



# 在线青少儿英语教育市场研究报告

2019/10/25

TalkingData



# 目录

## CONTENTS

---

<b>01</b>	在线青少儿英语教育行业概况分析-----	03
<hr/>		
<b>02</b>	在线青少儿英语教育下沉市场分析 -----	08
<hr/>		
<b>03</b>	在线青少儿英语教育用户行为分析 -----	14
<hr/>		
<b>04</b>	在线青少儿英语教育市场趋势总结-----	24

# 1

## 在线青少儿英语教育行业概况

市场背景分析

市场规模分析

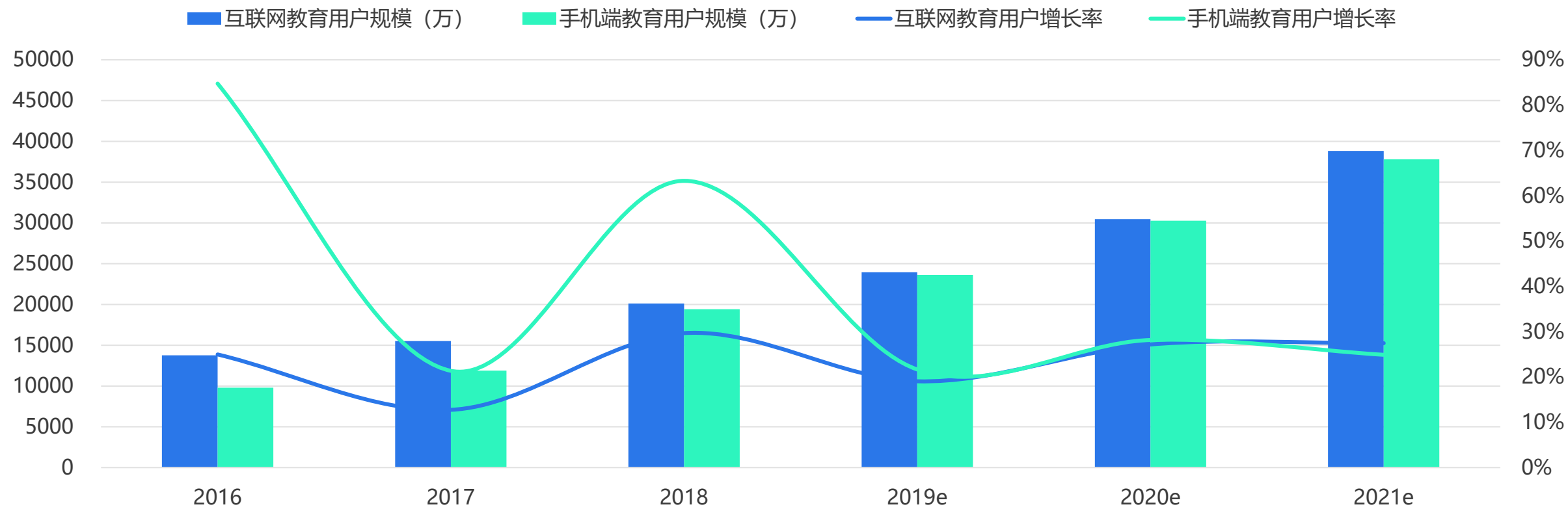
市场竞争格局分析



# 互联网在线教育用户破两亿，移动端增速亮眼

- 近年来，在线教育用户增速迅猛，与网络外卖、网约车、网络理财应用同属高增长类别；2018年底，在线教育类应用用户突破2亿，互联网使用率达24%；随着智能手机和移动网络的升级，移动端在线教育用户增速尤其亮眼，近三年平均增速达19%；预计未来三年在线教育用户将持续增长，有望冲击4亿大关。

2016-2021年在线教育用户规模及增长率

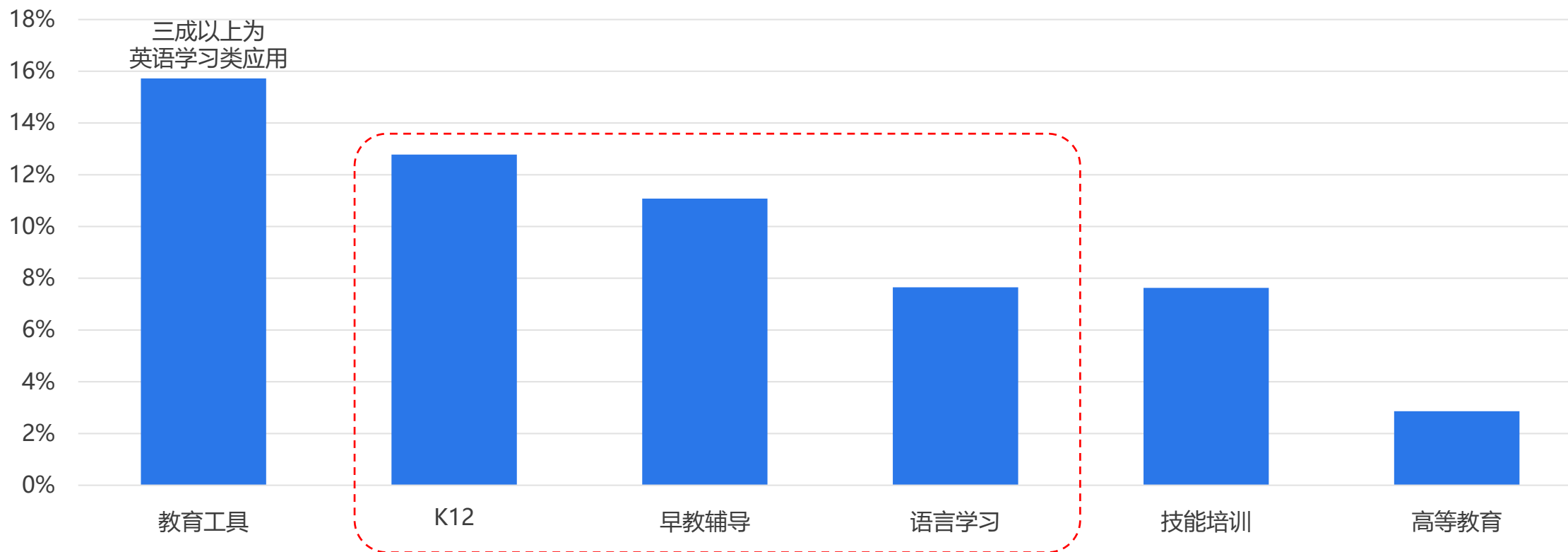


Source: CNNIC 《中国互联网络发展状况统计报告》，2016年6月-2018年12月。

# 青少教育、语言学习热度高，青少儿英语成为在线教育发力点

- 在学习教育类应用细分类别中，教育工具类应用覆盖率最高，其中三成以上为语言学习类工具应用；此外，K12、早教辅导类应用覆盖率分别名列第二、第三，反应了人们对青少儿教育的重视度越来越高；综上，结合青少教育和语言学习的青少儿英语教育成为在线教育的重要发力点。

移动互联网人群学习教育类应用覆盖率分布

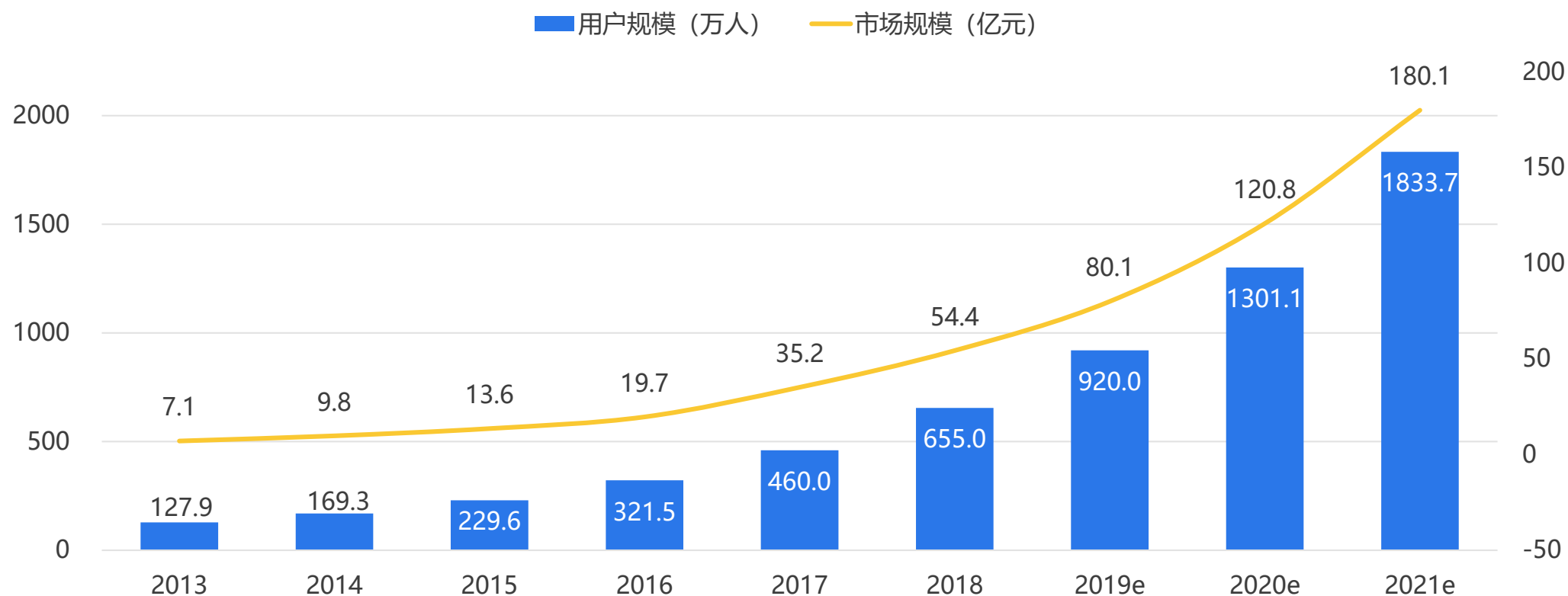


Source: TalkingData, 2019年8月。

# 在线青少儿英语教育市场规模或将破百亿，市场空间大有可为

- 在线青少儿英语教育市场规模几年来持续两位数高速增长，2019年市场规模预计可达80亿；随着二胎政策全面开放、留学人口的不断增多和低龄化趋势，未来两年在线青少儿英语教育市场规模有望持续增长，2020年有望突破百亿大关。

2013年-2021e我国在线青少儿英语市场规模

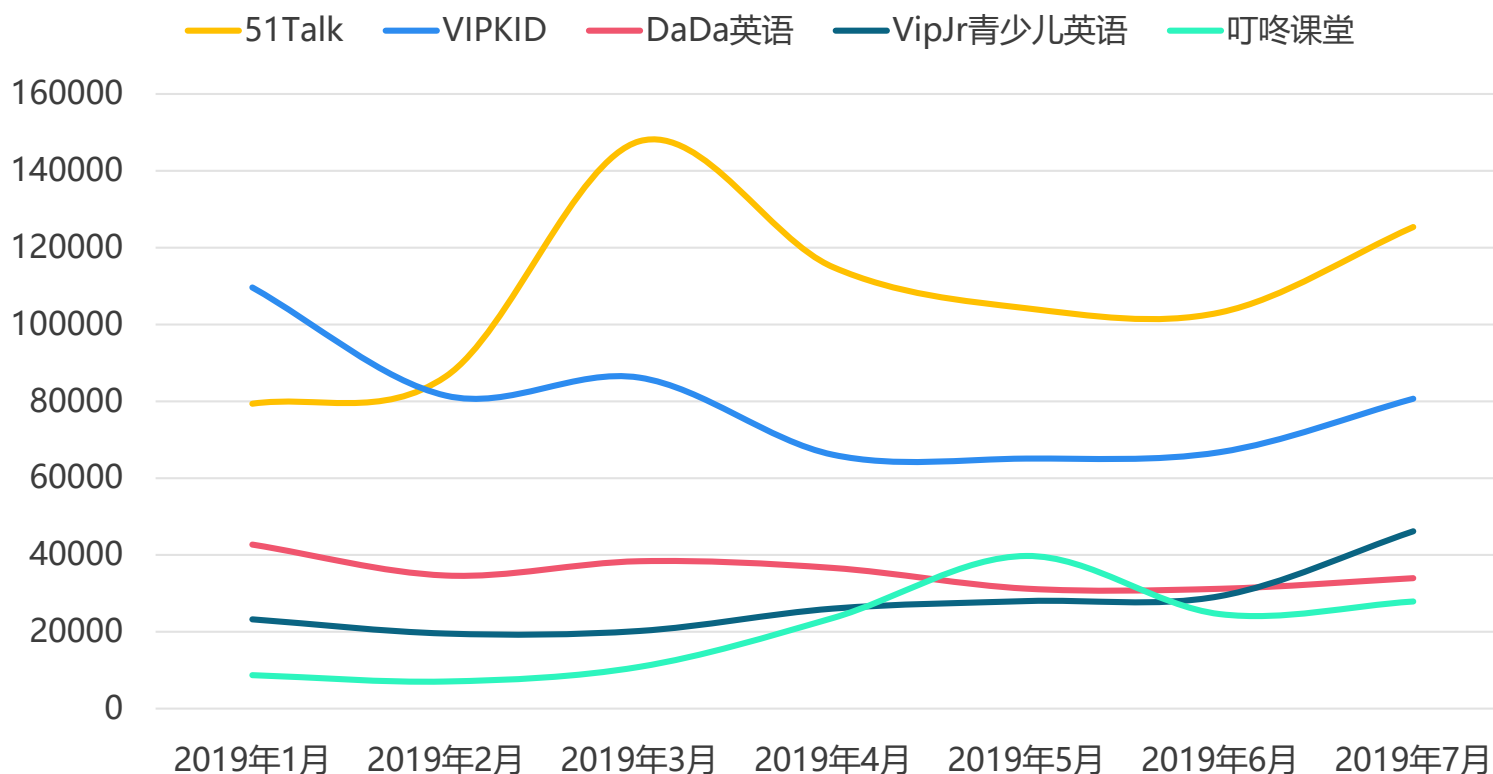


Source: 前瞻研究院, TD预测。

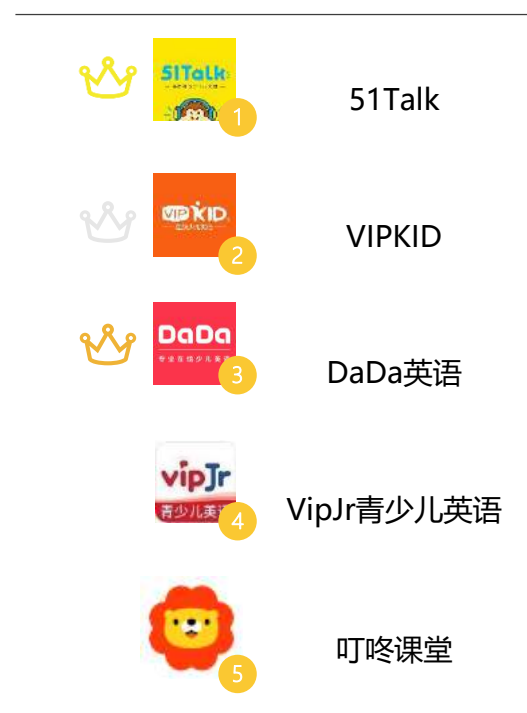
# 老牌平台、后起新秀同台竞技，51Talk安卓端月活大幅领先

- 2019年2月份以来，51Talk以较高增长率拿下在线青少儿英语教育平台安卓端月活第一，并以较大优势持续领先；其次，VIPKID位于第二梯队，DaDa英语、VipJr青少儿英语和叮咚课堂则位于第三梯队，竞争激烈。

2019年在线青少儿英语教育TOP5应用月活



2019年月均月活排名



Source: TalkingData, 2019年1-7月。

# 2

## 在线青少儿英语教育下沉市场分析

下沉市场用户价值

下沉市场平台分析

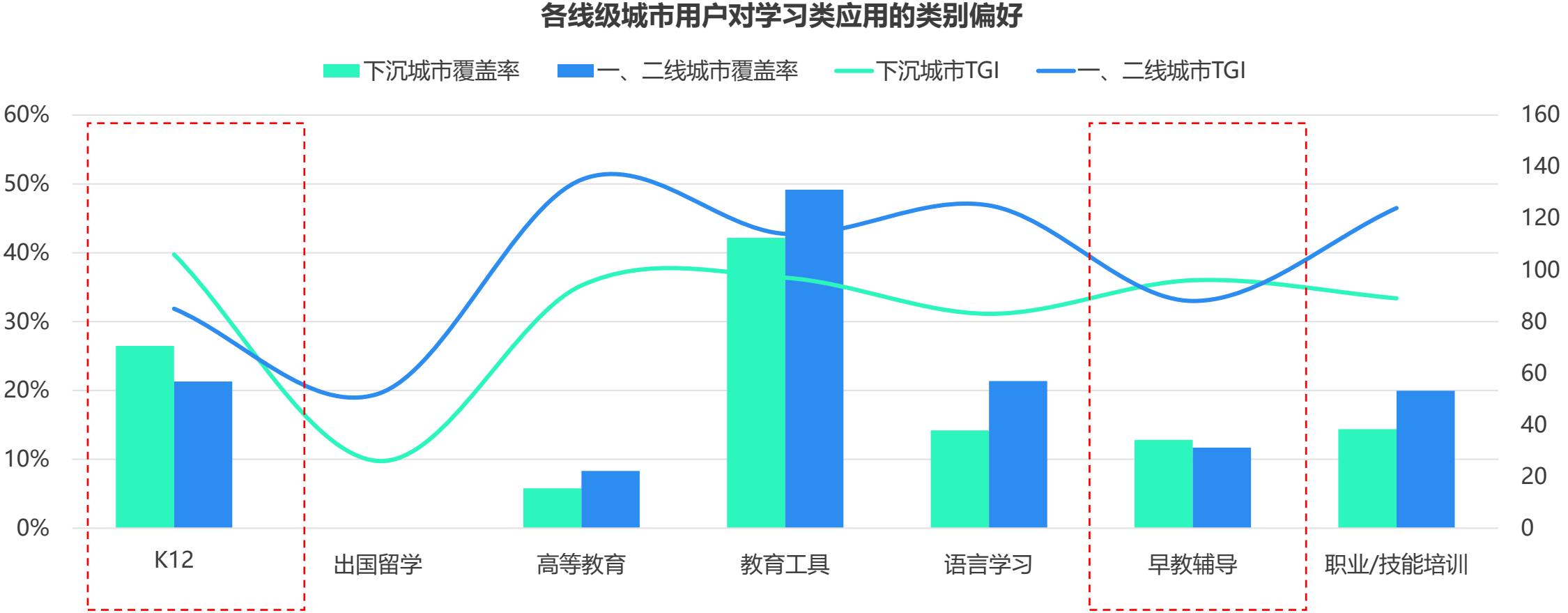
下沉市场用户偏好

下沉市场潜力分析



# 下沉城市用户对早教及K12教育关注度赶超一、二线城市

- 目前下沉城市对K12教育及早教辅导的重视度不断提高，相关应用覆盖率甚至已经超过一、二线城市，蓬勃发展的下沉城市K12教育也将为在线青少儿英语教育提供广阔的市场空间。

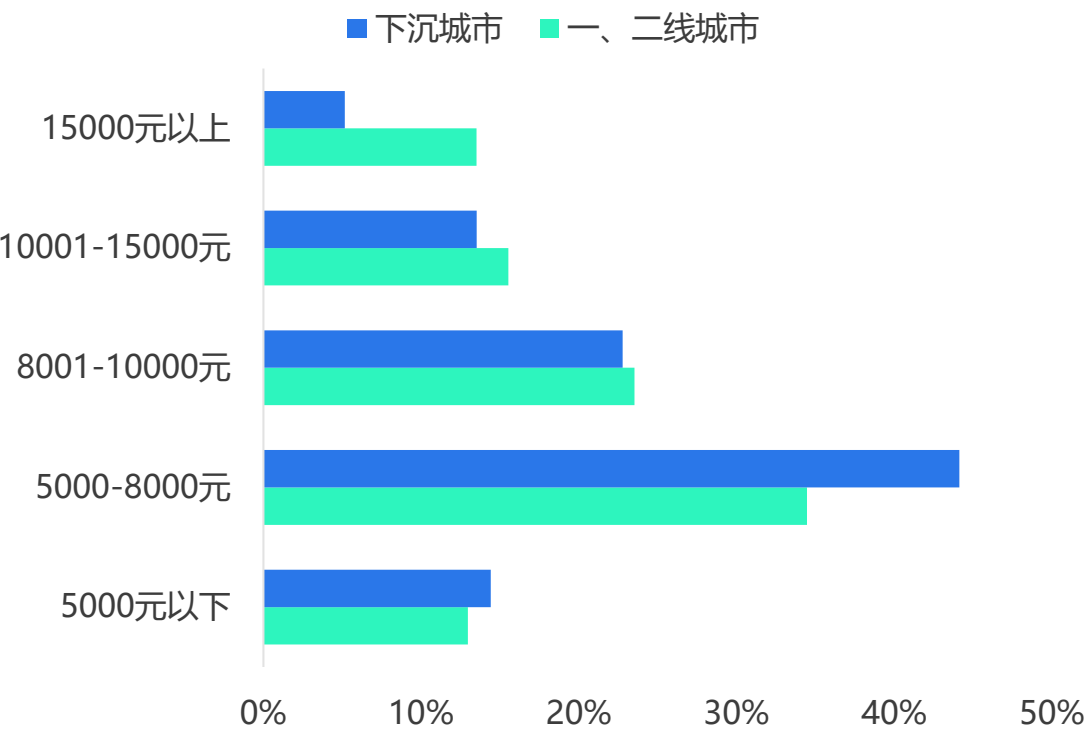


Source: TalkingData, 2019年8月。

# 下沉城市年花费万元以内接受度高，51Talk高性价比切中下沉市场

- 下沉城市在线青少儿英语教育用户年度花费金额低于一、二线城市用户，对课程性价比更为敏感，八成以上下沉城市在线青少儿英语教育用户愿意为在线英语教育年投入金额为10000元以下；51Talk的菲教套餐以高性价比的优势在下沉市场更具优势。

下沉和一二线城市用户每年愿意为青少儿英语在线教育的花费金额



TOP3在线青少儿英语教育平台年度学习费用水平

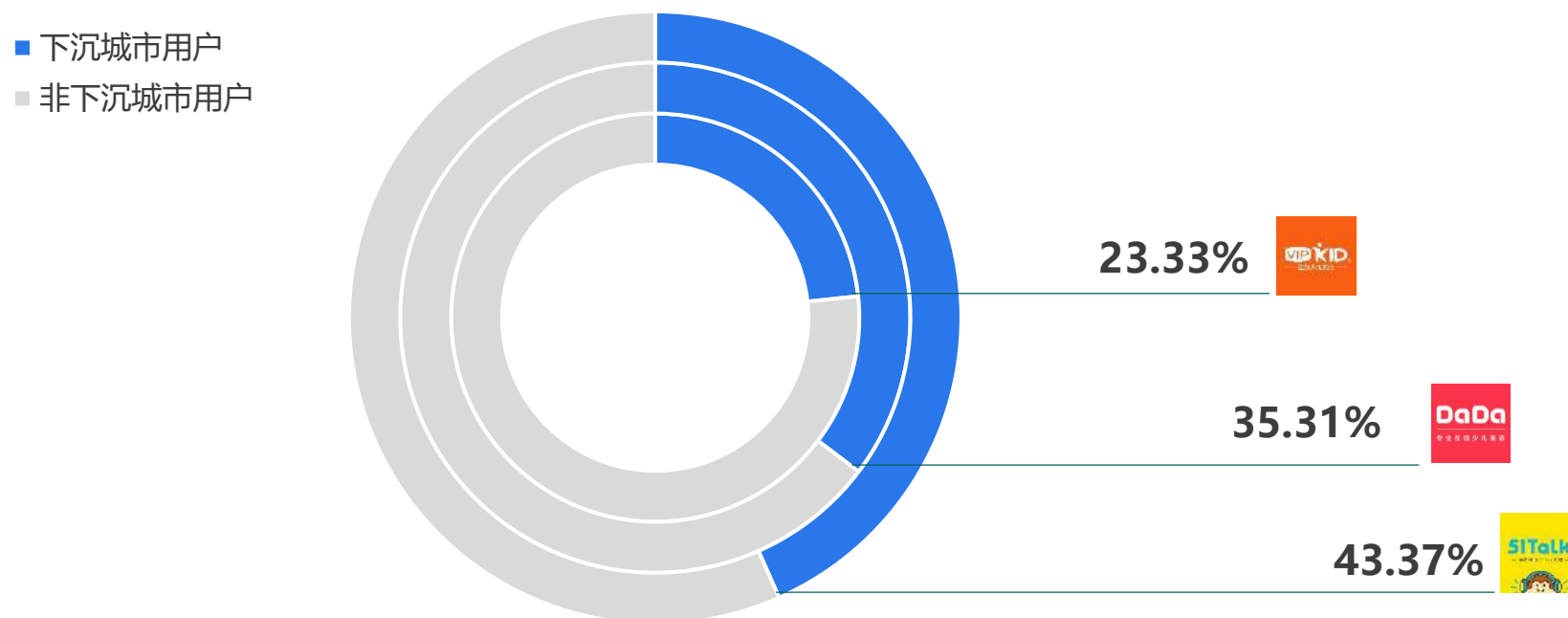
	51TALK	VIPKID	哒哒英语
年课花费	7200-9600元	12229元	15587元
主修课时量	180-240节	72-90节	119节
主修课 课时单价	40元	135-170元	130元
教师国别	菲律宾外教	北美	英、美、澳、加
教材体系	根据CEFR欧洲共同语言参考标准编制	根据CCSS美国小学课程标准编制	朗文/国际K12原版教材

Source: 问卷调查, N=1776, 2019年8月; 官方渠道报价。

# 51Talk下沉市场优势显著，用户占比达四成以上

- 目前统计周期内平均月活3万以上的在线青少儿英语教育应用中，51Talk在下沉市场的覆盖率同比最高，这也得益于51Talk在菲教市场的不断深耕，相较于主打欧美外教的VIPKID和DaDa英语，性价比优势显著。

TOP3在线青少儿英语教育平台下沉市场用户分布

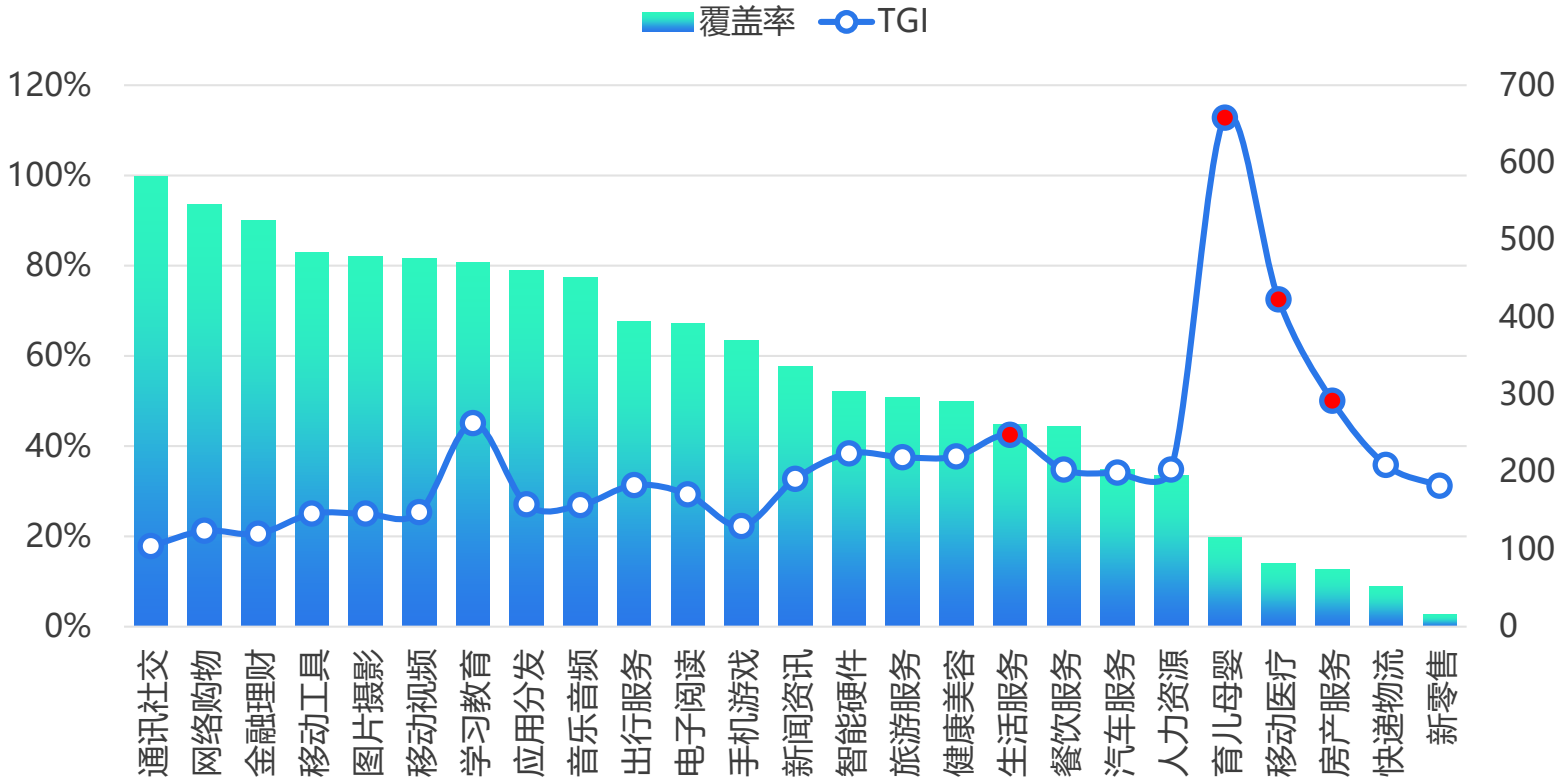


Source: TalkingData, 2019年8月。

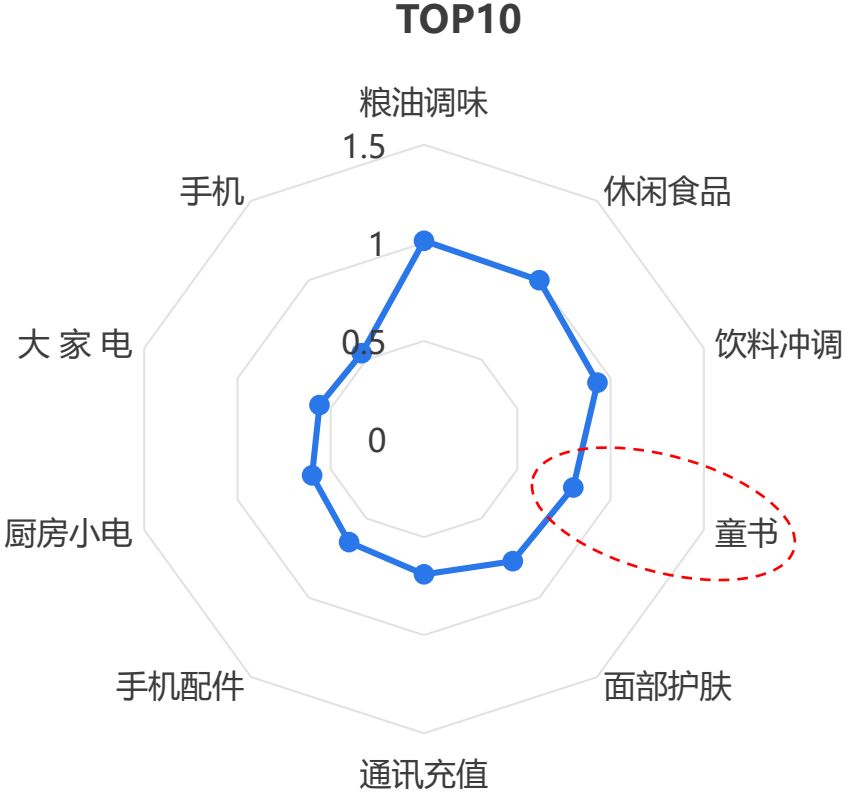
# 下沉城市在线青少儿英语教育用户生活属性强，肯为孩子教育投资

- 下沉城市在线青少儿英语教育用户的房产服务、育儿母婴和生活服务类应用TGI表现突出，说明其家庭属性较强；此外，在线青少儿英语教育用户的童书购物偏好显著，也说明肯为孩子教育投资。

下沉城市在线青少儿英语教育用户应用类别覆盖率和偏好



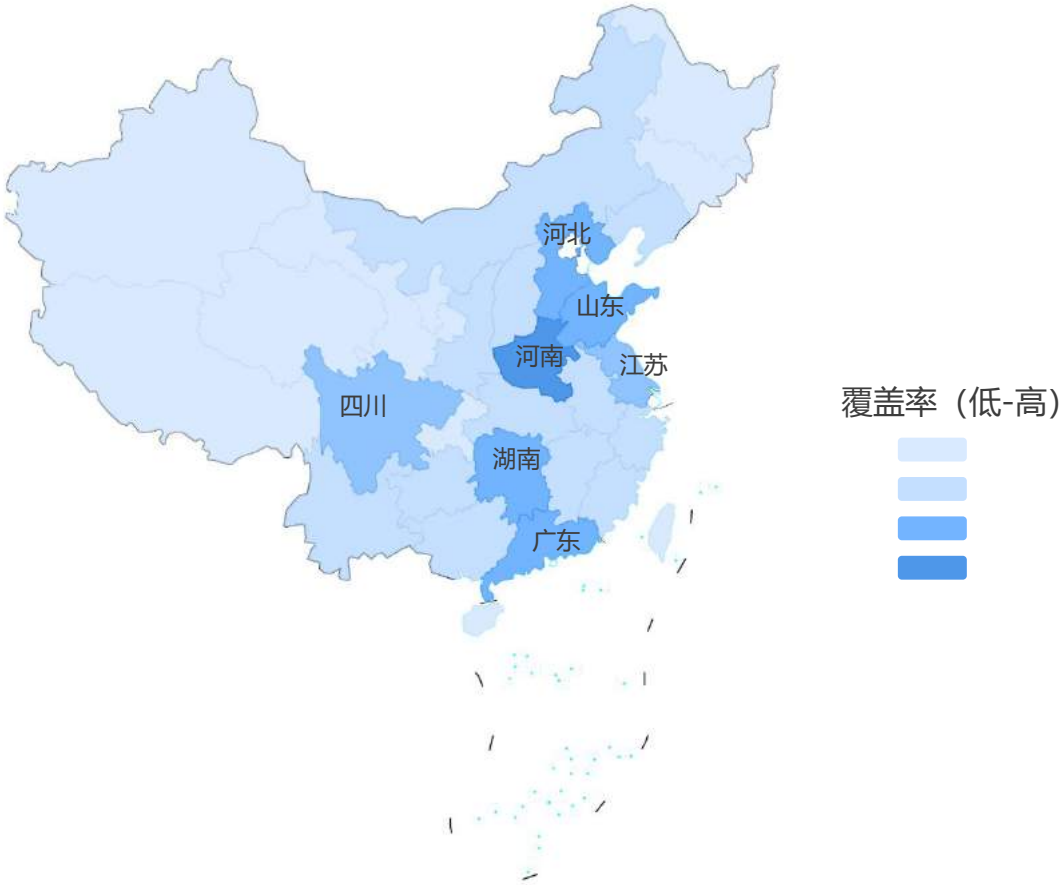
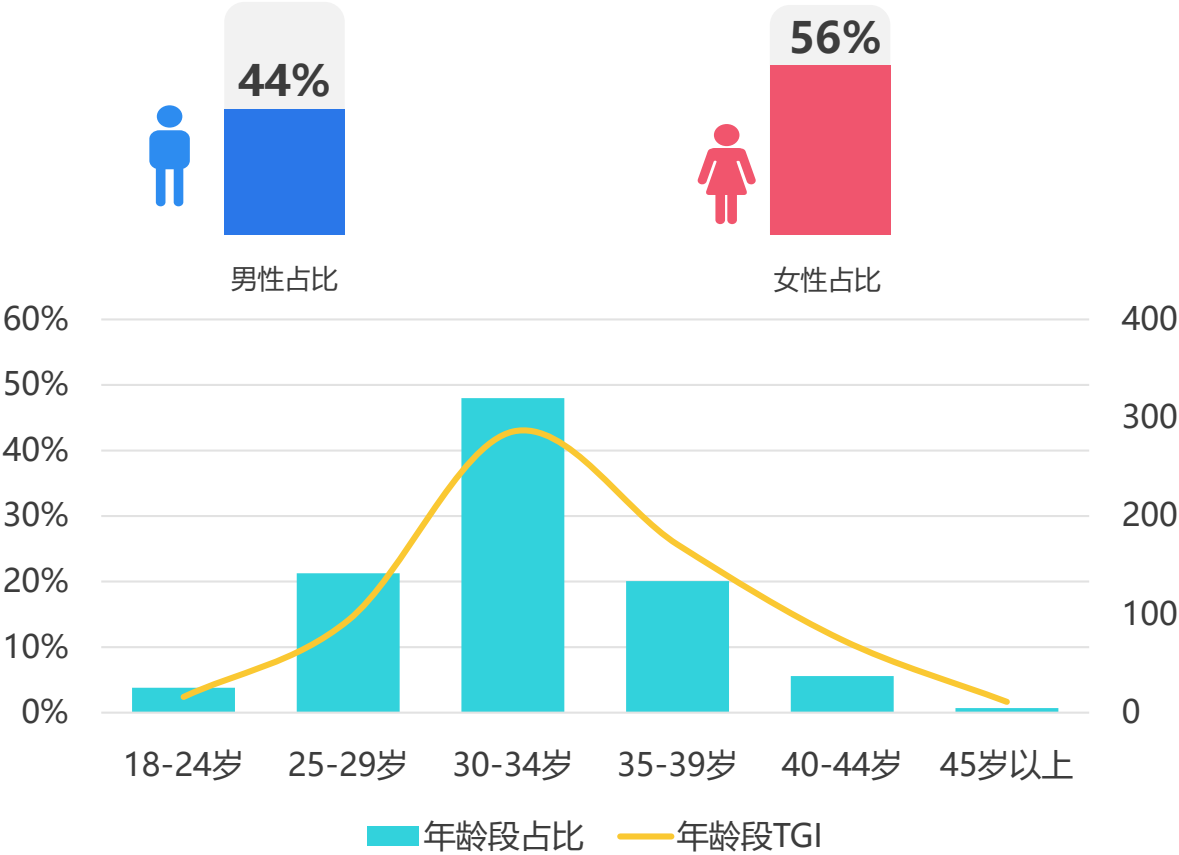
下沉城市在线青少儿英语教育用户购物品类偏好



# 下沉市场在线青少儿英语教育用户女性占比高、西北地区潜力大

- 下沉城市在线青少儿英语教育用户主要集中于25-40岁年轻父母，其中女性占比高于男性，也说明母亲对在线教育的决策权更高；在地域分布上，下沉城市在线青少儿英语教育用户更多集中在中部和部分沿海地区，西北地区覆盖率相对较低，市场挖掘潜力大。

下沉市场在线青少儿英语教育用户画像



Source: TalkingData, 2019年8月。

# 3

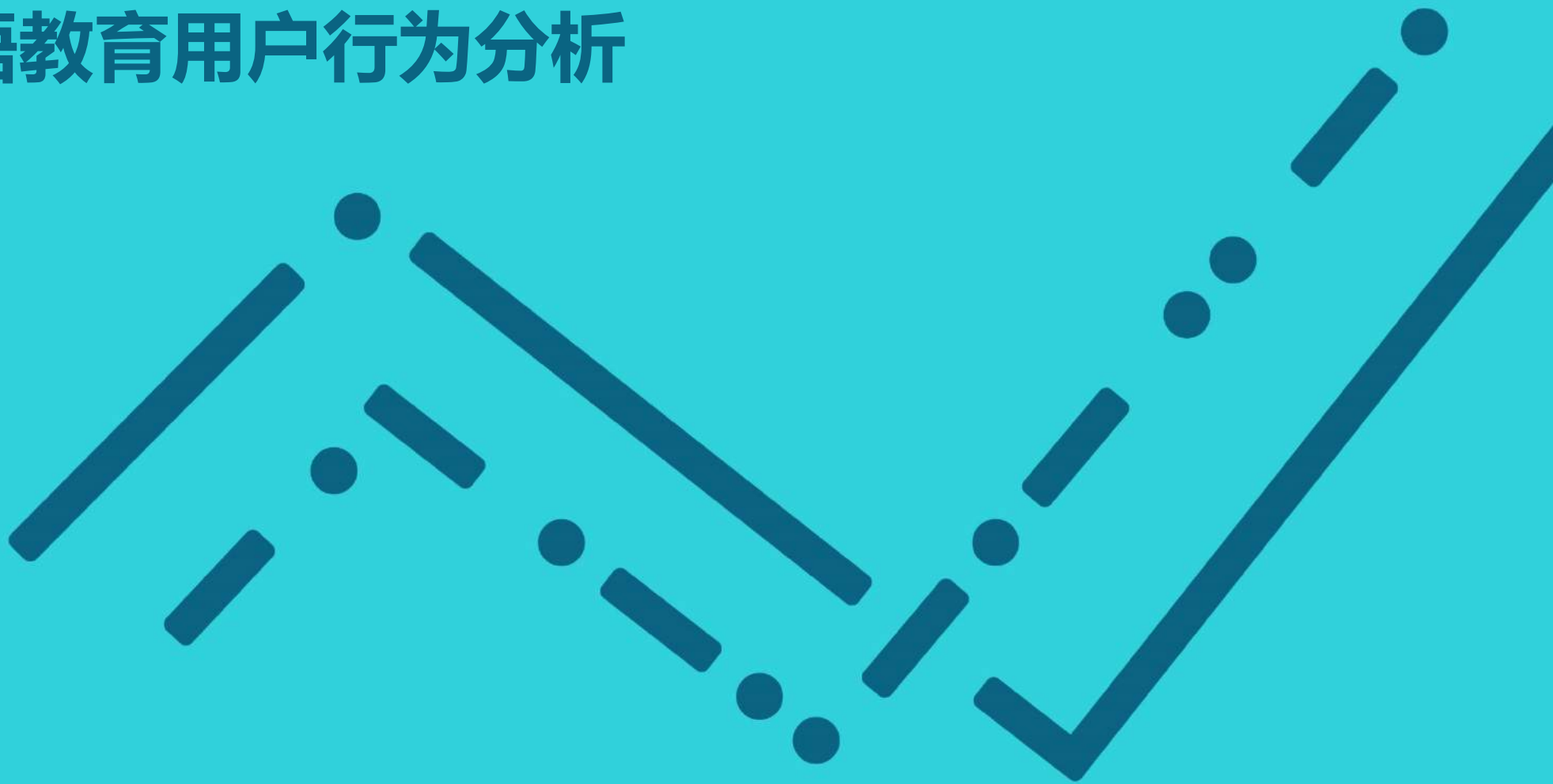
## 在线青少儿英语教育用户行为分析

用户决策分析

外教偏好分析

口语教学分析

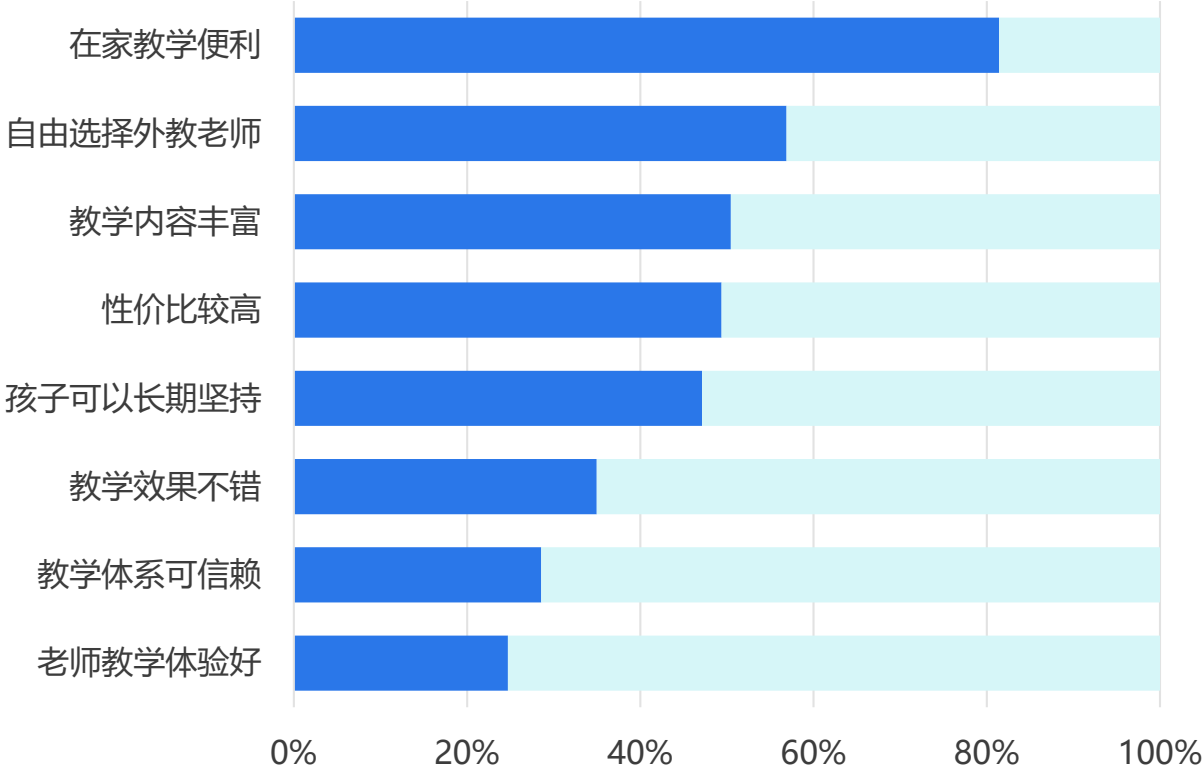
教学平台分析



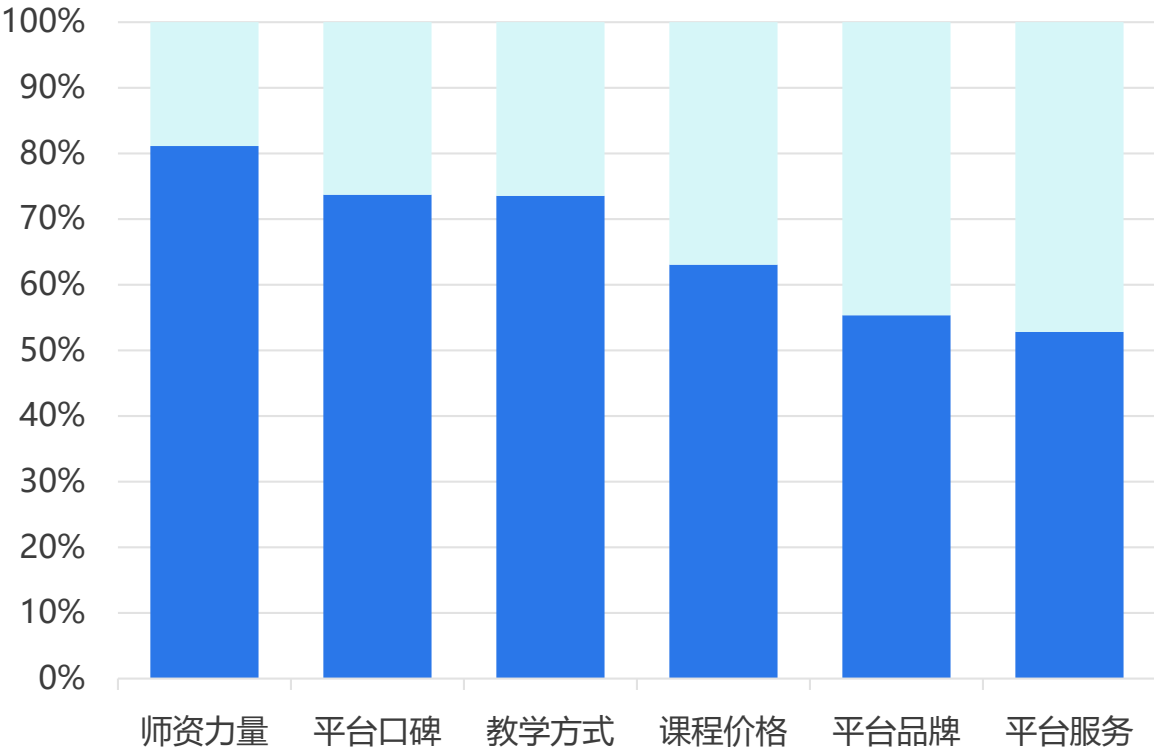
# 用户决策：在线教学便利性广为认可，师资和口碑为主要竞争力

- 目前，线上教学的便利性 & 外教老师成为在线青少儿英语教育主要优势点，八成家长为教学便利性点赞；
- 师资力量、平台口碑和教学方式等硬性教学指标是用户选择平台重点考量的三大因素，其中超过八成用户看重平台师资力量。

在线青少儿英语教育VS线下教育的优势



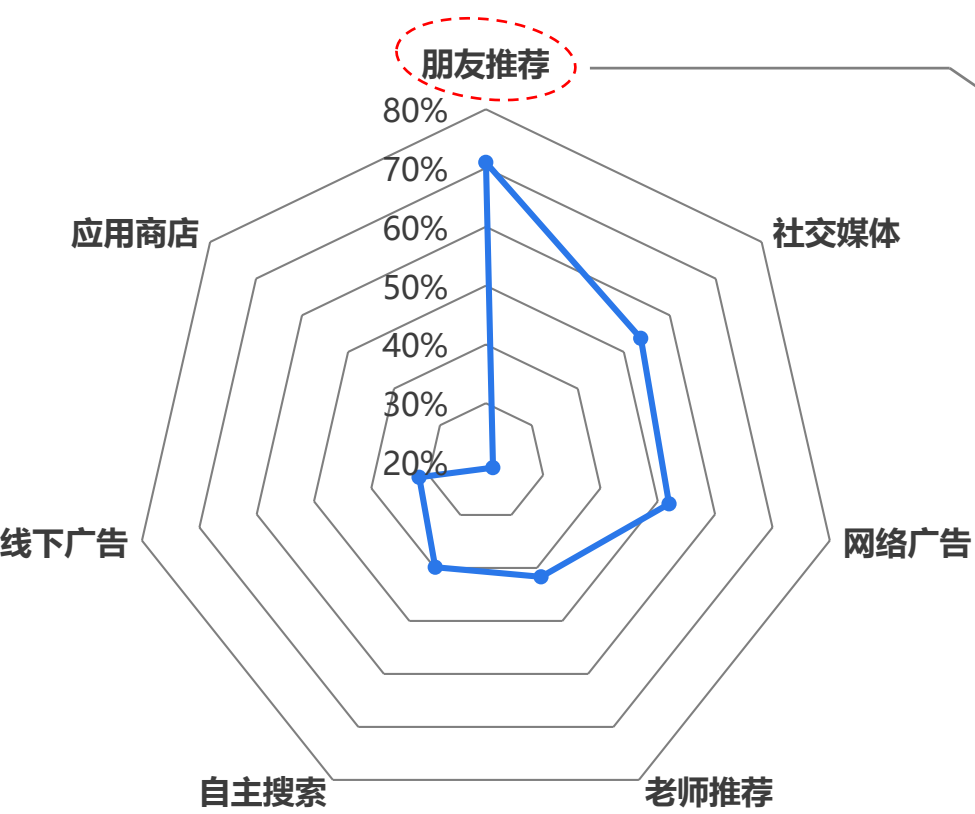
在线青少儿英语教育用户选择平台的考量因素



Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1776。

# 用户决策：朋友推荐举足轻重，51Talk七成新增用户来自口碑介绍

目标用户了解在线英语教育平台的渠道分布



各平台用户通过朋友推荐了解  
在线青少年英语教育平台的占比

1	51Talk	78.0%
2	VIPKID	76.5%
3	DaDa英语	75.5%
4	VipJr青少年英语	67.2%
5	叮咚课堂	76.9%

在线青少年英语教育用户在选择平台的决策过程中更倾向于通过朋友推荐和社交媒体进行相关信息搜集；

数据显示，七成以上用户会考量朋友建议，其中51Talk用户中近八成会通过朋友介绍了解平台。也说明青少年英语教育线下人际传播更为广泛，平台口碑举足轻重。

51Talk CFO徐珉表示，51Talk在线青少年英语业务当中，70%新增用户来自于口碑转介绍；现金收入中，有40%来自于用户续费，40%来自转介绍，只有20%是通过其他的获课渠道。

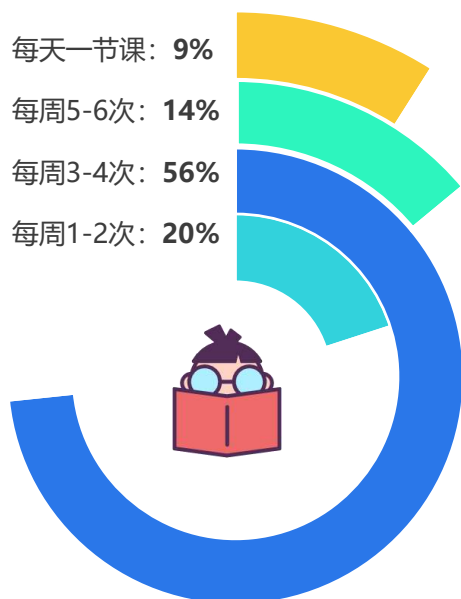
Source: 问卷调研，2019年8月，N=1776；互联网数据收集。



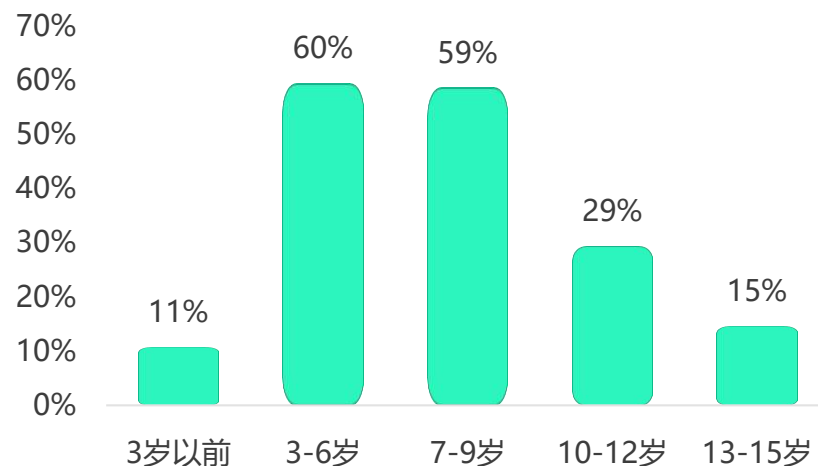
# 用户决策：语言学习从娃娃抓起，短平快教学受青睐

- 目前约有六成家长更倾向于让孩子从3-9岁开始接受在线英语教育，甚至有11%用户偏向让孩子在3岁之前接触英语教学，这也说明语言学习的目的性越来越倾向于交流和运用。
- 介于语言学习的高频性、日常性以及青少儿注意力集中时长有限的特征，在线青少儿英语教育上课模式倾向于短平快，单节课时长20-40分钟接受度最高，八成用户希望每周上课3节以上，这也说明青少儿英语教学课时消耗速度快，对课时单价相对敏感。

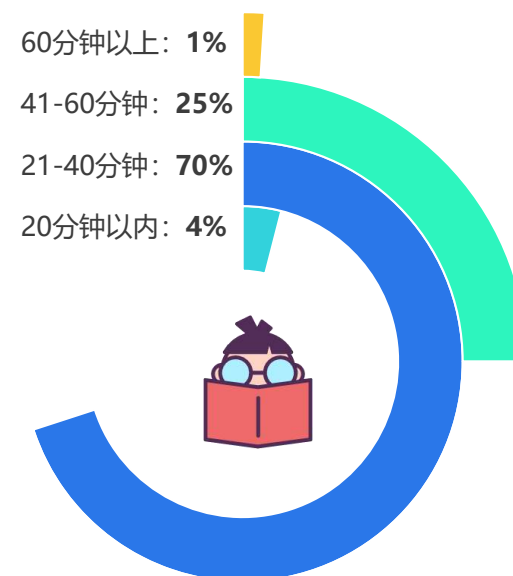
## 在线青少儿英语教育用户对上课频次偏好



## 青少儿英语在线教育用户倾向接受教育的年龄段



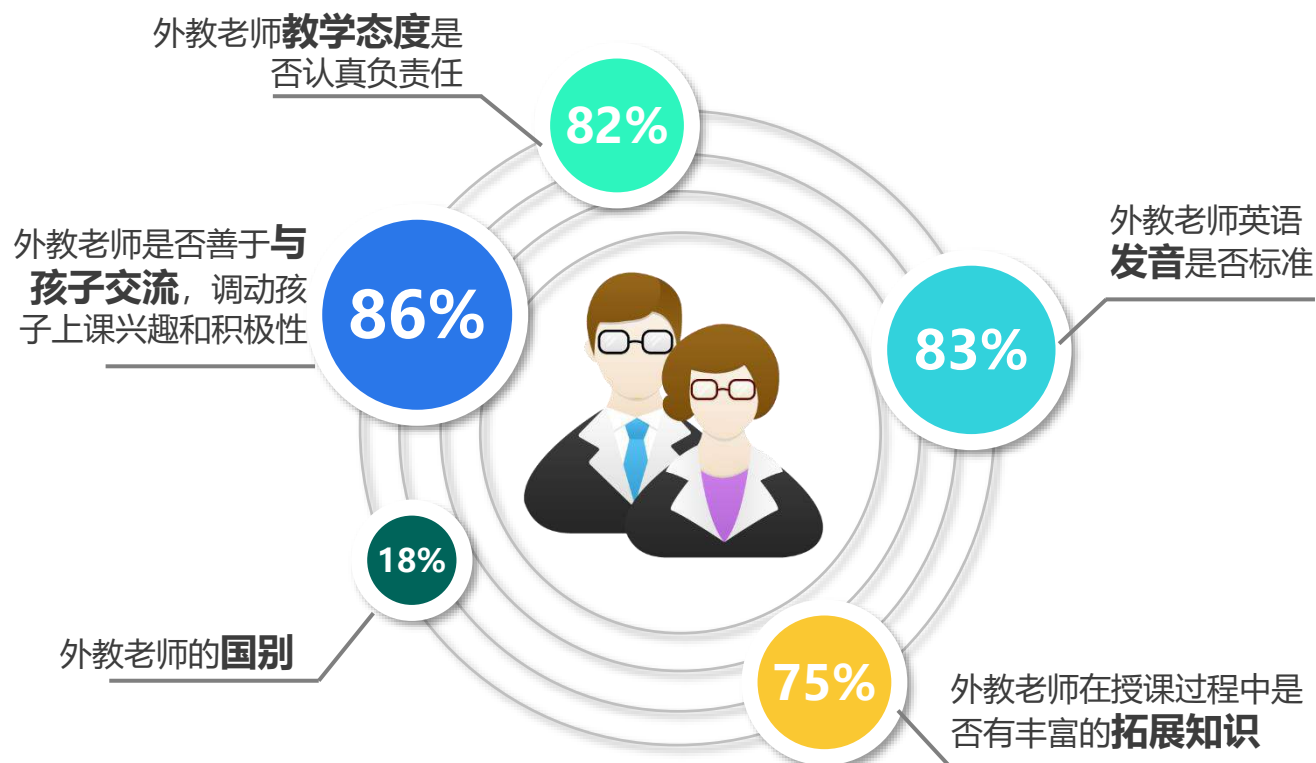
## 在线青少儿英语教育用户单次教学时长偏好



Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1776。

# 外教偏好：国别偏见成过去式，高质教学+政策导向推动菲教崛起

- 家长在择师过程中最看重外教老师与孩子的沟通能力，能够调动孩子的学习兴趣和积极性成为老师最重要的教学品质；外教老师的国别偏见已成为过去式，仅有18%用户看重外教老师的国籍。
- 目前菲律宾外教凭借自身良好的英语素养、独特的教学方式以及高性价比的教学被越来越多家长认可，未来在中菲合作推动下，菲教市场有望进一步崛起。



## 中菲合作

- 2018年，中菲两国签署《关于菲律宾英语语言教师来华工作的谅解备忘录》，促进中国引进菲律宾英语教师。
- 目前，多家中国企业在菲律宾建立了分公司或教学基地，51Talk未来五年计划引入10万在线菲教。

## 国家背景

- 英语是非官方语言之一，公共场所几乎所有标识均用英语书写，学校基本上以英文授课为主；
- 菲律宾与中国几乎不存在时差，避免了外教上课带来的时差困扰。

## 教学质量

- 菲律宾外教以热情、活泼的教学方式著称，课堂气氛活跃，教学效果获得肯定。
- 菲教老师凭借高质量教学多次获得教学奖项，51Talk菲教团队获2019年新浪五星金牌教研团队。

## 高性价比

- 相比欧美外教百元以上课时费，菲教低至20-50元的课时费让更多用户享受高频优质的语言学习。
- 菲教的引入一定程度上促进了教育的公平和普惠发展，推进了高质量英语教学的普及。

Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1776。

# 外教偏好：51Talk平台把关优质教师资源，助力菲教市场走上正轨

- 目前，越来越多的教学平台已经形成规范的外教筛选机制，很大程度上确保了菲教的教学质量。以51Talk为例，**候选人需要经过口音、教学能力、硬件把关等6层筛选和专业培训，通过率仅为3%**，且上岗后受到51Talk的星级评价体系考核与教学监督团队的监督。

## 51Talk菲教把关体系

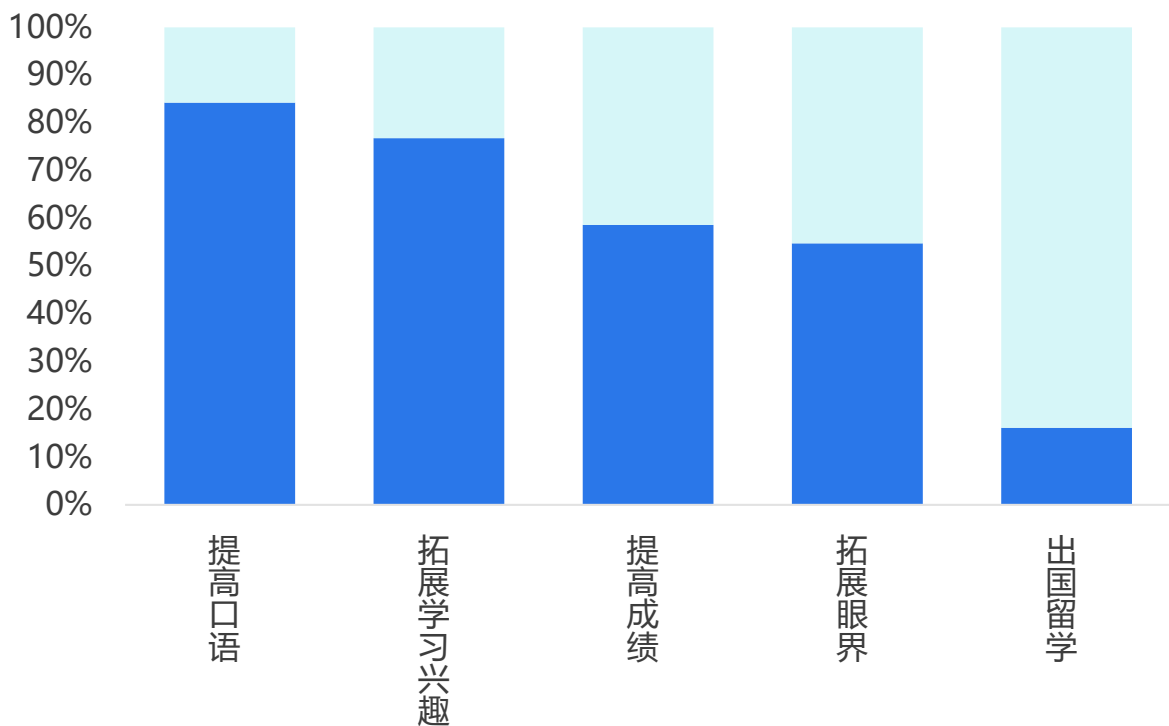


Source: 互联网公开资料收集

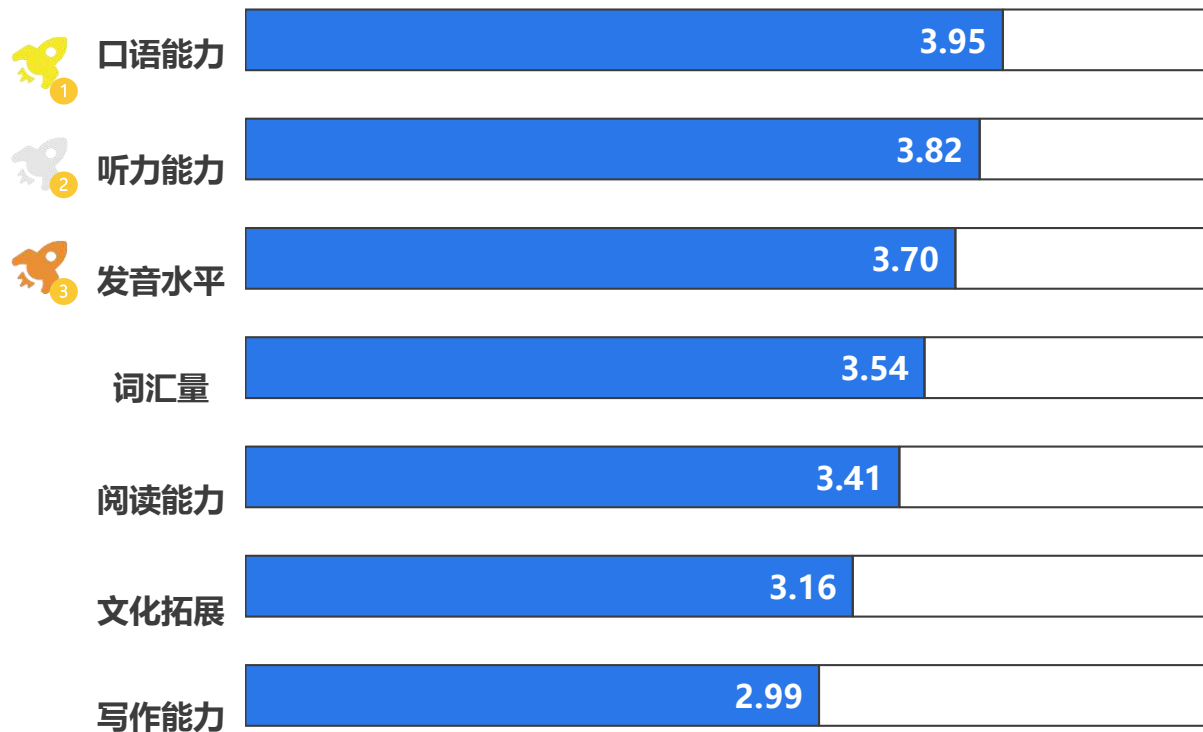
# 口语教学：教学目的与满意度相契合，口语、听力提升效果最显著

- 八成以上家长认为学习目的不局限于提高成绩，更在于从小提高孩子口语水平、培养英语学习兴趣、拓展眼界；在线青少儿英语教育对孩子的口语、听力和发音提升满意度最高，其中口语能力单项评分达3.95分，与整体教学期待较为契合；也说明**口语教学目前已经成为在线青少儿英语教育平台的重点培训和发展方向**。

在线青少儿英语教育用户的学习目的



在线青少儿英语教育用户对教学效果的满意度



Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1377。

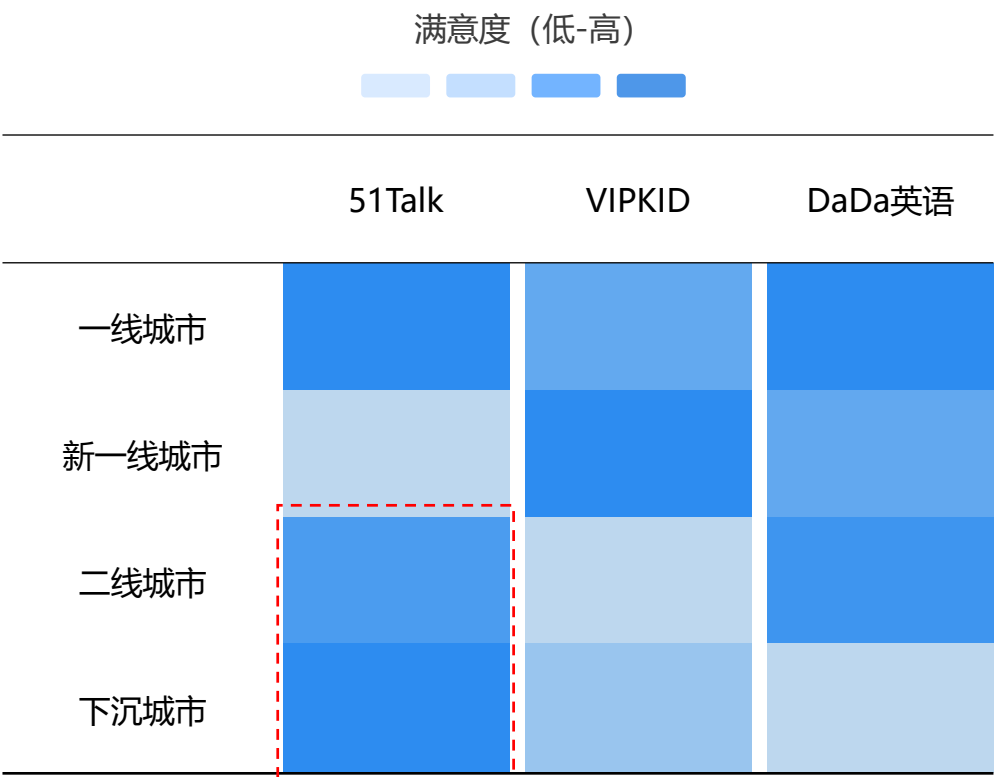
# 口语教学：英语进入日常生活，51Talk一线城市和下沉城市口语教学满意度高

- 目前，在线青少儿英语教育平台学员口语能力的提升主要表现为日常生活和外教上课过程中交流更加流畅，此外，51Talk在三、四、五线城市口语满意度整体表现突出，也反映了其在下沉城市的重点布局。

在线青少儿英语教育用户口语能力提高体现



在线青少儿英语教育平台在各线级城市的口语教学满意度

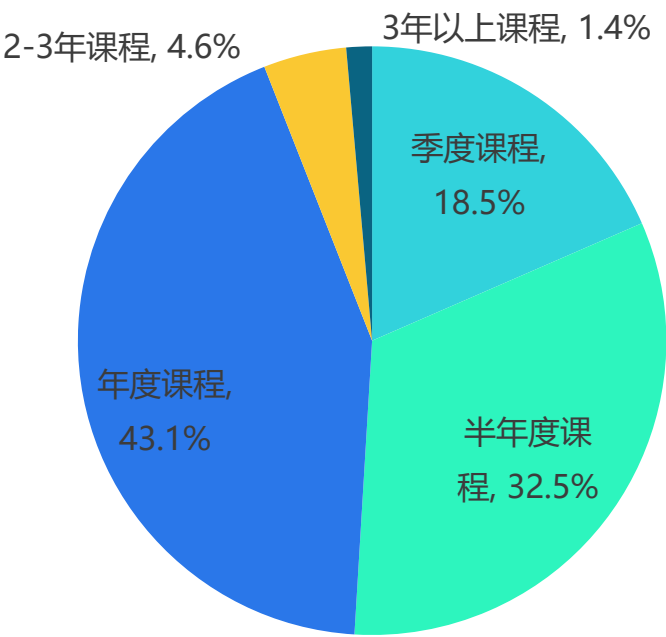


Source: 问卷调研，2019年8月，N=1377。

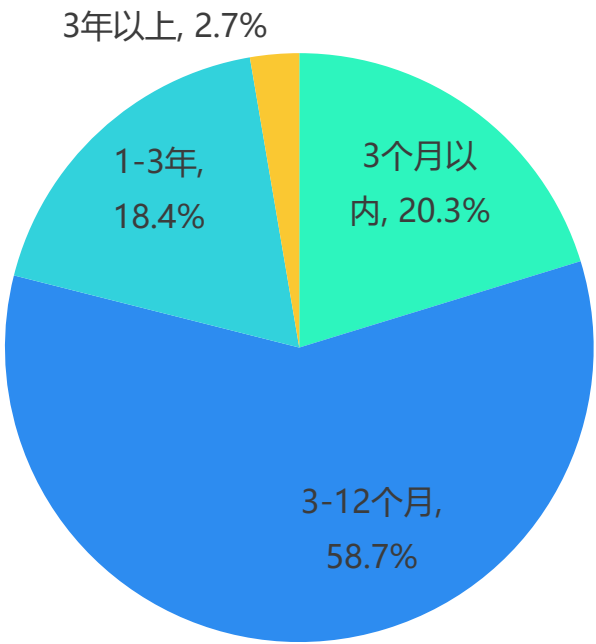
# 平台分析：八成用户学习时长在一年以内，51Talk用户留存领先

- 在线青少儿英语教育平台用户集中为使用时间为一年以内的新用户，购买年课和半年课是主流，使用时间在一年以上用户仅占比二成；TOP3平台的老用户占比均达到市场平均水平，其中51Talk青少儿英语老用户占比最高，达到25%。



在线青少儿英语教育用户对课程购买方式的偏好



用户对在线青少儿英语教育平台使用时长分布



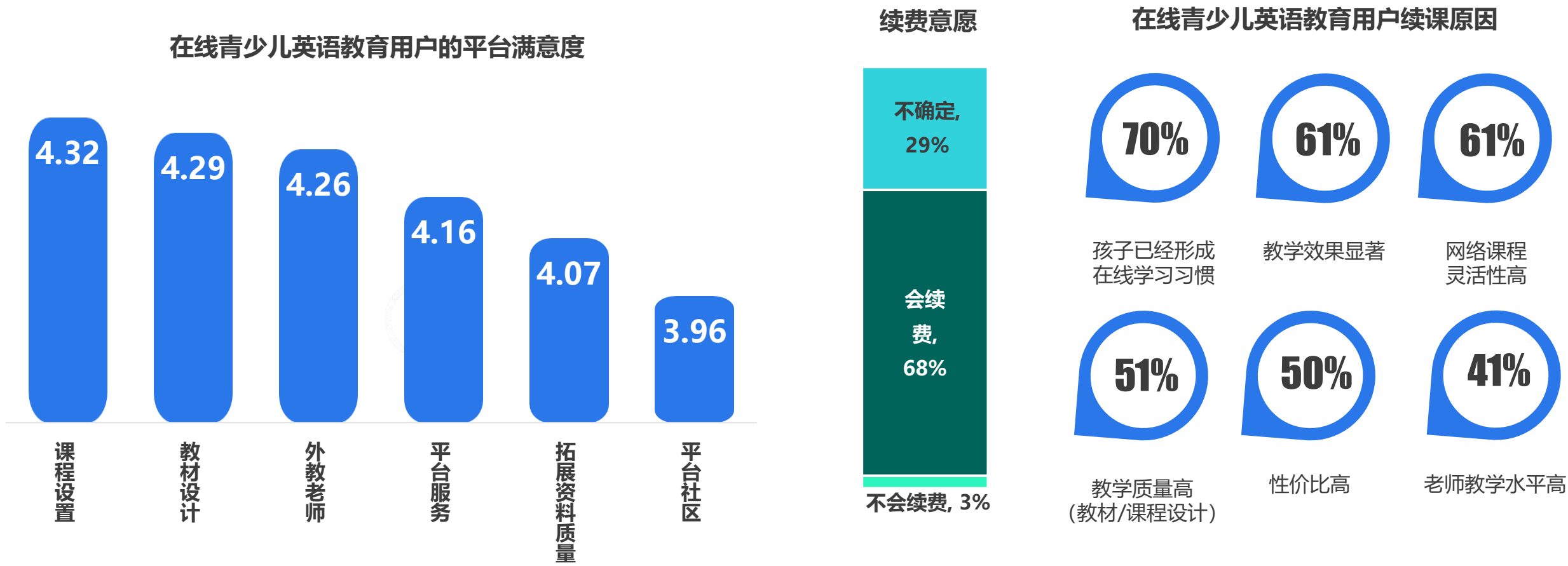
三大在线青少儿英语教育平台用户使用时长分布

	 NEW 一年以内新用户	 OLD 一年以上老用户
	75.4%	24.6%
	78.8%	21.2%
	77.2%	22.8%

Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1377.

# 平台分析：平台教学“硬指标”好评度高，续费率七成以上

- 在线青少儿英语教育平台的外教老师、课程设置及教材设计三大教育“硬指标”评分均在4.2分以上，也说明用户整体认可在线英语教育质量。
- 在线青少儿英语教育用户仅有3%用户表示明确不会续费，明确有续费意愿的人群近七成，续费人群续费原因主要集中为孩子对在线学习习惯的养成以及显著的教学效果。



Source: 问卷调研, 2019年8月, N=1377.

# 4

## 在线青少儿英语教育市场趋势总结

行业宏观发展趋势总结

下沉市场发展趋势总结

在线教学发展趋势总结





# 在线青少儿英语教育市场升级，发展前景未来可期

**市场前景**  
在线教育快速崛起-  
在线青少儿英语教育市场空间广阔-

**市场格局**  
-互联网巨头多方入局，竞争激烈  
-51Talk纽交所上市，一超多强

**人群特征**  
下沉市场不断增值-  
女性用户占据主导-  
西北地区潜力有待挖掘-

**用户行为**  
-优质菲教推动市场崛起  
-口语教学中心地位不断巩固  
-在线教学综合满意度高



# 在线青少儿英语教育市场竞争激烈，用户快速增长、发展空间广阔

## 发展现状



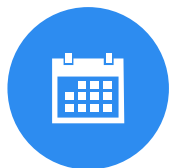
### 互联网在线教育用户飞速增长

随着移动网络和智能手机的升级，K12适龄人群数量不断增长，互联网在线教育迎来快速增长期。



### 在线青少儿英语教育市场快速成长

在线青少儿英语教育市场规模近年来持续两位数高速增长，2014年投融资事件和金额爆发式增长，并在2016年迎来国内第一家上市企业——51Talk。



### 在线青少儿英语教育市场前景广阔

随着留学人口的增长，以及下沉城市家长对早教和K12教育重视度的提高，在线青少儿英语教育市场有望迎来更广阔的市场空间。



### 新、老平台同台竞技， 51Talk月活市场表现排名第一

从移动安卓端数据来看头部市场应用，51Talk在月活上占据领先地位，VIPKID位于第二梯队、VipJr、DaDa英语、叮咚英语位列第三梯队。



### 互联网巨头、各大资本频频出手， 在线青少儿英语教育竞争激烈

在线青少儿英语教育目前已经成为多方瞩目的热门市场，互联网巨头BAT和字节跳动均已布局，各大资本频频出手，老牌教育机构新东方和好未来积极布局，市场竞争日益激烈。

# 在线青少儿英语教育下沉市场潜力大，菲教高性价比优势突围



## 下沉蓝海

### 下沉城市K12教育重视度赶超一、二线城市

下沉城市对K12和早教的重视度不断提升，已经赶超一、二线城市，为在线青少儿英语教育提供了广阔的市场空间。

## 为娃买单

### 生活属性强，愿意为孩子花钱

下沉城市在线青少儿英语教育人群房产服务、育儿母婴和生活服务类应用TGI突出；舍得为孩子花钱，童书消费位列消费偏好TOP4。

## 重性价比

### 性价比关注度高，51Talk菲教优势突围

下沉城市更关注在线青少儿英语教育的性价比，高性价比的菲律宾外教在下沉市场的优势显著。

## 西北潜力股

### 女性主导决策，西北地区挖掘潜力大

在线青少儿英语教育人群以30岁左右年轻女性为主，地域分布主要集中在中部地区，西南、西北地区可挖掘潜力大。

# 口语提升成为教学趋势，菲教市场规范化发展值得期待

## 线下人际传播更能影响用户决策

用户在选择教育平台时更愿意参考朋友的建议，社交媒体同样为重要传播渠道。用户决策更重视平台师资力量、口碑和教学方式相关信息。

## 六成用户学习时长在一年以内

约六成用户学习时长在一年以内，二成用户学习时长达一年以上；平台年消费万元以内接受度最高，年度课程和半年度课程最受欢迎。

## 整体教学满意度高、续费意愿强

近七成用户因孩子在线学习习惯的养成以及显著的教学效果有明确续费意愿；教学平台的课程设置、外教老师和教材设计评分最高。



## 提高口语能力为主要教学目的

在线教学的便利性最能吸引在线青少儿英语教育用户，用户学习目的普遍在于提高孩子口语能力。

## 平台推动菲教市场规范化

家长最重视外教的社交、发音和教学态度，国别偏见成为过去式，菲教市场在51Talk等平台的努力下，不断规范化发展，未来可期。

## 口语能力教学效果突出

口语、听力、发音的教学效果获认可度最高，与教学期待相对契合；孩子口语能力的提高集中体现在与外教交流和日常生活的互动中，二成学员有竞赛获奖经历。

# 报告说明

## • 数据来源

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 公开资料整理、用户调研等。

## • 数据周期

- 2019年1月-2019年8月

## • 概念定义

- 覆盖率：是指统计周期内某（类）移动应用的活跃用户总量在全网所有活跃移动终端用户中的占比；
- TGI指数：即指Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势；例如：媒体类型偏好 $TGI = [\text{目标用户群某类型媒体偏好占比} / \text{整体移动互联网人群的该类型媒体占比}] * \text{标准数}100$ 。

# 调研说明

- 研究方法
  - 在线问卷调研
- 研究周期
  - 2019年8月，其中2019年8月13-20日为数据收集期
- 数据来源
  - 此次调研向20000+个样本推送了问卷链接，甄别2800+个异常问卷，最终回收有效样本1776个
- 目标人群
  - 使用及与愿意使用在线青少儿英语教育的互联网群体
- 调研覆盖地域
  - 本次调研覆盖全国各区域一至五线城市，城市分布见右表
- 被访者条件
  - 19-45岁
  - 符合市场调研的常规条件（相关行业排斥、最近一个月参加过市场调研的排斥）

- 样本量
  - 有效样本总量1776个

样本构成	有效样本量占比
一线城市用户	25%
新一线城市用户	23%
二线城市用户	19%
三线城市用户	15%
四线城市用户	11%
五线城市用户	7%
男性用户	39%
女性用户	61%
19-25岁用户	15%
26-35岁用户	55%
36-45岁用户	30%

# 关于TalkingData

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的第三方数据智能服务商。TalkingData秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，围绕SmartDP（TalkingData数据中台）构建“连接、安全、共享”的数据智能应用生态，致力于帮助商业企业和现代社会实现以数据为驱动力的智能化转型。

作为一家技术型创业公司，TalkingData重点投入大数据、人工智能技术的探索与演进，并与全球顶尖科研机构和创新团队合作，实现国际前沿技术在国内丰富场景上的落地应用。TalkingData提出“成效合作伙伴”模式，并凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，帮助企业从数据中获取商业价值，已在加速金融、零售、互联网、智慧城市等众多行业和领域数字化进程的实践中积累了丰富经验。



TalkingData

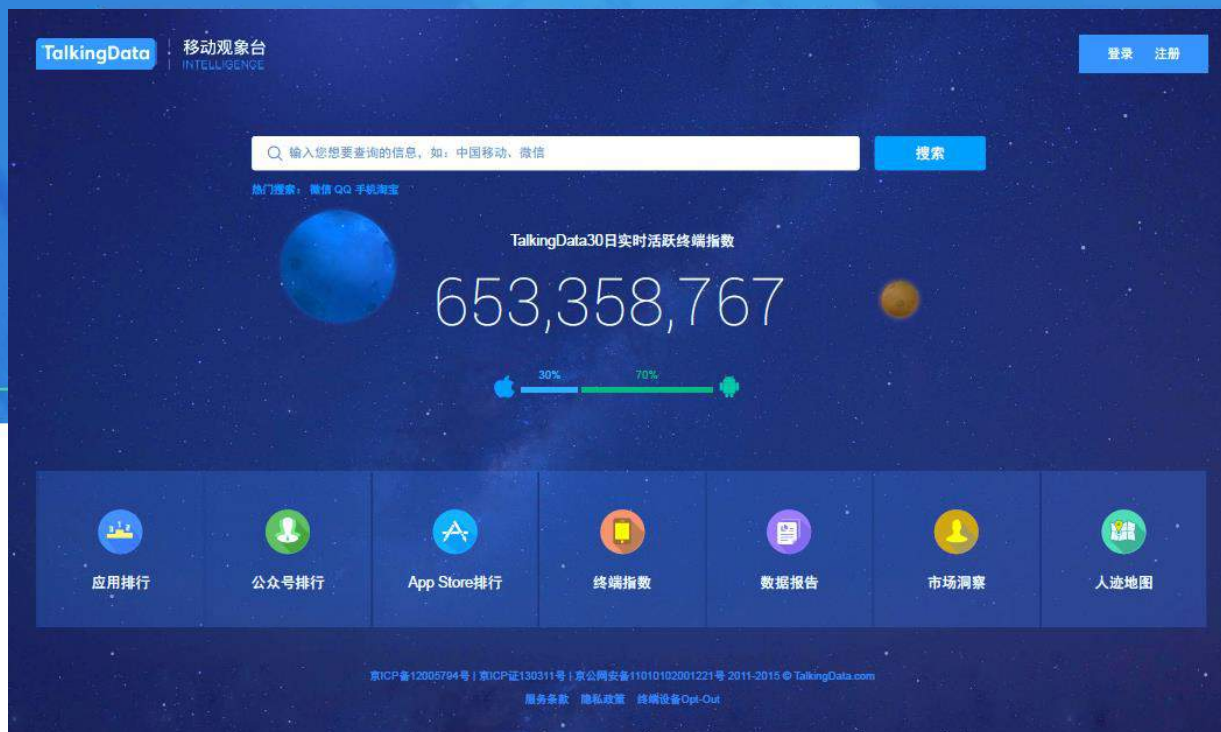
# 移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com



移动观象台





# 移动观象台

## 纵览行业数据 解析移动趋势

mi.talkingdata.com



扫码访问 移动观象台

### 应用排名

提供全平台（Android+iOS）应用排行，呈现热门应用和领域，帮助用户洞悉市场与人群

### 数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析

### 公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行

### 市场洞察

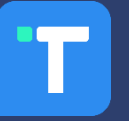
基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度

### 微博影响力

通过对微博帐号的粉丝数、发博数、转评度等数据综合计算，提供微博综合影响力排行

### 终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



# 谢谢!

