# 市场调研分析



♀ 讲师



# 目录



1.市场与用户;

2. 市场研究方法;

5.作业与练习;

思考

思考

请对自选产品做市场调研分析,该从什么维度 出发完成?

产品定位

一款K12在线教育产品,帮助孩子更优质的成长。



"K12"又名"K-12",全称为"Kindergarten to 12",意指美国教育体系中的幼儿园到十二年级,在中国通常指小学到高中学段。在中高考升学环境下,中国K12线下教育市场主要提供民办学校、课外辅导和托管服务,到了线上则供应品类和方式都有所丰富。近两年,K12在线教育行业表现亮眼,相比体量庞大的K12线下教育市场可谓新生牛犊,值得关注。

#### 中国K12在线教育行业发展历程

#### 萌芽期

- 101远程教育网、北京四中 网校为代表的名校网校兴起
- 网络基础条件差,产品多为 图文形式,教育效果差
- 从业者迷茫:2003年非典导致大规模停课,网校升温;
  2006年全国多省高考自主命题,网校内容适用性降低
- 最大价值:扩大名校、名师 片段化资料的传播范围

#### 启动期

- 家长消费水平提高, "不能 让孩子输在起跑线", K12 课外辅导需求快速增长
- 带宽扩容,产品形式升级为 录播课程视频
- 从业者犹豫:线下场地成本增加,线上或许是未来趋势,但线上产品粗糙、销售困难
- 最大价值:扩大名校、名师 完整课程内容的传播范围

#### 初步发展期

- 云服务发展,带宽扩容,4G网络和智能终端普及
- 受美国慕课影响,国内出现 在线教育VC热潮,YY、百 度、腾讯等互联网公司入场
- 从业者兴奋:探索题库、 O2O、少儿英语、在线一 对一直播辅导等多个赛道
- 最大价值:让用户接触到更标准化的服务和产品(提高质量下限,减小质量方差)

#### 快速发展期

- 教育大数据和教育科技进步,新一代消费者逐渐崛起
- 企业开始变现,大额融资频
- 从业者趋于理性:重视线下市场的经验,探索在线小班、双师课堂等更复杂的在线教学模式
- 价值与目标:让用户享受到 比线下教育更好的效果、更 快的效率和更个性化的体验

1991 2008 2013 2016

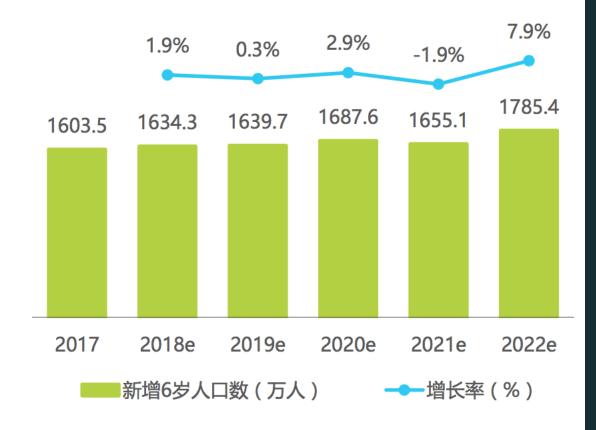
来源:艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。。

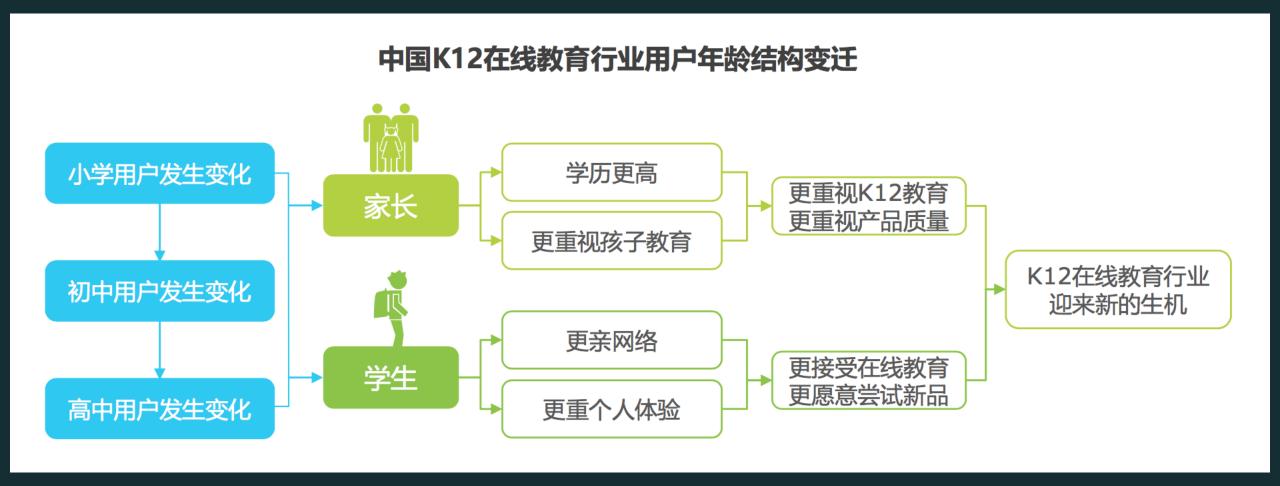


#### 2012-2017年中国K12普通学校在校学生数



#### 2017-2022年中国每年新增6岁人口数





#### 中国K12在线教育行业典型赛道主流细分客群走势

	出国	培优	应证	提升校内教育质量	
K12在线学科辅导		↓ 			
在线少儿英语	<b>+</b>	_	<b>—</b>		
在线工具 (作业批改、阅卷等)			_	<b>-</b>	
教育信息化 (家校互动、选课等)					当前主流崛起力量

来源: 艾瑞研究院自主研究及绘制。

#### 2017年中国K12在线教育行业常见问题

#### 优质师资和内容依然不足

- 不管线上还是线下,顶尖师 资一直稀缺,师资培养体系 不完善,优质在线师资无法 快速复制,且流动性高
- 本土化的优质在线内容仍然 稀缺,研发工作任重道远

消费者与使用者分离

#### 教学体验和效果待提高

- 在线教学平台目前多采用简 易互动系统,尚缺乏能够匹 配不同教学场景的在线教室
- 与传统线下培训相比,线上 教师对学生行为的掌控力 弱,线上教学过程中师生交 互的方式和深度受到限制

互联网&教育复合人才缺乏

#### 盈利模型待**验证**

- 传统线下培训市场价格体系 已经成熟,线上市场提价空 间不足,压价空间有余
- 互联网营销费用水涨船高, 用户转化率停滞不前,各机 构平均获客成本已从几十元 涨至几千元

既依赖资本又被资本捆绑

#### 落地政策不明

• K12在线教育相关监管政策 不明,如"K12在线教育企 业需要哪些办学资质?"

"公立校老师在线补课是否属于有偿补课?" "学习类产品免费进校后,是否有权售卖增值收费服务?"

存在数据安全隐患

整个K12在线教育:道阻且长 优质资源仍需沉淀, 盈利难题依然存 在 在快速增长的背后,K12在线教育 行业出现了一系列问题,对从业者来 说,最令人望而却步的问题是增收不 增利;对用户来说,优质师资和内容 不足、教学体验和效果差强人意等问 题始终没有解决。2017年,企业倒闭 、名师出走、流量虑高、 被指涉黄、 明星代言战、电话营销战等媒体爆料 频频出现。混乱产生的根源是行业准 入门槛低,但对核心资源的要求程度 高。这是新兴行业快速增长下的必然 现象。

# 总结

K12教育行业是一个千亿刚需市场,从2013-2016年,中国K12在线教育行业市场规模增长率基本保持在30%以上,2017年攀升至51.8%,市场规模达298.7亿元。

在优质教育资源紧缺的情况下,家长对子女的教育问题愈加重视,1.6亿在校生12年大额消费需求,成为K12教育市场的长期消费者。

盈利困难和优质在线资源不足是K12在线教育行业最明显的两个问题。目前采用直播方式收取课时费是现阶段最成熟的商业模式。在线直播领域正在进行模式探索,在线一对一、在线小班课与双师课堂备受关注。 根据线下市场的经验,未来线上市场也将以小班课为主流,同时并存多种模式。

- 市场现状、规模以及市场增长趋势
- ■用户特征、规模以及用户增长趋势
- 市场或用户或资源存在的问题
- ■总结

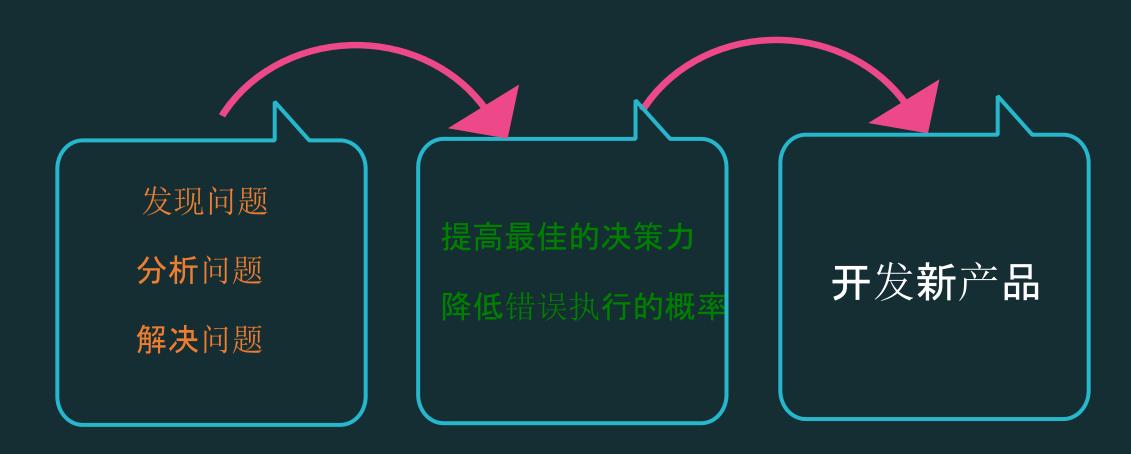
实战:

寻找自选产品所在行业的相关市场研究资料,阅读并提炼市场现状数据、用户数据等,并进行总结;

# 市场调研

市场调研就是指用科学的方法,有目的、有系统的搜集、记录、整理、有关市场营销的信息和资料。分析市场情况,了解市场现状及发展趋势。为市场预测和营销决策提供客观、正确的资料;

# 为什么要做市场调研



调研内容会有多种多样:

市场环境调查,包括政策环境、经济环境、社会文化环境、科学技术环境的调查;

市场基本状况调查,包括市场规范,总体需求量,市场的动向,同行业的市场分布占有率等;

用户调查,包括现有和潜在用户的人数及需求量,市场需求变化趋势,竞争对 手的产品在市场上的占有率等;

#### 作用:

- 对于企业本身可以了解外部环境信息,发现自身问题、分析问题、并为 产品提供信息支持,提高决策力,降低错误执行概率;
- 对于用户而言是提供一个表达自己意见的机会,使他们能够把自己对产品或服务的意见、想法及时反馈给企业,企业了解用户对产品或服务质量的评价、期望和想法。

## 谁去做调研:

- 专业调研公司
- 公司内部团队
- 产品经理





定性分析:定性研究使用回答为什么出现这样的情况,未经过量化,探索和理解用户的行为、态度、问题。为定量研究提供基础

■ 目的:对潜在的理由和动机求得一个定性的理解

■ 样本:由无代表性的个案组成的小样本

■ 数据收集:无结构的

■ 数据分析: 非统计的方法

■ 结果: 获取一个初步的理解

定量分析:基于对大量被访问者进行访问的基础上完成的统计分析。问题的设计用于提供数字,以支持某种观点和想法,对每一个被访问者用同样的顺序、同样的问题、同样的语句、询问同样的语句。定量研究是在已知精度的基础上,用来回答如:多少、频次、何时、什么问题

- 目的:将数据定量表示,并将结果从样本推广到所研究的总体
- 样本:由有代表性的个案组成的大样本
- 数据收集:有结构的
- 数据分析: 统计的方法
- 结果: 建议最后的行动路线

#### 调研步骤:

- 确定市场调研的必要性
- 定义存在问题
- 确立调研目标
- 确定调研设计方案
- 方案实施与收集资料
- 数据分析与总结
- 撰写调研报告



常用市场研究途径

# 常用市场研究途径

#### 问卷调查法

- 问卷调查假定研究者已经确定所要问的问题并这些问题被打印在问卷上 ,编制成书面的问题表格交由调查对象填写,然后收回整理分析,从而 得出结论。它是帮助研究获取研究数据的一种方式。
- 线上问卷网站:

问卷星、金数据、麦客、调查派、问卷网、腾讯问卷

#### 访谈法

- 找到相关用户,然后和用户发生一次深度交流,从而获取用户的需求。
- 访谈法可分为一对一的深度访谈和焦点小组访谈
- 访谈的用户样本越多越全面,那么获取的用户需求也相对越具有代表型和准确性;

#### 观察法

- 根据一定的目的,运用自己的眼睛直接看到或者辅助一定的工具直接观察被研究对象,从而研究目的。
- 方式:
  - 入户面访观察
  - 街头拦截式面访调查
  - 产品试用观察
  - 计算机辅助,如眼球运动、鼠标移动轨迹研究

#### 电话访谈法

- 调查者按照统一问卷,通过电话向被访者提问,笔录答案。
- 电话调查速度快, 范围广, 费用低, 回答率高, 误差小;
- 在电话中回答问题一般较坦率,适用于不习惯面谈的人,但电话调查时 间短,答案简单,难以深入,受电话设备的限制。

#### 专家调研法

- 围绕某一主题或问题,征询有关专家或权威人士的意见和看法的调查方法。
- 适用于客观资料或数据缺乏情况下的长期预测,或其它方法难以进行的 技术预测。利用专家的知识和经验给出一定的结论。

#### 资料研究法

- 通过搜集、鉴别、整理相关调研的资料,并进行分析,形成对事实的科学认识的方法。
- 资料来源:
  - ✓ 互联网公开资料
  - ✓ 市场研究报告,如艾瑞咨询报告、腾讯研究院报告、阿里研究院报告报告
  - ✓ 各行业协会报告
  - ✓ 商业周刊
  - ✓ 政府报告

#### 更多方法

- 邮寄调查法:
- 模拟实验法;
- 展览会;
- 跨学科研究法;



### 市场调研途径

常见市场分析公司:尼尔森、艾瑞、易观、talkingdata、七麦数据

常见趋势分析网站:百度指数、腾讯指数、阿里指数、搜狗指数

企业服务查询:天眼查、企查查

Search

筛选条件 行业选择 🗸 🗆 报告类型 🗸 🗆 发布时间 🗸

2018年 中国泛娱乐直播营销 趋势解读

报告

#### 2018年中国泛娱乐直播营销趋势解读

《2018年中国泛娱乐直播营销趋势解读》是艾瑞通过对泛娱乐直播营销市场研究、企业研究、用户行为态度研究基础上、

泛娱乐 直播

2018/7/11 17:36:32

2018年 火箭少女101成长数据 记录报告

报告

#### 2018年火箭少女101成长数据纪录报告

《2018年火箭少女101成长数据纪录报告》是艾瑞咨询根据用户关注的热门网络综艺话题制作而成。通过大数据挖掘技术、

少女101

2018/7/11 12:32:05

2018年 中国垂直结婚服务市场 移动互联网案例研究报告

#### 2018年中国垂直结婚服务市场移动互 联网案例研究报告

随着移动互联网发展逐渐成熟,移动端垂直结婚服务行业整体 发展进入到新的阶段,基于行业整体发展概况、核心企业、用

报告

2018年中国网红经济发展研究报告

2018年新中产精神消费升级报告

2018年中国在线旅游平台用户洞察报告

2018年中国正品电商白皮书

2018年中国植发行业研究报告

2018年中国健康保障行业研究报告

2018年中国智能语音助手企业案例研究报告

2018Q1中国网络婚恋行业季度监测报告

2018年Q1中国互动娱乐季度数据发布研究报告

2018年中国移动NFC支付行业研究报告

2018/7/5 17:05:10

# 艾瑞指数 iRIndex

分析海量数据,建立多个用户行为指标,真实反映中国互联网整体和移动互联网市场客观情况 为目标客户提供市场决策依据。



Q 输入您想要查询的信息, 如: 中国移动、微信

搜索

热门搜索: 微信 QQ 手机淘宝

TalkingData30日实时活跃终端指数

711,054,835

27%

73%

首页 > 社交 > 社交网络 > 微信



微信 🍫 未认领 这是一个生活方式

公司名称:深圳市腾讯计算机系统有限公司

联系电话: 未收集









# 市场调研途径





实战:

通过以上途径,了解自选产品的行业数据;

# 产品手记介绍

产品手记以学习、互助、分享为核心学习理念,提倡永久学习,永久互助、永久分享,推动所有学员的知识不停迭代,不停进步。

比邻学院是"产品手记"旗下品牌。取自"天涯若比邻"。

官网网站: www.chanpinshouji.com

比邻学院官网: www.bilinxueyuan.com

腾讯课堂地址: https://cpsjpm.ke.qq.com

简书地址: http://www.jianshu.com/u/b978c53a9db7