



×



腾讯课堂

中国在线教育平台学员大数据报告

——2018年腾讯课堂学员数据研究报告

亿欧智库 www.iyiou.com/intelligence

Copyrights reserved to EO intelligence, January 2019

目录

CONTENTS

1. 项目研究回顾
2. 腾讯课堂概览
3. 腾讯课堂整体学员画像
4. 腾讯课堂学员找课和上课行为
5. 腾讯课堂细分学员对课程的选择
6. 腾讯课堂学员付费行为
7. 腾讯课堂之最

Part1. 项目研究回顾



技术推动在线教育发展

随着在线直播录播音视频技术的进步，随时随地均可学习的便捷性成为可能，2010年后，国内开始大量涌现在线教育品牌。



消费者对知识的需求被激发

“活到老，学到老”的理念以及新兴职业领域的蓬勃发展，使得消费者对于知识技能的需求日益增长；另外，对于知识的付费意愿提升，教育需求和教育消费都迎来了新的升级。



线上成为教育不均衡的出口

但地区与地区间教育资源不平衡的状况依然存在，在线教育跨地域教师资源优化配置的独特价值，调和了空间上的供需矛盾，成为有效的解决方案。



综合平台玩家具独特优势

在众多在线教育玩家中，综合平台型在线教育品牌能为消费者提供更加多元化的内容，以及覆盖选择多样的消费群体。



研究目的

本篇研究，亿欧智库联合腾讯课堂，进一步挖掘腾讯课堂学员的属性及学习行为习惯，分析不同细分人群在课程寻找、选择、观看、付费等环节的偏好，希望有助于公众和市场更加了解在线教育平台。



数据来源

报告中数据均来自于腾讯课堂。



样本选取

除专门说明外，报告中2018年数据均截止于2018年11月30日。同时，选取2017年12月1日至2018年11月30日作为一年时间段。报告中学员年龄也截止至2018年。



隐私声明

本报告基于腾讯课堂真实运营数据，并经过脱敏处理。



腾讯课堂主体学员画像

腾讯课堂学员主体为男性，集中在19-33岁，学历集中在大专/本科以下，主要来自广东、江浙和教育大省。



IT·互联网类课程最受欢迎

腾讯课堂下设六大类目课程，分别是IT·互联网、设计·创作、职业·考证、升学·考研、兴趣·生活、语言·留学；其中IT·互联网最受欢迎，2018年全年报名人数超过336万。



学员上课行为

71%的学员会通过移动端访问平台，但PC端上课仍是主流；且互动性强的课程，学员更爱直播，但选择录播的学员占比相较去年增长4个百分点。



细分学员对于课程的选择

男性扎堆IT·互联网课程，女性需求更加多样化；全年龄段掀起IT·互联网学习热潮，不过未成年人还得主抓应试学习，“而立”之后职场压力变大。



腾讯课堂学员付费行为

男性学员在IT·互联网、职业·考证、兴趣·生活类目的客均付费金额比女性略高；虽然付费金额最多来自于90后刚工作的人群，但更年轻的学员已经养成教育付费的习惯。

Part2. 腾讯课堂概览

入驻平台机构及课程

学习成为全民追求，腾讯课堂成为在线教育平台领先玩家

- 近年来，学习逐渐成为全民追求。腾讯课堂凭借腾讯社交积累的海量学员优势以及品类丰富、课程多样的供应商资源，成为在线教育平台中的领先玩家。
- 从2014年4月上线至今，腾讯课堂在合作伙伴数量及课程规模上有了很大提升，为消费者提供了丰富的学习资源，入驻平台机构年复合增长率为96%，课程规模年复合增长率为126%。

2018年腾讯课堂基本数据



100万+ 周度上课学员



5.8万+ 入驻机构

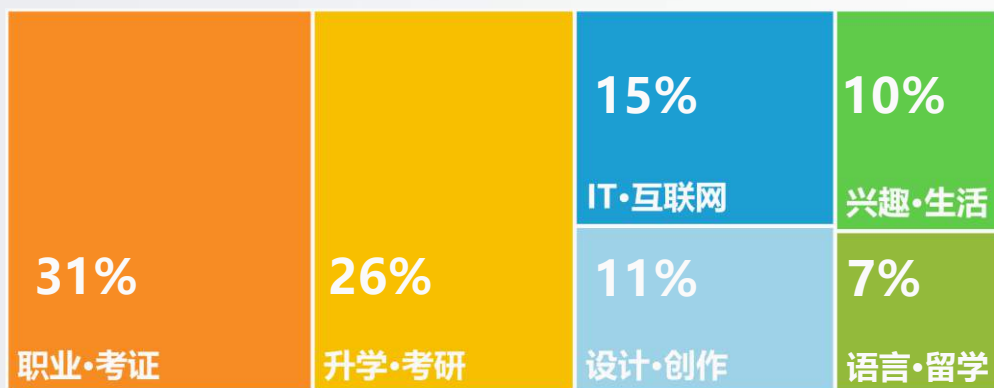


12万+ 在架课程

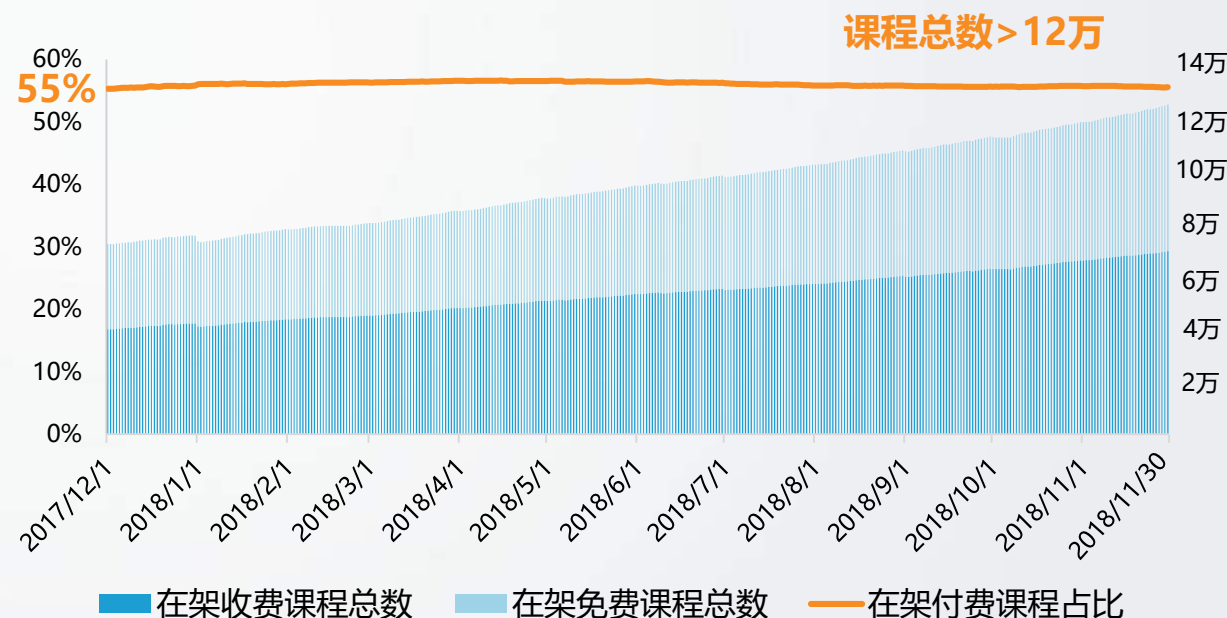
在架课程12万+，主要集中在职业·考证和升学·考研类目，付费课程数量占比55%

- 截止至2018年11月30日，腾讯课堂在架课程总数超过12万门，课程设置主要集中在职业·考证和升学·考研类目，两者占比达到57%。
- 付费课程数量超过免费课程，在架付费课程占比一直维持在55%左右。

腾讯课堂不同学习类目的课程数量分布情况



腾讯课堂在架付费和免费课程情况



说明：选取2017年12月1日至2018年11月30日作为一年时间段。

Part3. 腾讯课堂整体学员画像

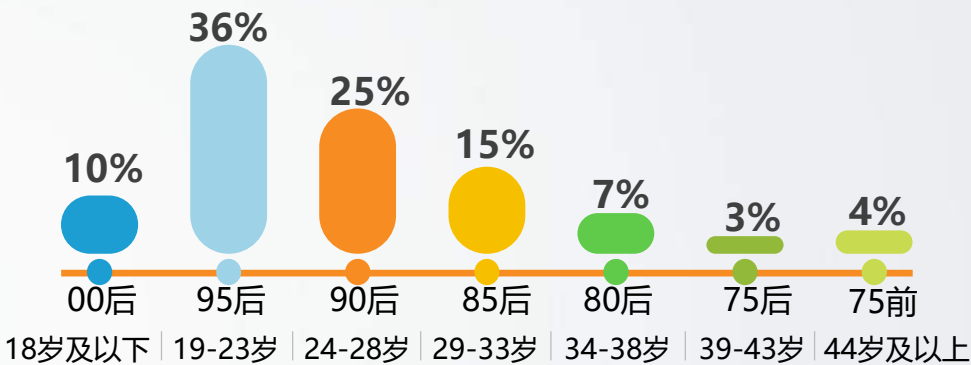
选择不同课程的典型学员画像

腾讯课堂学员主体为男性，集中在19-33岁，学历集中在大专/本科以下，主要来自广东、江浙和教育大省

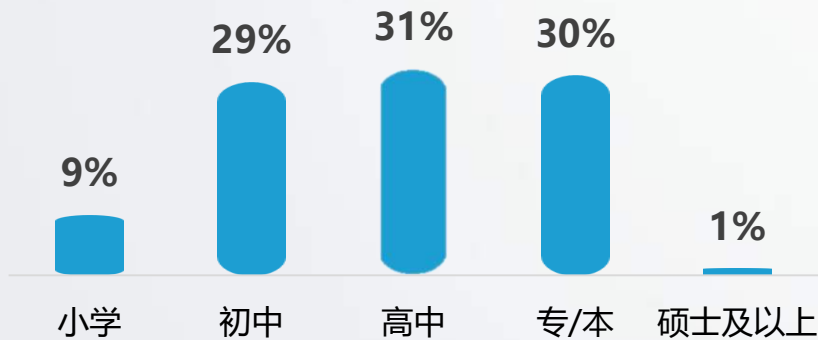
腾讯课堂学员性别分布



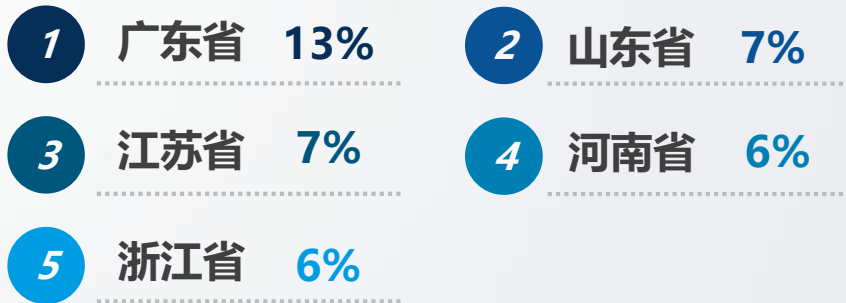
腾讯课堂学员年龄分布



腾讯课堂学员学历分布

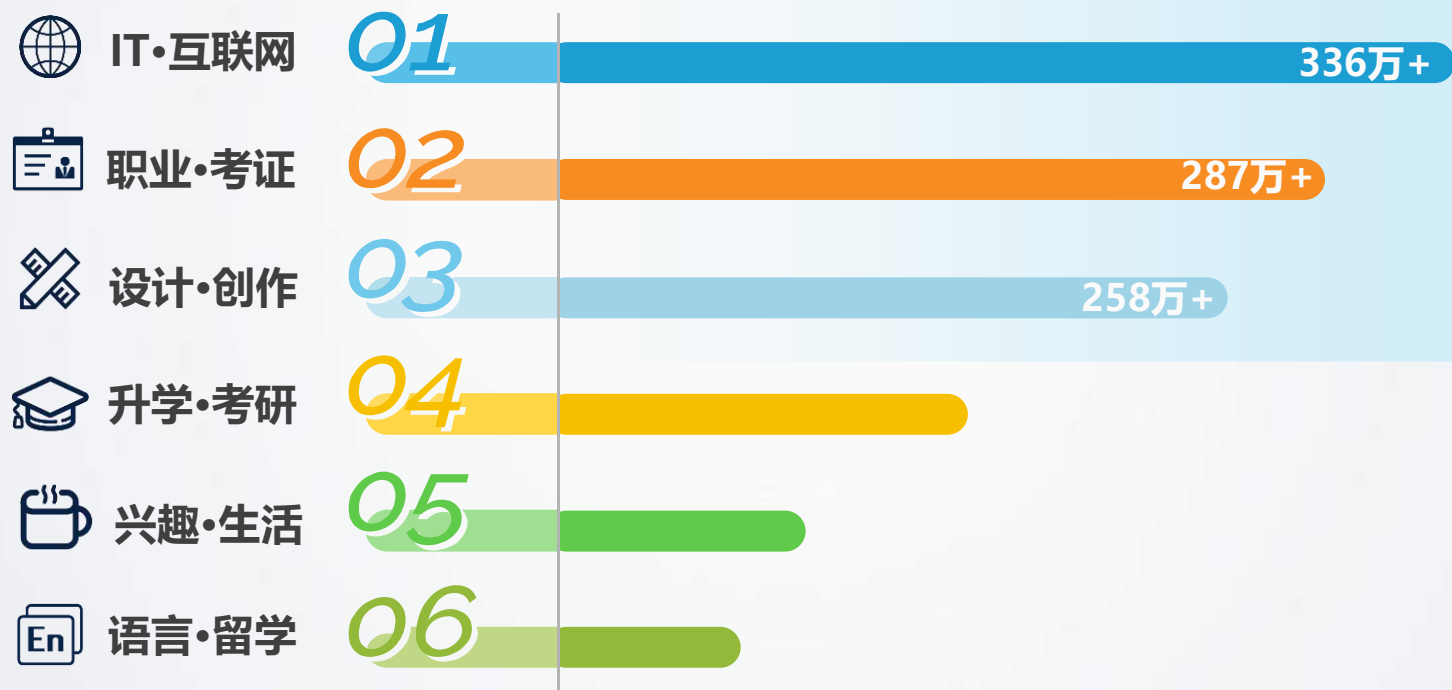


腾讯课堂学员地区分布TOP5

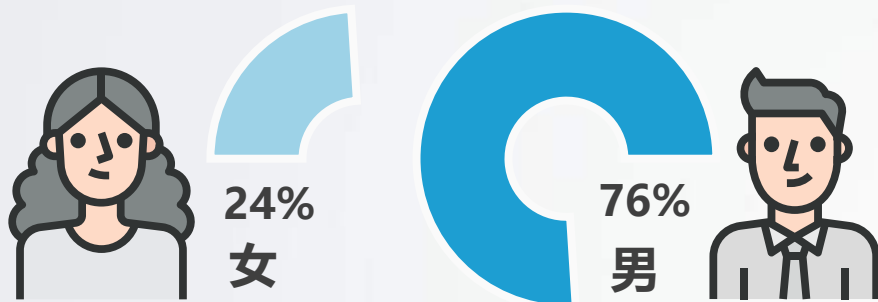


IT·互联网、职业·考证、设计·创作是受学员欢迎的类目TOP3

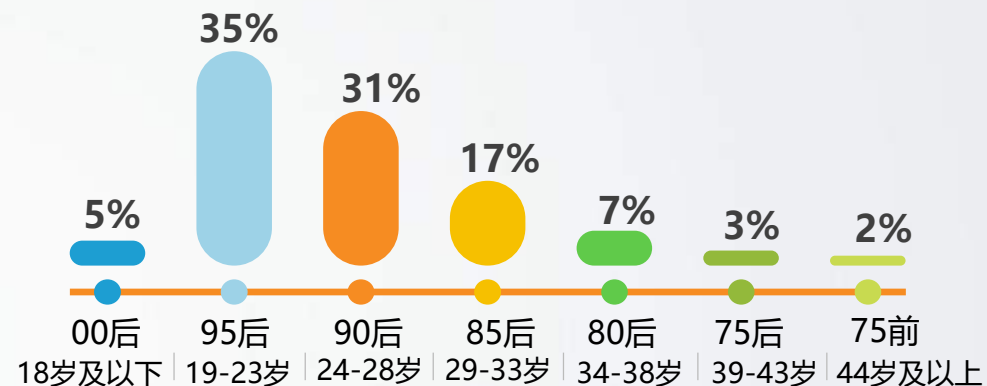
腾讯课堂六大类目2018年报名人数



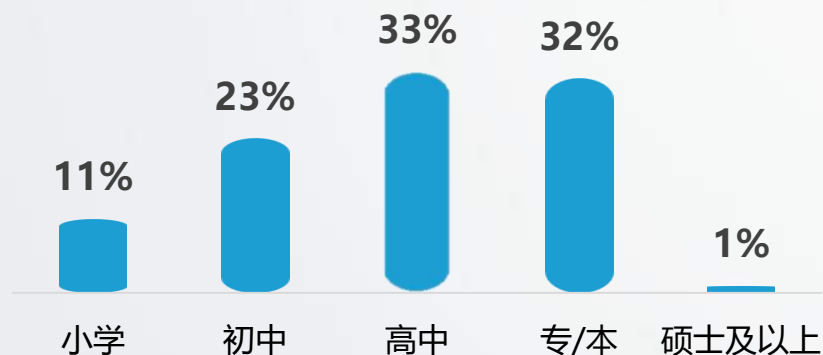
IT·互联网学员性别分布



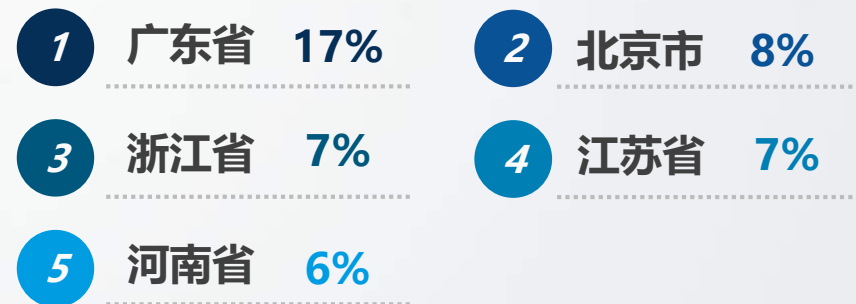
IT·互联网学员年龄分布



IT·互联网学员学历分布

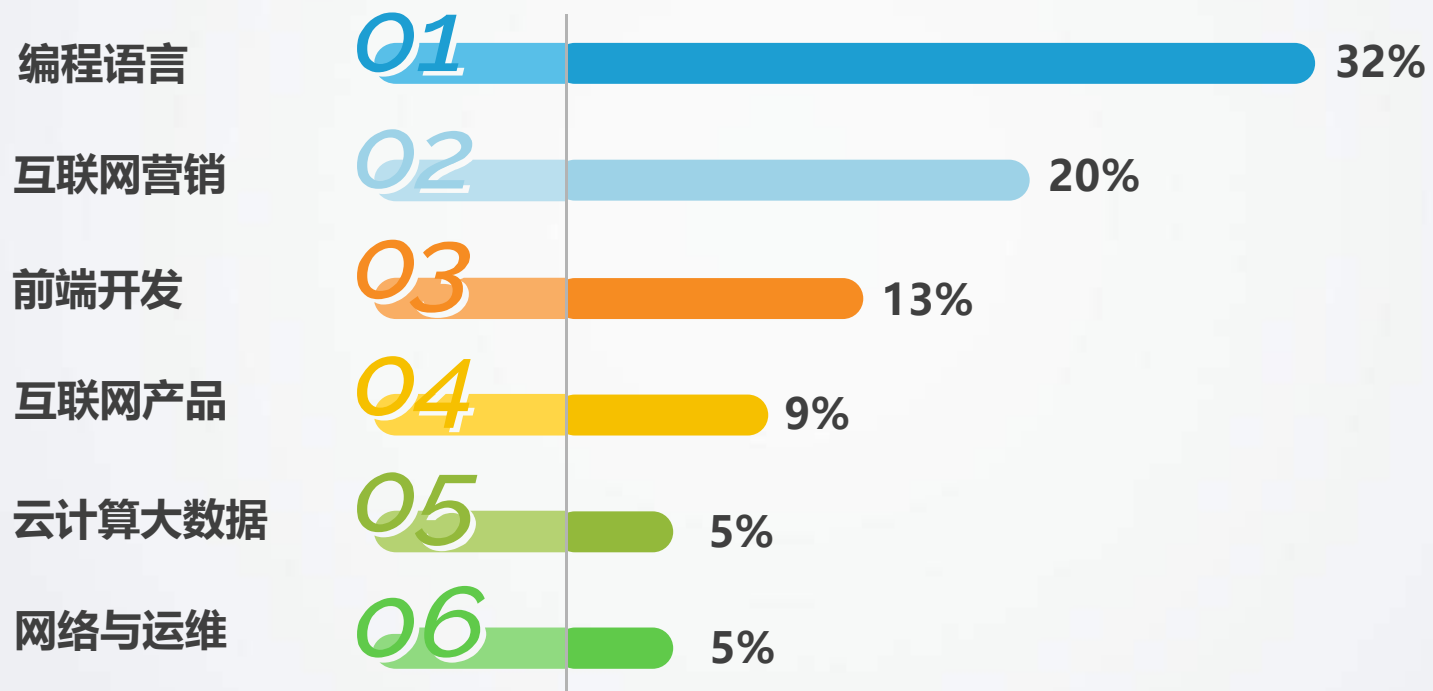


IT·互联网学员地区分布TOP5



- 编程语言（32%）和互联网营销（20%）最受欢迎，合计学员数量占比超过IT·互联网类目总学员的一半。

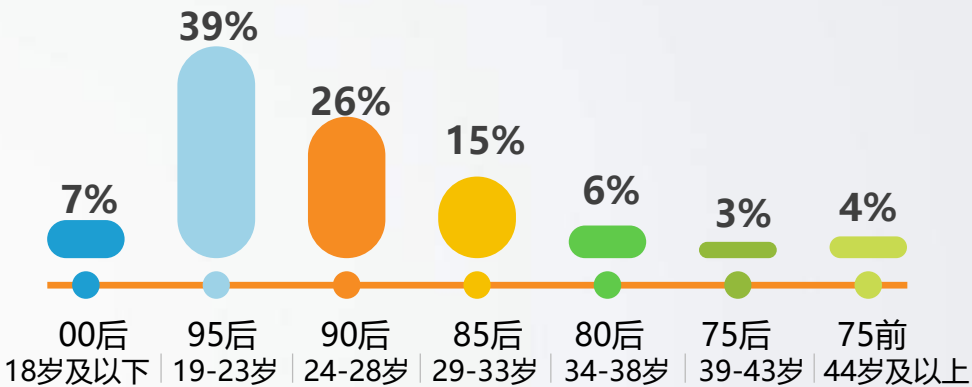
IT·互联网下子类目学员主要选择分布TOP6



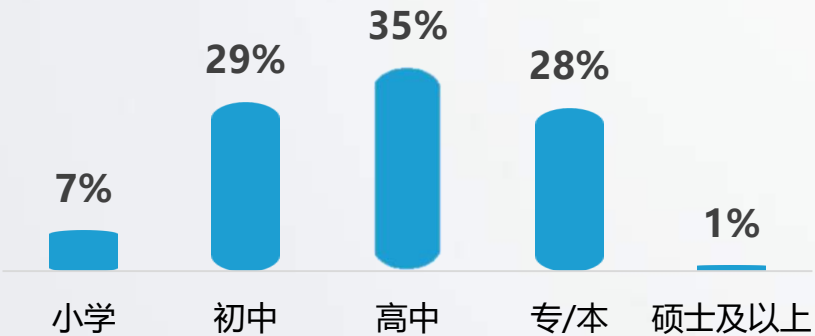
设计·创作学员性别分布



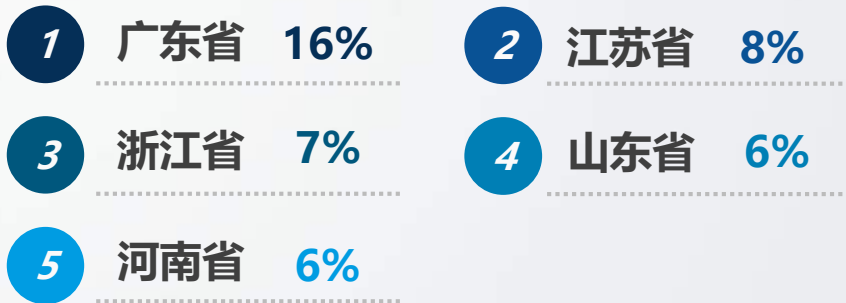
设计·创作学员年龄分布



设计·创作学员学历分布



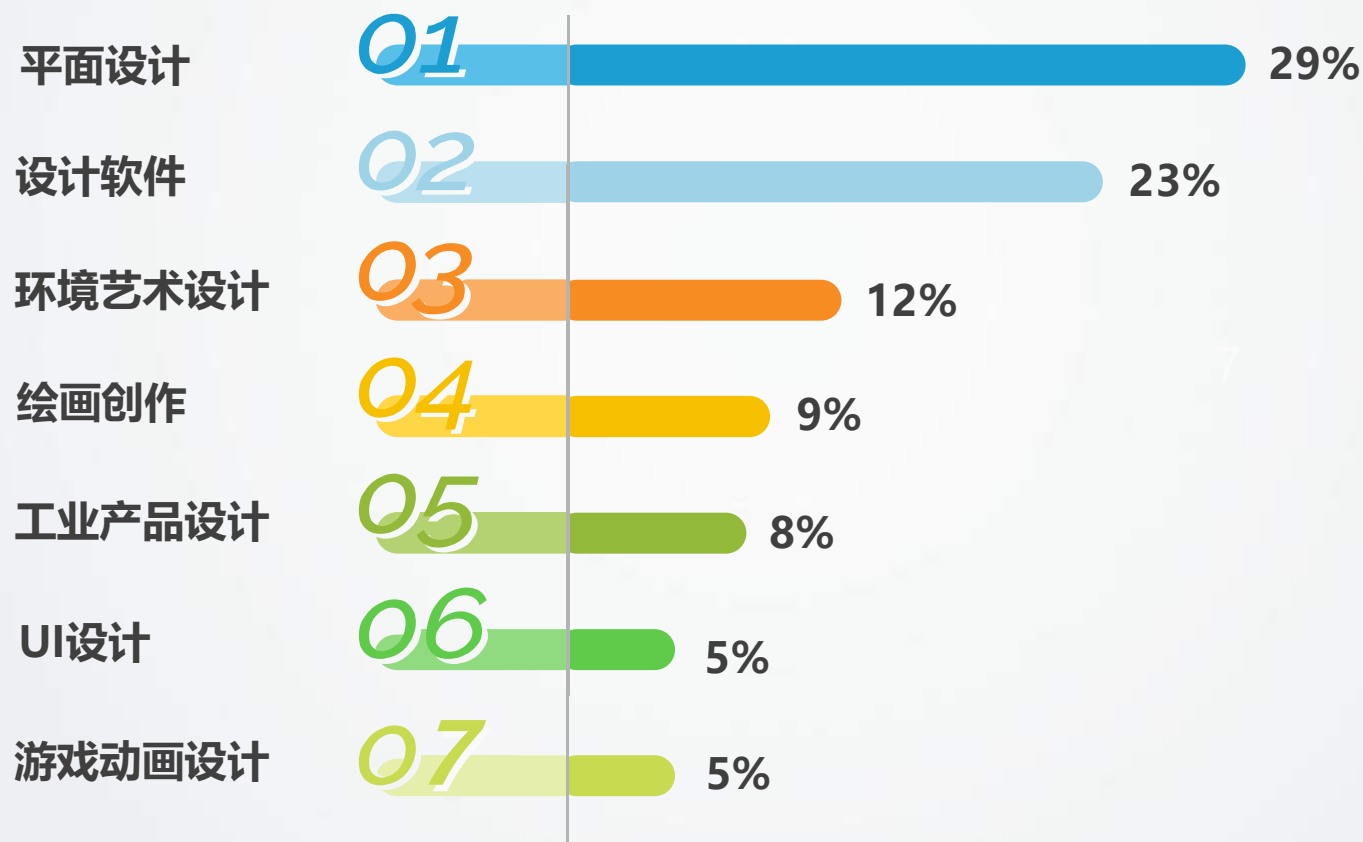
设计·创作学员地区分布TOP5



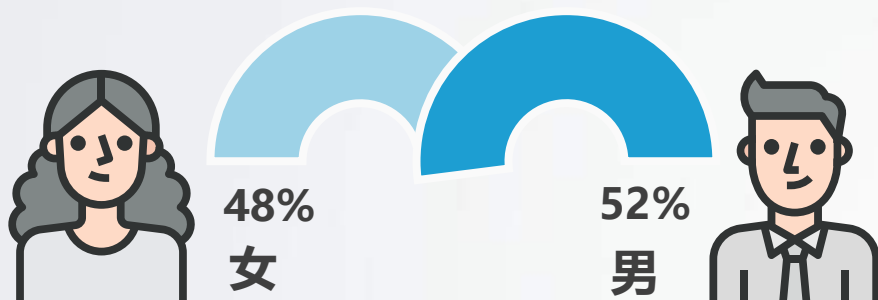
- 主要学习平面设计（29%）和软件设计（23%）。



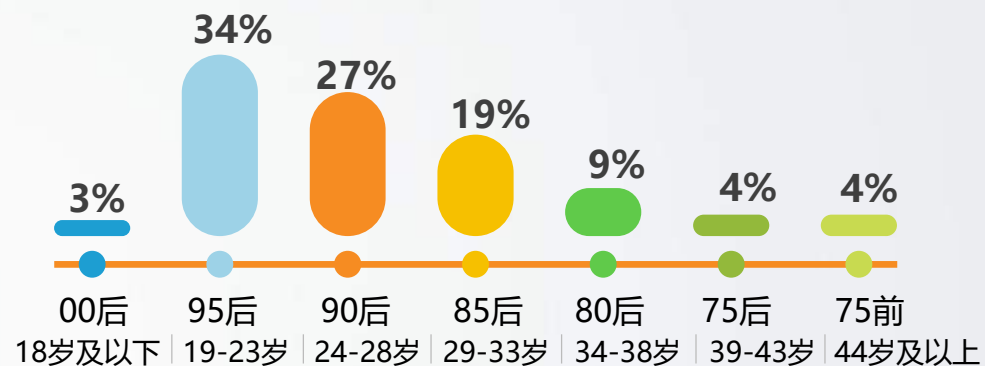
设计·创作下子类目学员主要选择分布TOP7



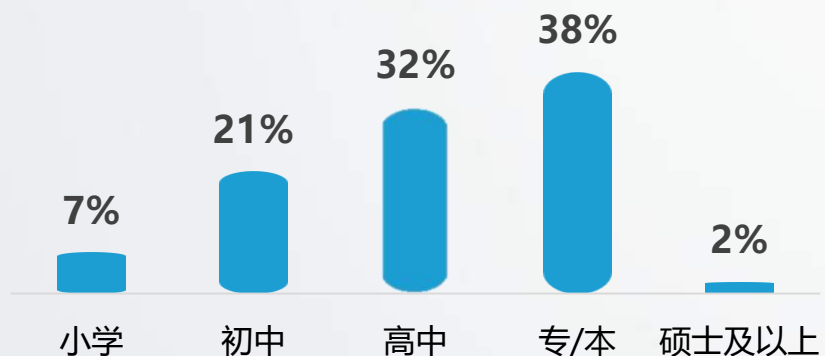
职业·考证学员性别分布



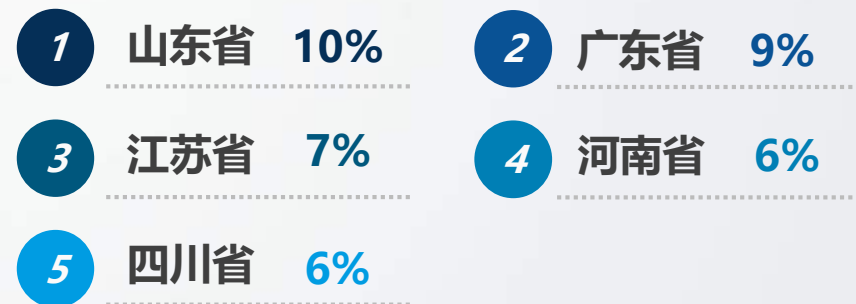
职业·考证学员年龄分布



职业·考证学员学历分布

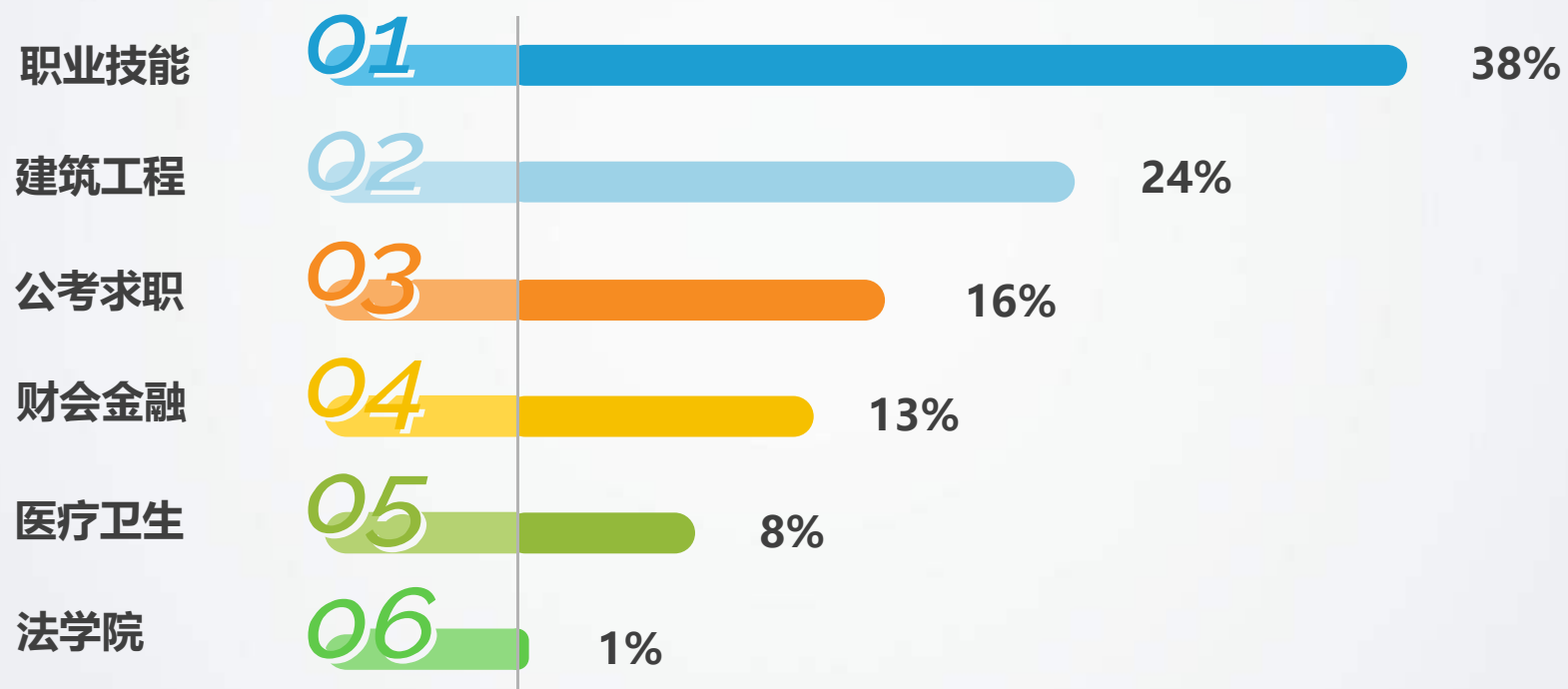


职业·考证学员地区分布TOP5



- 学习职业技能的学员占比最高，其次是专业岗位的考证需要。

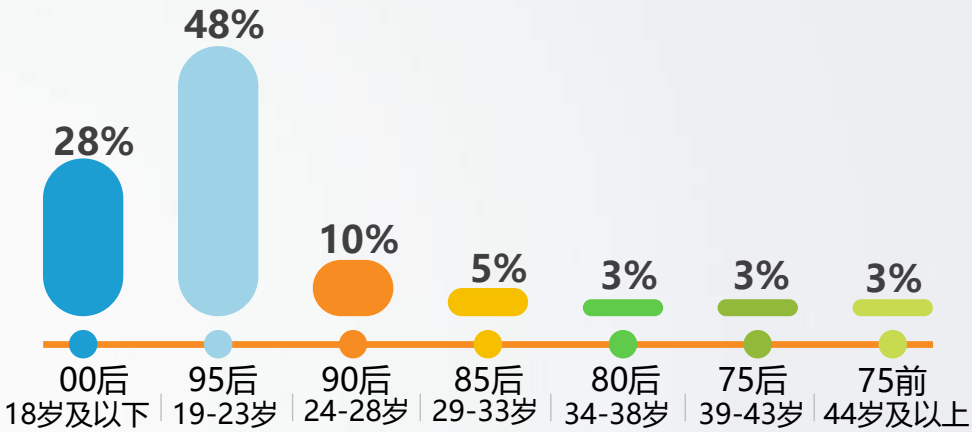
职业·考证下子类目学员主要选择分布TOP6



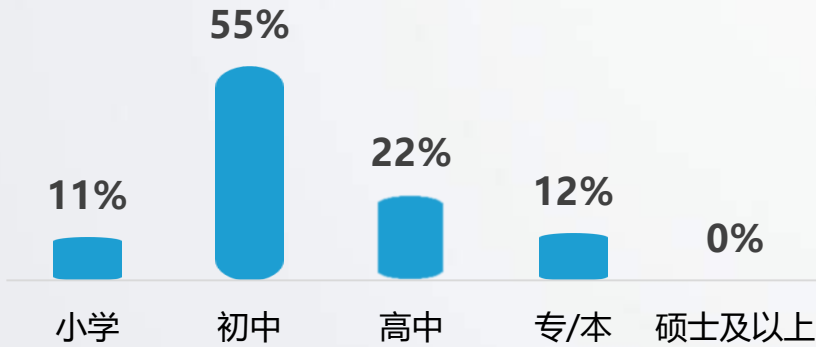
升学·考研学员性别分布



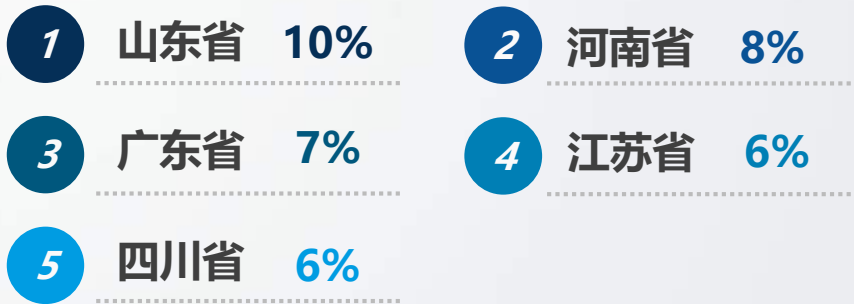
升学·考研学员年龄分布



升学·考研学员学历分布

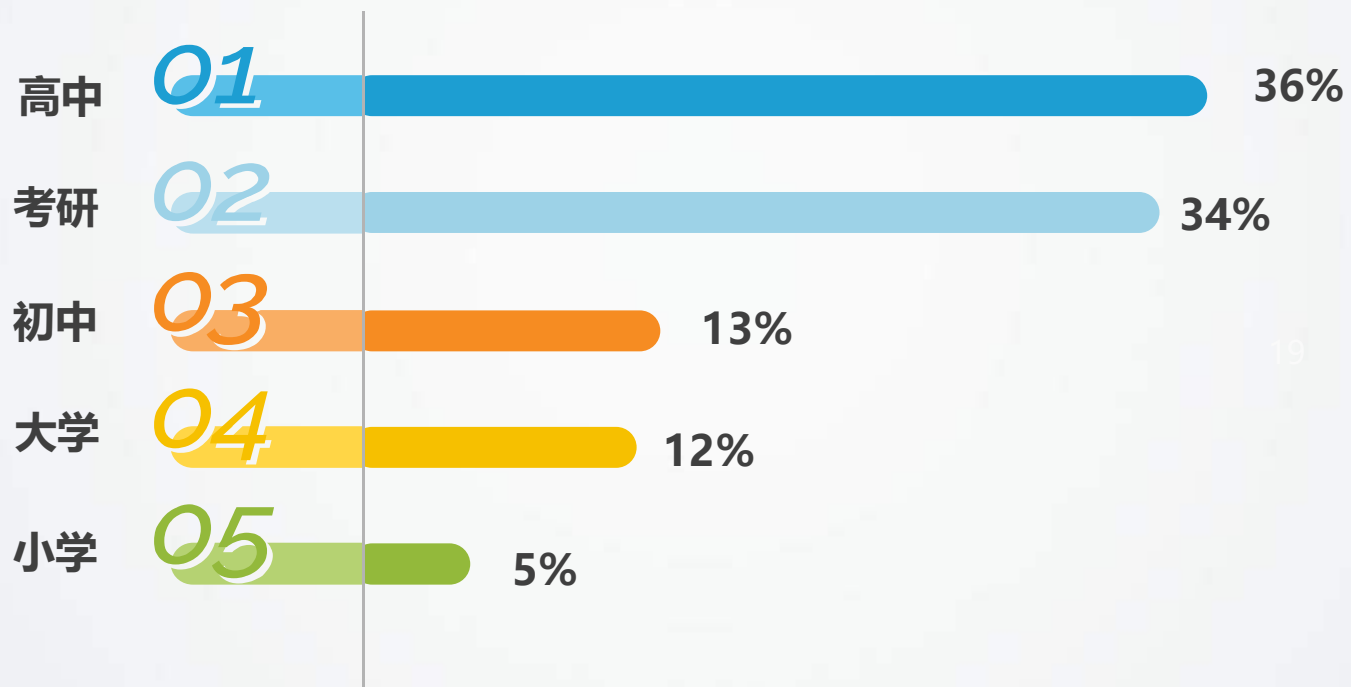


升学·考研学员地区分布TOP5

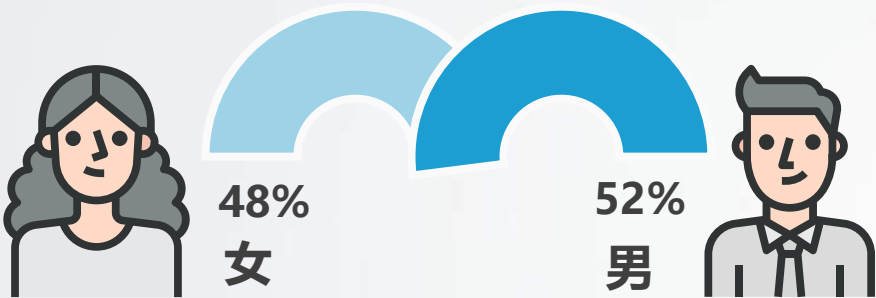


- 高考和考研是该类课程学员学习的主要动力。

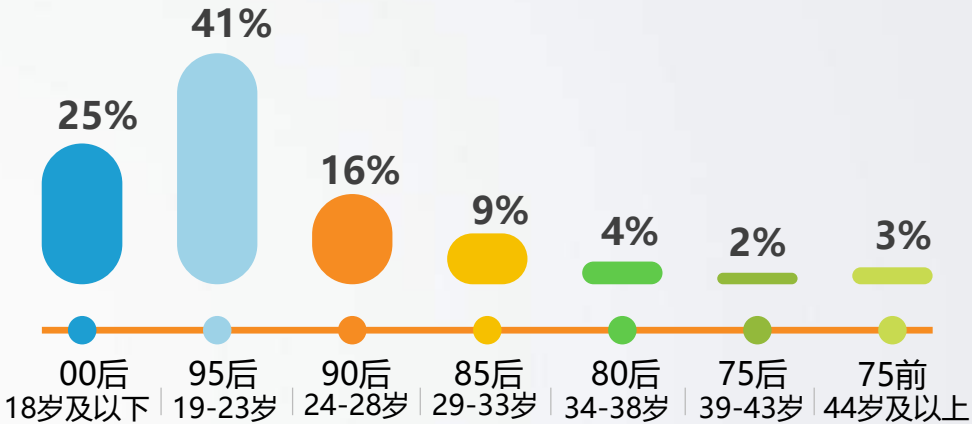
 升学·考研下子类目学员主要选择分布TOP5



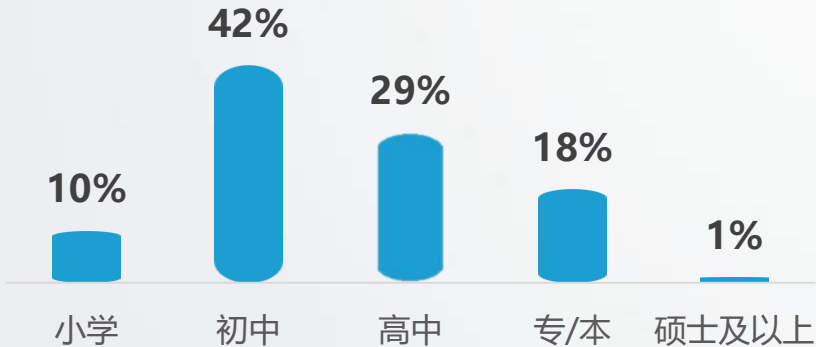
语言·留学学员性别分布



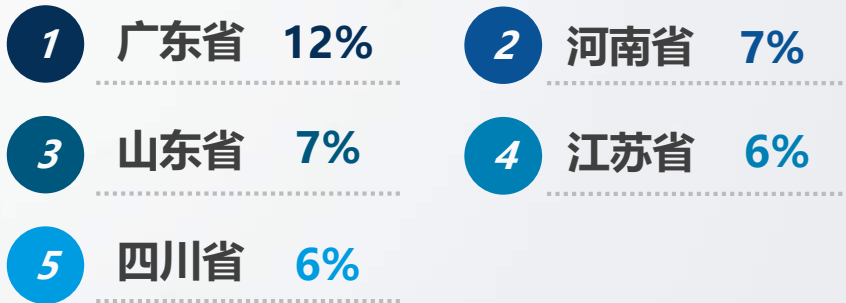
语言·留学学员年龄分布



语言·留学学员学历分布

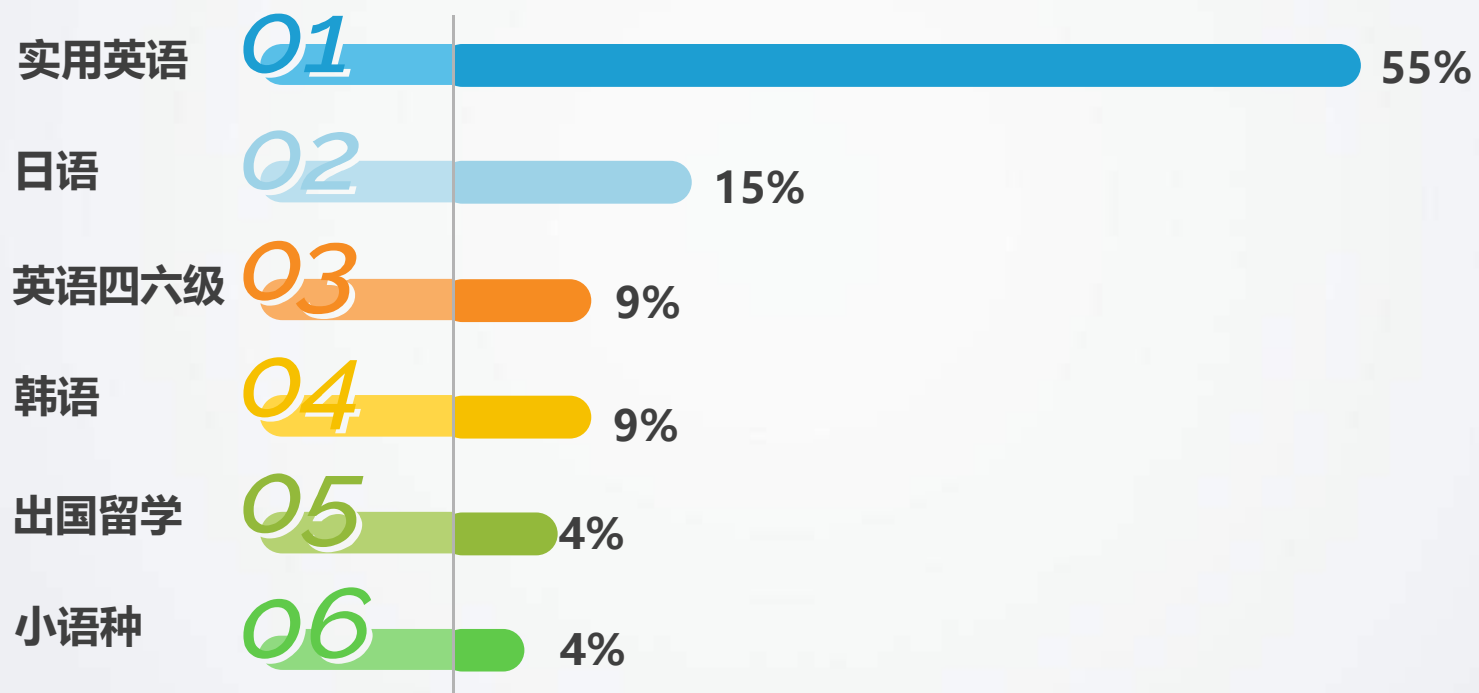


语言·留学学员地区分布TOP5

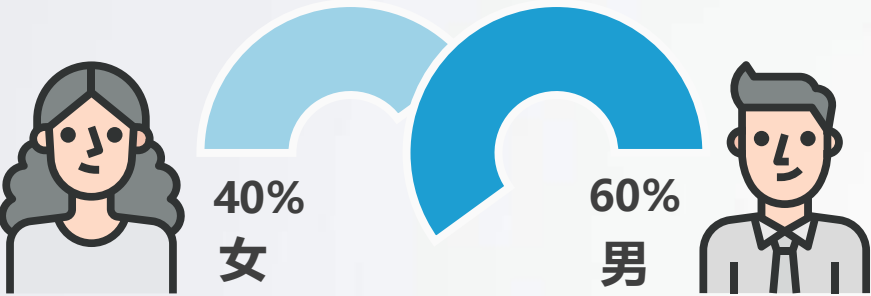


- 实用英语仍是主流，但受日漫和韩综的影响，学习日语和韩语的学员也有约四分之一。

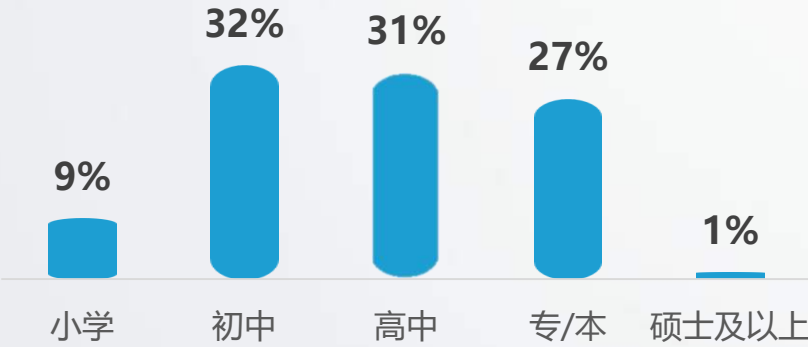
语言·留学下子类目学员主要选择分布TOP6



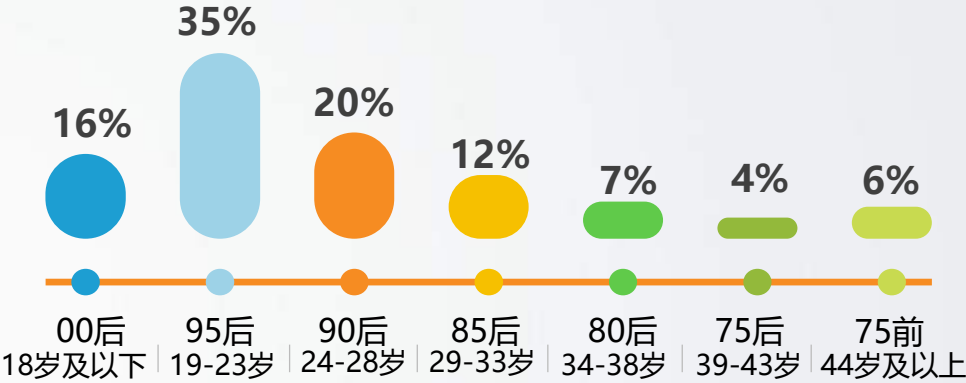
兴趣·生活学员性别分布



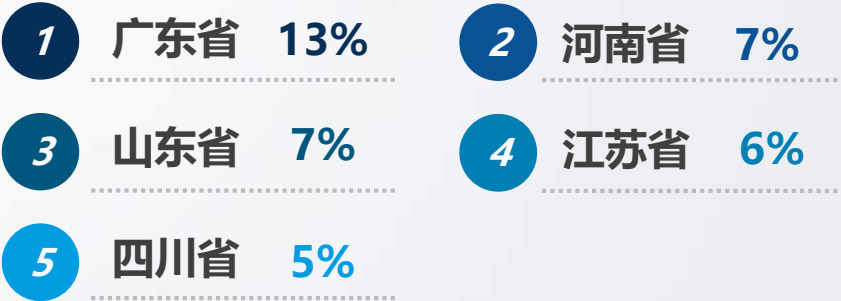
兴趣·生活学员学历分布



兴趣·生活学员年龄分布

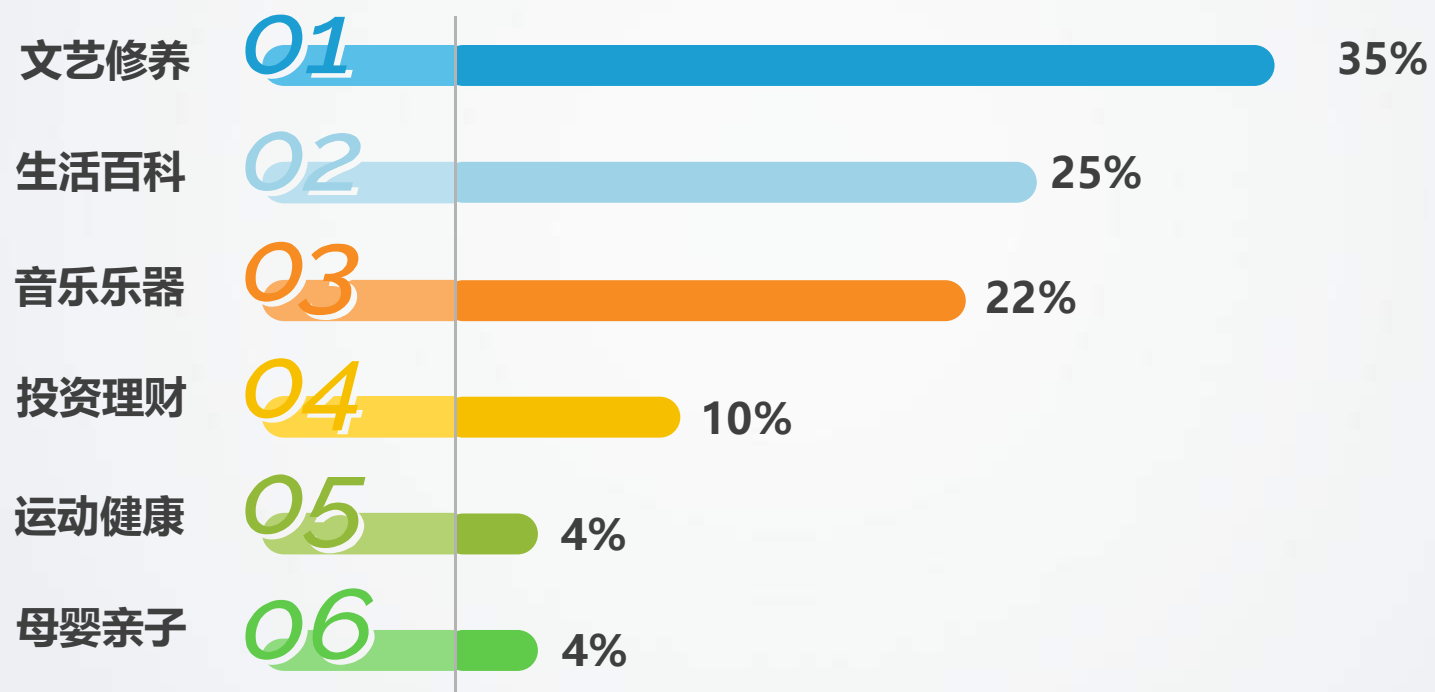


兴趣·生活学员地区分布TOP5



- 学员选择此类课程的目的是提升自我修养或学习生活百科。

 兴趣·生活下子类目学员主要选择分布TOP6



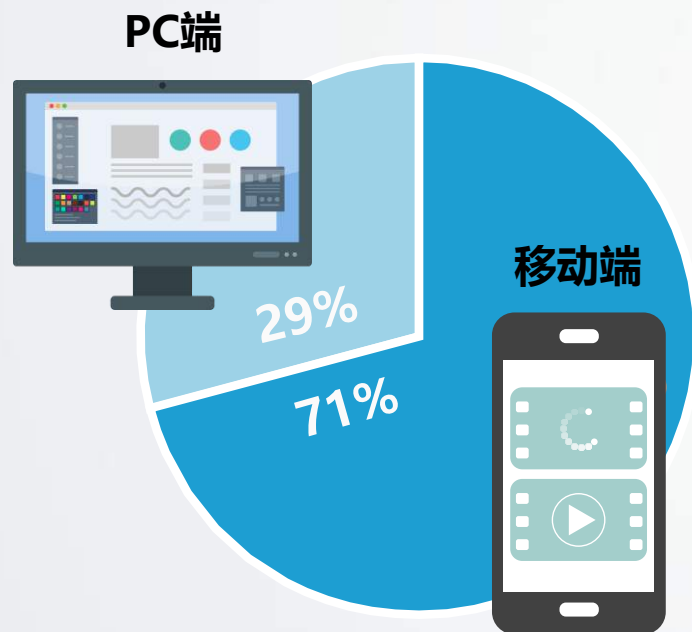
Part4.腾讯课堂学员找课和上课行为

整体及不同性别、地区学员的行为差异

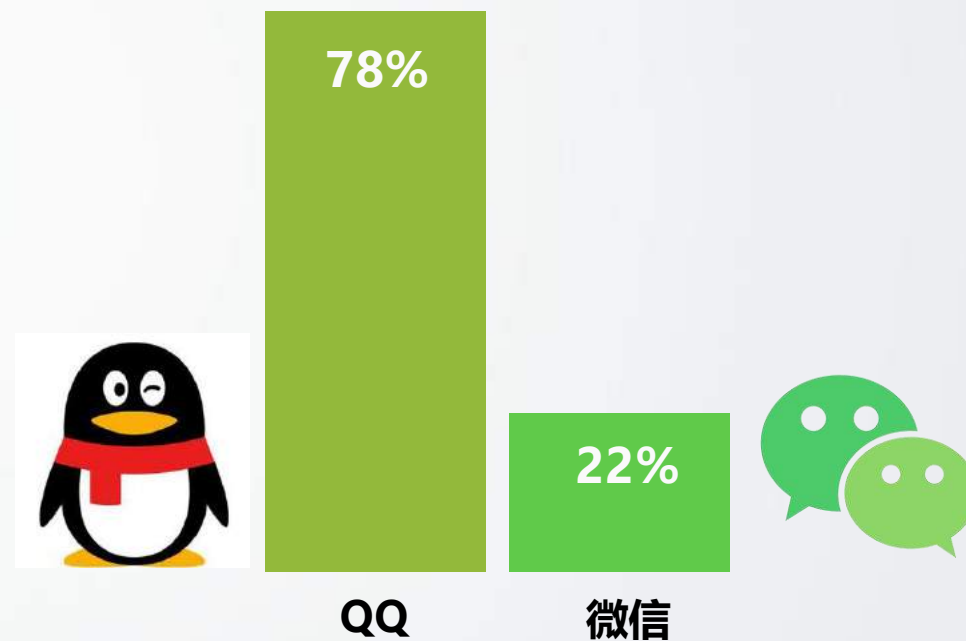
71%的学员会通过移动端访问平台，登陆学员更爱使用QQ账号

- 71%的学员是通过移动端对平台进行的访问，29%的学员会通过PC端访问。
- 从学员登陆平台的方式上看，78%的学员选择采用QQ账号进行登陆。

学员分端访问情况



QQ、微信两种形式登陆学员情况



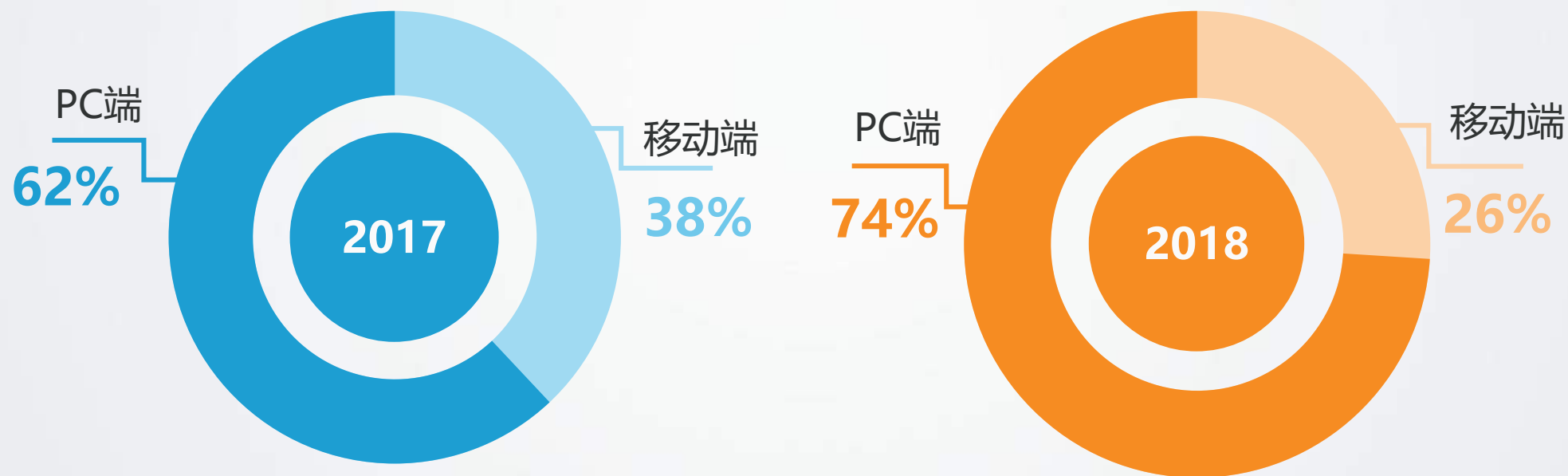
- ## 学员搜索TOP300词频词云



PC仍是最受学员欢迎的学习终端

- 从上课方式上看，传统PC端还是最受欢迎的方式。

腾讯课堂学员分端上课情况

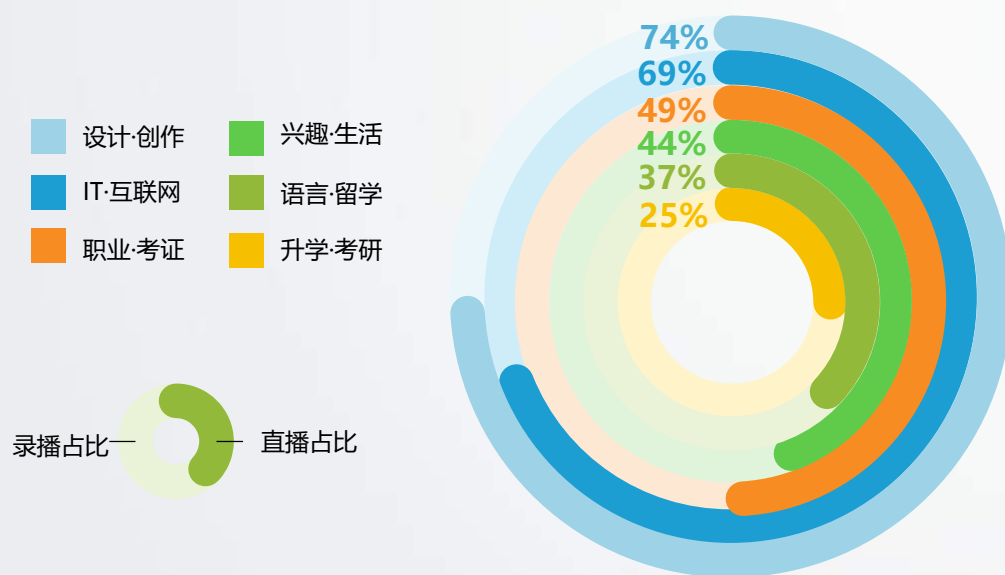


说明：H5，APP-Android，APP-iOS均属于移动端。

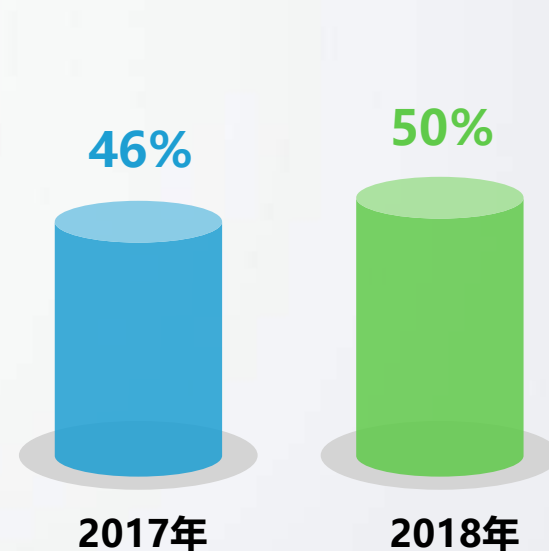
互动性强的课程学员更爱直播，但选择录播的学员占比相较去年增长4个百分点

- 针对IT·互联网、设计·创作这类互动性强、重操作的课程，绝大部分学员仍然更倾向于直播课程。
- 但升学·考研、语言·留学、兴趣·生活等理论较重的课程，大部分学员会选择录播的形式上课。
- 通过与2017年的数据对比发现，平台整体选择录播形式上课的学员占比较去年增长4个百分点。

2018年腾讯课堂学员在不同学习类目选择上课模式情况



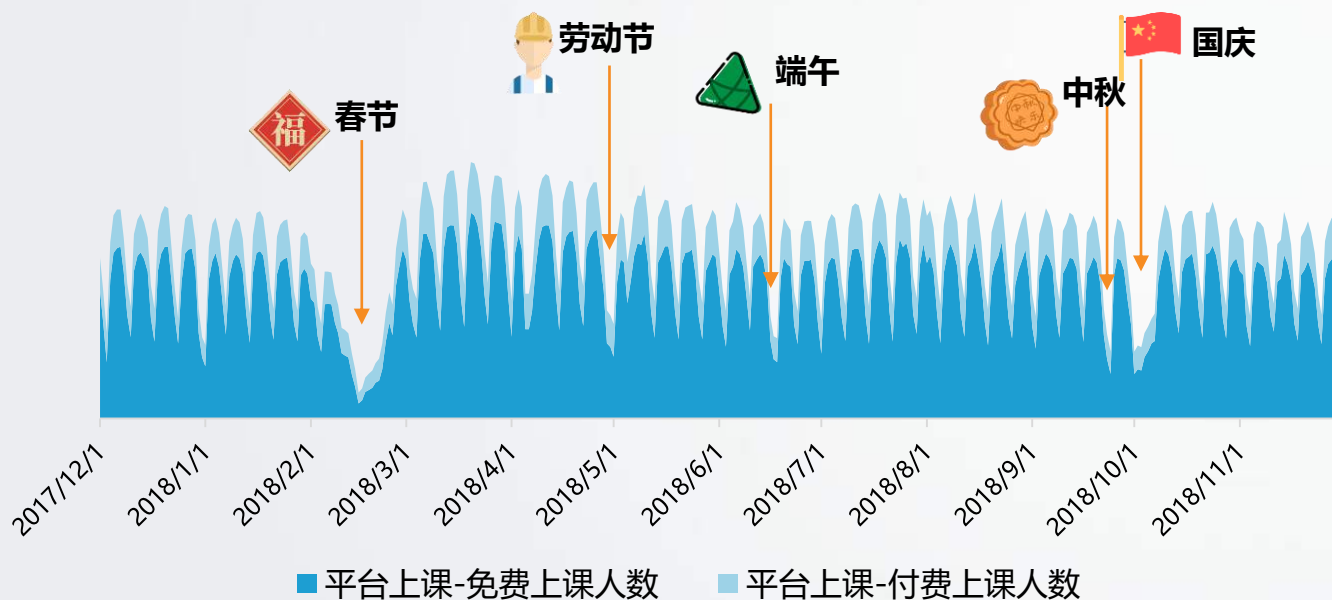
平台选择录播课学员占比变化



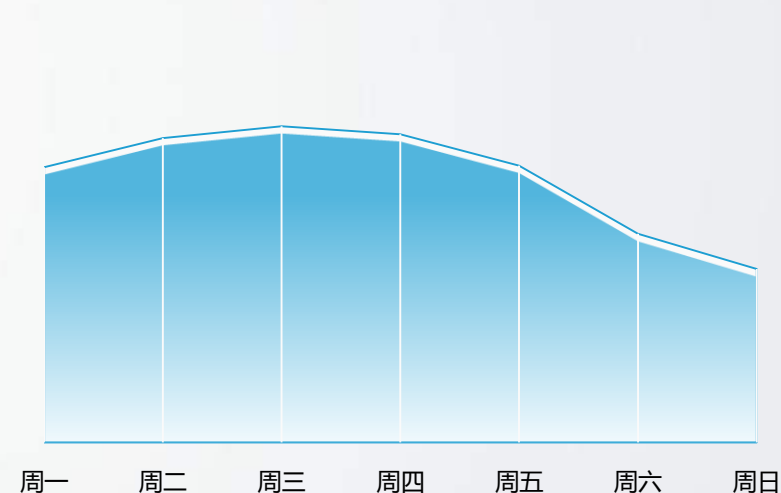
学习留给工作日，假期就要到处嗨

- 春节之后的3月份，上课人数呈现全年最高峰，应了“新年新气象”的俗语。
- 上课人数集中在工作日，每到周六、日上课人数相对较少，国家法定的大小长假期间尤为明显。
- 成功避开“假期综合症”的每周三成为上课人数最多的时间。

腾讯课堂上课人数随时间变化曲线（年度）



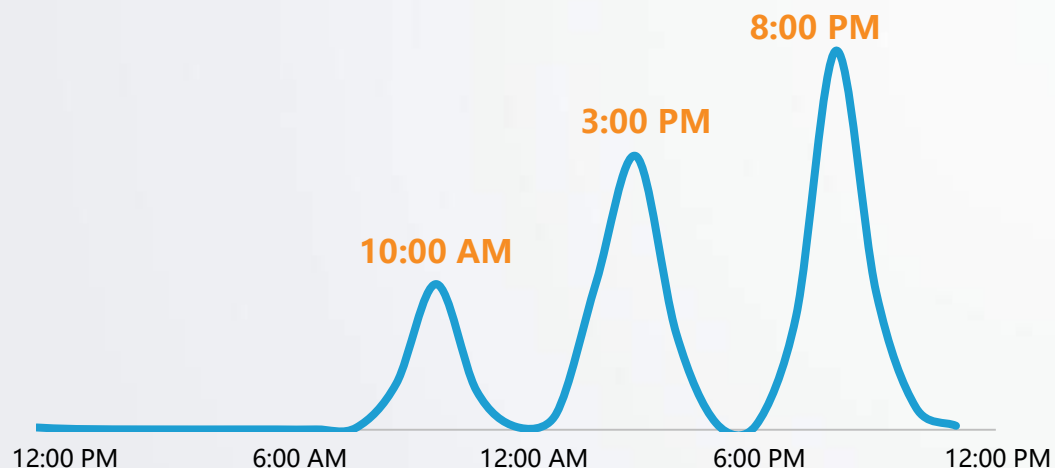
一周平台平均上课人数变化曲线



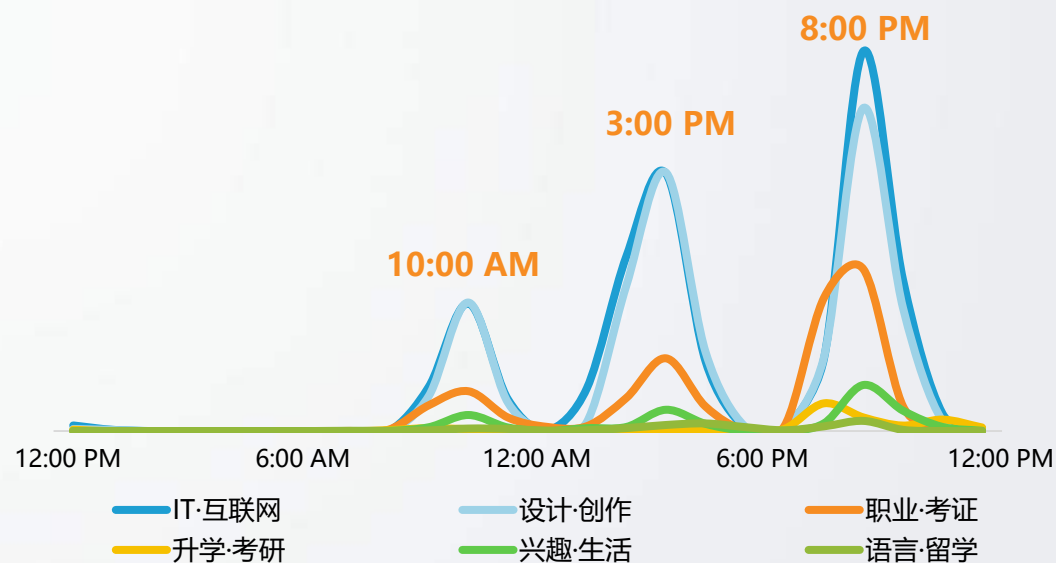
早中晚都能掀起一次学习小高峰

- 从一天来看，平台整体学员的学习时间集中在下午至深夜（12时-24时）。
- 上午10点、下午3点和晚上8点是学习的三个高峰时段。
- 晚间时段，职业·考证、升学·考研两个类目学员的学习高峰时段提前半小时到一小时。

腾讯课堂整体学员学习时段分布



腾讯课堂不同学习类目学员学习时段分布

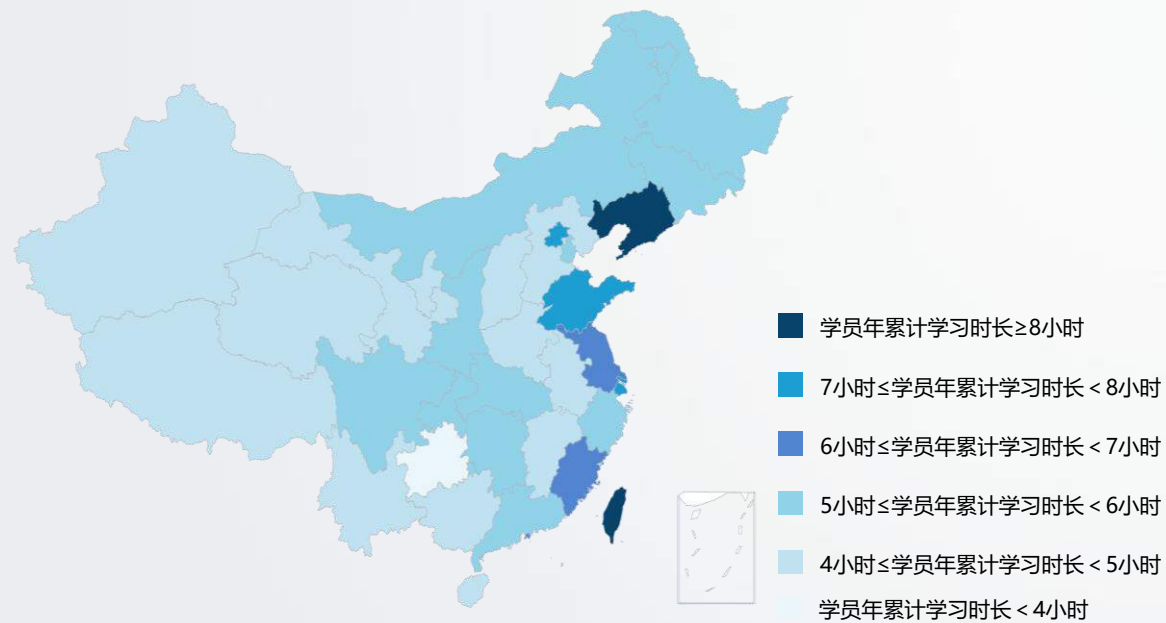


说明：整体学员学习时段分布采用不同时段上课人数平均数制作随时间变化趋势图。

华东学员最勤奋，东北地区紧随其后

- 华东地区学员的最勤奋，人均年累计学习时长达到6.8小时。
- 其次是东北地区的学员，人均年累计学习时长为6.7小时。
- 辽宁省成为最勤奋的省份。

2018年腾讯课堂地区学员年累计学习时长分布
(单位：小时)



地区	人均年累计学习时长 (小时)	该地区学习时长最长的省份	该省人均年累计学习时长 (小时)
华东地区	6.8 ★	山东省	7.7
东北地区	6.7	辽宁省	8.6 ★
华北地区	5.6	北京市	7.3
华南地区	5.2	广东省	5.7
华中地区	5.2	湖南省	5.6
西南地区	4.6	四川省	5.1
西北地区	4.5	陕西省	5.1

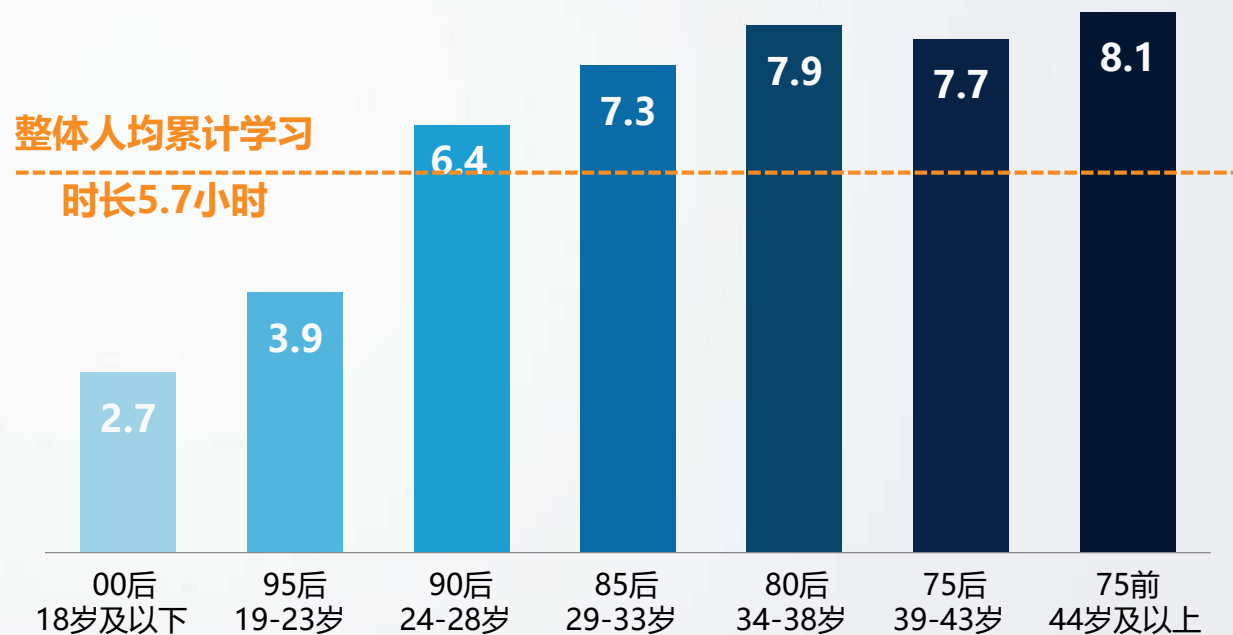
亿欧 女性和年长学员人均年累计学习时长较高

- 从人均年累计学习时长上来看，女性的人均累计学习时长为5.9小时，比男性更长。
- 随着年龄的增长，学习的主观能动性随之增加，整体人均年累计学习时长与年龄基本呈现正相关。

腾讯课堂不同性别学员人均累计学习时长



不同年龄学员人均累计学习时长 (单位: 小时)

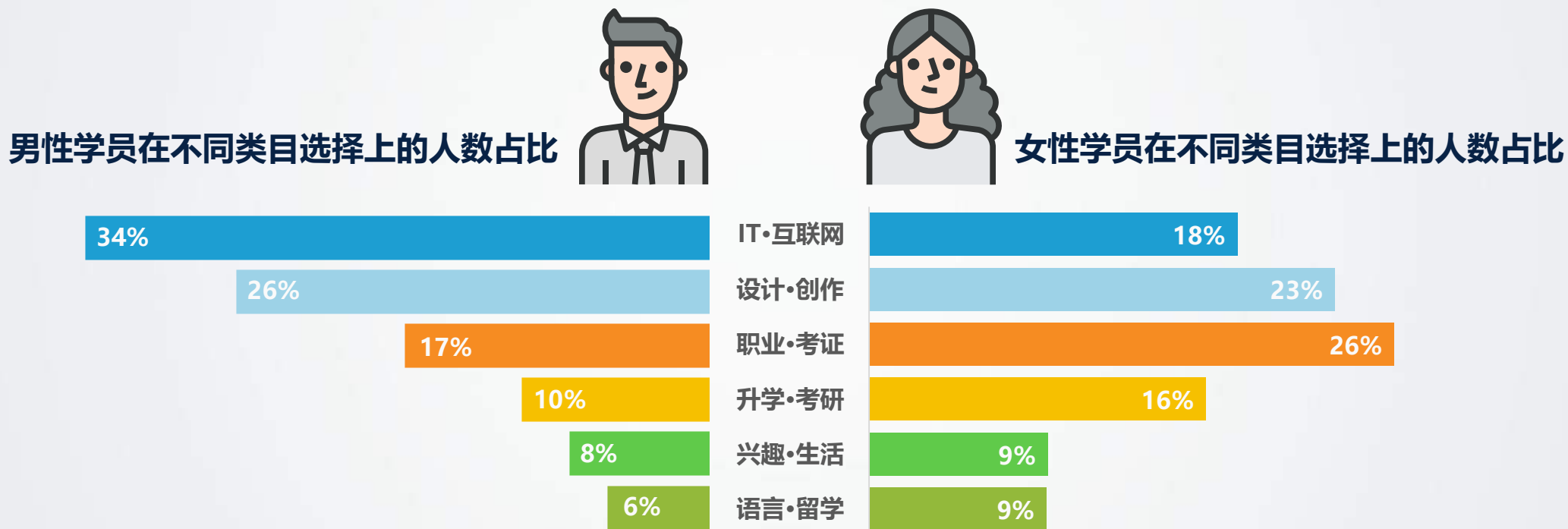


Part5.腾讯课堂细分学员对课程的选择

不同性别、年龄、地区学员的选择差异

男性选择扎堆IT·互联网课程，女性需求更加多样化

- 男性学员选择最多的两个类目是IT·互联网、设计·创作。
- 女性学员选择最多的两个类目是职业·考证、设计·创作，但相对男性来说分布更平均。



亿欧 男性沉迷编程，女性更爱设计，考证考试是“硬需求”

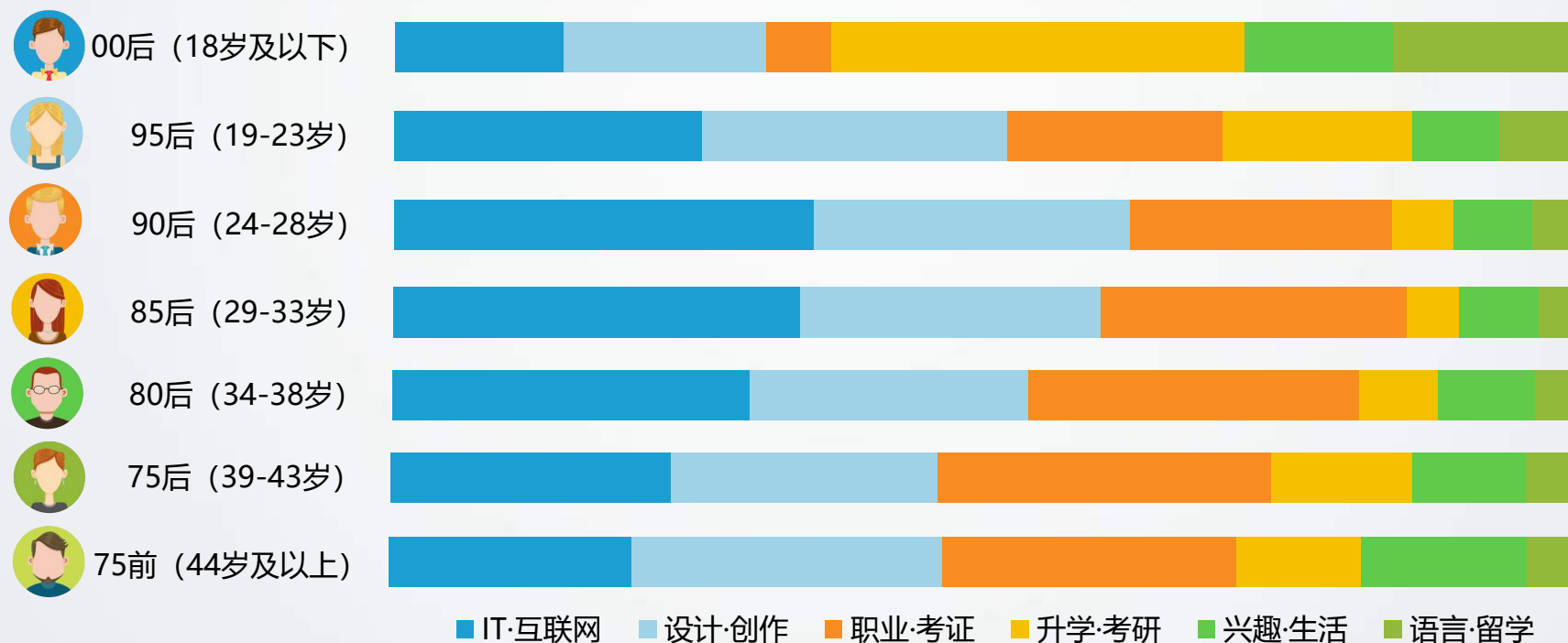
- 在免费课程TOP5中，男性沉迷编程，女性更爱设计。
- 在付费课程TOP5中，无论男女学员的选择都集中在考证、考研等最终以获取证书为导向的课程中。



全年龄段掀起IT·互联网学习热潮，不过未成年人还得主抓应试学习，步入职场后职业压力变大

- 全年龄段的学员都对IT·互联网课程青睐有加，是最受95后-80后（19岁-38岁）学员欢迎的课程类目。
- 00后（18岁及以下）学员面临升学压力，需要将更多的精力放在升学·考研上。
- 在95后到75后（19岁-43岁）的学员中，随着年龄增长有利于职业晋升的考证课程越来越受欢迎。
- 生活压力较小的学员（00后和75前），会将更多的时间投入在兴趣·生活中。

不同年龄学员对于不同学习类目的选择分布



IT·互联网和职业·考证类课程受青睐度较高，应试教育让学生家长都愿意在高考备战上投入

- Java、电商营销、电商美工“通吃”95后-75后（19-44岁）的学员，消防工程师是最受平台欢迎的职业资格子类。
- 应试教育阶段高考指挥棒作用明显。高考备战不仅是00后（18岁及以下）的事，已身为父母的75后（39-44岁）和75前（44岁及以上）也跟着操心。

	00后(18岁及以下)	95后(19-23岁)	90后(24-28岁)	85后(29-33岁)	80后(34-38岁)	75后(39-44岁)	75前 (44岁及以上)
免费	高一	Java	Java	电商营销	电商营销	电商营销	摄影
	中考备战	电商美工	电商营销	Java	电商美工	电商美工	电商营销
	素描	室内设计	电商美工	电商美工	Java	办公软件	影视后期
	产品运营	高考备战	室内设计	室内设计	室内设计	Java	电商美工
	词汇语法	平面设计	平面设计	综合平面设计	办公软件	室内设计	高考备战
付费	高考备战	高考备战	教师考试	电商营销	消防工程师	消防工程师	消防工程师
	高二	教师考试	电商营销	消防工程师	电商营销	电商营销	高考备战
	高一	考研政治	Java	注册工程师	注册工程师	初二	电商营销
	中考备战	室内设计	电商美工	教师考试	电商美工	高考备战	摄影后期
	初二	计算机等级考试	室内设计	Java	室内设计	注册工程师	电商美工

亿欧







新兴业态的发展程度决定了学员学习的课程

- 东南沿海地区学习IT·互联网和创作·设计类目的学员比例较高。
- 西部省份和教育大省学员选择升学·考研、职业·考证类目的学员比例较高。

2018年腾讯课堂各地区学员偏好的学习类目



2018年腾讯课堂各类目最受欢迎的省份

 IT·互联网	北京 48%	上海 41%	广东 36%	浙江 36%	福建 32%
 设计·创作	广东 30%	浙江 30%	江苏 28%	福建 27%	上海 26%
 职业·考证	青海 32%	云南 29%	重庆 27%	山东 27%	贵州 26%
 升学·考研	山西 19%	宁夏 19%	甘肃 18%	山东 17%	贵州 17%
 兴趣·生活	福建 11%	广西 10%	贵州 9%	甘肃 9%	黑龙江 9%
 语言·留学	广西 9%	宁夏 8%	贵州 8%	黑龙江 8%	甘肃 7%

说明：1、“IT·互联网和设计·创作占比前30的地区”表示这些地区学员在以上两类目的报名人数占比在全部地区中排名前30%；
2、“北京 48%”表示2018年有48%的北京学员在腾讯课堂学习IT·互联网类目的课程。

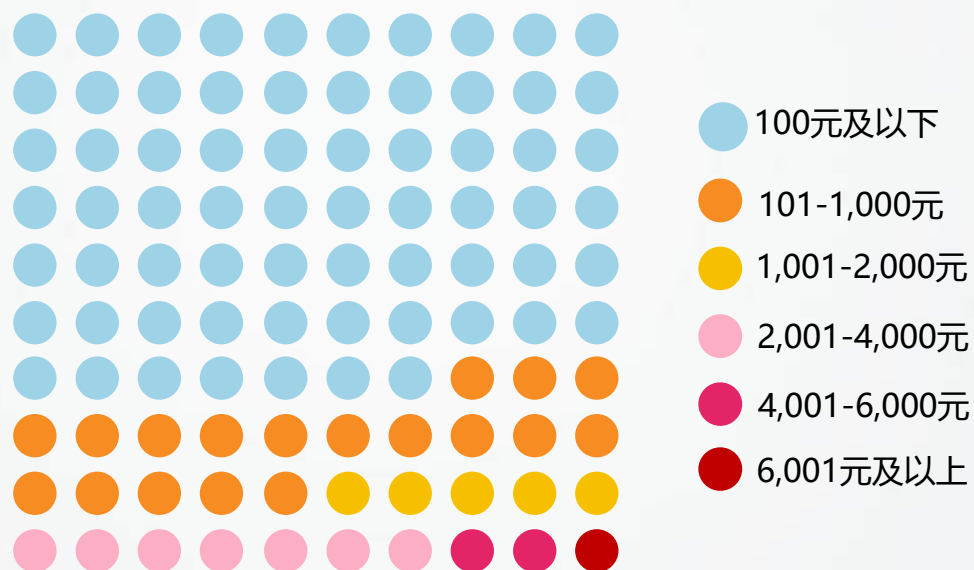
Part6. 腾讯课堂学员付费行为

不同性别、年龄、地区学员的付费差异

15%的付费学员愿意为教育高价 (≥1,000元) 买单

- 从腾讯课堂付费学员一年间在平台的花费可以看到：33%的学员在平台的年花费超过100元，每年愿意花费超过1,000元为教育高价买单的学员占比达到15%。

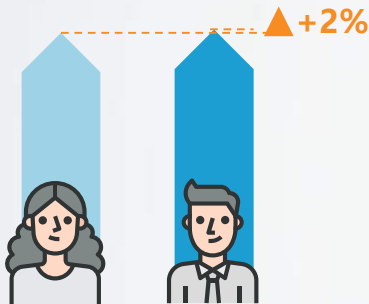
付费学员年花费的分布情况



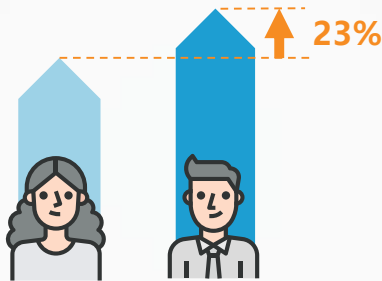
具体学习类目来看，IT·互联网、职业·考证、兴趣·生活男性付费均价高于女性

- 在职业·考证中尤为明显，男性平均客单价比女性高23%，不过语言·留学类目中，男性平均客单价比女性要低31%。

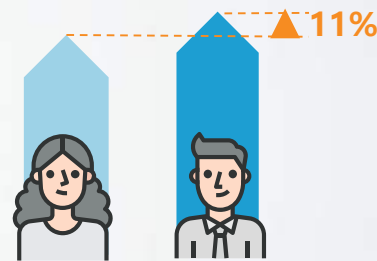
IT·互联网



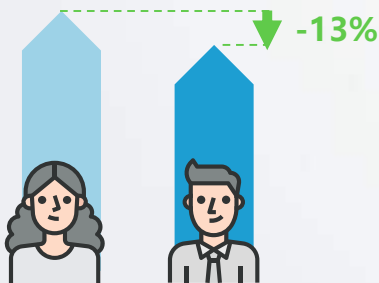
职业·考证



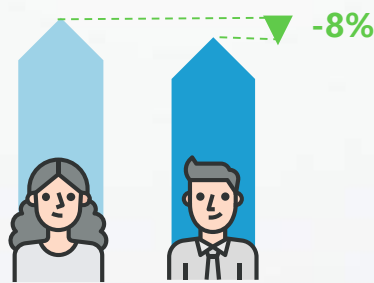
兴趣·生活



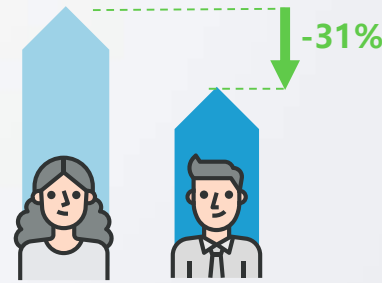
设计·创作



升学·考研



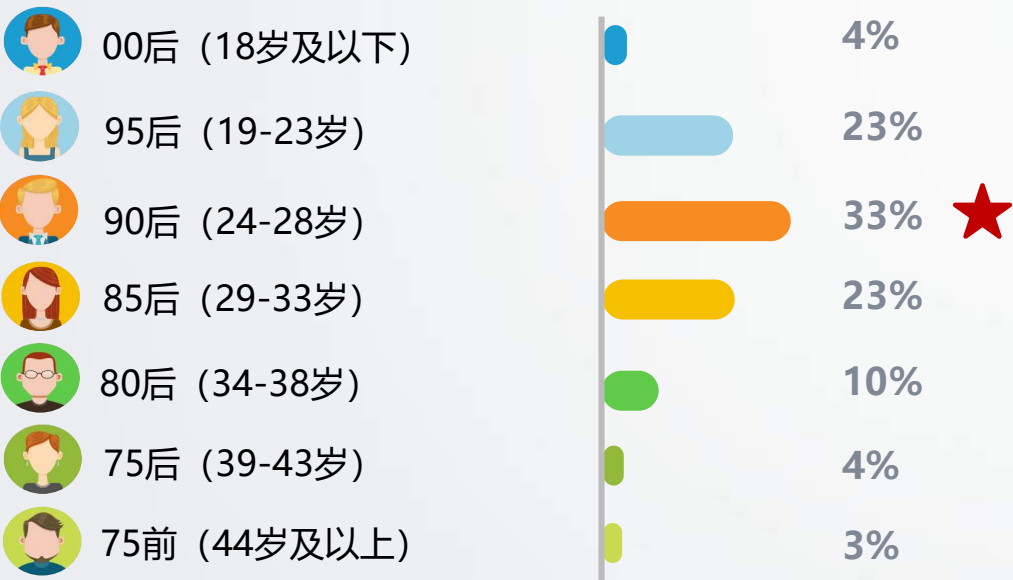
语言·留学



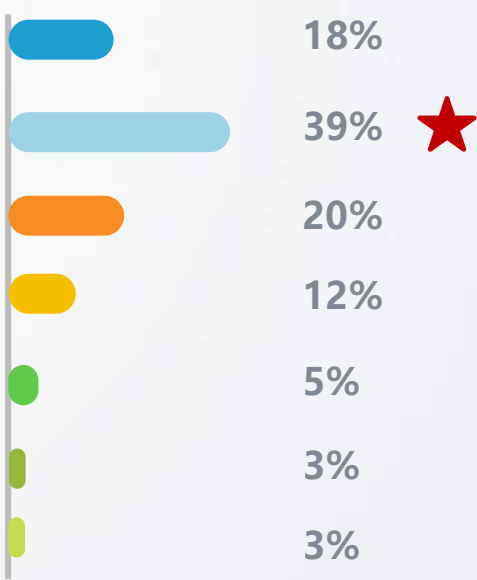
虽然付费金额最多来自于90后刚工作的人群，但更年轻的学员已经被培养起为教育付费的习惯

- 从付费金额来看，90后（24-28岁）群体占比最多。刚工作的群体由于收入和焦虑感的双重增加，愿意付出更多金钱在教育上。
- 从各年龄段在整体付费人数中的占比来看，95后（19-23岁）群体占比最多，其次是90后（24-28岁）和00后（18岁及以下）群体。年轻学员已经被培养起为教育付费的习惯。

腾讯课堂不同年龄段学员付费金额占比



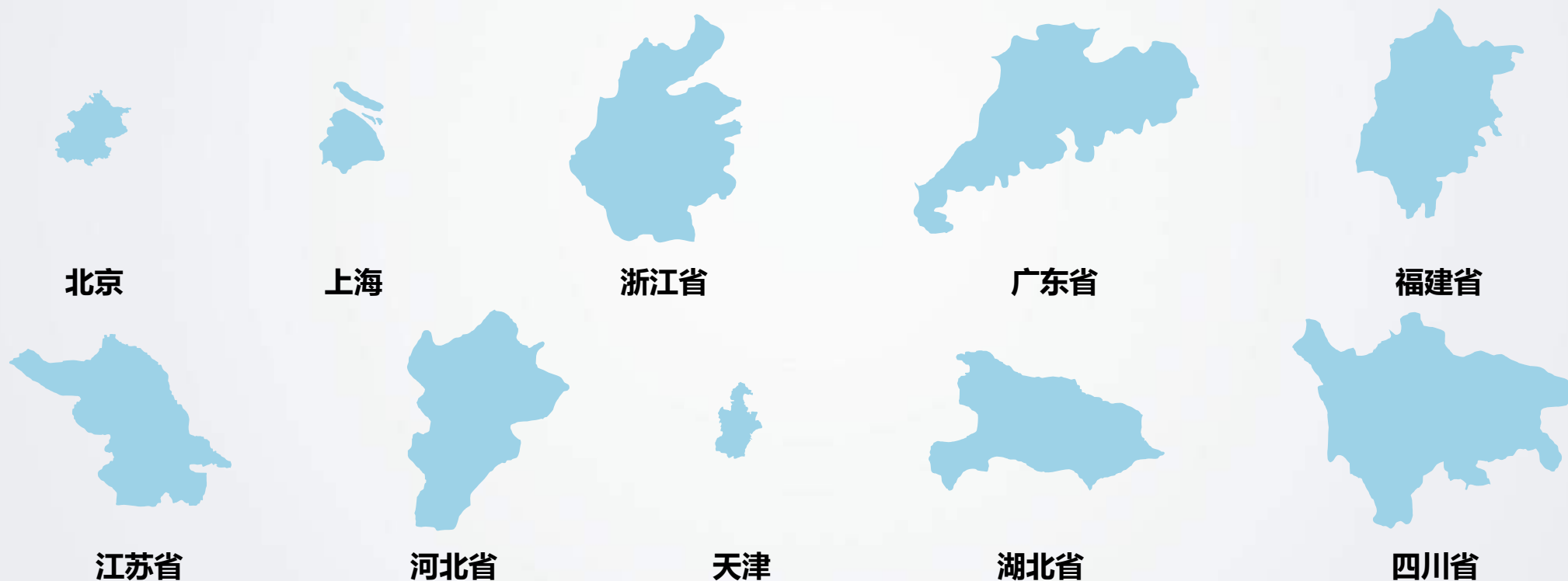
腾讯课堂不同年龄段学员付费人数占比



有10个省市或地区平均客单价高于全国平均

- 经济越发达的地区，学员的平均客单价越高。

2018年腾讯课堂10个高于全国平均客单价的省市或地区



Part7. 腾讯课堂之最

学员、课程、城市榜单

- 年度最学霸学员，年度付费课直播学习累计时长960小时，学习法律考证类课程。
- “一掷千金”学员，2018年度平台单笔支付最高金额为39,800元。

年度最学霸学员



960小时

“一掷千金”学员



39,800元

腾讯课堂课程之最：电商营销课程成为免费课程爆款，职业资格考试是付费课程爆款

- 最受腾讯课堂学员欢迎的免费课程TOP5类别分别是：电商营销、Java、电商美工、室内设计、消防工程师。
- 付费课程的TOP5类别分别是：消防工程师、执业医师、电商美工、电商营销和教师资格证考试。



免费课程榜TOP5

1	电商营销	
2	Java	
3	电商美工	
4	室内设计	
5	消防工程师	

付费课程榜TOP5

1	消防工程师	
2	执业医师	
3	电商美工	
4	电商营销	
5	教师资格证考试	

最爱学习城市榜TOP10

- 腾讯课堂最爱学习城市TOP10呈现出3个明显特质：整体来看，中东部地区学员的学习意愿更为强烈。城市间分化明显，一方面是在教育竞争较为激烈且资源欠发达的人口大省，另一方面是竞争激烈生活节奏快的超一线城市，北上深都有入围。

最爱学习城市榜TOP10

1

福建省 泉州市

3

浙江省 金华市

5

上海市

7

浙江省 杭州市

9

山东省 济宁市

2

江苏省 南通市

4

北京市

6

山东省 青岛市

8

广东省 深圳市

10

山东省 枣庄市





最爱学AI

北京



最爱C语言

重庆



最爱Python

上海



最爱互联网营销

泉州



最爱互联网产品

深圳



最爱互联网设计

金华



最爱学Java

南京



最爱考公务员

西宁



最爱教师类考证

济宁



最爱建造工程类考证

南宁

- ◆ 亿欧智库基于腾讯课堂学员数据对腾讯课堂2018年学员的学习兴趣和行为进行了深度分析和挖掘，探究学员在课程的寻找、选择、观看、付费等环节的行为，从而更深一步地了解腾讯课堂学员的学习习惯。一方面可以加深人们对于平台型在线教育消费者的了解，另一方面也能为平台及平台课程提供商的运营提供相关数据支持和帮助。

◆ 报告作者：



荀瑜 Leona

分析师

WeChat: leonagou

Email: gouyu@iyiou.com



边越 Bian Yue

助理研究经理

WeChat: MRBY18502642795

Email: bianyue@iyiou.com



由天宇 Deco

研究院院长

WeChat: decoyou

Email: youtianyu@iyiou.com

制图致谢：薛雨菲

◆ 团队介绍：

- 亿欧智库是亿欧公司旗下专业的研究与咨询业务部门。
- 智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。
- 智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

◆ 免责声明：

- 本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。



网址: www.iyiou.com/intelligence

邮箱: zk@iyiou.com

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦B座2层