



# 2018 教育培训行业研究报告

# 目录

---

## 01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

03. K12教育市场

04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

# 我国教育培训行业全景图

按时间大致可分为学前教育、K12、后K12（高等&职业教育）等几个阶段



## 学前教育阶段（0-6岁）

- 早教(0-3岁)  
早教机构
- 幼教 (3-6岁)  
幼儿园



## K12阶段（6-18岁）

- 小学 (6-12岁)  
公办、民办小学、课外辅导机构
- 初中 (12-15岁)  
公办、民办初中、课外辅导机构
- 高中 (15-18岁)  
公办、民办高中、课外辅导机构



## 后K12（18岁后）

- 高等教育  
高校民办、公办
- 职业教育  
技术培训、语言培训等



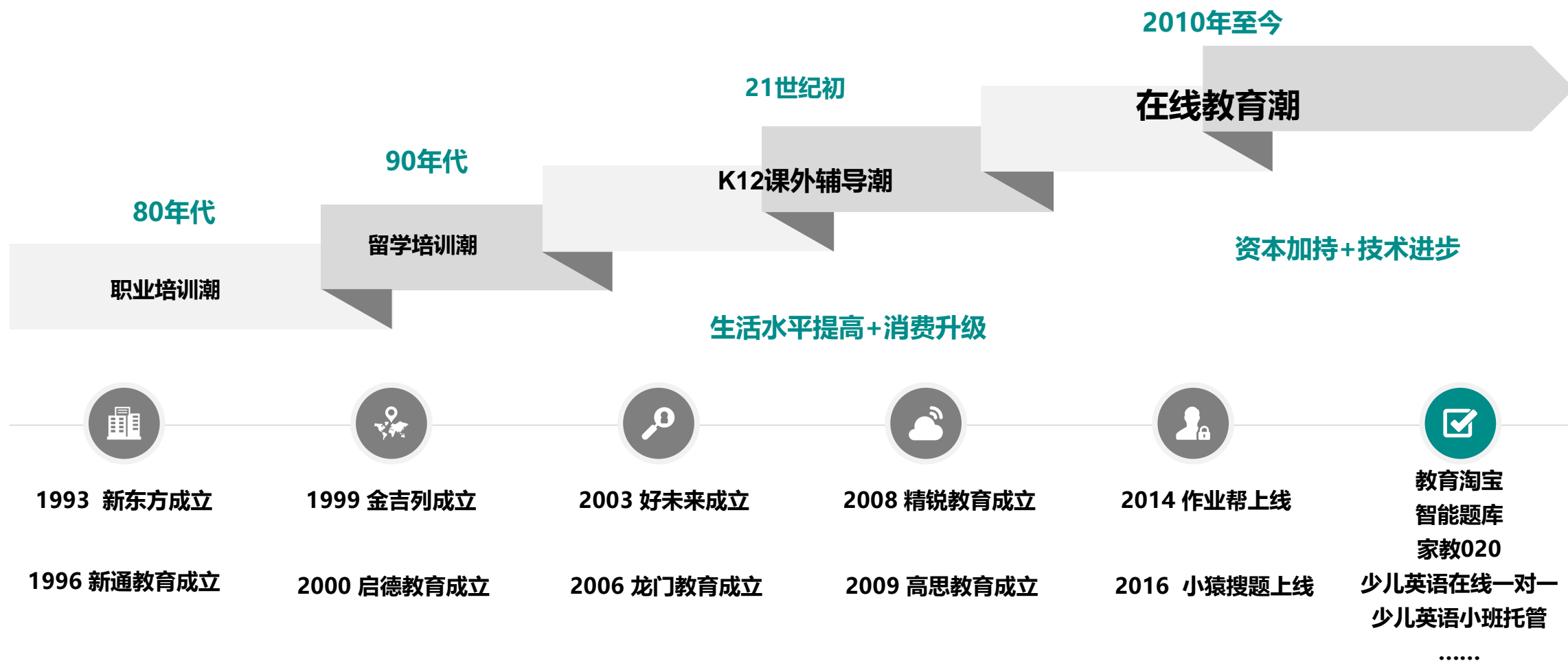
## 补充培训

- 艺术培训  
课外/艺考
- 体育培训  
各学段
- 留学培训  
国际学校、高考



# 教育培训行业发展历程

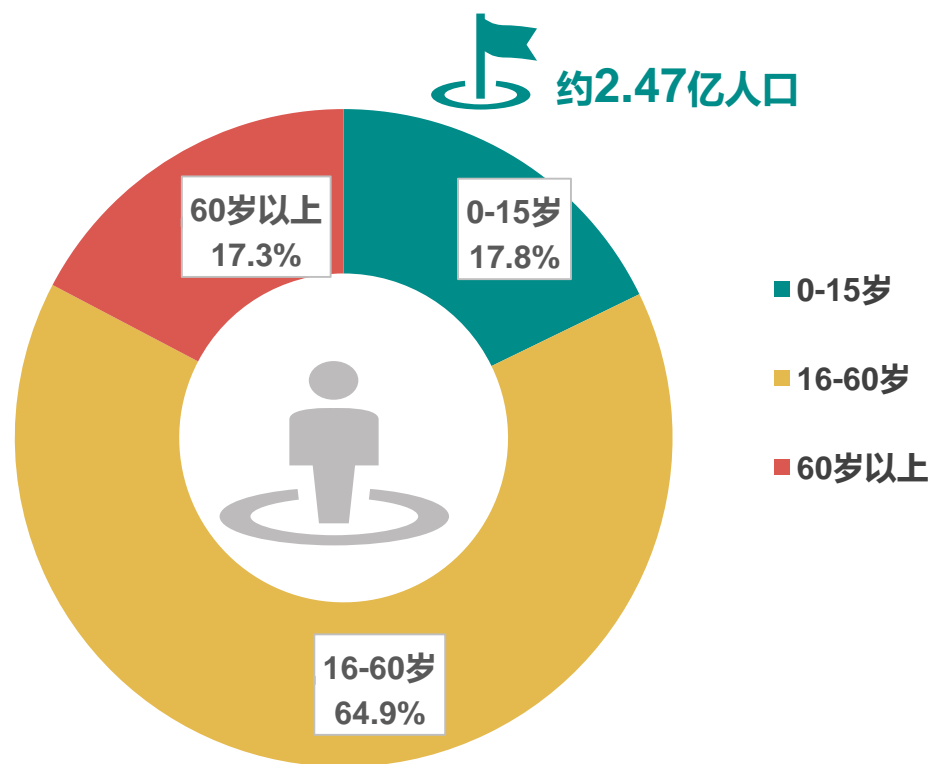
线下教育稳步推进，线上教育势不可挡



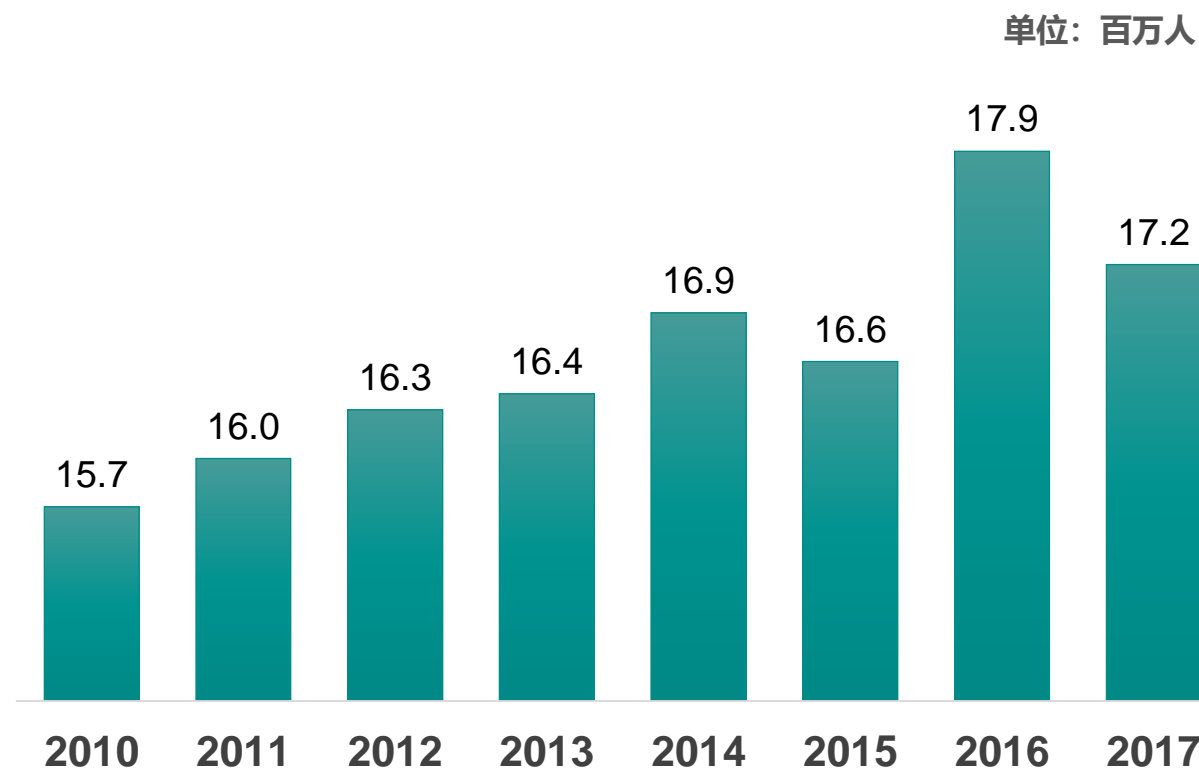
# 受益人口基数，教育需求迸发

二胎政策下人口总量增加明显，幼教与K12仍处于人口红利阶段

2017年中国各年龄段人口占比

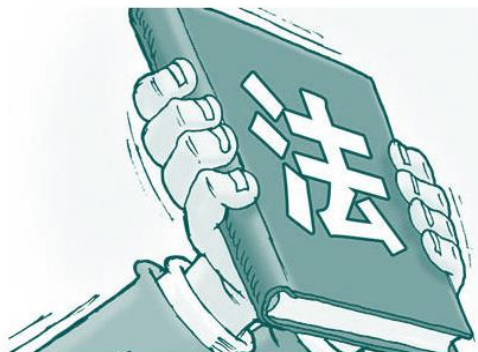


2010-2017年中国出生人口数量



# 新法时代开启，明晰路径是主旨

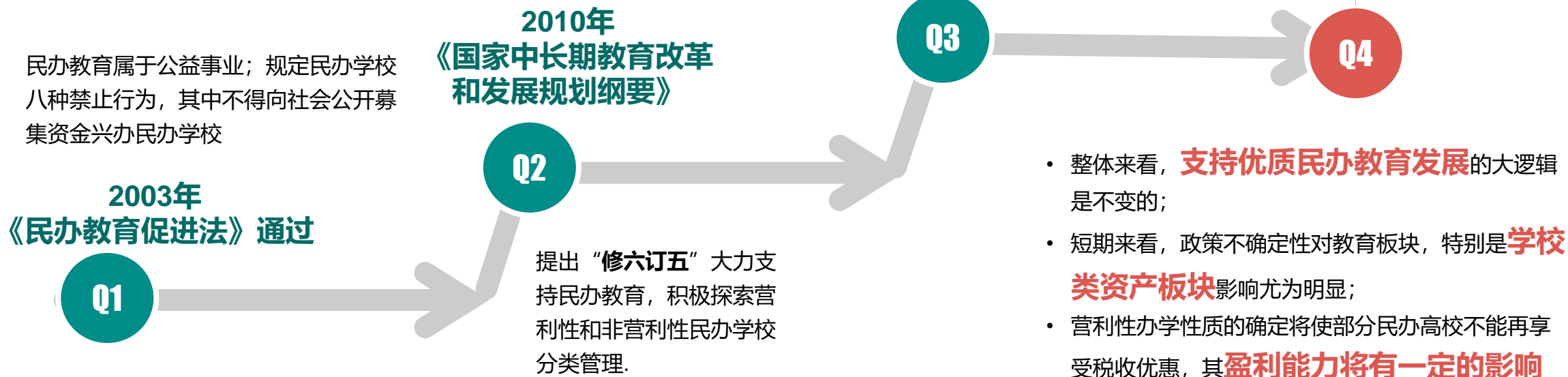
## 民办教育逐渐进入新法明确时代，细则逐步推进



- 2015.1（一审）讨论通过《教育法律一揽子修订案（草案）》，民办学校实行分类管理，允许兴办营利性民办学校
- 2015.12（二审）全国人大常委会就《民促法》暂不交付表决
- 2016.11（三审）《民促法》审议通过，义务教育阶段不设立营利性民办学校
- 2017.9《民促法》修订案实施

2018年  
《民促法细则（送审稿）》发布

### 民促法修订一览表



# 教育互联，在线教育处于资本风口

## 一级市场融资火热，未来优质在线教育标的资本化大势所趋

### 蜻蜓FM 蜻蜓.fm

- 时间：2017.9
- 金额：约10亿人民币
- 轮次：E轮
- 投资方：微影资本、百度、中民投资等

### VIPKID VIP KID

- 时间：2017.8
- 金额：2亿美元
- 轮次：D轮
- 投资方：红杉资本、腾讯、云锋基金等

### 作业帮

- 时间：2017.8
- 金额：1.5亿美元
- 轮次：C轮
- 投资方：老虎基金、H capital、红杉资本等

### 掌门一对一

- 时间：2017.12
- 金额：1.2亿美元
- 轮次：D轮
- 投资方：华平投资、元生资本

### 得到

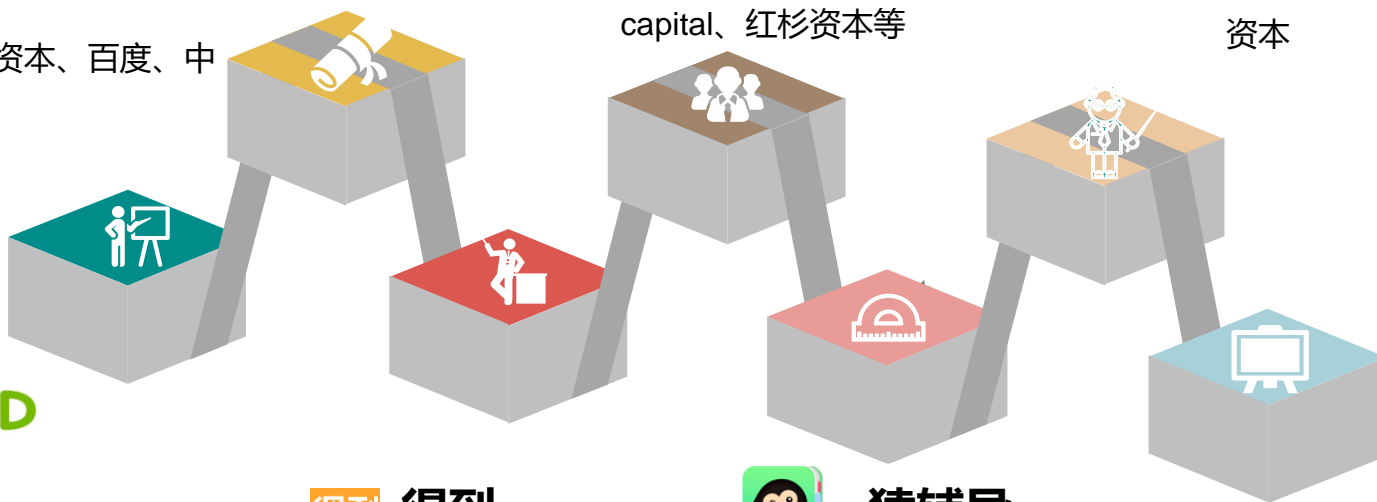
- 时间：2017.9
- 金额：9.6亿
- 轮次：C轮
- 投资方：红杉资本、腾讯、华兴资本等

### 猿辅导

- 时间：2017.12
- 金额：1.2亿美元
- 轮次：E轮
- 投资方：华平投资、腾讯

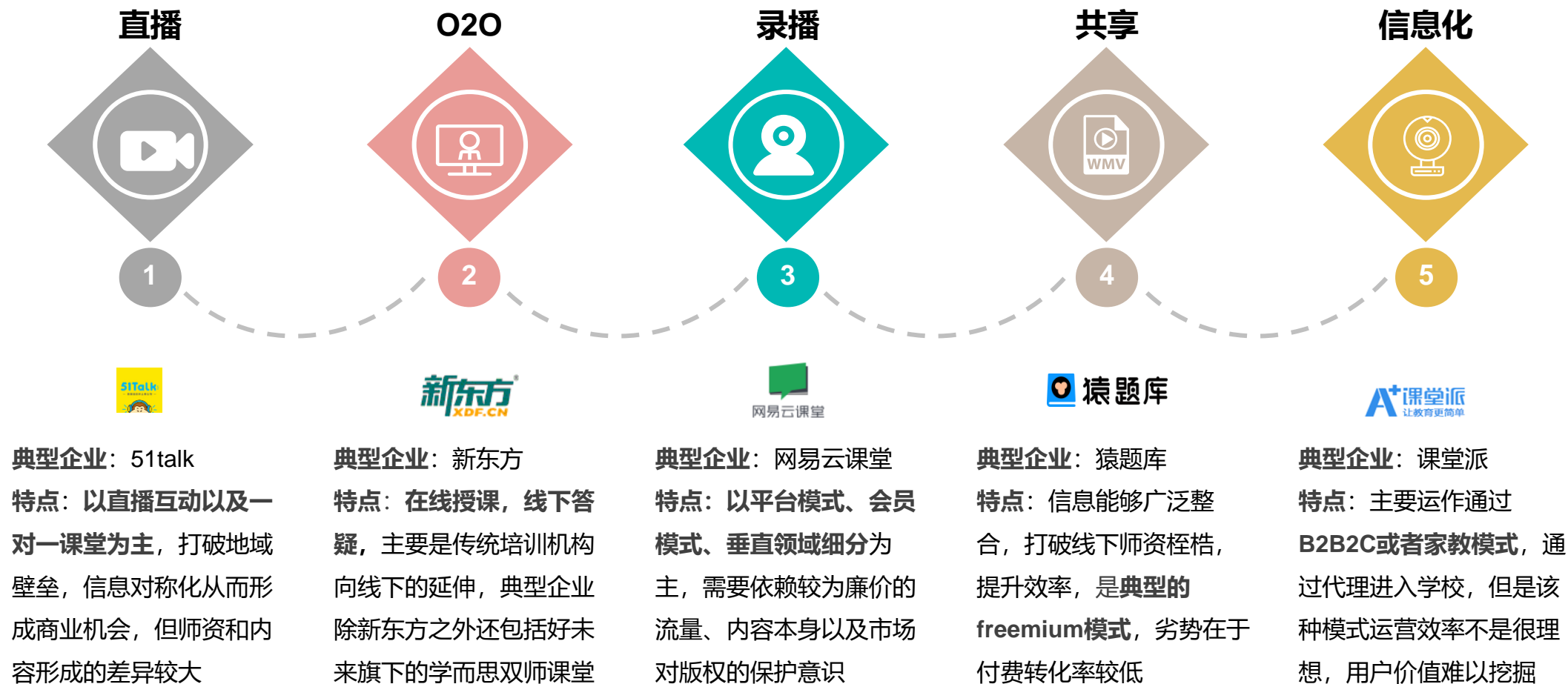
### 学霸君

- 时间：2017.1
- 金额：1亿美元
- 轮次：C轮
- 投资方：招商局资本、远翼资本、启明创投等



# 录播+O2O是在线教育主要商业模式

未来内容付费意愿将会逐渐增强，知识付费趋势明显





# 目录

---

01. 行业整体情况

**02. 学前教育市场**

03. K12教育市场

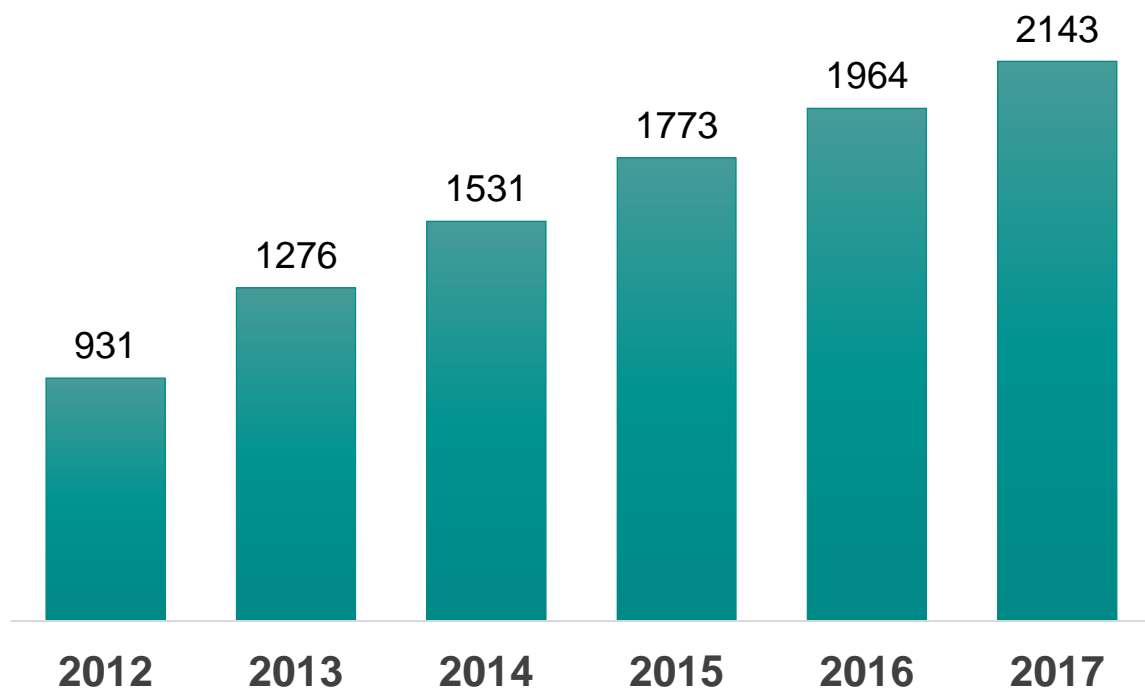
04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

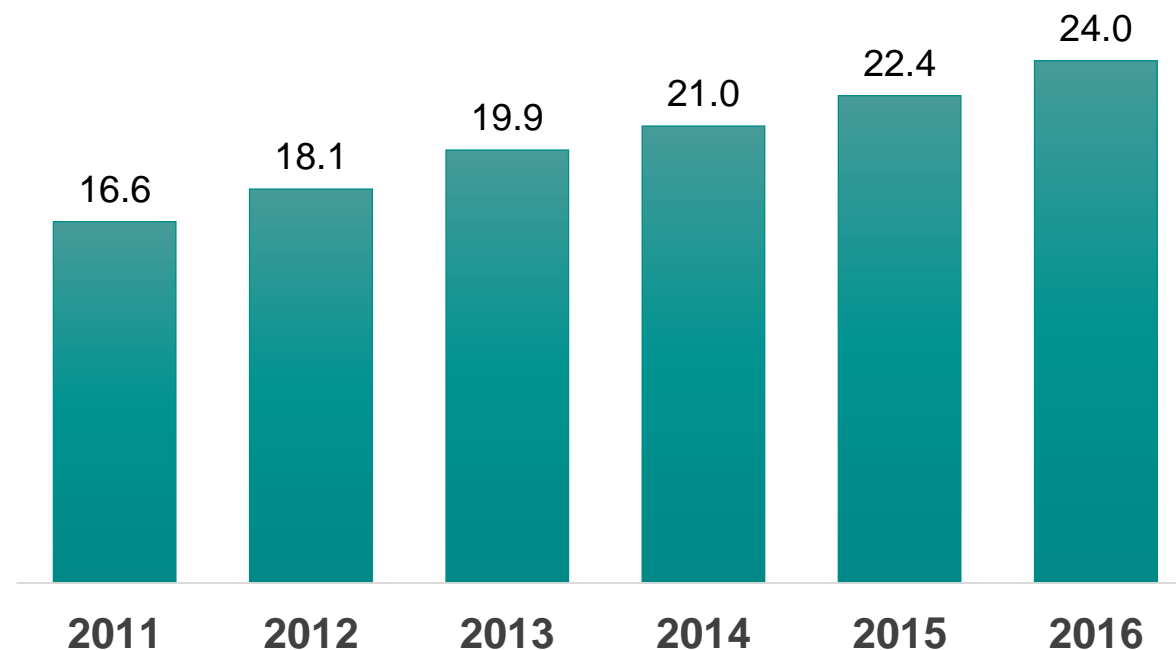
# 学前教育将率先受益二胎红利

2019年首批受益二胎政策出生的儿童将达到入学年龄，峰值将到来

2012-2017年学前教育市场规模（亿元）



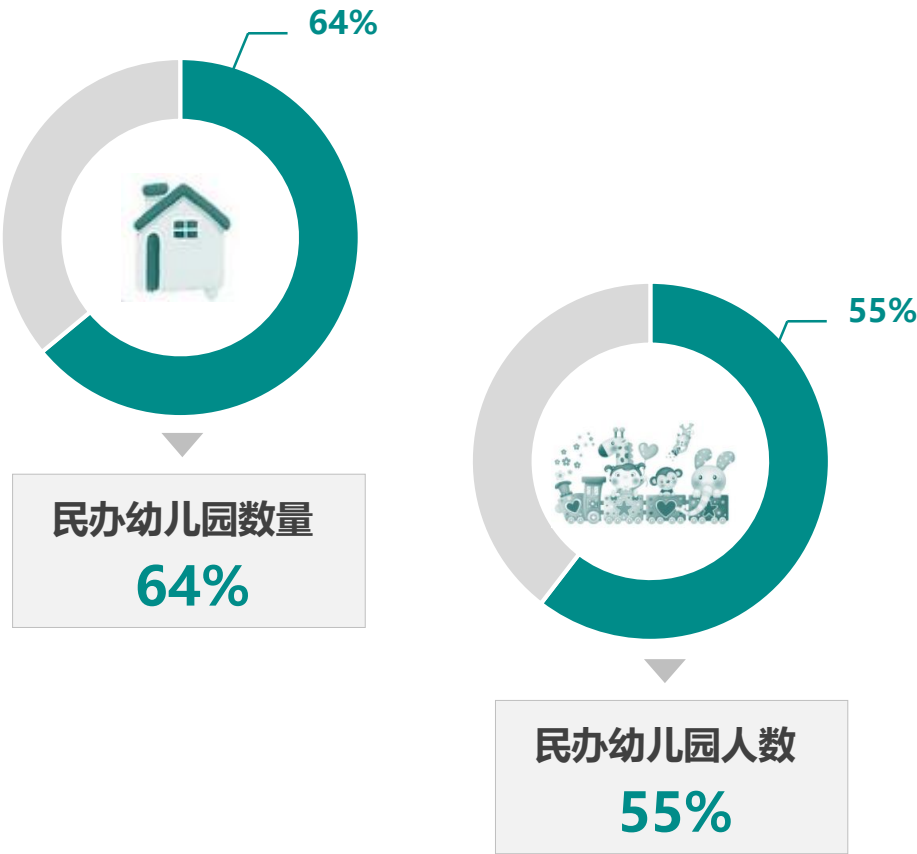
2011-2016年幼儿园数量（万所）



# 民办幼儿园挑大梁，行业高度分散

民办幼儿园是主力军，学前教育市场CR5不足3%

2016年民办幼儿园占比情况



幼儿园市场TOP5集中度



红缨 1.92%



博苑 0.42%



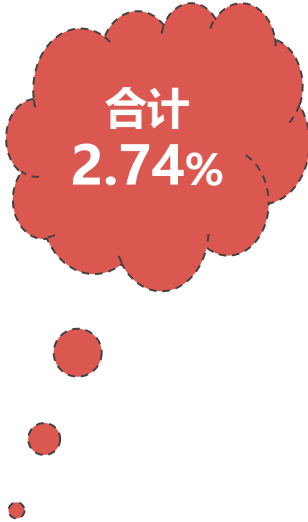
金色摇篮 0.21%



红黄蓝 0.11%



诺贝尔 0.21%



# 直营+加盟是学前幼教扩张的主要手段

## 自营+加盟是主要扩张手段，标准化运营与管理规范尚需升级



直营

代表企业：伊顿



优点：对门店进行标准化管理，对教学质量进行良好把控

缺点：需拥有一定规模的自有资本，发展速度受到限制



加盟

代表企业：红缨



优点：通过品牌授权进行轻资产快速扩张

缺点：对品牌加盟园的管控提出更高要求



混合型

代表企业：博苑



优点：通过直营带动加盟，便于人才培养和储备大量可纳入直营的后备资源

缺点：对资金要求较高，需要平衡双向发展

### Mob Insight



#### 盈利模式不同

直营幼儿园主要通过收取学费、课时费等模式盈利；连锁加盟模式则主要依靠收取加盟费以及销售相关产品获利；未来随着资本的进一步介入，**连锁加盟模式将会逐渐成为市场主流**



#### 规范运营与标准化是关键

近年来民办幼儿园伤害儿童等恶性事件屡屡被爆，幼儿园管理水平层次不齐，监管督导被社会大众提到风口浪尖，**幼教管理标准规范仍需升级。**

# 学前教育在线市场

多以寓教于乐的教育产品为主，行业处于探索期，形成规模化市场仍需时日

## 2018学前教育App市场主要分类

|      |   |   |   |   |   |
|------|---|---|---|---|---|
| 益智游戏 |    |    |    |    |    |
|      | 小伴龙   | 宝宝巴士  | 宝宝超市  | 小企业乐园   | 宝宝游乐园   |
| 儿歌   |    |    |    |    |    |
|      | 儿歌多多  | 儿歌点点  | 宝宝巴士儿歌  | 贝乐虎儿歌   | 贝瓦儿歌  |
| 故事   |    |    |    |    |    |
|      | 小猪佩奇  | 凯叔讲故事   | 阿布睡前故事  | 宝贝听听  | 口袋故事  |
| 认知   |  |  |  |  |  |
|      | 宝宝学汉字   | 宝宝认知大全  | 宝宝学数学   | 悟空识字  | 宝宝学对比   |

## 学前教育在线市场主要特点



### 发展阶段

尚处于探索期，用户规模逐步扩大，市场增长空间较大



### 寓教于乐产品为主

区别于其他教育领域，学前教育产品主要以儿歌、动画、游戏等产品居多



### 用户触达

以移动终端为主流，方便携带和随时随地使用，同时车载也成为另一个重点的终端



### 使用需求

使用者是儿童，但付费者是家长或老师，因此产品设计需要兼顾两类人的需求



### 同质化严重

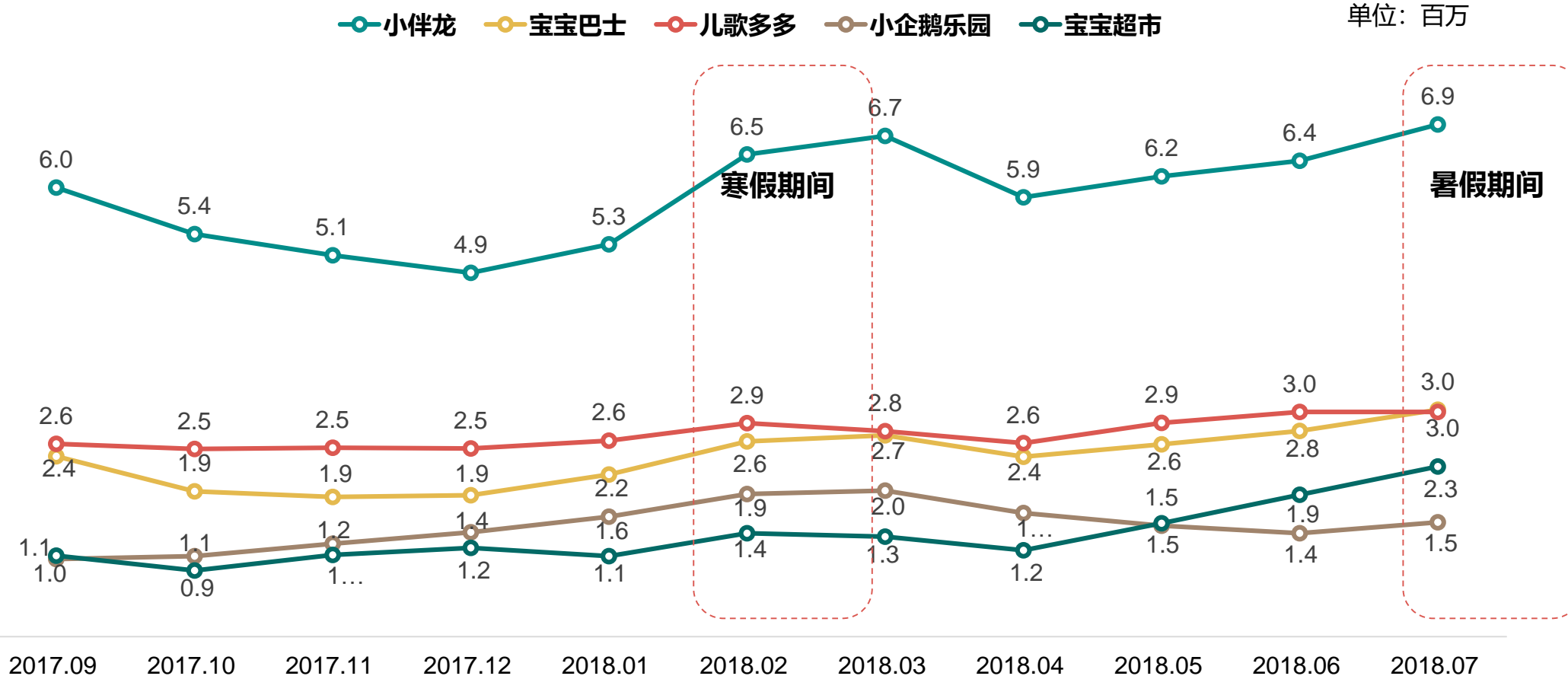
当前市场竞争激烈，产品存在同质化现象，缺乏原创的优质教学内容

# 学前教育头部App主要集中在益智游戏类

小伴龙月活超六百万，位列第一梯队，其后是儿歌多多和宝宝巴士

学前教育典型App月活趋势

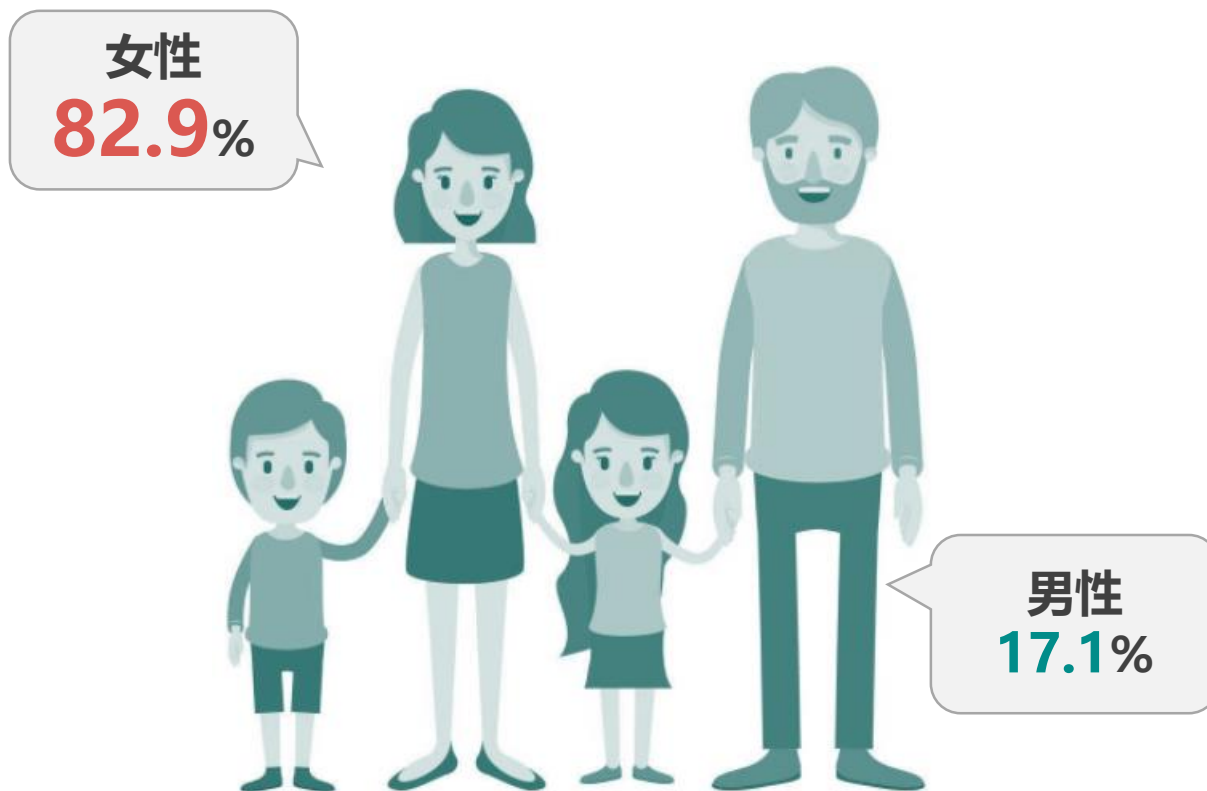
单位：百万



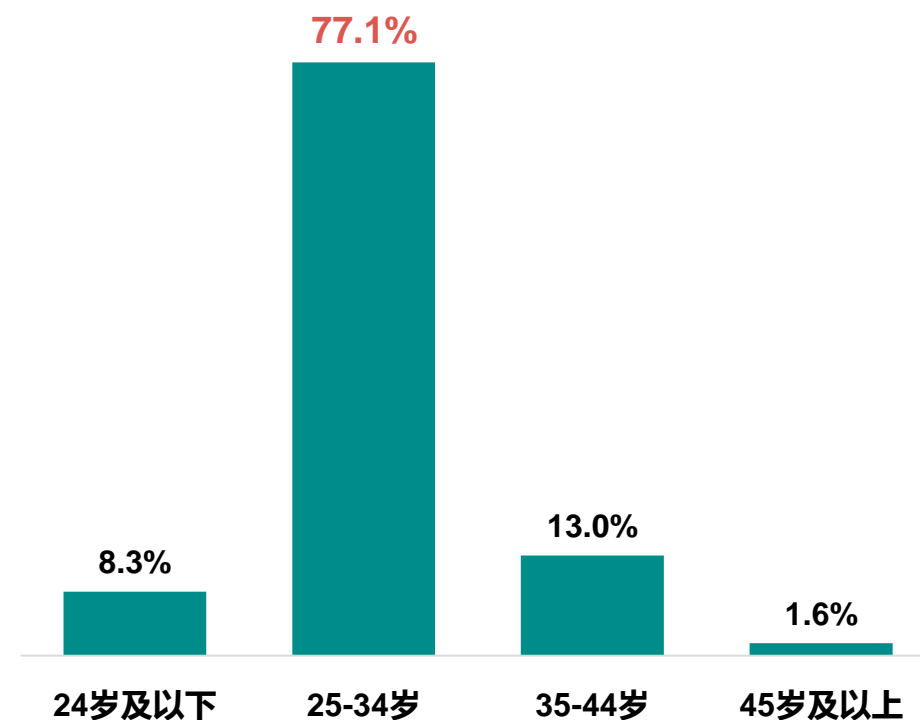
# 学前教育App用户画像

女性用户远高于男性，用户多集中在25-34岁之间

性别分布



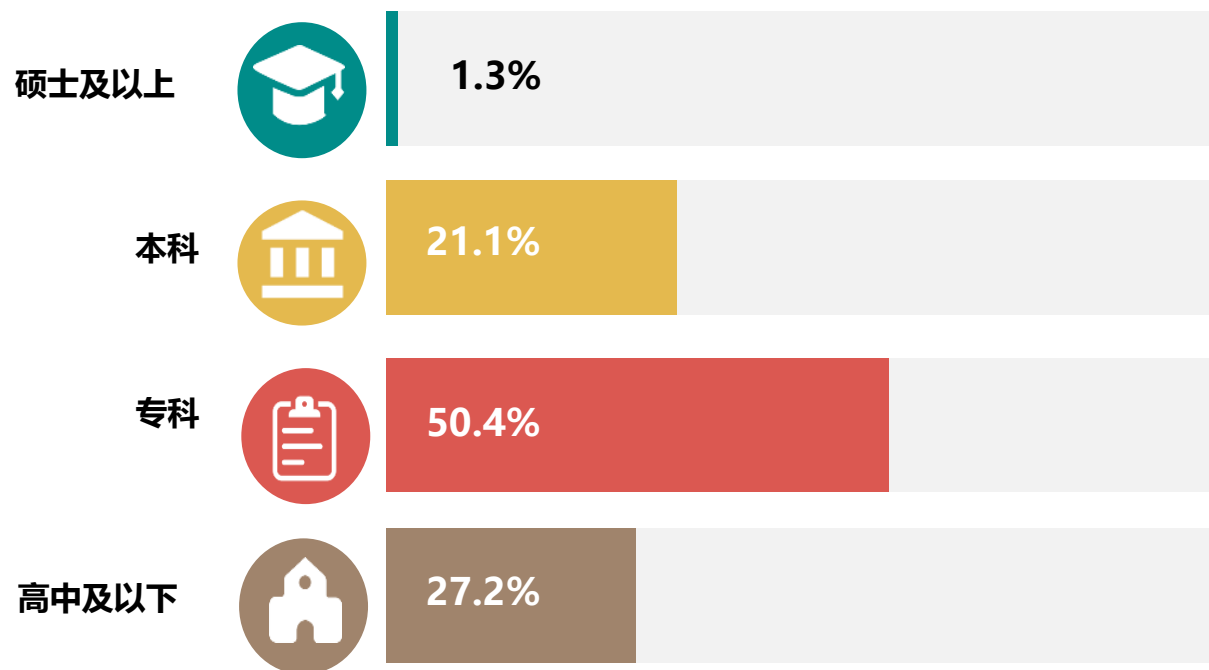
年龄分布



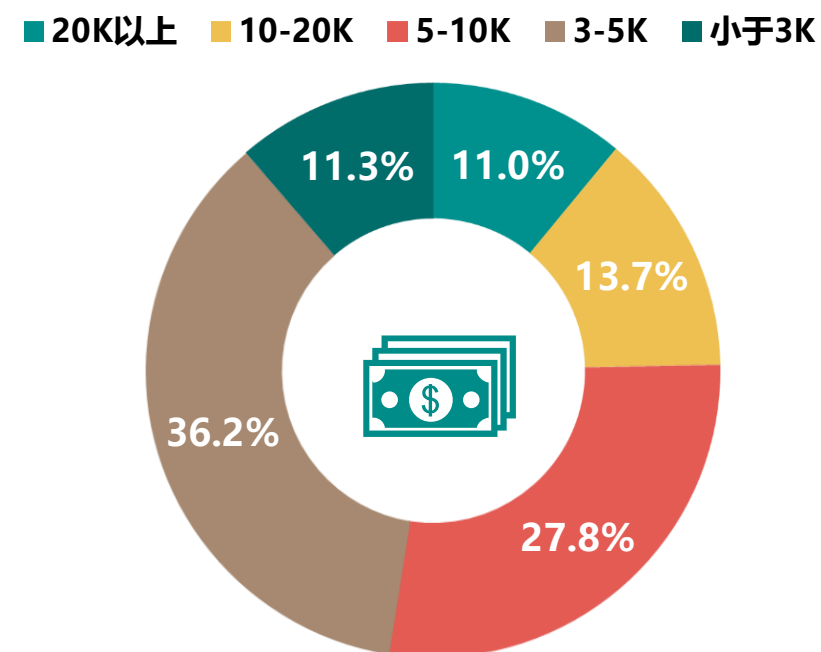
# 学前教育App用户画像

中等收入家庭居多，学历在专科以上

学历分布



收入分布

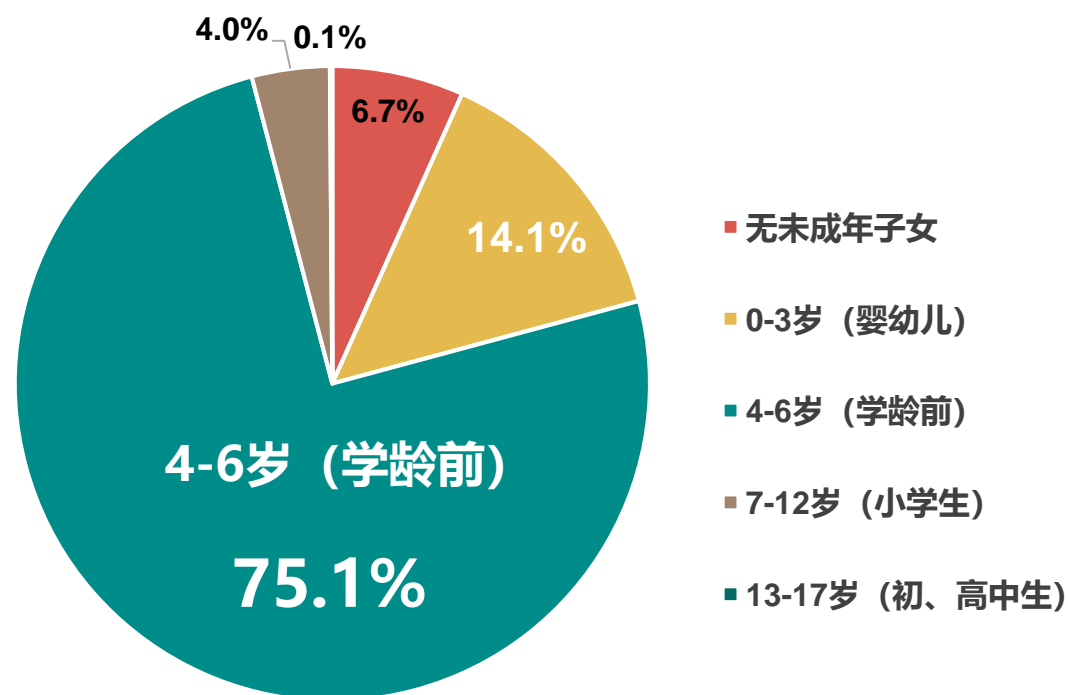




# 学前教育App用户画像

4-6岁婴幼儿父母是主体，大部分有房无车

## 有无未成年子女情况



## 财产情况



72.1%  
有房

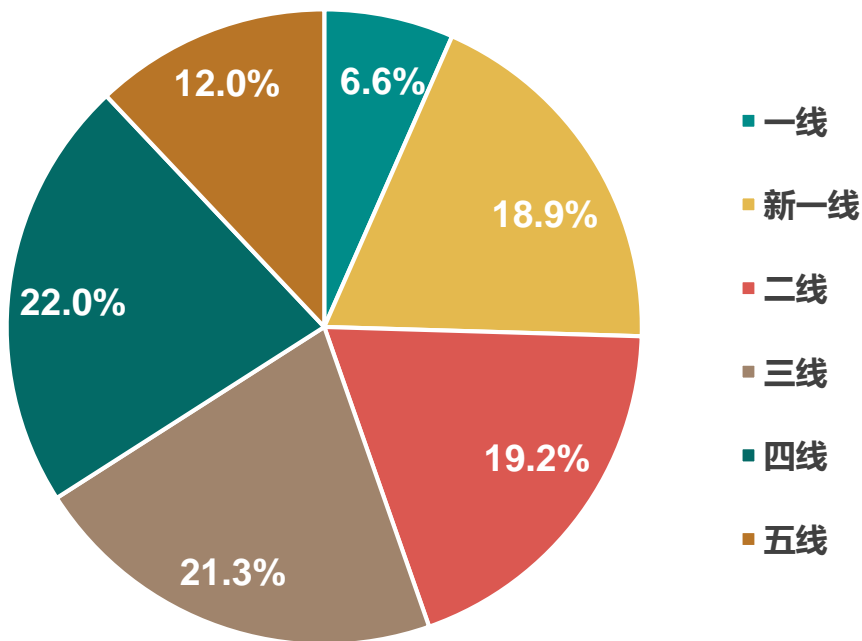


22.8%  
有车

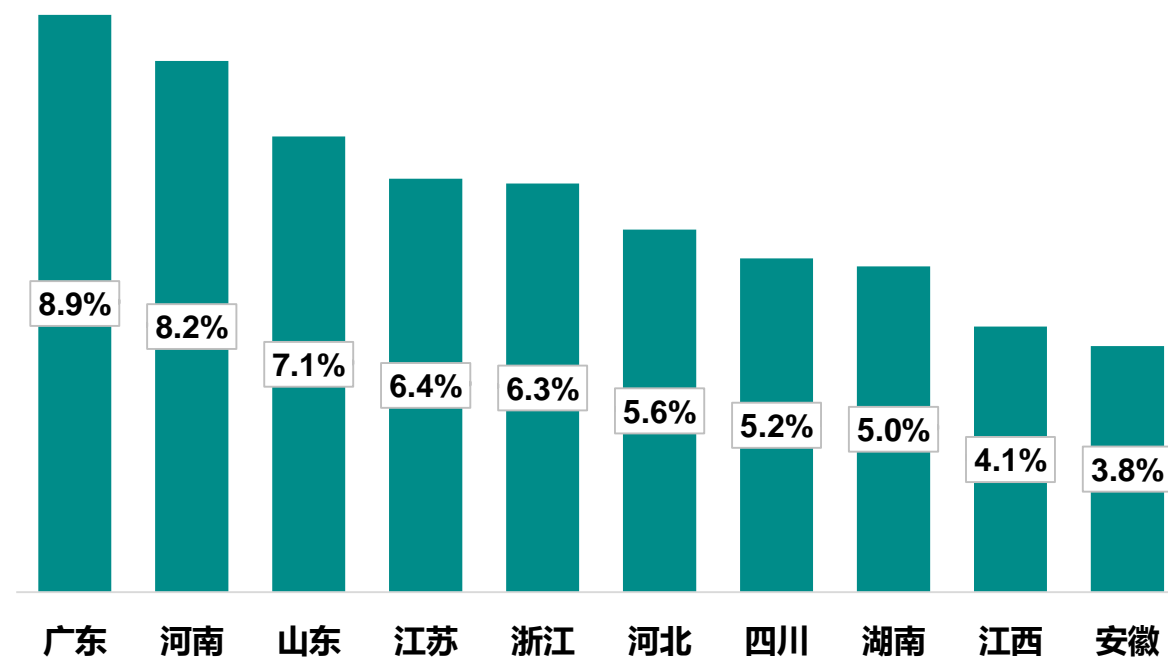
# 学前教育App用户画像

主要分布在新一线和三四线城市，广东用户最多，其次是河南和山东

城市等级分布



所处省份分布TOP10



# 小伴龙用户画像

有4-6岁孩子的女性家长为主，中低收入居多，河南用户比例最大



## 小伴龙用户画像



女性: 77.0%



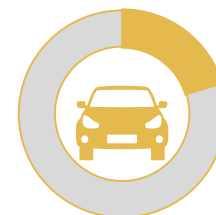
25-34岁: 72.3%



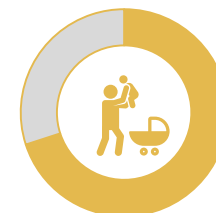
专科: 46.6%



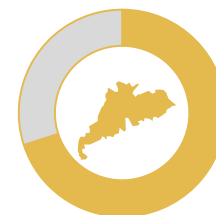
中低收入: 3-5K 38.4%



有车: 19.2%



有4-6岁孩子:  
72.9%



用户最多省份: 河南  
14.9%

# 目录

---

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

**03. K12教育市场**

04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

# K12发展空间大，家长付费意愿强烈

尽管人口红利减少，但付费意愿增强，K12教育市场有着巨大的发展空间

## 公办教育

### 小学阶段

小学  
九年一贯制学校  
十二年一贯制学校

### 初中阶段

完全中学 初级中学  
九年一贯制学校  
十二年一贯制学校

### 高中阶段

完全中学  
高级中学  
十二年一贯制学校

## 民办教育

### 民办学校

中小学学校  
课后托管

### 课外辅导

线上  
线下

### 知识培训机构

线上  
线下



## Mob Insight

### K12定义

中国 K12 教育特指**小学、初中、高中**阶段的教育，主要分为公办教育与民办教育两类，民办教育市场中，民办学校、课外辅导与托管、英语和计算机等培训教育是主体。

### K12市场规模空间大

目前我国K12教育市场依然主要以**应试升学为结果导向**，其激烈竞争培养家长教育投资观念。家长作为消费决策者，对教育服务价格敏感度相对较低，更多追求优质服务，因此未来K12教育市场一部分取决于学生规模，另一部分则更取决于人们对其消费投入水平。

# K12教育市场产业图谱

## 教育内容类



## 教育工具类



## 教育平台类

### 在线平台



### 家教O2O平台



## 综合性教育服务



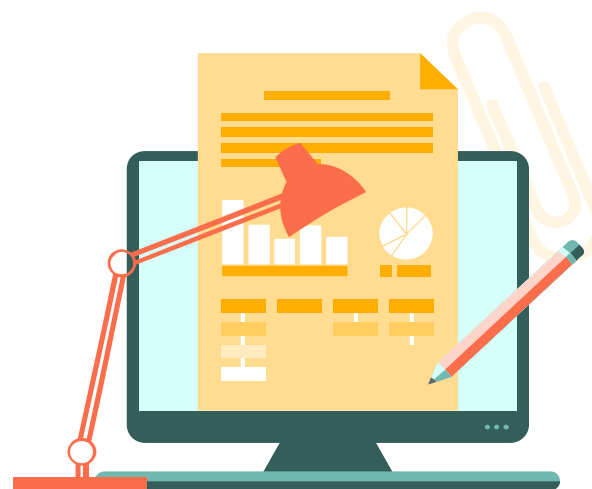
## 教育信息化



# 线下品牌下沉困难，市场极度分散

线下机构受制于教师薪酬和场地费用，小机构小作坊是市场主体

## 2017年K12线下成本结构



K12

线下培训机构

## K12线下机构区域布局情况

### 巨头机构

- 以新东方、好未来为代表，两大巨头在K12领域市场份额合计不足5%
- 主要布局在一二线城市，目前开始大力深化二线城市，突破三线城市

### 区域龙头

- 例如北京的高思教育，陕西的龙门教育等
- 主要布局在一二三线城市，多数深耕当地，少数规划跨区域经营

### 小机构作坊

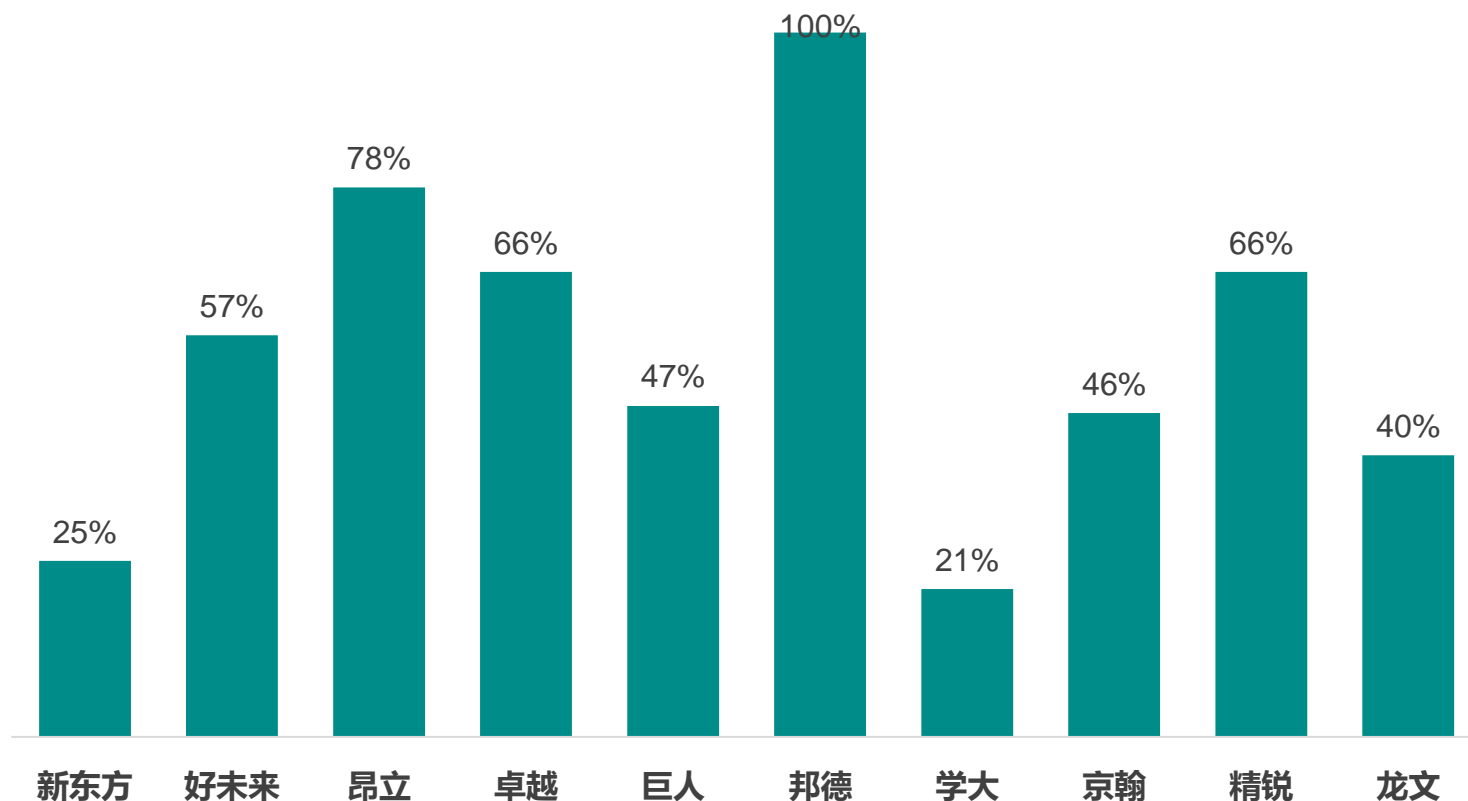
### 最大市场份额

- 主要在一二三四线城市，规模小，主打名师效应，部分由名校毕业生或公立学校老师经营
- 学生粘性高，集中了K12课外辅导最大市场份额

# 线下龙头已现，主要布局一线城市

新东方、好未来行业龙头格局已定，以连锁经营为主要模式

## K12线下TOP10企业一线城市布局占比



## Mob Insight



### 行业龙头格局已现

新东方、好未来在K12教育市场龙头地位已初步奠定，但市场较为分散，CR2累积占有率不足5%，行业强弱分化、优胜劣汰趋势明显。



### 教学模式不同

当前K12教育TOP10企业教学模式不同，新东方主要以大班为主，而昂立、卓越等教育机构则大部分以小班课为主，京翰、精锐等以1对1为主。



### 主要分布在一二线城市

好未来、昂立、卓越、邦德、精锐等基本布局在一线城市，新东方二线城市网点比例较高，占到52.8%



# 主要K12线下教育机构

总部均部署在北京和上海等一线城市，新东方优势较为明显



| 主要业务           | 英语培训+K12 | K12线下小班 | K12+职业教育          | K12辅导    | K12一对一辅导      |
|----------------|----------|---------|-------------------|----------|---------------|
| 成立时间           | 1993     | 2003    | 1994              | 2008     | 2001          |
| 总部             | 北京       | 北京      | 上海                | 上海       | 北京            |
| 覆盖城市           | 65       | 36      | 1000+             | 42       | 77            |
| 学习中心数量         | 932      | 567     | 125个校区            | 225      | 408           |
| 收入规模<br>(2017) | 205亿美元   | 153亿美元  | 12.6亿人民币          | 21亿人民币   | 27.76亿人民币     |
| 利润规模<br>(2017) | 25亿美元    | 21亿美元   | 4286.5万人民币 (1H17) | 24.3亿人民币 | 7860万元 (2016) |

# 新东方vs好未来：K12双雄争霸

双方在公司管理、营销、教研以及员工管理等方面均有所不同

## 新东方模式分析

- 地区化管理，区域校长有高度自主权
- 校长负责当地校区的日常管理、人事、财务等事宜
- 大规模线下营销为主
- 每年寒暑假通过低价班、试听课等吸引学员
- 七步教学法
- 管理人员参与程度较高，人员结构相对庞大
- 强调狼性，注重指标
- 注重基于指标的激励，课时费相对较低，每半年上涨一次课时费

公司管理

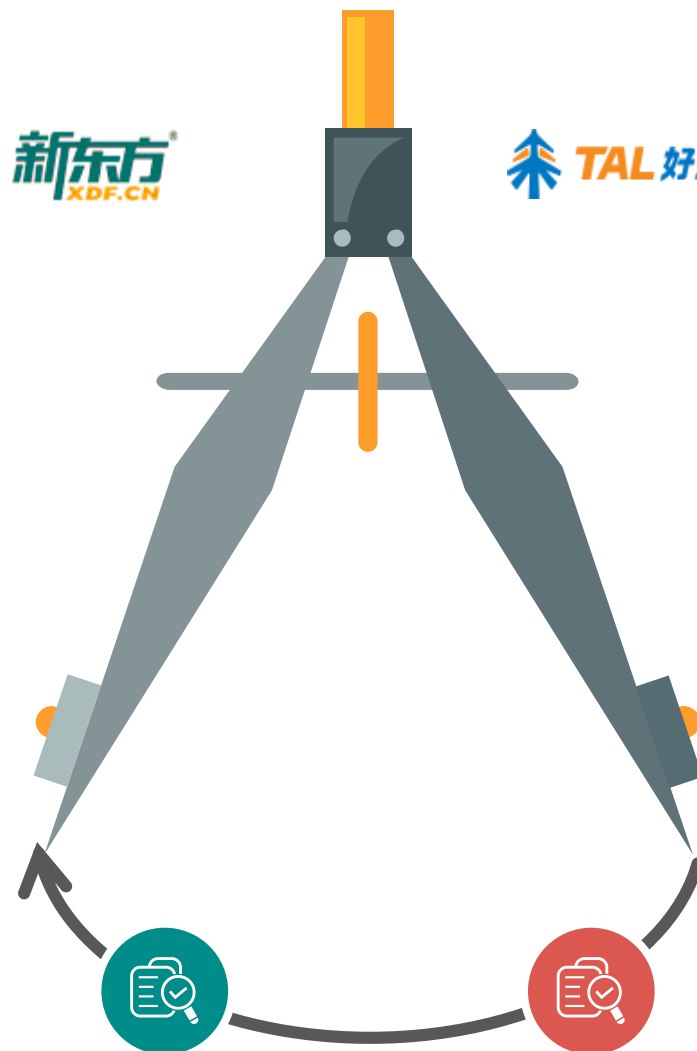
营销模式

教研模式

员工管理

新东方  
XDF.CN

TAL 好未来



## 好未来模式分析

- 统一化管理。
- 地区校长主要负责日常教学活动，人事、财务等由总部统一管理。
- 口碑传播为主
- 营销活动较为克制，每进入新城市一般通过设置门槛招收优质学员
- “大后台，小前台” 标准化教研产品
- 中心化、标准化的教研管理体系，不断进行自有内容的开发迭代
- 注重对工作时间长的老师激励
- 基于留存率、退费率、满班率、家长满意度等维度考核

公司管理

营销模式

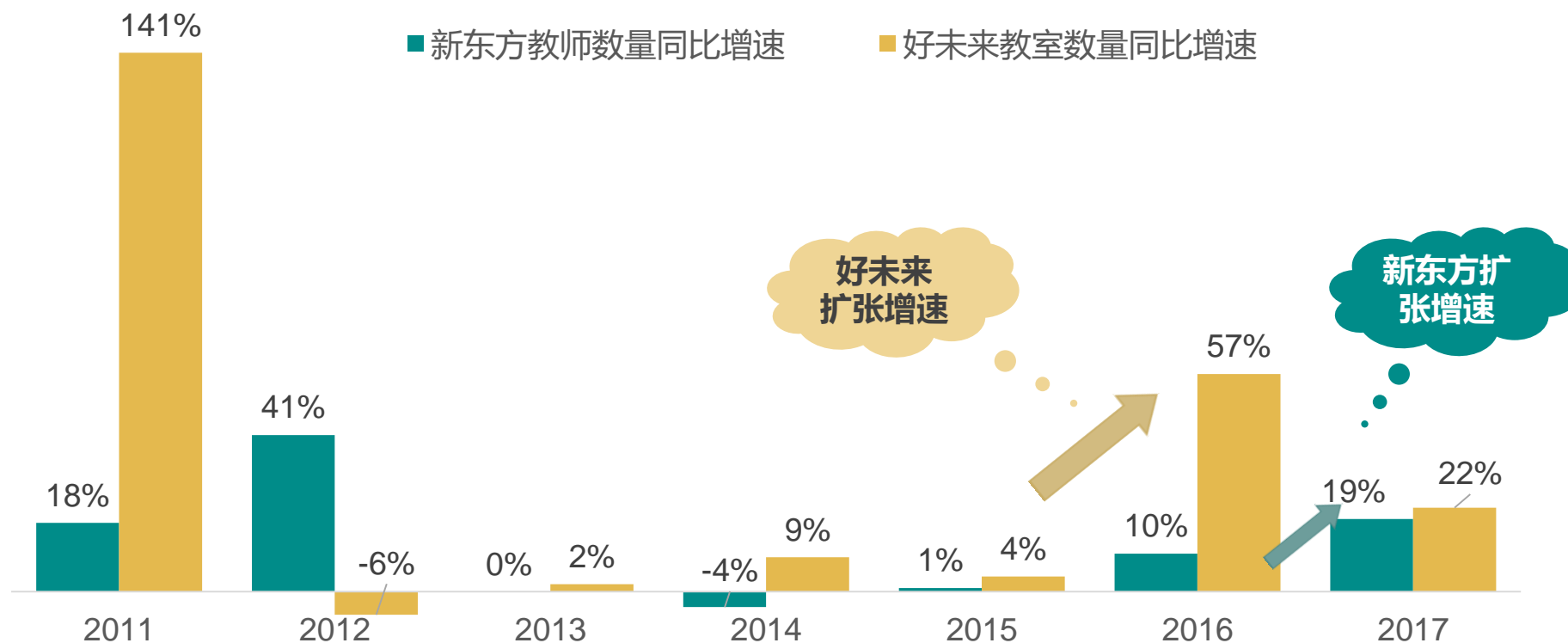
教研模式

员工管理

# 新东方vs好未来：K12双雄争霸

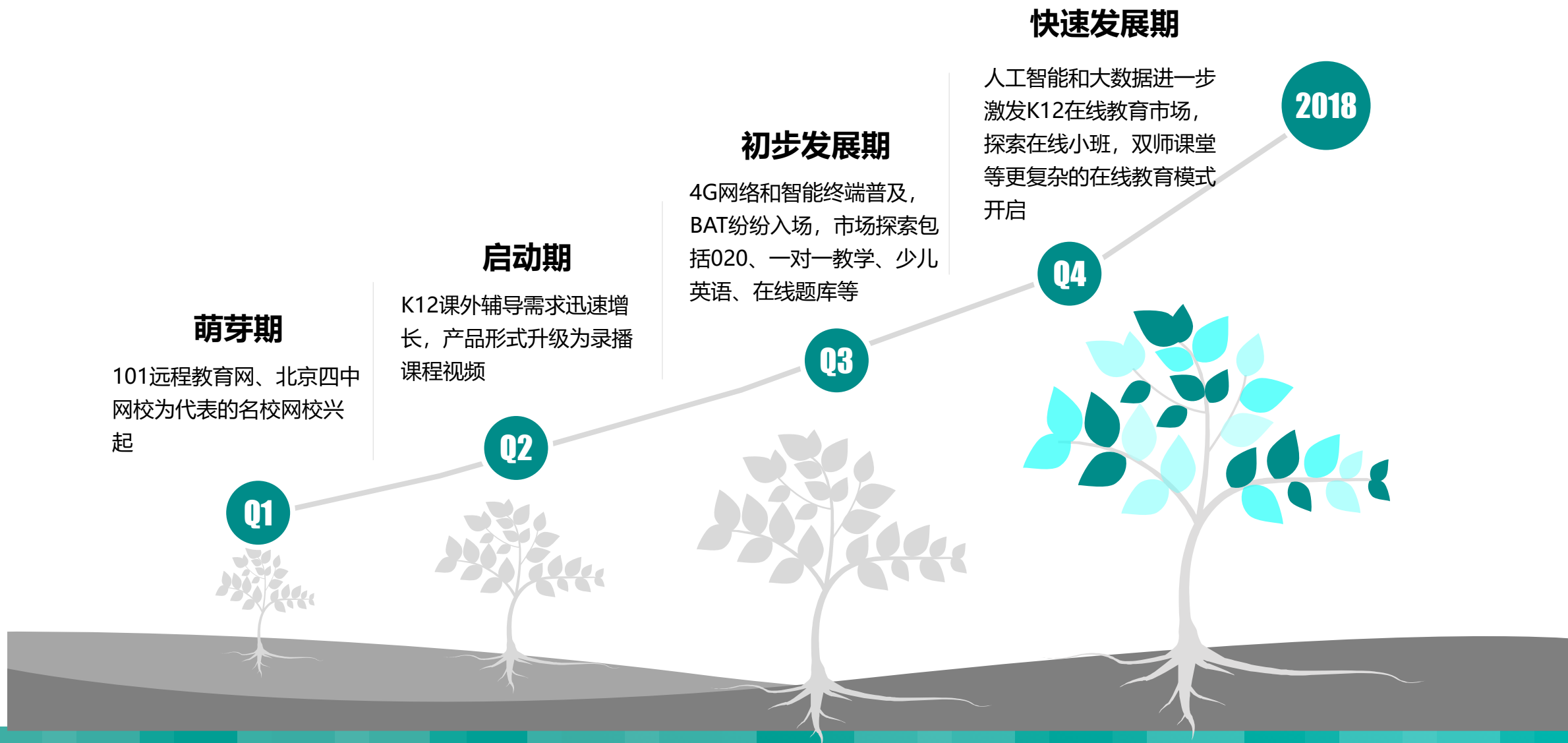
近年来两大巨头均以牺牲短期利润率为代价，谋求业务的扩张和长期的增长

## 新东方和好未来教室数量扩充对比



# 线上教育拉开K12市场增长大幕

## 优质师资共享、产品标准化与个性化体验，线上K12教育快速发展



# K12在线市场实力矩阵

K12在线教育市场竞争激烈，作业帮、猿题库等处于市场领先水平

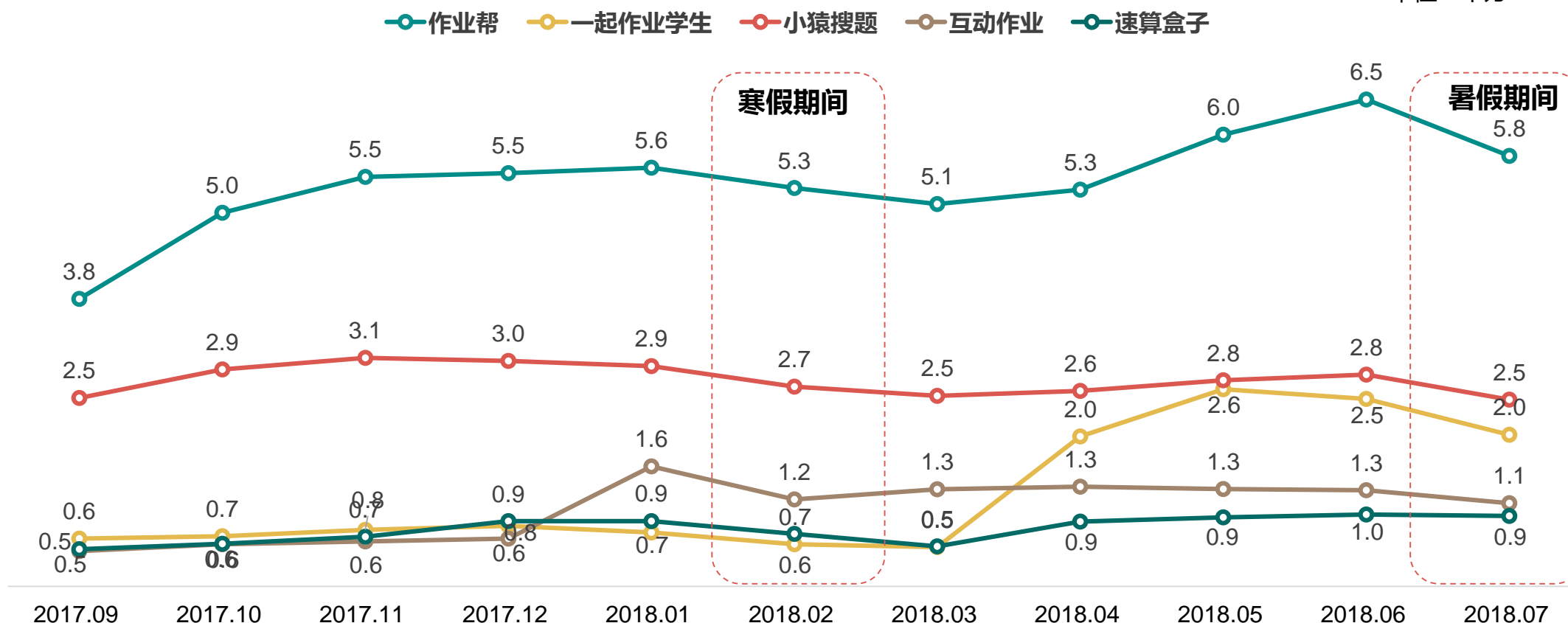


# K12头部App主要集中在作业辅导类

作业帮月活超五千万，位列第一梯队，小猿搜题与一起作业学生位列第二梯队

K12典型App月活趋势

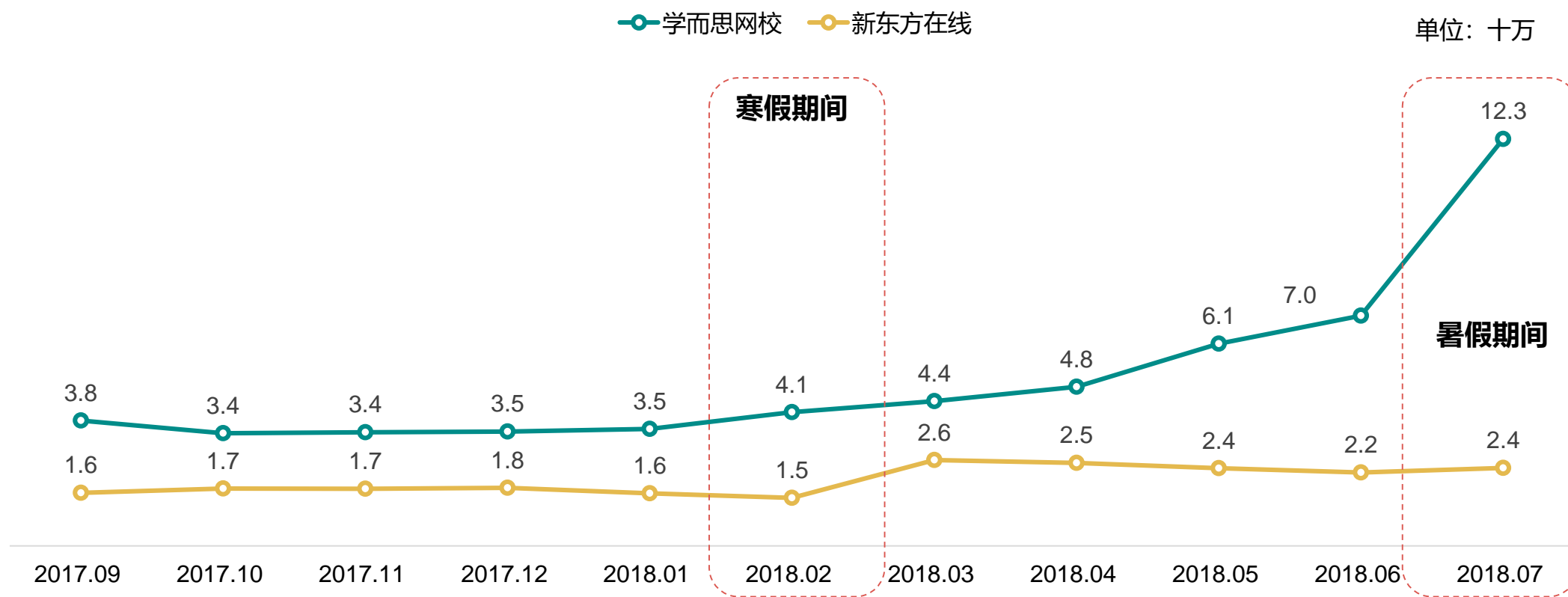
单位：千万



# 传统线下领先的K12教育机构“互联网化”

新东方vs好未来：线上线下同步的运营模式，学而思网校暑假高峰特征明显

## K12传统教育机构月活趋势



# K12教育人群画像

女性用户比例高于男性，用户基本集中在K12学生和25-34岁的家长

关注者性别分布

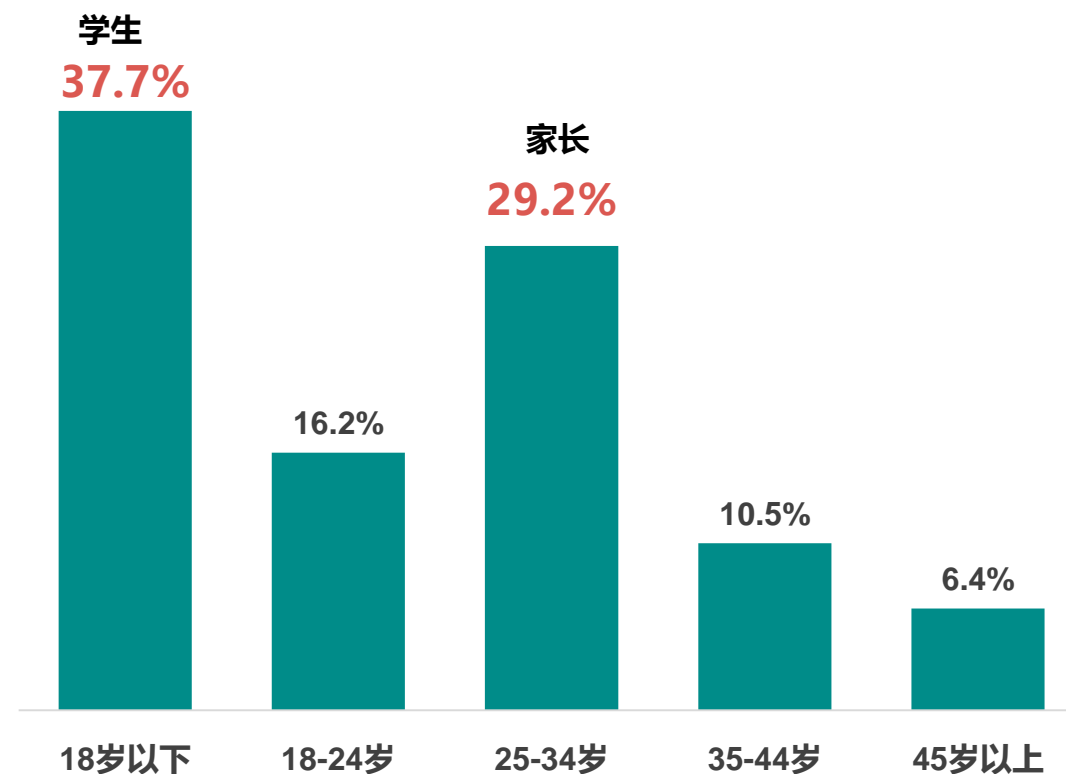


男性  
38.9%



女性  
61.1%

关注者年龄分布

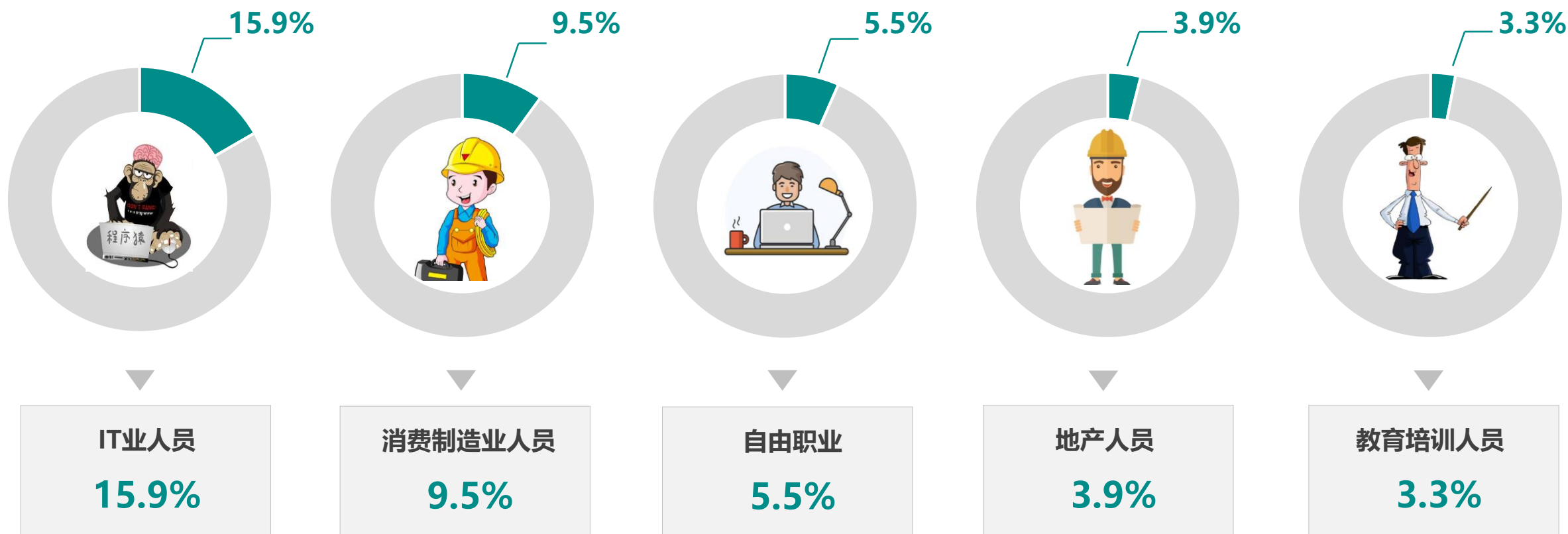




# K12教育人群画像

家长对K12课程具有选择决策权，主要来自IT业、消费制造业等行业

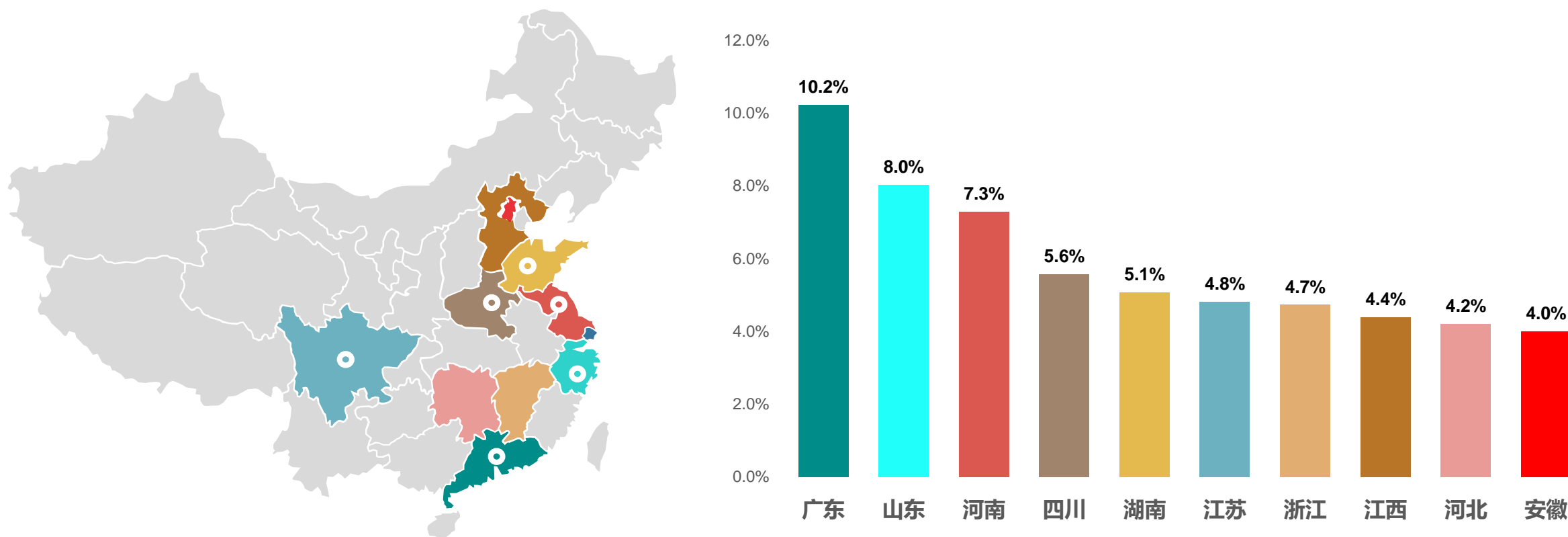
## 关注者人群行业TOP5



# K12教育人群画像

主要分布在东部沿海地区，其中广东、山东等比例最高

## 关注者地域分布



主要是在读学生群体，女学生使用居多，大部分来自山东、广东和河南

## 作业帮用户画像



女性：66.9%



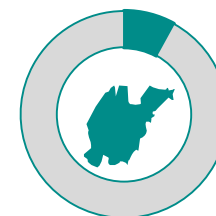
18岁以下：38.5%



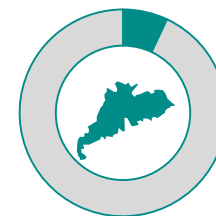
高中及以下：90.5%



职业：在读学生 44.5%



山东 7.5%



广东 7.4%



河南 7.3%

# 目录

---

- 01. 行业整体情况
- 02. 学前教育市场
- 03. K12教育市场**
- 04. 职业教育市场**
- 05. 未来发展趋势

# 就业压力催生职业教育需求

## 复合型人才发展趋势，职场充电需求强烈

### 职业教育市场分类



#### 语言培训

- 英语培训
- 韩语培训
- 日语培训
- 其他语种培训

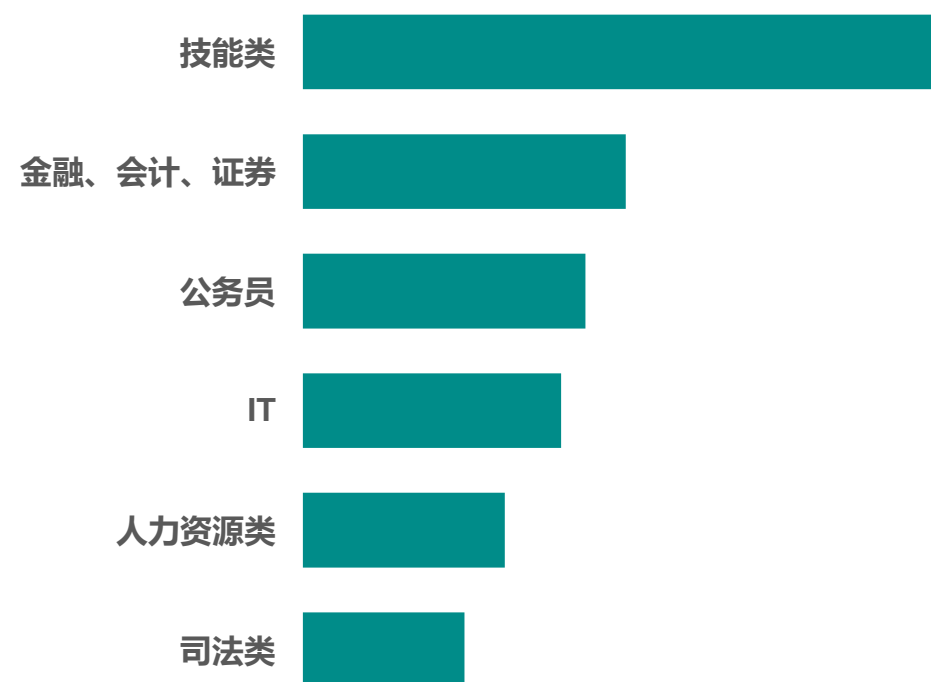
#### 从业培训

- 公务员培训
- 经管类培训
- 教师资格培训
- 其他语种培训

#### 技能培训

- IT技能培训
- 驾驶技能培训
- 其他技能培训

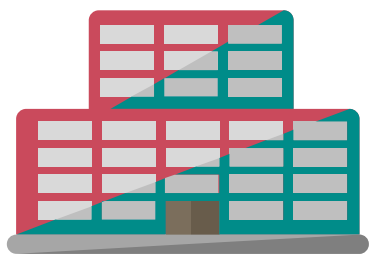
### 职业教育需求情况排名



# 在线职业教育App市场

英语培训，公务员培训以及驾照培训类App市场竞品较多

1



语言类培训



金山词霸



金山词霸



百词斩



扇贝单词



沪江开心词场



英语流利说

2



从业类培训



粉笔公考



91UP公务员考试



中公教育



尚德机构

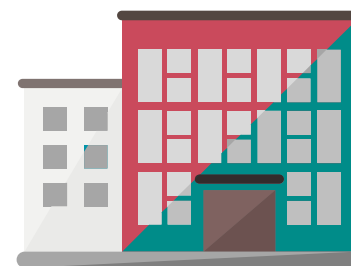


砖题库公务员



会计学堂

3



技能培训



驾考宝典



驾校一点通



元贝驾考



车轮靠驾照



我要自学网



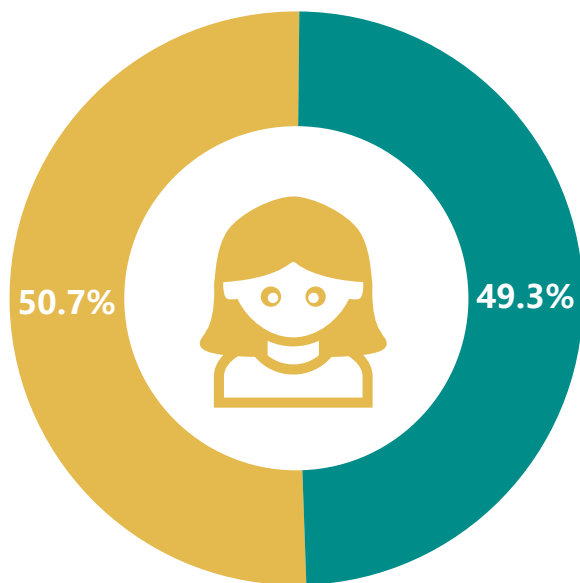
网易云课堂

# 职业教育用户画像

男性略高于女性，18-34岁是学习主体

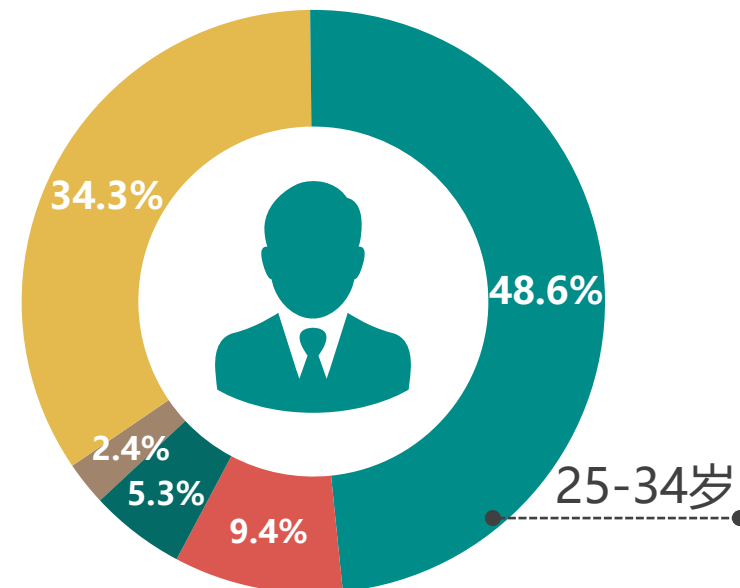
性别分布

女 男



年龄分布

18岁以下 18-24岁 25-34岁 35-44岁 45岁以上

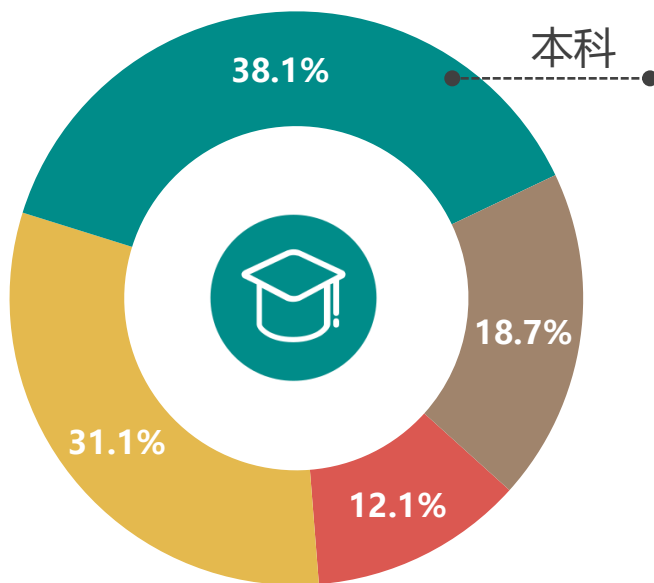


# 职业教育用户画像

本科与专科为主，硕士比例也较高，中等收入

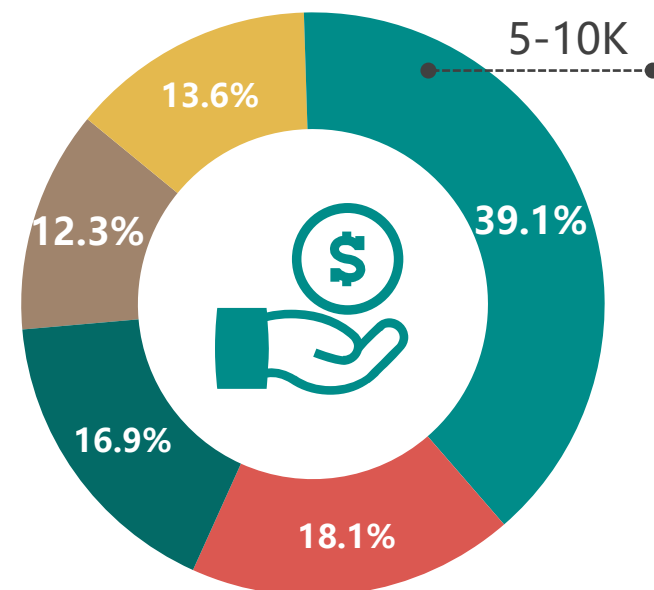
学历分布

高中及以下 专科 本科 硕士及以上



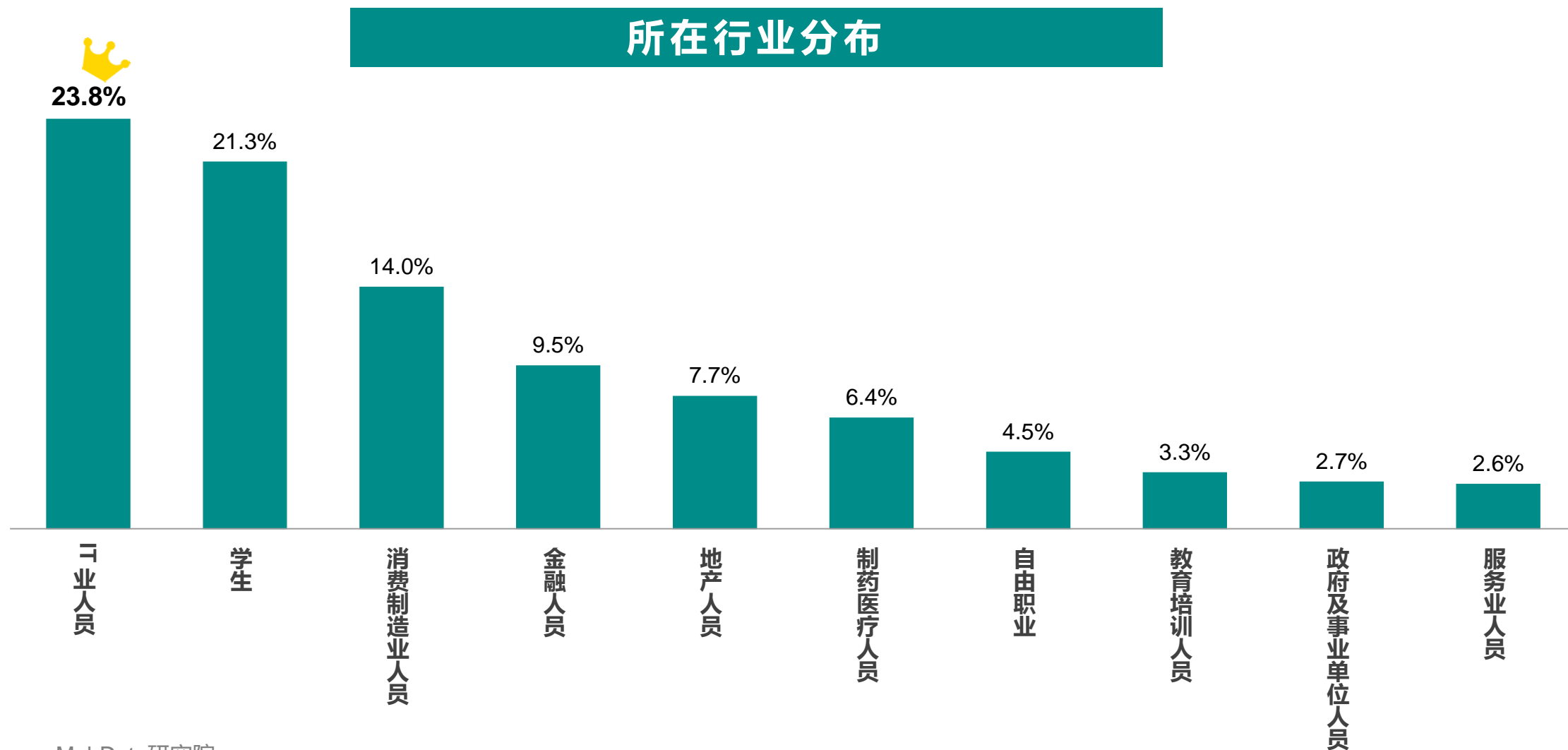
收入分布

小于3K 3-5K 5-10K 10-20K 20K以上



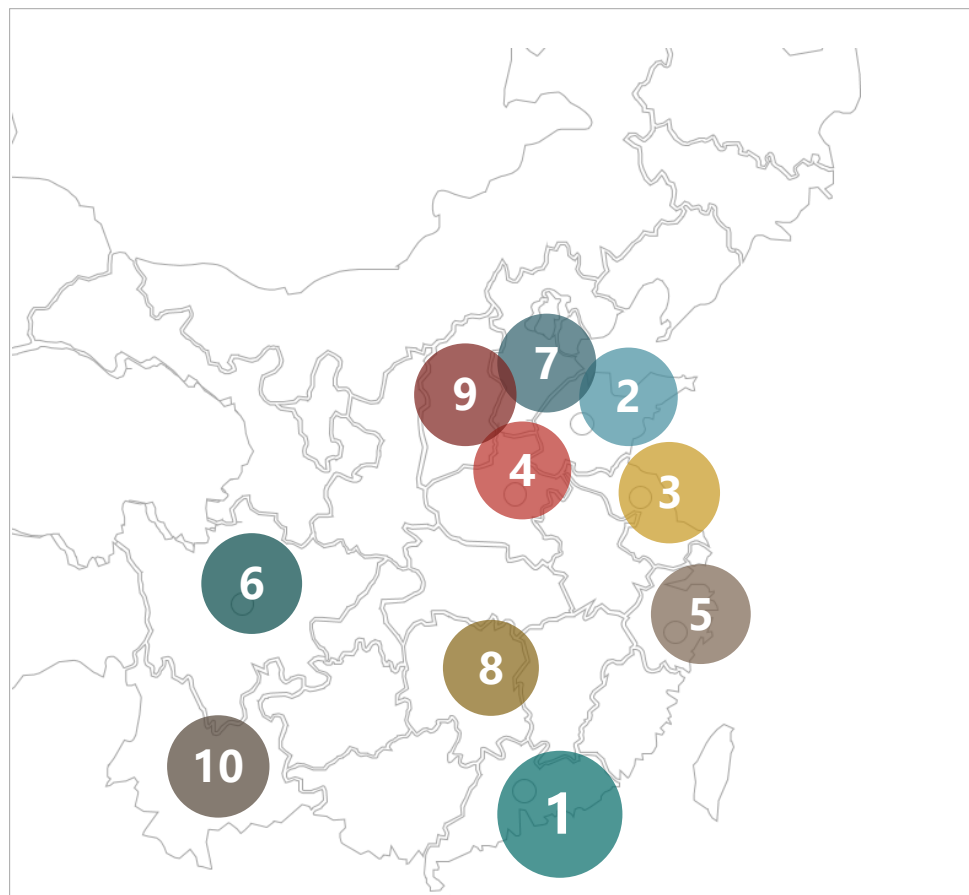


## IT业人员、学生群体是职业教育的拥护者

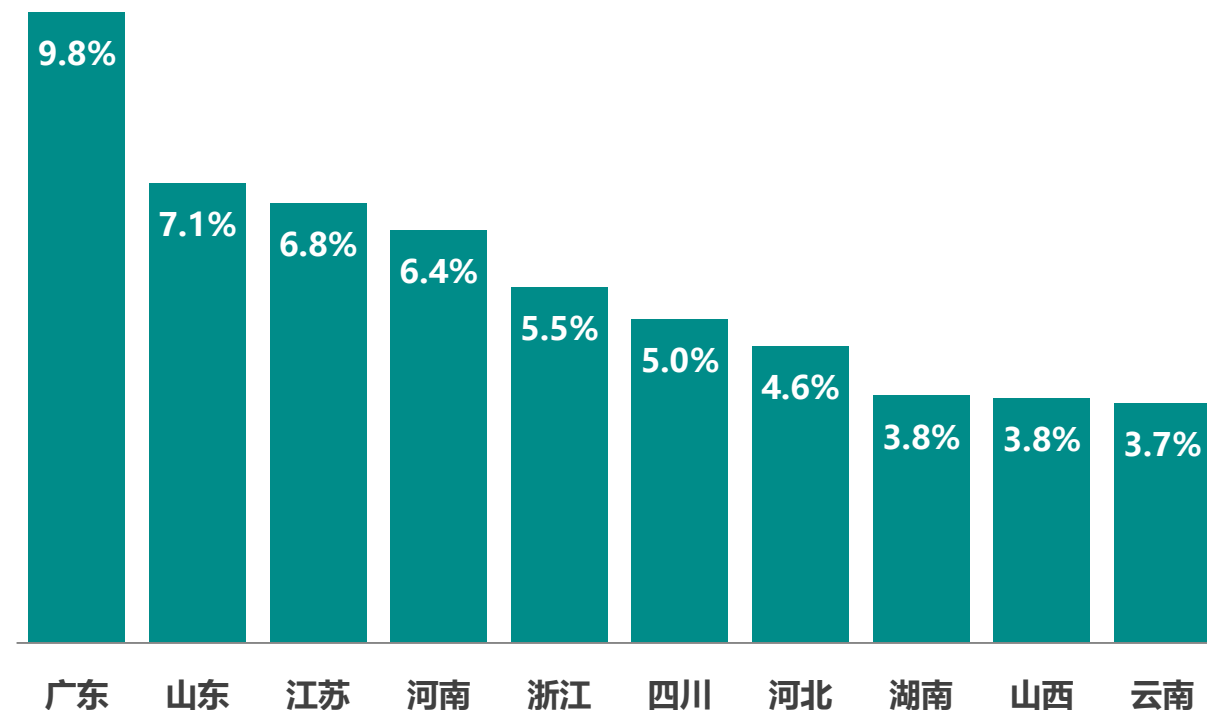


# 职业教育用户画像

广东、山东、江苏等地区人民更“上进”



省份分布情况

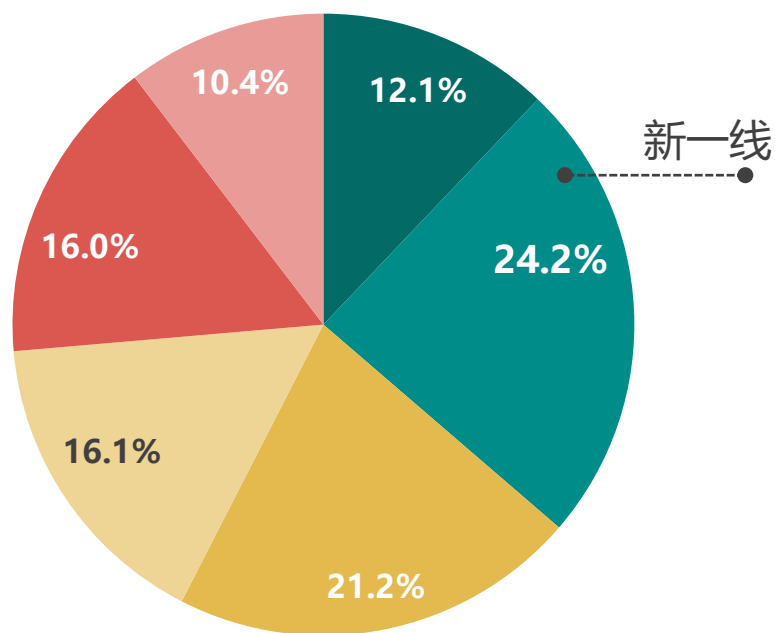


# 职业教育用户画像

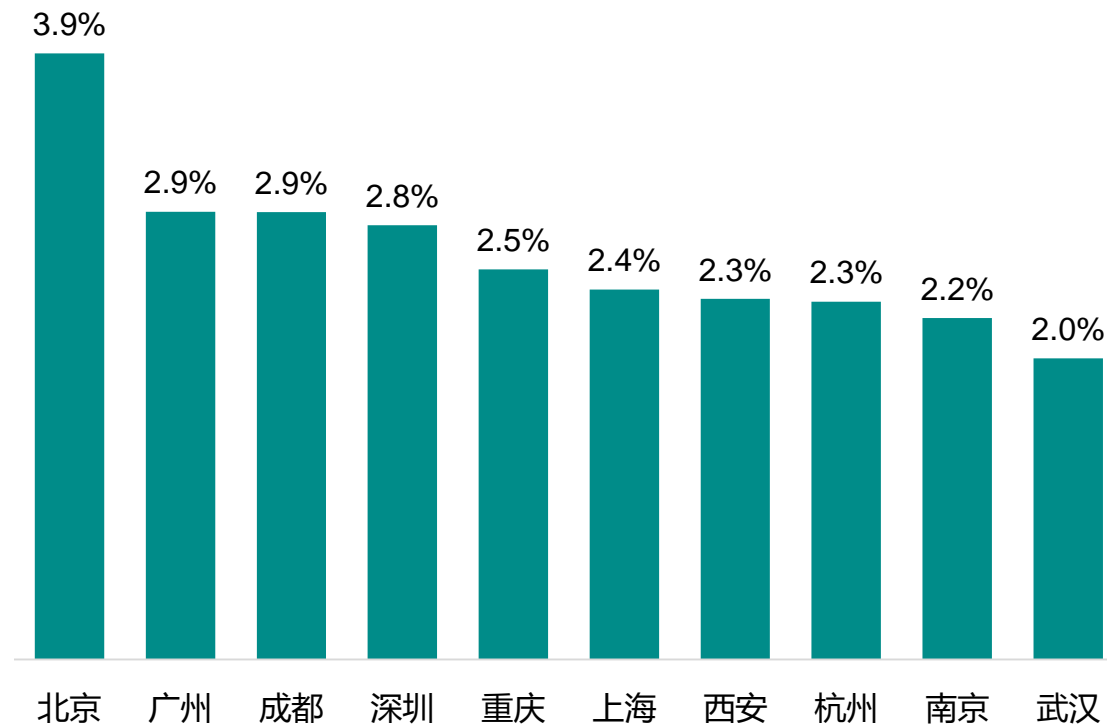
新一线城市用户最多，其中成都、重庆等城市比例较高

城市等级分布

■ 一线 ■ 新一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 五线



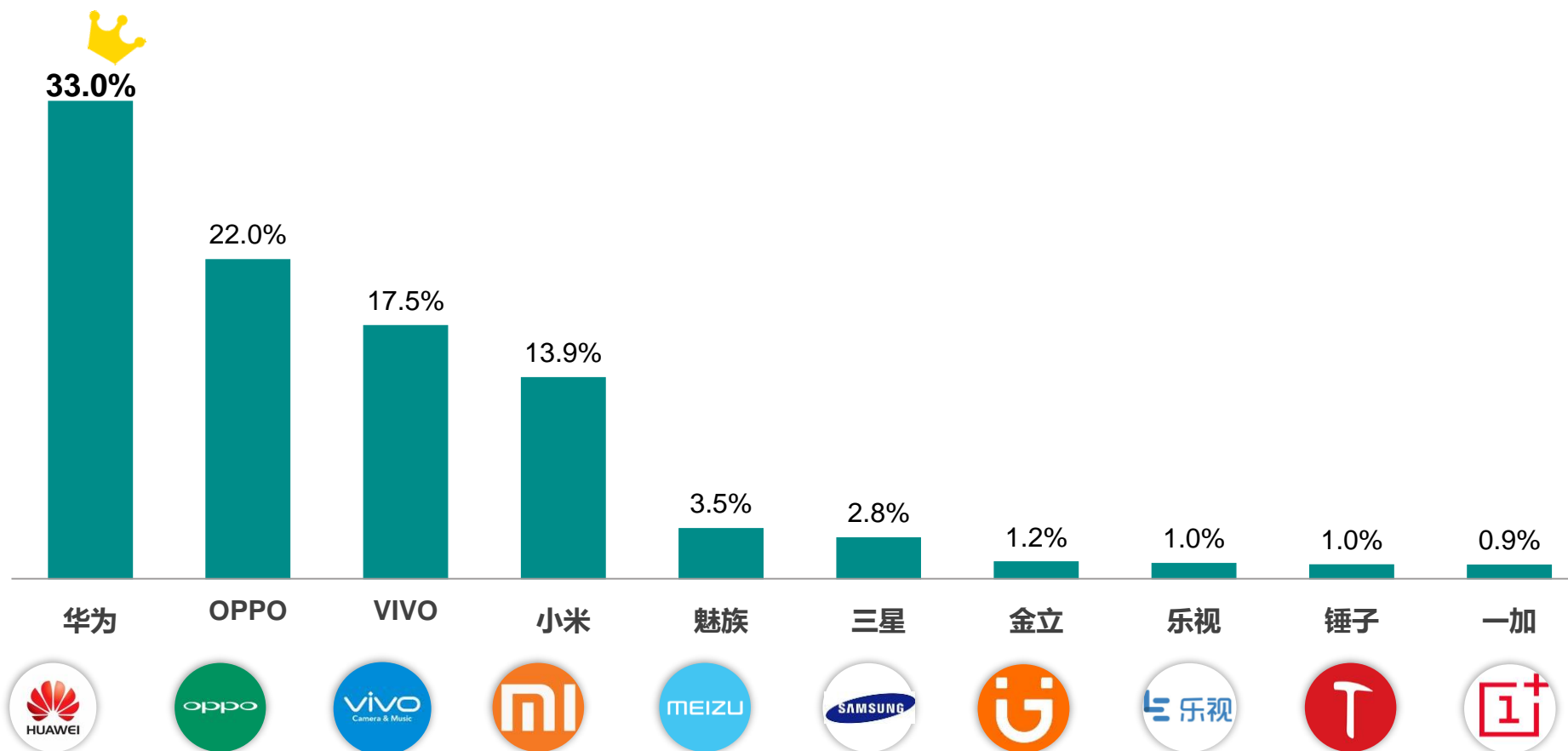
所处城市分布



# 职业教育用户画像

使用华为机，其次是OV和小米

手机品牌分布TOP10



# 职业教育头部App主要集中在语言类

以英语培训学习类App为主，百词斩、金山词霸、英语流利说名列前茅

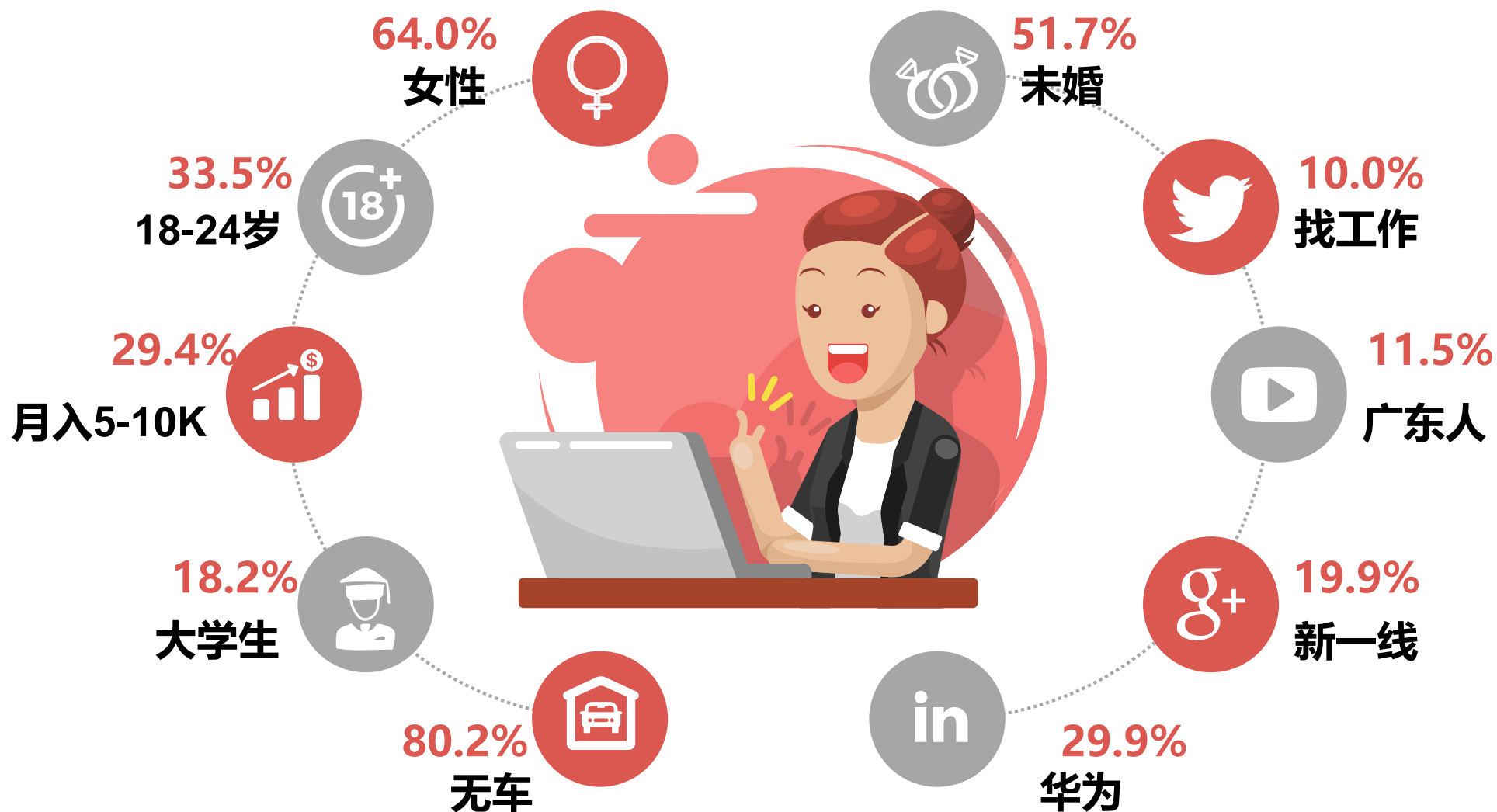
## 2018年7月语言类App市场渗透率排名

| 排名 | App  | 7月渗透率 |
|----|--|-------|
| 1  |  百词斩    | 1.68% |
| 2  |  金山词霸   | 1.45% |
| 3  |  英语流利说  | 1.42% |
| 4  |  英语趣配音 | 0.46% |
| 5  |  扇贝单词 | 0.44% |

| 排名 | App   | 7月渗透率 |
|----|---|-------|
| 6  |  沪江开心词场  | 0.34% |
| 7  |  可可英语    | 0.32% |
| 8  |  星火英语    | 0.29% |
| 9  |  每日英语听力 | 0.26% |
| 10 |  口语100 | 0.24% |

# 语言类教育App用户画像

用户多为18-24岁女性，大学生居多，大多分布在新一线城市



18-24岁的企业白领和在读学生群体，女性居多

## 百词斩用户画像



女性: 61.5%



18-24岁: 46.3%



本科: 31.6%



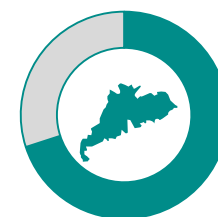
中等收入: 5-10K 31.9%



有车: 18.8%

### 职业

企业白领 39.9%  
在读学生 39.8%



用户最多省份: 广东  
9.9%

# 目录

---

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

**03. K12教育市场**

04. 职业教育市场

**05. 未来发展趋势**



# 回归教育本质，内容和质量是王道

## 内容+师资+技术是培训教育行业未来竞争的着力点

教育培训行业经过一轮厮杀，已洗刷掉相当一部分企业。存货的企业开始注重**内容与课程研发**。未来教育培训行业的趋势将回归教育本质，提供优质的内容和服务，注重师资水平和技术升级，制造良好的口碑才是确保盈利的核心。



### 内容

- 在线下的教学场景中，教育内容通常是以教材为核心的教学、评测体系。
- 在线上，以课件和课后的练习评测则成为了内容的核心



### 师资

- 标准化课程的推广虽然有助于弱化师资的影响，但是名师效应依旧十分显著。
- 现阶段厂商均着力打造自己的师资团队，无论是培养还是招募

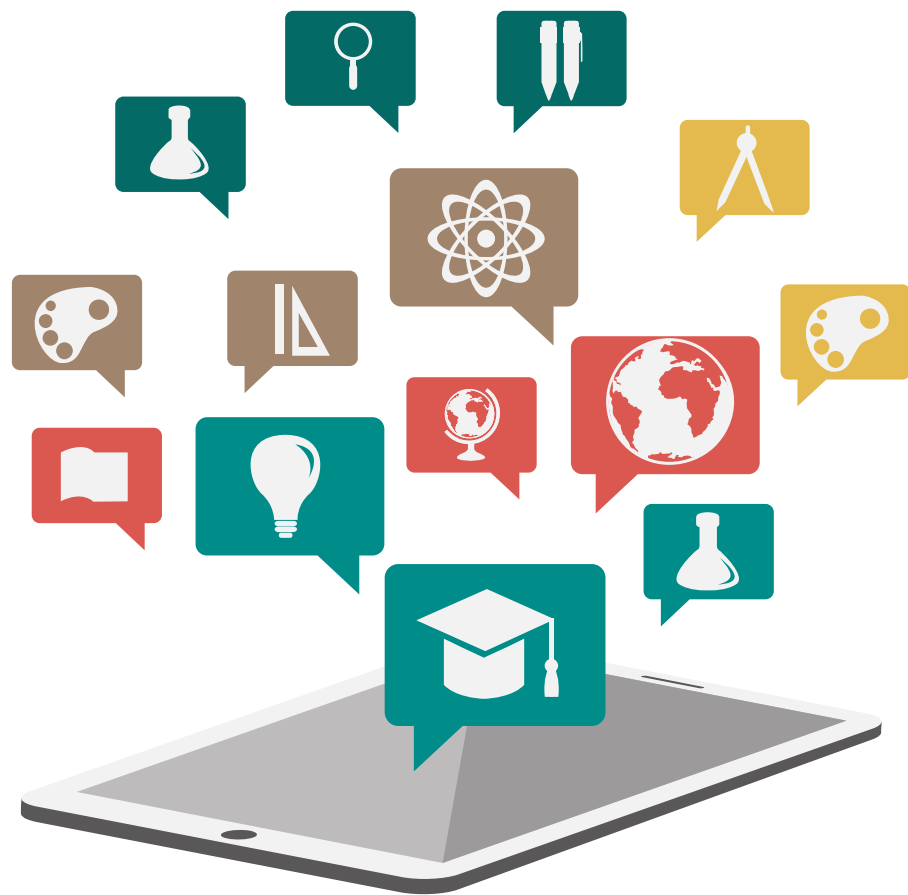


### 技术

- 大数据和AI技术将是行业趋势，教育培训行业的目的是通过智能化解决方案给出更科学的学习体验
- 强大的大数据、人工智能技术是实现上述的基础支持。

# 人工智能将更广泛应用在教育场景

## 人工智能技术的出现推动教育培训行业迎来智能化浪潮



### 教

LMS学习管理系统、人工智能助教、儿童教育机器人、企业型科教机器人



### 学

分级阅读系统、LMS学习管理系统、开放数据、企业型科教机器人



### 评

自适应题库系统、分级阅读系统、自适应课程系统、人工智能助教、人工智能客服



### 测

自适应题库系统、开放数据、企业型科教机器人



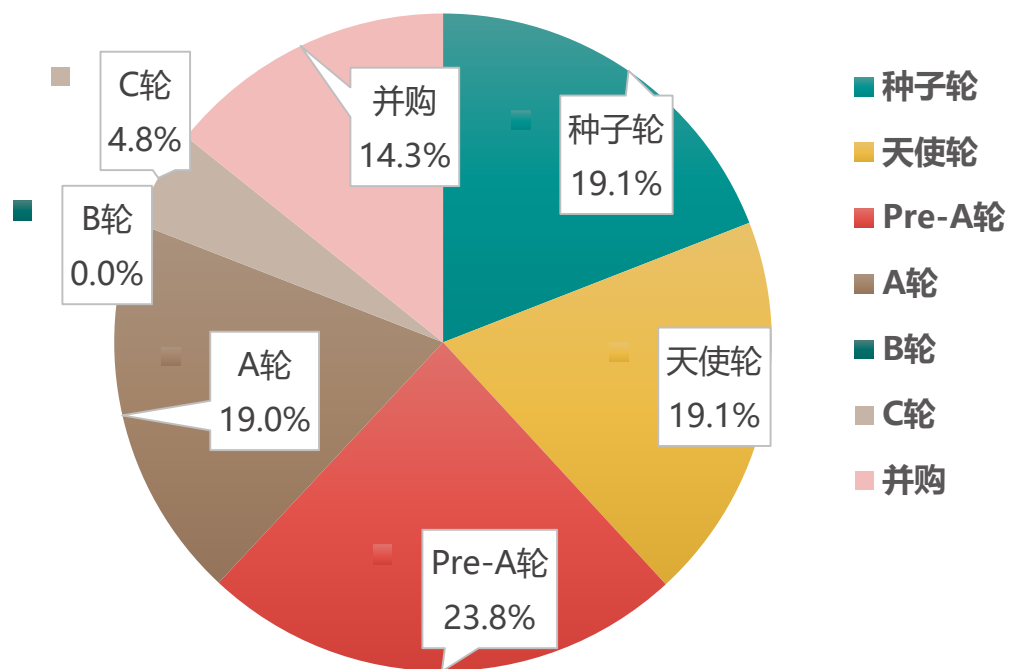
### 练

自适应题库系统、开放数据、LMS学习管理系统

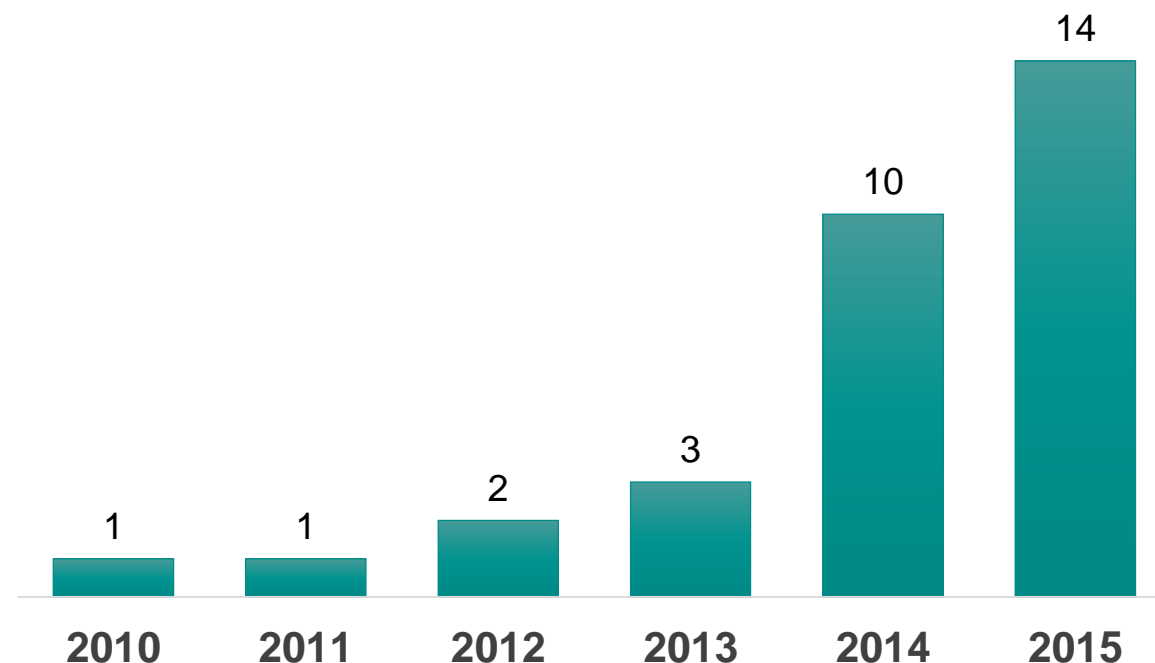
# 教育转型风口成为资本的又一风向标

资本看好AI教育领域企业，未来热度将会维持，当前大部分处于早期阶段

AI教育投资轮次



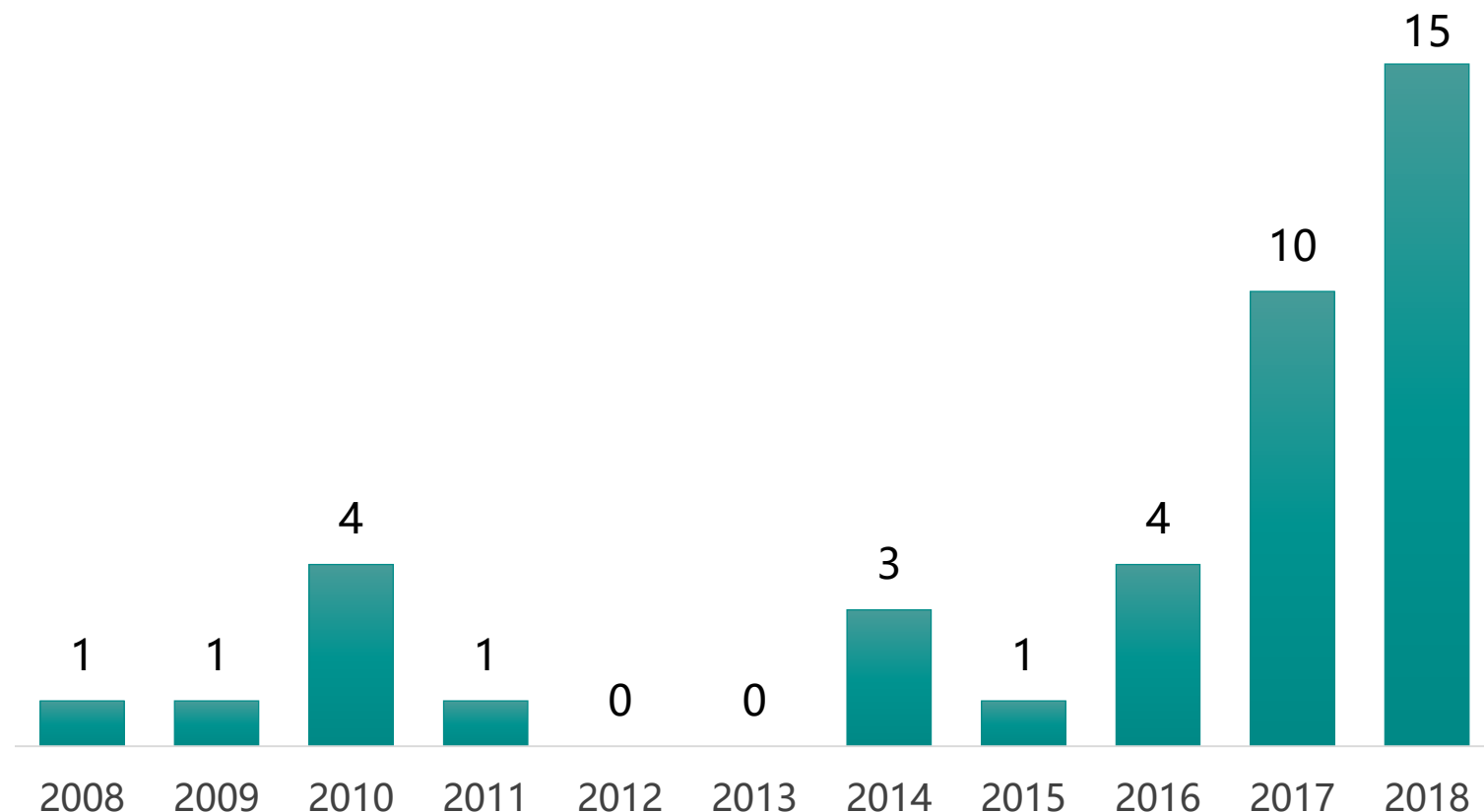
历年AI教育企业成立数量



# 未来几年将是线下教育的黄金期

线下教育秉承教育精髓，市场空间较大，资产证券化步伐加快

2008-2018线下教育上市公司数量



## Mob Insight



### 二级市场主体

二级市场上市的教育企业主要是线下连锁培训机构



### 上市情况

在过去10年有25家线下连锁培训机构上市，而仅2018年上半年就有15家上市挂牌



### 未来预测

预计未来有更多线下连锁培训机构走向资产证券化，未来10年线下教育市场将迎来发展黄金期



MobData研究院

谢谢观看

关注我们

