

中国综合性终身教育平台大数据报告 ——腾讯课堂数据篇

©2022.1 iResearch Inc.



行业概览

- **驱动因素**: 1) 国家政策驱动: **新职业种类层出不穷, 技能型人才地位提升**, 企业在职业教育培训中的主体地位更加突出; 2) 社会环境驱动: **社会竞争、人口老龄化、进取心和信息噪音**促进终身学习; 3) 行业变化驱动: **内容服务供给扩大, 创新技术促进产业升级**, 内容方与平台方一齐推动行业发展。
- **市场规模**: 2021年近**3000亿**, 新职业带动品类创新, 在线化加速市场下沉, 在线综合性终身教育**占比40%**。
- **发展趋势**: 1) 职业教育迎新创变, **成人培训在线化与企业培训数字化加速**, 新的职业种类创造新的培训品类, 新的交付形式扩充新的受训人群; 2) 全民终身学习热潮下, **自学行为碎片化, 品类垂直细分**, 商业前景可期。



平台生态

- **商业模式**: **实现人人皆学、处处能学、时时可学且终身求学而有获**。腾讯课堂基于消费者与供给侧产品服务基础能力, 让用户通过广泛浏览免费知识的方式实现自我提升, 通过购买优质培训服务的方式夯实职业技能。
- **平台规模**: 腾讯课堂支持**13万+培训机构**和**2万+知识创作者**实现在线教学与运营, 提供**系统培训课程40万+**, **免费自学内容100万+**, 平台整体**月度访问人数2600万+**。此外, 腾讯课堂与**超700家1+X试点院校合作**, 整体**发证数量超7000人次**。



平台洞察

- **上课用户学习情况**: **IT·互联网、设计·创作、考试·考证**最受用户欢迎, 其中, 男性用户最爱学IT·互联网及设计·创作; 女性用户最爱学设计·创作。
- **用户付费意愿**: Java开发、电商平台、考研、平面设计、生活百科、英语及技工技能课程较受付费用户欢迎, 学习**IT·互联网及电商·营销**的用户**最舍得花钱**。
- **内容供给**: 各一级类目下, 发布**后台开发、工业产品设计、电商平台、建筑工程、技工技能、英语和生活百科**培训课程的**机构数最多**, 竞争也相对激烈。平台目前重点关注**与白领日常工作紧密相关的免费自学内容**, 其中, 职业职场类轻内容的创作者分布较集中, 多为职业素养内容创作者。

终身教育行业概览

1

腾讯课堂平台介绍

2

腾讯课堂用户洞察

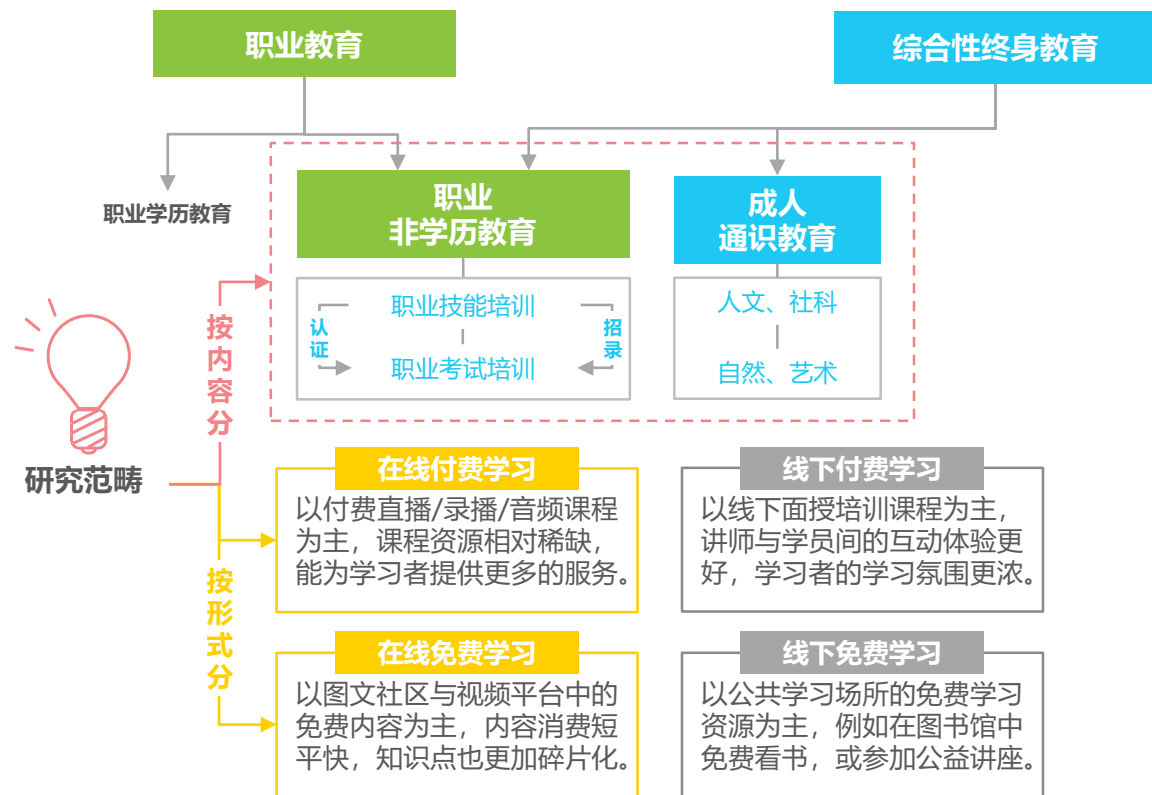
3

腾讯课堂内容生态

4

聚焦“综合性终身教育”，关注在线的付费学习与免费学习

职业教育与综合性终身教育的研究范畴辨析



综合性终身教育

本报告将“综合性终身教育”定义为：承载面向成人的继续教育与社会培训功能，使其具备通行于不同群体的素质与技能，同时不以获取国家学历为教学目标的教育类型，旨在鼓励人们灵活选择并持续参与到学习中来。

在线综合性终身教育主要包括“在线付费学习”与“在线免费学习”，其中：

- 在线付费学习的内容资源**具备一定稀缺性**，用户服务**更重**
- 在线免费学习的内容资源**覆盖范围更广**，用户服务**更轻**

注释：在核算“综合性终身教育”市场规模时，本报告主要核算通识教育与职业非学历教育两大板块，其中：1) “通识教育”主要包含人文科学、社会科学、自然科学、文化艺术、创新及认知、能力及经验等细分类目，属于弱职业导向的自我提升；2) “职业非学历教育”主要包含IT技能、会计技能、营销技能及管理技能等细分类目，属于强职业导向的自我提升，其核算口径包括“职业技能培训”和“职业考试培训”。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

国家政策驱动：新职业种类层出不穷，技能型人才地位提升

一方面，产业升级、经济结构调整叠加疫情影响，“就业优先”战略被写入“十四五”规划。文件提出，要深入实施职业技能提升行动和重点群体专项培训计划，**广泛开展新业态新模式从业人员技能培训**，缓解人才结构性矛盾，注重发展技能密集型产业，**支持和规范发展新就业形态**。另一方面，在新经济增长方式下，创新型与应用型人才需求迫切，**职业技能培训的地位得到显著改善**，与此同时，随着用人主体和社会性评价机构在人才水平评价方面的话语权不断提升，高技能人才与专业技术人才之间的政策壁垒被打破，技术技能融合型人才培养加快，**企业在职业教育培训中的主体地位更加突出**。

新一代职业教育培训的关键政策梳理

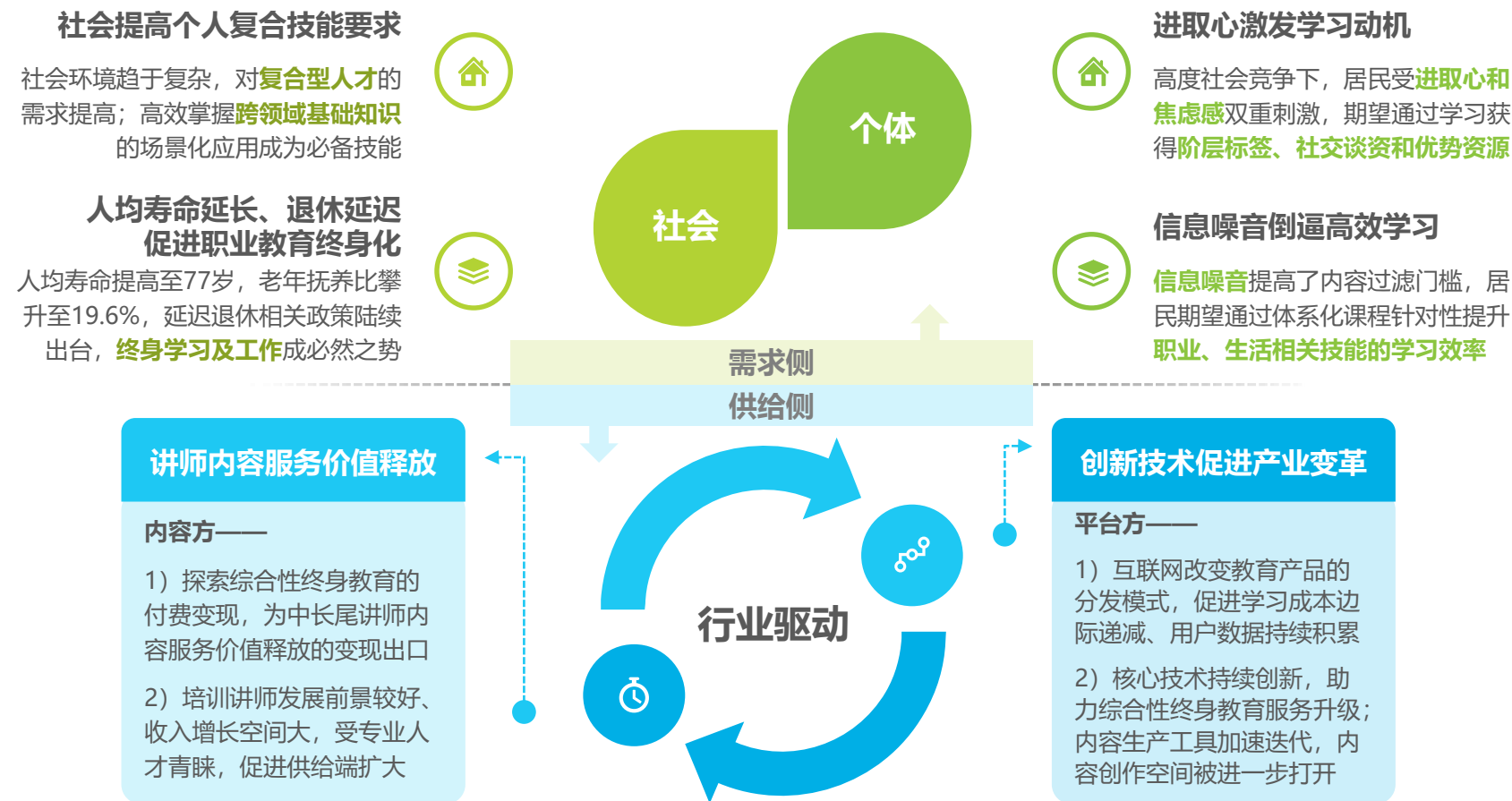
时间	发文单位	文件名称	支持新职业发展相关内容
2019年5月	国办	《关于印发职业技能提升行动方案（2019—2021年）的通知》	<ul style="list-style-type: none">完善技能人才职业资格评价、职业技能等级认定、专项职业能力考核等多元化评价方式，动态调整职业资格目录，动态发布新职业信息，加快国家职业标准制定修订。把职业技能培训作为保持就业稳定、缓解结构性就业矛盾的关键举措，作为经济转型升级和高质量发展的重要支撑。
2019年12月	中办、国办	《关于促进劳动力和人才社会性流动体制机制改革的意见》	<ul style="list-style-type: none">畅通新职业从业人员职业资格、职称、职业技能等级认定渠道。
2020年8月	国办	《关于支持多渠道灵活就业的意见》	<ul style="list-style-type: none">支持发展新就业形态。加快推动网络零售、移动出行、线上教育培训、互联网医疗、在线娱乐等行业，为劳动者居家就业、远程办公、兼职就业创造条件。推动新职业发布和应用。密切跟踪经济社会发展、互联网技术应用和职业活动新变化，动态发布社会需要的新职业、更新职业分类。
2020年11月	人社部	《关于支持企业大力开展技能人才评价工作的通知》	<ul style="list-style-type: none">支持企业自主开展技能人才评价，企业可自主确定评价范围，自主运用评价方法，自主设置职业技能等级。
2021年3月	中共中央	《“十四五”规划和2035年远景目标纲要》	<ul style="list-style-type: none">深入实施职业技能提升行动和重点群体专项培训计划，广泛开展新业态新模式从业人员技能培训。缓解人才结构性矛盾，注重发展技能密集型产业，支持和规范发展新就业形态。
2021年9月	人社部、财政部	《关于拓宽职业技能培训资金使用范围提升使用效能的通知》	<ul style="list-style-type: none">结合高质量发展对技能人才的迫切需求，结合平台经济、共享经济发展形成的新就业需求和新就业形态，进一步健全新职业培训的支持政策。大力开展新职业培训，将新职业培训及时纳入职业培训补贴范围。
2021年1月	人社部	《关于进一步加强高技能人才与专业技术人才职业发展贯通的实施意见》	<ul style="list-style-type: none">适应技术技能人才融合发展趋势，以高技能人才为重点，打破专业技术职称评审与职业技能评价界限，创新技术技能导向的评价机制，拓宽技术技能人才发展通道，促进两类人才融合发展。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

驱动因素 (2/2)

社会环境驱动：高竞争、老龄化、进取心、信息噪音；
行业变化驱动：内容服务供给扩大、创新技术促进产业升级

2021年中国综合性终身教育行业驱动因素分析

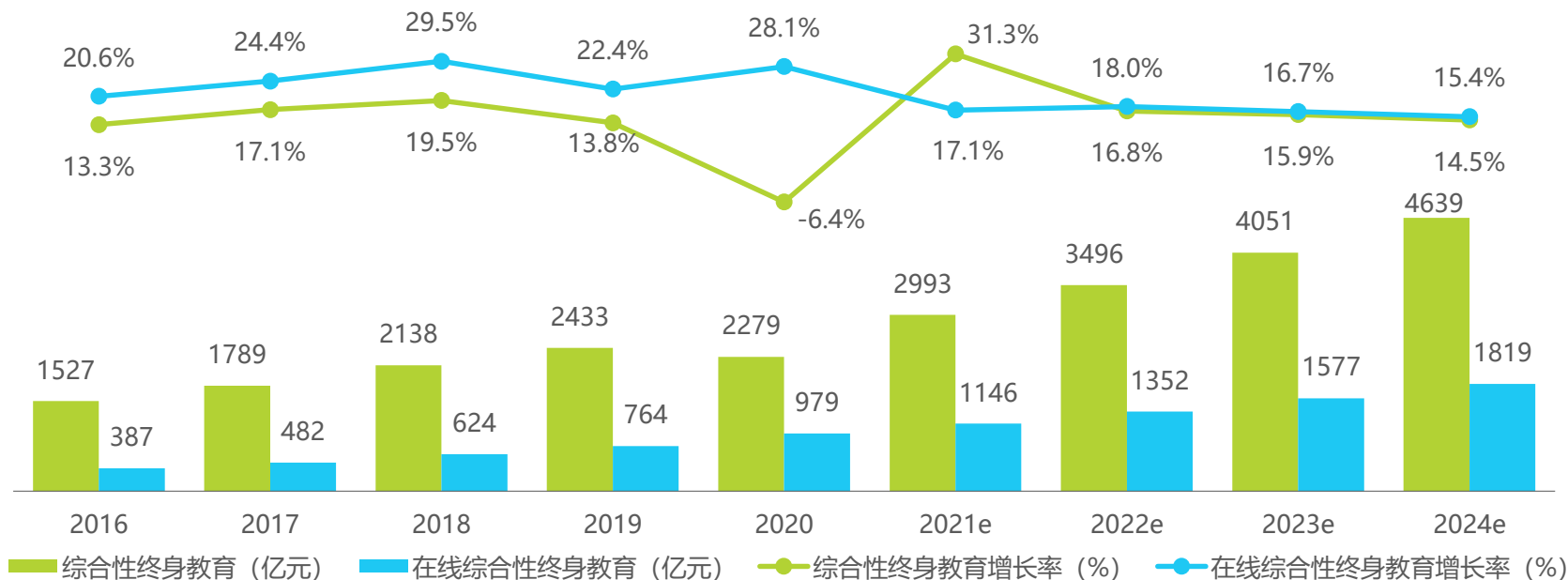


来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

近3000亿市场中，在线综合性终身教育占比约40%

2020年，新冠疫情对线下终身教育行业带来重创，但值得庆幸的是，成人对在线教育的接受程度更高，在线终身教育机构的高增长对冲了线下机构的消极业绩，行业规模整体小幅下降6%，达2279亿元。未来，随着疫情态势逐渐平稳、新职业带动品类创新、在线化加速市场下沉，行业有望恢复至疫情前期的增长速度，预计2021年达到3000亿元左右，未来三年的年均复合增长率约为16%，在线综合性终身教育市场规模占比近40%。

2016-2024年中国综合性终身教育行业市场规模



注释：“综合性终身教育市场规模”统计口径为ToC的职业非学历教育和通识教育；

职业非学历教育主要核算“职业资格证书”和“职业技能培训”，其中，1)“职业资格证书”不包含成人学历教育，即不包括网络教育、成人高考、电大、自考、考研；2)“职业技能培训”不包含美容美发、汽修驾驶、烹饪糕点等偏蓝领的职业培训，包含“成人实用英语”；通识教育的在线化程度高，拉高了整体综合性终身教育的在线化率。

来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

2021年中国综合性终身教育行业企业图谱



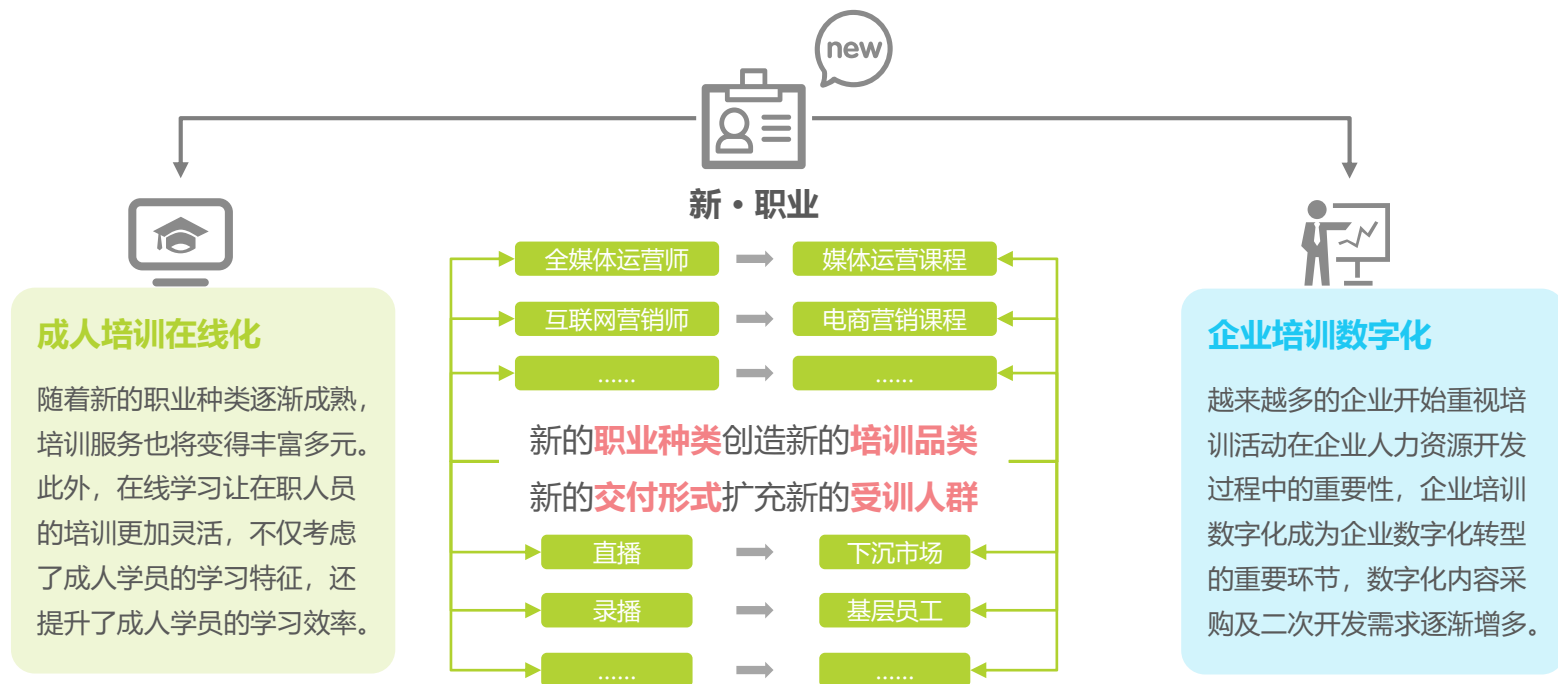
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展趋势 (1/2)

职业教育迎新创变，成人培训在线化与企业培训数字化加速

无论是C端的成人培训业务，还是B端的企业培训业务，在新一代职业教育的发展背景下，都将迎来较大的变化。一方面，随着新的职业种类不断扩充，新的培训品类也将顺应这一趋势，以承接更多的人才培养任务，零散的新职业培训服务供给可依托于在线平台与需求方实现快速匹配，加快社会人才培养效率。另一方面，作为在职群体，在线化的培训交付方式能够让更多的用户享受到更加便捷的培训服务，高性价比的培训费用也拉低了培训的消费门槛，这不仅提升了成人用户的消费意愿，还减轻了企业客户的课程采购负担，进而扩充了培训服务的受训人群。

职业教育迎新创变



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

发展趋势 (2/2)

全民终身学习热潮下，自学行为更加碎片化，商业前景可期

一方面，“互联网+教育”的不断发展为全民终身学习构建了良好的技术与资源基础，成人学习者可以通过更快捷的方式接触到免费的学习资源，真正实现“人人皆学、处处能学和时时可学”的泛在化终身学习。此外，学习者的全民性将使得知识走向泛化，即能者为师的时代下，知识品类将不断细分，知识供给将更加丰富。另一方面，快节奏的生活与高强度的工作让越来越多的学习者追求更加“立竿见影”的知识服务，碎片化的时间与短平快的知识相呼应，图文并茂的知识社区和种类丰富的内容平台成为满足成人免费自学的重要渠道，随着品类逐渐分化，知识创作者在垂直领域中将逐渐构建自己的竞争壁垒，商业价值前景可期。

终身学习迎新热潮



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

终身教育行业概览

1

腾讯课堂平台介绍

2

腾讯课堂用户洞察

3

腾讯课堂内容生态

4

腾讯课堂的商业模式

实现人人皆学、处处能学、时时可学且终身求学而有获

2021年，腾讯课堂开启了全新的内容转型战略。腾讯课堂将持续引入并扶持各知识领域的内容创作者，给予他们更多的展现机会和专属的表现舞台，从而为用户提供更多价值，全面升级探索与学习体验。此次转型旨在为知识内容领域带来不一样的流量玩法，激发更多内容创作者和用户的活力与动力，进一步拓展“互联网+教育”的生态业务领域。未来，腾讯课堂将继续召唤更多的知识内容创作者加入，持续丰富终身学习内容平台的建设。

2021年腾讯课堂商业模式



来源：腾讯课堂。

腾讯课堂的平台规模

供需两侧齐增长，学习创造新可能

2021年腾讯课堂平台规模



来源：腾讯课堂。

终身教育行业概览

1

腾讯课堂平台介绍

2

腾讯课堂用户洞察

3

腾讯课堂内容生态

4

——上课用户

用户画像及学习行为

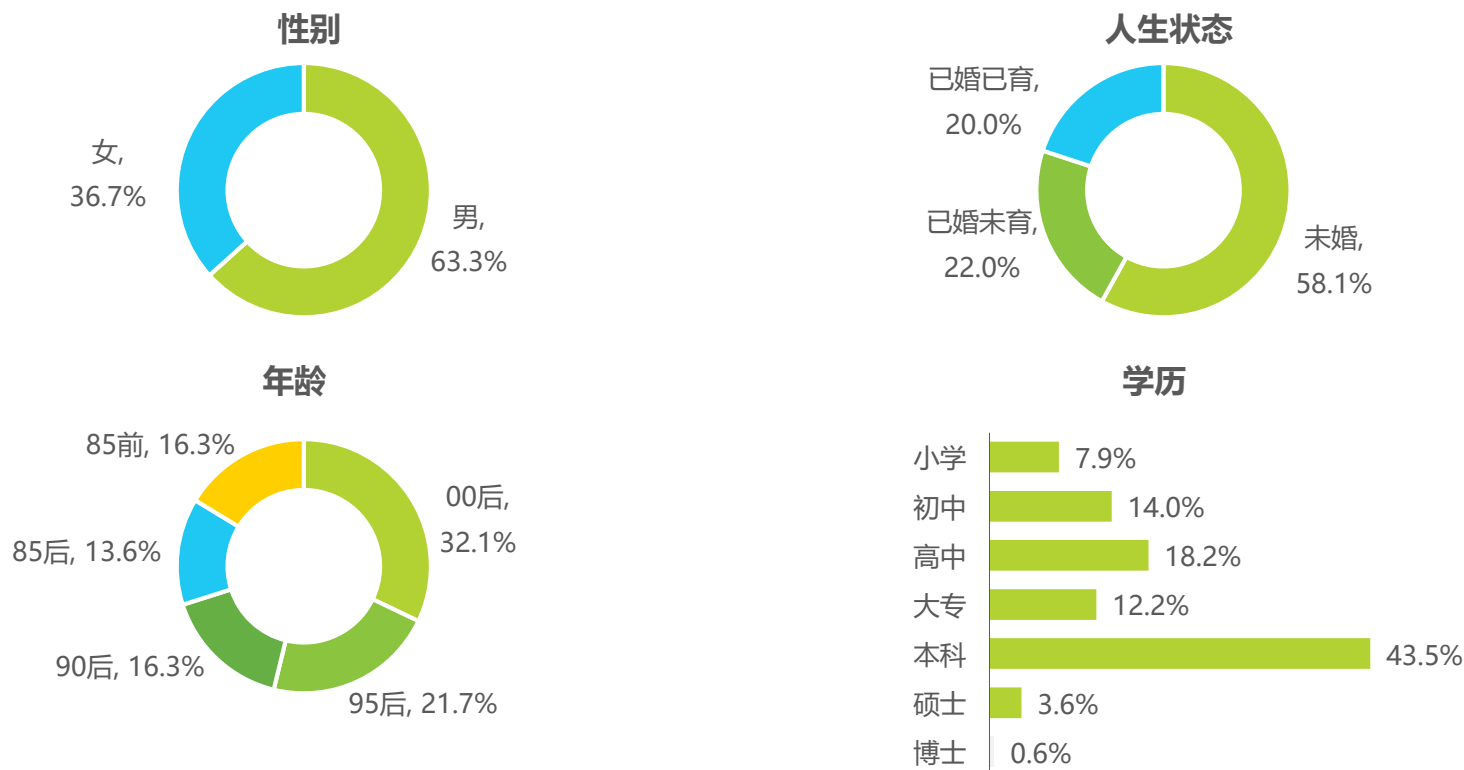


用户画像——基础信息

上课用户主要为男性、未婚、00后、本科学历人群

2021年腾讯课堂上课用户中，超六成成为男性，男性占比进一步上升（2020年男性占比为59.1%）。从年龄来看，00后仍是上课用户主力军（32.1%），占比与2020年相比略有下降，而95后、90后、85后及85前用户占比均较去年有所提升。由于平台用户以青年居多，未婚用户占比接近六成。从学历看，大专、本科、硕士及博士学历的用户共占约六成。

2021年腾讯课堂上课用户画像——基础信息



注释：统计时间为2020.11-2021.11。
来源：腾讯课堂大数据。

用户画像——常住地

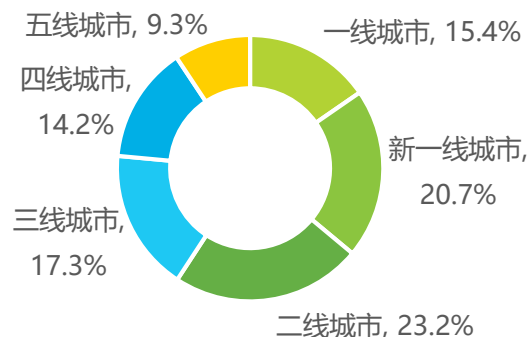
广东省用户最多，一线、新一线及二线城市用户共占约六成

2021年腾讯课堂上课用户画像——常住地

用户常住省份TOP20



用户常住城市分布



用户常住城市TOP20

TOP 1-10

- ◆ 深圳市
- ◆ 广州市
- ◆ 北京市
- ◆ 上海市
- ◆ 成都市
- ◆ 重庆市
- ◆ 武汉市
- ◆ 杭州市
- ◆ 西安市
- ◆ 长沙市

TOP 11-20

- ◆ 郑州市
- ◆ 南京市
- ◆ 苏州市
- ◆ 东莞市
- ◆ 合肥市
- ◆ 石家庄市
- ◆ 天津市
- ◆ 佛山市
- ◆ 济南市
- ◆ 青岛市

注释：统计时间为2020.11-2021.11。

来源：腾讯课堂大数据。

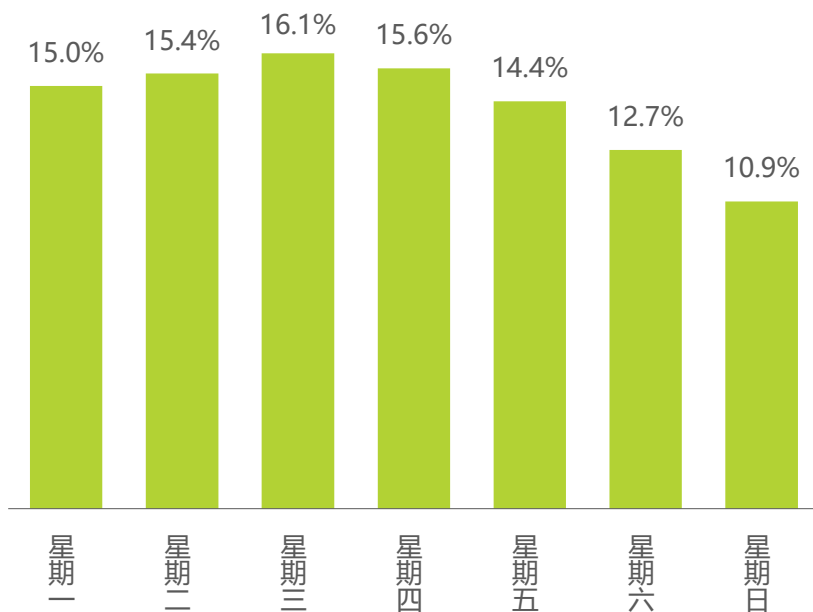
2021年TOP4热词主要为各类软件，如偏设计类的Ps、CAD，以及Python、Java这类编程语言。与2020年相比，搜索最多的编程语言仍然是Python，以Pr、3Dmax为代表的专业性较强的软件课程搜索量有所升高。与此同时，“抖音”、“拼多多”为上升最快的搜索热词。



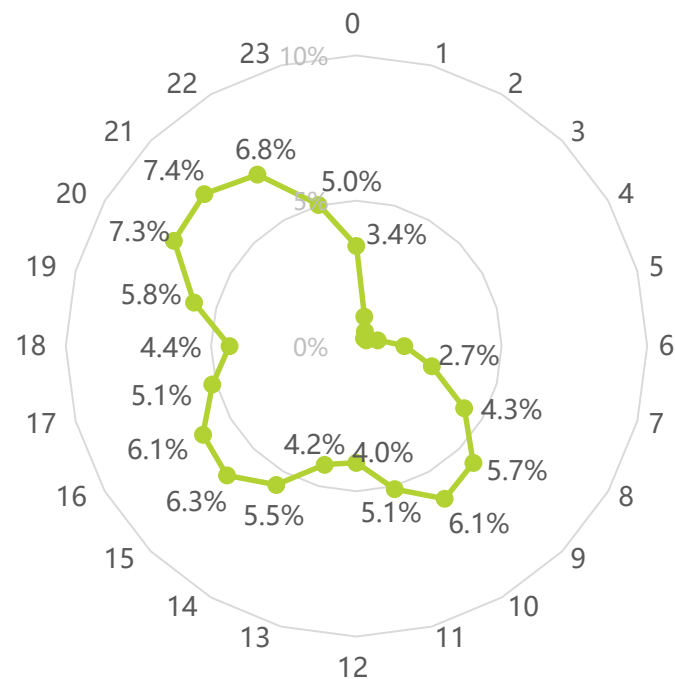
用户行为——学习时间

工作日上课用户较多，周末上课用户较少；
上午9-11点、下午2-5点、晚上7-11点是学习高峰时段

2021年腾讯课堂用户学习时间偏好——周内



2021年腾讯课堂用户学习时间偏好——日内



注释：统计时间为2020.11-2021.11；
计算口径为统计时间内周一、周二...、周日上课人数 / 上课总人数
来源：腾讯课堂大数据。

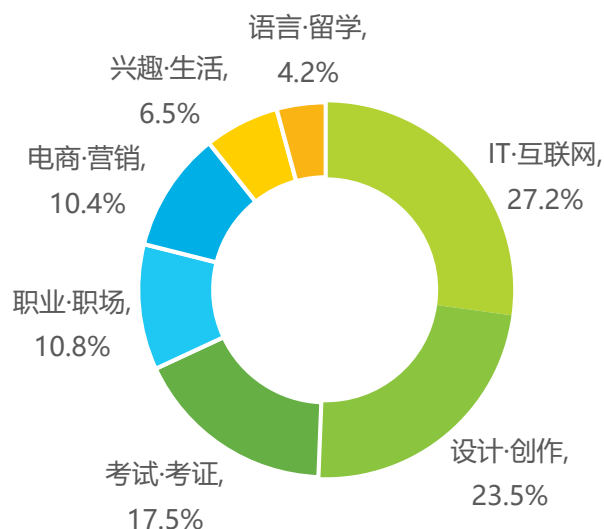
注释：统计时间为2021.06.01-2021.06.30。
来源：腾讯课堂大数据。

用户行为——学习类目偏好

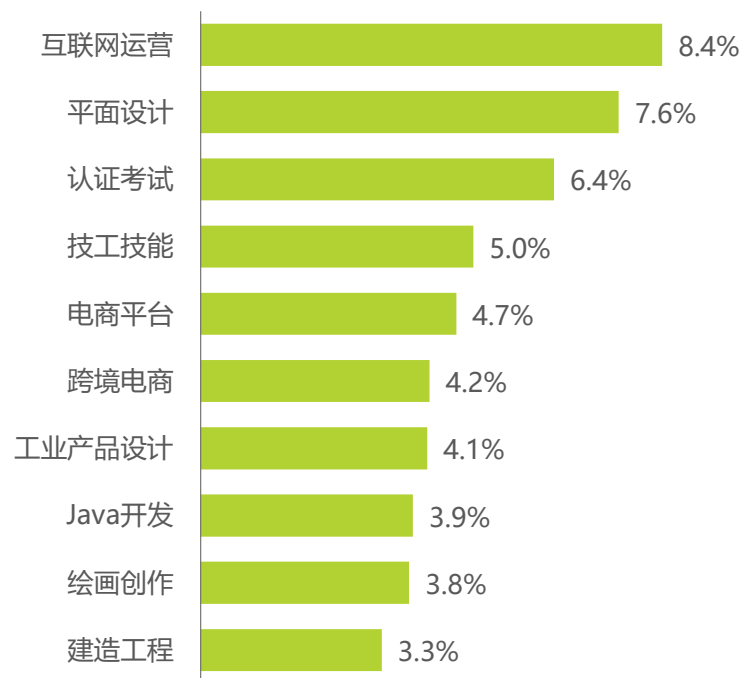
IT·互联网、设计·创作、考试·考证最受用户欢迎

2021年腾讯课堂上课用户中，约五成用户学习IT·互联网或设计·创作相关课程。具体来看，最受欢迎的TOP10二级类目课程类型丰富多样，涉及运营、考证、电商、设计等多个方向，其中学习互联网运营（8.4%）、平面设计（7.6%）及认证考试类（6.4%）课程的用户最多。

2021年腾讯课堂上课用户学习类目偏好



2021年腾讯课堂最受上课用户欢迎TOP10二级类目



注释：统计时间为2020.11-2021.11。
来源：腾讯课堂大数据。

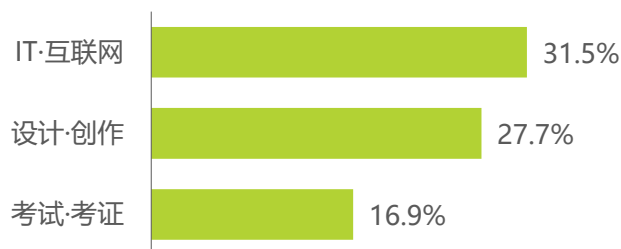
用户行为——不同性别学习类目偏好

男性用户最爱学IT·互联网及设计·创作；
女性用户最爱学设计·创作

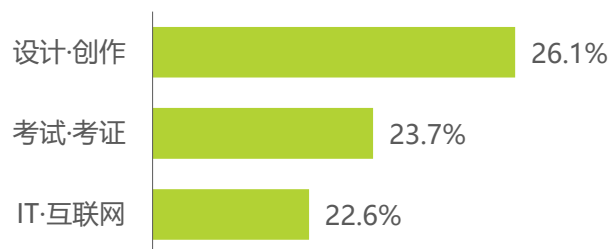
2021年腾讯课堂不同性别上课用户学习类目偏好



男性最爱学习的一级类目TOP3



女性最爱学习的一级类目TOP3



男性最爱学习的二级类目TOP10

- ◆ 平面设计
- ◆ Python
- ◆ Java开发
- ◆ 建筑工程
- ◆ 工业产品设计
- ◆ 技工技能
- ◆ 认证考试
- ◆ 电商平台
- ◆ 环境艺术设计
- ◆ 前端开发

女性最爱学习的二级类目TOP10

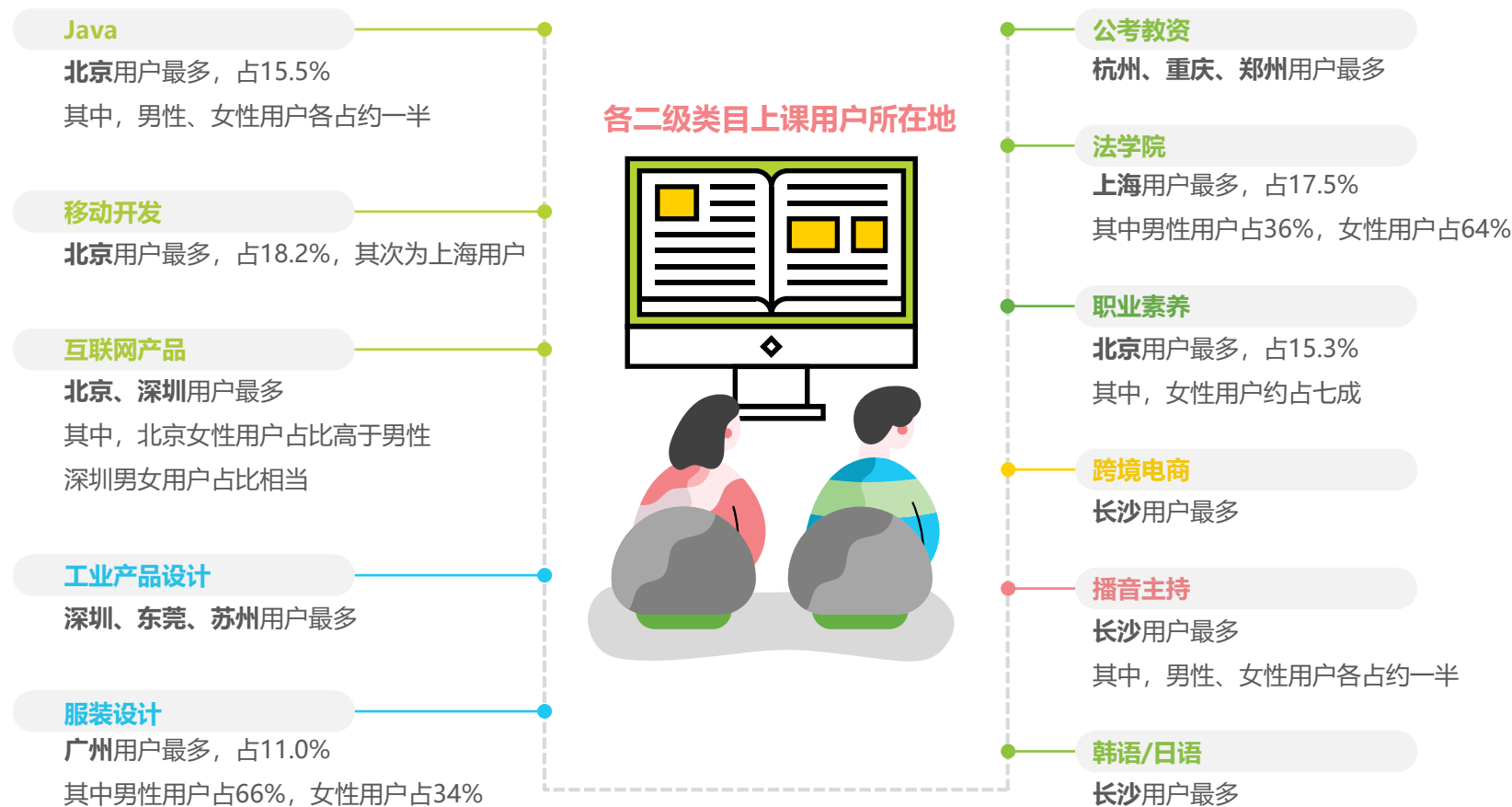
- ◆ 认证考试
- ◆ 英语
- ◆ 平面设计
- ◆ 办公软件
- ◆ 绘画创作
- ◆ 环境艺术设计
- ◆ 游戏美术设计
- ◆ 技工技能
- ◆ 考研
- ◆ 电商平台

注释：统计时间为2020.11-2021.11。
来源：腾讯课堂大数据。

用户行为——不同类目上课用户特点

各二级类目上课用户的所在地主要为一线及新一线城市

2021年腾讯课堂不同类目上课用户特点



注释：统计时间为2020.11-2021.11。
来源：腾讯课堂大数据。

——付费用户

用户画像及学习行为

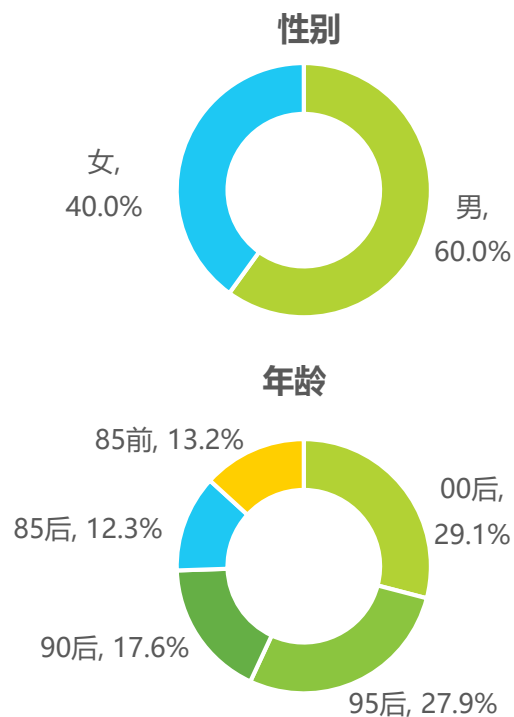


用户画像——基础信息

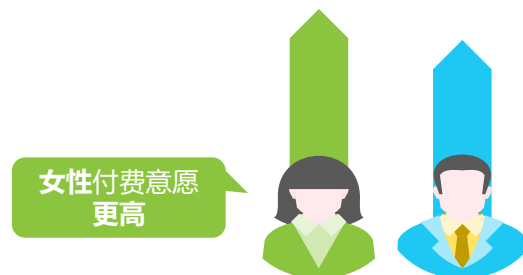
付费用户以男性、95/00后为主，女性、95后付费意愿更高

2021年腾讯课堂付费用户中，男性用户依然占多数（60.0%），与上课用户占比接近，但从用户付费率看，女性付费用户占比高于男性。从年龄来看，00后（29.1%）、95后（27.9%）为主要付费群体，其次为90后（17.6%），从付费率看，95后、90后付费率相对较高，85前、00后付费率相对较低。

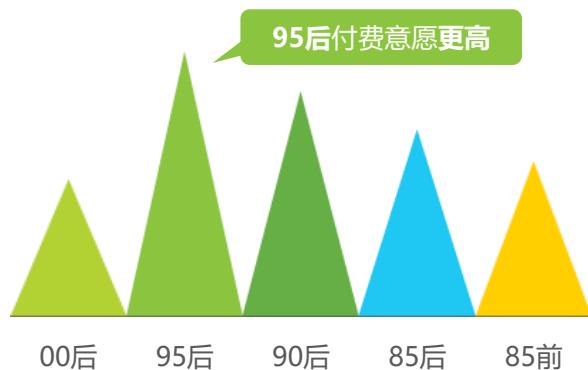
2021年腾讯课堂付费用户画像——基础信息



不同性别上课用户付费率



不同年龄上课用户付费率



注释：统计时间为2020.11-2021.11。

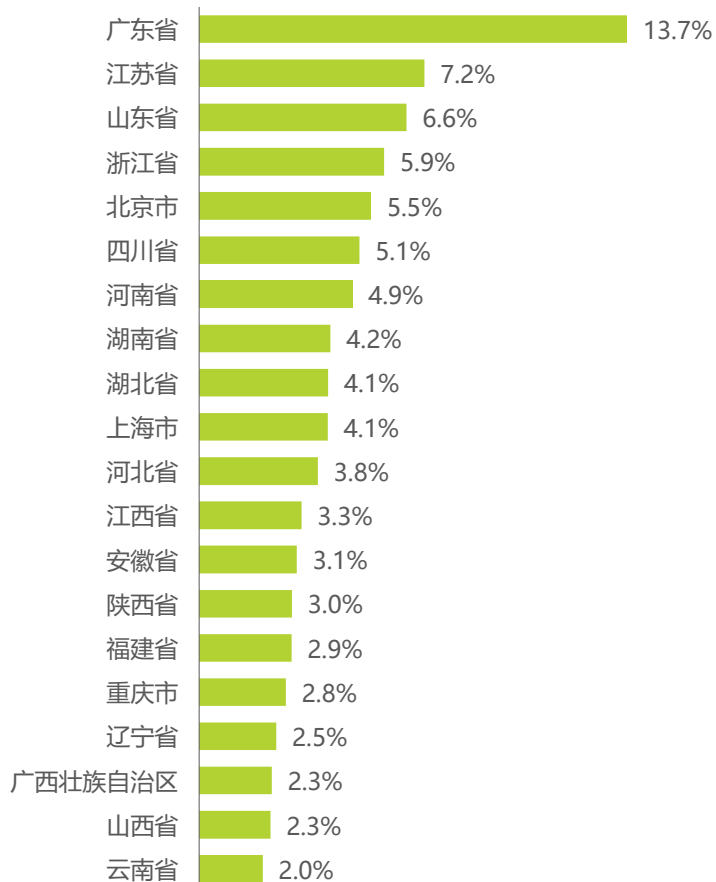
来源：腾讯课堂大数据。

用户画像——常住地

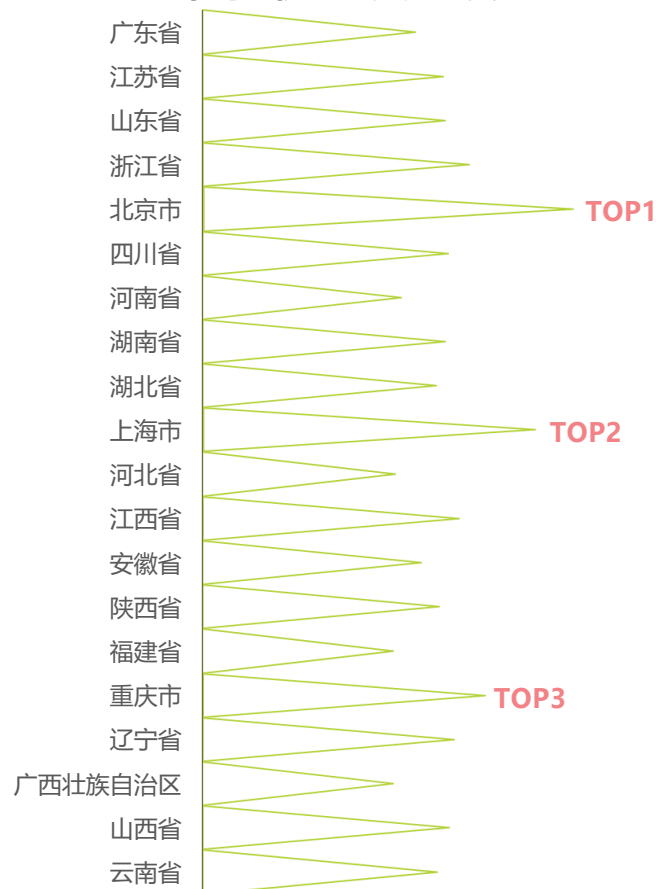
北京、上海、重庆用户付费意愿更高

2021年腾讯课堂付费用户画像——常住地

用户常住省份TOP20



不同省份上课用户付费率



注释：统计时间为2020.11-2021.11。

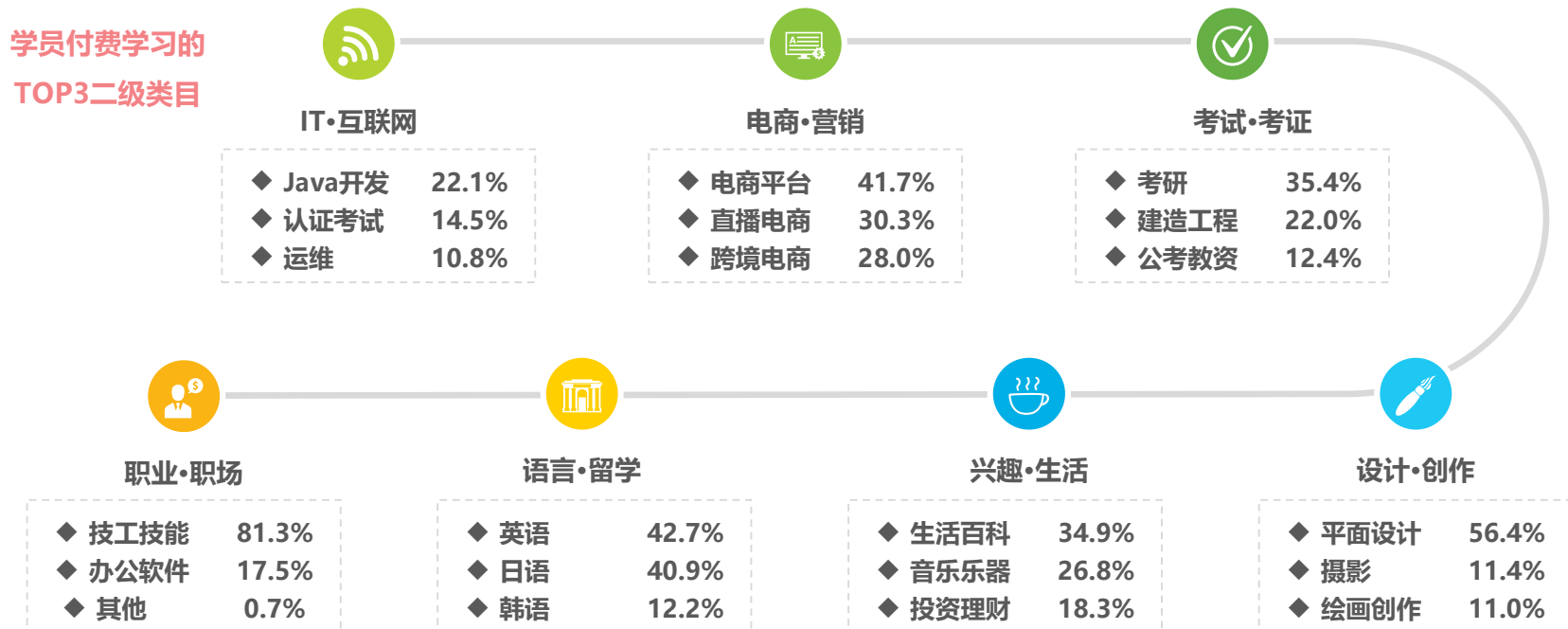
来源：腾讯课堂大数据。

用户行为——学习类目偏好

Java开发、电商平台、考研、平面设计、生活百科、英语及技工技能课程较受付费用户欢迎

IT·互联网类目的付费用户最爱付费学Java开发课程（22.1%），电商·营销类目的付费用户最爱付费学电商平台课程（41.7%），考试·考证类目的付费用户最爱付费学考研课程（35.4%），设计·创作类目的付费用户最爱付费学平面设计课程（56.4%），兴趣·生活类目的付费用户最爱付费学生活百科课程（34.9%），语言·留学类目的付费用户最爱付费学英语课程（42.7%），职业·职场类目的付费用户最爱付费学技工技能课程（81.3%）。

2021年腾讯课堂用户付费学习偏好



注释：统计时间为2020.11-2021.11；计算口径为各二级类目付费学员数/对应各一级类目付费学员总数。

来源：腾讯课堂大数据。

用户行为——付费金额

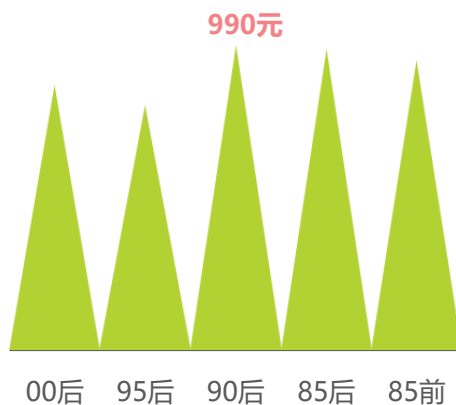
男性用户付费金额远高于女性用户；“95前”、广东省用户付费金额更高；学习IT·互联网及电商·营销的用户最舍得花钱

2021年腾讯课堂各类型付费用户年均花费

不同性别付费用户年均花费



不同年龄付费用户年均花费



付费用户年均花费TOP10省份



各类目付费用户年均花费



注释：统计时间为2020.11-2021.11；某类用户年均花费=该类用户年均花费总额/该类付费用户总数（付费>0元）；统计地域不包含港澳台地区。
来源：腾讯课堂大数据。

终身教育行业概览

1

腾讯课堂平台介绍

2

腾讯课堂用户洞察

3

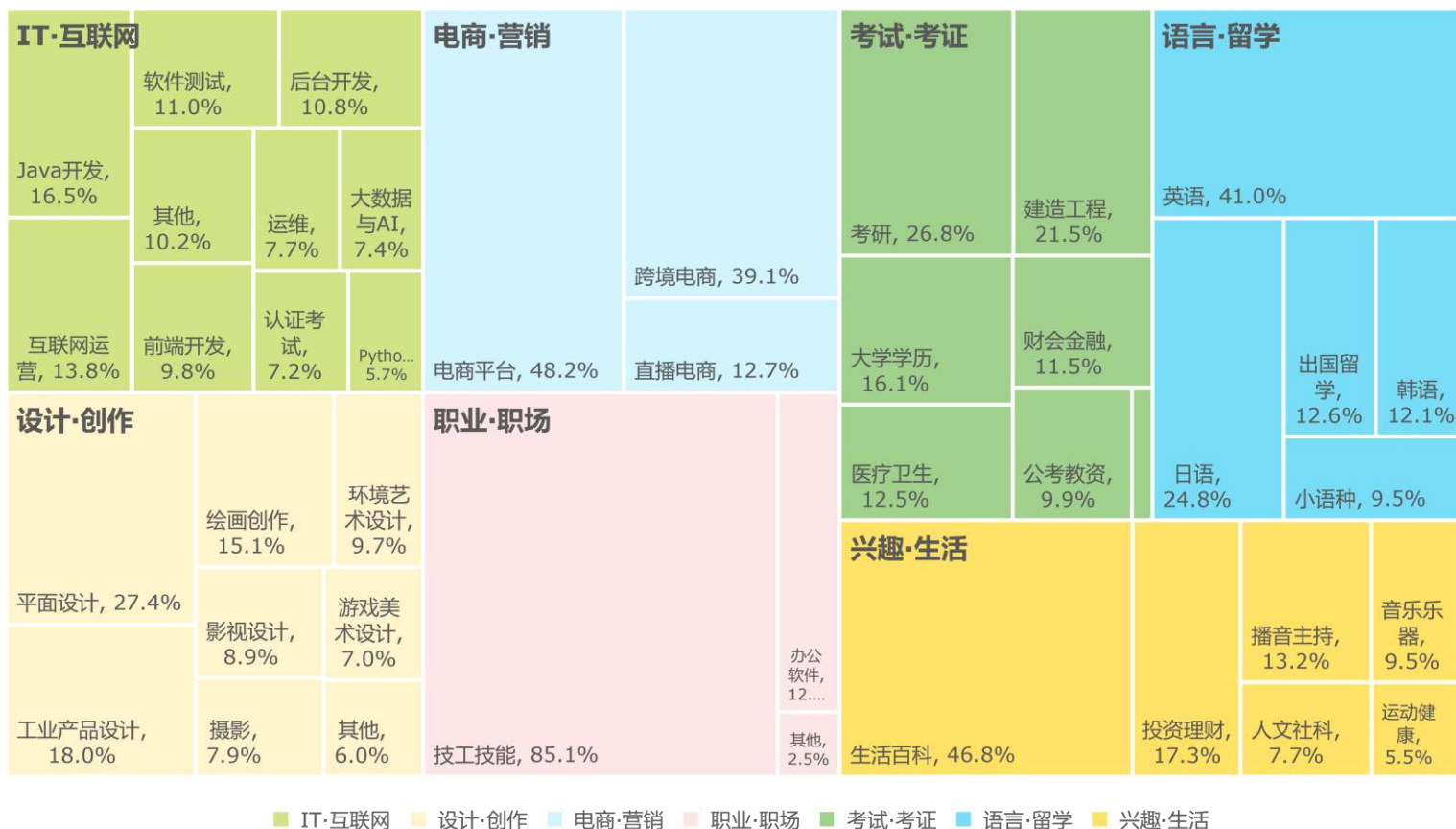
腾讯课堂内容生态

4

入驻培训机构课程发布情况

各一级类目下发布课程最多的二级类目分别是Java开发、平面设计、电商平台、技工技能、考研、英语及生活百科

2021年腾讯课堂入驻培训机构课程发布数量

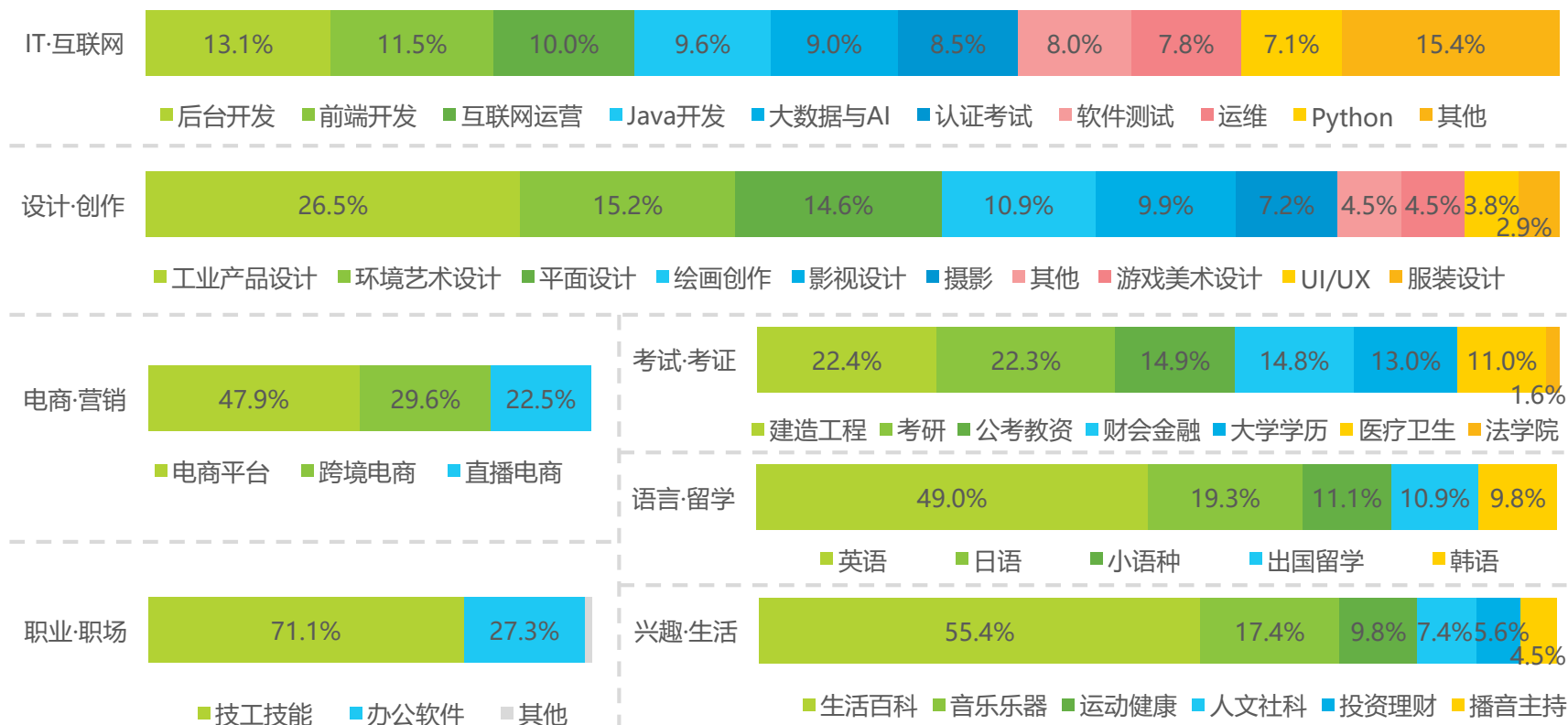


来源：腾讯课堂大数据。

入驻培训机构类型

在各一级类目下，后台开发、工业产品设计、电商平台、技工技能、建筑工程、英语、生活百科为培训机构数最为丰富的二级品类，竞争也相对激烈

2021年腾讯课堂各类目入驻培训机构数量占比

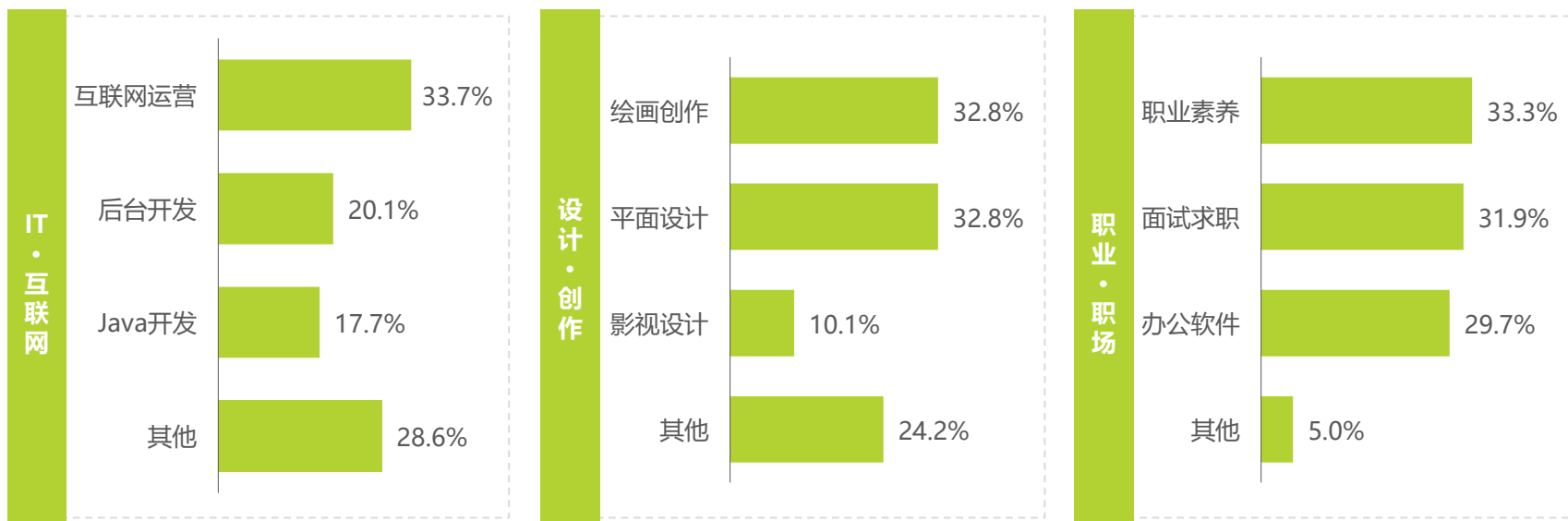


注释：如同一机构在多个类目发布课程，每个类目均计算该机构。
来源：腾讯课堂大数据。

平台目前重点关注与白领日常工作紧密相关的类目

在免费自学内容方面，IT·互联网、设计·创作及职业·职场类是腾讯课堂重点运营的三个类目。其中，IT·互联网类免费自学内容中，互联网运营（33.7%）、后台开发（20.1%）、Java开发（17.7%）类免费自学内容占比最多；设计·创作类免费自学内容中，绘画创作（32.8%）、平面设计（32.8%）、影视设计（10.1%）类免费自学内容占比最多；职业·职场类免费自学内容中，职业素养（33.3%）、面试求职（31.9%）、办公软件类免费自学内容占比最多（29.7%）。













2021年免费自学内容重点运营类目概况



职业职场类目知识创作者分布集中，多为职业素养知识创作者

互联网运营知识创作者、后台开发知识创作者及Java开发知识创作者合计占整个IT·互联网类目知识创作者的一半，创作了此类目七成的免费自学内容。设计·创作知识创作者多为平面设计知识创作者（23.3%）及绘画创作知识创作者（22.6%）。职业·职场知识创作者中，职业素养知识创作者占约四成，远高于其他类知识创作者，这可能因为职业素养内容的技术门槛相对较低，知识创作者可根据自身经验进行创作分享。

2021年各类目知识创作者情况

IT·互联网	设计·创作	职业·职场
互联网运营, 19.2%  最受欢迎知识创作者 学姐宋曼迪	平面设计, 23.3%  最受欢迎知识创作者 Genji是真的想教会你	职业素养, 41.7%  最受欢迎知识创作者 毒舌飞哥
后台开发, 16.2%  最受欢迎知识创作者 雾削木	绘画创作, 22.6%  最受欢迎知识创作者 汇云动漫	面试求职, 29.4%  最受欢迎知识创作者 寺寺同学
Java开发, 12.6%  最受欢迎知识创作者 程序员鱼皮	影视设计, 12.7%  最受欢迎知识创作者 特殊研究所	办公软件, 17.8%  最受欢迎知识创作者 Slidecent
其他, 52.0% 	其他, 41.4% 	其他, 11.2% 

来源：腾讯课堂大数据。

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市 场 进 入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞 争 策 略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞



艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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，部分文字和数据采集于公开信息，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，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

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。



腾讯课堂