



中国在线教育平台用户大数据报告

——腾讯课堂数据篇

2020年

1

宏观背景

- **发展宏观环境：**第三产业人才需求增加、新兴产业人才供给不足及政策红利等共同推动职业教育发展。
- **市场空间：**2019年职业教育市场规模超2688.5亿元，在线职业教育393.3亿元，未来在线职业教育将保持20%左右的增速持续增长。
- **发展趋势：**新兴技术将带动用户体验、服务内容和消费场景变更；职业教育需重视企业服务闭环打造。

2

平台生态

- 平台累计入驻机构数7.2万+，在架课程数17.8万+，周度巅峰上课人数近120万人。
- 平台全年整体用户累计报名课程数3430.6万+，全年累计学习总时长约7531年。
- 平台课程共划分为7大一级类目，主流付费课程中IT·互联网与设计·创作两大类目下活跃课程数最多，占比高达50.4%。

3

用户生态

- 平台男性用户略多于女性用户，90后与95后用户占52%，00后用户占比上升明显。
- 平台各类用户对于付费课程的选择相对聚焦，职业技能类与考试类课程最受欢迎。
- 10:00、15:00和20:00既是用户学习高峰，也是用户付费高峰。
- 用户学习活动由PC端向移动端迁移，2019年在移动端学习的用户占54%，首次超过PC端。

职业教育发展概况

1

职业教育的定义

职业教育的受众与市场机遇

职业教育的市场规模与主要玩家

职业教育的未来发展方向

腾讯课堂之平台生态

2

腾讯课堂之用户生态

3

腾讯课堂之最

4

职业教育如何定义？

学历类职业教育以文凭获取为主，非学历类职业教育偏重职业资格与技能获取

职业教育以“是否颁发学历证书”为标准可分为学历与非学历两大类。学历类职业教育可分为中等和高等职业教育，非学历职业教育主要包含职业资格考试和职业技能两类。职业资格考试类多以考试通过为目的，根据考试类型不同又分为人才招录考试类和资格认证考试类。职业技能培训的落脚点则在于获取职业技能或提高工作效率。

职业教育的范畴

职业教育						
学历类 (可获得文凭)	非学历类 (不可获得文凭)					
中等职业教育 (15-18岁)	职业资格考试类 (18-60岁)		职业技能类 (获取职业技能, 18-60岁)			
	人才招录考试 (就业/升学, 18-40岁)	资格认证考试 (获取资格证书, 18-60岁)				
	公务员类 事业单位 教师招录 国企/银行招聘 成人继续教育 其他	金融财会类 医学类 教育类 司法类 建筑类 其他	IT类	金融财会类	设计创作类	语言类 餐饮类 新兴产业类 办公技能类 其他
高等职业教育 (18-22岁)						

注释：1) 新兴产业类包含营销、电商、新媒体等类型。2) 本次研究重点关注职业资格考试类（分为人才招录考试和资格认证考试两类）和部分职业技能类（如IT类、金融财会类、设计创作类等）。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业教育的受众是谁？

各学历对职业教育均有需求，职业教育潜在用户群体广

我国职业教育潜在用户群体覆盖广泛且基数庞大，每年新增用户群体数十分稳健。根据教育部发布的统计数据显示，2018年我国新增劳动力供给市场包含1332.54万完成一定学历的人群和580万辍学人群，为实现高质高效就业，他们都是职业教育的潜在用户群体，职业教育需求旺盛。

职业教育的受众分布



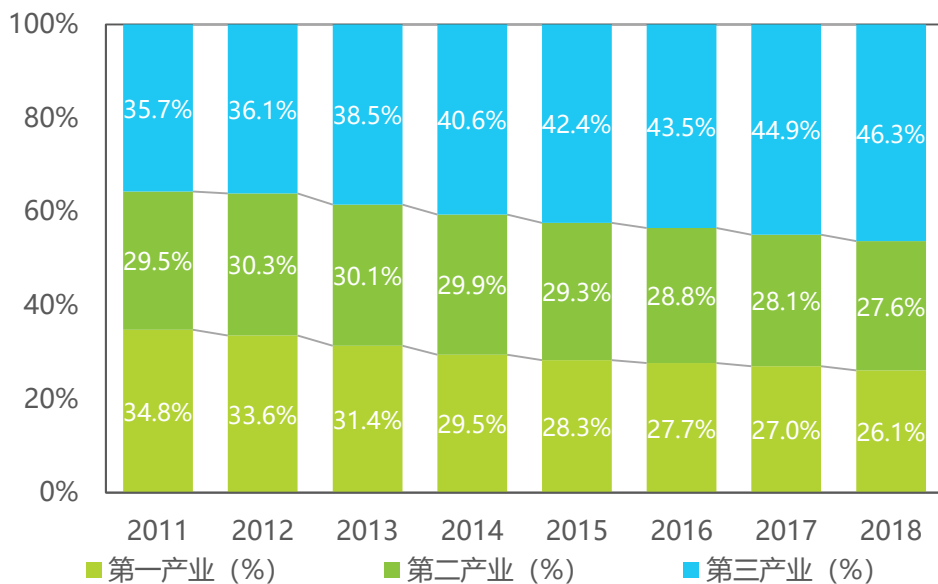
注释：2018年新增具有一定学历的劳动力市场人数只统计绿色和蓝色块群体，灰色群体没有统计。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业教育发展驱动力—就业门槛提升

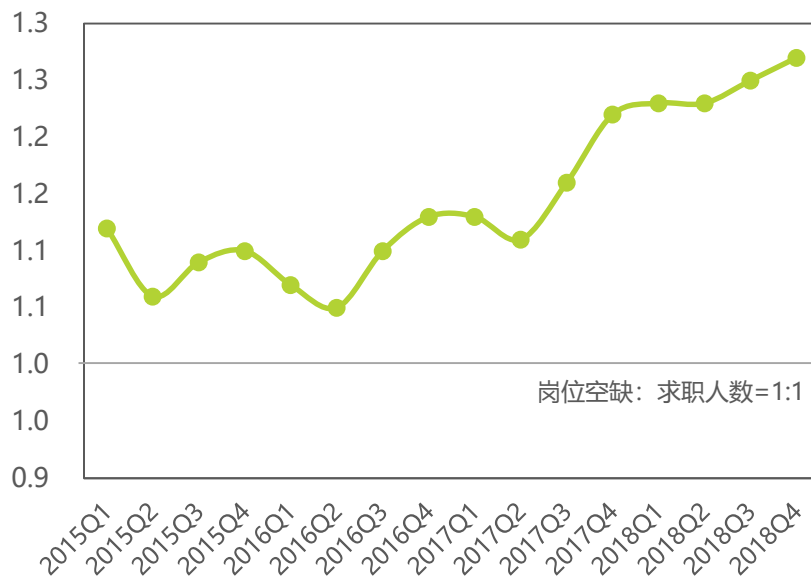
第三产业就业占比逐年增加，就业市场岗位供求比不断攀升，求职市场供需差亟需填补

国家统计局发布的数据显示近年来我国第一第二产业就业群体不断下降，第三产业就业群体占比不断上升。就业市场则表现为：1) 制造业、建筑业等吸业量大且就业门槛较低的行业人数下滑明显，低技能劳动力市场就业愈发不易；2) 第三产业发展促使近年来我国整体就业市场岗位供求比却不断走高，市场人才供需之间落差进一步变大。以上都将刺激职业教育需求的释放。

2011-2018年中国不同产业就业人数占比情况



2015-2018年中国就业市场岗位供求比



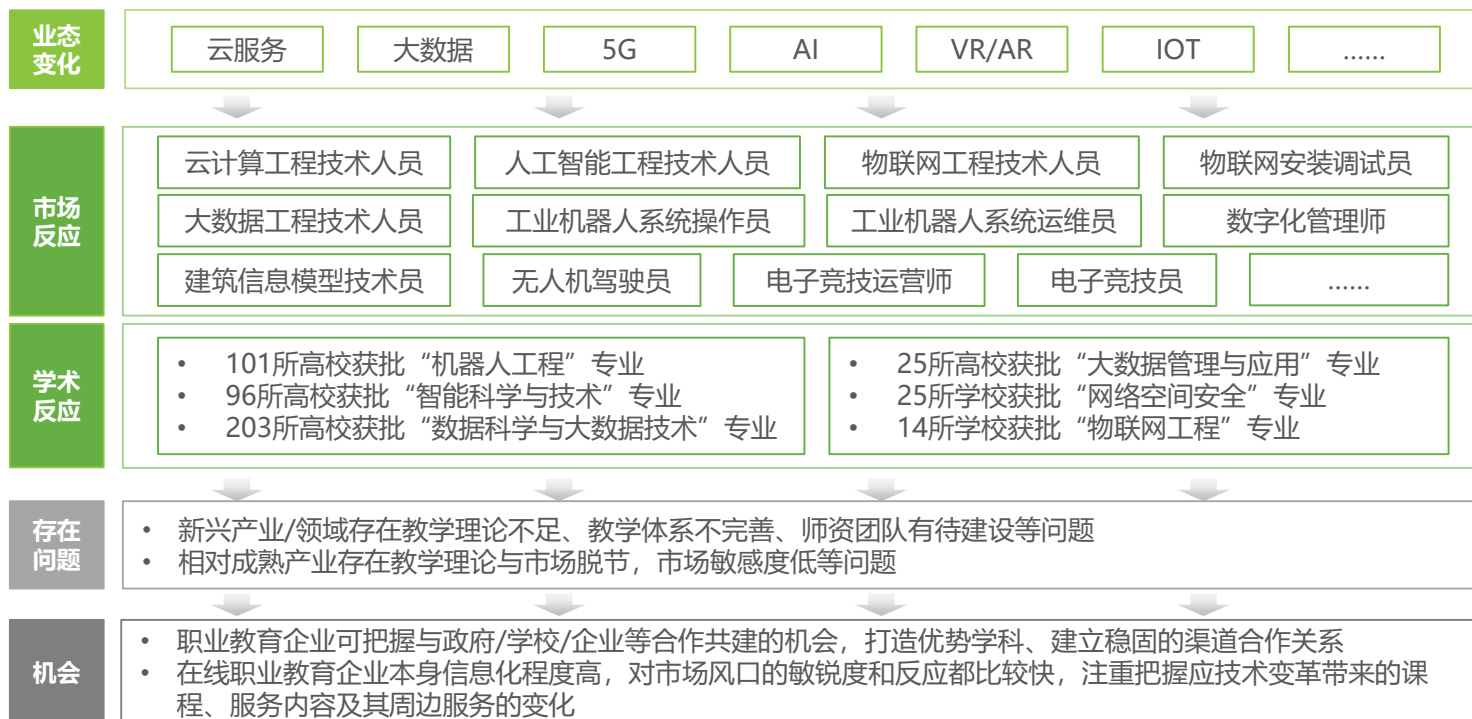
注释：岗位供求比=岗位空缺数/求职人数。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业教育发展驱动力—新兴行业发展

新业态给职业教育带来新的发展机会

现阶段就业市场百花齐放，计算机理论的不断提升推动了人工智能、大数据、物联网的发展，为市场带来新的工作机会，同时网红、电竞等新兴职业也层出不穷。面对市场业态变化国家在市场与学术层面均做出了反应，但依然面临着新兴职业人才缺口大、培训体系不完善、师资缺乏等困境，这无疑是职业教育市场玩家打造优势学科、构建渠道网络的机会所在。

就业市场新契机（以泛IT行业为例）



职业教育发展驱动力—政策红利

职业教育搭上发展快车道，市场呼吁“大国工匠”

自《国家职业教育改革实施方案》以来教育部等部门相继出台了多个与职业教育相关的政策。这些政策主要从经费、建设、待遇、深造通道等根本问题出发，期望重点实现以下内容：1) 健全经费投入、提升技术工人收入和地位，吸引生源、服务者的积极性；2) 加强产教融合，缓释人才与就业不匹配、新兴职业缺口大等问题。与此同时，国家也积极出台政策在人才、资金支持、体制等方面促进在线教育发展。

2019年以来部分关于职业教育和在线教育的政策

政策密集发布

- 1月 《国家职业教育改革实施方案》
- 3月 《建设产教融合型企业实施办法（试行）》
- 4月 《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》
- 4月 《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》
- 5月 《高职扩招专项工作实施方案》
- 5月 《职业技能提升行动方案（2019-2021）》
- 9月 《关于促进在线教育健康发展的指导意见》
- 10月 《深化新时代职业教育“双师型”教师队伍建设改革实施方案》
- 11月 《关于推进1+X证书制度试点工作的指导意见》

部分重点内容

- 启动“1+X证书制度”
- 深化产教融合、校企合作
- 完善技术技能人才保障政策，提高技术技能人才待遇水平
- 高职大规模扩招100万人
- “双师型”教师队伍建设
- 鼓励社会力量举办在线教育机构，并且推动规范化准入体系建立
- 培育优质在线教育资源，落实财政支持政策，加强在线教育人才培养

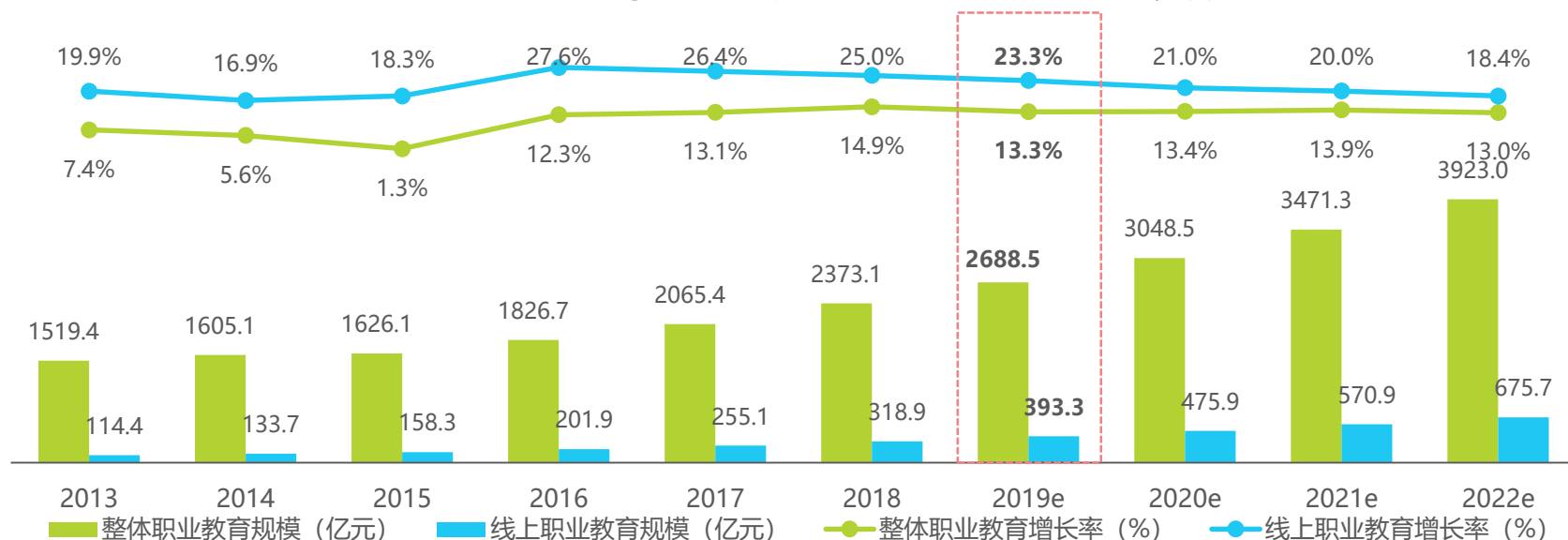
注释：左侧绿色的政策和右侧加粗的字主要围绕在线教育相关展开。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业教育与在线职业教育市场规模

2019年职业教育整体市场规模超2600亿元，其中在线职业教育保持20%左右的增速持续增长

据艾瑞统计及核算，2019年中国职业教育市场规模达2688.5亿元，同比增长13.3%，未来几年市场将维持在13%左右的增速持续增长，预计2022年市场有望突破3900亿元。就在线职业教育而言，2019年中国在线职业教育规模为393.3亿元，未来将保持在20%左右的增速持续增长。在线职业教育培训市场持续增长主要有以下几点原因：1) 线上整体宏观环境利好，国家重视教育信息化、职业教育等发展；2) 网络等基础设施建设日臻成熟与稳定，新技术与教育的结合程度不断加深，线上学习体验得以改善；3) 线上学习逐步成为常态，在线职业教育覆盖至三四线及以下城市；4) 知识付费意识崛起。

2013-2022年中国职业教育和在线职业教育市场规模



注释：此处职业教育包含职业资格考试和部分职业技能两大类，并不包含以下内容：1) To B企业培训，如企业内训；2) 纯语言培训；3) 民办学校；4) 由公立专科和高职院校拨款给校外企业，面向校内学生提供的职业培训；5) 美容美发、汽修驾驶、烹饪糕点等偏蓝领职业培训。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

职业教育三种服务模式的简单对比

线上教学有望推动优质教育的标准化复制及推广

职业教育主要有三种服务模式：线下教学、双师教学和线上教学，三种模式各有利弊。目前线下教学是主流，教学效果好，但其发展受地域、师资等制约规模化扩张难度大。线上教学在打破空间限制、教育资源的标准化复制和推广等方面优势大，能惠及更多群体。双师教学是线上线下相结合的教学模式，既能惠及更多学员，又能在一定程度上实现教学内容标准化复制，经过市场不断打磨已经日臻成熟。

2019年中国职业教育三种服务模式的简单对比

线下教学

- 线下面授的场景性强，师生间互动更直接，能够保证最佳学习效果，目前仍是主流
- 机构受限于线下三至五公里辐射半径，扩张成本高、标准化复制难

双师教学

学员到各地线下指定地点上课，主教老师由资深教师通过网络同时与各地班级进行直播教学（也可以是录播课程），助教老师在线下教室中进行答疑和辅导。双师模式最大限度提升了优质师资的利用率，惠及更多学员，目前市场对双师模式的打磨已日臻成熟。

线上教学

- 网络基建布局日益完善，直播等新技术日趋成熟，教育开始向线上迁移
- 打破时空限制，扩大优秀师资的辐射范围，优化资源配置
- 记录学生学习数据，结合AI等技术分析后可智能推荐、智能规划，提升师生学习效率
- 服务覆盖范围广，有望突破收入瓶颈，从小作坊向现代化公司变革

在线职业教育上下游服务关系如何？

上游产业为中游企业提供技术和内容支持，中游企业为下游用户提供教学服务

2019年中国在线职业教育产业链结构



在线职业教育市场玩家有哪些？

市场玩家众多，头部企业各赛道均有布局，跨赛道竞争激烈



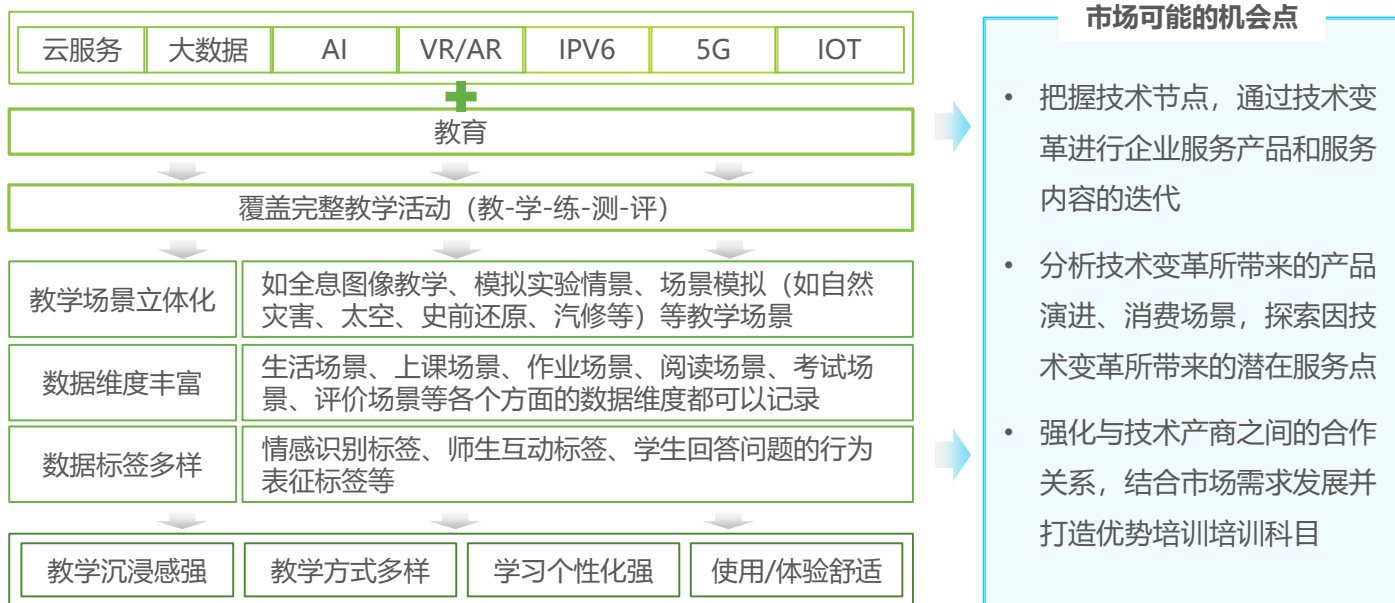
注释：企业排名不分先后。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

在线职业教育的发展方向

新兴技术推动产品迭代，进而带来用户体验、服务内容和消费场景的变更

新技术+教育容易带来资本和创业风口，如教育O2O、VR教育、直播互动教育，且优先发生于在线教育领域。在线职业教育与先进技术、新进硬件相结合时，其服务场景、服务体验等都将得到丰富和改善，甚至有望探索出新的盈利模式。新技术对在线职业教育市场玩家而言，既是机会又是挑战，在线职业教育企业既可以围绕自身服务体系布局，又可以围绕自身业务场景上下游布局。

把握技术变革所带来的服务/产品/体验升级



在线职业教育的发展方向

就业是落脚点，就业后服务市场有待填补，重视企业服务闭环打造

在线职业教育培训也是结果导向赛道。就成熟赛道而言，课程-招生-教学等环节在短期内难有新突破，就业及就业后服务市场是在线职业教育企业间角逐主战场。新兴赛道的课程内容、课程体系、人才衡量标准等需要学校与业内主要玩家、用人单位与业内主要玩家间共同打磨建立，产教研融合是未来发展重点。未来，在线职业教育企业与用人单位之间人才表现数据资源池的打通将延长培训企业的服务价值和服务周期。

重视企业服务闭环的打造



职业教育发展概况

1

腾讯课堂之平台生态

2

腾讯课堂之用户生态

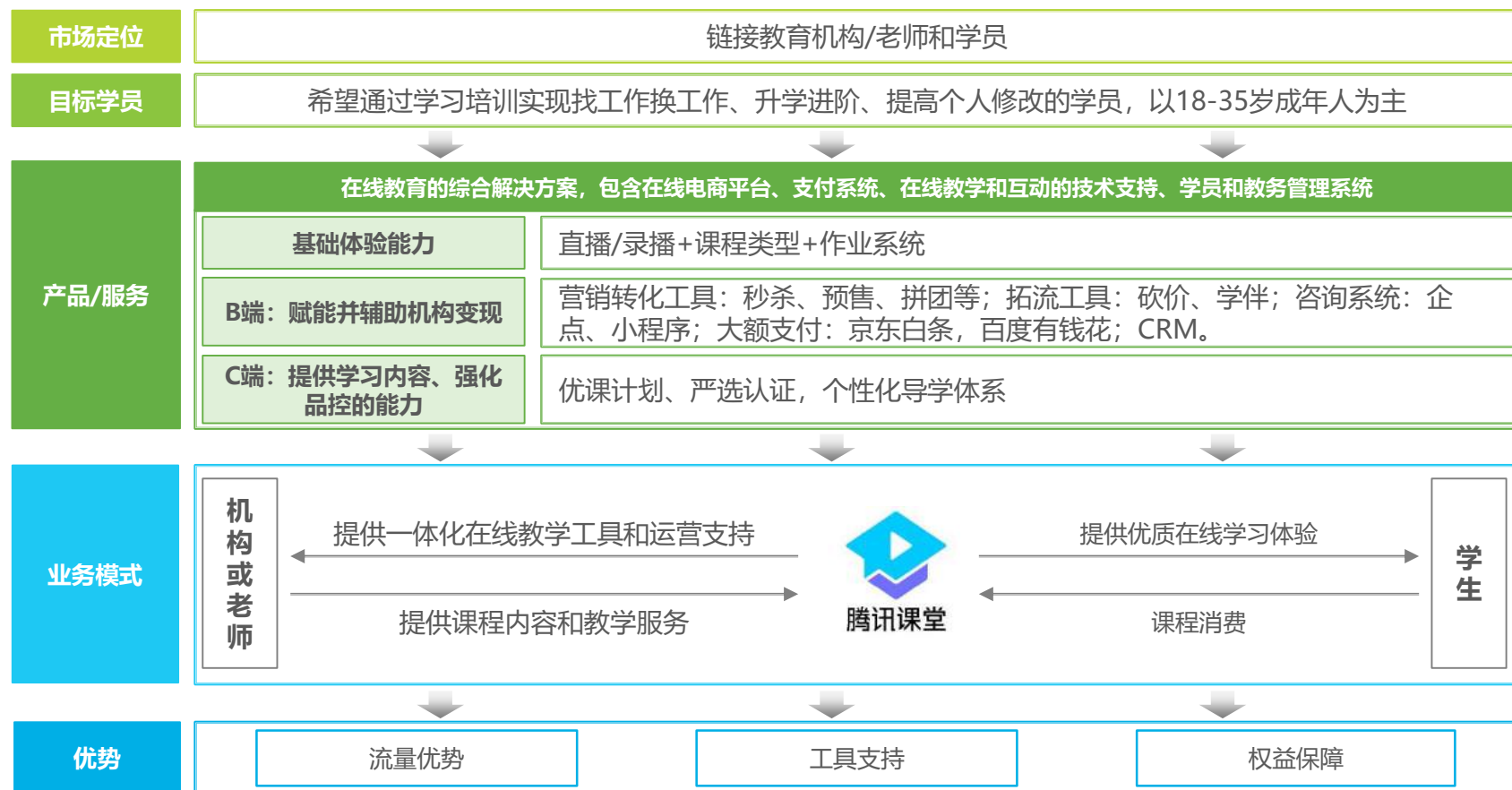
3

腾讯课堂之最

4

腾讯课堂平台简介

提供在线教育的综合解决方案，有效连接机构/老师和学生，支撑教学和管理运行

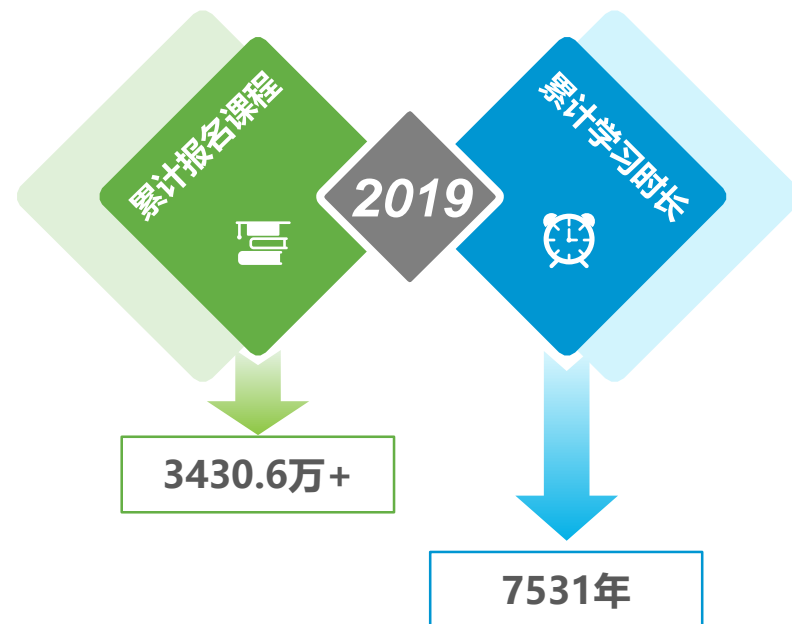
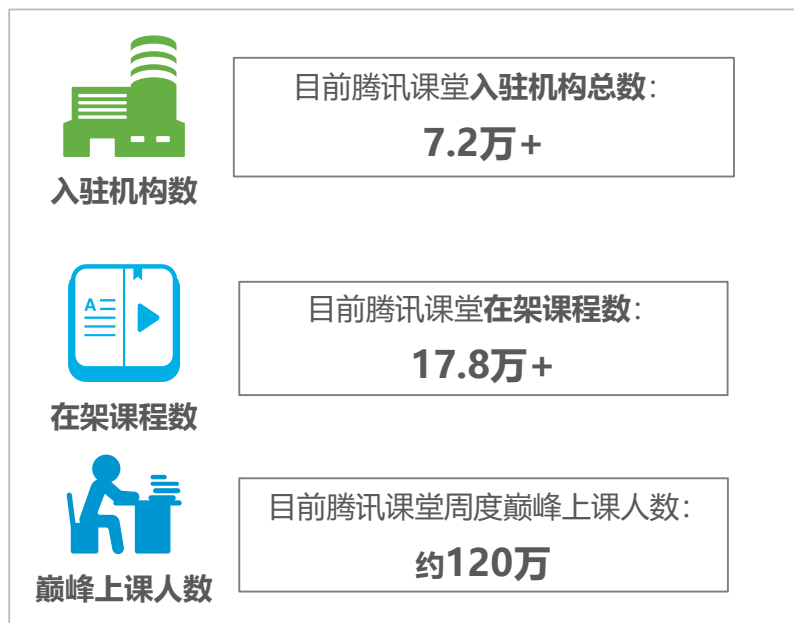


腾讯课堂平台生态—平台规模

入驻机构7.2万+，在架课程17.8万+；2019年平台用户全年累计报名3430万余门课程，总学习时长累计达7531年

2019年腾讯课堂入驻机构数、课程数和巅峰上课人数

2019年腾讯课堂整体累计报名课程数和学习总时长

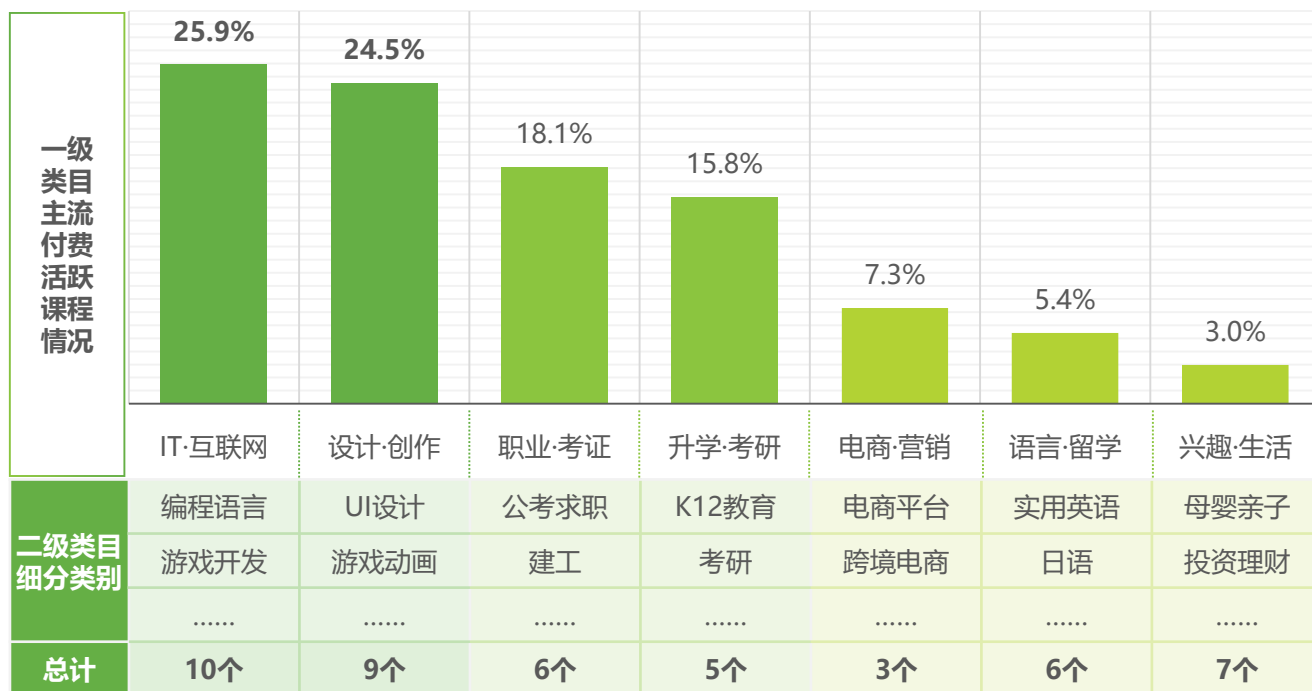


注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 入驻机构数：截止至2019年11月18日腾讯课堂上具有在架课程的机构。3) 在架课程：截至2019年11月18日腾讯课堂上能够搜索到并且还可以购买的课程。
来源：腾讯课堂。

腾讯课堂平台生态—课程类目

IT·互联网和设计·创作是活跃课程中付费占比最高的一级类目课程，其次为职业·考证和升学·考研类课程

2019年腾讯课堂各一级类目主流付费活跃课程情况



注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 主流付费活跃课程：20181118~20191118期间产生过订单且课程价格大于100元的在架课程。
来源：腾讯课堂。

职业教育发展概况

1

腾讯课堂之平台生态

2

腾讯课堂之用户生态

3

腾讯课堂用户基础画像

腾讯课堂用户行为偏好

腾讯课堂之最

4

3-1

腾讯课堂用户基础画像

腾讯课堂用户画像—性别

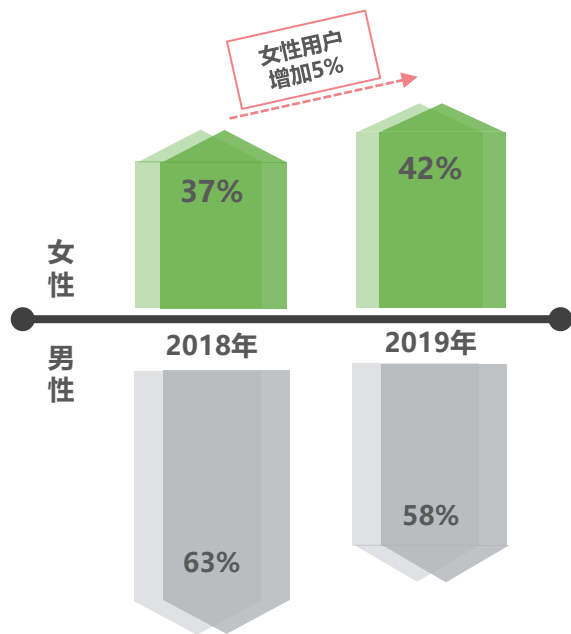
平台整体近六成用户为男性，各类目性别分布差异较大

平台整体男性用户占58%，女性用户相比于去年占比提升了5%。

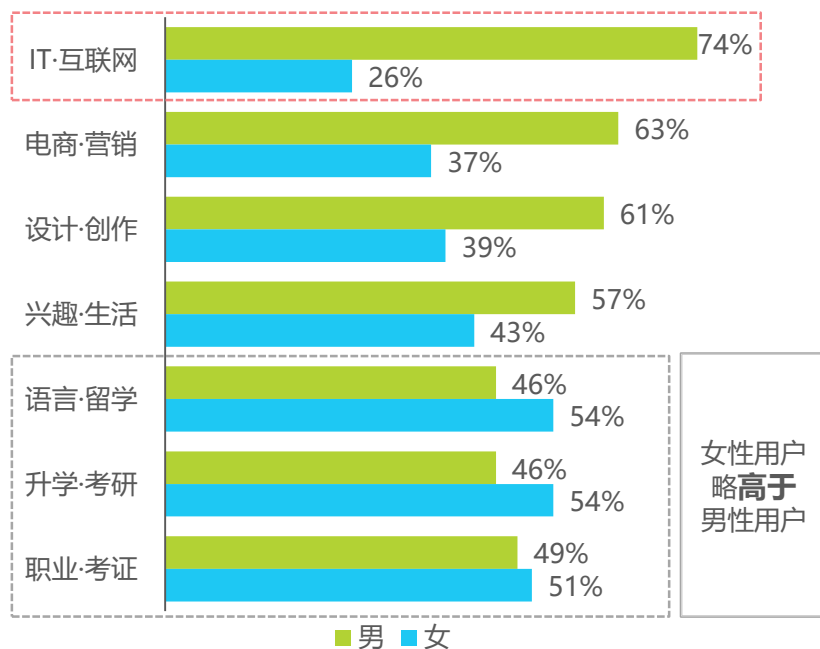
在IT·互联网、电商·营销和设计·创作类目下，男性用户占比远高于女性用户。

语言·留学、升学·考研和职业·考证类目下男女性用户占比相对均衡，女性用户占比略高于男性用户。

2019年腾讯课堂用户性别分布



2019年腾讯课堂一级类目下用户性别分布



注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

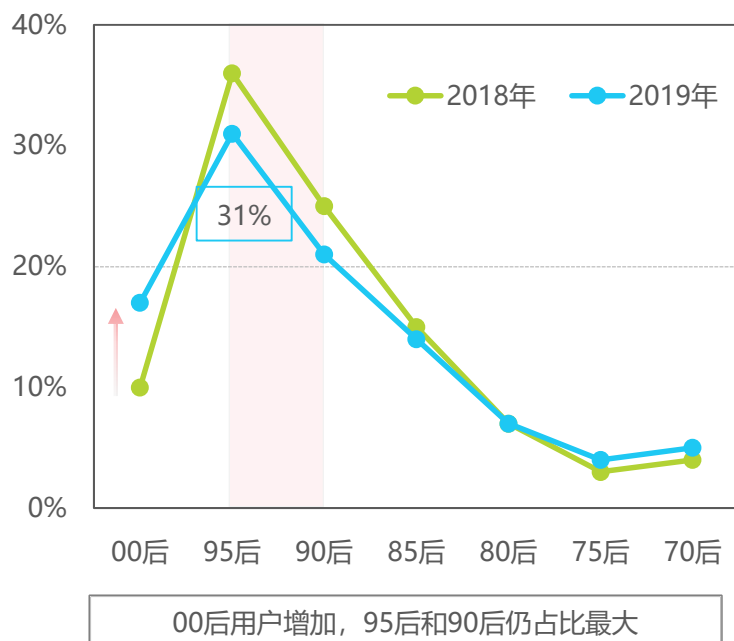
腾讯课堂用户画像—年龄

70%的用户年龄不超过29岁，00后占比显著增加

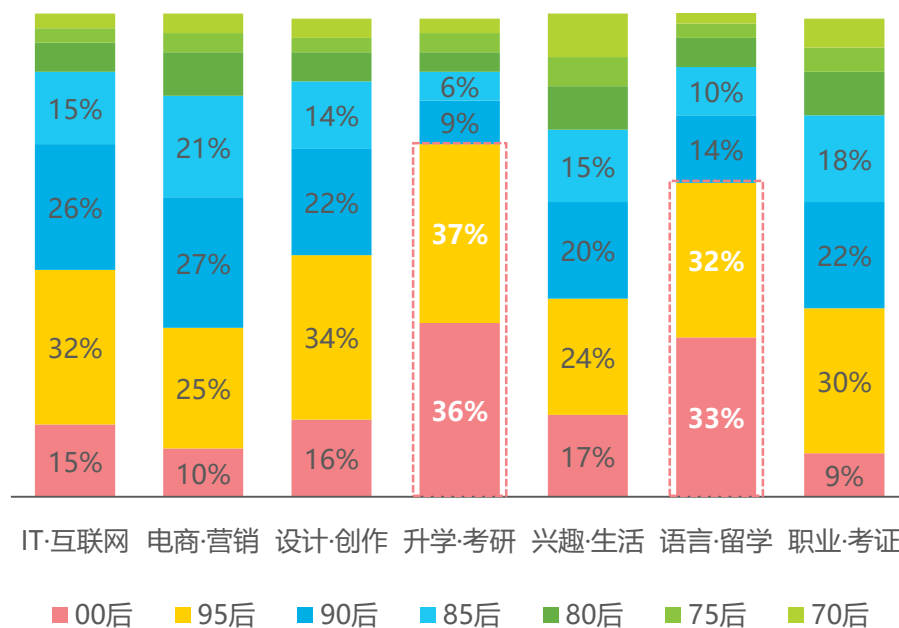
平台整体用户00后/95后/90后共计占比达70%，在各一级类目下95后（20-24岁）用户均占比最大。

第一批00后在2019年已成年，00后用户整体占比相比于2018年增加7%，且在升学·考研与语言·留学类目下00后需求强烈，用户占比均超过30%。

2019年腾讯课堂用户年龄分布



2019年腾讯课堂一级类目下用户年龄分布



注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

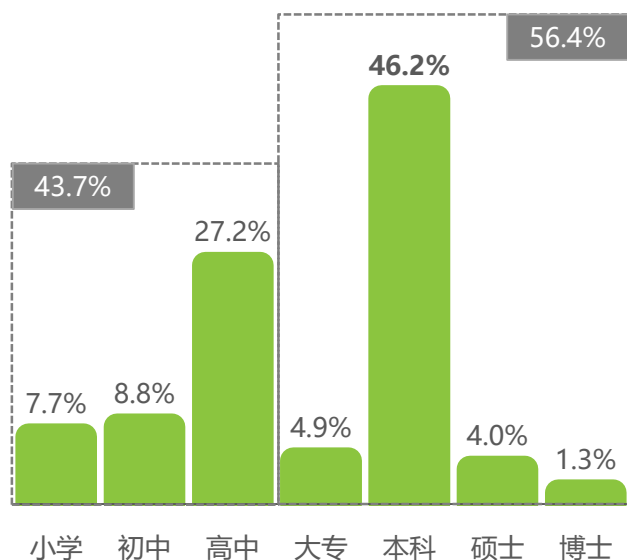
腾讯课堂用户画像—学历

超五成用户具有大专/本科及以上学历，各类目下用户学历分布有一定差异

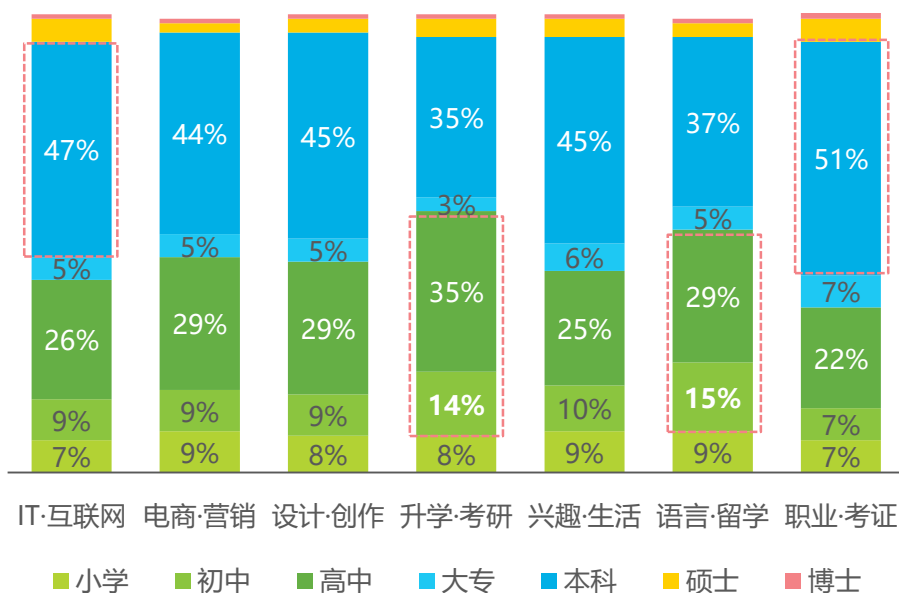
平台整体用户学历分布相对均衡，大专/本科及以上学历用户占比达56.4%，高中及以下学历用户占比43.7%。

职业·考证与IT·互联网类目下高学历用户占比相对大。在升学·考研与语言·留学类目下，具有升学需求的初高中学历、本科学历用户占比高。

2019年腾讯课堂用户学历分布



2019年腾讯课堂一级类目下用户学历分布



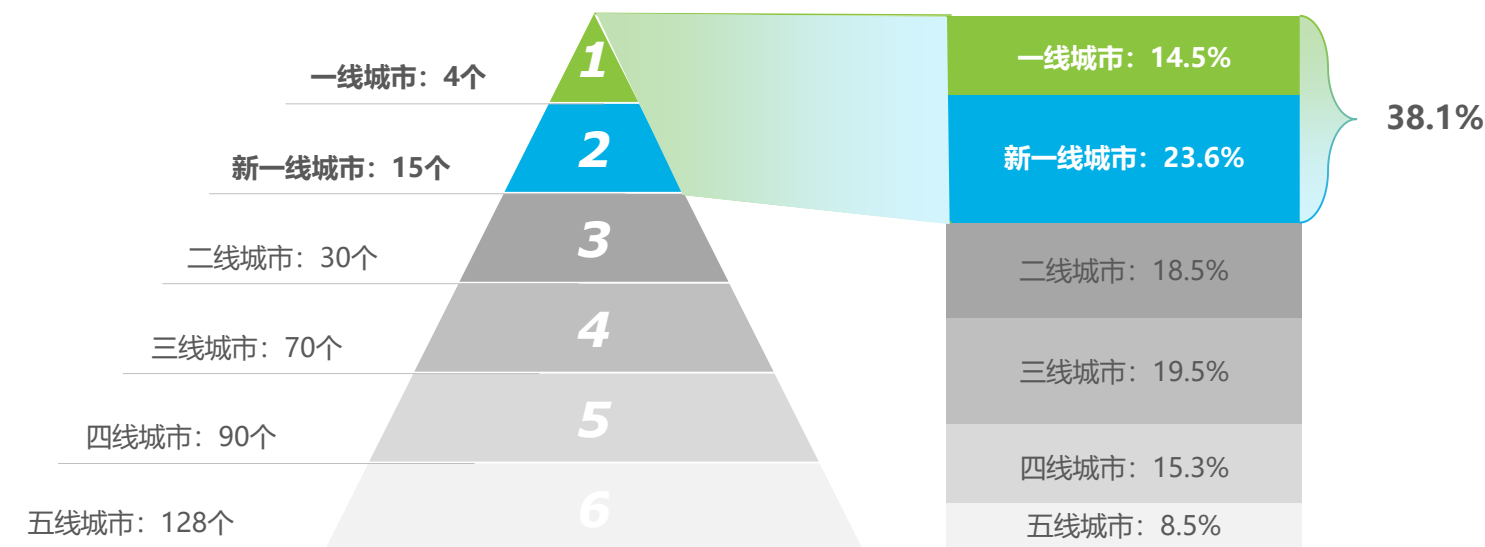
注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

腾讯课堂用户画像—地域（1）

一线和新一线城市用户占38.1%

平台整体学员中，一线城市（4个）和新一线城市（15个）用户数占38.1%，平台上剩余61.9%的用户分布在二线及以下城市中。

2019年腾讯课堂用户地域分布



注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 不同城市等级划分源于第一财经《2019新一二三四五线城市排名，北上广深依旧(337个完整版)》，具体城市见附录2。
来源：腾讯课堂。

腾讯课堂用户画像—地域 (2)

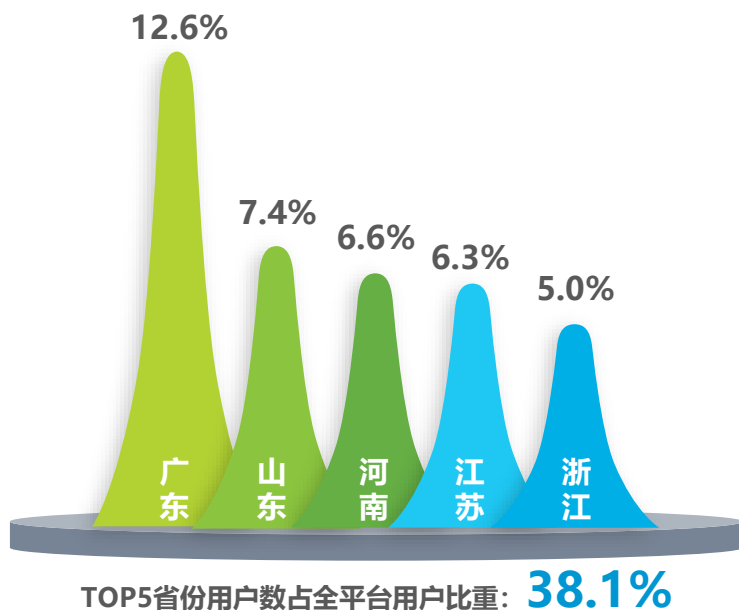
平台用户主要来自广东、山东等人口与教育大省

腾讯课堂平台用户来源最多的省份分别是广东、山东、河南、江苏与浙江，以上省份既是人口大省也是教育大省。

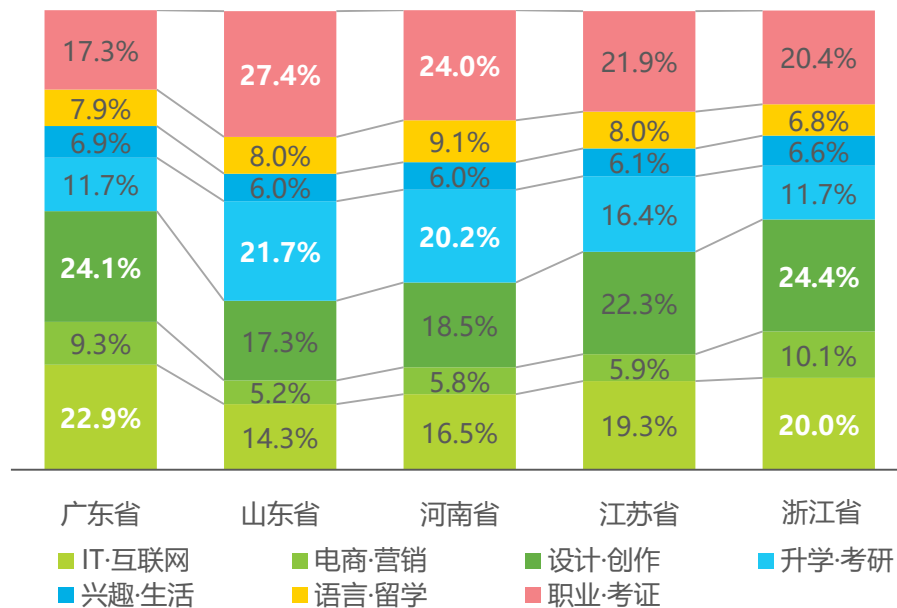
广东和浙江既是IT·互联网大省，也是设计·创作大省，主要由于这两个省份相关行业十分发达。

山东和河南是既是升学·考研大省，又是职业·考证大省，与这两个省份的重学传统以及产业、就业结构相对简单有关。

2019年腾讯课堂用户数占比TOP5的省份



2019年腾讯课堂用户数TOP5省份各一级类目用户占比



注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

3-2

腾讯课堂用户行为偏好

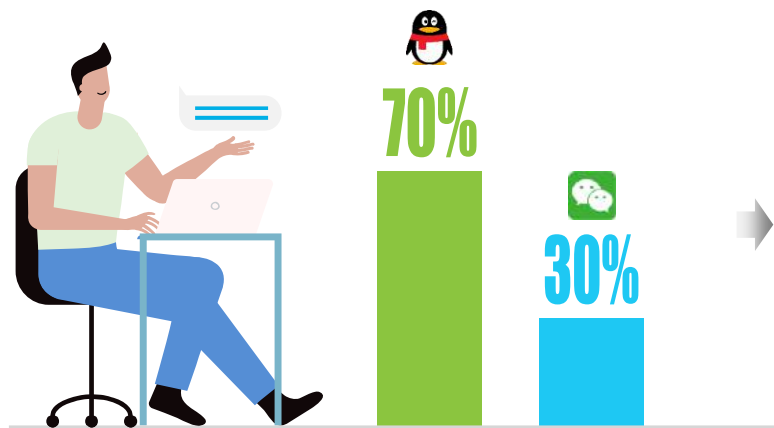
腾讯课堂用户行为—访问

七成用户使用QQ访问平台，用户首次访问平均选择2.6个兴趣类目

70%的用户使用QQ登陆，远超微信账号登陆。

用户首次访问时平均每个用户会选择2.6个感兴趣的课程类目，在选择了两个及以上兴趣课程类目的用户中有50.5%的用户的选择分散在两个一级类目下，重视学习的广度。

2019年腾讯课堂用户访问登录账号类型



登录用户类型

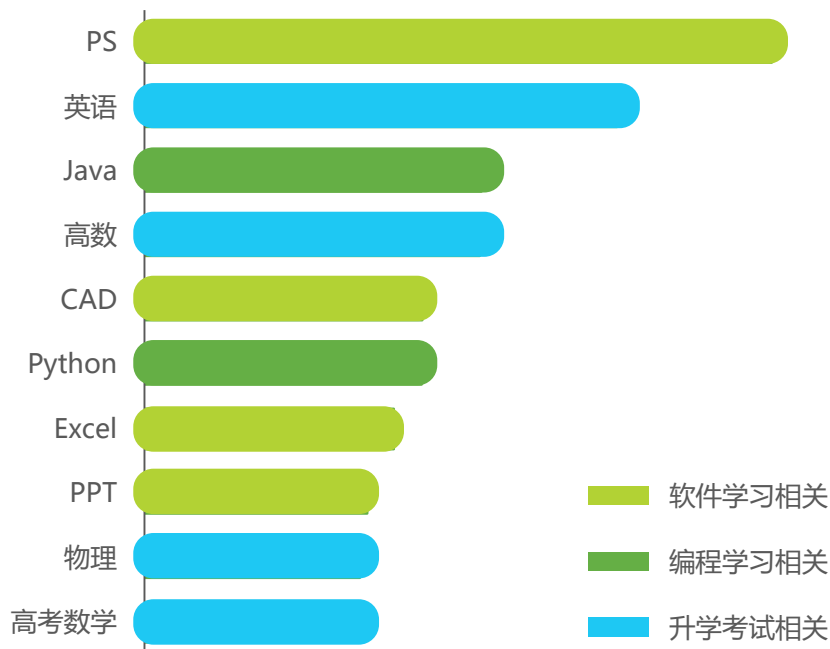
QQ用户“制霸”平台

2019年腾讯课堂用户首次登录时选择的兴趣标签情况



注释：统计时间是20191001~20191031。
来源：腾讯课堂。

整体来看，平台用户搜索的词汇均与职业技能或升学有关，学习目的性明确。

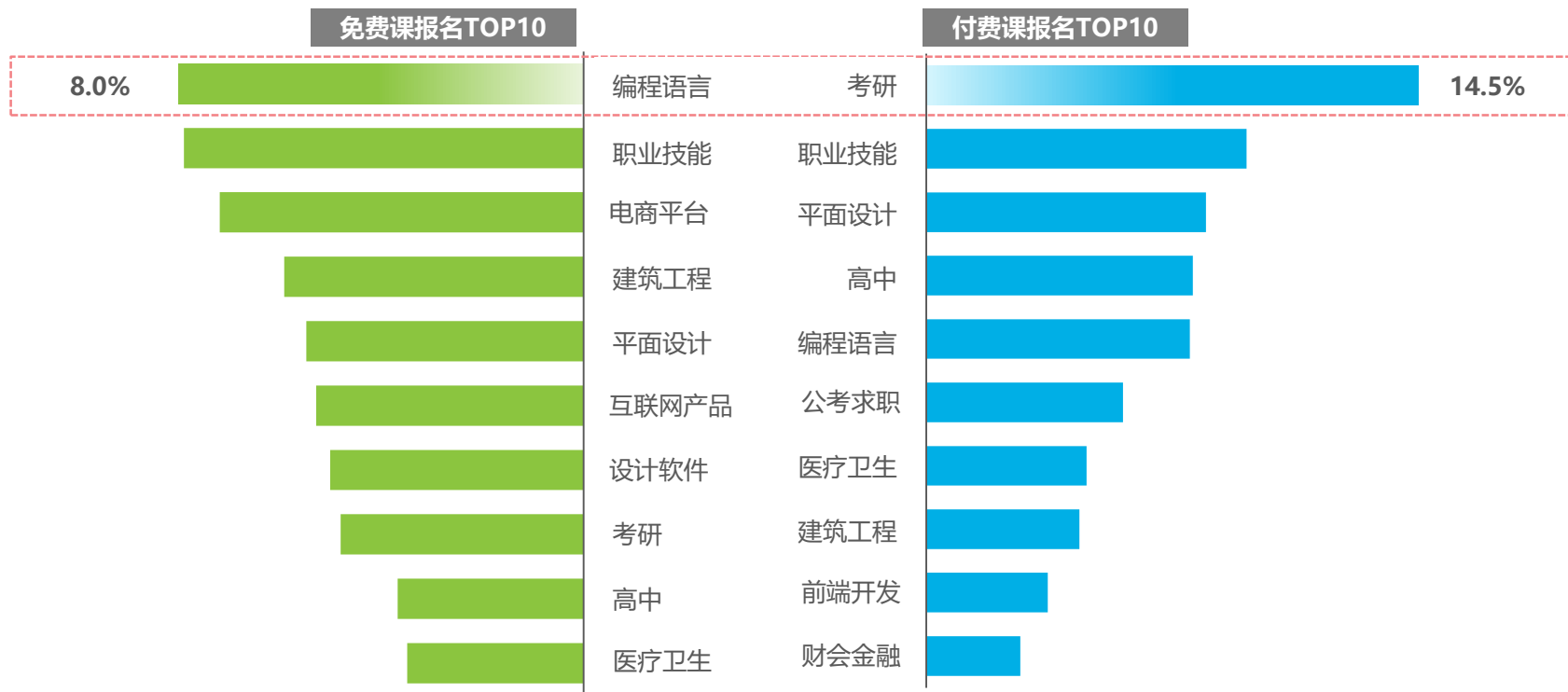
[illegible]

©2020.1 iResearch Inc.

腾讯课堂用户行为—课程偏好（1）

免费课中编程语言类课程最受欢迎，付费课中考研类课程最多人学，免费课和付费课重合度较高，用户学习目的较明确

2019年腾讯课堂平台免费/付费课报名人数占比最高的二级类目TOP10



注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 此处的付费课程是指付费大于0元即可。
来源：腾讯课堂。

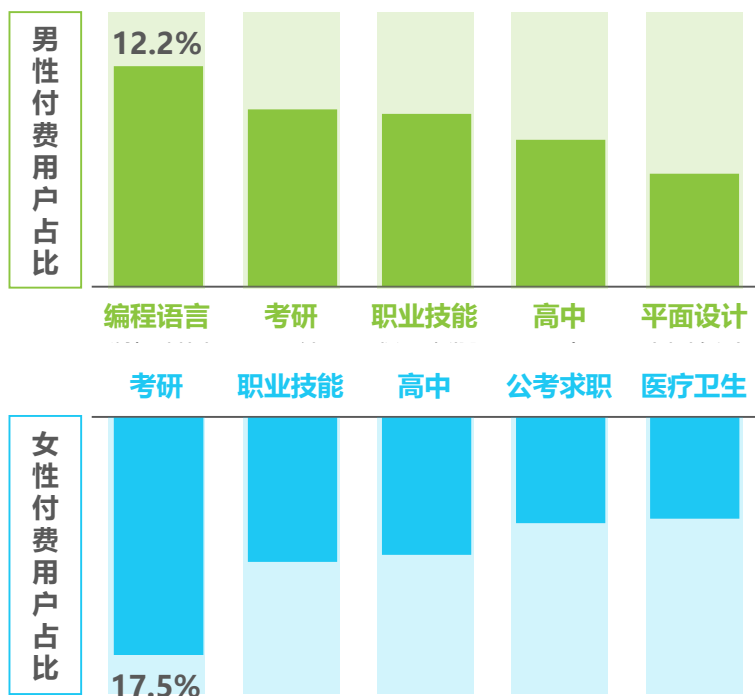
腾讯课堂用户行为—课程偏好 (2)

有助于升学考试或职业发展的课程受各类用户青睐

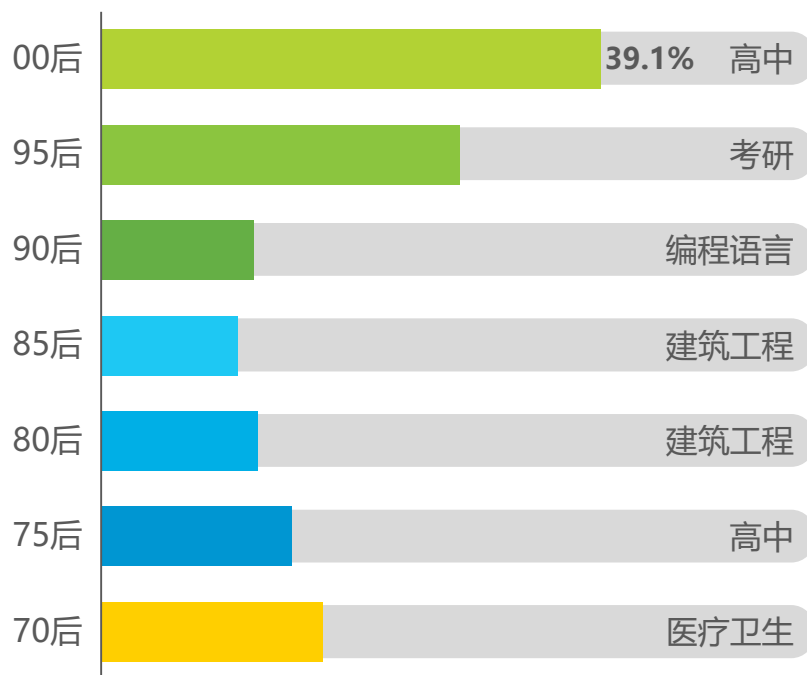
从不同性别看，男性用户更加偏爱编程语言类课程，女性用户则更倾向于考研相关课程。

从不同年龄看，00后和95后用户升学压力大，更偏爱高中和考研相关课程；90后、85后和80后正值事业上升期，重视职业相关学习。需要注意的是，75后的孩子大部分处于中学阶段，家长通过自己的账号给孩子付费，因此高中占比最高。

2019年腾讯课堂
不同性别用户付费课人数占比最高的二级类目TOP5



2019年腾讯课堂
不同年龄用户付费课人数占比最高的二级类目



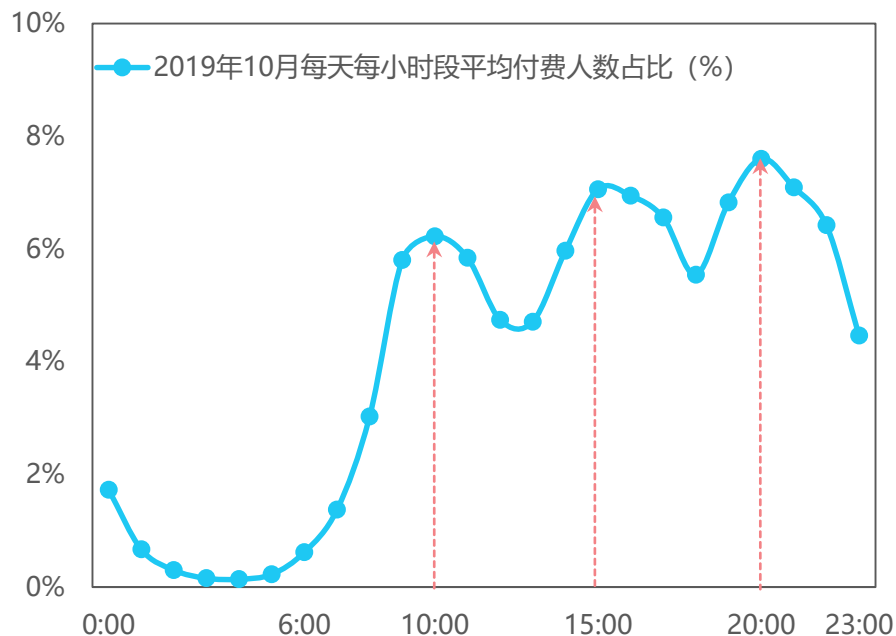
注释：1) 统计时间是20191001~20191031。2) 此处的付费课程是指实付金额大于0元。
来源：腾讯课堂。

腾讯课堂用户行为一付费 (1)

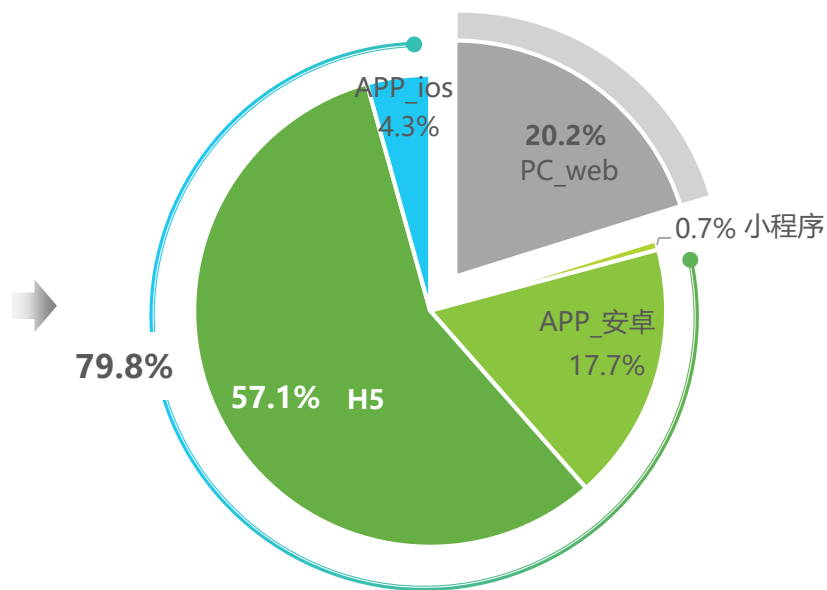
10点、15点和20点是用户付费高峰时间段，偏好移动支付

用户一天之内有三个付费高峰时间段，分别是10:00、15:00和20:00，其中20:00是主要的付费高峰。
用户偏好移动支付，使用移动端支付的用户占比达79.8%。

2019年腾讯课堂用户付费时间段分布



2019年腾讯课堂用户付费终端类型情况



注释：1) 每天每小时段平均付费人数的统计时间是20191001~20191031。2) 支付终端相关数据的统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

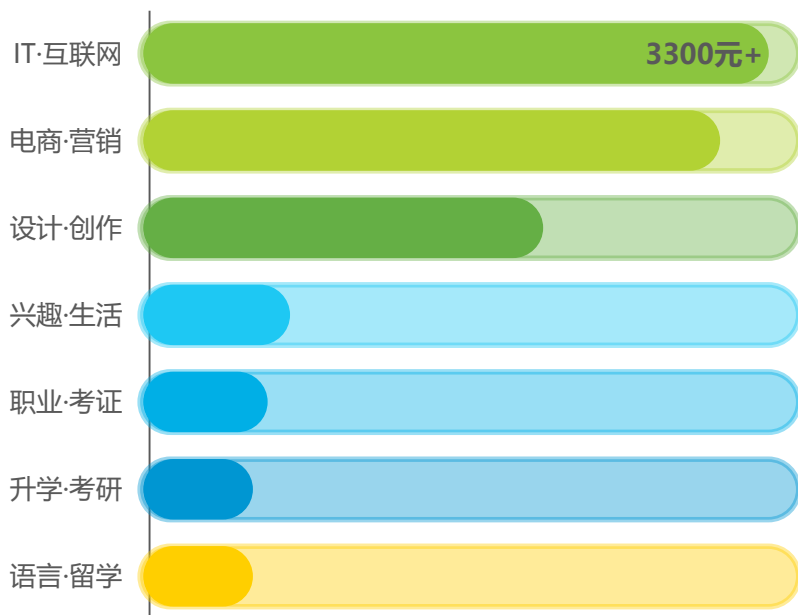
腾讯课堂用户行为一付费 (2)

IT·互联网类目人均年累计付费金额最高，广东省用户付费能力最强

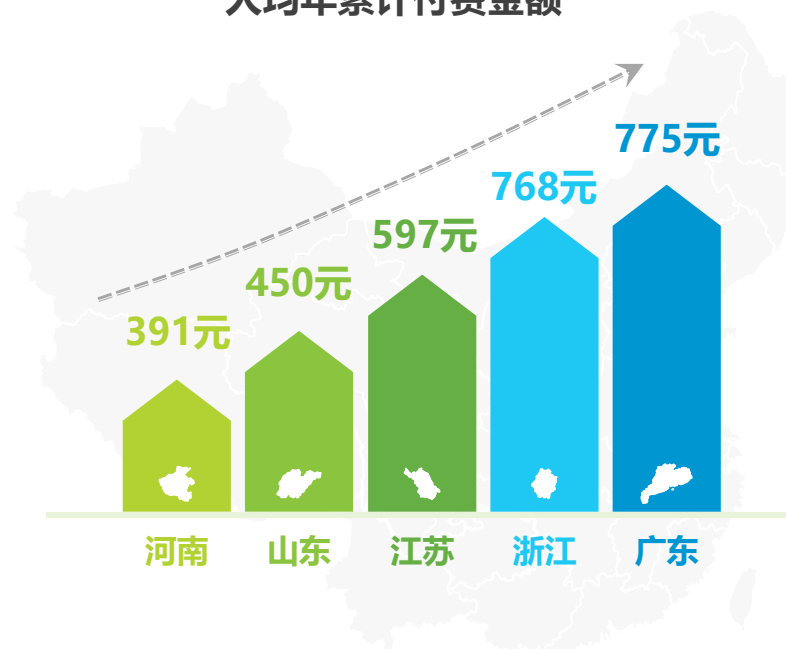
IT·互联网和电商·营销类目人均年累计付费金额均超过3000元。

在用户数TOP5省份中，广东省用户付费人数占比最高，其人均付费金额也最多。

2019年腾讯课堂各一级类目用户人均年累计付费金额



2019年腾讯课堂用户数TOP5省份人均年累计付费金额



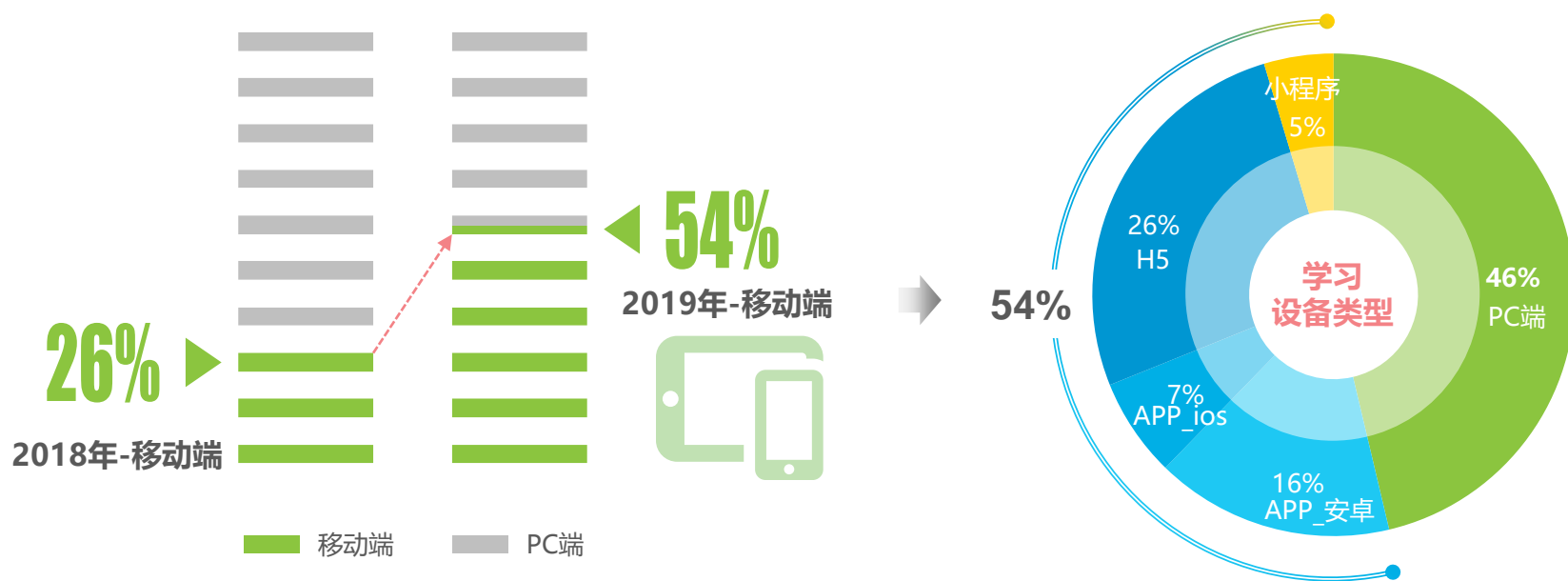
注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 一级类目人均付费金额口径为付费大于100元。3) 省份是平台2019年累计用户数最多的省份TOP5，口径为付费大于0元。
来源：腾讯课堂。

腾讯课堂用户行为—上课终端

使用移动端学习的用户量占比达54%，超过PC端

伴随着移动互联网的发展，2019年有54%的用户选择使用移动端进行上课，相比于2018年增加了28%。在移动端选择中H5依然最受用户青睐，APP紧随其后，小程序也占据一定比例。

2019年腾讯课堂用户学习时使用设备类型情况



注释：统计时间是20191001~20191031。
来源：腾讯课堂。

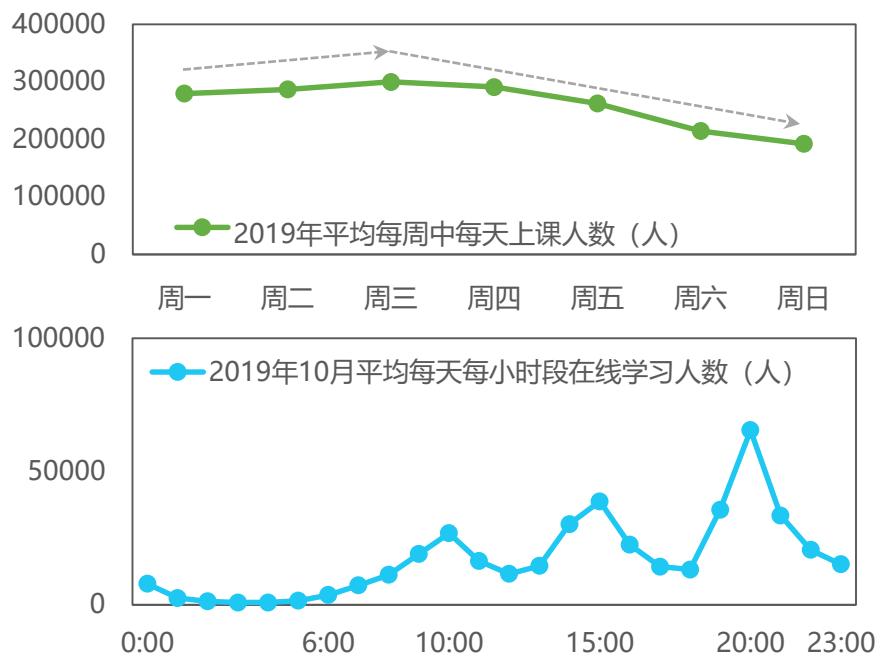
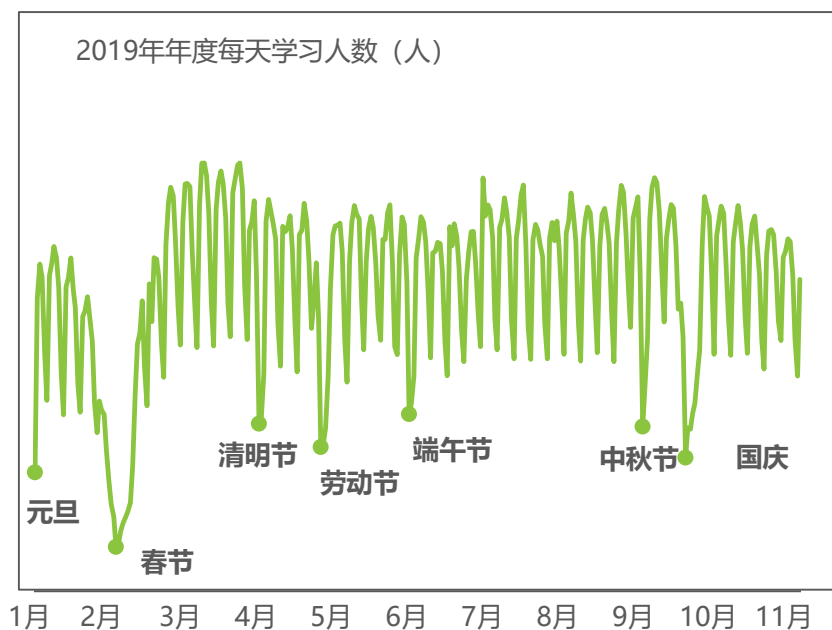
腾讯课堂用户行为—上课时间

工作日学习，节假日出游，work hard and play hard

用户通常会选择节假日出游，教育机构在假期也会减少开课，因此全年来看春节、五一、国庆等节假日往往会带来学习用户数的骤减。具体到周维度，周三一般是学习用户数最多的一天，周六日则相对较少。

具体到天来看，上午10点、下午3点和晚上8点是用户学习的三个高峰时间段，其中晚上8点在线学习人数最多，符合职场人士的学习习惯。

2019年腾讯课堂用户学习时间情况



注释：1) 2019年年度每天上课人数、2019年平均每周中每天上课人数的统计时间段是20190101~20191118。 2) 2019年10月平均每天每小时在线学习人数统计时间段是20191001~20191031
来源：腾讯课堂。

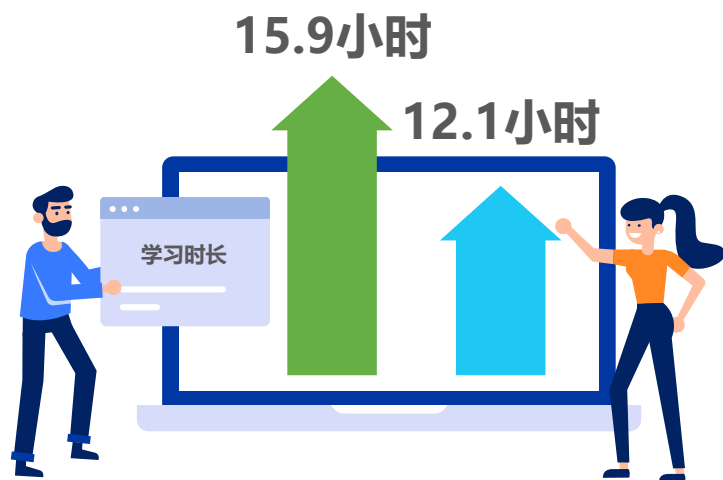
腾讯课堂用户行为—上课时长

男性用户平均年累计学习时长比女性用户高3.8小时

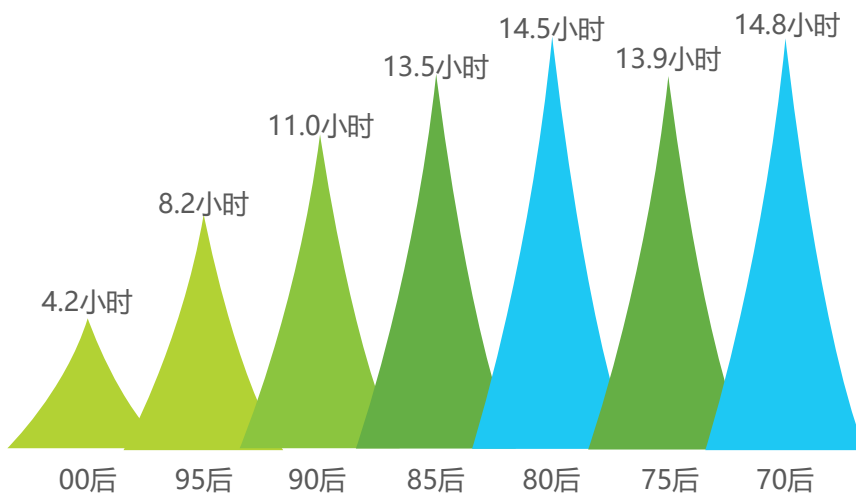
就性别而言，男性人均年累计学习时长比女性用户多3.8小时，这可能与男性用户偏好报名的IT、设计类课程本身课时较长有关。

就年龄而言，00后可能因为线下学习任务较重因此人均年累计在线学习时长最短。

2019年腾讯课堂不同性别付费用户
平均每人年累计学习时长分布



2019年腾讯课堂不同年龄付费用户
人均年累计学习时长统计



注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

职业教育发展概况

1

腾讯课堂之平台生态

2

腾讯课堂之用户生态

3

腾讯课堂之最

4

年度“领先”学员

2019年腾讯课堂年度“领先”学员



最勤奋学员——海南汉子



累计学习时长最长：**712小时**



最求知学员——上海妹子



学习课程数最多：**340门**



最“壕”学员——广东汉子

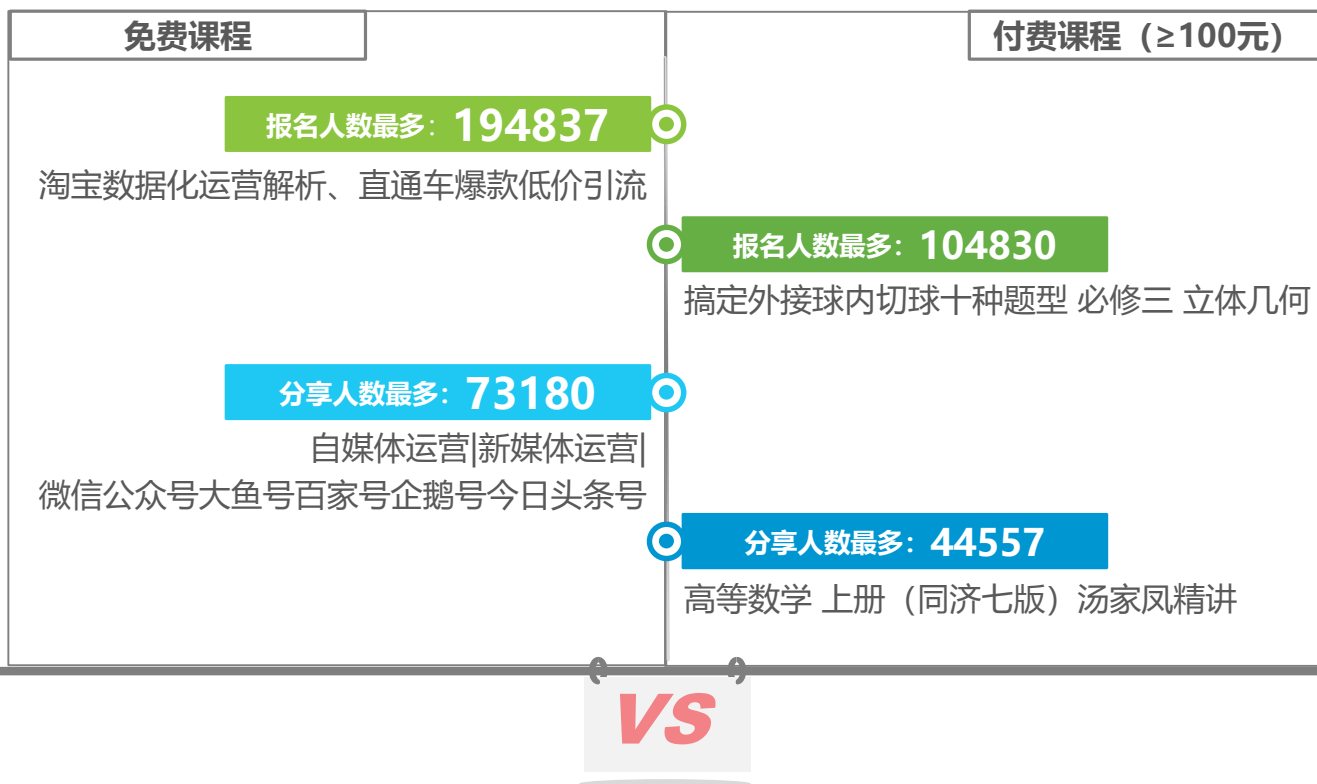


累计付费金额最多：**29280元**

注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 学习课程的时长≥5分钟才算做用户学习了一门课程。
来源：腾讯课堂。

年度“顶流”课程

2019年腾讯课堂年度“顶流”课程



注释: 统计时间是20181118~20191118。
来源: 腾讯课堂。

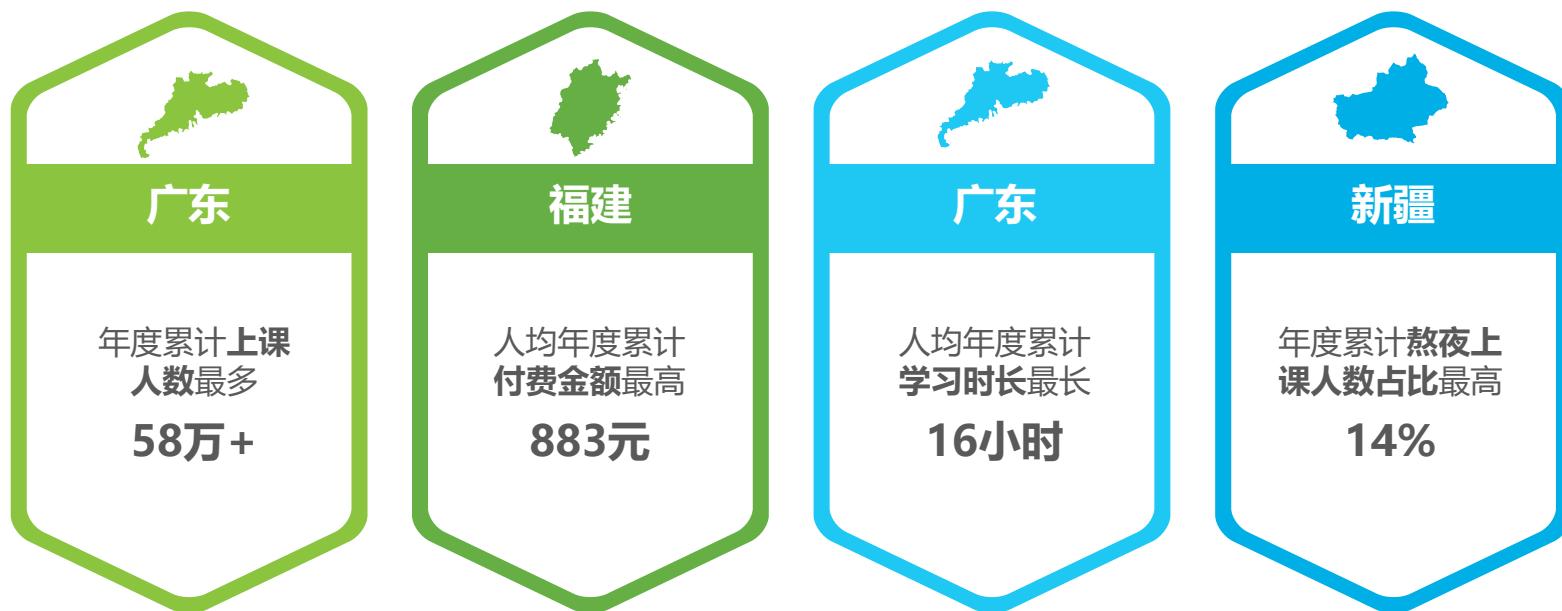
年度“顶流”教育机构

2019年腾讯课堂年度“顶流”教育机构



注释：统计时间是20181118~20191118。
来源：腾讯课堂。

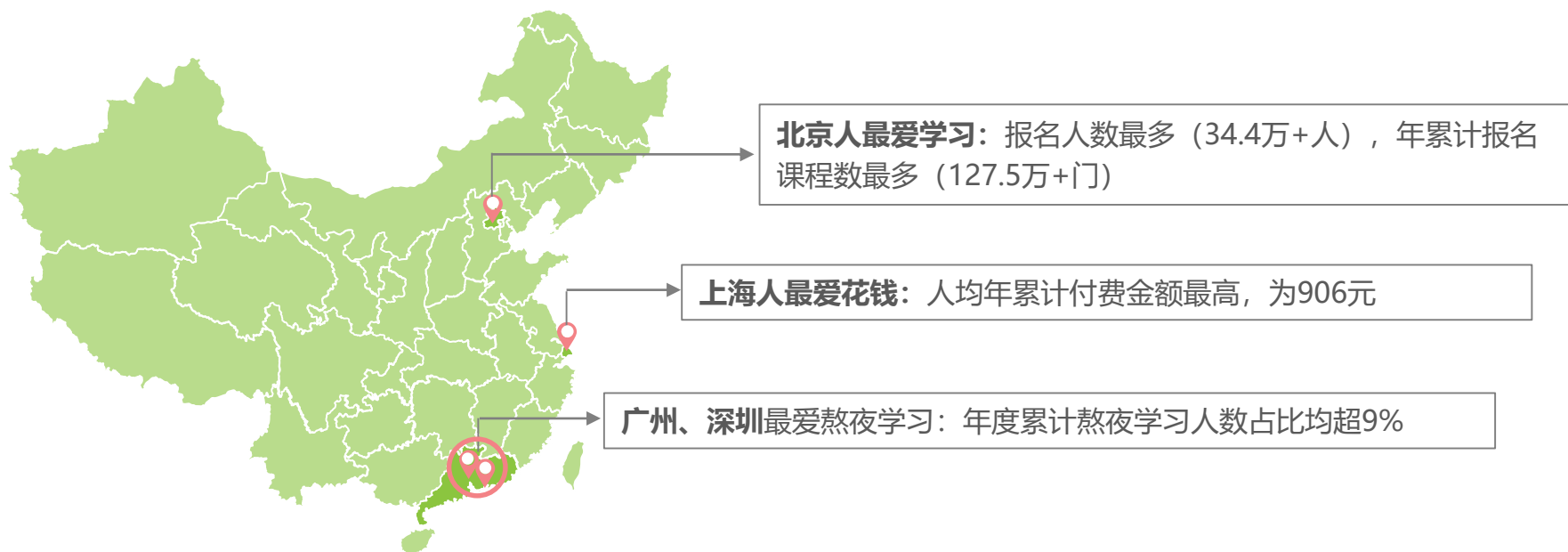
2019年腾讯课堂省份之最



注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 广东省付费用户人均年累计学习时长=广东省付费大于0的用户所累计的学习时长/广东省付费人数。
来源：腾讯课堂。

北上广深城市之最

2019年腾讯课堂北上广深人的学习表现



城市	年累计报名人数 (免费+付费)	年累计报名课程数 (免费+付费)	人均年累计学习课程 数 (人/门)	付费用户人均年累计 学习时长 (时)	熬夜学习人数占比 (%)	人均年累计付费金额 (元)
北京市	34.4万+	127.5万+	3.7	18.0	7.6%	854
上海市	25.6万+	92.0万+	3.5	19.4	7.8%	906
广州市	26.5万+	91.8万+	3.4	15.8	9.5%	804
深圳市	30.1万+	109.6万+	3.6	18.8	9.1%	890

注释：1) 统计时间是20181118~20191118。2) 各市付费用户人均年累计学习时长=付费大于0的用户所累计的学习时长/付费人数。
来源：腾讯课堂。

附录-部分词汇定义及说明

入驻机构数：截止至2019年11月18日腾讯课堂上具有在架课程的机构。

在架/有效课程：截至2019年11月18日腾讯课堂上可被搜索且购买的课程。

周度上课/学习巅峰人数：20190101~20191118所统计的47周中，上课人数最多的一个周的人数。

年累计报名人数：20181118~20191118期间腾讯课堂上报名参加过课程的人数之和。

年累计学习总时长：20181118~20191118期间腾讯课堂上所有用户参与学习的时间之和。

主流付费活跃课程：20181118~20191118期间产生过订单且课程价格大于100元的在架课程。

用户年龄说明：

00后：19岁及以下。

95后：20-24岁。

90后：25-29岁。

85后：30-34岁。

80后：35-39岁。

75后：40-44岁。

70后：45岁及以上。

兴趣标签：指用户除此登陆时选择的自己感兴趣的课程类目。

最热搜索词汇：20181118~20191118指期间腾讯课堂平台用户输入次数最多的搜索关键字/词汇。

2019年10月每天每小时段平均付费人数占比：指2019年10月每天每小时段付费人数的平均值占每天付费人数的比值。

各一级类目用户人均年累计付费金额：指20181118~20191118期间各一级类目付费课程的累计金额除以付费人数所得的值。

各省份用户人均年累计付费金额：指20181118~20191118期间各省份付费课程的累计金额除以各省份付费人数所得的值。

2019年平均每周中每天上课人数：20190101~20191118期间（共计47周）腾讯课堂平台上平均每周中每天学习的人数。

付费用户人均年累计学习时长：指20181118~20191118期间各省/市付费大于0的用户累计学习时长除以各省/市付费人数所得的值。

附录2-城市划分

一线城市

北京、上海、广州、深圳，共4个

新一线城市

成都、重庆、武汉、西安、郑州、杭州、长沙、苏州、南京、东莞、天津、青岛、昆明、沈阳、宁波，共15个

二线城市

济南、合肥、石家庄、南昌、太原、佛山、贵阳、哈尔滨、福州、长春、南宁、厦门、大连、温州、金华、无锡、兰州、徐州、烟台、泉州、惠州、中山、常州、南通、台州、嘉兴、珠海、绍兴、海口、扬州、兰州，共31个

三线城市

保定、潍坊、赣州、临沂、济宁、洛阳、乌鲁木齐、南阳、邯郸、新乡、廊坊、唐山、衡阳、汕头、呼和浩特、咸阳、泰安、商丘、淄博、沧州、九江、信阳、上饶、阜阳、银川、遵义、盐城、桂林、湛江、绵阳、揭阳、芜湖、湘潭、襄阳、连云港、淮安、江门、安庆、威海、秦皇岛、株洲、吉林、郴州、柳州、泰州、岳阳、荆州、镇江、宿迁、宜昌、包头、漳州、蚌埠、肇庆、湖州、滁州、大庆、梅州、清远、莆田、鞍山、宁德、丽水、潮州、马鞍山、南平、龙岩、三明、三亚、舟山

四线城市

菏泽、邢台、聊城、周口、晋中、安阳、德州、开封、驻马店、大同、运城、宜春、邵阳、焦作、平顶山、滨州、十堰、茂名、黄冈、许昌、吉安、临汾、渭南、张家口、宝鸡、毕节、南充、枣庄、东营、西宁、永州、六安、宿州、日照、榆林、玉林、亳州、宜宾、曲靖、抚州、常德、孝感、黔南、泸州、赤峰、怀化、黔东南、黄石、娄底、德阳、齐齐哈尔、淮南、铜仁、韶关、承德、益阳、鄂尔多斯、河源、眉山、咸宁、安顺、景德镇、锦州、汕尾、乐山、百色、恩施、梧州、红河、阳江、宣城、绥化、衢州、北海、佳木斯、营口、牡丹江、大理、黄山、丹东、铜陵、延边、盘锦、保山、鹰潭、拉萨、丽江、西双版纳、德宏，共90个

五线城市

防城港、玉溪、呼伦贝尔、普洱、葫芦岛、楚雄、衡水、抚顺、钦州、四平、汉中、黔西南、内江、湘西、漯河、新余、延安、长治、文山、云浮、贵港、昭通、河池、达州、淮北、濮阳、通化、松原、通辽、广元、鄂州、凉山、张家界、荆门、来宾、忻州、克拉玛依、送宁、朝阳、崇左、辽阳、广安、萍乡、阜新、吕梁、池州、贺州、本溪、铁岭、白城、白山、雅安、酒泉、天水、晋城、巴彦淖尔、随州、兴安、临沧、鸡西、迪庆、攀枝花、鹤壁、黑河、双鸭山、三门峡、安康、乌兰察布、庆阳、伊犁、儋州、哈密、海西、甘孜、伊春、陇南、乌海、林芝、怒江、朔州、阳泉、嘉峪关、关鹤岗、张掖、辽源、吴忠、昌吉、大兴安岭、巴音郭楞、阿坝、日喀则、阿拉善、巴中、平凉、阿克苏、定西、商洛、金昌、七台河、石嘴山、白银、铜川、武威、吐鲁番、固原、山南、临夏、海东、喀什、甘南、昌都、中卫、资阳、阿勒泰、塔城、博尔塔拉、海南、克孜、阿里、和田、玉树、那曲、黄南、海北、果洛、三沙共128个

注释：城市划分参照第一财经《2019新一二三四五线城市排名，北上广深依旧(337个完整版)》。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询