本科到研究生的上升通道等。但政策的落地见效，还需要时间。

此外，职业学校教育的应用范围比较局限，大部分属于全日制教学体系的范畴。一方面，所需的时间较长，对于绝大多数希望接受职业教育但无法投入大量时间的人群而言，实现难度大（例如，高校在校生等）。另一方面，课程安排较为固化，属于系统性学习，难以满足人群希望针对性提升职业技能的需求（例如，在职人员等）。

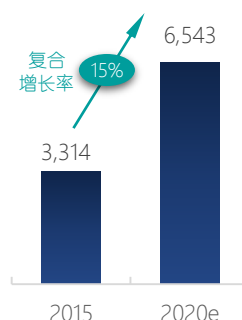
职业培训：需要灵活多变的形式

由于职业学校教育适用的人群范围比较局限、形式比较固化，例如，课程体系设置与排课比较固定，往往只能脱产定向学习，且难以顾及个体之间的差异。因此，对于广大成年劳动者而言，技能的提升主要还是依靠非学历型职业培训去实现。

除了形式上的局限，随着经济的发展和科技的进步，社会分工本身也在不断细化，催生了许多崭新的职业领域，例如人机交互设计师、数据工程师等等。相对而言，非学历型职业培训在课程体系设置等方面的灵活度较高，能够迎合职业与职业技能快速迭代的特点，不断推出新的培训内容以满足市场需求。这也是中国成人职业培训市场快速增长的重要原因。

成人职业培训市场规模增长

单位：亿元



- 中国职业培训市场一直处于快速发展的过程中，复合增长率在15%左右。
- 预测到2020年，成人职业培训市场规模将达到人民币6,534亿元。

注解：不包括18岁以下或企业进行的职业教育。来源：行业案头数据整理

最后，职业学校教育的受众群体比较单一，以实体职业技术学校的学生为主。而非学历型职业培训的受众群体则囊括了在职人员、高校学生、失业待业人员、自由职业者、农民工群体等各类人群。根据调查，这个组成决定了职业培训的参与者有三个相对普遍的特点，即对教育支出花费敏感、时间相对零散、看重应用学习内容与个人职业发展的匹配度。



- 对教育花销的绝对值、和教育支出占生活总支出的比例，双重敏感度高。强调教育产品和服务的性价比。



- 比起大块时间，更加看重教育产品和服务是否能充分串联起碎片时间。学习模式越能“化整为零”，其可行性、可持续性越高。

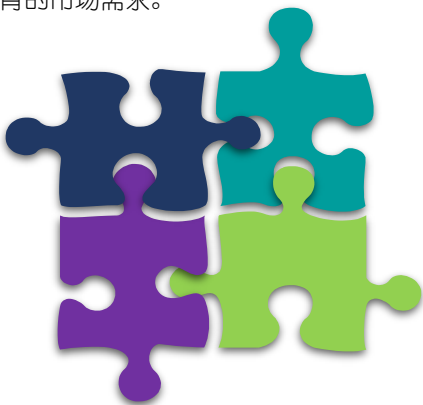


- 看重教育产品和服务与其自身发展的匹配度和延展性，不再是为了学习而学习，而是学习服务与明确目标的达成。

综上所述，使用者的需求从根本上决定了职业教育必然要以灵活多变的形式为发展突破口。而发展的终极目标与形态则是提供性价比高；不拘泥于形式，能够随时随地完成学习；学习的过程交互性强；且学习的内容能够快速迭代，与职业的演化相辅相成的教育服务。

三. 中国在线职业教育的兴起与原动力

中国在线职业教育的兴起是技术与需求共同作用的结果。互联网技术的广泛应用和智能硬件设备的普及，为在线职业教育的发展提供了客观条件。职业形态、教育理念、课堂形式等多维度的演化变迁催生了在线职业教育的市场需求。



(一). 职业的演化：“动态职业”



中国经济的发展始终保持着稳健有序的增长，而经济增长的内涵远远超越数字本身，是社会意识形态的综合变迁。在变革的浪潮下，职业也不例外。它不再是一个一劳永逸的结果，而是一个动态的进程；要求劳动者不断地对知识结构与技能进行重建、升级、和延展以应对工作世界的变化；让劳动者在职业变化为常态的时代中，职业生涯更加长久。最为典型的例子，莫过于职业转换、回归、与斜杠人生。

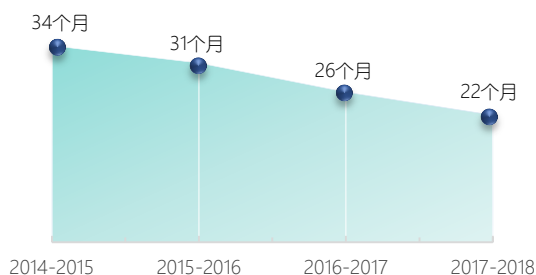
1). 职业转换

在快节奏的宏观大环境下，很少有企业有、或者愿意投入足够的时间和资源，去建立起行之有效地内部人才培养体系；人才外聘成为最简单易行见效快的方法。这种模式必然助引发人才跳槽潮，不论是常态化地、还是阶段性地。

从个体劳动者的角度看，工作的选择，包括企业转换、与行业切换，是综合考虑个人兴趣、工作强度、长期发展机会等多元化因素的结果。特别是对年轻人而言，就业不再是一个稳定的状态，而是一个动态的过程；一个通过不断实践来接近内心追求的过程。在线职业教育平台的兴起为这些职业转换者，特别是处于上升期的年轻人，提供了有力支撑。

2014-2018年中国职场人的平均在职时间

- 中国职场人平均跳槽频率正在持续加快



数据来源：《2018中国职场人跳槽趋势洞察》，领英

2). 职场回归

近年来，作为独生子女一代的80后、90后逐渐成为职场的主力军，他们同时肩负着工作与家庭的责任。当面临人生重要选择节点的时候（例如，生育、疾病等等），两者往往难以兼顾。因此，职场中断的现象日趋普遍，对女性劳动者的冲击尤为明显。这些“职场中断者”往往期待在暂别职场以后，重新整装出发。

然而，现实情况则是，由于劳动者的知识储备与技能在中断期内停滞不前，导致其难以达成职场回归的目标，特别是难以达到中断前所处的职场位置，不论是职位、还是实际收入水平。对于劳动者而言，这种现实与预期的不匹配是经济与心理上的双重打击。而在线职业教育可以以低成本让整个学习的过程充分泛在化。劳动者可以在交通工具上、茶余饭后的间歇中等不同的场景下学习。例如，利用等人等车的十分钟即可完成一节微课堂的学习。让职场中断期不再等同于知识与技能发展的真空期，帮助劳动者保持住了他们在工作上的胜任力；同时，平稳了心态、重塑了信心。

3). 斜杠人生

“斜杠青年”这个概念，最早来源于英文单词“Slash”，指越来越多的年轻人不再满足“单一职业”的生活方式，开始追求能够拥有多重职业和身份的多元化生活。在他们的名片或简历上关于职业的信息总是会使用到斜杠分隔开来，因此得名。

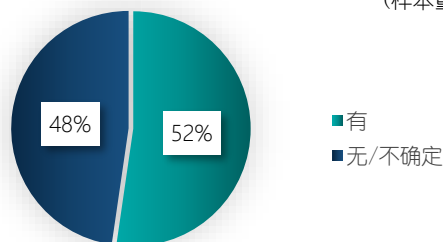
目前我国，斜杠人生正逐渐上升为一种潮流，以青年群体为主；但并不局限于此。越来越多的人并不满足于一份固定的工作，而是拥有很多份需要不同技能的工作，增加人生的可能性；同时，提升收入水平，享受更好的人生风景。

根据中国青年报社会调查中心的一项研究显示，超过半数的青年人认为自己身边存在着斜杠青年。这些斜杠青年充满活力，能够高效地利用时间，充实地生活，具有榜样力量。

斜杠人群的存在日益普遍，且形象积极

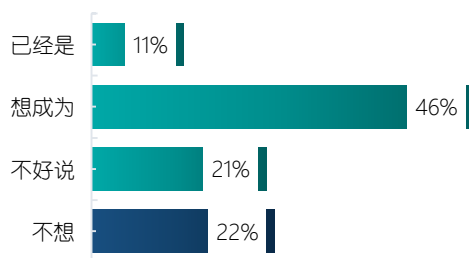
- 在该项针对1,988名年龄在18岁到35岁之间的青年人开展的调查中，超过半数(52%)的受访者认为自己目前身边就存在着斜杠青年。

(样本量:1,988)



- 此外，该项调查还显示：有11%的受访者认为自己已经是斜杠青年了；另有多达46%的受访者向往着成为斜杠青年；仅有22%的受访者相对比较明确不会成为斜杠青年。

(样本量:1,988)



- 且斜杠青年的形象积极，在对斜杠青年的认知中，排名前两位的分别是“充满活力、勇于挑战”和“新业态下多元化的职业选择”，占受访者的53%和46%。

(样本量:1,988)



来源：《中国青年报》，2017年10月31日

追根溯源，斜杠人生这一概念的兴起与流行并非偶然，是社会经济与形态发展的产物。其中，经济结构变化、通路的快速发展与人才自然积累三个要素缺一不可。所谓经济结构变化，指的是服务业迅猛发展、占经济总量的比重不断提升。服务业的核心即为交换个人的技能、知识与时间。

服务业的发展就等于技能、知识与时间的交易体量不断扩大，是斜杠人生兴起的基础。所谓通路的快速发展，即互联网及相关应用的普及提供了可以“斜杠”的商业平台，包括直接基于互联网的就业和通过互联网平台形成的隔空合作。所谓人才的自然积累，即具备多种技能的人才不断增长与累加。

斜杠人群的普遍特点是具有执行力和保持终身学习的状态，他们或根据自身的兴趣进行再学习，将爱好转化成可以提供服务的技能；或者根据就业市场的需求，提升最紧缺的技能。职业教育，特别是在线职业教育，对于斜杠人群的产生和发展具有明显的促进作用。

(二). 教育的演化：“终身教育”



职业教育是以就业为导向的，职业的变化必然带来教育理念、方法与形式的变迁。随着劳动者的职业生涯成为一个愈发动态的过程，他们既会面临劳动技能上的挑战，也会经历个人劳动角色的变迁。从这个角度看，职业教育也应该是一个持续累积的过程：在职业生涯发展的进程中，以灵活有效的方式满足劳动者在就业、转业、创业等方面提升技能的需求，而非是单次、或者阶段性的行为。

职业教育“终身化”关系着能否充分利用劳动力资源，不断提升劳动者的劳动能力与产出率，是大势所趋。其背后的战略意义在于，随着我国人口结构逐渐变化，出生率趋低、而老龄化加速，劳动人口的年龄界限也会适当调整，持续的技能培养体系还涉及到劳动力资源的储备。未来，不论是高校学生、职场人、失业待业者、农民工群体，还是离退休人员、退伍军人等，都需要用贯穿一生的学习，充实自己，完成更高的人生目标和价值。

职业教育“终身化”的趋势进一步助推了在线职业教育的发展，并且赋予其持续勃发的生命力。除了在线学习体系以外，我国的人才培养体系正在发生一系列的积极变革，包括政府在进一步地完善对实体职业教育的财政投入体制、不断扩大职业院校的办学自主权、鼓励行业龙头企业组建职业教育集团等等。但是，体系的变化，再作用于人才培养结果的变化，是一个循序渐进的过程，需要时间积累的过程，并非立竿见影。而市场的需求往往等不得。因此，线上人才培养体系的发展既是过渡期的桥梁，也是未来重要的目的地。

这也正是能够灵活响应市场变化、弥补学校教育 with 职业需求之间缺口的在线职业教育，在诸多不完美的情况下，一经兴起，增长迅速的原因，即承担起过渡和补充既有人才培养体系的责任。

(三). 课堂的演化：“在线学习”



职业的演化带来了教育的变化。而教育的变化则是由诸如课堂形式、教学方式等若干具体模块的改变去实现的。网络课堂，正是顺应了“动态职业”和“终身教育”两大理念而衍生出来的新教育手段、是基于互联网的远程在线互动培训课堂。它以模拟真实的课堂场景，通过网络给学生提供有效地培训环境，是目前在线职业教育的主要方式之一。

网络课堂随时随地的便利性与高性价比能够迎合职业教育主要需求人群学习时间碎片化与教育支出敏感度高特性：只要有网络，使用者可以在任何时间地点登录课堂进行学习；海量的内容可供自由选择，特别是以往由于地域、或者门槛的限制，无法获得的名校名师资源也唾手可得，且线上课程的花费远远低于传统的线下培训。

随着技术的进步，网络课堂具有不断升级的潜质。例如，在人工智能技术的支持下，网络课堂可以为用户量身定制课程组合；在大数据的支持下，根据用户的线上活动进行分析，主动推送其可能关注的学习内容等等。使用者不再是传统的、建立在个人执行力基础上的单通道学习；而是被兴趣充分牵引着，在交互的过程中，完成定制化内容的学习。最终，达到所学与所需精准匹配的目标。再例如，缺乏实践与练习的机会常被视作是在线职业教育无法逾越的瓶颈。随着可视化虚拟仿真系统的发展与应用，在网络平台上进行实践操作，并以此来巩固学习成果已经成为可能。未来，通过技术优化等手段，其应用成本将越来越低廉，而应用范围必然越来越广阔。

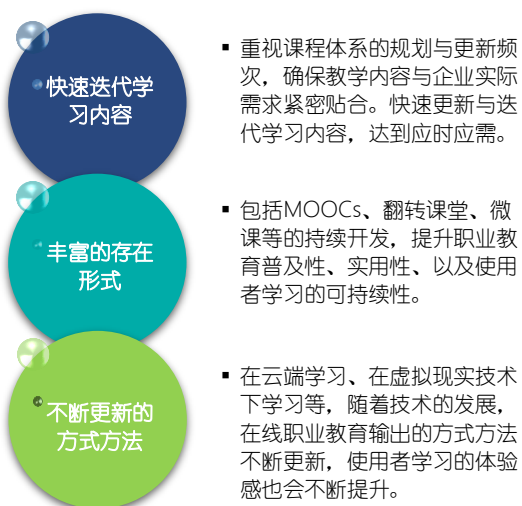
依托技术革新与优化而不断演化的网络课堂，可以保持并提升使用者的学习兴趣，便于他们的坚持和习惯养成，从而保障学习成果能够有效落地；还可以与使用者的个人所处环境紧密连接，将学习的初衷和意图融汇到学习的课程体系，充分考虑由细微差别所带来的结果差异。网络课堂的这些发展空间，为在线职业教育体系不断提升教学质量与实用性奠定了基础，实实在在地惠及广大的使用者。

(四)全球演化趋势：职业教育的线上融合升级



充分利用互联网技术及数字化工具，整合资源，促进职业教育的发展正在成为全球化的趋势。以美国为例，其职业教育积极利用互联网、及衍生技术不断深化其核心目标：以就业为导向，不断优化课程体系，包括加速学习内容的迭代、提升学习成果转化等，持续提升在线职业教育的普及性、实用性等方面探索。

美国线上职业教育的特点与趋势



接下来，我们以优达学城(Udacity)为例，看看美国在线职业教育平台的发展特色。优达学城成立于2011年，在其发展过程中，不断聚焦市场，调整定位，目前是一家提供IT类职业教育培训的网络平台，市场估值超过10亿美元。它的核心特色在于，同政府、企业、高校等机构广泛合作，致力于打造一个从职业技能培训到求职就业的闭环。以市场需求为基础，设计课程及培训体系，让学习目标与内容的实用性最大化；同时，通过平台对外的广泛合作，积极促进平台使用者的就业与择业。

特色一：以促进就业为切入点，与政府合作。

就业是民生问题、是社会问题。优达学城以“技能培训，促进就业”为切入点，广泛寻求与地方政府的双赢合作。

在2017年，优达学城与美国内华达州的里诺市市政府合作，推出了为期三个月的IT定制化培训项目，包括线上学习、与线下面试指导等全链条的服务，旨在帮助毕业生提升职场胜任力，完成更好的就业。项目效果也尽如人意：三个月后，最初参加了完整的Web开发者计划的学生，全部在当地实现了成功就业。

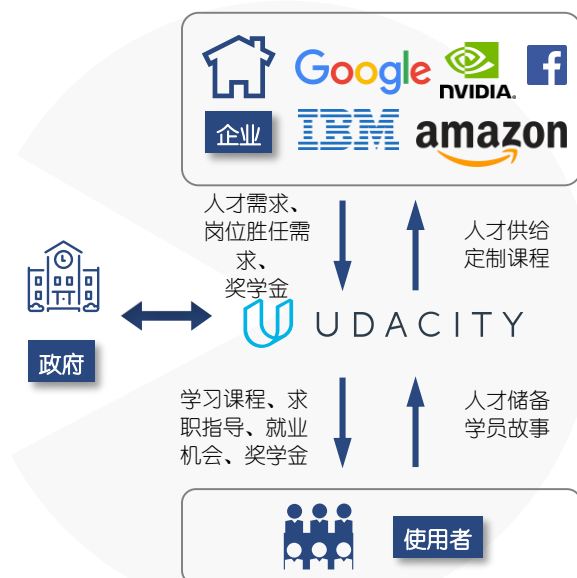
特色二：产教融合，与企业深度合作

除了政府，优达学城还积极拓展与IT企业的合作，先后和谷歌(Google)、脸书(Facebook)、亚马逊(Amazon)等全球领先的企业合作推出的纳米学位认证项目。平台的使用者可以根据个人诉求选择相关的认证课程进行学习、接受求职指导等服务。对标心仪企业，可以让自己成为更具专业性与竞争力的候选人。而对于企业而言，优达学城这种能够配合企业需求设置课程，实现对口人才培养的做法，相当于把人才资源也做到了各家公司的家门口，何乐而不为？

特色三：培训与学位教育并行

在提升平台培训实用性的同时，优达学城与乔治亚理工学院(Georgia Tech)和美国电信运营商AT&T合作，推出了计算机科学的硕士课程的MOOC，不断延展在线培训能够达到的教育高度。

优达学城的运营模式



参看国外在线职业教育平台的探索案例与创新做法，并不意味着要照搬套用，而是为了更加深刻地理解全球化的发展趋势；从一个更全面的视角上，看待在线职业教育行业的演化过程与发展前景。

在这个网络时代，时间和空间的隔阂，都无法再成为阻碍一个人去学习的原因。首先，以技术为依托，在线职业教育让整个学习的过程更加泛在化和移动化，终身学习变得越来越容易实现。其次，智能分析、大数据、模拟仿真技术等应用工具的发展，让在线职业教育课程可以快速迭代、让应时应需成为可能。学习效果更好、且成本更低。爱学习和会学习的人将能更

好地进行自我培养与知识技能的延伸。只要他们愿意，可以无惧于职业转换、中断。可以随时开始“斜杠”，体味多元化的人生风景。最后，在线职业教育的这种学习形式和灵活的教学特点，能成为传统的高等教育和职业学校教育的有效补充与拓展，具有广泛的受众群体。优质的教育资源（内容、形式、机会等）不再是一种稀缺资源，取而代之的是互联网下广泛的社会普及性。可以说，在线职业教育给予了每一个人持续学习的机会。对国家而言，也有助于平衡人才供需关系，助力社会的可持续发展。



第二章

成长中的在线职业教育市场

摘要：在线职业教育的发展让劳动者以有效的低成本、碎片化的时间、持续享受高质量职业教育的愿景成为现实。透视中国成人在线职业教育的发展现状，尽管取得了快速增长的成绩，仍然需要明确的行业引导和规范来成就其可持续发展。让“人人皆学、处处能学、时时可学”且“终身求学而有道”的愿景落定。

- 中国在线职业教育行业的政策环境
- 中国在线职业教育的行业概览
- 互联网技术促发的行业新趋势

一. 中国在线职业教育行业的政策环境

主客观条件的逐渐成熟使得中国的职业教育逐步从线下走上线上。随着国家不断倡导教育信息化，一系列利好政策的推进、及对教育产业投入持续增加等举措，必将为包括在线职业教育在内的职教产业注入新的动能。

(一). 注重教育信息化

与其他教育领域相似(如高等教育、K12教育等)，职业教育的发展同样深受政策的影响。自2012年以来，国家先后出台了一系列的政策，明确了“教育信息化”的发展目标。而教育信息化包含了两层含义：一、是把提高个体的信息素养纳入教育的目标，培养出能适应互联网+、信息化社会的人才；二、是把信息技术手段有效地应用于教学、培训与科研的实践中，注重教育信息资源在整个人才培养体系中的开发与利用。这个主体发展目标，虽然并不仅仅作用于在线职业教育行业，但是它强调了包括大数据、模拟仿真、智能技术在内的信息化工具应用的重要性，明确了人才培养的终极目标应与社会信息化发展的需求同步的理念。这些都与在线职业教育的发展方向高度契合，可以说国家对教育信息化的重视与肯定，为在线职业教育行业继续保持活力，以更创新灵活的方式满足市场需求夯实了基础。

国家关于促进教育信息化、职业教育信息化的相关政策汇总：

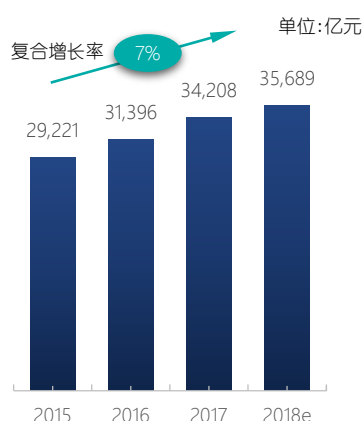
- 1 2012年3月，《教育信息化十年发展规划（2011-2020年）》发布，首次召开全国教育信息化工作会议，明确以教育信息化带动教育现代化，并将教育信息化列为我国教育改革和发展的战略重点议题。
- 2 2012年5月，《教育部关于加快推进职业教育信息化发展的意见》提出推进职业教育广泛、深入和有效应用信息技术，提升数字校园水平和人才信息素养，全面加强信息技术支撑职教改革发展的能力。
- 3 2013年8月，《教育部关于开展虚拟仿真实验教学项目的建设》推进现代信息技术融入实验教学项目、拓展实验教学内容广度和深度、延伸其时间和空间、提升其质量和水平。
- 4 2016年6月，《教育信息化十三五规划》发布，明确到2020年基本建成“人人皆学、处处能学、时时可学”的，与国家教育现代化发展目标相适应的教育信息化体系。
- 5 2017年7月，《新一代人工智能发展规划》发布，倡导智能教育，利用智能技术加快推动人才培养模式、教学方法改革，构建包含智能学习、交互式学习的新型教育体系。
- 6 2017年8月，《教育部关于进一步推进职业教育信息化发展的指导意见》明确提出深入贯彻落实《教育信息化“十三五”规划》，全面提升信息技术支撑和引领职业教育创新发展的能力。
- 7 2018年4月，《教育信息化2.0行动计划》发布，推进“互联网+教育”的具体实施计划，明确到2022年基本实现教学应用覆盖全体教师、学习应用覆盖全体适龄学生、数字校园建设覆盖全体学校，信息化应用水平和师生信息素养普遍提高，建成“互联网+教育”大平台。
- 8 2018年10月，《人力资源社会保障部 财政部关于全面推行企业新型学徒制的意见》发布，明确到2020年底努力形成政府激励推动、企业加大投入、培训机构积极参与、劳动者踊跃参加的职业技能培训新格局，加强基于互联网+体系的职业培训建设与应用。
- 9 2019年1月，《国家职业教育改革实施方案》发布，开启职业教育改革发展的新征程，明确于2019年起启动1+X证书制度等试点工作，到2022年实现一大批普通本科高等学校向应用型转变。促进产教融合校企“双元”育人，大幅提升新时代职业教育现代化水平。

(二). 注重教育投入

除了在政策方面为教育信息化的发展保驾护航以外，国家对教育的投入持续增加。加之，整体稳定向好的宏观经济形式，人均可支配收入稳固上升，特别是在教育文化娱乐领域的支出，互联及智能终端的普及率持续走高等等，这一系列的客观条件为在线职业教育行业的增长提供了长期利好的外部发展环境。

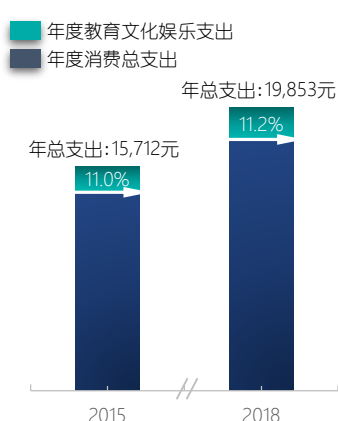
1 国家的教育投入持续增加

- 国家对教育的财政投入逐年增加。教育支出占GDP的比重也在不断提升。



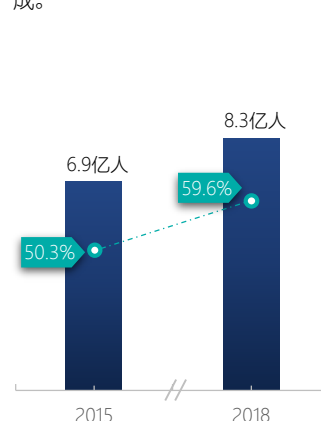
2 教育文化娱乐支出提升

- 与此同时，居民在教育文化娱乐领域的支出也稳固提升。



3 网民数量稳固增加

- 中国网民规模持续扩大，到2018年达到8.3亿人，互联网的普及率逼近六成。



数据来源：统计局、中国互联网络信息中心和益普索商务咨询的整理分析

二. 中国在线职业教育的行业概览

在线职业教育的核心落脚于“在线”。因此，狭义上说，这个行业就是借助互联网平台，进行职业教育的远程授课，降低使用者的学习成本，提升优质教育资源的普及度。广义上说，以互联网为依托，通过创新、灵活、多变、和有效的方式提供的、与职业技能有关的学习内容，都可以认为是在线职业教育。它始于线上，但并不局限于此。它还包包括线上与线下的融合发展，例如，在线下搭建可联网互动的智慧教室，但是学习培训的内容仍然通过线上传递，这也是一种形式的在线职业教育。现代化在线职业教育指的是广义的行业定义。随着技术进度与迭代，新的形态和方式也会不断涌现。因此，这个行业在快速发展的同时，其内涵也将不断丰富。

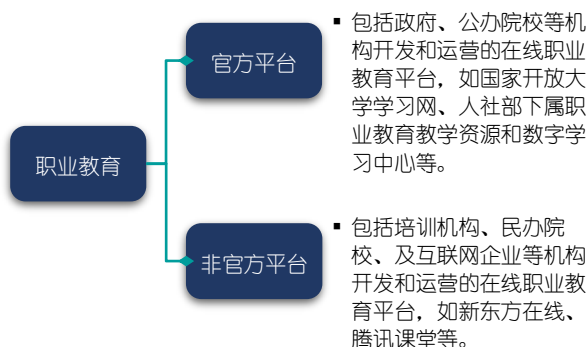


(一). 在线职业教育市场细分

在线职业教育市场的内涵本身是不断延展的，因此，并没有标准的市场细分准则。基于目前的行业发展现状，一般可以从两个角度进行市场的细分。

一是从提供在线职业教育服务主体的角度，将市场分为两个板块：官方与非官方平台市场。官方平台细分市场一般指以政府机构、公立学校等为依托，提供在线职业教育与培训服务。其优势在于直接拥有优质的基础教育资源，例如师资、现成的课程体系等。而非官方平台细分市场则指由各类培训机构、民办院校或互联网企业等第三方提供职业培训服务的市场板块。其核心优势在于：在课程上，更注重对市场需求的主动响应；在技术上，不断优化与创新的动力更足。

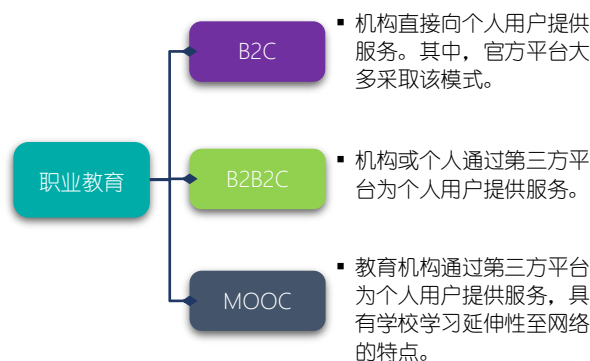
细分方法一：从服务提供商维度切分



二是根据在线职业教育服务模式的差异进行细分，主要分为B2C、B2B2C及MOOC三种。B2C指在线职业教育培训机构直接面向个人提供服务；服务流程直接；内容也往往比较垂直，与机构的教育能力直接挂钩；面对的用户群体也相对固定。B2B2C则指在线职业教育培训机构、及个人通过第三方平台，为个人用户提供服务；其核心特色在于教育内容的综合性强，可以在单一平台上提供多元化的选择；并且可以通过大数据的积累及其他技术手段，实现需求的精准匹配。最后，MOOC这种模式相对比较特殊，它源自于高等教育中的大规模线上公开课，后来被逐渐被延伸至职业教育领域。从本质上，其运作模式与B2B2C类似；核心差异在于：在中间2B平台上入驻的机构为各类教育部核准的职业技术学院，带有官方认证属性，而非其

他的商业培训机构、或者个人。相对而言，第二种市场细分方法能更具体地反映行业特征、与差异化，因此，其应用也更加广泛。

细分方法二：从服务模式维度切分



B2C、B2B2C和MOOC三个细分市场各有特点，活跃的企业也有所差异。整体上看，B2B2C的模式能够有效地整合资源，为用户提供丰富多元的选择，使用人群广泛；且以大型平台为依托，在大数据分析、技术优化等方面具有显著的优势。这块细分市场是中国在线职业教育市场的主要增长驱动力。

| 类型 | 特色 | 典型企业 |
|-------|--|------|
| B2C | 一般运营并管理单一类型的课程，专业性较强。例如，专注于IT课程的极客学院、传智播客；专注于语言能力的新东方在线等 | |
| B2B2C | 这类平台一般运营并管理多种类型的课程，具有较大的流量优势。最典型的莫过于腾讯课堂、网易云课堂等。 | |
| MOOC | 以院校资源为线上课程的依托，运作模式与B2B2C类似，课程的多元化与B2C类似 | |

(二). 在线职业教育的行业生态结构

在线职业教育，是互联网与职业教育融合的产物，因此，其行业生态结构与传统的职业教育相比，内涵更丰富，结构也更为复杂。除了职业教育机构与用户这两个供需主体以外，其最显著的特征是有大量互联网科技企业参与其中，为职业教育供需两个主体提供一系列的技术服务。以主流的B2B2C细分市场为例(由于商业模式的类似性，也包括了部分的MOOC市场)，在线职业教育的行业生态图至少包含以下五个参与主体：



在线职业教育
的内容提供商

指直接提供职业教育学习内容或服务的机构、或个人，包括有学历认证的职业学校和非学历的职业培训机构、与个体。其中，“在线”带来的最大变化是：第一、催生了很多新型线上非学历职业培训组织，极大地丰富了职业教育端的供给。第二、让以往集中在大城市的优质职业教育资源可以通过线上的形式，予以广泛的普及。



在线职业教育的
基础设施

指为在线职业教育提供基本的技术资源和存在条件，主要包括用于教育行业的网络、云和用户终端。其中，网络由互联网和物联网组成；云包括云计算资源，以及云上的大数据和人工智能算法，用于处理教育数据和提供服务；终端则包括各种智能终端和教学工具，用于承载教育服务。包括常态化应用的手机、平板电脑、以及不断创新的线上线下相融合的智慧教室等。



在线职业教育的
运营平台

指在基础设施的基础上，构建整个服务系统。一边为在线职业教育内容的提供者提供包括内容承载和分发的平台、支付结算系统、在线教学和互动工具、学员与教务管理等在内的技术服务；另一边为终端用户提供丰富的学习内容和方便的学习工具，“处处皆能学，时时皆可学”。



在线职业教育的
各类应用

指针对供求双方的具体应用而设计研发的软件程序。针对供应端，即2B端的应用相对比较复杂，涉及课程研发、质量控制、教学评估、市场营销等诸多模块，甚至是根据机构的需求和能力而进行的定制化设计。针对需求端，即2C端的应用一般比较直接，多为标准化的学习工具，便于学员使用。



在线职业教育的
终端消费者

在线职业教育的终端用户：指使用在线职业教育内容或服务的最终消费者，包括在职与非在职的成人。其中，“在线”最大的影响是扩大了受众群体，以较低的费用、灵活的形式、针对性强的培训让大量的在校学生与职场新人成为重要用户。

在基础设施、运营平台及各类应用领域里面活跃的互联网企业，作为桥梁，连接在线职业教育的供需双方，并且精准匹配需求，既是在线职业教育显著区别于传统职业教育的特点，也是B2B2C这种商业模式的成功要素。在这个中间环节里，既有例如腾讯、网易、百度等全产业链的市场玩家，也有只专注于某一单一服务领域的平台。这些互联网企业本身快速发展、追求创新的特质，持续地为在线职业教育市场注入活力。

B2B2C模式下，在线职业教育行业生态结构图



不同类型的市场玩家示例

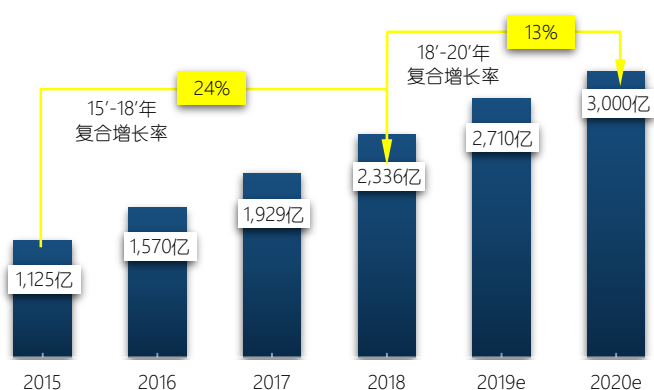
| | 全产业链型互联网企业 | 单一型互联网企业 |
|------|---|---|
| 供需应用 | <ul style="list-style-type: none"> 如腾讯云等，为培训机构提供基于云的轻量化网校搭建和教学管理等SaaS应用。 | <ul style="list-style-type: none"> 如云朵课堂、畅课等致力于教育行业的软件开发及技术支持，带动培训机构现代化、线上化发展。 |
| 运营平台 | <ul style="list-style-type: none"> 如腾讯课堂平台，整合了腾讯QQ、支付、云、直播等多种业务能力用于职业教育服务。 | <ul style="list-style-type: none"> N.A. |
| 基础设施 | <ul style="list-style-type: none"> 如腾讯云、百度云等提供的教育云行业方案。 | <ul style="list-style-type: none"> 如青鹿、希沃等专注与以教育云为依托提升教育的交互性和智能性，打造“智慧课堂”。 |

(三). 在线职业教育的市场规模

从整体上看，中国在线教育市场一直保持着双位数的快速增长。在2015年，市场总规模仅为1,125亿元人民币。到了2018年底，市场规模达到2,336亿元人民币，交出了三年翻一倍的成绩单。预计到2020年，市场仍将保持增长的态势，总规模将突破3,000亿元人民币。其中，在线职业教育是其增长的主要驱动力之一。

中国在线教育整体市场规模及增长预测

■ 中国在线教育整体市场

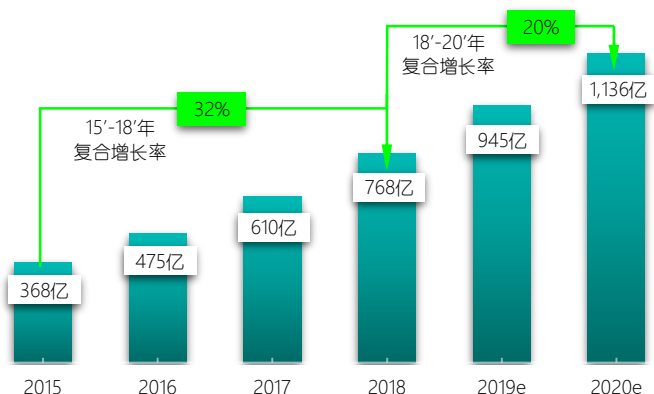


来源：前瞻经济学人等行业案头数据整理；益普索咨询公司的分析预测

中国在线职业教育的市场规模在2015年，仅为368亿元人民币。到了2018年底，其市场规模达到768亿元人民币，实现了32%的年复合增长率，比整体市场增长快了近8个百分点。未来，在政策利好、需求稳定、形式创新等因素的拉动下，市场将继续保持强劲的增长，到2020年，将突破1,000亿元人民币大关。

中国在线职业教育市场规模及增长预测

■ 中国在线职业教育市场

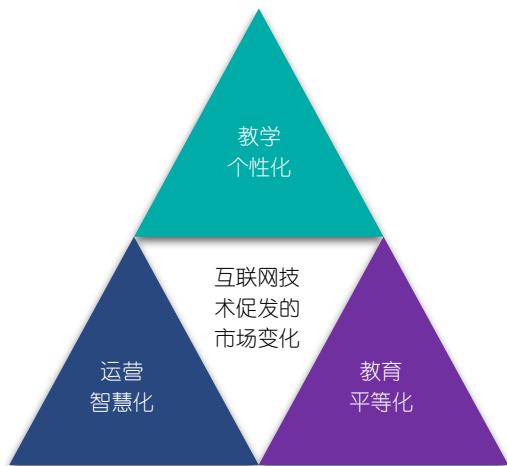


来源：前瞻经济学人等行业案头数据整理；益普索咨询公司的分析预测

可以说，在线职业教育这一产业既诞生于互联网的浪潮涌动之中，并在不断发展壮大的同时反作用于互联网，成为推动互联网整体行业的进步的重要引擎之一。

三. 互联网技术促发的行业新趋势

在线职业教育让以往的不可能成为可能，数字技术更是通过智能化、扁平化来重新搭建职业教育的学习过程。未来，应进一步挖掘在线职业教育这支庞大的军队的潜力，以实现教学个性化、运营智慧化和教育平等化为抓手，大规模培养高素质人才，支撑并推动我国产业结构的全面转型升级。



趋势一：教学个性化

教育的最高境界莫过于“因材施教”。根据每一个人的特点与需求，提供定制化的学习内容与服务，从而最大化地培养人才，发挥他们的专长。这点在常规教育体制中，受到许多客观因素的制约，很难实现。例如，教师资源，特别是优质教师资源，相对于生源远远不足，更不用提个性化教学了。

随着大数据与人工智能技术的进步，这些壁垒正在被逐渐突破，让教学个性化这个目标从理论变成现实。例如，教育培训机构现在可以将AI图像识别、情绪识别等智能技术应用到教学中，通过捕捉学生的细微表情等类似的举措来研究他们的学习行为，对教学内容的兴趣度、对不同板块内容的理解度、积极参与思考

的程度等等。然后根据这些个性化的信息反馈，对教学内容、互动方式等进行针对性地改进。目前，知名英语培训机构英孚教育就正在与亚马逊、腾讯等科技公司合作，搭建能够实现个性化教学的智慧教室。对终端用户而言，技术也能为他们提供更高效、个性化的学习方案。例如，通过大数据的分析，使用者将在系统中形成用户画像，课程可以从初始推动阶段就实现个性化；在语言学习过程中，AI图像和语音识别技术的综合运用可以帮助使用者纠正发音、检测知识盲点等等。总而言之，技术正在全方位地弥补教育资源的不足与不均，让“千人千面，因材施教”落到实处。

趋势二：运营智慧化

数字技术除了能在教学上发挥作用以外，还能通过教育培训机构的全面“上线”，实现基于大数据的、智慧化、集约型的管理运营模式。从而保障机构始终处于“流程不断优化、效率不断提升”的良性动态机制中。

具体来看，教育培训机构的运营由若干环节组成，例如，资源规划与管理、学员信息系统等等。云计算技术，为各个应用环节的对接和数据交互提供了条件，实现扁平化管理。这一点对于缺乏IT资源和运维能力的中小型教育培训机构尤为重要，这类机构几乎可以通过使用云直接迈入数字化管理的新纪元。

在云之上，还可以根据具体的使用场景，集成不同的技术与应用。例如，在线上与线下融合的智慧教室应用场景中，可以将物联网、直播和微信平台与教育培训机构的管理系统集成。一方面，对教室环境、设备、学习内容等进行集中管理，优化成本；另一方面，在机构管理者、老师、学员之间形成有效的沟通机制，例如移动化的师生管理系统等等，提升管理效率。技术让机构的运营越来越充满智慧，赋予了规模不同、资源迥异的职业教育培训机构同等的发展机遇。

趋势三：教育平等化

“确保包容和公平的优质教育，让全民终身享有学习机会”是《联合国2030年可持续发展议程》中要实现的17个可持续发展目标之一。我国也历来重视教育的公平公正。可以说，在提升教育平等化及普及性方面，在线职业教育已经是坚实的一步。未来，科技的促进作

用将远超想象。近几年，科技的迅速发展对于教育平等化的发展已经起到了至关重要的作用，全球虚拟机的出现、低时延的网络互联能力以及音频技术的提升，使得更多用户可以通过互联网随时随地、无障碍的获取优质的教育资源。在线上平台上，尤其是传统的教育较难触达的群体，数十万人同时参与线上学习，数万节直播课程同步进行，几乎感受不到任何的卡顿。与此同时，在线课堂也给更多人创造了人生“再出发”的可能。例如，将在线职业教育与乡村公益项目相结合，让贫困地区的人们可以掌握立足社会的职业技能，通过自己的双手实现脱贫；有身体障碍的人也可以通过互联网学习编程、设计、语言等实用性职业课程的学习，实现就业，并且充分融入社会。



第三章

在线职业教育2C与2B的价值

摘要：现在全社会都强调“获得感”，而在线职业教育行业的发展正在为2C个人和2B企业带来实实在在的“获得感”。个体劳动者可以在低成本下，利用碎片化的时间，针对性地提升职业技能，获取更好的回报；同时，让个人价值最大化。企业可以获得更具胜任力和生产力水平的员工，极大地降低人员投入成本。企业与个人的成长更加和谐与匹配。

- 在线职业教育为个人带来的价值
- 在线职业教育为企业带来的价值

一. 在线职业教育为个人带来的价值

根据中国互联网络信息中心的统计数据显示,截止到2018年6月,中国在线教育用户量已达1.7亿人,同比增长超过20%。其中,在线职业教育用户的需求尤其旺盛。在经济“智能化”发展的背景下,知识与技能更新换代的速度加快,劳动者为了保持自身的竞争力,主动接受职业技能培训的意愿越来越强烈。而互联网技术让低成本、高效率的学习成为可能。支付能力、或者学习时间上的局限都不再是阻碍劳动者追求持续职业技能提升的壁垒。“低成本”、“充分利用碎片化时间”、“应时应需的课程体系”、与“不断优化的学习体验”是个人用户眼中在线职业教育的代名词。而“获得感”则是在线职业教育个人用户最真切的体验,融汇了实现个人价值最大化的成就感、与生活不断进步的幸福感。

(一). 在线职业教育个体用户的画像

在线职业教育具有普惠性,学生、在职人员、失业人员、农民工群体等等均能广泛受益。但是由于互联网、智能终端普及率、行业知晓率等主客观因素的影响,城市人口,特别是高校在校生(18岁-22岁)与初入职场的年轻人(23岁-29岁)是目前在线职业教育使用最广泛、最活跃的群体。

用户以城镇居民为主

截至2018年6月,中国网民规模达8.02亿人,互联网整体普及率为57.7%。其中,城镇地区互联网普及率为72.7%,而农村地区仅为36.5%。

受经济发展水平、科技要素需求度等客观条件的影响,互联网在城镇地区的普及率明显高于农村地区。此外,城乡在智能设备的渗透率、在线职业教育平台的知晓度等方面也差异显著。因此,目前在线职业教育的主要用户为城镇居民。未来,随着互联网及互联网技术的不断下沉,在线职业教育的用户群体仍将不断扩大。

城乡网民结构



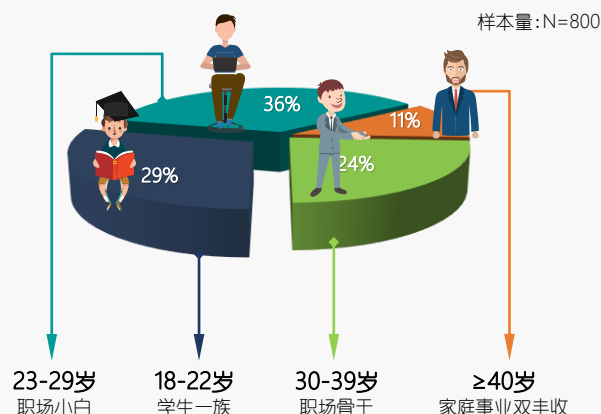
数据来源：中国互联网络发展中心

职场小白与学生一族是占比最高的用户

在线职业教育的用户根据年龄段进行细分,其中,23-29岁之间的用户占比最大,达36%;其次为年龄段在18-22岁之间的学生一族,占比为29%。这两部分用户的显著特征为学生、或尚未脱离学生属性,需要借助在线职业教育,实现从学校到职场的转化,提升自身的职场适应力与胜任力。

接下来分别为年龄段在30-39岁之间的职场骨干与年龄段在40岁及以上的职场人士,其占比分别为24%与11%。随着劳动者职业发展阶段的变迁,他们对职业培训的需求也相对“由刚转柔”。

在线职业教育用户的年龄分布



在线职业教育用户的个人状态与课程需求直接相关

职业教育的强“就业属性”在用户对课程的需求和选择上充分体现出来。个人用户选择的在线职业教育课程与他们所处的工作生活状态密切相关。

固定在职：此类人群对职场发展类的课程最为偏好，其次是IT类和语言类。在职人员希望充分利用在线职业教育的平台提升综合素养，从而增强自身在职场中的竞争力，争取更好的职业发展。

在校学生：学生群体仍然在接受系统的学校教育，在线职业教育平台的核心意义在于弥补短板，促进应用，助力从“学生”到“职场人”的角色转换。所以，语言类、IT类、及职场生存能力提升类的课程最受欢迎。

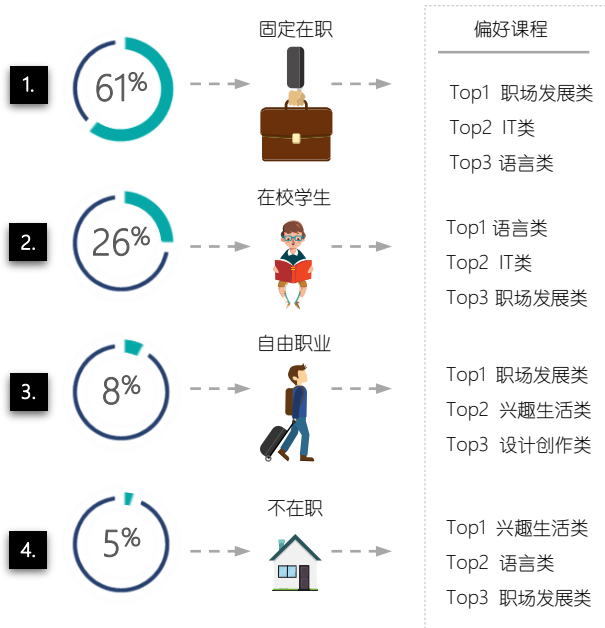
自由职业：这类人群需要通过在线职业教育，不断地充电，进行自我提升。例如，自由职业的程序员需要不断提升技能，稳固客户；自媒体运营者需要随着各类应用的进步而不断精进自身图片处理、视频剪辑等多方面能力等。所以，职场发展类、兴趣生活类、与设计创作类均是需求量大的线上课程。

不在职：本次研究的不在职人群包括无业、退休、全职主妇等多种人群。偏好的课程包括兴趣生活类、语言类、职场发展类等。

在线职业教育用户的个人状态与参与课程

目标人群占比

样本量：N=800



备注：不在职，包括退休/家庭主妇/失业/无业

课程概述：此次定量调研将在线职业教育的课程分为9类，分别为职场发展类、兴趣生活类、IT类、语言类、设计创作类、互联网产品类、市场营销类、数据科学类以及其他。其中，职场发展类包括职业考试、办公软件、求职应聘等与职场发展相关的课程；兴趣生活类是指摄影、健身、美食等课程；IT类是指编程语言、算法、移动开发等课程。

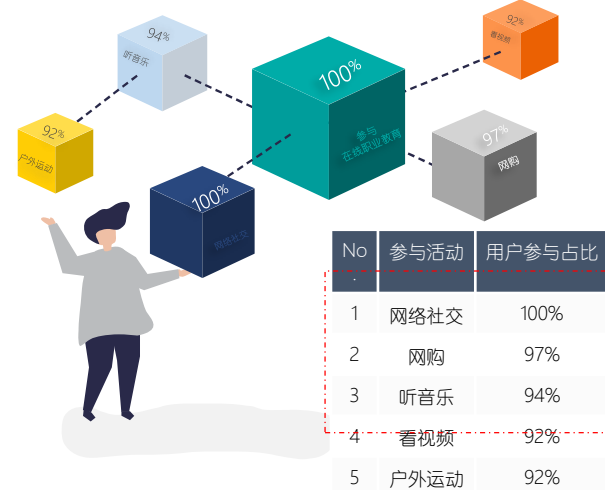
在线职业教育用户爱好广泛

根据参与本次调研的在线职业教育用户的特点来看，他们往往爱好广泛，且生活与互联网相互渗透，密不可分。除了参与在线职业培训以外，其他日常参与率最高的五种活动分别为使用社交软件、网上购物、听音乐、看视频和参与户外活动，参与率分别为100%、97%、94%、92%和92%。

这也符合在线职业教育用户的组成特点，即年轻群体占比高、追求个人定位转化、追求职业提升与斜杠人生风景等等。

在线职业教育用户的日常活动

样本量：N=800



低成本的在线职业教育让花费不再是用户学习的壁垒

相较于传统的职业教育，在线职业教育课程的性价比高，花费不再是阻碍劳动者持续学习的壁垒。在本次研究中，税后年收入为10万元以下的工薪阶层用户比例最高，占总体的60%；然后，依次为税后年收入在10万-30万的使用者，占25%；中产阶级及以上，税后年收入30万元以上的使用者占15%。

10万元以下：包括在校的学生、处于职场打拼初期的新人等。在线职业教育平台的课程费用低且选择丰富，支持他们为自己创造更好的经济条件和生活条件。

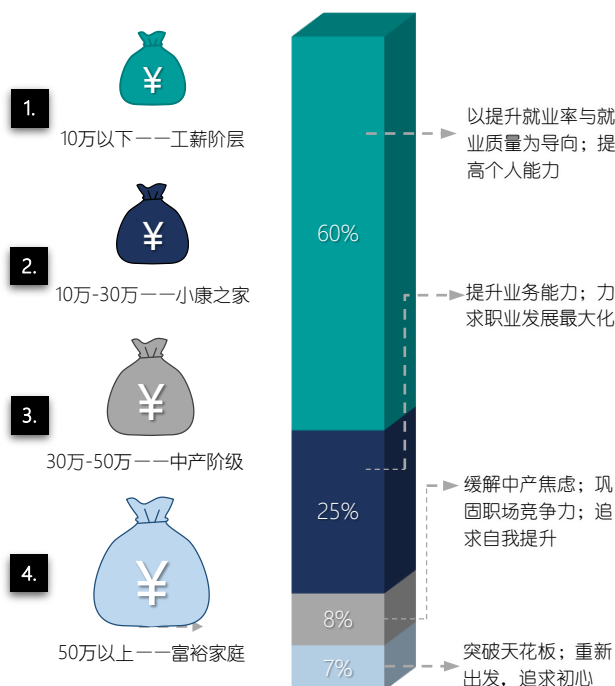
10-30万元：基本上告别了职场的初级阶段，迈入部门主管的行列，并且力争在职场中“更上一层楼”。这部分人群向上需要对老板负责，向下要助力职场小白的成长，其学习时间更为碎片化。多元化的网络课程(例如，微课堂等)，帮他们实现了随时随地皆可学习的愿望。

30-50万元以下：这部分典型的中产阶级承担起了职场领导者的角色，他们需要不断提升竞争力、强化自身的“不可替代性”。

50万元以上：一般拥有较好的知识储备与社交资源，在线职业教育之于此类人群是扩充兴趣爱好、提升幸福感的媒介。虽然这部分人群的占比相对较低，但是却是教育终身化理念不断延展的体现。

在线职业教育用户的收入情况

样本量:N=800

个人层面
高素质的人才企业层面
强有力的企业

(二). 用户选择在线进行职业教育的驱动力

用户选择进行在线职业教育的原因多种多样，与他们所处的职场阶段、个人知识结构组成、职业发展目标等因素息息相关，可以说是非常个性化的选择。其中，与时俱进地保持学习状态、及不断拓展知识结构(不论是兴趣导向还是刚性需求)是最具普遍性的原因。换言之，主动学习是在线职业教育用户的共性。而学习时间灵活可控、知识获取经济门槛低、课程内容多元且应用性强，是用户选择在线职业教育的根本驱动力，也是在线职业教育行业的生命力所在。

以延展知识结构、提升所需技能为导向的主动学习

在参与此次调研的在线职业教育用户中，分别有51%和33%的用户表示他们选择进行线职业教育的原因与“学习”和“个人能力提升”相关，占到总体用户的84%。主动学习、及看重学习结果的实用性，是用户选择进行在线职业教育的根本原因。

在51%的以学习为导向的用户中，“可以随时随地学习新知识”是最重要的因素，这也充分体现了在线职业教育能够打破时间和空间限制的特质。

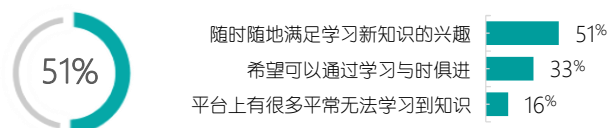
在33%的以能力提升为导向的用户中，加薪、升职、通过职业资格认证等实际的诉求是其主要选择因素。

另有16%的用户表示其选择在线职业教育的原因具有一定程度的社交属性，例如提升社会/业内认可度、通过平台，获取与同业者广泛交流的机会等等。

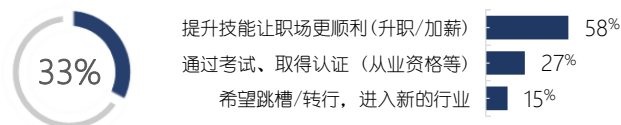
用户选择进行在线职业教育的原因

样本量:N=800

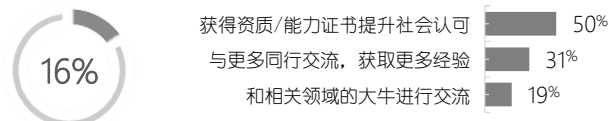
一、与学习本身相关



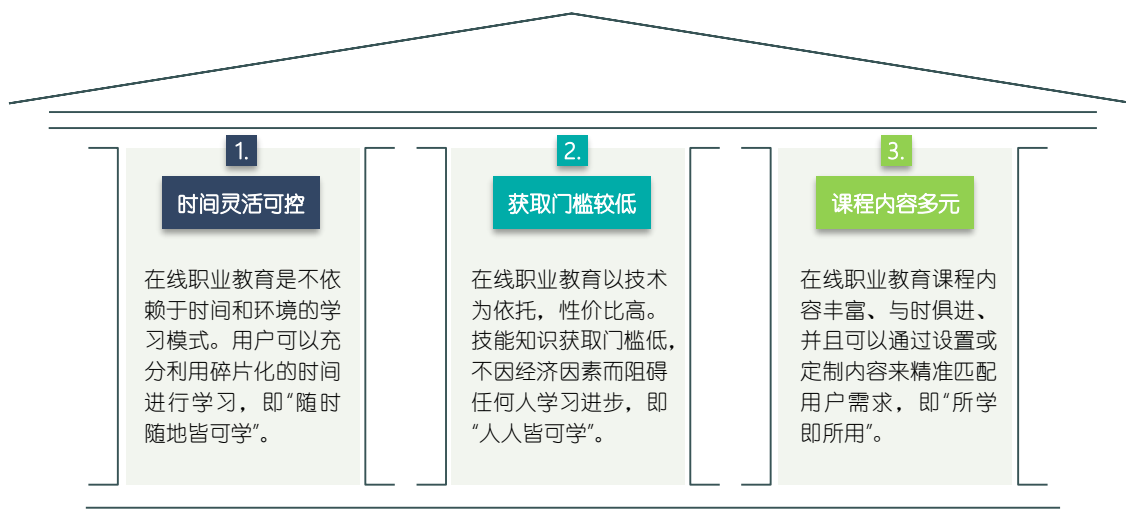
二、与个人能力提升相关



三、与社交相关



时间可控、性价比高、课程多元实际是用户选择核心驱动力



碎片化时间的利用符合用户的主流需求

能够充分利用碎片化时间，不受场景和场地的限制是在线职业教育用户选择该学习方式的核心驱动力之一；这也是在线职业教育用户群体分布广泛的原因，不管是在校的学生，还是职场精英。

在使用频次方面，67%的受访用户都体现出了高频的特征，分别有14%和53%的用户表示每天和每周都在使用平台进行学习。在单次使用时长方面，62%的用户均次在线学习时间为低于或等于1小时，展现出化整为零的特点。

在线职业教育的获得门槛低，经济因素不再成为负担

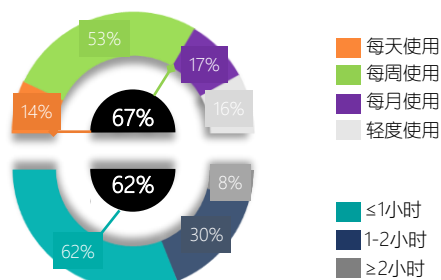
传统的线下职业教育的灵活度较低，例如，需要固定的课堂、上课时间、完整的课程体系等等。因此，费用也往往比较高，一门课程的平均花销在人民币1万-2万左右。而在线职业教育不同，其以互联网技术为依托、聚同的规模效应显著、课程可以自由选择，学习成本低。在参与调研的用户中，43%的人群年度学习费用在千元以下，28%在1,000元-3,000元，16%在3,000元-5,000元，仅有13%的人群投入超过5,000元。在线职业教育降低了参与门槛，只要有网络，只要有一颗想学习的心，消费能力不再是人们学习的绊脚石。

在线职业教育能够具有针对性地满足多元化的需求

在线职业教育的使用者中，背景多种多样。多样化需求的针对性满足也正是在线职业教育未来发展前景广阔所在。以此次参与调研的用户为例，他们选择的学习课程紧扣个人诉求与职业发展方向。

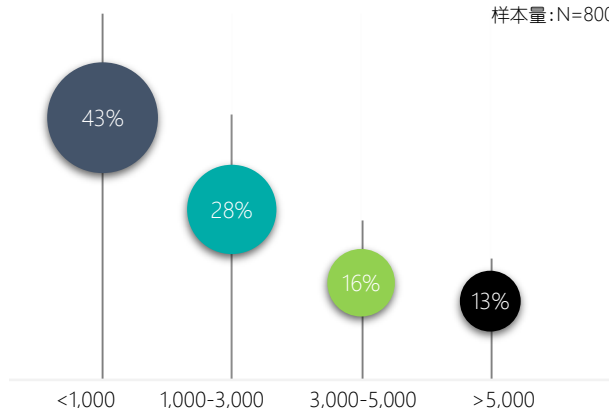
在线职业教育用户的学习时长与频次

样本量：N=800



在线职业教育用户在学习平台的年均投入

样本量：N=800



在校学生职业教育课程的
关键词

竞争力
提升自我
发展机会
职场技能
职场加速器
课本局限
找工作
就业竞争
性价比
学生一族

职场小白职业教育课程的
关键词

职业技能
职业规划
新机遇
有活力
初来乍到
90后
发展机会
职场小白
职场向上
职场精英

职场骨干职业教育课程的
关键词

更上一步
骨干精英
技能更新
有目标
带领团队
紧跟潮流
素养提升
职场好手
克服自我
进阶
稳重

“初”成功人士职业教育课程
的关键词

充实自我
家庭事业双丰收
调节生活
有内涵
自有资源
知识度高
6070
成功人士
成熟

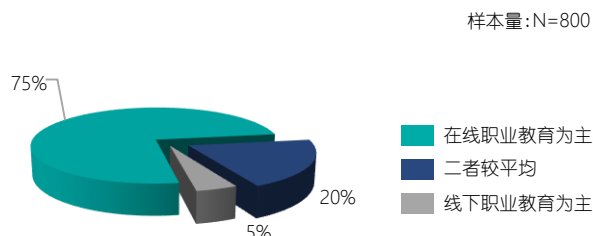
(三). 用户选择在线职业教育平台的偏好

调查结果显示，75%的用户在接受职业教育时，偏好在线形式，成本投入低且不受地域和时间的约束。可以说，在线职业教育的灵活性、多元化和经济性已经被大众广泛接受。从在线职业教育的平台来看，可以分为以政府机构、公立院校等为主体的官方平台；和以企业、培训机构、民办院校等为主体的非官方平台。从调研结果来看，后者占据了市场主导地位。在不同类型的非官方平台中，B2B2C形式运营的平台领跑在线职业教育。

在线职业教育用户对线上学习方式有绝对的偏好

在所有接受调查的在线职业教育用户中，大部分用户对于在线的形式有明显偏好。有75%的用户日常参与职业教育主要以线上为主。另有20%的用户，对于线上线下两种形式的职业教育地位均衡。而仅有5%的用户表示考虑到线下课程互动性较强，选择以线下职业教育作为主要参与职业教育的途径。

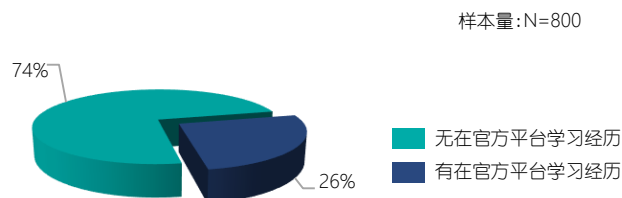
用户对于线上线下两种方式的职业教育偏好



非官方平台的使用量更大

从用户对在线职业教育平台运营性质的选择来看，仅有26%的用户拥有在官方平台参与职业教育的经历。不同于美国等其他国家在线职业教育领域中官方平台更强势的现象；在中国，相较于官方在线职业教育平台，用户更偏好可以提供更多元选择的非官方平台上进行在线职业教育。

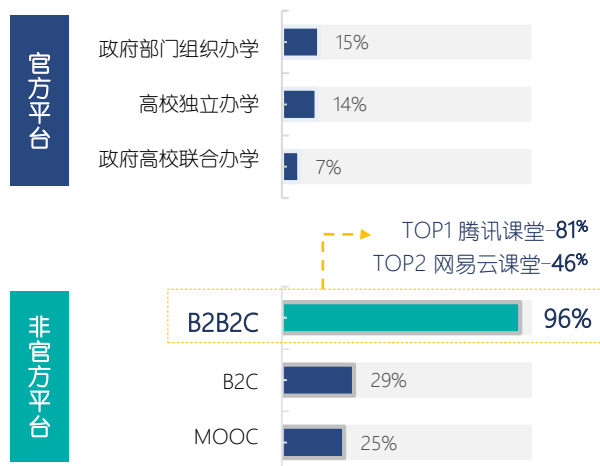
用户对与线上平台的选择偏好



B2B2C平台领跑在线教育

有96%的在线职业教育的用户选择使用B2B2C平台进行学习。B2B2C平台主要以腾讯课堂等平台为代表，这也表明用户普遍愿意选择规模化和品牌化的平台进行学习。而排名第二的B2C平台的用户选择偏好仅为29%。

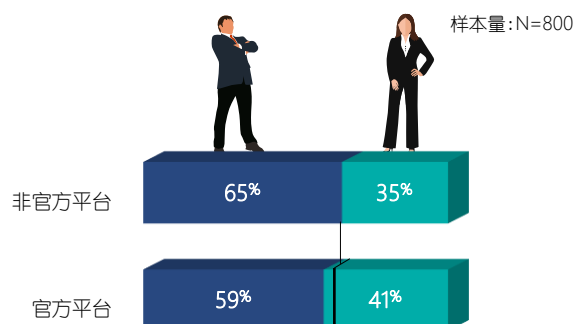
相较于其他运营形式的在线职业教育平台，B2B2C平台一般具有以下优势：课程内容广泛，包括IT互联网、设计创作、语言留学、职业考证、兴趣生活等多方面课程，可以广泛匹配用户的多方面的需求。这一类平台一般为大型的互联网企业主导，具有庞大用户基础、平台体量大、课程选择多等特点。



不同性别用户存在平台选择偏好差异

调研结果显示，非官方在线职业教育平台用户中有的男性和女性分别占比65%和35%；而使用官方在线职业教育平台的男女比例则相对均衡，分别为59%和41%。这与平台的课程特色设置等密不可分。以腾讯课堂等为代表的非官方在线职业教育平台课程内容多元，但是在IT等相关领域的特色、及优势显著，因此，男性用户比例偏高。

在线职业教育用户性别分布



不同年龄族群在平台的选择上“各有所爱”

不同年龄族群都对B2B2C平台表现出最强需求，18-22岁、23-29岁、30-39岁以及≥40岁的四B2B2C平台的分别占95%、98%、95%、91%。除此之外，他们对其他运营模式的平台选择有着不同的偏好。

学生一族：除B2B2C平台外，学生群体对以高校力量为主的MOOC认同度较高，占32%，通过学习进一步深化理论知识的学习，同时增强应用性学习以增强在就业市场上的自我竞争力。

职场小白：希望提升职业技能及素养，B2B2C平台以外偏好专一度较高、专业性较强的B2C平台，从而升职加薪，占比35%。

30岁以上人群：相较其他族群更认可官方为主导的平台，30-39岁、40岁以上两个群体分别占比23%和21个族群中选择%。

不同年龄阶段用户对平台的选择偏好

样本量：N=800

| | 18-22岁 学生一族 | 23-29岁 职场小白 | 30-39岁 骨干精英 | ≥40岁 家庭事业 双丰收 |
|------|----------------|----------------|------------------|---------------------|
| Top1 | B2B2C 95% | B2B2C 98% | B2B2C 95% | B2B2C 91% |
| Top2 | MOOC 32% | B2C 35% | B2C 30% | B2C 28% |
| Top3 | B2C 23% | MOOC 27% | 政府部门 组织办学 23% | 政府部门 组织办学 21% |

“现在做自媒体需要太多的技能了，包括视频编辑、版面设计等等，大家真的是想方设法给自己的公众号‘加料’。只有内容丰富了、设计好看了才能有更多流量支持。为了提高自己的技能我平常更偏好在腾讯课堂上学习设计方面的课程，弥补非科班出身不足。”

——90后说

“我是非985、211的大四学生，毕业季找工作压力比较大，尤其是对于我这种本科背景不是很强硬的学生更是了。为了获得更好的机会、尽可能拉平和别人竞争的起跑线，我常常上MOOC平台学习国内外一流大学的课程；与此同时我还在修了一些B2B2C平台的excel课程，为一年后的职场生活提前做准备。”

——95后说

(四). 用户对在线职业教育的价值感知

在线职业教育的价值体现已超越传统线下职业教育

调查结果显示，多数用户认为在线职业教育针对职场或是个人方方面面的能力起到了很大的提升作用，例如：“不断充实生活、快速提升技能、挖掘擅长能力”以及“提升工作效率”，评分分别在7.91、7.65、7.38和7.18。用户可以通过丰富知识面、提升个人能力，进而提升工作效率、增添就业机会。

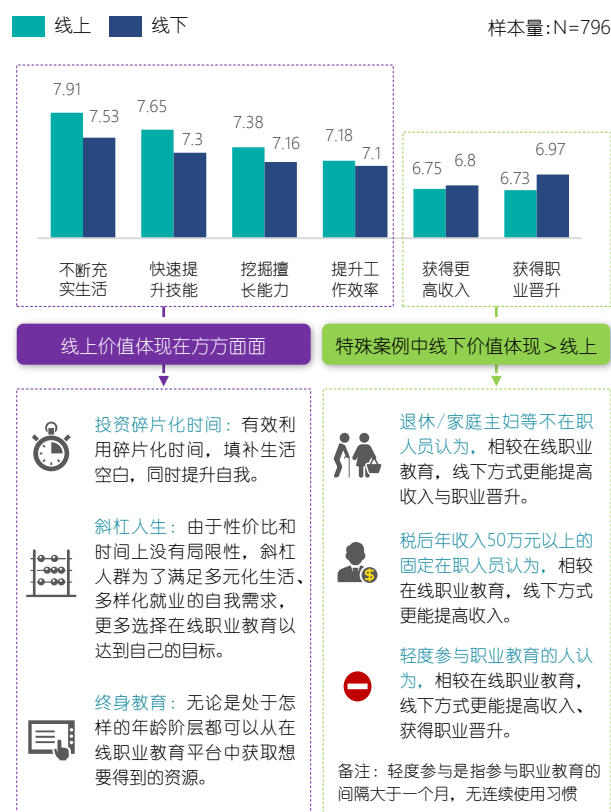
与此同时，通过在线职业教育平台这一媒介，各个年龄阶层的人用户都可以投资自己的碎片化时间以得到自我升华：年轻人可以通过线上学习更好的工作抓住发展机会；中年人可以通过线上学习提高能力、稳固并提升社会地位；退休的健康老年人通过线上学习也可以效仿年轻人做一个斜杠老人，选择自己的方式创造社会价值。

用户认为传统职业教育更有价值的现象仍存在个别案例中

然而在“获得更高收入”和“获得职业晋升”两个方面，用户，特别是不在职、税后年收入50万元以上、以及“轻度参与”职业教育这三类人群，认为线下方式比在线职业教育的价值体现更为明显。

这三类人群有一突出特点：偏好选择兴趣生活类课程。不在职人员通过学习调节生活乐趣；年收入较高人员有更多内部获取信息和知识的渠道，在线平台之于他们只是“调味剂”；而轻度参与职业教育人员并没有真正系统进行工作技能培训，收获价值较为有限。

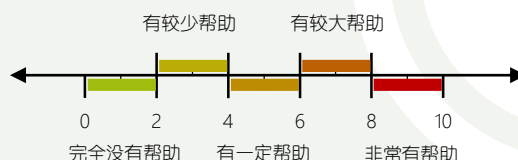
在线职业教育与传统线下方式的价值体现差异



个人层面
高素质的人才

企业层面
强有力的企业

备注：用户同时也对各项所获价值体现的帮助程度进行了评分，从完全没有帮助到非常有帮助，由1至10分描述了用户通过在线职业教育所受帮助程度的加深。



在线职业教育提升了用户的个人幸福感

个人价值的实现可以满足更多的需求，从而提升生活和工作中的幸福感。更多用户认为参与在线职业教育在充实自我、快速提升个人技能和挖掘自己擅长的能力三个方面帮助更大，评价分别在7.91、7.65和7.38。这一点跟目前学员选择更多参与职场发展的基本技能课程和兴趣生活类课程也是有很大的相关度。

从数据来看，相较于生活和个人能力的角度，学员整体上认为目前在线职业教育“就业教育”导向还有更大的发挥空间和市场潜力，用户对在线职业教育提升工作效率、获得更高收入以及获得职业晋升的三种价值体现评价分别在7.18、6.75和6.73。

高学历对价值体现产生正向效应

调查数据显示，本科学历以下的用户参与在线职业教育所获价值基本低于平均水平，而本科及以上学历的用户所获价值则高于平均水平，硕士及以上学历用户价值体现最为明显，即学历越高，在线职业教育平台用户的价值体现越明显。

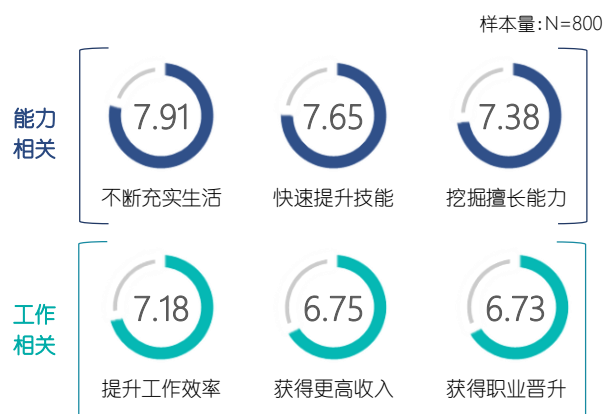
从学习的目的性来说，学历越高的用户选择参与在线职业教育是为了紧跟技术及知识的更新，在原有基础上进行弥补和提升，课程内容的选择更具有针对性，清楚自己的知识缺口，有能力判断课程的有效性和讲师的权威性。而相反学历较低的用户在选择课程时更偏向于“大海捞针”，不确定性较强。

学习频率对价值体现产生正向效应

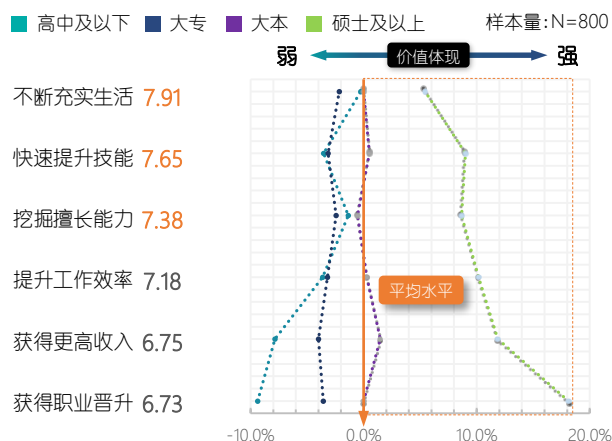
调查数据显示，每月或轻度参与在线职业教育的用户所获价值基本低于平均水平，而以天为单位或以周为单位的用户所获价值则高于平均水平，每天使用在线职业教育平台进行学习的用户价值体现最为明显，即学习频率越高，在线职业教育平台用户的价值体现越明显。正所谓，只有持续地、系统地获取知识，才能达到最满意的效果。



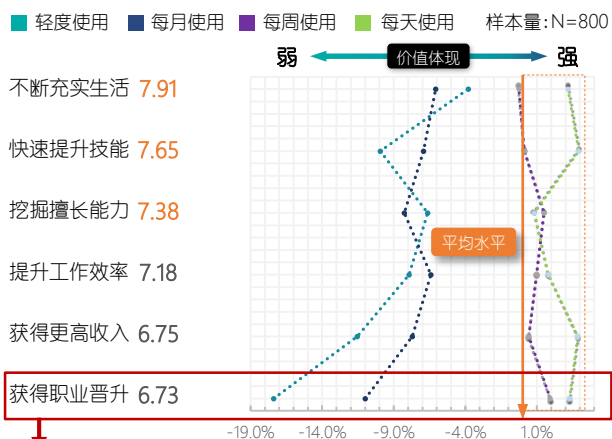
在线职业教育的价值体现



学历不同对在线职业教育的价值体现的影响



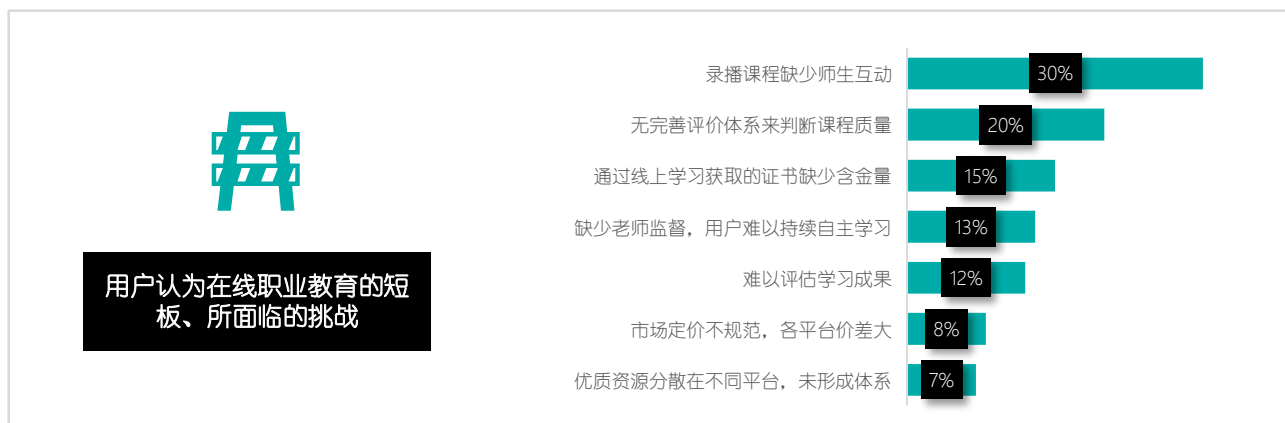
学习频率对在线职业教育的价值体现的影响



以红框中这一项介绍读图方法：图中表示平均水平（0.0%）的黄线代表的是全部接受调查用户对该价值的评分。对于图中的绿点来说：轻度使用平台的用户对“获得职业晋升”这一项的评分为 $6.73 \times (1 - 17.4\%)$ ；对于整体面来说：黄线的左右代表其价值体现的强弱程度。

(五). 用户对在线职业教育未来的预期

整体上看，在学习过程中缺少互动；缺乏完善的课程质量评估体系以帮助用户更好的选择课程；及在线职业学习的成果缺乏足够的认知认可度，是个人用户眼中，在线职业教育的三大主要短板，亟待改善。



师生互动有待加强

互动性的不足是在线职业教育与线下职业教育相比的致命伤，仅仅依靠录播视频这一种单一化的学习方式确实可以学到相关的知识从而达到提升技能的效果，但学习的吸收率和对学习的主动性会相对降低。做线上教育不应该只局限于将课程内容上传到平台上出售而层面，还需要通过其他各种科技、手段的帮扶以提升线上课堂的“互动感”，将传统线下课堂的体验“复制”到线上。

课程制定标准有待统一

目前，由于在线职业平台课程从制定的整个流程、所涉及的全部元素都缺乏范式化，且并没有真正匹配社会企业的需求。因此，用户在进行课程选择时需要耗费大量的时间精力去对比课程的内容、教授老师资历等相关信息，且需要对所选课程进行试听才能大致了解课程的有效性。对用户的行业知识储备、筛选及评判能力都有一定要求，且沉没成本过高。

缺乏通用认证、社会认可度较低

与传统职业学校教育相比，非职业学校教育缺乏结课认证或针对技能的资格鉴定。在面对目前鱼龙混杂的在线职业教育课程，社会、企业等主体对课程认可度低，且无法对在线职业平台的用户进行有效的能力预判。也就是说，“职业教育”到“就业教育”的通路并没有完全打开，仍然存在价值障碍。

用户认为在线职业教育面临的挑战与障碍



用户对在线职业教育的预期集中在课程多元、体验提升、互动性加强、线上线下相结合等领域，需求比较均衡。



实现课程内容定制化，满足多元化需求

用户希望在线职业教育平台可以提升课程的精细化水平，从而使得用户可以根据自己的需求个性化选择不同内容进行“打包”学习，以提高课程的有效性。

课程内容匹配企业人才需求，突出“胜任力”的培养

深度了解各个领域的企业需求，从需求出发匹配相关课程内容以达到培养具有“胜任力”的合格人才，缩小目前市场中人才供需的结构性缺口。

依托AI/AR/VR等技术加强在线平台的用户体验

随着技术的不断发展，更多的科技手段会应用到在线职业教育平台中以加强用户的课程体验：例如，通过AI分析用户的课程学习情况对其针对性推荐相关课程、依靠AR/VR等技术的交互性提升用户在学习过程中的“参与感”等。

增强课程内容与产业贴合度，真正实现“就业教育”特色

深入在线平台与企业合作，包括课程内容的匹配、就业机会的提供、理论与实践的结合等等，真正做到从“人口红利”到“人才红利”的转型。从用户的角度，通过参与在线职业教育课程可以完成职场相关技能的培养，同时可以找到心仪的工作、提高生活质量，一举多得。

用户对在线职业教育的期望





二. 在线职业教育为企业带来的价值

除了个人用户以外，企业用户也意识到在线职业教育在人才培养过程中的便利性、与实用性。目前，使用最活跃的行业用户分别是IT类和贸易类企业。对于企业用户而言，通过在线职业教育平台，提升员工针对工作的胜任力、及员工个体的综合职业素养几乎同等重要。

(一). 在线职业教育企业用户的画像

整体上看，一个行业所需的技术和职场技能迭代的速度越快，这个行业里面的企业对于在线职业教育的需求度越高，即需要员工不断提升和刷新知识技能水平，与行业发展同步。

企业用户以IT和贸易行业为主

在线职业教育的企业用户按照所属行业进行细分，其中，IT企业占比最大，达21%；其次为贸易企业，占比为18%；而后分别是制造业、金融和教育企业，所占比例分别为13%、11%和10%。一个行业所需的知识技能更新速度越快，企业对在线职业教育的需求往往越高。企业需要利用在线职业教育灵活的形式、与时俱进的学习内容为自己的员工充电，共同应对市场的变化。

线上线下的结合将是未来企业员工模式的发展方向

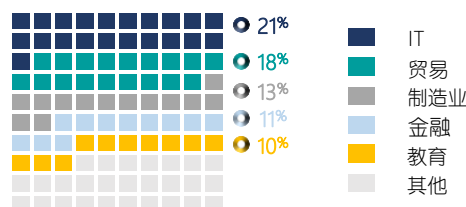
在使用线上培训的企业中，仅有9%的企业只使用在线职业教育作为员工培训的形式。另外91%的企业都是采用线上线下有机结合的形式，其中，有75%的企业对线上和线下培训无主次偏好。目前来看，由于互联网的互动性和用户体验效果较弱，因此员工对知识的吸收度和所使用的课程内容有一定的局限性，随着未来AI/AR/VR等技术的发展，在线职业教育使用的课程领域将更加宽广。

企业对线上培训的粘性较高、有较为规整的培训体系

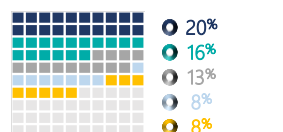
将线上培训列入其员工培训体系中的企业对在线职业教育的使用粘性较强，47%的企业开展线上培训的时间大于2年。从具体培训的频率和时长来看，使用线上培训企业的培训是具有规律性的，有38%的企业坚持以月为单位设置线上培训，而有35%的企业员工每月参与培训时长长达21-50小时，平均每天培训1小时左右。

在线职业教育企业用户的行业细分 (N=100)

整体水平 (包括中小微型、大/超大型企业)



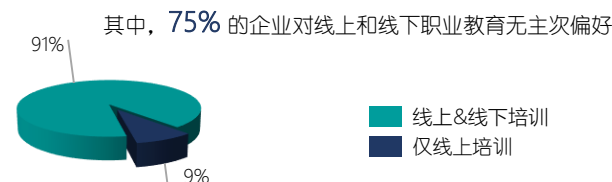
1. 中小微型企业 500人及以下/个人工作室等



2. 超大/大型企业 大于500人



使用在线职业教育企业的培训形式偏好 (N=100)



使用在线职业教育企业的培训情况 (N=100)

47% 开展线上培训时间 > 2年 38% 在线培训频率以月为单位 35% 员工每月参与培训时长21-50小时

(二). 企业用户参与在线职业教育的原因

由于在线职业教育的成本、使用模式具有很大的优势，在有限的成本投入下，员工可以通过在线职业教育平台充分利用碎片化时间、广泛获取各渠道资源进行技能提升从而增强整个企业的竞争力。因此，在线职业教育已经逐渐成为企业员工培训的重要组成部分之一。

“

因为我们公司比较大，全国都有，后来我们发现就是**集团内部的培训师到各地去跑这个成本有点高**。出于这个角度我们从2015年就开始寻找了合作的在线职业教育平台了，然后差不多2015年到的2016年底才跟现在和合作伙伴达成协议。我们内部培训分的非常细，有线下的也有线上的，针对不同职级员工对应不同的课程，接受不同的培训体系，而在线职业教育平台也在培训的多样化和定制化上一定程度上满足了我们的需求。

互联网公司员工培训负责人

”

有效培养员工的综合素质、提升运营效率和企业效益是企业选择在线职业教育的主要驱动力

中国企业已经置身于全球经济一体化的发展背景中，如何善于吸取经济变革的新因素、有效利用互联网资源、不断革新寻找潜在突破口是企业想要在行业中赢得优势、获取核心竞争力的重中之重。在线职业教育，可以使得企业用有限的成本换取更多的价值。企业用户在选择在线职业教育时一般会考虑两个最重要的因素：企业业务发展以及推动企业发展的员工自身能力，分别占比高达100%和92%。

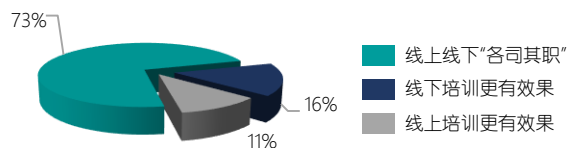
企业使用在线职业教育的主要驱动力 (N=100)



企业用户确实肯定了在线职业教育的有效性，线上培训将更好地被融入进企业的员工培训体系中

只有16%的企业认为线下培训更能达到预期效果、更能满足企业员工培训的初衷；其余84%都对在线职业教育表达了肯定的态度，认为有些内容线下的方式更适用、有些内容线上培训效果更好，或者单纯认可在线形式的有效性。由于在线职业教育的局限性，目前来看，企业还无法仅通过在线平台满足对员工培训层面的全部诉求。但随着VR等更多科技的发展与普及，未来线上培训将会更好的融入到企业的员工培训体系中。

在线职业教育与传统线下方式的有效性 (N=91)



(三). 企业用户对在线职业教育平台的选择偏好

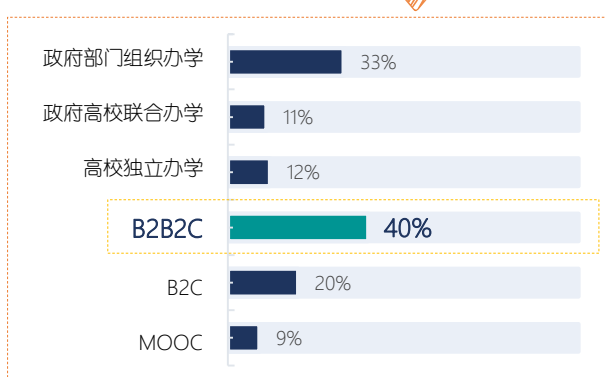
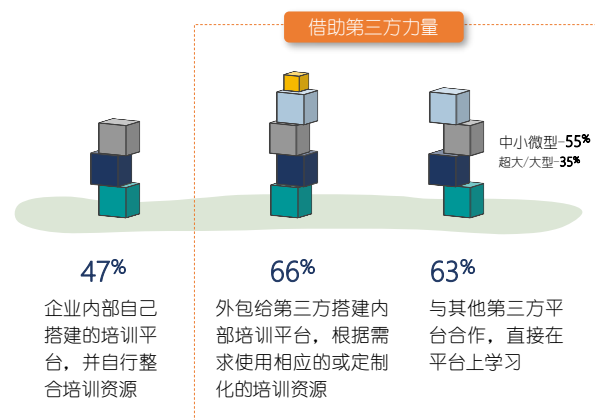
借助外力，广泛从社会资源中个汲取养分

在采取互联网的方式辅助企业员工培训的企业中，大部分企业更加偏好借助第三方力量来运作企业内部的在线职业教育。其中，有66%的企业选择外包搭建内部培训平台，根据其具体需求选择或定制相应的培训资源；有64%的企业选择购买平台使用权限让员工可以直接在平台上进行学习。

员工培训是企业的一种投资行为，也要和其他的投资行为一样从投入产出的角度考虑效益问题。对企业，尤其是中小微型企业，与第三方合作可以有效降低员工培训的成本投入，同时可以广泛吸收优质资源和紧跟行业发展的步伐，大大提高了员工培训的内容广度与深度，是一笔十分划算的“智力投资”。

调查数据显示，在企业选择合作的第三方平台中，B2B2C平台是最主要的合作伙伴，占到了总量的40%。B2B2C平台是集内容变现与价值聚合为一体的开放型教育媒介，体量相对较大，集合多元化垂直领域、单领域的终身化发展内容，可以为企业员工培训提供全方位的支持，满足不同企业的多样化需求。

使用在线职业教育企业的线上平台选择 (N=100)



(四). 企业用户对在线职业教育的价值感知

在线职业教育提升了企业员工的能力

具体从在线职业教育的价值体现的效果来看，企业认为参与在线职业教育对员工的基础技能、员工与企业运作的充分吻合和员工的综合素质提升的三个方面帮助更大，评价分别为7.68、7.63和7.63。

员工的价值是企业价值之本。企业作为市场参与者之一，一切行为都是围绕提升企业能力从而创造价值展开的。而员工，作为企业的重要组成部分之一，是价值创造的基础。因此，如何提升员工的工作能力、工作效率、思维能力、创造能力等全方面的素质是企业运行的重中之重。同时，对于企业而言，招聘一个合适人才的成本往往要大于培养一个适合人才的成本。

在线职业教育提升了企业的市场竞争力

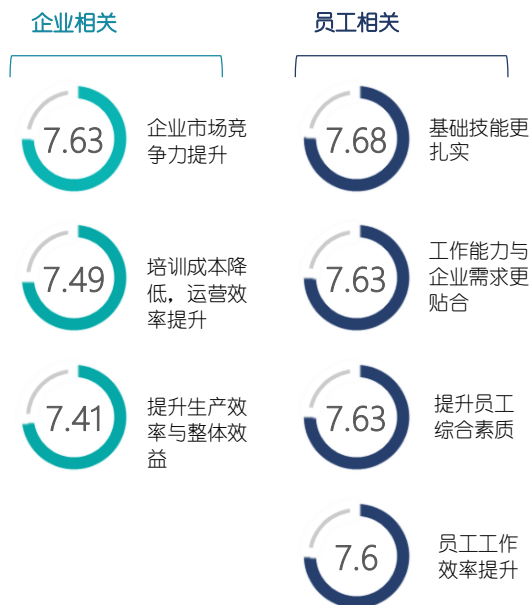
企业认为在线职业教育能够使得企业的市场竞争力提升，同时由于线上培训的成本相对较低，在效果不打折扣的前提下企业的运营效率也相对上升，评价分别为7.63和7.49。

当前国内市场中，大多行业的中小微企业数量庞大，这些企业的主要职责在于稳固市场运行而非推陈出新。在线职业教育会使得行业内知识的扁平化大幅提升，更多的从业人员能够接触并掌握业内最新的动态，进而提升行业的整体水平与创新创造能力。

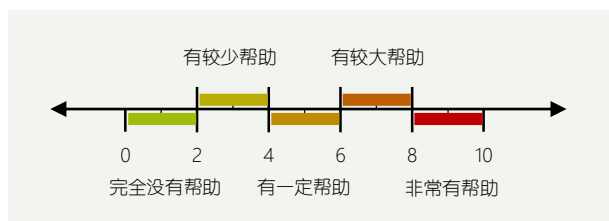
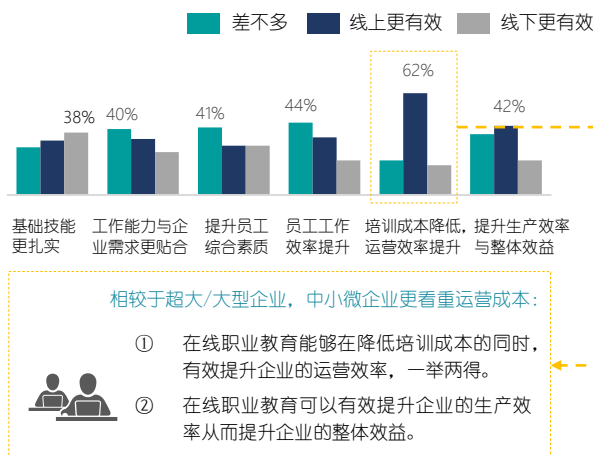
运营成本的降低与效率的提升是企业目前认为在线职业教育的最大价值体现所在

数据显示，有61%的企业认为在线职业教育在降低培训成本、提升企业运营效率方面效果更为显著。成本控制贯穿于企业的整个生产经营流程，是企业财务管理的关键部分。没有经过培训的员工是企业最大的成本，然而相较于传统的线下培训，线上的员工培训无论是从人力、物力、时间等方面大幅度缩小了相应成本，也同时提升了企业整体的运营效率。

在线职业教育的价值体现 (N=100)



在线职业教育与传统线下方式的价值体现差异 (N=91)



(五). 企业用户对在线职业教育未来的预期

课程资源结构性较弱，存在较大优化空间

对于在线职业教育而言，“内容”是众多敲门砖中的重中之重。然而由于课程资源相对分散，共享、检索等渠道缺乏，造成大量优质资源的价值没有充分发挥，企业难以通过一个平台覆盖所有需求，互联网行业还具有人员流动性大、资源灵活性强等特点。因此，企业在与第三方平台合作时常常无法做到需求全匹配，仍存有较大提升空间。

业内机构、课程内容的权威评估和权益保障有待完善

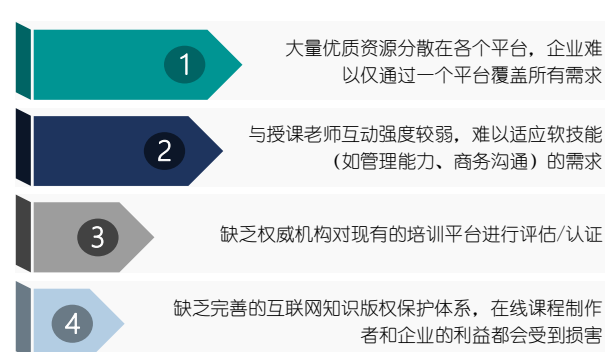
企业在选择合作平台时更加偏好有相关行业协会推荐和认证的机构，在专业的知识领域上有品质的保障。而目前市场上选择过多、鱼龙混杂，如何有效选择专业度高、使用便捷性强、与企业需求更加吻合的平台进行合作是企业的一大难题，由于可靠且具有公信力的对在线职业教育平台权威性评估作为参考，企业从线上员工培训的源头就受到了一定程度的阻碍。

同时，由于企业之间的个性化差异，部分企业除购买第三方平台的课程使用权限外，还会与平台进行合作，根据企业需求个性化定制专属课程。而无论是平台本身的内容或是归属于双方独具匠心的针对性内容在知识产权的安全性上得不到应有的保障，抄袭行为比比皆是，缺乏内容创新，多方利益受损且影响行业的整体发展。

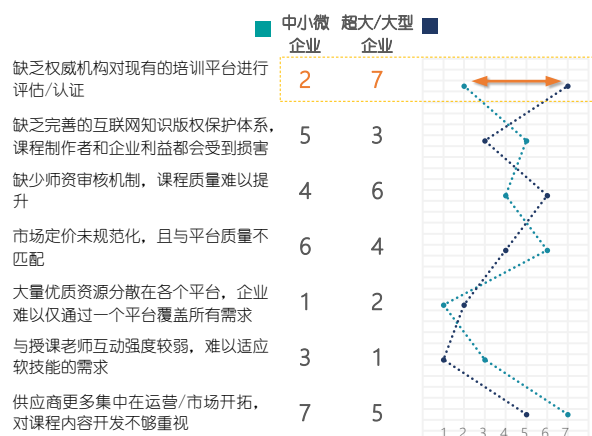
“现在大部分平台和企业的合作模式是，我了解我的需求，然后我告诉你我需要什么，你在给我提供什么，或者你有什么？我能买什么，但是我觉得更高一层的境界就应该是，我比你更了解你的业务，或者说我跟你一样了解你的业务，或者我能给你提供什么，然后咱俩能怎么样，**一个平台和企业的共生合作关系**。比如说我们企业，我们永远需要新人，其实他们就完全可以给我们公司有一个方案。”

互联网公司HR

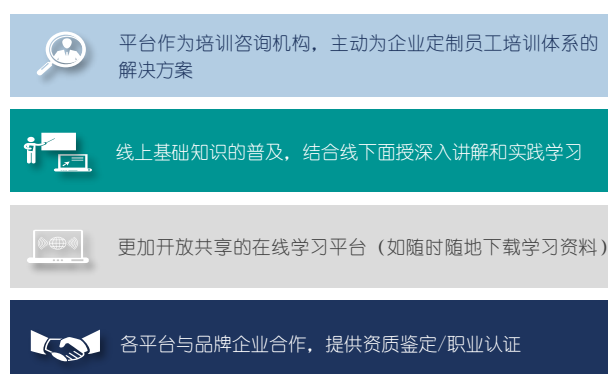
企业认为在线职业教育平台发展的挑战（N=100）



企业对行业需要解决发展瓶颈的迫切程度进行了排序（1为最迫切）：



企业认为在线职业教育平台发展方向（N=100）



第四章

助力在线职业教育的发展

摘要：在线职业教育在快速发展的同时，也面临着许多成长的烦恼，让它难以完全达成不断创新教学方式，促进就业的目的。如何有效地冲破这些壁垒，是在线职业教育行业从“数量”型增长，向“质量”型增长的关键。在这个过程中，政府的合理引导、政企合作模式的探索、龙头企业的创新示范、以及上下游企业的深度合作等要素缺一不可。展望未来，在线职业教育将成为终身教育落地的桥梁，在提升个人幸福感与获得感的同时，源源不断地向各行各业输送具有胜任力的“职业人”，并且与高等教育并肩，为中国经济高质量的发展提供稳固的人才基础。

- 中国在线职业教育行业面临的挑战
- 中国在线职业教育的未来发展建议

一. 中国在线职业教育行业面临的挑战

自2014年正式走上线上以来，中国的在线职业教育市场快速增长，体量级不断提升，交出了一份亮眼的行业发展成绩单。但是，如果纵观整个行业的发展周期，中国的在线职业教育市场仍然处于发展的初期阶段，距离充分发挥其商业及社会价值、行之有效地践行“就业教育”的目标还存在着较大的提升空间。其中，最核心的挑战在于：第一、社会氛围仍然追求学历教育，对包括在线职业教育在内的职业教育的认知认可度普遍不足；第二、在线职业教育仍然属于教育的范畴，目前的商业模式相对固化，导致其社会价值不能充分被释放；第三、行业所处的生态圈没有被充分激活，在创新与应用等核心领域的发展不能与行业的整体发展水平同步；第四、对高质量内容及原创平台的保护不足。未来，如何有效地应对这些挑战，既是在线职业教育平台需要长远规划的，也离不开行政主管部门、及上下游机构的协同努力。



社会氛围对线职业教育、及在线职业教育学习成果的认知认可度不足



在线职业教育的生态圈没有被充分激活，与上下游机构合作不紧密



在线职业教育属于教育的范畴，由于商业模式相对固化，社会价值没有被充分释放



课程质量参差不齐，缺乏对优质教育内容有效的激励和保护

(一). 对在线职业教育的认知认可度不足

中国职业教育的发展在一段时期以内受到了忽视。2012年随着人口红利消失的拐点的到来，职业教育的重要性才逐步显现出来。但是，社会氛围对包括在线职业教育在内的职业教育、及其培训成果的认知认可度普遍不足，仍需进一步的提升。

根据益普索的调研结果显示，无论是2C端的个人用户、还是2B端的企业用户及用人单位，都表示出“认同目前在线职业教育及其培训成果的社会公信力不足”的现状。这种“不足”体现在求职市场的供需两端分别是：求职者发现在面试过程中，简历上在线职业教育的经历及完成的培训技能，很难为自己增光添彩，让用人单位信服；而用人单位在招聘、晋升等核心环节很少会重视候选人在线学习的经历与取得的成果。如果深究在线职业教育及其培训成果社会认知认可度低的原因主要有二：其一、学历至上的传统观念仍然需要时间去改变，很难一蹴而就；其二、现阶段在线职业教育市场的参与者众多，鱼龙混杂，不同平台的课程质量参差不

齐，以至用户难以对教育的作用和价值做出正确的判断。

整体上看，在线职业教育从“职业教育”到“就业教育”的通路仍然没有完全打开，是其未来发展需要突破的壁垒之一。在这个过程中，既需要行业自身的不断完善，也需要政府的支持与合理引导，上下游机构的密切配合等等，任重而道远。

(二). 在线职业教育的社会价值没有充分被释放

在线职业教育仍然属于教育的范畴，这个行业在其商业价值以外，还存在着广泛的社会价值。例如，在线职业教育平台有多元化的教育资源，信息传播和技能培训不受空间和地域的限制，并且与实体的职业教育

相比，成本投入更低。这些特点，让在线职业教育高度契合包括就业/再就业培训、技能扶贫等在内的民生工程的需求。而目前在线职业教育平台的运营模式相对比较固化，主要面向2C个体和2B企业客户群体。政府项目的参与度低，且合作的活力不足，导致在线职业教育整个行业的社会价值没有被充分利用。

2018年10月，国家人力资源和社会保障部与财政部联合推出了《关于全面推行企业新型学徒制的意见》，旨在打造政府拨款推动、企业加大投入、培训机构积极参与、劳动者踊跃参加的职业技能培训新格局。这是来自政府层面积极探索的信号。

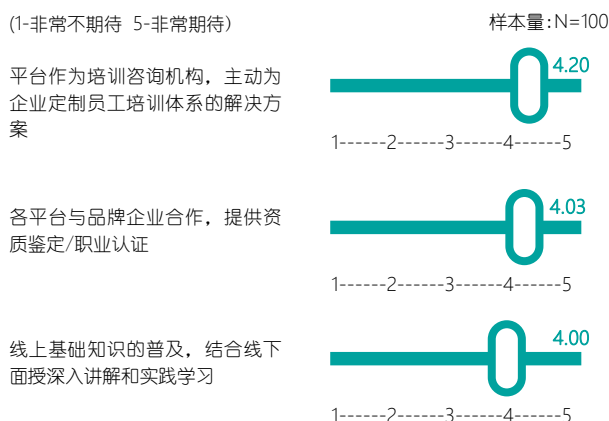
未来，进一步激活政企合作，让在线职业教育为民生工程服务、为技术发展服务是在线职业教育行业发展需要突破的壁垒之二。在这个过程中，需要政府进一步开放合作空间、平台端不断提升课程质量与应用型。

(三). 在线职业教育的生态圈没有被激活，与上下游机构合作不紧密

在线职业教育目前主流的运营模式是通过平台对接个人或企业用户，在这个过程中，在线职业教育平台与上下游机构的合作相对松散，没有充分激发出整个行业生态圈的活力。

以在线职业教育行业的下游的企业为例，参与调研的企业用户普遍认为平台应该加强与企业的合作，创新发展模式，包括定制化服务、线上线下相结合及企业品牌认证等等。

企业用户对在线职业教育的期望



如何创新发展模式，深化与上下游机构的合作，是在线职业教育行业发展需要突破的壁垒之三。毕竟，只有在线职业教育行业的整体生态圈更活跃，在线职业教育行业才能更具活力地发展。

(四). 课程质量参差不齐，缺乏对优质教育内容有效的激励和保护

由于处于发展的初期阶段，中国在线职业教育市场的配套机制尚不完善，造成了行业入门门槛低，参与者众多，课程质量参差不齐，“同质化”凸显等问题。

对于用户而言，过多表面上千差万别、实则大同小异的选择让他们难以甄别。大多数用户只能通过参考课程的参与人数、其他用户的主观评价(口碑)等指标，作为课程选择的标准。然而，这种仅仅依靠“互联网流量”的判断方式，缺失了教育的专业性，并且容易受到“冲量”等营销手段的影响，往往会导致用户获得的教育内容并不适合，影响使用体验，妨碍学习效果，并最终影响到整个在线职业教育行业的口碑。

而对于市场的参与者而言，无序的竞争往往让有潜力、有质量保障、且有创新意愿的企业疲于应付市场困局，难以在技术进步、教育产品研发等核心领域长期发力。最典型的市场现象便是：由于内容复制成本低，在缺乏有效版权保护的前提下，盗版现象日趋泛滥。原创平台的优质资源，包括课程设计、内容、和形式等方面都可以被快速复制，重新打包，在别的平台上线。短期内，对原创平台形成巨大的商业冲击。长期来看，必然削弱平台创新的积极性与投入能力。

在目前的行业环境下，政策监管力度和技术水平无法充分打击复制和盗版的行为，削弱了品质平台内容创新的积极性，进而影响了高质量内容的出现。“劣币驱逐良币”的风险是在线职业教育行业在发展中，需要突破的壁垒之四。

二. 中国在线职业教育的未来发展建议

中国在线职业教育市场在发展过程中遇到的挑战，就像是“成长中的烦恼”，是通向产业成熟过程中不可避免、且不可或缺的经历。一个行业就是在遇到壁垒、突破壁垒的反复循环中，逐渐完善产业生态结构，构建起蓬勃发展的自循环体系的。在线职业教育行业自然也不例外。目前，在其发展初期的破壁阶段，政府的合理引导与支持、上下游企业的深度协作、以及对高质量、创新性强的教育内容及其平台的保护是整个行业实现从“数量”型增长，到“质量”型增长转化的关键。



多管齐下，切实提升全社会对线职业教育、及在线职业教育学习成果的认知认可度



充分发挥政府对在线职业教育牵引作用，并落实相关的鼓励政策，



加强与上下游企业、及机构的合作，为在线职业教育行业的发展打造充满活力的生态圈



支持质量有保障、创新有活力的平台的发展，促进在线职业教育内容的升级，打造健康行业发展秩序

(一). 多管齐下，提升在线职业教育的认可度

从2012年到2019年政府推出了一系列的举措，积极拉动职业教育的发展；并且在2019年政府工作报告中明确了要加快发展现代职业教育，多管齐下地稳定和扩大就业的策略。其重视程度可见一斑。职业教育的复兴，一方面需要政府的积极带动，而另一方面，离不开社会大众认知体系的与时俱进。认知的改变是一个循序渐进的过程，很难一蹴而就。

作为职业教育的重要组成部分，在线职业教育本身、及其学习成果的社会认知认可度需要进一步提升。这样才能充分释放其价值，成为人们保持终身学习状态、延展个人技能的基础工具；同时，也能作为企业人才培养机制的有效补充。这需要大到社会整体舆论氛围、用人单位、小到单一个体，都展现出开放的态度，释

放出积极的信号。例如，对于个人而言，从不推崇不盲从学历至上主义、重视个人能力建设开始改变。对用人企业而言，在人才选拔任用过程中，能够不单纯以学历、证书等条条框框为评估依据。对于行业而言，需要政府的行业认同及合理引导，需要在线职业教育平台积极探索与政府机构、高等院校、主导行业协会、具有标杆性质的用人单位等实体机构的广泛合作。

在短期内，在线职业教育行业可以以“机构评价”为切入点，用客观事实和量化数据说话，提升全社会的认知认可度。具体的举措包括：第一、在线职业教育平台可以建设面向用人单位开放的评估体系，鼓励用人单位积极参与测评，针对培训质量进行打分、评价、建言献策等，并向大众开放测评结果。这种透明客观的

评估体系的建设，为提升在线职业教育的公信力提供了事实依据。第二、可以引入“社交评价”的概念，在线职业教育平台可以与用人单位、大型互联网招聘平台、社交媒介等充分合作，畅通评估渠道，构建以大众为基础，多维度的机构培训质量评估体系，从依靠机构评价，过渡到以数据认证来提升行业的认知认可度。所谓“数据认证”，即针对培训成效进行多角度的量化评估，用大数据来的结果充分体现在线职业教育在人才培养过程中的实效。目前，这种以社交为基础的大数据的认证仍是较为前瞻的概念，没有现成的案例可寻。在职业领域，类似领英的用户专长认可机制，可以被视作社交型认证的初期体现。

领英利用社交，形成职场人的技能标签



职场人基于自我认知与评估在简历上标记各种技能。这种自我评估与他人评估、或客观现实存在不匹配的可能性。

依托领英平台，用人单位、(前)同事等相关机构和个人均可以对职场人的技能公开点评，提供多角度、更客观的技能认证



用人单位可以将主管认知、与相对客观的评估进行比对，生成更加完整的候选人画像，提升招聘的效率与质量

此外，在线职业教育平台还可以积极探索与国家及国际权威认证体系接轨等等。

整体上，在政府的认可与引导下，多管齐下，切实提升全社会对线职业教育、及在线职业教育培训成果的认知认可度是第一个关键点。

(二). 充分发挥政府对在线职业教育牵引作用，并落实相关的鼓励政策

以往国家对职业教育的投入局限在实体职业教育领域，投资巨大，但是实际效果却因为各地职业教育资源的丰富程度、先进情况等因素而千差万别。与此相比，在线职业教育，投入少、且背后依托的教育资源丰富。

政府可以灵活使用在线职业教育平台作为大众技能培训的工具，既能节约成本投入；也能让高质量的教育资源普惠大众，打破时间和空间的限制。而在线职业教育平台则可以通过广泛参与民生就业工程，在商业价值之外，充分发挥其社会价值。

在这方面，国外已经有了一些相对成功的案例。例如，在美国，优达学城与地方政府合作，由政府采购在线职业教育平台的培训服务，平台为当地在校学生定制应用型的IT培训课程，切实提升学生的专项职业技能与整体工作胜任力。完成培训的学生实现了有效就业，带动了地区就业率，又反向继续为地区经济的发展做贡献。在宏观和微观层面，创造了双赢的局面。

目前，这种由政府购买第三方在线职业教育服务，助力民生工程的模式已经在国内的个别城市运行了：例如，苏州市与第三方培训机构合作，分工种定制技能培训课程，惠及民生；天津市政府通过购买第三方服务的方式，构建开放型的终身职业培训体系。是政府发挥行业发展牵引作用的有效举措。

苏州

苏州市人力资源与社会保障局人社部门与第三方合作，于2018年7月推出了“技能培训视频课程”，首批涉及10个专业（工种），使用者可通过人社局官网视频教学栏目自主学习。第二批课程计划于2018年下半年开发。课程的动态更新，包括已有学习内容、以及未来课题的拓展将成为常态。

天津

由天津市人力资源与社会保障局牵头，推出了“互联网+职业培训服务”，采取政府向第三方购买服务的方式，甄选了通用性强、技能相对复杂且涉及国家财产、人民生命安全的职业，以职业知识点和技能点为单元，制作“微课”、“慕课”等，然后将“职业培训包”转化为数字学习资源，依托互联网和现有远程教育平台运行和管理，在全市职业培训和技能人才培养中，推行这种线上线下相结合的职业培训模式，构建面向全体劳动者的终身职业培训体系。

除了政府购买第三方在线职业教育平台的服务模式以外，还可以探索更深度的政企合作模式，例如，可以探索建立集中的职业教育资源培训库，获得政府认证的在线职业教育资源供应商，可以进入资源库，各地

开展相关培训项目的时候，均可以在数据库中快速调取优质供应商资源，简化流程，提升整体项目落实速度。针对国家急需的规模化人才，例如，在IT基础架构设计领域的人才，适用于智能制造、航空航天等多领域多行业，可以集中进行课程的采购和定向培训，加速人才培养。

整体上，充分发挥政府的牵引作用，不断创新政企合作模式，积极参与国计民生项目，是在线职业教育发展的第二个关键点。

(三). 深化上下游企业机构合作，打造活力生态圈

一个行业的发展离不开它所处的生态环境。因此，助力中国在线职业教育行业的发展也必然离不开与上下游企业的深度合作。

在线职业教育行业上游包括了教育机构、个人等师资资源的主导者。目前，该行业与上游机构合作的模式比较单一，以引入师资为主，多为平台机构与个人之间较为松散的合作。这种合作体现在应用上，即为教师以直播或录播的形式进行教学，教与学之间的互动性有限，科技创新嵌入的余地相对较小。在线职业教育行业深化上游合作的主要方向是加强平台与包括实体职业技术学校、高等院校、培训学校等在内的机构层面的合作。调研结果显示，这些实体机构对于与线上融合发展也展示出高开放度，并且普遍认同是大势所趋。

教育机构对深化与线上机构合作的看法

在参与此次调研的教育机构中：

样本量：N=100



未来会探索多种发展模式，包括线上线下融合发展、线上教育和线下交流/实践活动相结合等

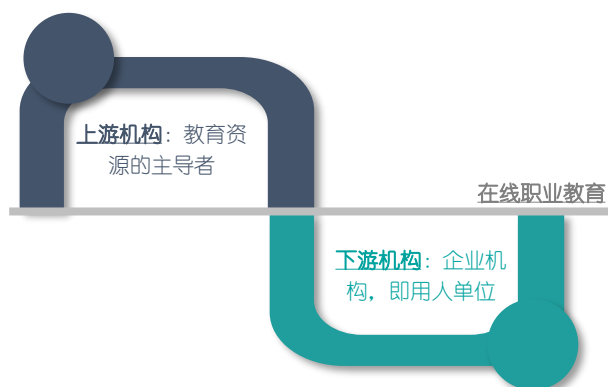


会开展复合式教育方式，例如，先在线上基础知识的普及，结合线下面授深入讲解和实践性学习



接受线上成人教育的课程进入到线下教育机构（高校/职业学校），包括教学模式、教育内容等

机构之间的合作，可以孵化出多种创新运营模式：第一、在线职业教育平台可以与高等院校合作，打造理论与实践并重的人才培养项目。院校充分发挥自身优势，为学生提供以理论为基础，系统而专业的学历教育；在线职业教育平台作为补充，为学生提供由理论延伸出来的应用技能培训、及职场必备技能训练。通过融合的学习场景，提升学生的综合胜任力。第二、在线职业教育平台可以探索与实体职业教育学校合作，在教学与训练的过程中，互为补充。在线平台不受时间和地域的限制，能够依托最优质的讲师资源，提供高质的理论学习；而实体职业学校则可以专注于学生实操技能的训练，打造线上线下相融合(O2O)的闭环教学模式。这种方式，对于地处不发达地区、及教育资源相对落后的实体职业学校的意义尤其深远，是其提升教学质量最快速有效的方式。



在线职业教育的下游包括了2C和2B的客户群体，但是其最终端仍然落脚于企业机构，即用人单位。因为，他们可以直接是在线职业教育平台的客户；同时，他们对人才的需求又会反向右个体用户对在线职业教育的需求度与需求内容。因此，加强与下游企业机构的合作，几乎等同于加强在线职业教育的实用性，拓展的市场机会。

仍然以美国的优达学城为例，除了政府，它还积极拓展与下游IT企业的合作，为合作的企业量身定制人才培养项目，并且设置达标门槛。个人用户可以选择心仪的企业，在优达学城上进行专项学习，通过考核取得技能认证，将自己打造成更具专业性与竞争力的候选人。对合作的IT企业而言，省却了培训、招募等环节的费用，相当于以低成本获取了动态的“人才库”；而对个体用户而言，通过明确的学习路径，实现了高质量的就业。可以说，在线职业教育平台是实现这一双赢局

面的桥梁。

除了优达学城的例子，其实，在线职业教育平台深化与下游用人单位的合作，还存在多种模式和创新空间。例如，在线职业教育平台还可以活用企业合作模式，将“一对一”的合作，延伸为“一对多”的体系，加强合作伙伴的多样性，充分利用平台丰富的教育资源，提升合作效率、甚至创造合作过程中的协同效应等等。

综上所述，通过不断深化与上游学校机构和下游企业用人单位的合作，创新合作方式等手段提升在线职业教育行业生态圈的活力，是在线职业教育发展的第三个关键点。

(四). 支持质量有保障、创新有活力的平台的发展，促进在线职业教育内容的升级，打造健康行业发展秩序

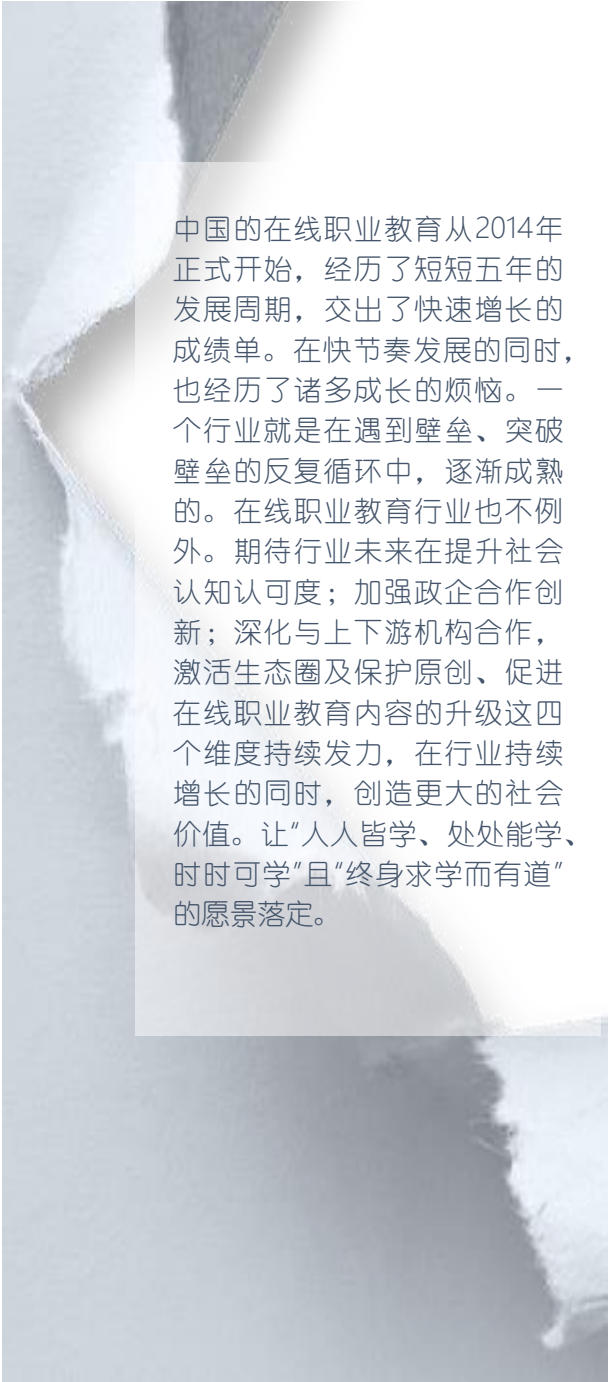
在这个“知识共享”的时代，互联网摄取信息的便捷性使得内容复制的成本大大降低，在缺乏知识共享与版权保护的前提下，内容的提供者，特别是在线职业教育的原创平台往往缺乏共享资源的积极性、和创新的动力。有效打击复制和盗版行为，支持质量有保障、创新有活力的平台的发展，才能促进在线职业教育内容的升级，打造健康的行业发展秩序。

首先，需要在政策层面进行引导，鼓励打造规模化和品牌化的在线职业教育平台。这类平台以优质的教育资源为依托，强调内容与课堂技术的创新，提供的教育培训产品的品质有保障，是支撑行业健康有序发展的基石。与此同时，这类平台具有深化上下游合作的资源，是行业不断创新的动力引擎。

其次，需要通过技术的运用，持续打击盗版行为，为线上优质教育产品打造知识产权的保护网，保障内容提供方的创新动力、及通过创新创造的价值。例如，在技术领域，可以通过IP媒介建立起内容和渠道的双层壁垒；同时，在网络监测层面，增强在线职业教育内容注册审核过程中的“查重”，甄别出盗版内容，拒绝闪现；追踪网络侵权案例等。总而言之，利用多种技术手段，多角度地增加盗版成本。

利用政策监管及不断进步的技术手段双管齐下，通过保护在线职业教育内容的提供者、及在线职业教育产

产品两个维度，来促进在线职业教育内容的升级，打造健康行业发展秩序是第四个关键点。



中国的在线职业教育从2014年正式开始，经历了短短五年的发展周期，交出了快速增长的成绩单。在快节奏发展的同时，也经历了诸多成长的烦恼。一个行业就是在遇到壁垒、突破壁垒的反复循环中，逐渐成熟的。在线职业教育行业也不例外。期待行业未来在提升社会认知认可度；加强政企合作创新；深化与上下游机构合作，激活生态圈及保护原创、促进在线职业教育内容的升级这四个维度持续发力，在行业持续增长的同时，创造更大的社会价值。让“人人皆学、处处能学、时时可学”且“终身求学而有道”的愿景落地。

学习机会无处不在！



说明：关于此项研究

数据来源

报告中调查数据基于样本量，而抽样样本量的大小对调查的准确度有很大的影响。考虑到调研时间以及在线职业教育在个别、特别行业适用性有限，因此我们运用以下研究方法，集合定性访谈与定量问卷，运用数据统计&交叉分析的方法进行调研。

研究方法和范围

| | 定量调查 | | | 定性访谈 |
|----------------|---------|---------|---------|-------------|
| | 2C用户 | 2B企业 | 职业教育从业者 | |
| 受访对象 | | | | |
| 1. 政策制定者 | | | | ✓ |
| 2. 行业协会相关专家 | | | | ✓ |
| 3. 在线职业教育平台使用者 | ✓ | | | ✓ |
| 4. 企业中与培训相关人员 | | ✓ | | ✓ |
| 5. 在线教育运营/产品人员 | | | ✓ | ✓ |
| 6. 实体职业学校校长/教师 | | | ✓ | ✓ |
| 有效样本量 | 800 | 100 | 100 | 14 |
| 执行时间 | 2018年9月 | 2018年9月 | 2018年9月 | 2018年9月-10月 |

研究与撰写团队



李刚 Gang li

腾讯研究院 产业与经济研究中心主任 首席研究员
Director of Industry Economy Research Center, Chief Analyst of Tencent Research Institute



吴朋阳 Simon Wu

腾讯研究院 高级研究员
Senior Research of Tencent Research Institute



崔晓波 Xiaobo Cui

益普索商务咨询 北京负责人
Head of Ipsos Business Consulting Beijing Office



陈瑞娟 Grace Chen

益普索商务咨询 副总监
Associate Director of Ipsos Business Consulting Beijing Office



范心缘 Sharon Fan

益普索商务咨询 助理咨询顾问
Associate Consultant of Ipsos Business Consulting Beijing Office



冯永华 Tonnies Feng

益普索客户体验及创新事业部 资深研究总监
Executive Director of Ipsos Customer Experience and Innovation



黄小丹 Danny Huang

益普索客户体验及创新事业部 助理研究经理
Associate Research Manager of Ipsos Customer Experience and Innovation



何俊卿 Sylvia He

益普索客户体验及创新事业部 研究员
Research Executive of Ipsos Customer Experience and Innovation

更多研究成果，敬请关注腾讯研究院公众账号和网站。联系我们：
tencentresearch@tencent.com