

数字娱乐引领新生活

中国数字娱乐职业培训行业报告

2018年



核心结论



宏观环境

- **宏观环境**：一方面，国内数字娱乐**进入黄金发展期**、国家**频发利好政策**为数字娱乐保驾护航、市场用户**消费主体变迁**为数字娱乐在国内的发展提供天时地利人和的宏观条件；另一方面，**用户需求的变更**和**用户消费能力增加**为数字娱乐的发展提供了良好的市场空间和坚实的经济基础。
- **发展驱动力**：**国内就业压力大**、**对数字娱乐内容需求旺盛**和**供需落差大**等问题是国内数字娱乐职业培训发展的三大驱动力。



发展现状

- **市场规模**：2018年我国数字娱乐职业培训的市场规模预计达**116亿元**。
- **产业链**：目前国内数字娱乐职业培训的**产业链结构简单且界限模糊**，培训机构和B端用户均可反向作用于上游内容提供方。
- **市场特征**：市场处于**发展早期阶段**，教学和教研都在不断摸索中；**就业模式简单**且同质化严重；**培训机构少**，市场人才供不应求；市场**人才共同性和流动性**都比较强；市场颗粒度大，**细分市场**有很大的发展空间。



发展趋势

- 未来数字娱乐市场业务竞争的**重合度越来越强**，**一方面**是主营数字娱乐企业之间品类扩张的市场争夺；**另一方面**是主营数字娱乐企业与非主营数字娱乐企业之间就同一品类或同一品类的细分领域之间的角逐。
- 培训机构同品类的课程**将走向系统化**，培训模式**不再局限于单点作战**，而是重视人才综合素养的培养。
- 培训机构产业链服务**向后端延伸**，打造招生+培训+就业的商业闭环，寻找**新的盈利点**。
- 培训用户群体之争将**下沉至青少年阶段**。

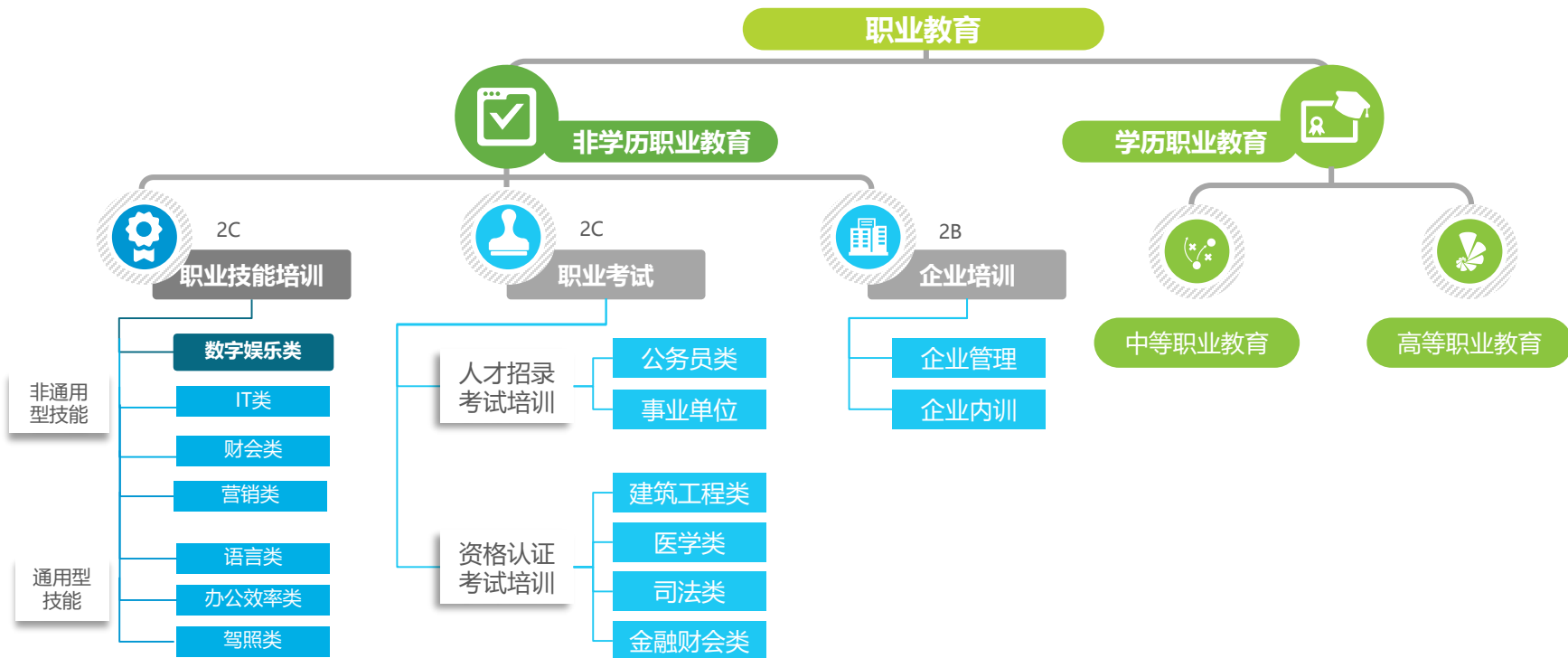
中国数字娱乐职业培训的行业概述	1
中国数字娱乐职业培训行业发展现状	2
中国数字娱乐职业培训行业典型案例	3
中国数字娱乐职业培训行业发展趋势	4

研究对象界定及定义

职业教育的定义及分类

职业教育以“是否颁发学历证书”为标准分为学历和非学历两类，其中学历职业教育分为中等和高等职业教育，非学历职业教育则主要包含职业技能、职业考试和企业培训三大类型。职业技能培训的落脚点在于提高职业技能而非通过某项考试，其培训难度相对较高，培训周期也较长，而职业考试类则以通过考试为主要目的。本报告仅针对职业技能培训下的**数字娱乐类**培训进行分析（即下图深蓝色部分），这主要得益于国内文化产业产值逐年攀升、人们对精神文化的追求愈加强烈且数字娱乐已成为人们文化消费的主流、生产和创作数字娱乐内容的企业逐年增加，而市场对数字娱乐类人才的供需失衡带动数字娱乐类职业培训行业的繁荣发展。

研究对象界定



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

研究对象界定及定义

数字娱乐产业的定义及分类

数字娱乐产业是基于数字技术的一系列文化产业，包括数字游戏、数字动漫、数字影视、数字音乐、网络文学等多种文化领域及门类，它是满足个人和家庭休闲娱乐需求的各种产品和服务，是现代娱乐方式的典型体现，是构成现代文化产业的重要组成部分。

数字娱乐的主要类型



研究对象界定及定义

数字娱乐职业培训的定义及类别

本文定义的数字娱乐职业培训是指与数字娱乐产业各品类（如数字游戏、数字影视、数字动漫、VR/AR等）相关的内容设计、内容实现等活动进行的以提升技能或以就业为目的的职业培训称为数字娱乐职业培训。

数字娱乐职业培训的主要类别



- 场景原画设计
- 游戏3D美术设计
- 游戏特效设计
- 游戏动作设计
- 游戏模型设计
- 跨平台游戏开发
- 次世代模型设计
- 游戏策划
-



- 影视广告设计
- 影视模型渲染设计
- 影视角色动画设计
- 影视数字特效设计
- 影视后期合成设计
- 影视原画设计
- 剪辑与包装
-



- 动漫模型渲染
- 动漫模型设计
- 动漫动画设计
- 动漫特效设计
- 插画设计
- 漫画设计
-



- VR/AR产品设计
- VR/AR游戏开发
-



- 电竞内容
- 电竞媒体
- 电竞运动
- 赛事管理
-



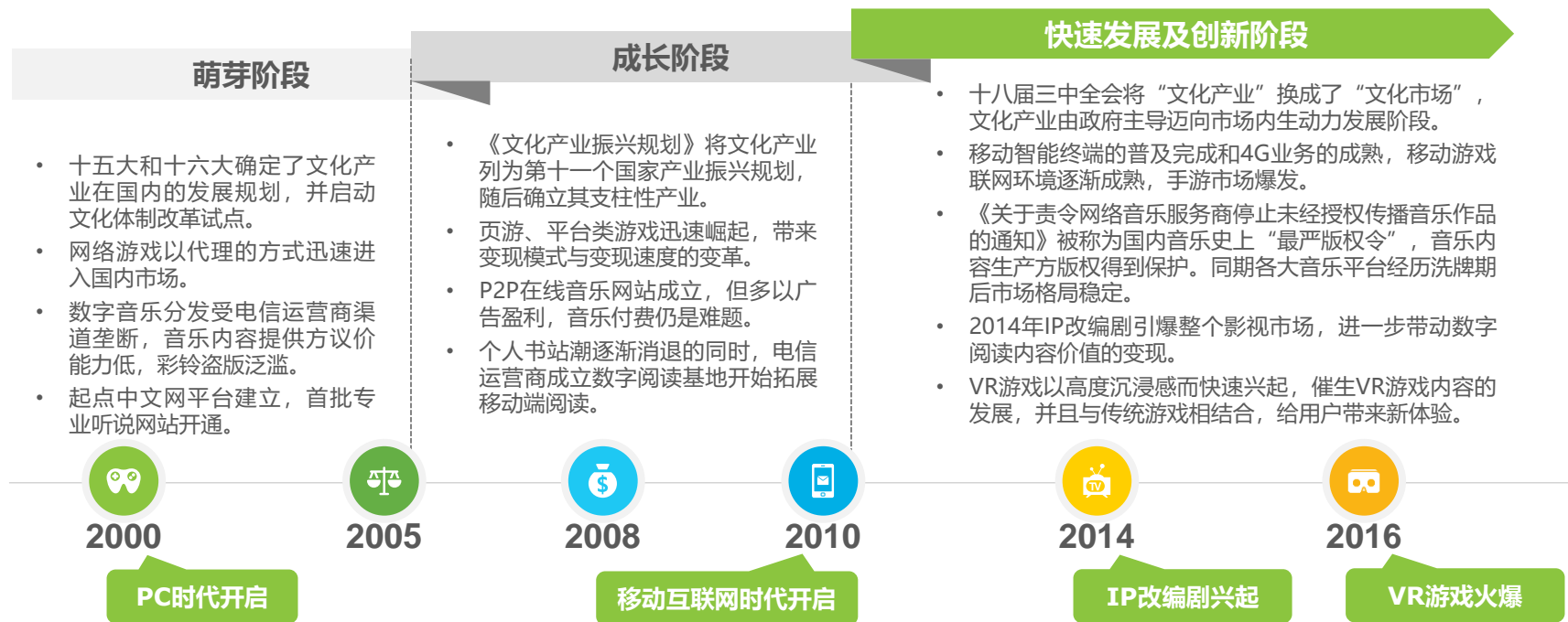
- UI/UE设计师
- UI视觉设计
- 游戏UI设计
- 视觉广告与动效设计
- 商业插画设计师
- WEB前端
-

数字娱乐的发展历程

数字娱乐行业进入黄金发展期，并迎来创新高潮

国内数字娱乐行业发展时间较短，主要分为三个阶段。第一个阶段是萌芽阶段，当时国内处于PC端互联网时代，与数字娱乐相关的游戏、动漫等均由国外引入，国内也没有原创意识和能力；第二阶段则是快速成长阶段，这与我国的政治迭代有极为密切的关系，文化产业上升至国家产业振兴规划，从法律法规层面调动社会各界力量为数字娱乐相关领域的发展保驾护航，该时期资历较早的数字娱乐职业培训机构获得利好发展时机，如汇众教育、火星时代。现如今，数字娱乐的价值被国家和资本市场进一步确认，数字娱乐各细分领域呈百花齐放的态势，一方面，影视、VR及电竞频频引领数字娱乐新热点，并引导新的娱乐类型；另一方面，数字娱乐各细分领域之间越发趋于融合，娱乐内容的品质、新颖性等将迈上新台阶。

中国数字娱乐的发展历程



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

宏观环境-国家重视

国内外数字娱乐产业的发展情况对比

目前全球处于数字技术与创意产业交汇的新拐点，动漫、游戏、影视、电子竞技等互动发展，欧美日韩等国家处于数字技术创新的前沿地带，并在文化创意产业布局深远，形成相对完善的数字创意产业链体系。中国的数字娱乐产业虽然处于起步阶段，但借鉴欧美日韩等国数字创意产业的发展经验，国内政府也纷纷出台相关政策，逐步形成以政府为引导、多方驱动企业参与的文化创意产业体系，为数字娱乐的发展提供良好的政策基础。

各国数字娱乐产业布局的对比

芬兰



芬兰政府于1997年组建了“**文化产业文委会**”，检视全球和芬兰的文化产业发展状况，并与其他各部合作提出促进芬兰文化发展的行动方案。开展**SISU计划**，系统研究文化产业，并且加强各阶层的艺术、文化教育，支持传统文化。

英国于1997年将“**创意产业**”列为国家重要政策。设立“**产业任务小组**”，探讨并理清创意产业将遭遇的主要问题，维持其稳定成长所需的支助。根据产业特性提供适合的辅导工具，如评估产业的优先次序并全力促进推广与输出、为有意从事创意产业的青年提供支持辅助、设立创意投资的财务支持以及将智慧财产权下放给地方政府机构以快速有效整合地方资源。



英国

美国



美国重视版权产业发展，现已形成了全球范围最广、相关规定最为详尽的版权相关法律系统，并对违法行为进行有效制裁。实施数字化版权保护战略，为大众和版权产业界提供数字化版权保护。美国政府采取多方投资和多种经营的方式鼓励非文化部门和外来资本的投入。美国政府定期做系统性的文化产业调查，保证美国创意产业的创新性、连续性。

日本将振兴和发展内容产业定位为国家战略，并于2003年设立“**知识财产战略本部**”。针对数字内容事业的制作及投资给予税制上的优惠。支持高等教育机关进行企划制作人等人才培育计划，支持设立影像产业振兴机关。支持并加强普及新技术的研究开发，促进数字内容制作、流通等过程的数字化。



日本

韩国



韩国在金融风暴后将文化当成21世纪最重要的产业之一，设立推动文化创意产业发展的专属机构—文化产业局。设立“**文化产业基金**”，提供新创文化企业贷款。通过《**文化产业促进法**》，设立官民共同投融资体制。政府以充足的经费提供从人才培育、研发、到生产后的国际行销推广等各个环节来帮助文化厂商。设立一系列的游戏、IT等产业振兴院。集中培养急需复合型高级人才和院校培养文化创意专业学生相结合。

中国明确提出要发挥我国传统历史文化的优势，加强传统文化与现代时尚的融合等多项政策强化对外文化交流与合作，扶持文化出口重点企业和项目。提高出口商品的退税率。鼓励地方政府发展文化产业，目前中国已初步形成首都、长三角、珠三角、滇海、川陕和中部六大文化创意产业聚集区。



中国

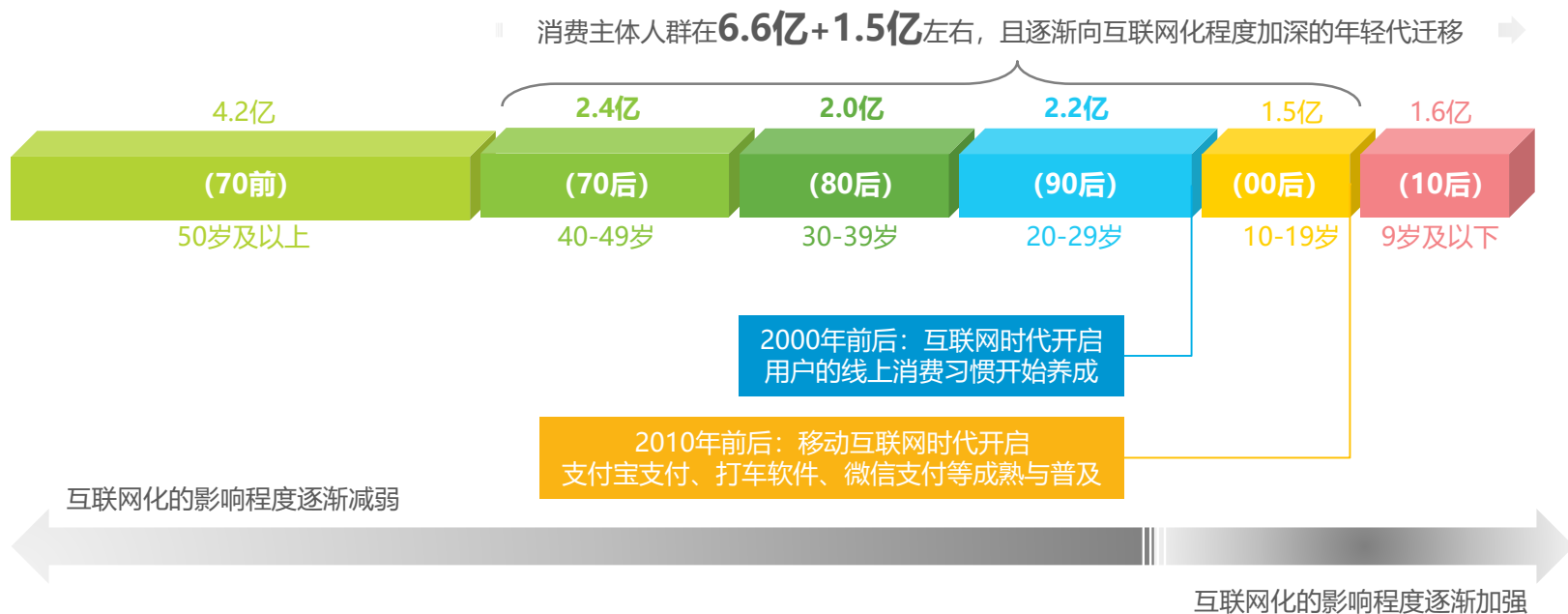
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

宏观环境-用户主体变迁

用户主体受互联网影响程度逐步加深且日趋向年轻代迁移

国内数字娱乐的发展以国内数字娱乐进入黄金发展期为天时，以政府支持为地利，以用户主体变迁为人和而赢得快速发展。从人和角度来看，我国现阶段的消费主体有6.6亿左右，集中在70后、80后和90后，他们跨越了世纪，经历了互联网和移动互联网对生活方式和习惯的洗涤，已经适应了线上的、数字的生活方式。而以00后、10后为代表的新生代群体，他们未来生活的互联网化程度将进一步加深，数字娱乐行业随着他们的成长无论在品类还是在形式方面将更加丰富，新生代及未来的群体对数字娱乐将更加习以为常，为数字娱乐的发展奠定了庞大的群众基础。

2018年中国各年龄段的用户数分布

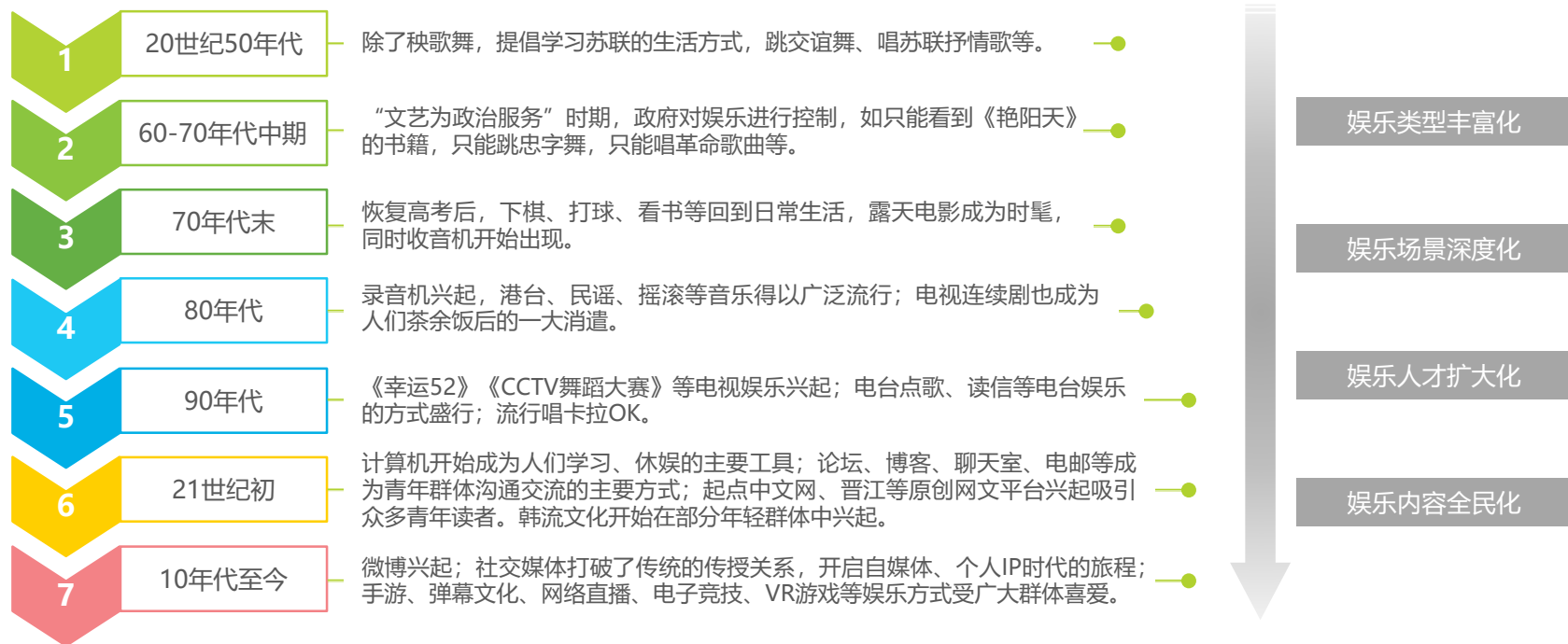


宏观环境-用户需求变迁

用户对娱乐类型及娱乐方式的期望不断迁移

数字娱乐除了受天时地利人和的推动外，还离不开用户需求的变更。纵观我国用户群体在不同社会发展时期人们追逐娱乐方式的变化我们可以看出，社会的进步与人民意识的开放不仅带动娱乐类型多样化，而且人们对娱乐场景提出了更高的要求。同时秉承着独乐乐不如众乐乐的原则，市场不断走向娱乐人才扩大化、娱乐内容全民化，如今个人IP、直播达人等层出不穷，电竞、VR游戏等不仅引领用户娱乐新热点，而且惠及的群体不断扩大。数字娱乐的可共享性、可扩展性等优势可以持续的适应并满足用户需求的变更，这为数字娱乐的发展提供了良好的市场基础。

2018年中国居民娱乐类型的变更



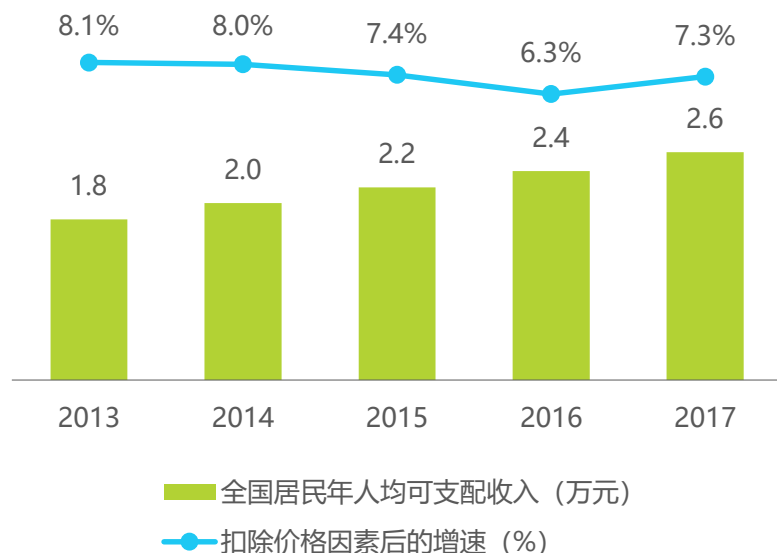
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

宏观环境-消费力强

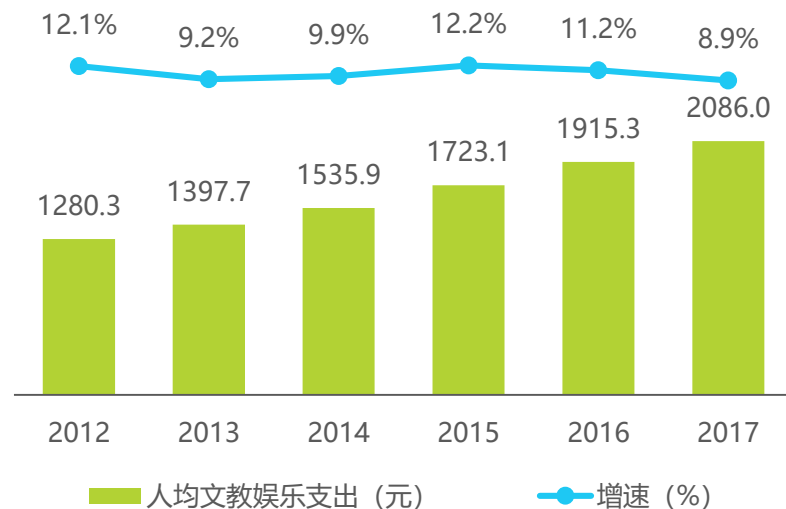
人们消费能力强且在数字娱乐方面的支出意愿高

根据国家统计局发布的统计数据显示，2017年全国居民年人均可支配收入达2.6万元，用户群体具有较高的消费能力。而2012-2017年我国的人均文教支出持续增长，2017年人均文教娱乐支出费用突破2000元，这说明我国居民除了具有消费的能力外，还有消费的动力，这为数字娱乐的发展提供了坚实的经济基础。

2013-2017年全国人均可支配收入及其增速



2012-2017年全国人均文教娱乐支出及环比增速



注释：2013-2015年数据为国家统计局城乡一体化后“全国居民人均教育文化娱乐支出”数据，2010-2012年数据根据“城镇人均教育文化娱乐支出”和“农村人均教育文化娱乐支出”对城乡人口比重加权得出。

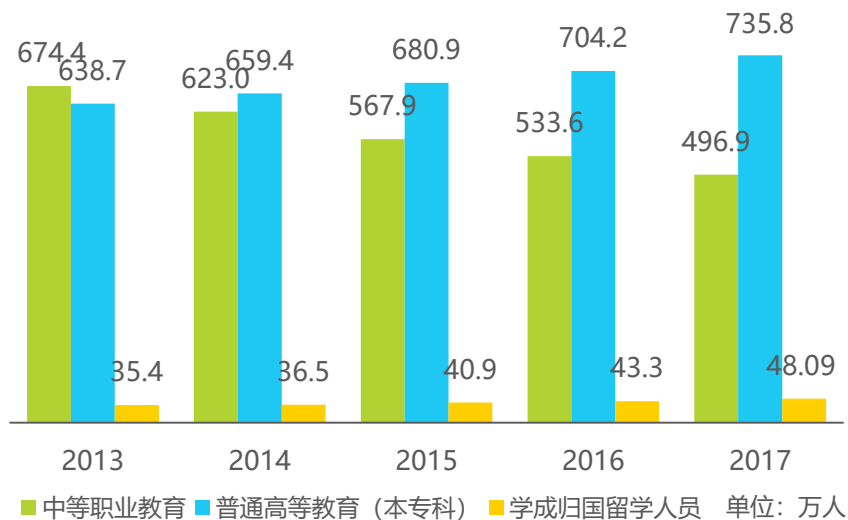
来源：国家统计局。

发展驱动力-就业压力大

人才供需不匹配、市场就业压力大推动职业教育发展

近几年国内经济环境相对稳定，各行业对人才的需求增加，但在不同时期对不同类型的人才需求有所不同，人才缺口逐年凸显。同期随着高校扩招、自费出国留学人群增加，高校毕业生人数和学成归国人数不断上升，国内待就业人口数提升。从市场岗位供求趋势来看，虽然2015年以来岗位空缺与求职人数比率波动性较大，但市场整体处于供不应求的状态，尤其在2016年第二季度后，市场岗位空缺与求职人数比例呈明显上升态势，并保持在高位，国内就业市场竞争激烈。

2013-2017年中国中等职业教育、普通高等教育毕业生人数和学成归国人数



2015-2017年中国就业市场的岗位供求比



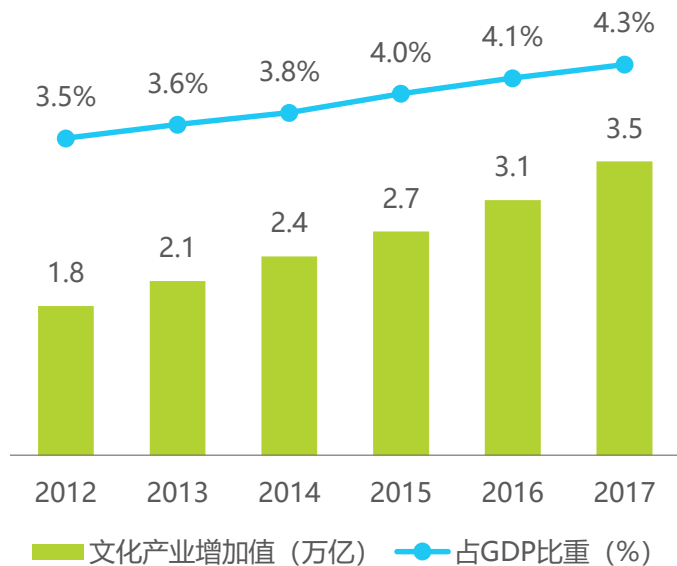
注释: 岗位供求比为岗位空缺数与求职人数的比例。
来源: 教育统计公报, 中国人力资源市场网。

发展驱动力-对数字娱乐内容需求旺盛

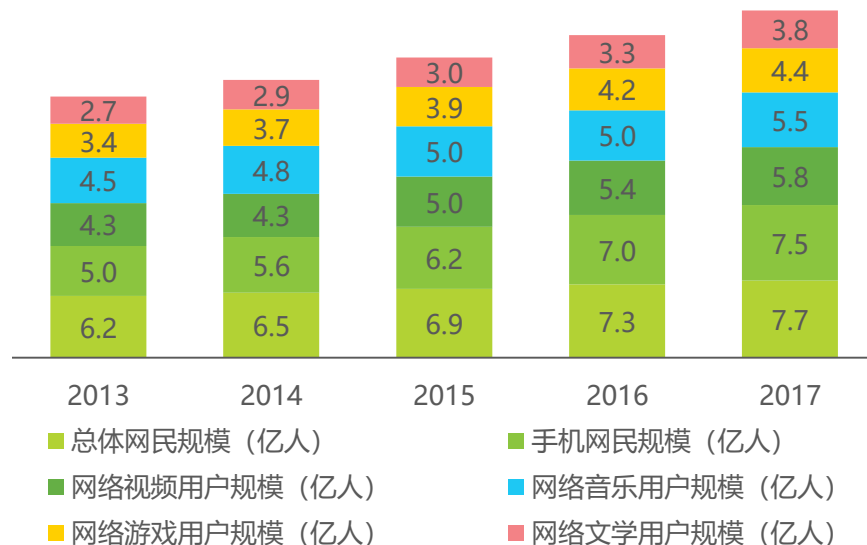
用户线上娱乐习惯已经养成，市场需求持续旺盛

从中国文化产业的发展趋势来看，近几年我国文娱产业发展稳步增长。根据国家统计局数据显示，我国文化产业增加值突破3万亿元，文化产业占国家GDP的比重达超过4%。根据国家相关规划，2020年中国文化产业规模有望超过5万亿元。我国数字娱乐产业进入发展的黄金期。同时，根据CNNIC的数据表明，2017年我国网络视频、音乐、游戏及文学的用户规模分别为5.8亿、5.5亿、4.4亿和3.8亿，用户群体广泛且对数字娱乐的需求十分旺盛。

2012-2017年中国文化产业增加值及占GDP比重



2013-2017年中国整体网民数及各类数字娱乐应用的网民数

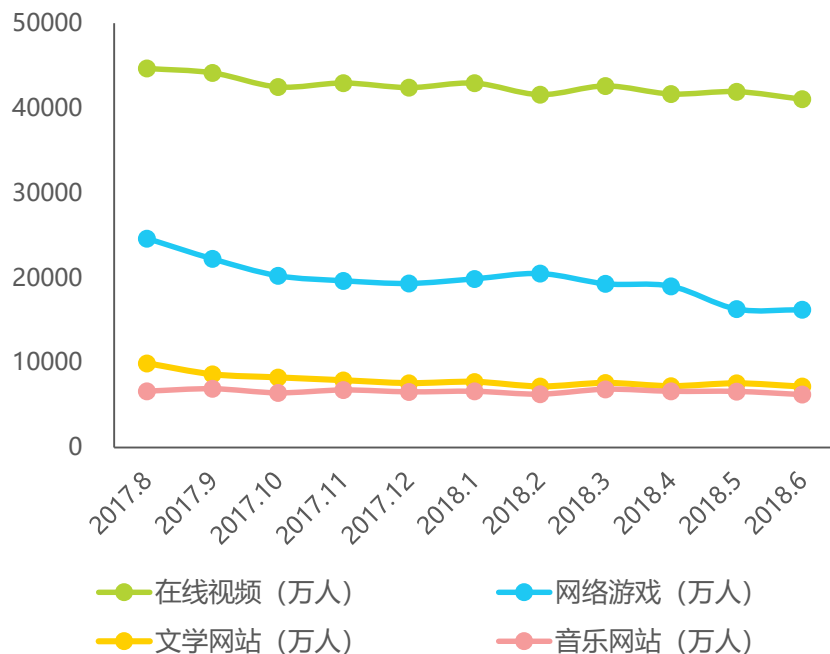


发展驱动力-对数字娱乐人才需求旺盛

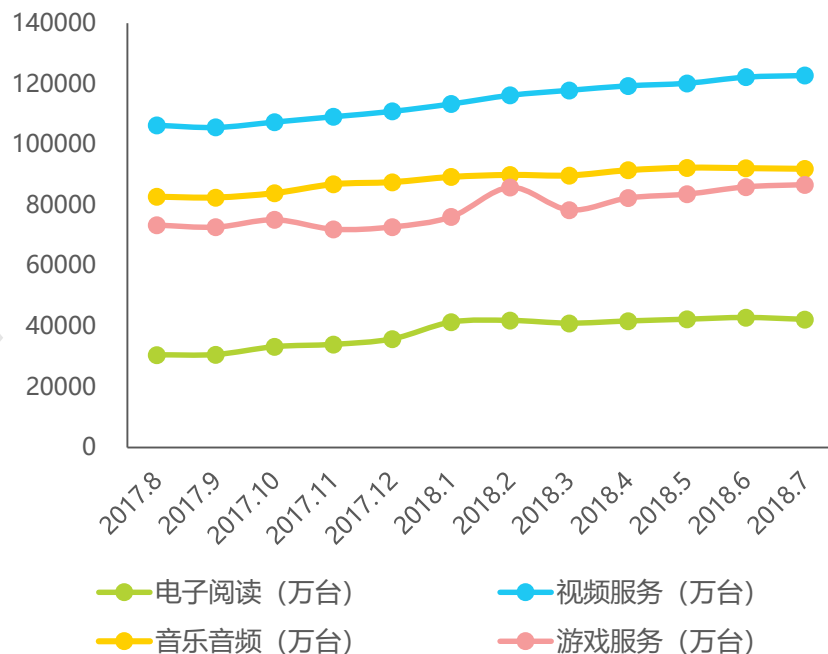
用户群体向移动端迁移，移动端数字娱乐人才缺口大

根据艾瑞iUserTracker和mUserTracker的监测数据，数字娱乐相关领域的PC端用户群体基本维持稳定，而移动端用户群体数量不断上升，用户群体向移动端迁移的同时对移动端数字娱乐产品及内容的需求也不断攀升，这将促进针对移动端数字娱乐职业培训市场的发展。

iUserTracker-2017年8月-2018年7月中国各数字娱乐领域PC端网站月度覆盖人数



mUserTracker-2017年8月-2018年8月中国各类数字娱乐领域移动端月独立设备数



来源：iUserTracker 2018.8，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得。
mUserTracker.2018.8，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

发展驱动力-供需落差大

市场供需落差大，刚性需求驱动市场发展

整体上来看数字娱乐是一个朝阳产业，市场处于高速发展阶段，因此在供需双方之间的需求满足方面有较大差距。

从用户角度来看，现阶段数字娱乐产业成长势头猛进，市场对人才能力的要求尚未十分明确，知识体系也不断迭代，对就业诉求高的用户而言自主学习难度大，而且没有一线工作经验的指导与监督，书面学习的知识体系实操性较弱，在就业竞争中也不具有优势；除此之外，培训机构还提供相应的就业机会和资源对接服务，属于目标人群刚性需求。

对企业而言，如今就业市场岗位供求比高，企业招聘难的问题一直存在；另外，行业的急速发展与扩张势必对人才的质与量有较高需求，企业需要可以直接完成相应岗位工作的人才；当然数字娱乐产业主要是内容产业，对人才多方素质的要求较高，故企业对人才的复合属性愈发强调。

刚性需求驱动市场发展



中国数字娱乐职业培训的行业概述

1

中国数字娱乐职业培训行业发展现状

2

中国数字娱乐职业培训行业典型案例

3

中国数字娱乐职业培训行业发展趋势

4

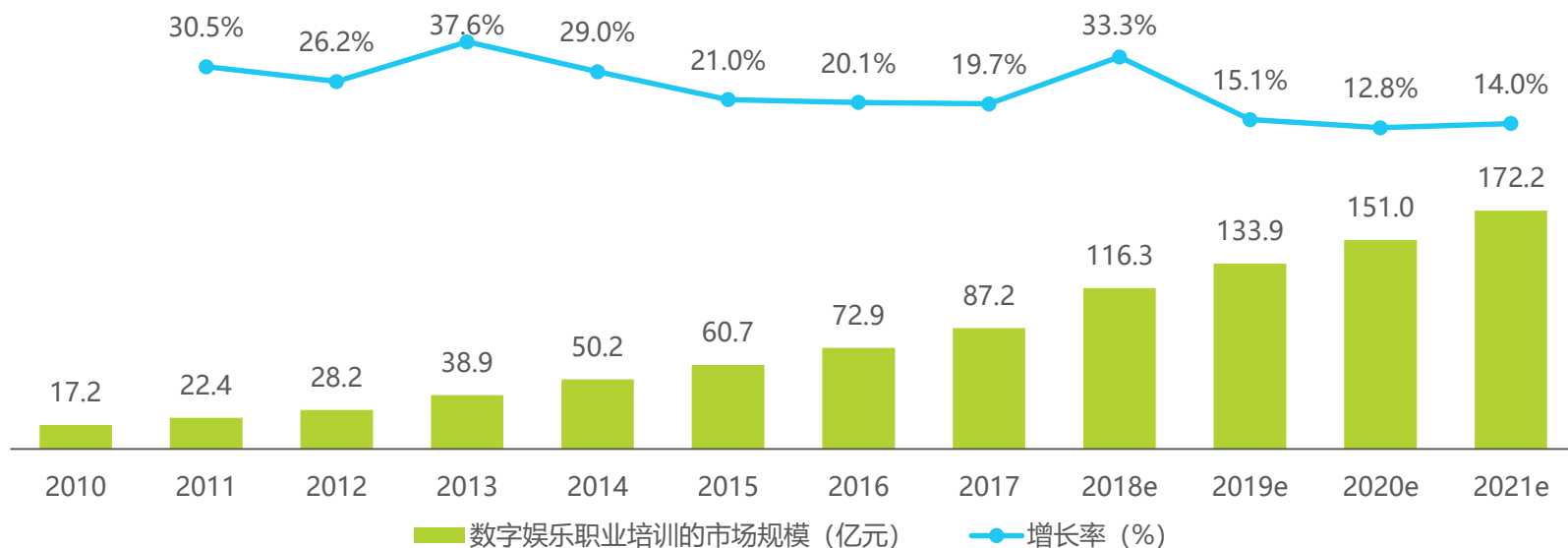
中国数字娱乐职业培训的市场规模

市场规模一路高歌向前，未来市场将持续平稳增长

2018年中国数字娱乐职业培训的市场规模预计达116.3亿元，同比增长33.3%。2013-2017年是行业快速发展的五年，市场规模的复合增长率为17.5%，未来几年市场将持续稳定增长，到2021年市场规模预计达172.2亿元。

我国数字娱乐职业培训主要有两个大的增长点，一个是2011年以后移动互联网兴起，UI培训市场热，市场招生容易，就业前景广，国内数字娱乐职业培训市场迎来重要增长点；另一个是2018年，此时数字娱乐职业培训的市场规模的增长则源于以下两方面：一方面新兴技术不断涌现并与休闲娱乐相结合，市场对新兴数字娱乐类型人才处于供不应求的状态，就业状态良好，愿意参加相关课程培训的人数增加，如VR/AR游戏兴起时培训热潮及IP热剧兴起时对影视后期特效、后期制作等方面人才的渴求……另一方面，市场对复合型人才的要求增加，培训机构的课程体系更加系统与深入，同时在教学过程中不断融入新兴科技，企业对教学和教研的支出也在增加，表现为用户客单价会有所增长。

2010-2021年中国数字娱乐职业培训的市场规模



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

数字娱乐职业培训发展的资本环境

资本市场整体表现较为冷静，以B轮前融资为主

据公开的不完全数据统计，2012-2017年，中国数字娱乐职业教育赛道共发生74次融资，企业透露的融资金额总计在56亿元人民币左右。公开数据还显示，2014年至2016年是数字娱乐职业教育赛道的融资大年，这可能是由于移动互联网的发展与成熟，用户对移动端相关应用的需求旺盛，催生一大批UI设计相关的人才需求，表现为资本市场和创业市场投融资次数和金额的突起。但从单笔融资金额来看，融资金额并不高，一方面是因为市场尚处于早期阶段，赛道热度有待加温，资本市场处于观望阶段；另一方面则是由于数字娱乐职业培训与传统IT职业培训之间有一定的重合度。

2012-2018年中国数字娱乐职业培训的投融资情况



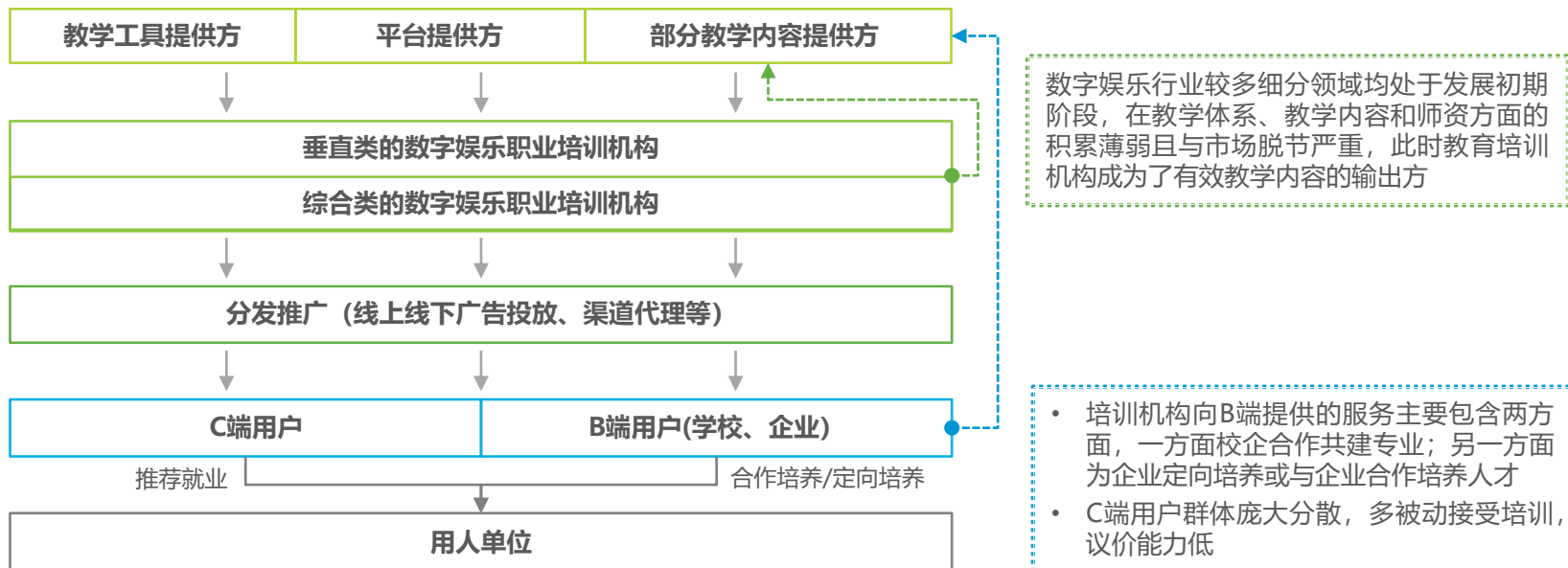
注释：1.种子轮计入天使轮；2.Pre-A轮，A+轮均计入A轮；3. B+轮计入B轮；4. 2018年截至5月31日。
来源：IT桔子，因果树等。

产业链结构简单但界限模糊，服务会反向作用于上游端

数字娱乐职业培训虽处于快速发展期，但行业整体仍为发展初期阶段，市场整体产业链结构简单，其主要流程大致为工具/内容/平台服务方向数字娱乐职业培训机构提供与教学相关的服务或内容，教育培训机构通过线上线下推广模式触达B端和C端用户后为其提供教学及就业相关服务。

整体来看，产业链各环节之间的界限尚处于模糊阶段，具体表现为培训机构向上可以为内容提供方提供内容并对其教学体系建设提供支持，向下为B端提供人才的同时也会与B端企业进行与教学内容有关的合作，进而影响教学内容提供方。模糊化的产业链结构使得大部分老牌数字娱乐职业培训机构构建了产-学-研一体化的生态系统，不仅能为用户提供更加体系化的服务，而且能够打造企业竞争优势。

2018年中国数字娱乐职业培训的产业链



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

企业多针对综合业务开展，跨界竞争开始出现

整体而言，目前国内针对数字娱乐领域进行相关培训的机构不多，市场并未出现明显细分，行业整体跨赛道竞争突显。但国内部分针对数字娱乐职业培训的企业已经经营十余年，不少主营数字娱乐职业培训的老牌机构（如汇众教育、火星时代、完美动力等）已初具规模，无论是课程内容覆盖情况还是业务服务流程都日臻完善，为其他玩家提供借鉴意义。新兴技术和资本的兴起也推动创业者在某些细分领域如VR、电竞等方面发力，但从现阶段来看，行业共通性强，细分市场发展也不够成熟，做精而美的垂直细分领域企业为时尚早。

由于市场对数字娱乐方向的人才的紧缺，部分以编程为主的企业也开始将自己的业务线延长，并在数字娱乐职业培训领域占有一席之地。

2018年中国数字娱乐职业培训的企业链图谱



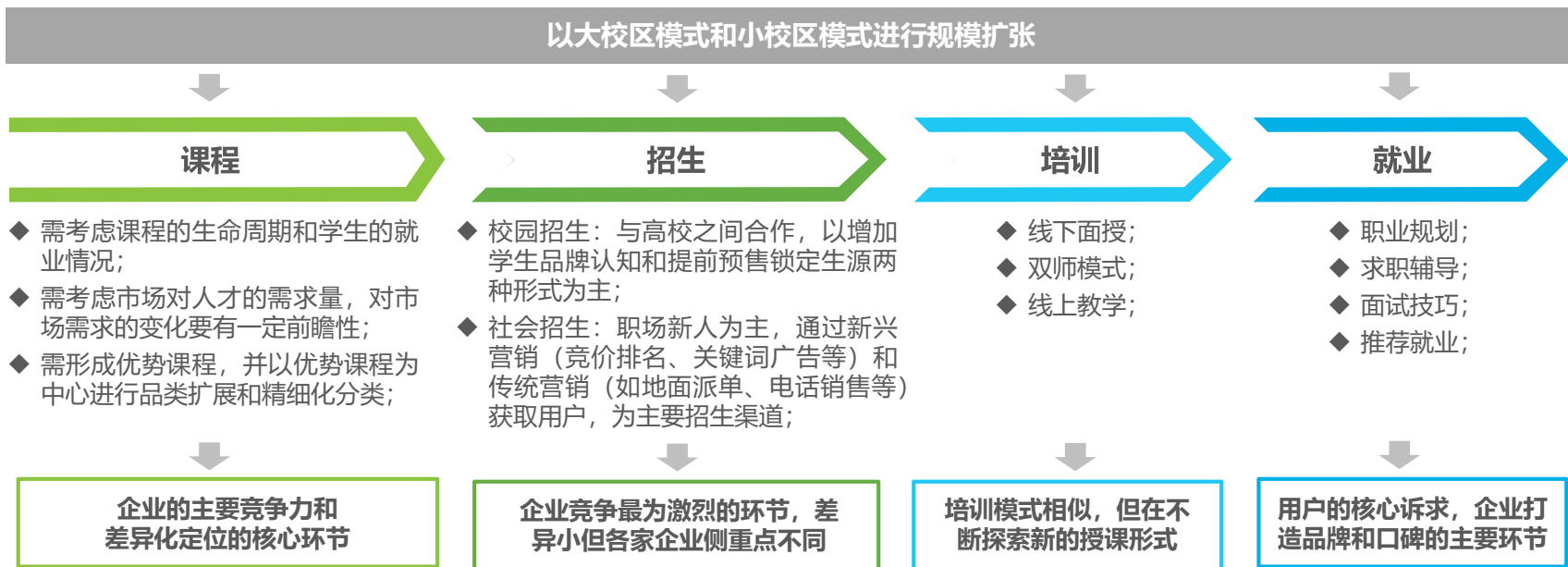
注释：企业logo按企业名称拼音首字母排序，不存在排名先后。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

课程设置是企业的核心竞争力，招生是竞争最为激烈的环节

数字娱乐职业培训的主要业务流程分为“课程-招生-培训-就业”这几个环节。课程的设置是企业区别于其他竞争对手的主要竞争要素，它不仅体现了企业对市场需求的认知和预判，而且依托优势课程积累的经验和资源，企业可以进行横向和纵向的品类扩张。现阶段企业的招生策略已经比较成熟，尤其是针对C端用户的社会招生，新兴营销（如竞价排名、关键词等）和传统营销（如地面派单、电话销售等）均是企业竞争的主要手段，因此在该环节各家企业根据自身发展阶段和优势的不同而有不同的侧重。在培训环节，各企业若想做出差异化竞争其投入产出一般不成正比，因此并非各家竞争的主战场。现阶段业内玩家在就业环节中提供的服务模式基本一致，未来能最大限度完成用人单位需求和学员需求之间匹配的培训机构，将在品牌和口碑方面获得新的机会点。

中国数字娱乐职业培训的业务流程

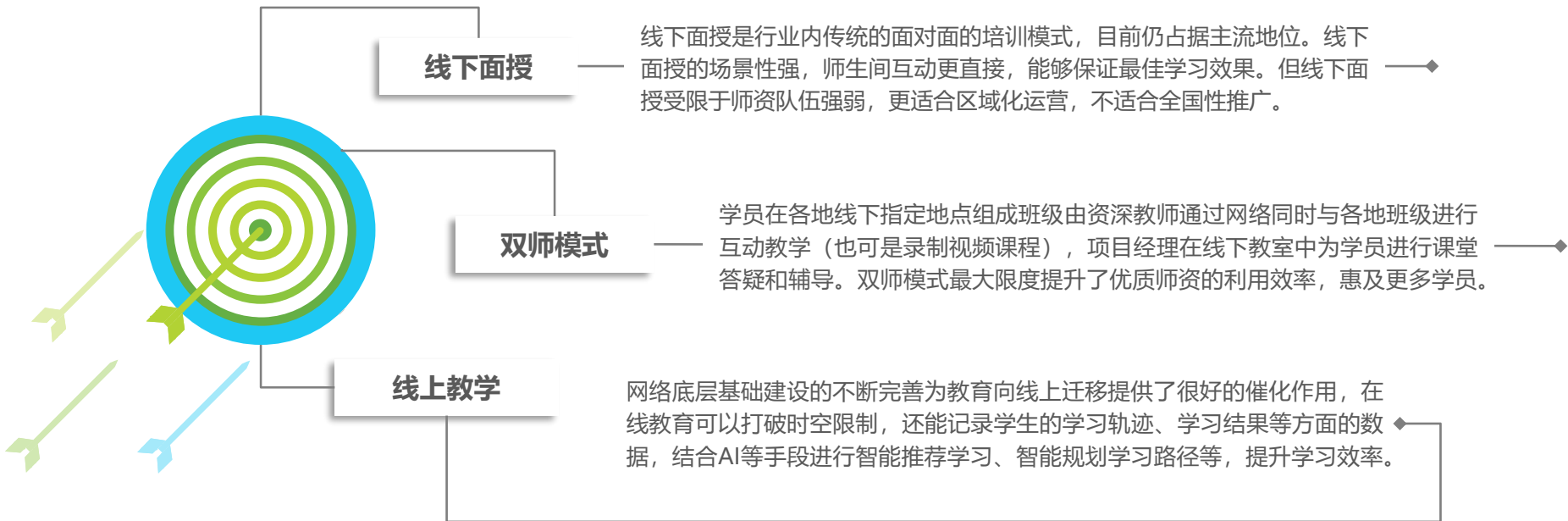


来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

模式不断创新且逐步趋于互联网化、自主化、智能化

目前数字娱乐职业培训的商业模式主要向C端提供服务为主，主要分为线下面授、双师模式、线上教学这三大类。线下面授是主流数字娱乐职业培训企业所采取的授课方式，也是经营时间最长、经过市场验证的方式。随着网络技术的发展，授课方式有所创新，出现了双师模式，它既优化了资源配置又完成了学员学习过程的监督，因此不断被各家借鉴，并经过市场的打磨已日臻成熟。线上教学则是随着直播互动教育的兴起而再次攀上风口，目前该模式与新兴科技的结合度最高，让学员的学习过程不断智能化，但现阶段最终的盈利还是基于用户课程付费，而学员的完成率和就业情况则是驱动用户付费的主要动力，该模式不断探索新的盈利点的同时也在等待市场检验。

中国数字娱乐职业培训的主要授课形式

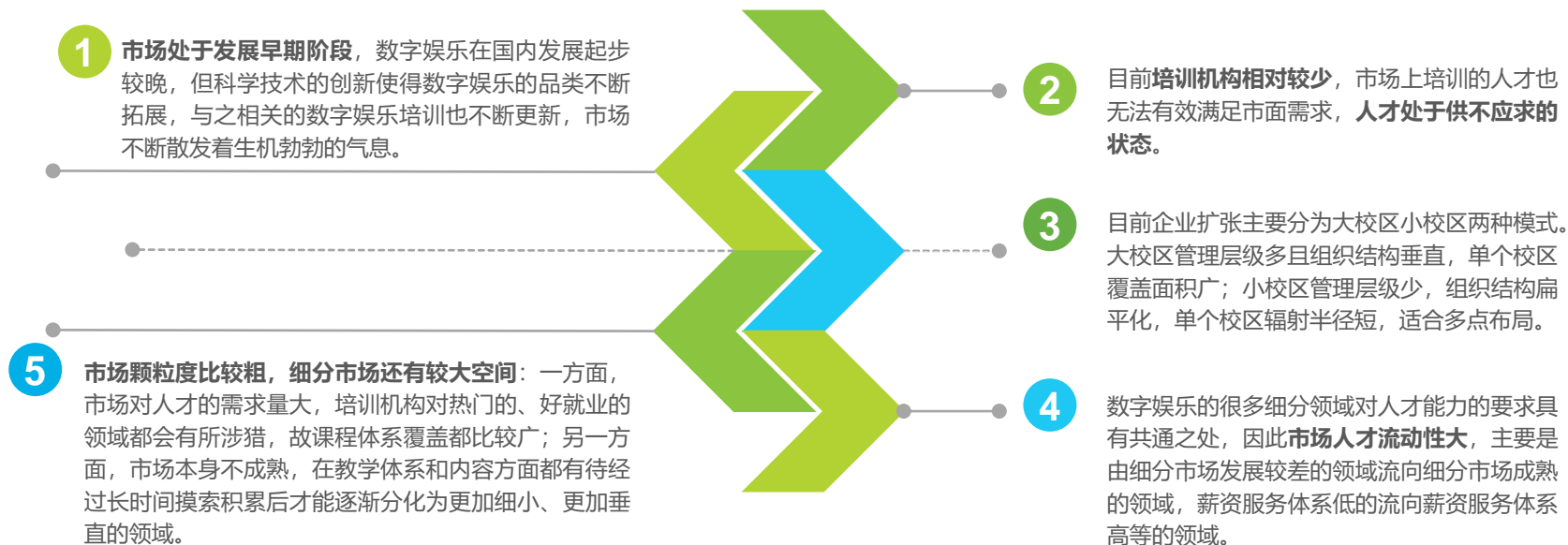


来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

市场品类与科技创兴发展强关联，人才市场整体供不应求

数字娱乐的品类受科技影响较大，随着科技的发展不断有新的品类拓展，故在人才市场上往往表现为供不应求的状态。这种状态主要导致两种结果：其一，业内玩家多针对市场上热门的、人才需求大的方向进行课程设置，一般会设置多个课程体系，市场颗粒度较粗，但未来市场发展成熟时会给细分垂直领域（无论是在不同品类的扩增还是同一品类不同方面的培训）留下较大的发展空间；其二，业内玩家对人才的培养多针对某些专业技能进行培训，但未来需求市场对人才的综合能力、创新能力的要求不断提升，供给端企业的人才培养体系将在知识的广度和深度方面不断拓展，让学员完成从基础-专业-高级蜕变。

中国数字娱乐职业培训的市场特征



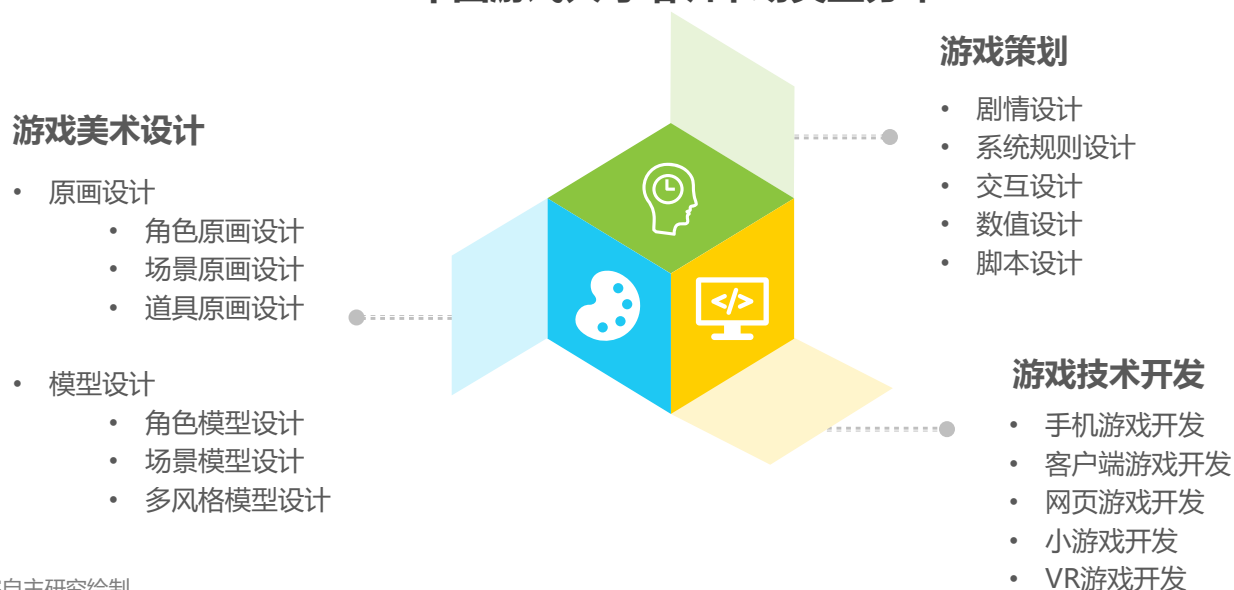
数字娱乐职业培训之游戏

游戏培训市场逐渐细分，多集中在美术设计、技术开发领域

据艾瑞统计，2017年我国游戏市场规模达2300亿余元，其中移动游戏和PC游戏的用户规模分别达5.54亿人和4.08亿人，并且随着新的游戏形式和游戏类型的加入，移动端游戏的用户规模还有上涨空间，国内游戏市场潜力巨大。

现阶段针对游戏人才的培养主要集中在游戏设计方面。游戏设计分为美术设计、技术开发以及策划设计三个方向。目前国内多数游戏设计培训机构多集中在美术设计上。美术设计主要分为原画设计与模型设计，实际上这两者密不可分，但原画设计侧重于美术艺术设计，多使用SAI、Photoshop等绘图工具完成，对美术绘画功底要求较高；而模型设计侧重于游戏建模，多使用3ds max、Zbrush、UE等建模工具完成。游戏开发一般分为手游、端游、页游以及最近新兴的小游戏、VR等游戏开发，侧重于代码编程与系统架构设计，多使用Cocos2D、Unity3D等开发工具实现。游戏策划在国内的培训市场尚未成熟细分，主要是因为游戏策划对综合能力要求较强，部分策划模块对数学要求较高，不易形成短期量化的培训方案，目前市场上有能力开设游戏策划的机构较少。

中国游戏人才培训市场类型分布



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

数字娱乐职业培训之影视

影视行业供需市场热闹但供需关系并不对等

据国家统计局统计，2016年我国共播出电视剧22.72万部，共10232家公司获得《广播电视节目制作许可证》，国产电影收入287.47亿元。影视行业发展旺盛的同时对影视各环节人才尤其是影视后期特效和后期制作人才的需求极高，但现阶段的状态是供需市场一片繁荣但供需关系并不对等。一方面，需求端希望聘用的人才全是全能的，可以直接用的，但是他们对人才的标准往往定义不明确，这使得人才培训机构在建立人才培养体系时需培养周期、费用、就业等方面做权衡；另一方面则是受我国教育体系所限，学校在学科专业设置、教学内容等方面与社会脱节严重，对人才的培养更重理论而对实操性的培养相对弱化，大部分毕业生的能力与用人单位对人才的诉求之间存在一定差距。

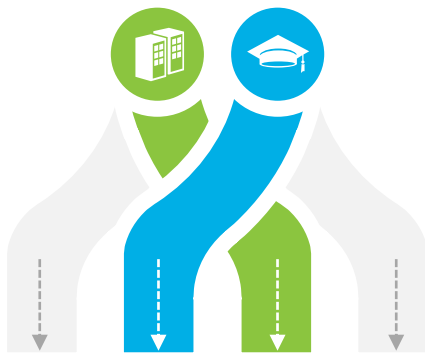
中国影视人才培养的宏观环境

需求端

- 增加学员的实战能力，尽量可直接上手，降低就业单位对人才基本技能的二次培养；
- 不局限于单一的知识结构，需全方位培养学生学习能力，促使学生养成“全流程、故事性、创新性意识”；
- 注重高端人才培养，针对基础工种人员的培训也需满足市场需求；

供给端

- 高校培养体系与无法跟上社会对人才要求的变更，学生毕业后还需进一步培训；
- 影视行业各个环节集中度低，学生缺乏实践教学的机会；
- 社会培训机构培训周期短，培养的人才实战能力强但全能性、复合性相对不足；



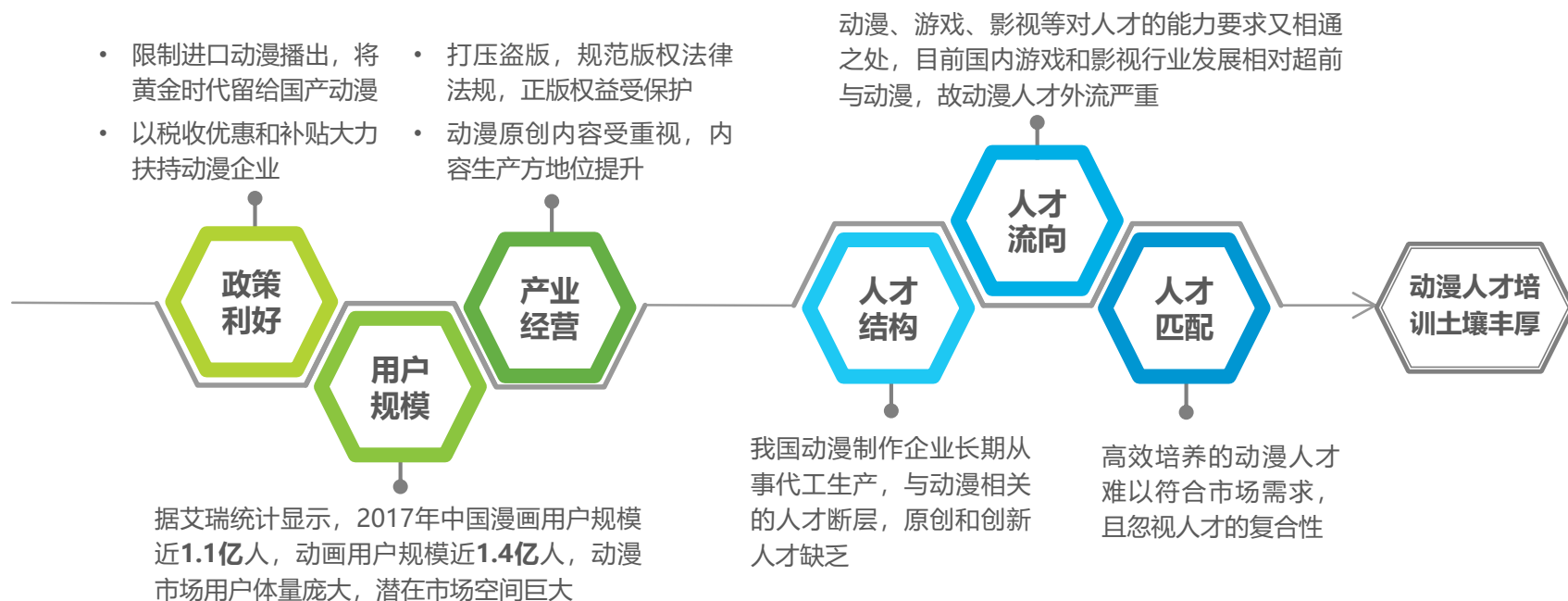
- ◆ 高校专业设置尽量与社会实际需求并行，并与市场优秀企业开展实践教学合作或分享，降低脱节性，提升实战性；
- ◆ 培训机构除了应该实时考察知识或技能的有效性，及时调整课程设置，还要进行高端人才培养、全能型人才培养等人才体系分层培养；同时机构可与用人单位进行相关合作，尽量保证学员知晓或熟悉所从事工作的工作流程；
- ◆ 用人单位除了可以与培训机构定向合作培养外，还可将人才需求标准细化，工作分工明确化，提高学习的目的性；

数字娱乐职业培训之动漫

市场空间大，人才需求旺盛，催生动漫人才培训市场发展

现阶段中国动漫行业受政府重视，政府频频发出利好政策为动漫行业发展保驾护航的同时，资本和创业市场也受用户需求市场的影响纷纷发力，动漫的全产业链经营的黄金时代悄然到来。但国内动漫人才市场存在着人才断层、人才外流和人才供需不匹配的问题，市场的快速发展与人才数量与质量的匮乏为动漫人才培训市场的发展提供了丰沃的土壤。

中国动漫人才培训所处的宏观环境



数字娱乐职业培训之动漫

日本动漫人才培养模式对中国有借鉴意义，但国内需在教育底层结构和实践能力等方面持续发力

对比中日的动漫人才培养模式可以发现，日本动漫人才培养的模式无论是在教育体系还是在教育结构方面都是十分健全与完善。而国内动漫行业虽处于快速成长期，但市场对人才的培养处于起步阶段，无论是在教学教研方面还是在师资人才方面都有很大的进步空间，同时受限于国内教育大环境影响，动漫教育存在较大的断层落差，其后续发力可能不足。

中日动漫人才培养模式对比



日本



中国

- 各类动漫相关的培训机构和组织设立培训体系或承办动漫赛事培养人才
- 动漫CP团队“自行培养、自行消化”
- 私立动漫培训学校以满足社会人才需求为主

社会教育

- 各类动漫相关的培训机构和组织设立培训体系或承办动漫赛事培养人才
- 动漫CP团队“自行培养、自行消化”

分为大学教育（含短期大学，相当于中国的大专）和中专和职业学校教育。其教育具有以下特点：专业划分细致、多培养实用型人才、重视计算机的使用和数字艺术的教育、引进企业实习制度，强化实践性学习。

学校教育

我国高校（本科和职业学院）也开设了动画专业，但很多院校定位模糊、课程设置与社会需求脱节、忽视创新能力和综合素质培养、毕业生实践能力不足。

从小学到高二均重视美术教育，并渗透着大量日本传统文化，课程体系划分为幼、低、中、高等不同学习阶段，配有不同年龄段的学习教材。

中小学

美术未作为主科列入升学考试科目中，学习课时少，在升学压力大的背景下经常将时间让位于其他主科。教研基础薄弱，教材内容缺乏，教学体系不完善。

日本动漫人才培养体系化、结构化、层次化、连续化，对专业人才的分类清晰，重视原创性和实践性。

总结

国内动漫人才培养体系学科专业结构和层次结构尚未建立，师资力量薄弱，人才培养断层现象严重，且缺乏创新性和实践性。

动漫人才培养体系

底层培养不足

数字娱乐职业培训之VR

国内VR教育大学课程高精尖偏科研，培训机构接地气偏就业

虚拟现实 (Virtual Reality, VR): 阻挡现实世界, 为使用者创建一个基于全数字化环境营造的想象的、复制的新世界或者模拟真实的世界。2015年在资本圈和创业圈刮起一阵VR风, 认为VR与各类场景的结合可以为用户带来一场全新的视听盛宴, 一时业内人才缺口巨大, 针对各类VR人才培养不断兴起并延续至今。国内VR人才缺口的主要原因有两点: 其一, VR处于萌芽期, 各类标准都还在探索中, 产业生态尚未完善时又快速迎来泡沫期, 故投资人、创业者等纷纷对VR行业存迟疑态度; 其二, 我国VR人才培养体系敏感度不高, 体系性不强, 现有的培养仅聚焦于科研和就业两方面, 而不重视综合素质的提升, VR人才后期的专业性、跨学科结合能力、创新性等方面有所欠缺, 这也是企业未来需要重点发力之处。

中国VR培训的市场特征



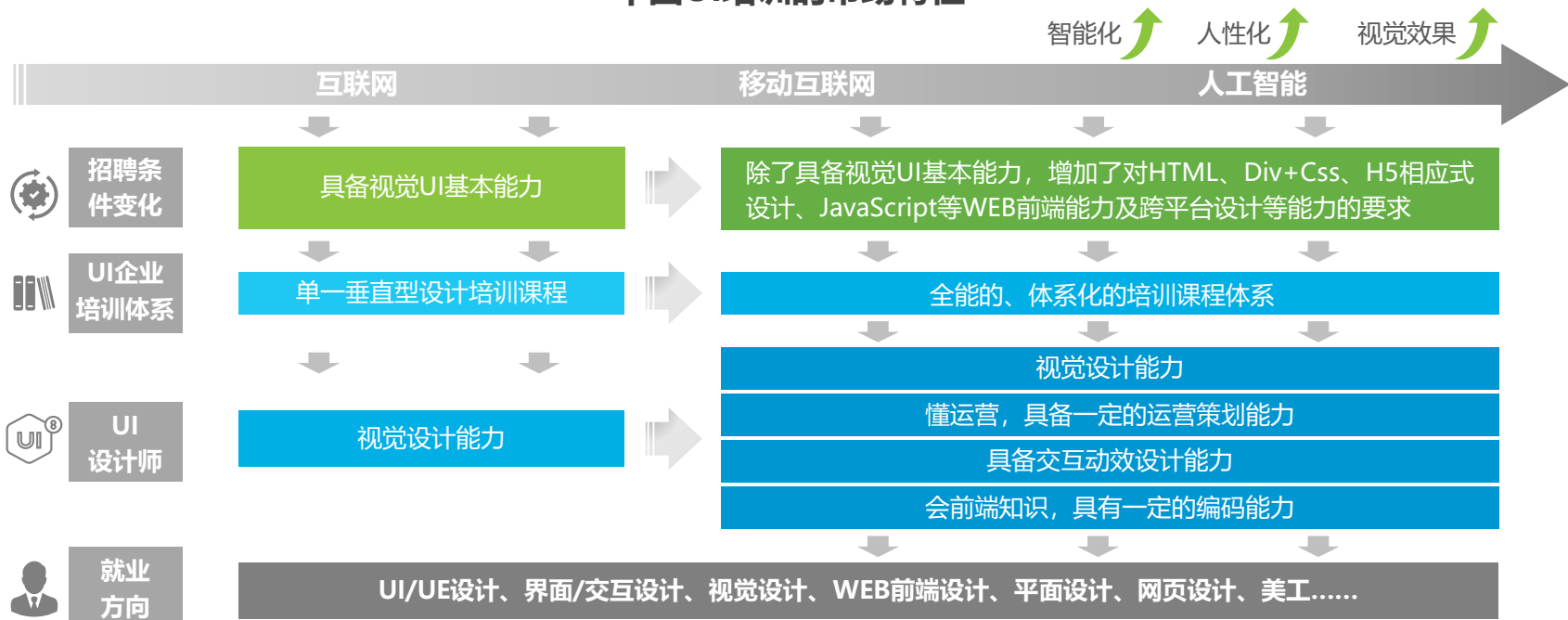
来源: 艾瑞研究院自主研究绘制。

数字娱乐职业培训之UI

产品人机交互能力越高，对企业培训内容体系要求严苛

UI (User Interface) 设计是指对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计，简而言之为用户操作界面设计，如APP操作界面，网页操作界面。UI培训兴起于移动互联网对各类APP开发相关人才需求的浪潮，并在VR/AR、AI等新鲜事物的涌现过程中，伴随着产品更换成本的降低、产品智能化程度的提升，用户对产品的人性化、视觉效果等有更高的要求，这要求UI设计人员不仅要具备基本的视觉设计能力，还需在运营、交互、动效、编程等方面有一定的储备，与之相关的UI培训企业也要适应市场需求变更而不断调整课程体系的广度和深度以保证人才输出的有效性。

中国UI培训的市场特征



数字娱乐职业培训之电子竞技

专业人才缺口与学历教育开放，助力电竞教育爆发

现阶段电竞教育所处的宏观环境整体利好，但电竞拥抱教育仍需谨慎。一方面，国家从政策层面承认了电竞的合法性，从学历层面认可了电竞教育，这将从根本上改变大众对电竞的认知；另一方面，庞大的市场需求和资本市场的入局不仅维持电竞教育市场的鲜活，而且将推动电竞教育进一步爆发，以上是国内电竞教育的利好方面。但由于电竞教育从2014年才开始，电竞专业教材、师资队伍、课程体系等教学的基础建设尚在起步阶段，搭建并完善电竞专业教育体系将是电竞教育长期需要解决的问题。

中国电子竞技培训所处的宏观环境

政策红利

2016年文化部26号文件支出支持打造区域性、全国性乃至国际性游戏游艺竞技赛事，带动行业发展。

2016年教育部发文正式增补“电子竞技运动与管理”专业。

2017年，国际奥委会将电子竞技列为正式体育项目。

市场需求

据艾瑞统计，2017年中国电竞用户规模达**2.6亿人**，电竞市场整体规模突破**650亿元**，移动电竞用户成为市场主要增长来源，电竞市场整体的增长主要源于移动电竞游戏的爆发，2017年移动电竞游戏市场站整体市场的比重达46.3%。

资本热度

融资时间	企业名	融资轮次	融资金额
2016-1-28	高手电竞	天使轮	数千万元
2017-6-13	超神电竞	战略投资	3亿元
2017-10-17	恒一文化	A轮	1亿元
2017-11-29	暴鸡电竞	A轮	4500万元
2018-5-9	超竞教育	天使轮	数千万元

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

教研不足

截至2017年年底国内已有20余所高校开设电竞专业，然而国内电竞人才的培养体系还是空白，市场的教材体系还是以十余年前的老教材为主，新编教材为辅，这与电竞市场的快速变更相背，故如何从0到1搭建电竞专业教育体系是最大难题。

师资缺乏

现阶段高校缺乏电竞教育内容，基本上采用“校企合作”的模式办学，但是往往存在“懂教育的人不一定懂电竞，而懂电竞的人不一定懂教育”的问题，因此电竞教育师资队伍的搭配与培训也亟待解决。

商业模式

目前电竞教育市场玩法相对简单，即提供**学历类教育**和**职业教育两类**。学历教育周期长，如何保证学员出校后的实际从业能力及教学内容和教学体系与院校的需求匹配是企业需衡量的；针对职业教育，随着学历教育的逐步开放，企业也需要考虑学员缺乏文凭或某种技能认证在未来就业竞争中存在不足的问题。



数字娱乐职业培训之电子竞技

课程体系设置相对简单，但就业方向广阔

目前我国电竞培训主要是分为职业教育、学历教育和大众教育三大类。职业教育以就业为目的，大部分都是半理论半实训的教学模式，培训周期短但针对性强，企业大部分都会承诺就业或者推荐就业。学历教育则以培养学生完成学历/学位为目的，多采用校企合作的模式，企业为学校提供电竞培训内容，学制时间在2-4年。而大众教育则完全就是考虑用户的个人兴趣爱好而提供的能够提升用户游戏技能的课程。在电竞市场供不应求的状态下，用户的就业市场广阔，目前可以从事电竞运动、电竞赛事、电竞媒体等多个领域的多品类工作。

中国电子竞技培训的课程体系和主要就业场景



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

数字娱乐职业培训之数字音乐

宏观环境持续利好，数字音乐产值保持稳定增长，人才需求量大，数字音乐培训市场需求被激发

现阶段我国数字音乐产业发展迅速。在政府出台的相关政策的规范下，音乐版权逐步规范；在用户为喜欢的内容付费的意识觉醒下，拥有5.48亿用户群体的音乐市场商业化程度高；在新科技推动下，音乐可贯穿于不同的娱乐消费场景，市场天花板高；最后各大主流音乐平台市场格局基本稳定，优质的音乐内容将是各个大平台从同质化竞争中脱颖而出的主要动力，与数字音乐制作相关的音乐人的地位将越来越高，其市场议价能力也逐步提升。总之我国数字音乐市场形势一片大好，未来对数字音乐的人才需求量将持续增加，与之相关的培训市场也将迎来市场发展契机。

中国数字音乐职业培训所处宏观环境

版权保护

《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知》、《关于进一步加强和改进网络音乐内容管理工作的通知》和《关于进一步加强和改进网络音乐内容管理工作的通知》等连续发布，政府从立法、司法等多方对音乐版权进行保护，音乐版权将走向规范化、正版化。

盈利可期

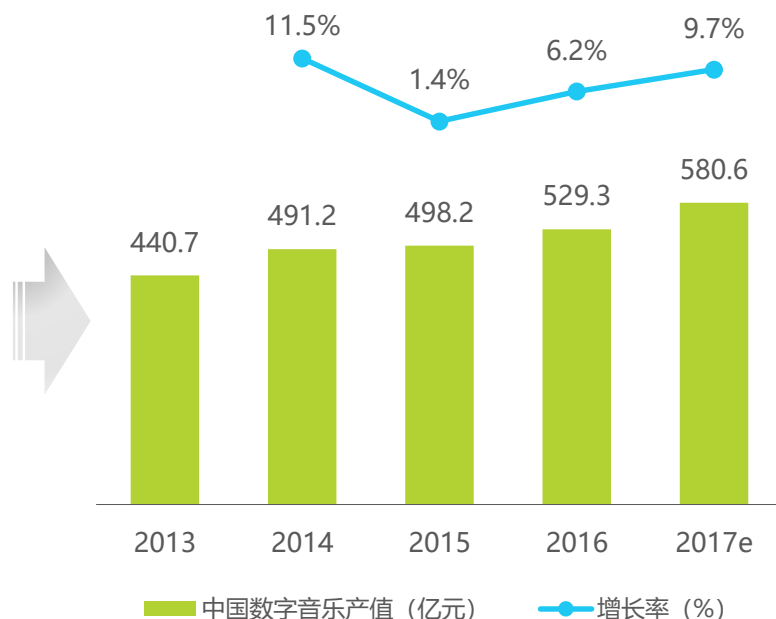
- ✓ 2017年我国网络音乐用户达**5.48亿人**，用户群体庞大。
- ✓ 内容付费的东风刮过，数字音乐的付费习惯已经养成，常见的消费内容为购买会员和数字专辑。
- ✓ 粉丝经济扩大化，可连续围绕粉丝经济提供增值服务。

场景多样

数字音乐场景将贯穿在各种娱乐消费场景中，从内容场景来看，视频、游戏、资讯等娱乐场景与音乐的结合用户体验倍增；从消费场景来说，购物、影院、游乐场等场景与音乐结合将会产生一定的联动效应。

地位提升

目前数字音乐的制作工艺、流程、推广和平台都趋于一致，用户对作品的精品化要求也越来越高，优质音乐作品将成为市场最强壁垒，音乐人的地位和议价能力在上升。



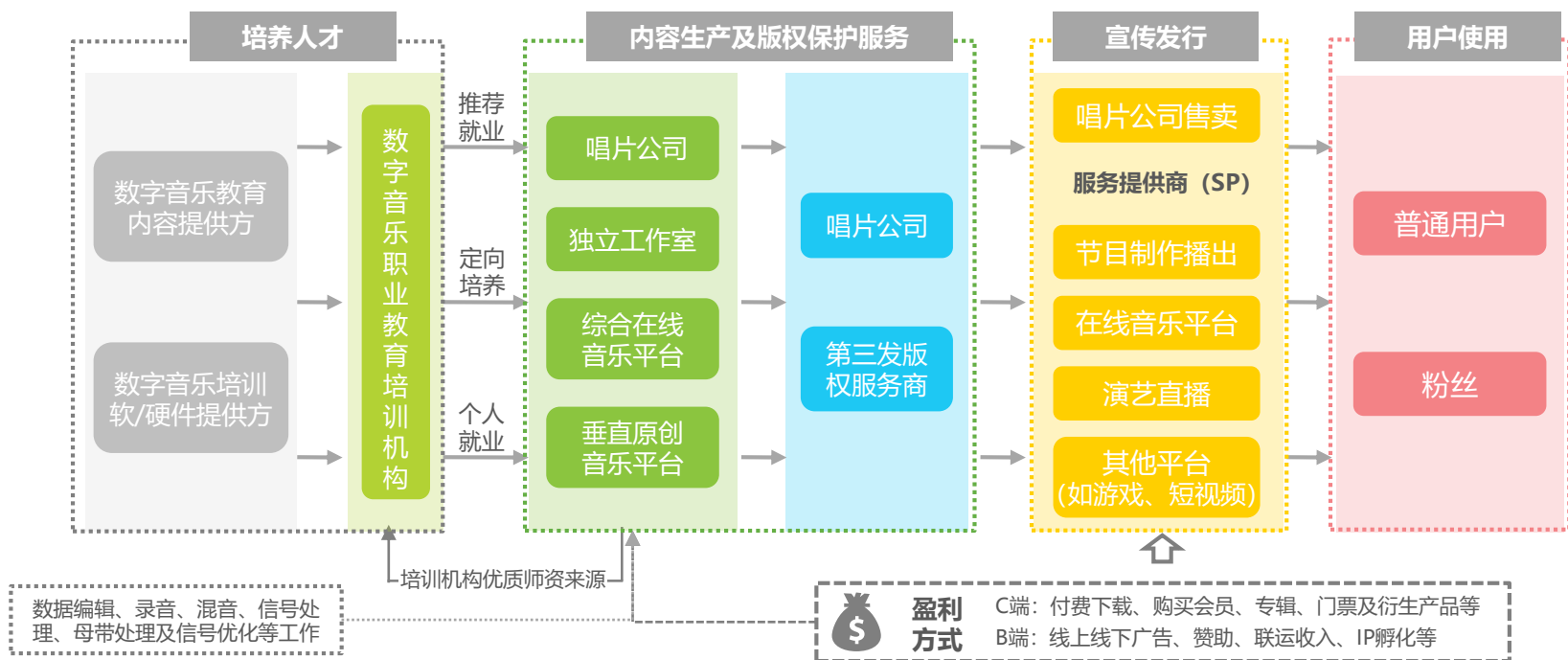
来源：2013-2016年数据来自中国印象与数字出版协会音乐产业促进工作委员会组织撰写的《2017年中国音乐产业发展报告》；CNNIC。

数字娱乐职业培训之数字音乐

音乐分发渠道多样化，盈利方式丰富且内容生产方议价能力提升，将共同催生数字音乐培训机构发展

纵观整个数字音乐产业链，产业链上下游间呈现相互融合的态势，这带来的好处主要体现在以下两方面，其一，数字音乐培训机构培养的人才不仅可以在音乐内容生产方实现就业，而且可以在产业链上下游之间找到适合的岗位，数字音乐培养的人才在就业能力方面表现良好；其二，随着版权市场的规范和粉丝经济的崛起，除了可能通过C端用户收费，还能在B端收取版权等费用，音乐市场整体盈利方式多样，从事数字音乐的意愿将会提升。

2018年中国数字音乐培训的产业链



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

中国数字娱乐职业培训的行业概述

1

中国数字娱乐职业培训行业发展现状

2

中国数字娱乐职业培训行业典型案例

3

中国数字娱乐职业培训行业发展趋势

4

全国多家直营精致校区，就业服务体系成熟

汇众教育成立于2004年8月，专注于数字娱乐职业教育领域，下设游戏学院、动漫学院、数字影视学院、UED学院、VR/AR学院五大学院，目前已在全国主要城市建设47家直营校区。汇众教育有完善的就业服务体系，实行“就业、创业一站式”就业保障机制。在入学时会根据测试成绩制定专属职业方向；在学习过程中会根据不同基础的学员进行专业知识教学，并且让学员参与项目实训和竞赛，提升实用技能和综合能力，为就业积累作品；在就业阶段，汇众教育有丰富的企业合作资源，推荐学员就业，同时打造同学+生态圈，为学员提供技术学习、就业创业、在职提升、校友人脉共享等终生服务。

汇众教育业务布局和就业服务体系

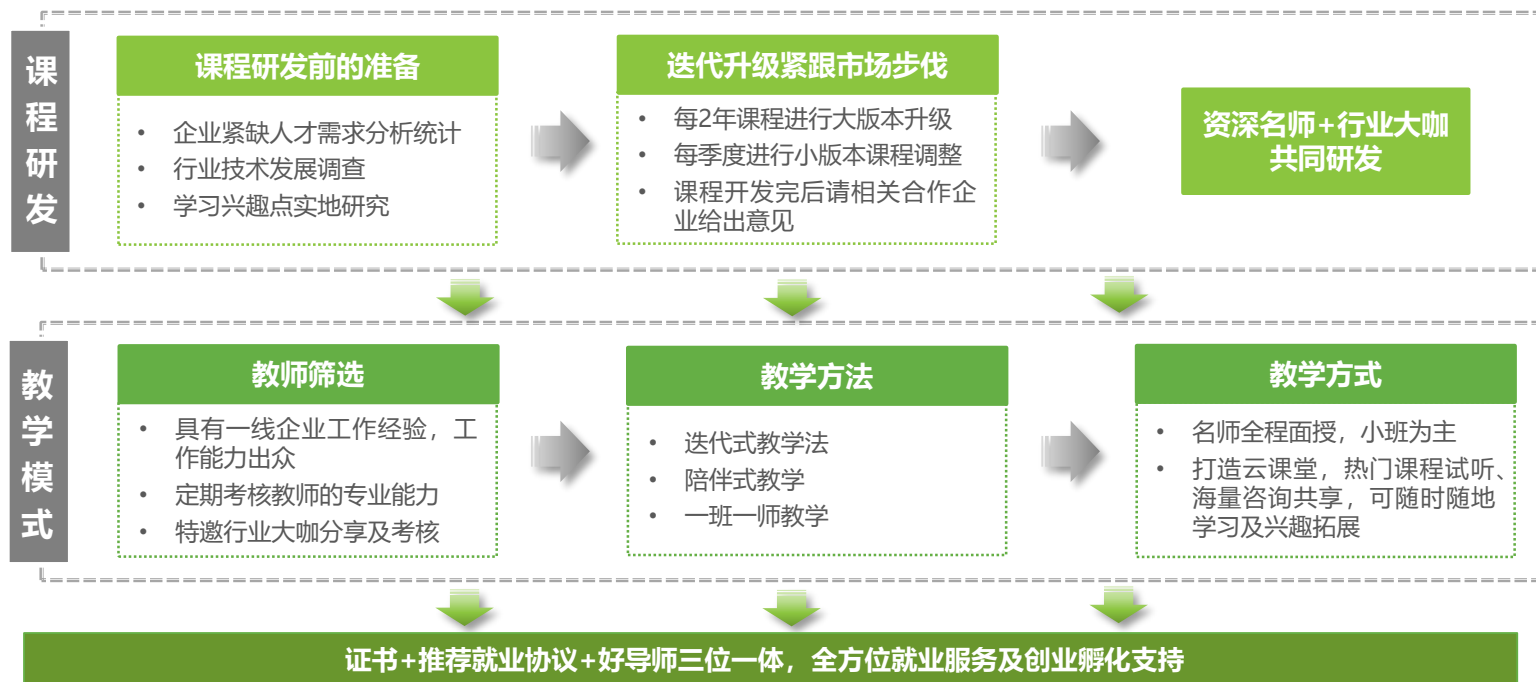


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

专注于数字娱乐职业教育领域，重视课程研发和教学创新

汇众教育深耕数字娱乐职业培训，重视教学教研。针对课程研发，汇众教育通过企业实地调研，进行市场人才需求统计分析和技术发展阶段剖析，并预判未来两年的课程体系以确保学员所学与社会需求相符。针对教学模式，汇众教育持续发力与创新，其一，严审教师资质、考核教师专业能力；其二，不断摸索并创新教学方法，以保证学员学习的有效性；其三，搭建云课堂，开展线上线下相结合的教学方式，实现标准技能+综合能力培养目标。

汇众教育课程研发及教学模式

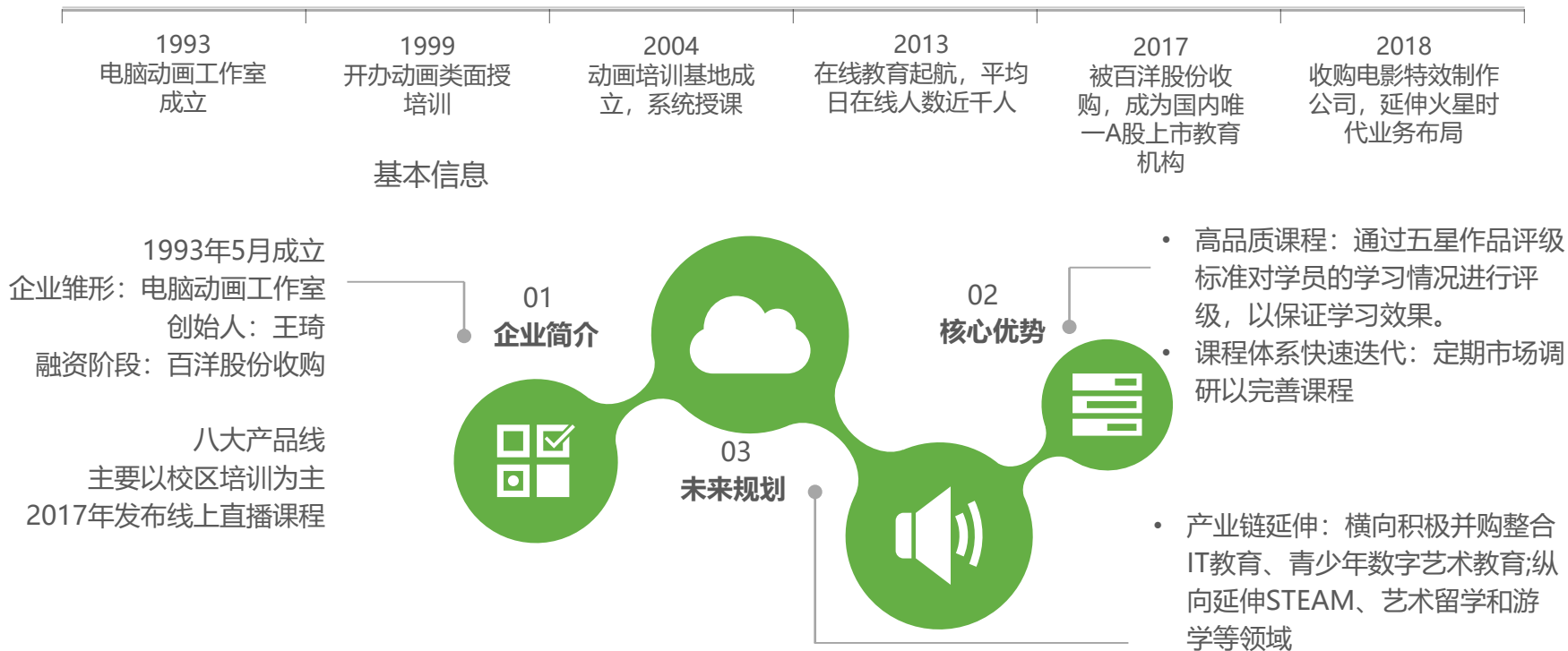


来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

课程设置全面，培训体系成熟，企业综合性强

火星时代是一家集实体培训、在线教育、图书出版、网络媒体与一身的大型数字艺术教育企业，其前身是成立于1993年5月的电脑动画工作室，2010年5月上海火星时代教育校区成立，2017年3月被A股上市公司百洋股份收购。公司主要产品包括UI设计、Web前端、影视剪辑包装、影视后期特效、游戏美术设计、游戏程序开发、室内设计、传统美术绘画等8大产品线。火星时代在全国有十五大校区，在2017年开始布局线上直播教育，并推出青少儿培训模式逐渐拓宽目标人群。

火星时代发展历程和业务优势



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

采用项目驱动的理念，进行直播录播在线教育

奇迹曼特成立于2010年，是一家采用互联网直播、录播形式进行CG在线教育的公司。公司主要课程产品包括UI设计、影视动画、游戏原画、影视模型渲染、影视后期合成、视频创意包装与剪辑设计等。奇迹曼特以编排好的学习顺序、强制性的学习场景、学习相关的社交关系、学术权威树立的学习目标为办学理念，创新式的采用直播+录播+1对1线上辅导的形式，保证了在线教育的授课品质。

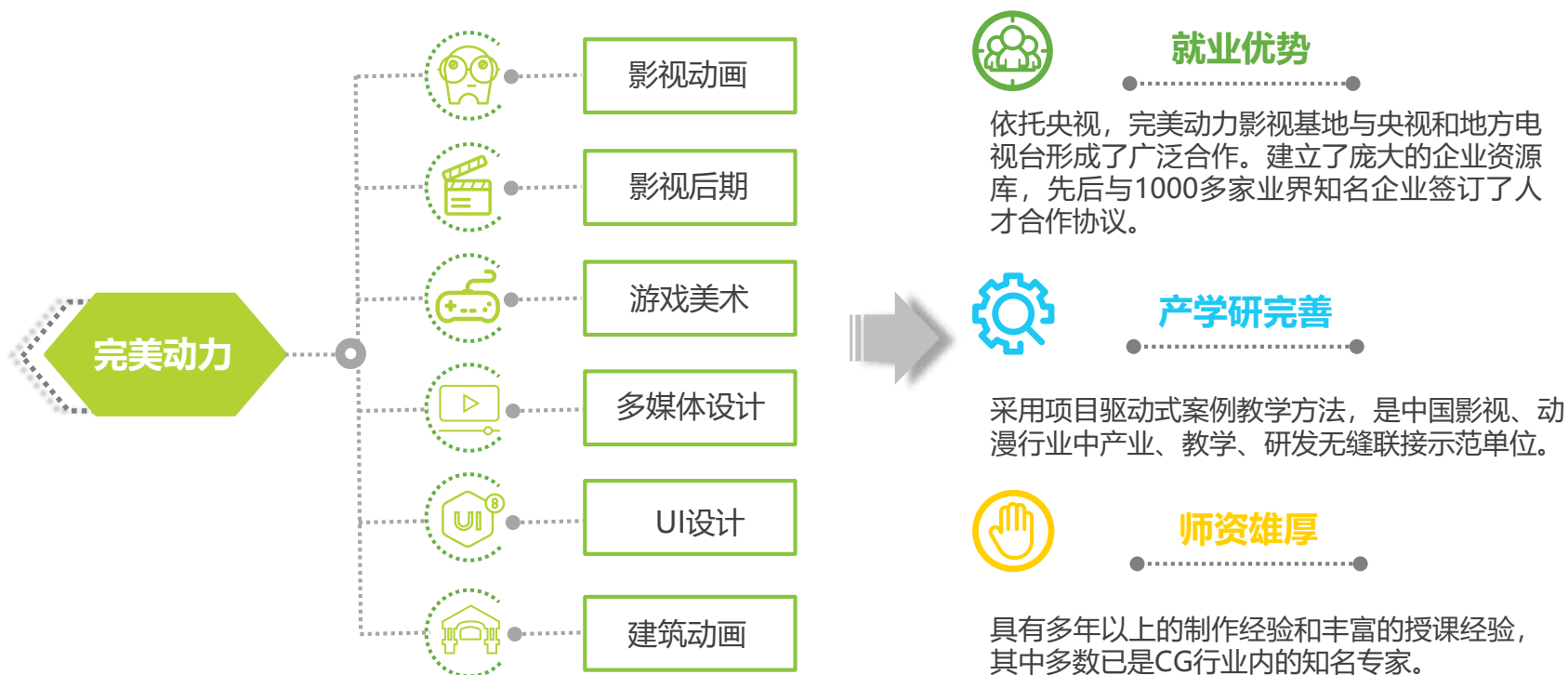
奇迹曼特的教学模式和战略布局



专注影视动漫行业，就业匹配度高

完美动力教育是中国影视动画产业、教学、研发无缝联接示范单位。完美动力教育的课程主要包括影视动画课程、影视后期课程、游戏动画课程、建筑动画课程等。公司与全国上千家单位建立人才培养协议，这些单位包括省市电视台、广告公司、影视动画制作公司、游戏公司、动画公司等。

完美动力教育的课程体系及优势



中国数字娱乐职业培训的行业概述

1

中国数字娱乐职业培训行业发展现状

2

中国数字娱乐职业培训行业典型案例

3

中国数字娱乐职业培训行业发展趋势

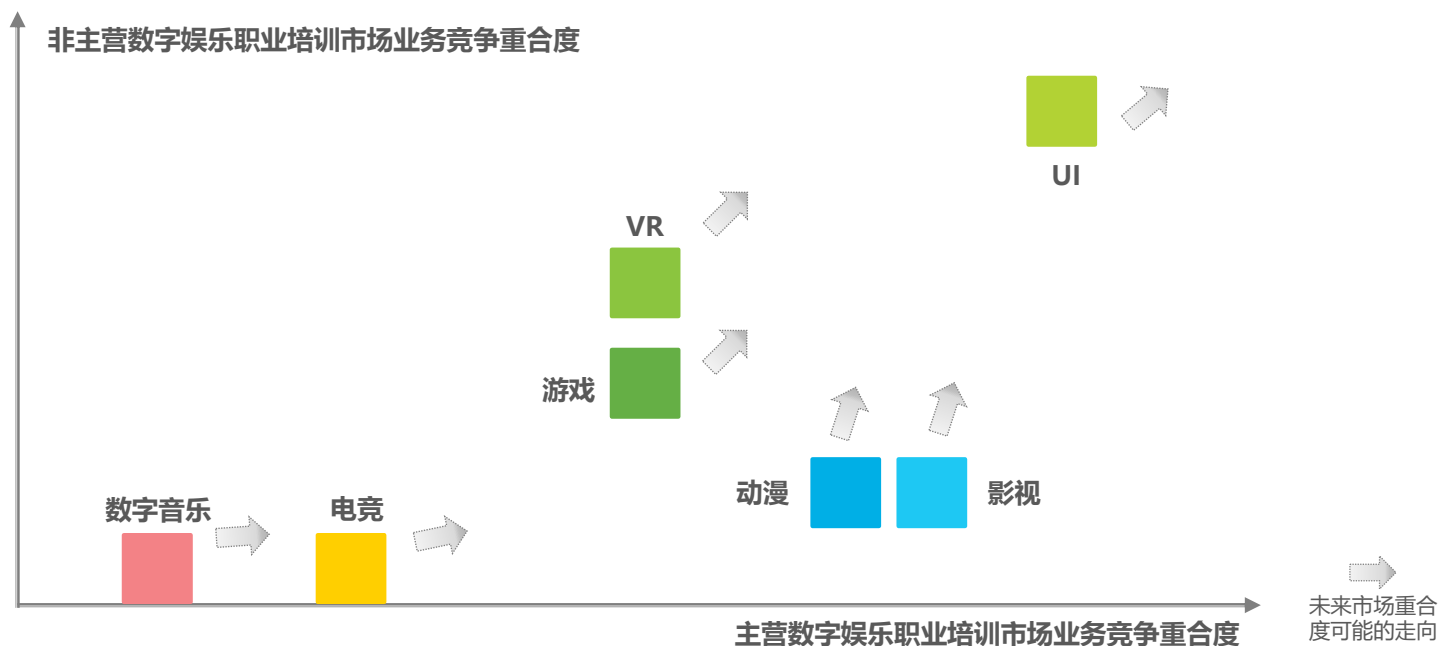
4

市场业务竞争重合度逐步提升

跨领域竞争已成共识，UI是市场重合度最高的领域

目前数字娱乐职业培训各业务竞争重合度提升主要体现在以下两方面：一方面，一些主流的主营数字娱乐职业培训的企业开始进行不同课程品类扩张，以及同品类培训课程服务覆盖半径变长，与其他培训机构同品类竞争加剧，这对企业打造课程优势、寻找差异化竞争提出更高要求；另一方面，以编程闻名的非主营数字娱乐职业培训企业已布局数字娱乐职业培训的部分领域，现阶段UI的竞争重合度最高，其次是VR和游戏方面的竞争，未来市场竞争品类将进一步深入至其他领域。因此在未来的市场争夺战中，业内玩家找准自身市场定位与优势、优化就业服务体系将尤为重要。

市场业务竞争的重合度逐步提升

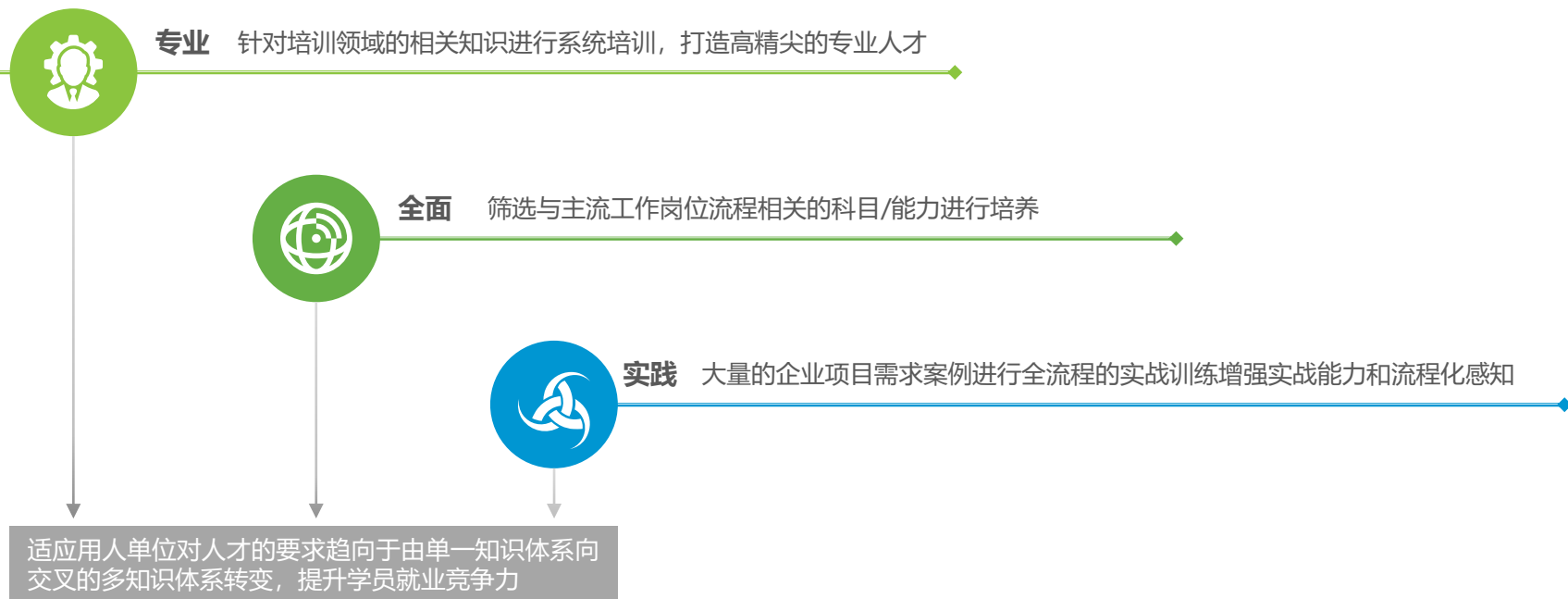


同品类的课程走向系统化

培训模式由点及面，重视人才综合能力的培养

现阶段国内针对数字娱乐职业培训的机构大多都是针对本领域的专业技能发力，目的就是希望在短时间内能够实现学员就业。未来，随着市场的成熟与培训机构的增加，市场的供需关系将会向供大于求的方向迁移，用人单位将不仅关注人才的专业能力，而且注重人才的综合能力和创新能力，这要求培训机构除了要培养人才的高精尖属性外，还需对人才知识的广度和深度进行培训，一方面知识的广度能够帮助学员更好的理解其所在工作岗位上下游需求对接时可能遇到的问题；另一方面，知识的深度能够促进学员结合具体的工作场景进行学以致用，提升就业竞争力及对充满变化的社会的适应能力。

同品类的课程培训将走向系统化

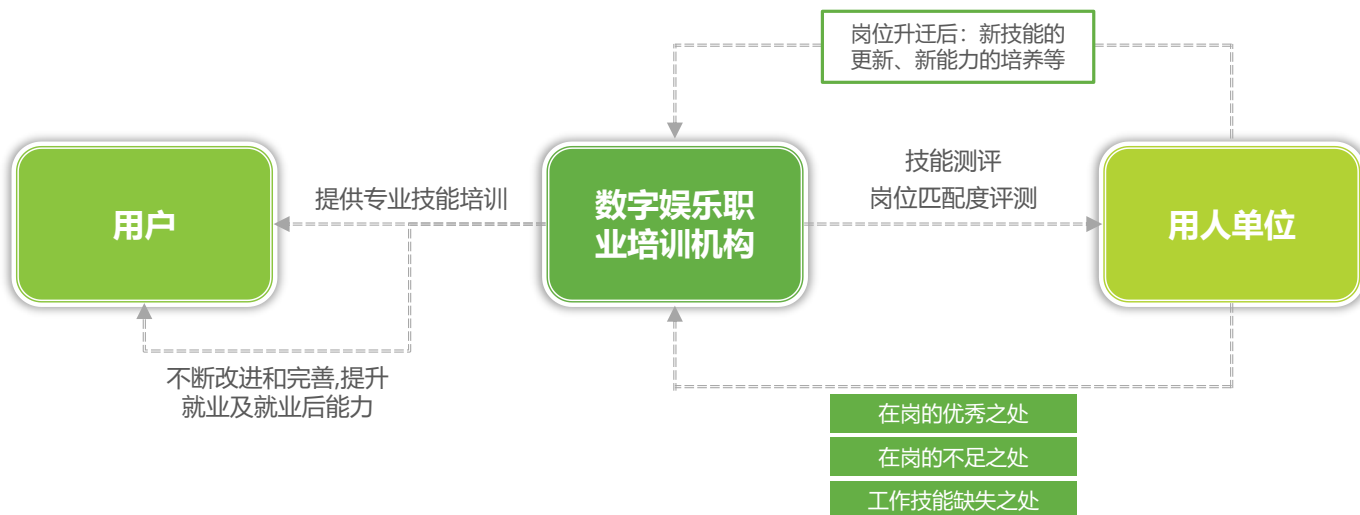


产业链服务向后端延伸

完善就业后服务，打造招生+培训+就业的商业闭环

现阶段数字娱乐职业培训企业除了需要不断优化课程体系，实现体系化教学外，还可以在产业链后端市场寻找新的盈利点。一方面，培训机构扮演的是向用人单位输送人才的角色，人才是否符合岗位需求是用人单位最为关心的，此时若能与用人单位共同建立一套适合用人单位的人才评价系统，如技能测评、岗位匹配度评测等，既能提升用人单位对培训机构输出人才的满意度，又将倒逼培训机构重视人才全面性的培养；另一方面，向用人单位提供优质人才后并不是终点，还需实时关注用人单位对人才的持续反馈，对于认可之处可持续发扬，对于不足之处则需要不断优化改正并加以完善。总之，培训机构通过与用人单位建立深度合作后，将有助于提升人才与用人单位的适配率，延长用户的生命周期，打造招生+培训+就业的商业闭环，实现产业链的延伸及构建。

产业链服务向后端市场延伸



用户群体市场下沉至青少年

用户群体的争夺硝烟将蔓延至青少年阶段

现阶段，有工作经验的人群、刚毕业/刚参加工作的人群和在校生（中等职业学校、本专科）是业内玩家竞相争夺用户的主要战场，针对这部分用户群体的宣传、服务等模式已经较为成熟，市场竞争也较为激烈，谁能够更好的把握市场需求的变化，谁能够更好的满足就业需求，谁在市场的话语权就比较高。目前，处于青少年阶段的人群市场尚处于一片蓝海状态，并且伴随着政府对素质教育的重视、资本市场的积极推动以及家长对培养学生兴趣广度的意识开放等客观因素，青少年人群市场有较大可供攫取的空间。

数字娱乐职业培训对象将下沉至青少年阶段



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