



2018 教育培训行业研究报告

目录

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

03. K12教育市场

04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

我国教育培训行业全景图

按时间大致可分为学前教育、K12、后K12（高等&职业教育）等几个阶段



学前教育阶段（0-6岁）

- 早教(0-3岁)
早教机构
- 幼教 (3-6岁)
幼儿园



K12阶段（6-18岁）

- 小学 (6-12岁)
公办、民办小学、课外辅导机构
- 初中 (12-15岁)
公办、民办初中、课外辅导机构
- 高中 (15-18岁)
公办、民办高中、课外辅导机构



后K12（18岁后）

- 高等教育
高校民办、公办
- 职业教育
技术培训、语言培训等



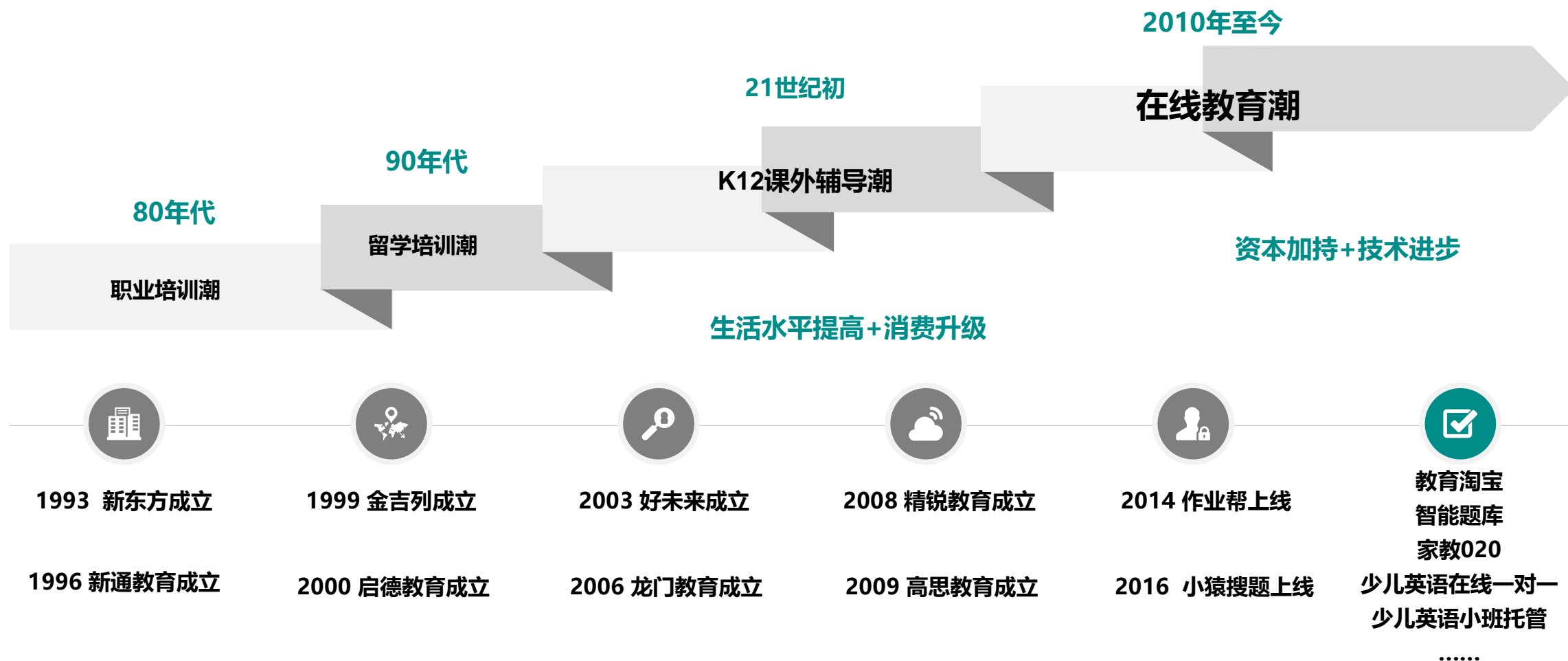
补充培训

- 艺术培训
课外/艺考
- 体育培训
各学段
- 留学培训
国际学校、高考



教育培训行业发展历程

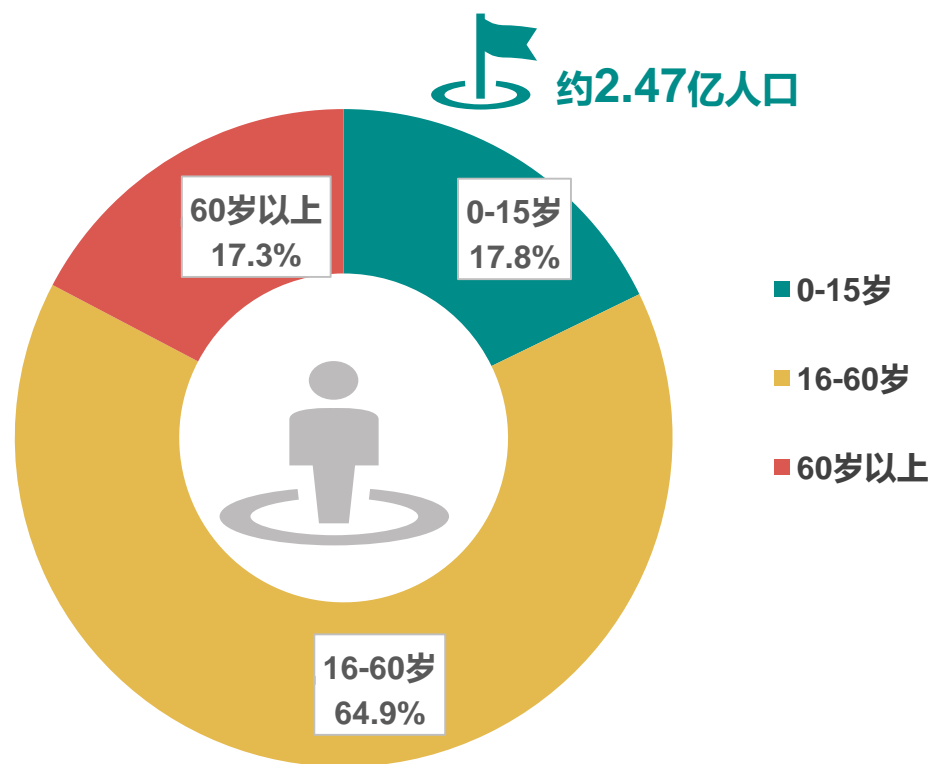
线下教育稳步推进，线上教育势不可挡



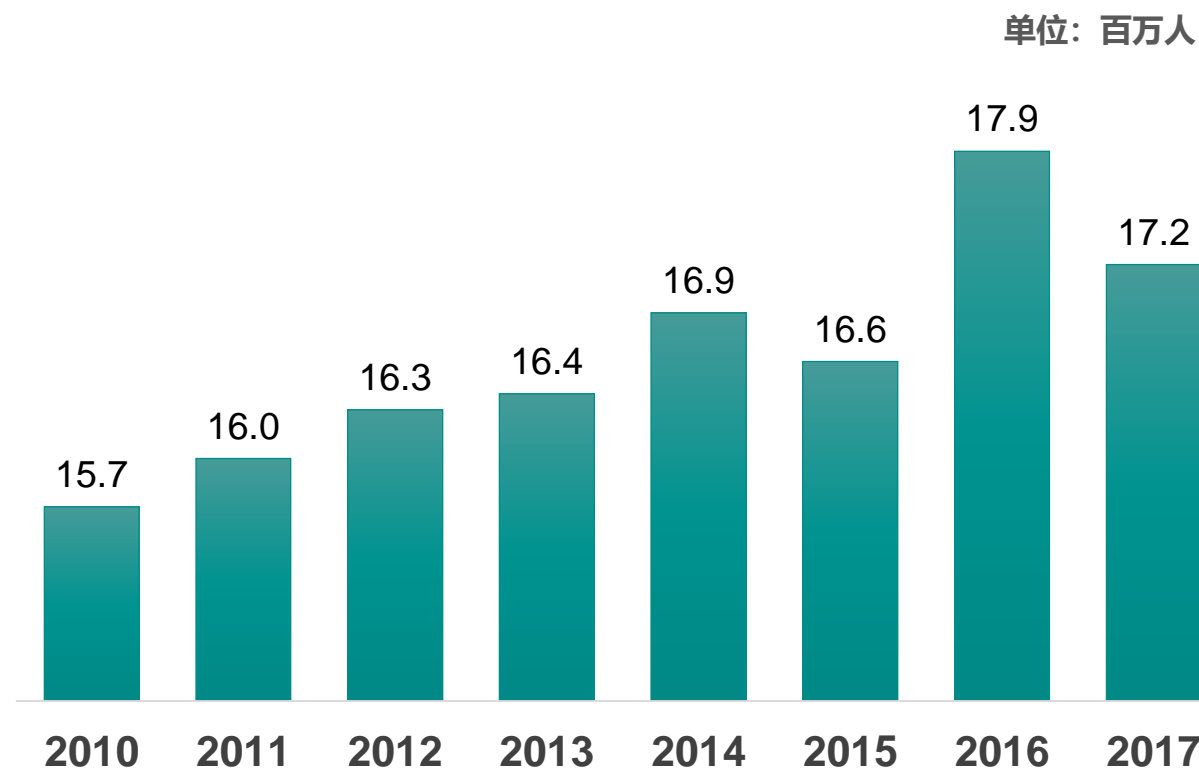
受益人口基数，教育需求迸发

二胎政策下人口总量增加明显，幼教与K12仍处于人口红利阶段

2017年中国各年龄段人口占比

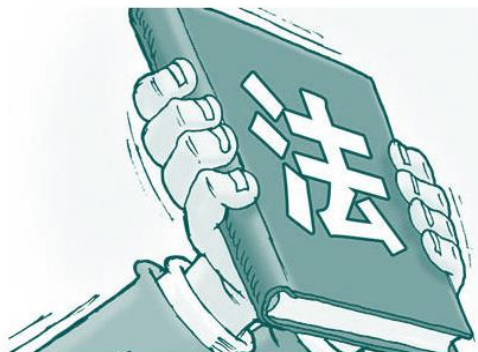


2010-2017年中国出生人口数量



新法时代开启，明晰路径是主旨

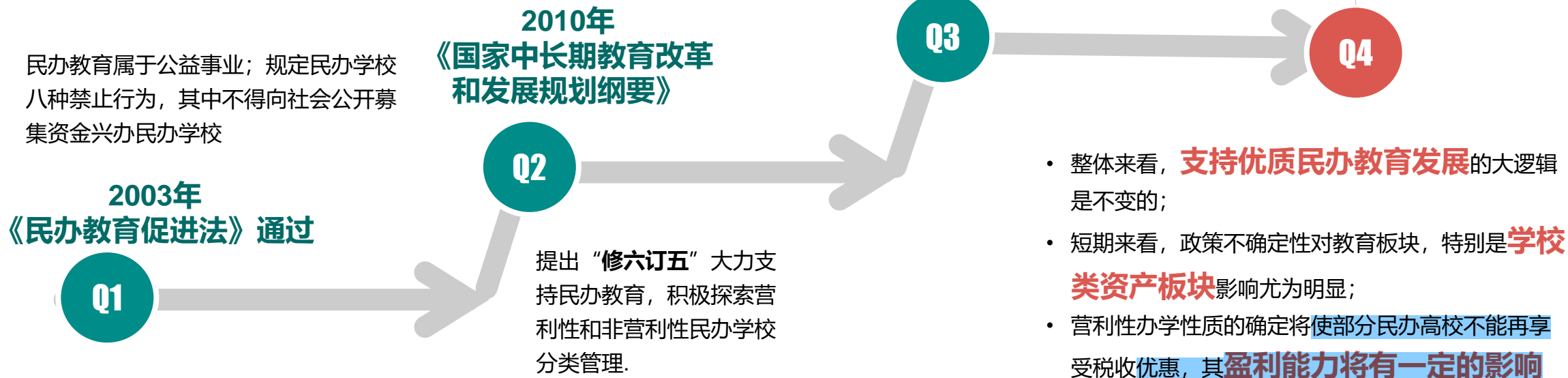
民办教育逐渐进入新法明确时代，细则逐步推进



- 2015.1（一审）讨论通过《教育法律一揽子修订案（草案）》，民办学校实行分类管理，允许兴办营利性民办学校
- 2015.12（二审）全国人大常委会就《民促法》暂不交付表决
- 2016.11（三审）《民促法》审议通过，义务教育阶段不设立营利性民办学校
- 2017.9《民促法》修订案实施

2018年
《民促法细则（送审稿）》发布

民促法修订一览表



教育互联，在线教育处于资本风口

一级市场融资火热，未来优质在线教育标的资本化大势所趋

蜻蜓FM 蜻蜓.fm

- 时间：2017.9
- 金额：约10亿人民币
- 轮次：E轮
- 投资方：微影资本、百度、中民投资等

VIPKID VIP KID

- 时间：2017.8
- 金额：2亿美元
- 轮次：D轮
- 投资方：红杉资本、腾讯、云锋基金等

作业帮

- 时间：2017.8
- 金额：1.5亿美元
- 轮次：C轮
- 投资方：老虎基金、H capital、红杉资本等

掌门一对一

- 时间：2017.12
- 金额：1.2亿美元
- 轮次：D轮
- 投资方：华平投资、元生资本

得到

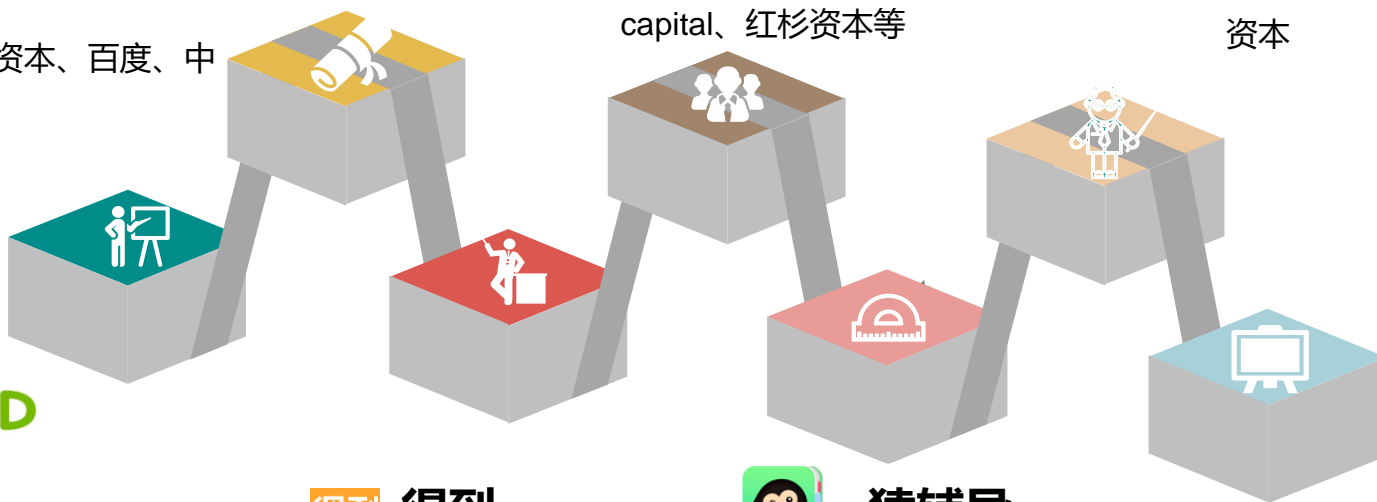
- 时间：2017.9
- 金额：9.6亿
- 轮次：C轮
- 投资方：红杉资本、腾讯、华兴资本等

猿辅导

- 时间：2017.12
- 金额：1.2亿美元
- 轮次：E轮
- 投资方：华平投资、腾讯

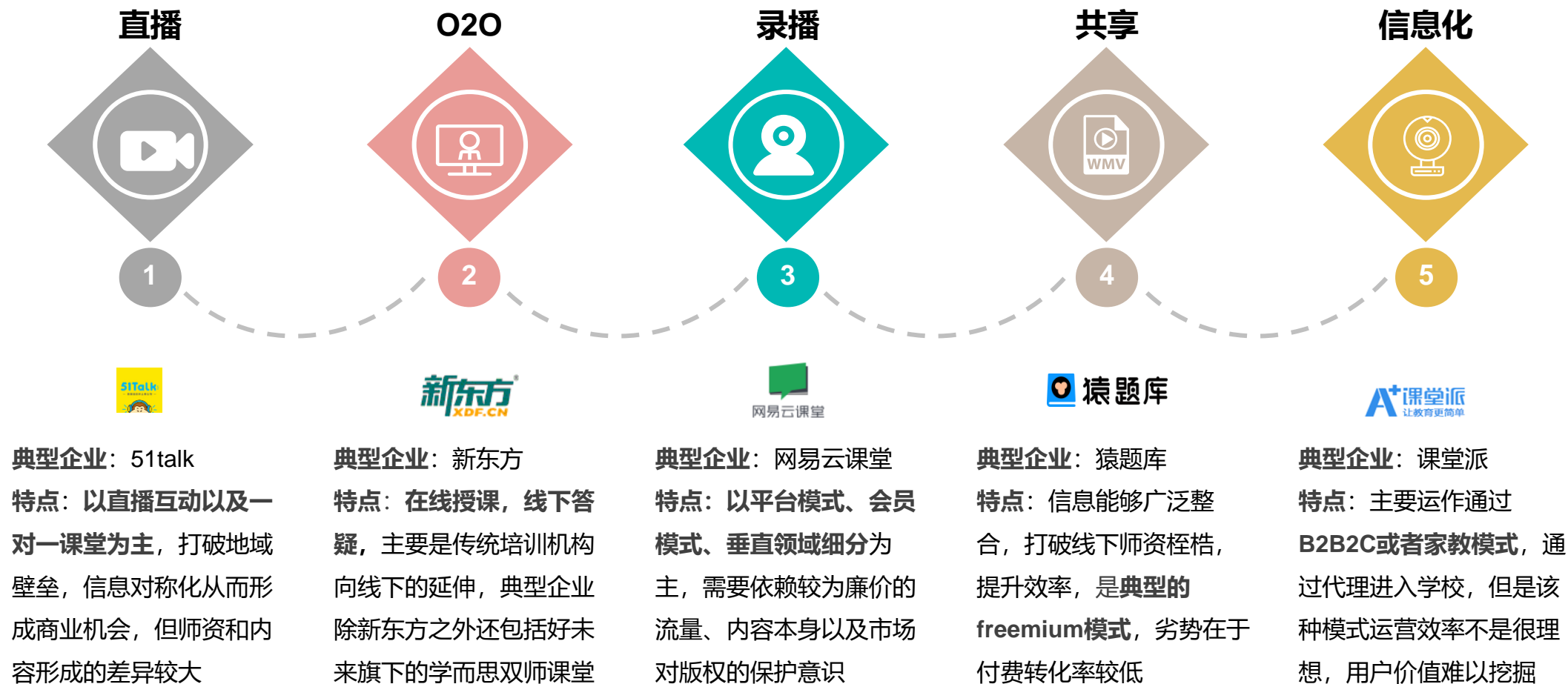
学霸君

- 时间：2017.1
- 金额：1亿美元
- 轮次：C轮
- 投资方：招商局资本、远翼资本、启明创投等



录播+O2O是在线教育主要商业模式

未来内容付费意愿将会逐渐增强，知识付费趋势明显



目录

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

03. K12教育市场

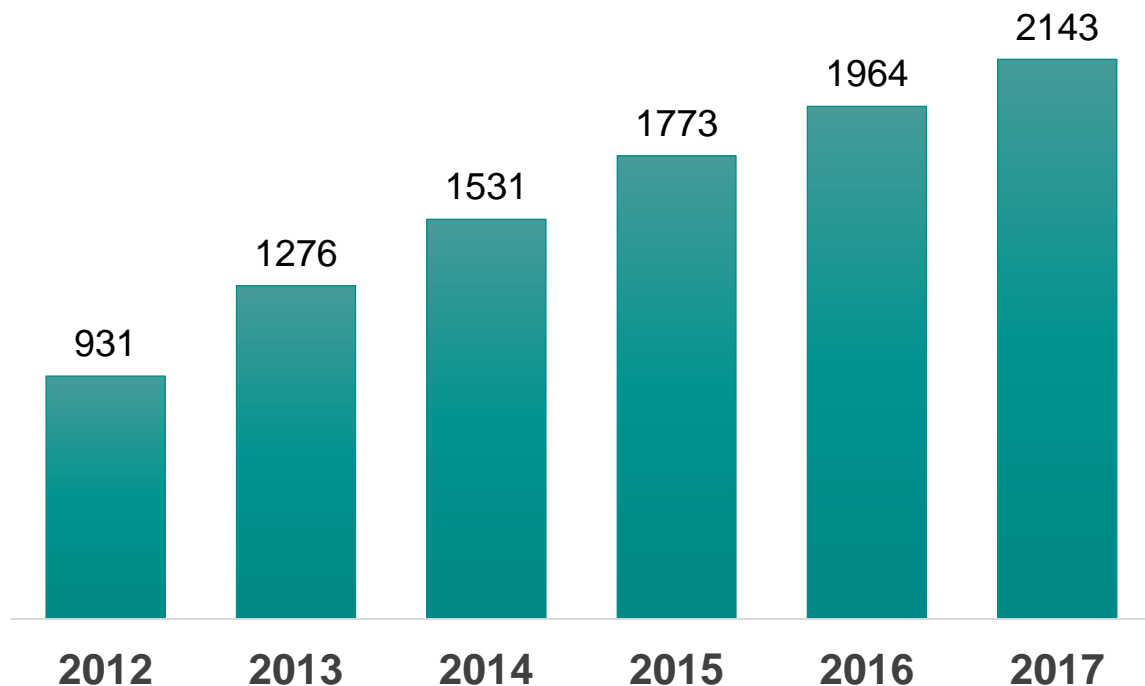
04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

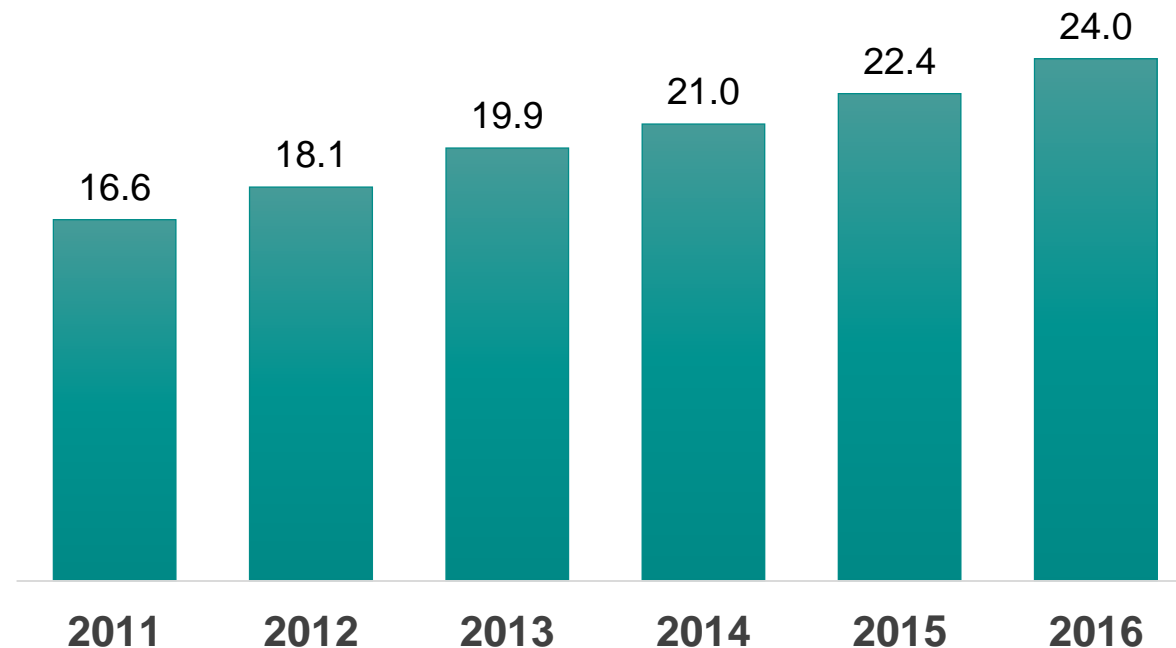
学前教育将率先受益二胎红利

2019年首批受益二胎政策出生的儿童将达到入学年龄，峰值将到来

2012-2017年学前教育市场规模（亿元）



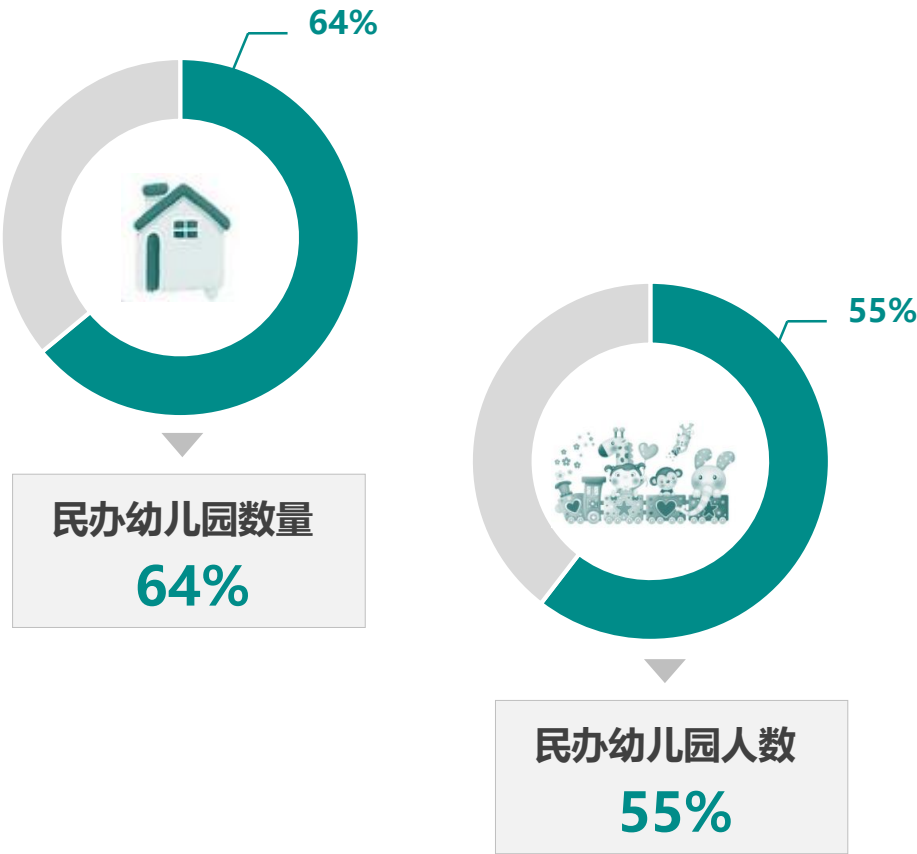
2011-2016年幼儿园数量（万所）



民办幼儿园挑大梁，行业高度分散

民办幼儿园是主力军，学前教育市场CR5不足3%

2016年民办幼儿园占比情况



幼儿园市场TOP5集中度



红缨 1.92%



博苑 0.42%



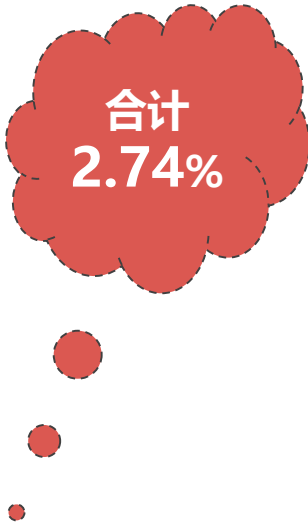
金色摇篮 0.21%



红黄蓝 0.11%



诺贝尔 0.21%



直营+加盟是学前幼教扩张的主要手段

自营+加盟是主要扩张手段，标准化运营与管理规范尚需升级



直营

代表企业：伊顿



优点：对门店进行标准化管理，对教学质量进行良好把控

缺点：需拥有一定规模的自有资本，发展速度受到限制



加盟

代表企业：红缨



优点：通过品牌授权进行轻资产快速扩张

缺点：对品牌加盟园的管控提出更高要求



混合型

代表企业：博苑



优点：通过直营带动加盟，便于人才培养和储备大量可纳入直营的后备资源

缺点：对资金要求较高，需要平衡双向发展

Mob Insight



盈利模式不同

直营幼儿园主要通过收取学费、课时费等模式盈利；连锁加盟模式则主要依靠收取加盟费以及销售相关产品获利；未来随着资本的进一步介入，**连锁加盟模式将会逐渐成为市场主流**



规范运营与标准化是关键

近年来民办幼儿园伤害儿童等恶性事件屡屡被爆，幼儿园管理水平层次不齐，监管督导被社会大众提到风口浪尖，**幼教管理标准规范仍需升级。**

学前教育在线市场

多以寓教于乐的教育产品为主，行业处于探索期，形成规模化市场仍需时日

2018学前教育App市场主要分类

益智游戏	 小伴龙	 宝宝巴士	 宝宝超市	 小企业乐园	 宝宝游乐园
儿歌	 儿歌多多	 儿歌点点	 宝宝巴士儿歌	 贝乐虎儿歌	 贝瓦儿歌
故事	 小猪佩奇	 凯叔讲故事	 阿布睡前故事	 宝贝听听	 口袋故事
认知	 宝宝学汉字	 宝宝认知大全	 宝宝学数学	 悟空识字	 宝宝学对比

学前教育在线市场主要特点



发展阶段

尚处于探索期，用户规模逐步扩大，市场增长空间较大



寓教于乐产品为主

区别于其他教育领域，学前教育产品主要以儿歌、动画、游戏等产品居多



用户触达

以移动终端为主流，方便携带和随时随地使用，同时车载也成为另一个重点的终端



使用需求

使用者是儿童，但付费者是家长或老师，因此产品设计需要兼顾两类人的需求



同质化严重

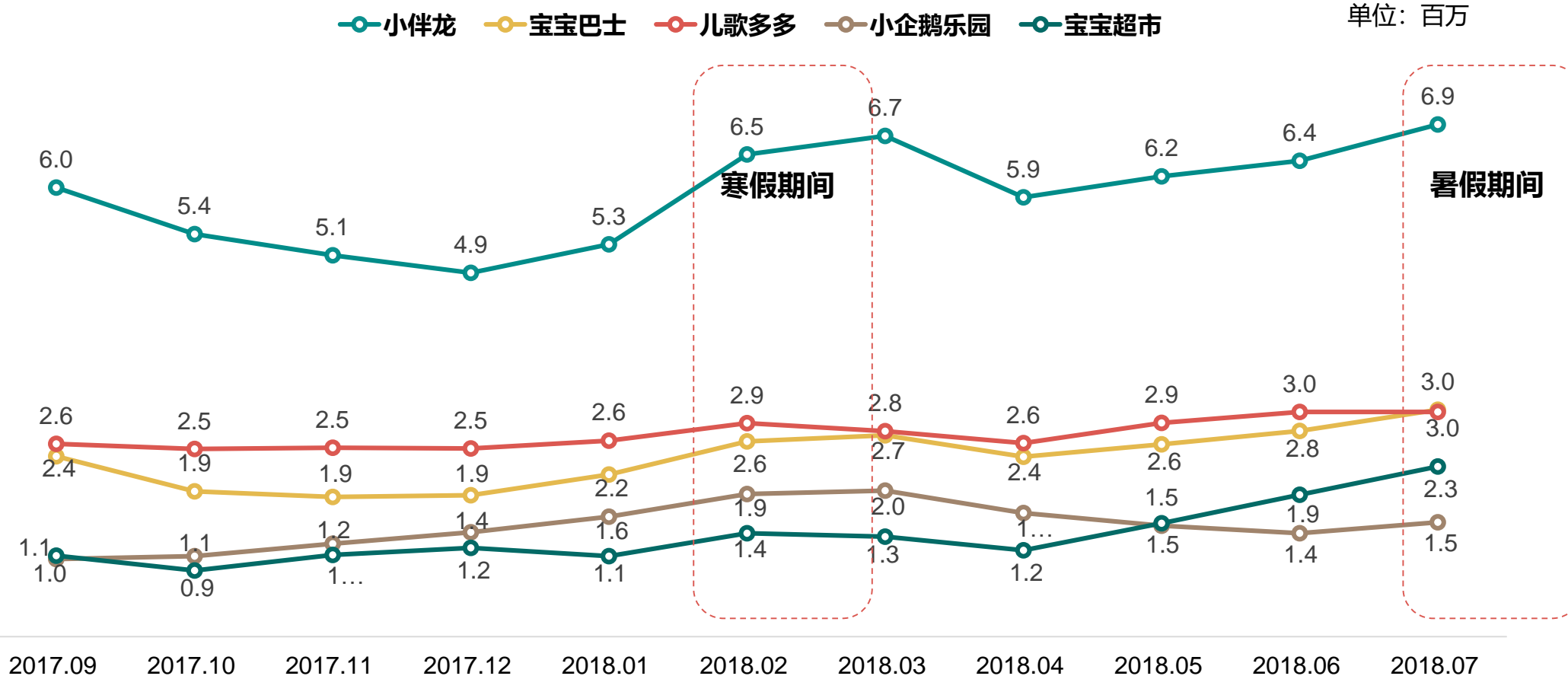
当前市场竞争激烈，产品存在同质化现象，缺乏原创的优质教学内容

学前教育头部App主要集中在益智游戏类

小伴龙月活超六百万，位列第一梯队，其后是儿歌多多和宝宝巴士

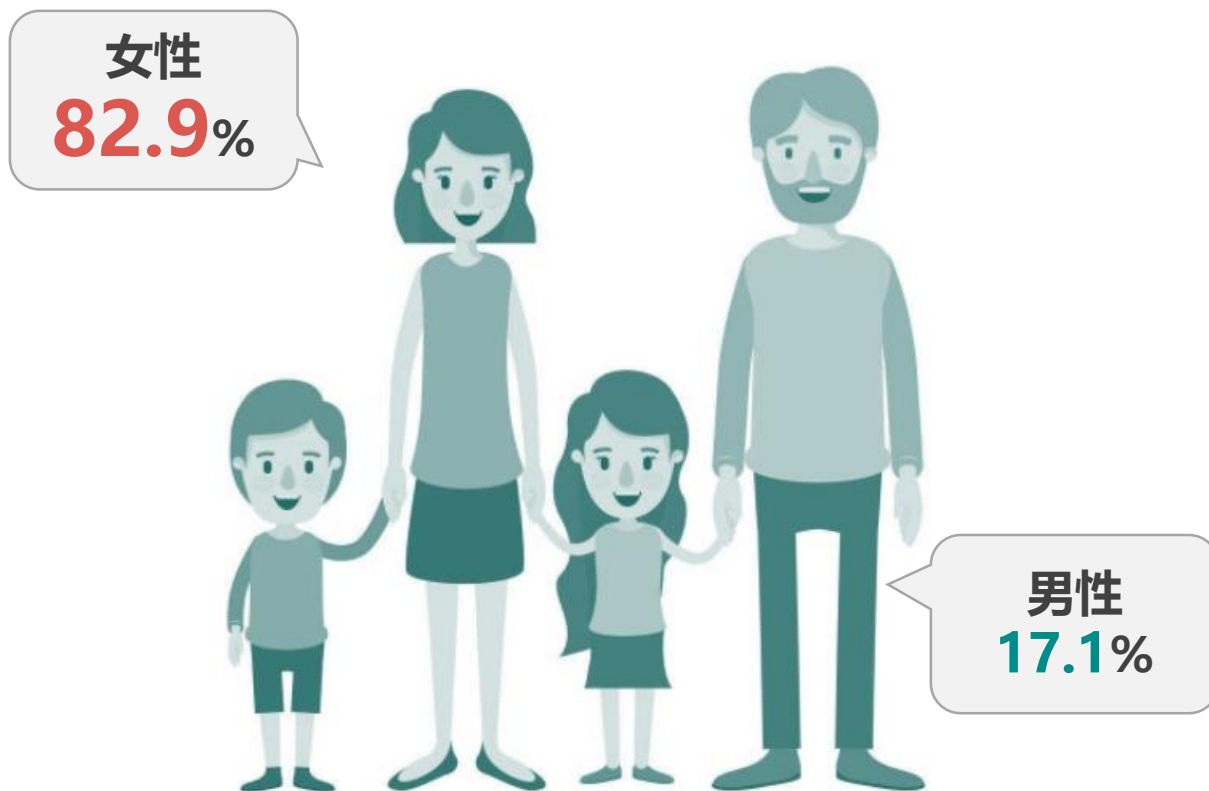
学前教育典型App月活趋势

单位：百万

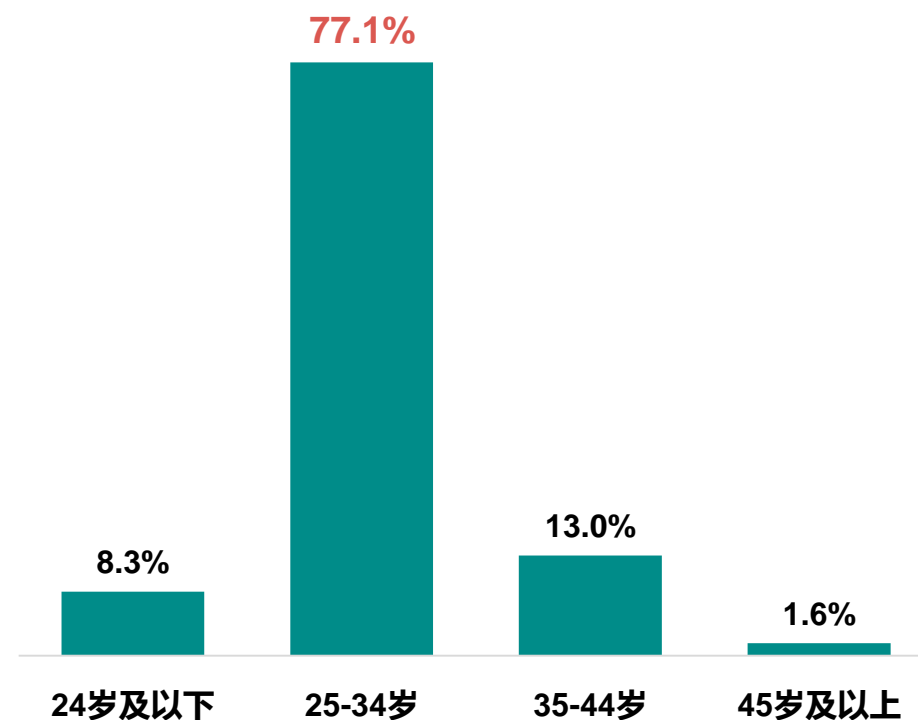


女性用户远高于男性，用户多集中在25-34岁之间

性别分布



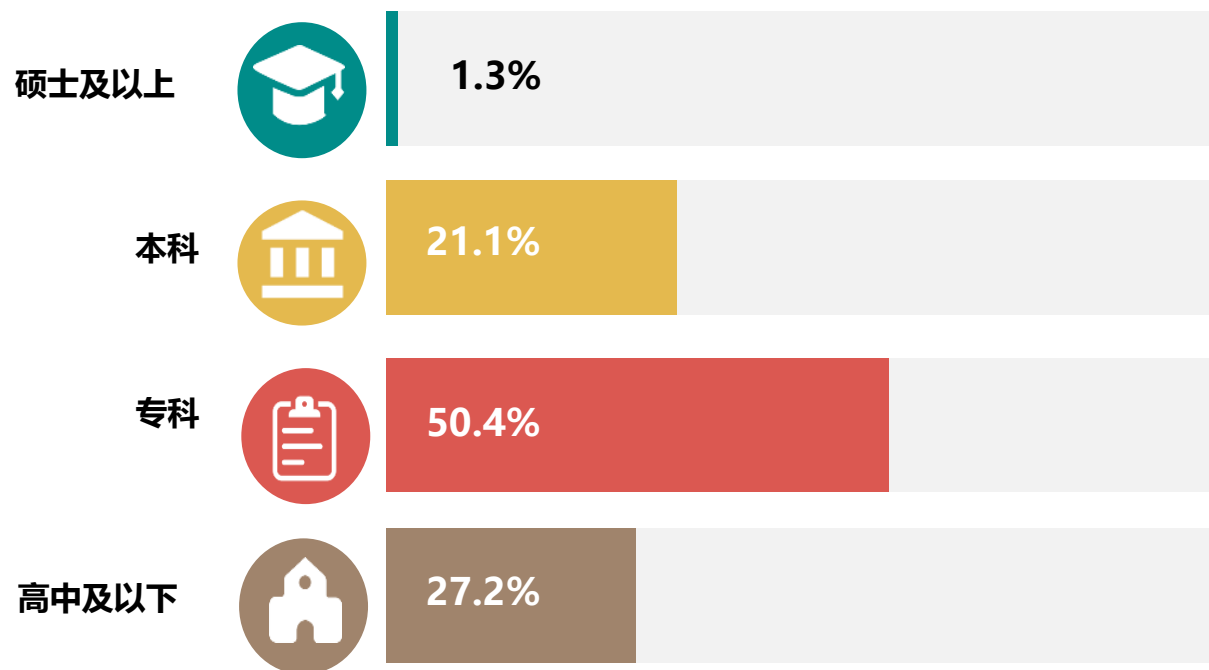
年龄分布



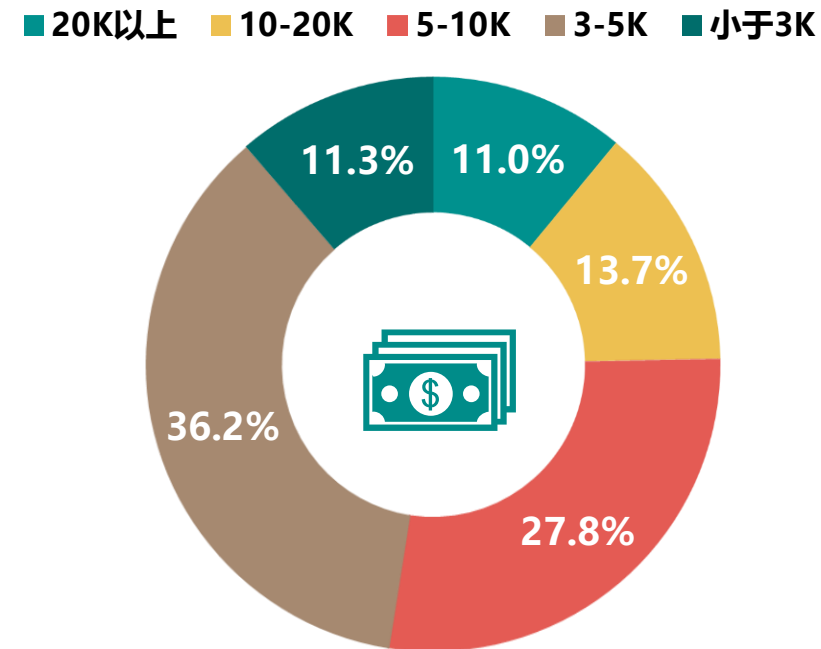
学前教育App用户画像

中等收入家庭居多，学历在专科以上

学历分布



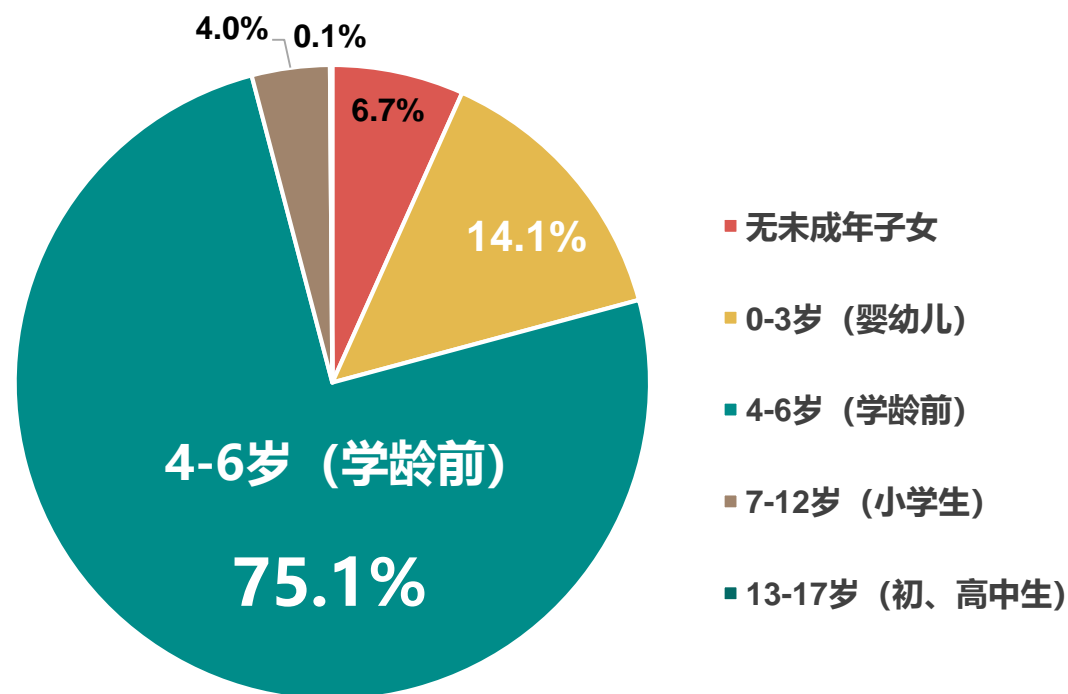
收入分布



学前教育App用户画像

4-6岁婴幼儿父母是主体，大部分有房无车

有无未成年子女情况



财产情况



72.1%
有 房

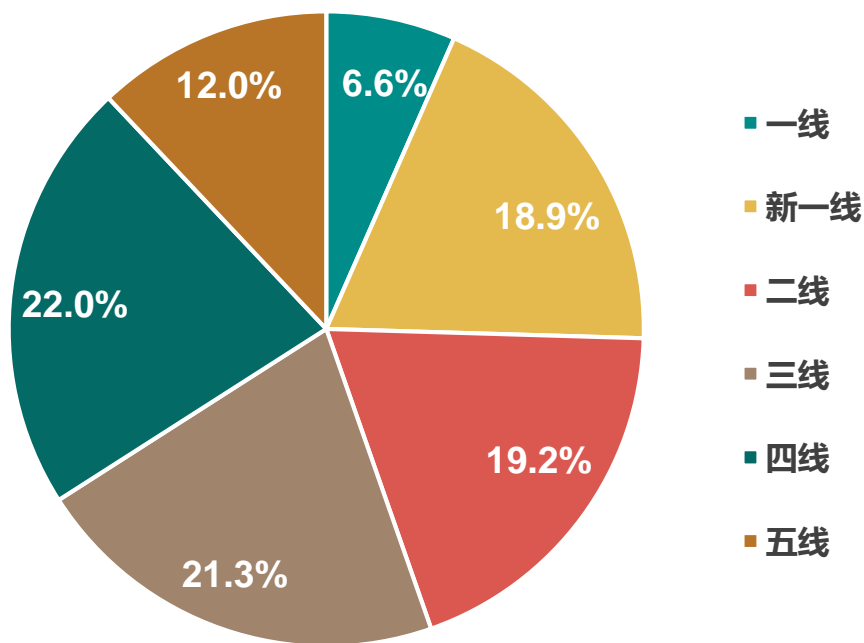


22.8%
有 车

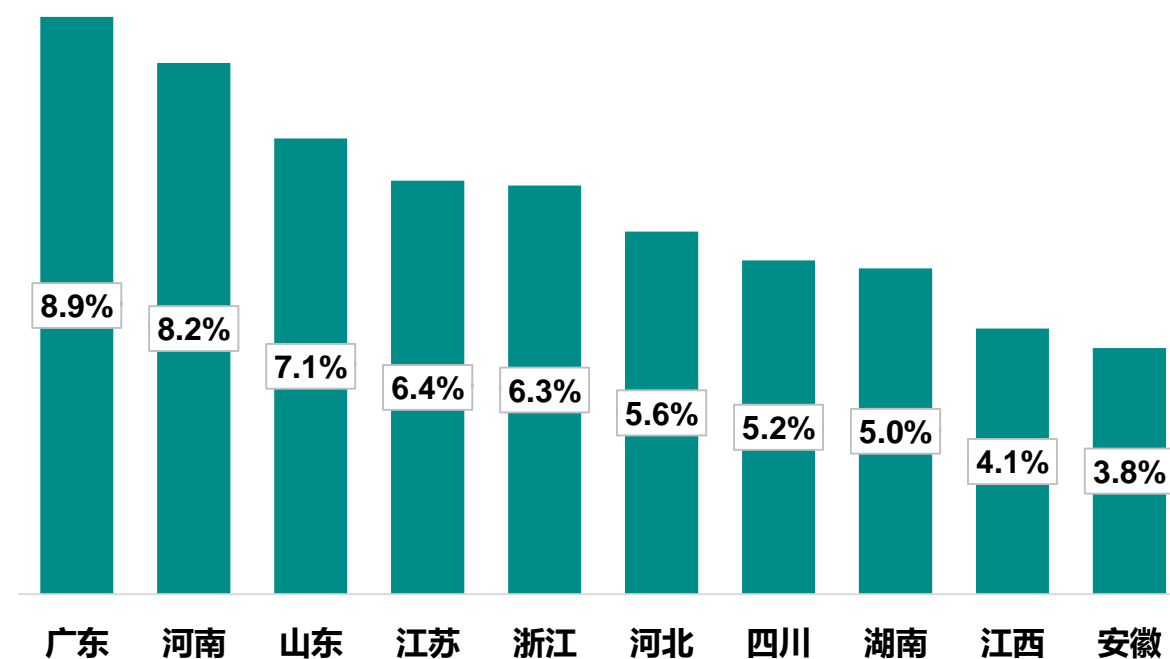
学前教育App用户画像

主要分布在新一线和三四线城市，广东用户最多，其次是河南和山东

城市等级分布



所处省份分布TOP10



小伴龙用户画像

有4-6岁孩子的女性家长为主，中低收入居多，河南用户比例最大



小伴龙用户画像



女性: 77.0%



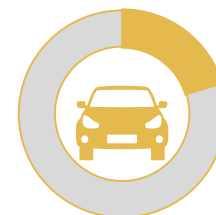
25-34岁: 72.3%



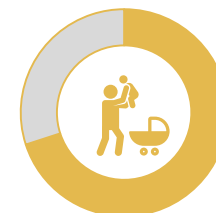
专科: 46.6%



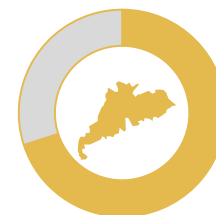
中低收入: 3-5K 38.4%



有车: 19.2%



有4-6岁孩子:
72.9%



用户最多省份: 河南
14.9%

目录

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

03. K12教育市场

04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

K12发展空间大，家长付费意愿强烈

尽管人口红利减少，但付费意愿增强，K12教育市场有着巨大的发展空间

公办教育

小学阶段

小学
九年一贯制学校
十二年一贯制学校

初中阶段

完全中学 初级中学
九年一贯制学校
十二年一贯制学校

高中阶段

完全中学
高级中学
十二年一贯制学校

民办教育

民办学校

中小学学校
课后托管

课外辅导

线上
线下

知识培训机构

线上
线下



Mob Insight

K12定义

中国 K12 教育特指**小学、初中、高中**阶段的教育，主要分为公办教育与民办教育两类，民办教育市场中，民办学校、课外辅导与托管、英语和计算机等培训教育是主体。

K12市场规模空间大

目前我国K12教育市场依然主要以**应试升学为结果导向**，其激烈竞争培养家长教育投资观念。家长作为消费决策者，对教育服务价格敏感度相对较低，更多追求优质服务，因此未来K12教育市场一部分取决于学生规模，另一部分则更取决于人们对其消费投入水平。

K12教育市场产业图谱

教育内容类



教育工具类



教育平台类

在线平台



家教O2O平台



综合性教育服务



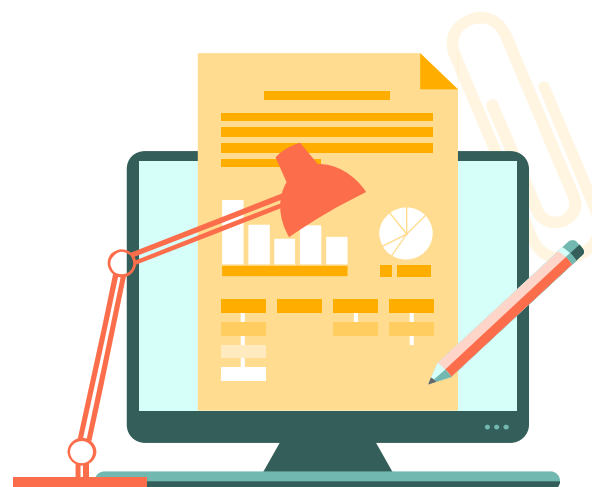
教育信息化



线下品牌下沉困难，市场极度分散

线下机构受制于教师薪酬和场地费用，小机构小作坊是市场主体

2017年K12线下成本结构



K12

线下培训机构

K12线下机构区域布局情况

巨头机构

- 以新东方、好未来为代表，两大巨头在K12领域市场份额合计不足5%
- 主要布局在一二线城市，目前开始大力深化二线城市，突破三线城市

区域龙头

- 例如北京的高思教育，陕西的龙门教育等
- 主要布局在一二三线城市，多数深耕当地，少数规划跨区域经营

小机构作坊

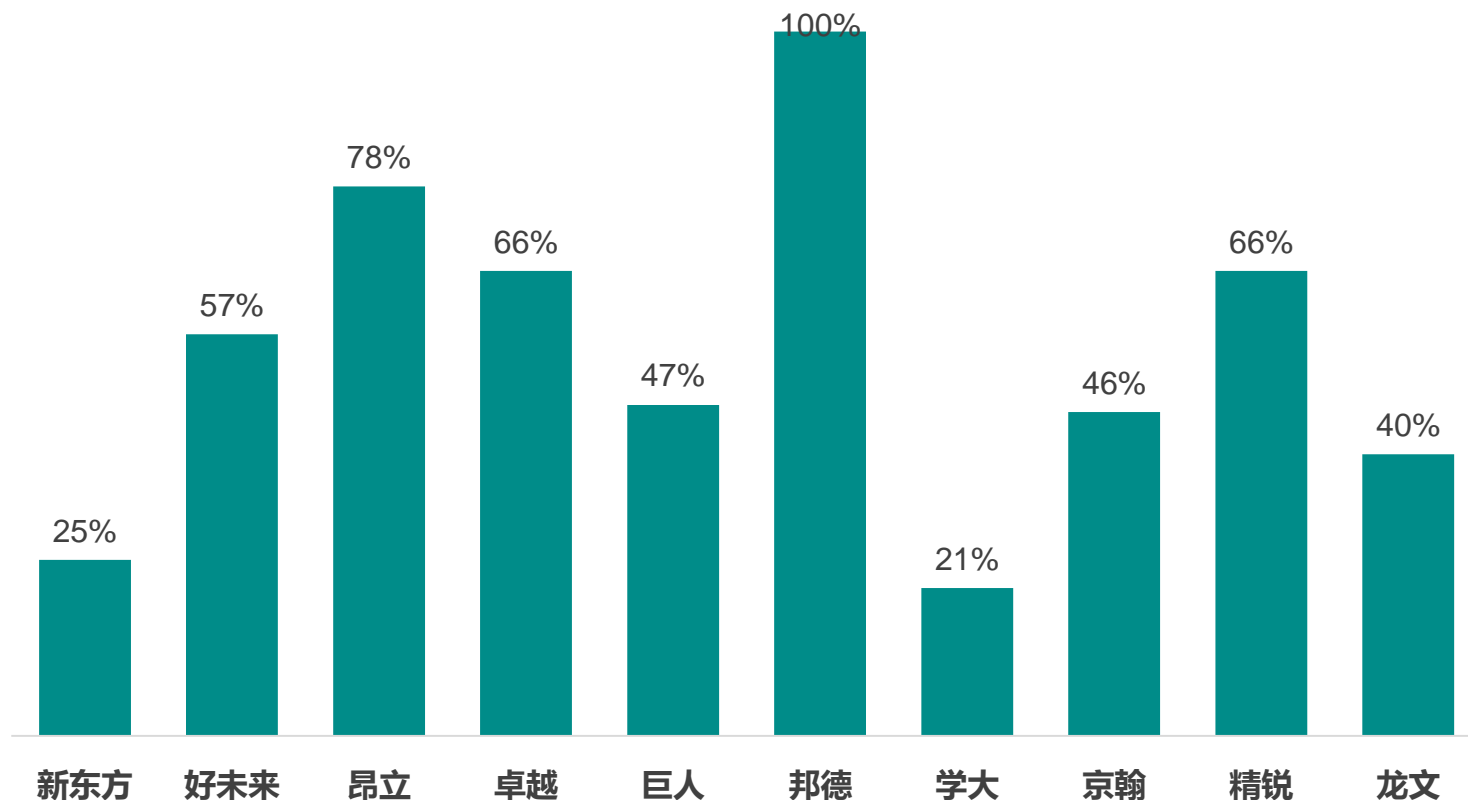
最大市场份额

- 主要在一二三四线城市，规模小，主打名师效应，部分由名校毕业生或公立学校老师经营
- 学生粘性高，集中了K12课外辅导最大市场份额

线下龙头已现，主要布局一线城市

新东方、好未来行业龙头格局已定，以连锁经营为主要模式

K12线下TOP10企业一线城市布局占比



Mob Insight



行业龙头格局已现

新东方、好未来在K12教育市场龙头地位已初步奠定，但市场较为分散，CR2累积占有率不足5%，行业强弱分化、优胜劣汰趋势明显。



教学模式不同

当前K12教育TOP10企业教学模式不同，新东方主要以大班为主，而昂立、卓越等教育机构则大部分以小班课为主，京翰、精锐等以1对1为主。



主要分布在一二线城市

好未来、昂立、卓越、邦德、精锐等基本布局在一线城市，新东方二线城市网点比例较高，占到52.8%

主要K12线下教育机构

总部均部署在北京和上海等一线城市，新东方优势较为明显



主要业务	英语培训+K12	K12线下小班	K12+职业教育	K12辅导	K12一对一辅导
成立时间	1993	2003	1994	2008	2001
总部	北京	北京	上海	上海	北京
覆盖城市	65	36	1000+	42	77
学习中心数量	932	567	125个校区	225	408
收入规模 (2017)	205亿美元	153亿美元	12.6亿人民币	21亿人民币	27.76亿人民币
利润规模 (2017)	25亿美元	21亿美元	4286.5万人民币 (1H17)	24.3亿人民币	7860万元 (2016)

新东方vs好未来：K12双雄争霸

双方在公司管理、营销、教研以及员工管理等方面均有所不同

新东方模式分析

- 地区化管理，区域校长有高度自主权
- 校长负责当地校区的日常管理、人事、财务等事宜

- 大规模线下营销为主
- 每年寒暑假通过低价班、试听课等吸引学员

- 七步教学法
- 管理人员参与程度较高，人员结构相对庞大

- 强调狼性，注重指标
- 注重基于指标的激励，课时费相对较低，每半年上涨一次课时费

公司管理

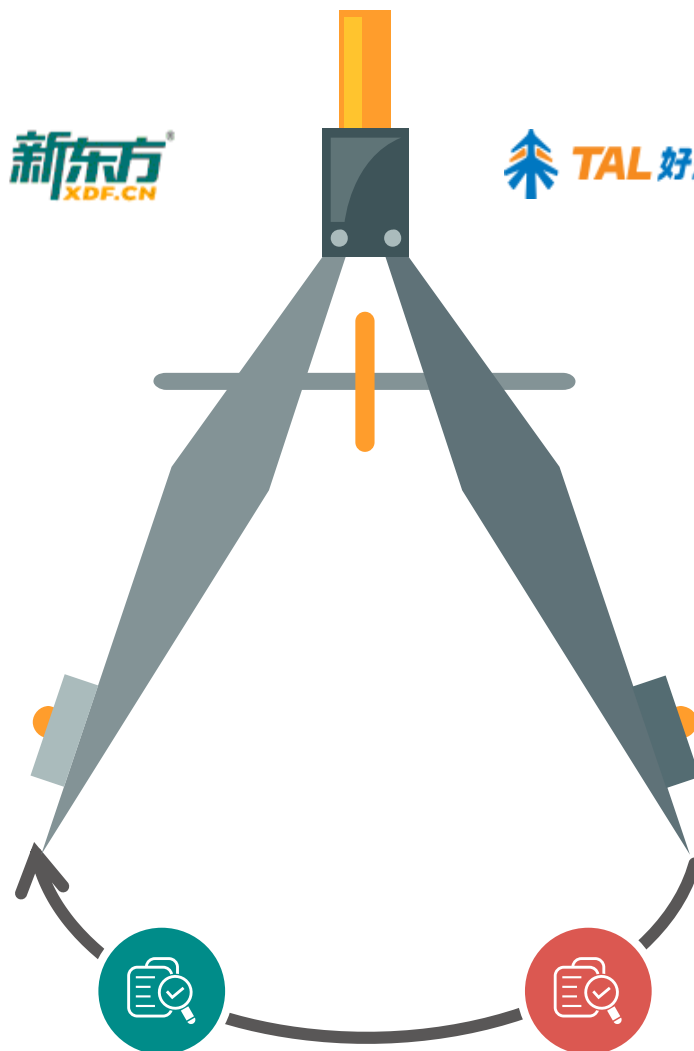
营销模式

教研模式

员工管理

新东方
XDF.CN

TAL 好未来



好未来模式分析

- 统一化管理。
- 地区校长主要负责日常教学活动，人事、财务等由总部统一管理。

- 口碑传播为主
- 营销活动较为克制，每进入新城市一般通过设置门槛招收优质学员

- “大后台，小前台”标准化教研产品
- 中心化、标准化的教研管理体系，不断进行自有内容的开发迭代

- 注重对工作时间长的老师激励
- 基于留存率、退费率、满班率、家长满意度等维度考核

公司管理

营销模式

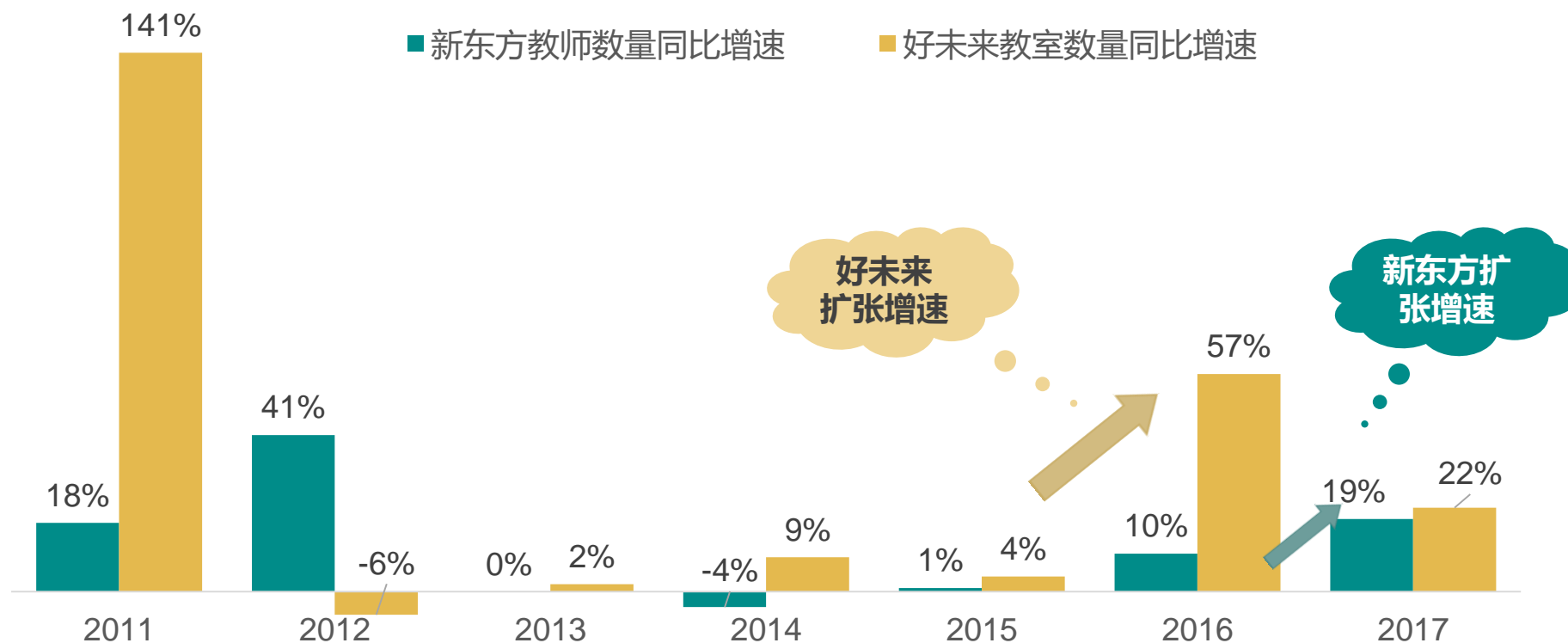
教研模式

员工管理

新东方vs好未来：K12双雄争霸

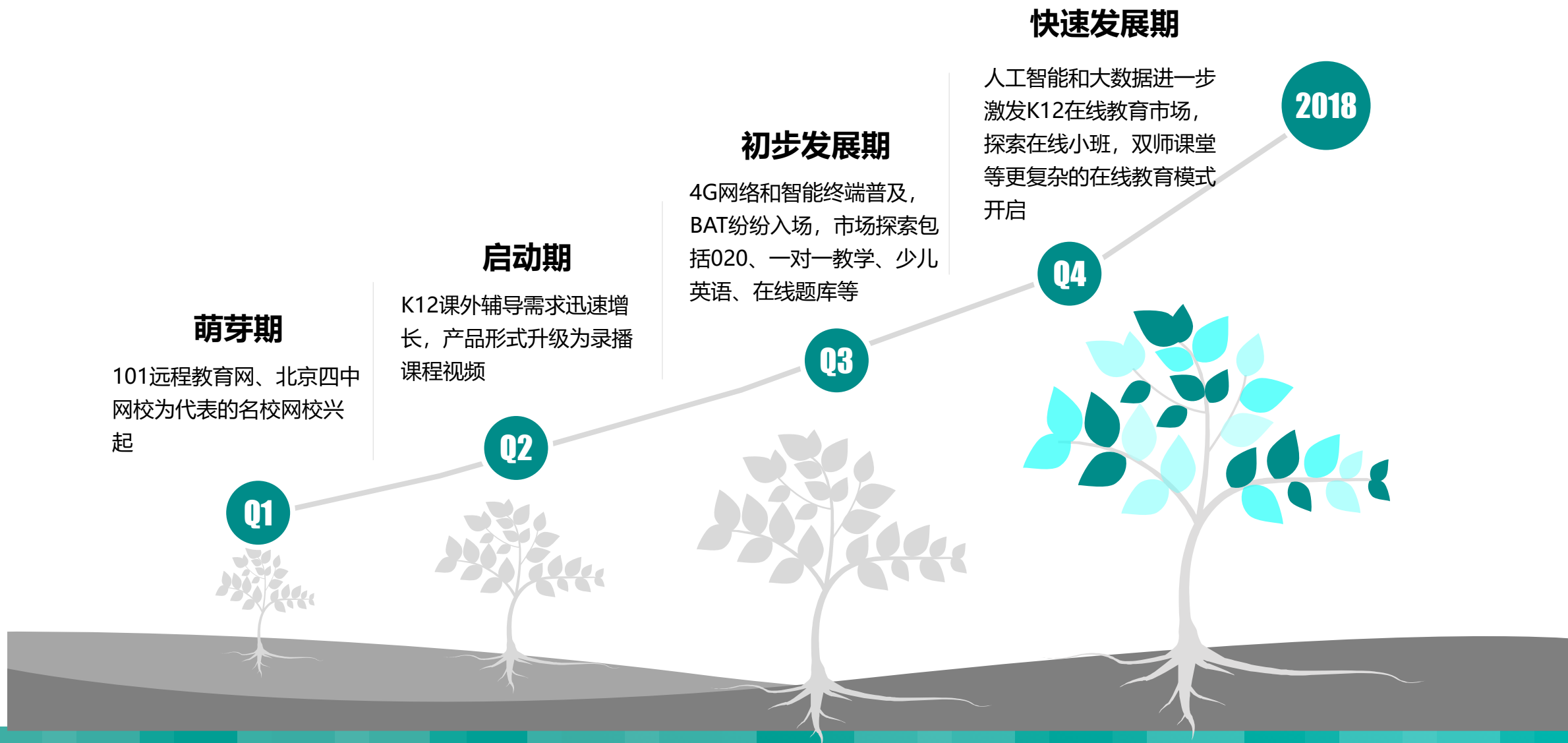
近年来两大巨头均以牺牲短期利润率为代价，谋求业务的扩张和长期的增长

新东方和好未来教室数量扩充对比



线上教育拉开K12市场增长大幕

优质师资共享、产品标准化与个性化体验，线上K12教育快速发展



K12在线市场实力矩阵

K12在线教育市场竞争激烈，作业帮、猿题库等处于市场领先水平

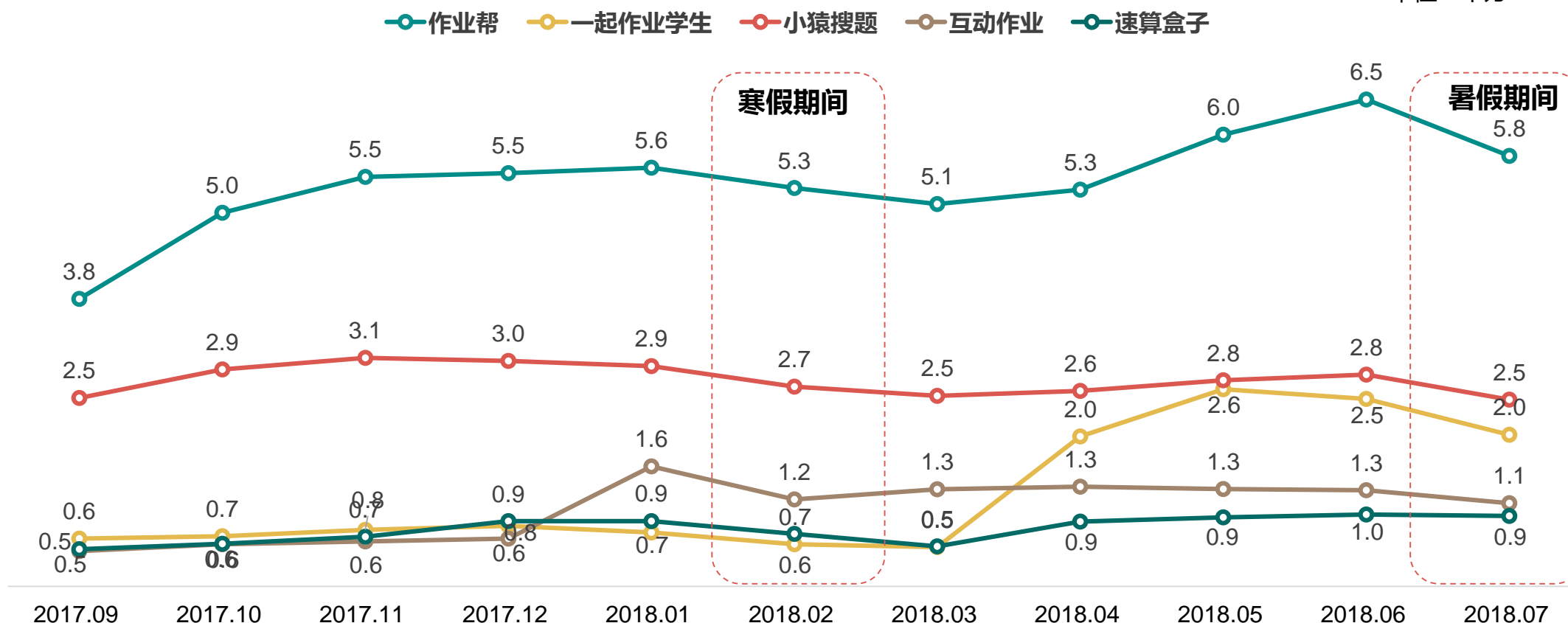


K12头部App主要集中在作业辅导类

作业帮月活超五千万，位列第一梯队，小猿搜题与一起作业学生位列第二梯队

K12典型App月活趋势

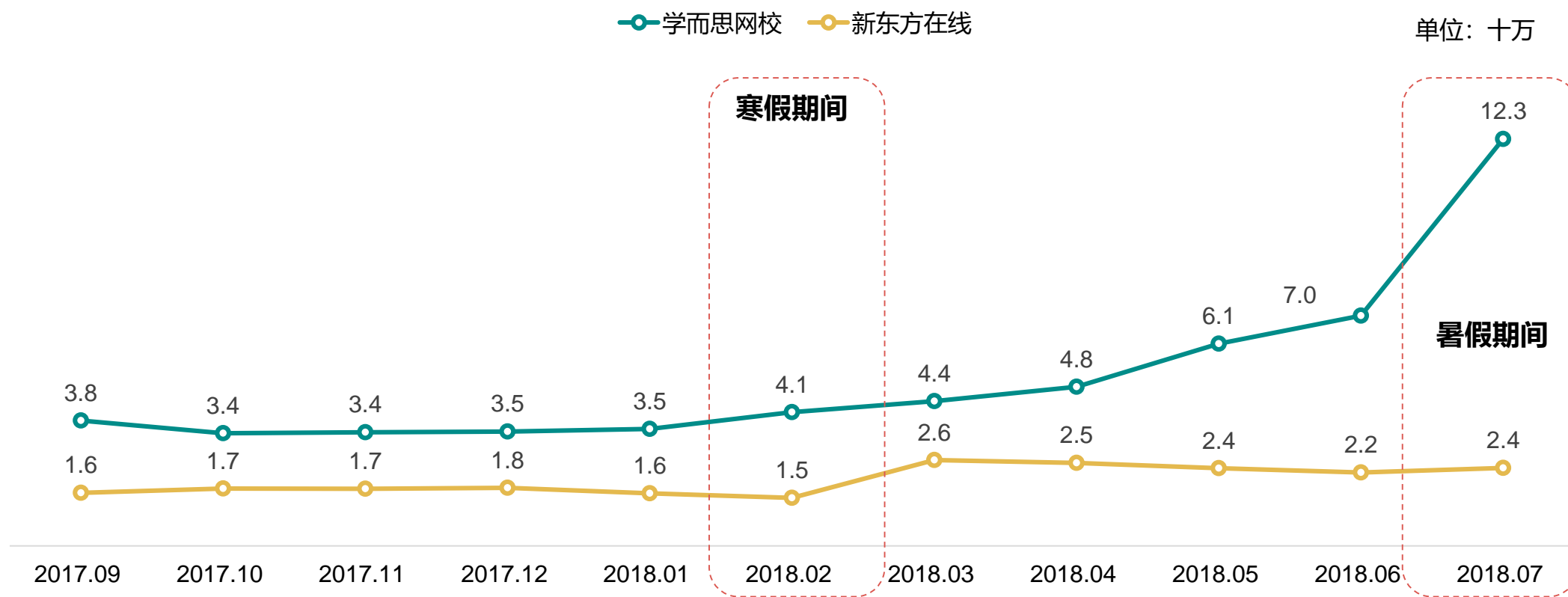
单位：千万



传统线下领先的K12教育机构“互联网化”

新东方vs好未来：线上线下同步的运营模式，学而思网校暑假高峰特征明显

K12传统教育机构月活趋势



K12教育人群画像

女性用户比例高于男性，用户基本集中在K12学生和25-34岁的家长

关注者性别分布

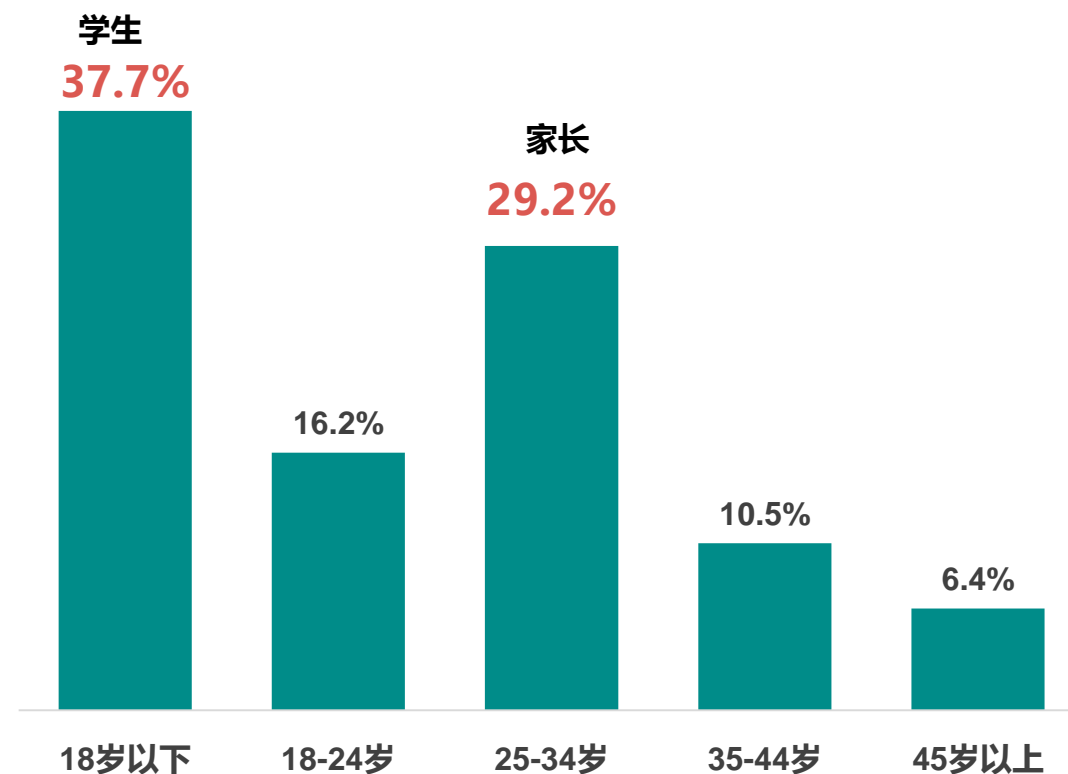


男性
38.9%



女性
61.1%

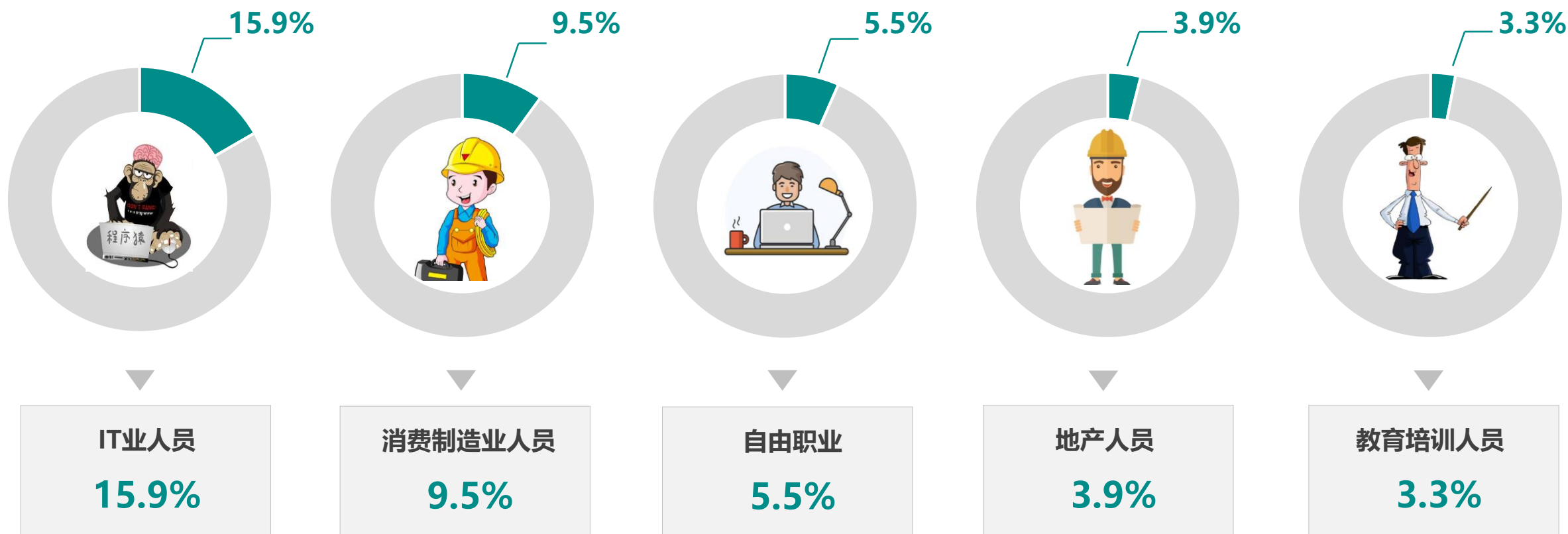
关注者年龄分布



K12教育人群画像

家长对K12课程具有选择决策权，主要来自IT业、消费制造业等行业

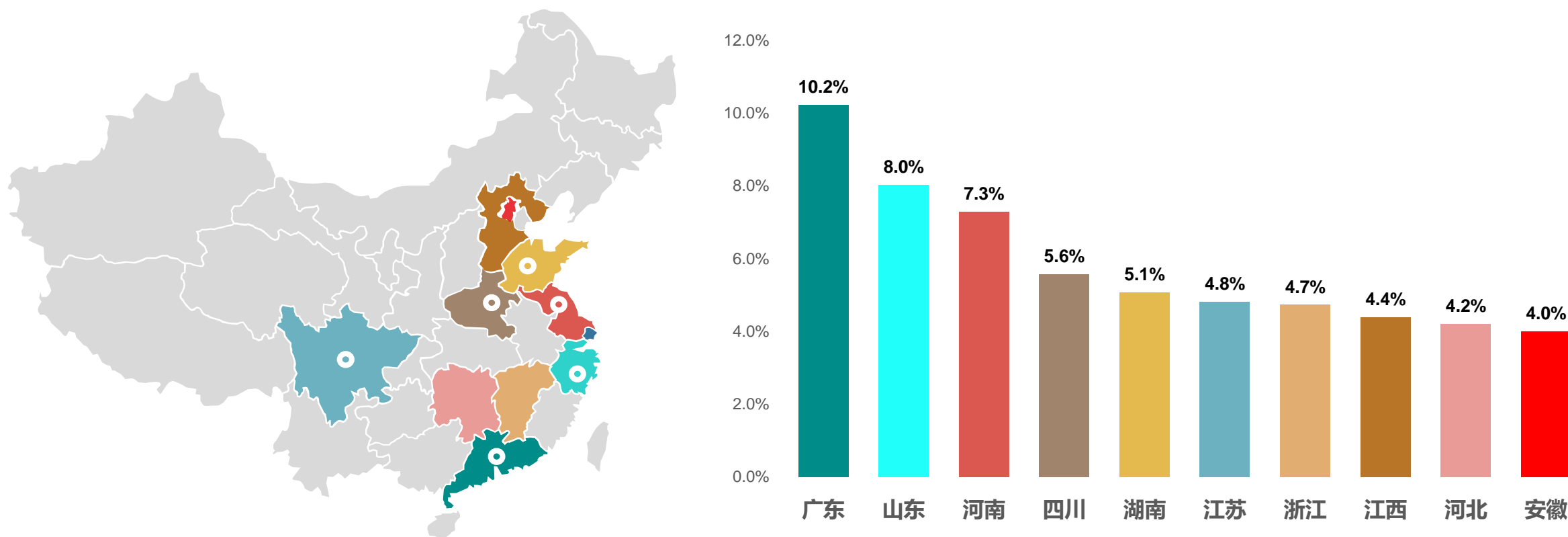
关注者人群行业TOP5



K12教育人群画像

主要分布在东部沿海地区，其中广东、山东等比例最高

关注者地域分布



主要是在读学生群体，女学生使用居多，大部分来自山东、广东和河南

作业帮用户画像



女性：66.9%



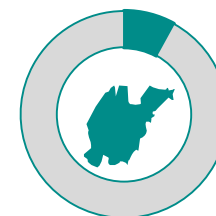
18岁以下：38.5%



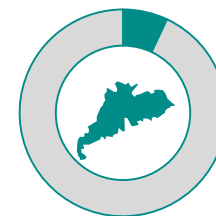
高中及以下：90.5%



职业：在读学生 44.5%



山东 7.5%



广东 7.4%



河南 7.3%

目录

01. 行业整体情况

02. 学前教育市场

03. K12教育市场

04. 职业教育市场

05. 未来发展趋势

就业压力催生职业教育需求

复合型人才发展趋势，职场充电需求强烈

职业教育市场分类



语言培训

- 英语培训
- 韩语培训
- 日语培训
- 其他语种培训

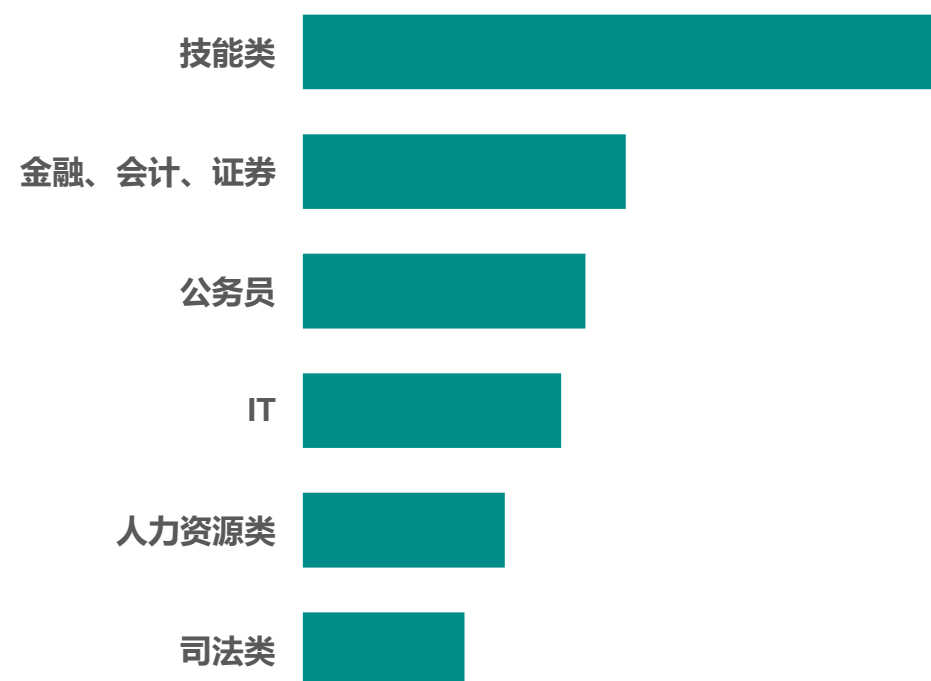
从业培训

- 公务员培训
- 经管类培训
- 教师资格培训
- 其他语种培训

技能培训

- IT技能培训
- 驾驶技能培训
- 其他技能培训

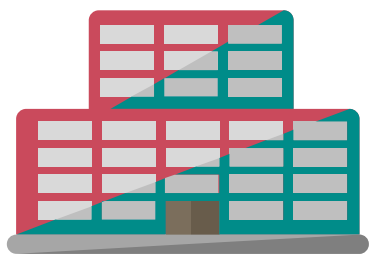
职业教育需求情况排名



在线职业教育App市场

英语培训，公务员培训以及驾照培训类App市场竞品较多

1



语言类培训



金山词霸



金山词霸



百词斩



扇贝单词



沪江开心词场



英语流利说

2



从业类培训



粉笔公考



91UP公务员考试



中公教育



尚德机构

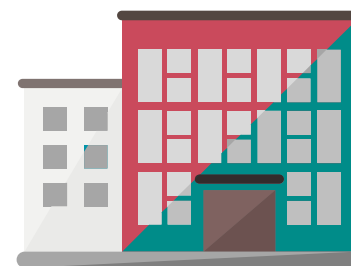


砖题库公务员



会计学堂

3



技能培训



驾考宝典



驾校一点通



元贝驾考



车轮靠驾照



我要自学网



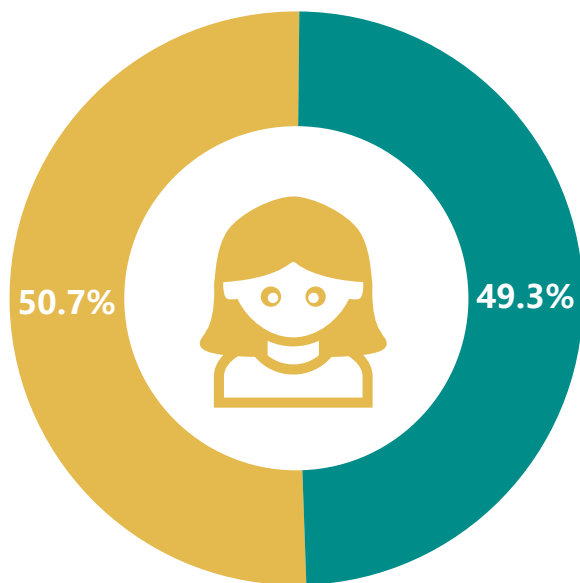
网易云课堂

职业教育用户画像

男性略高于女性，18-34岁是学习主体

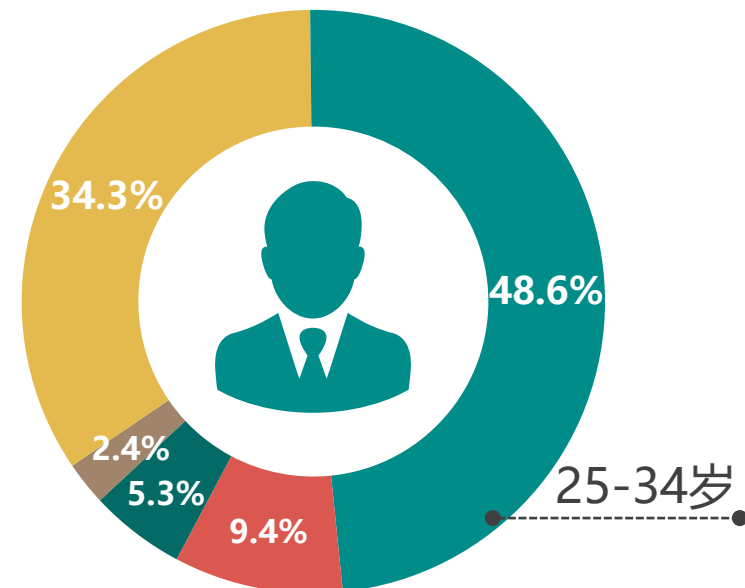
性别分布

女 男



年龄分布

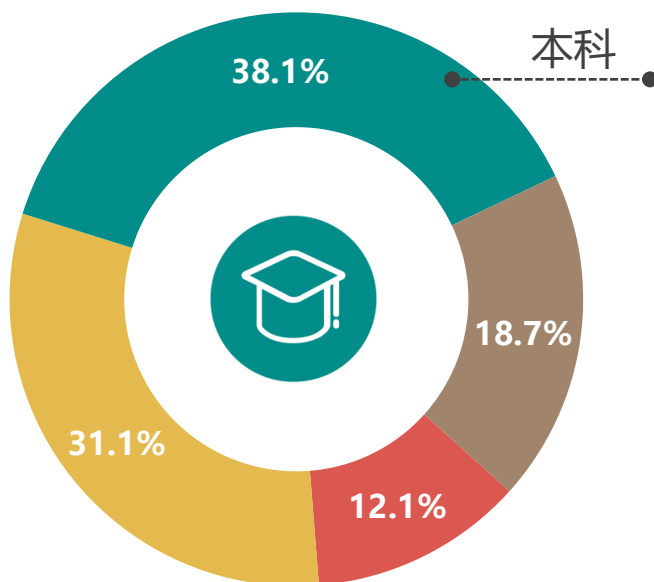
18岁以下 18-24岁 25-34岁 35-44岁 45岁以上



本科与专科为主，硕士比例也较高，中等收入

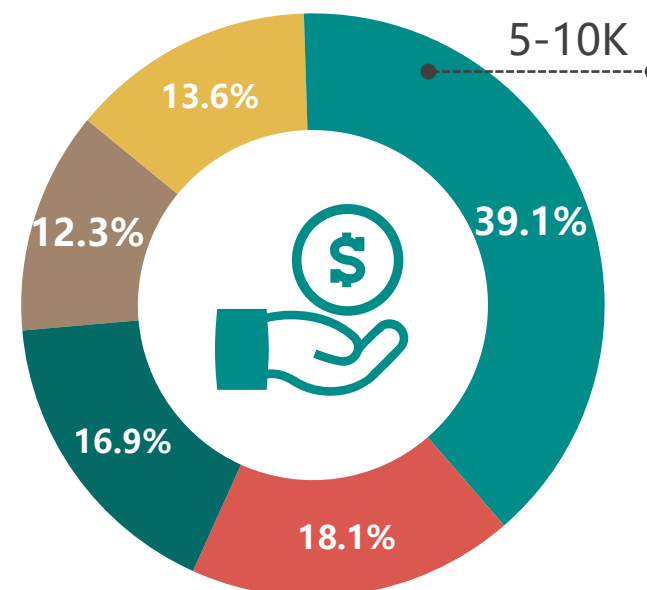
学历分布

高中及以下 专科 本科 硕士及以上

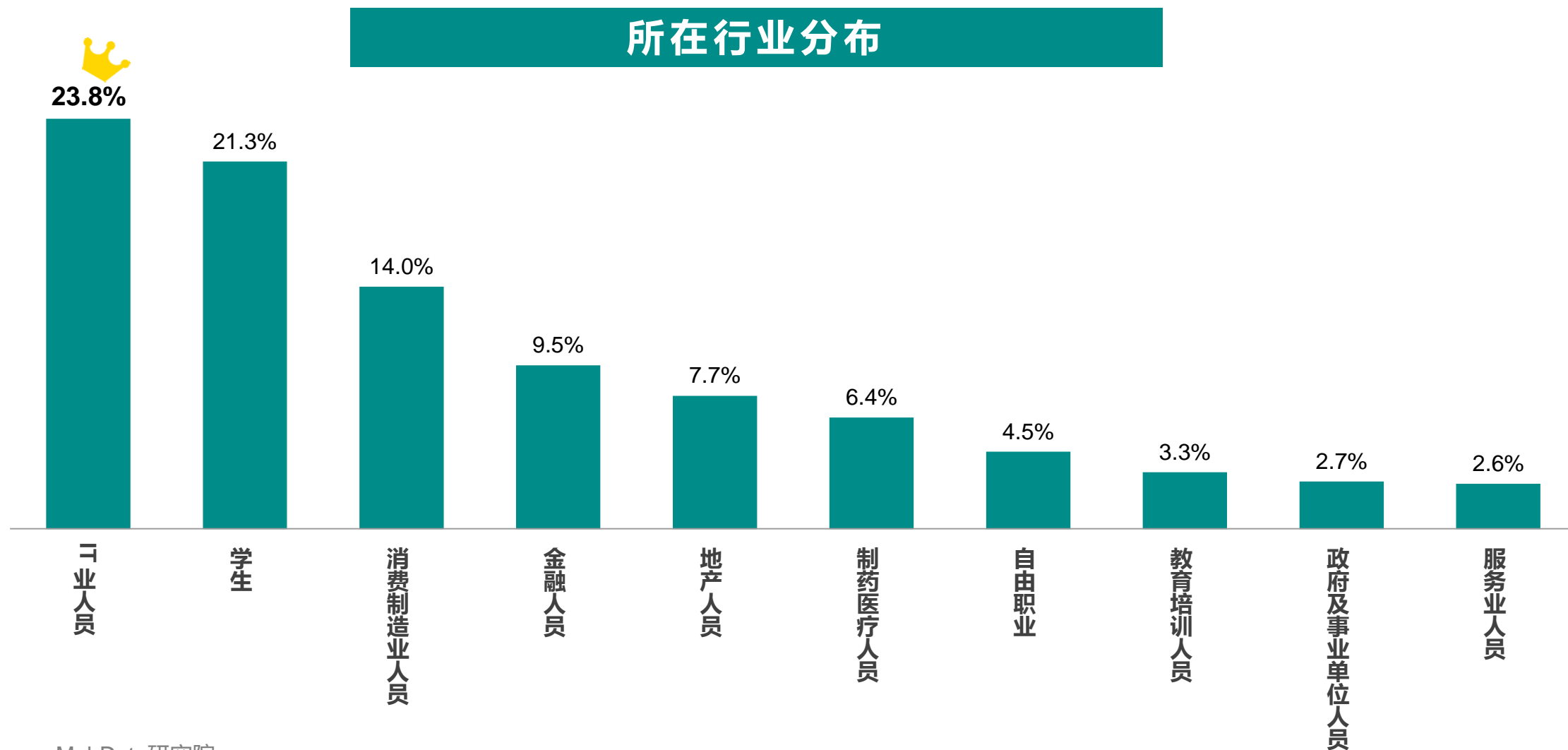


收入分布

小于3K 3-5K 5-10K 10-20K 20K以上

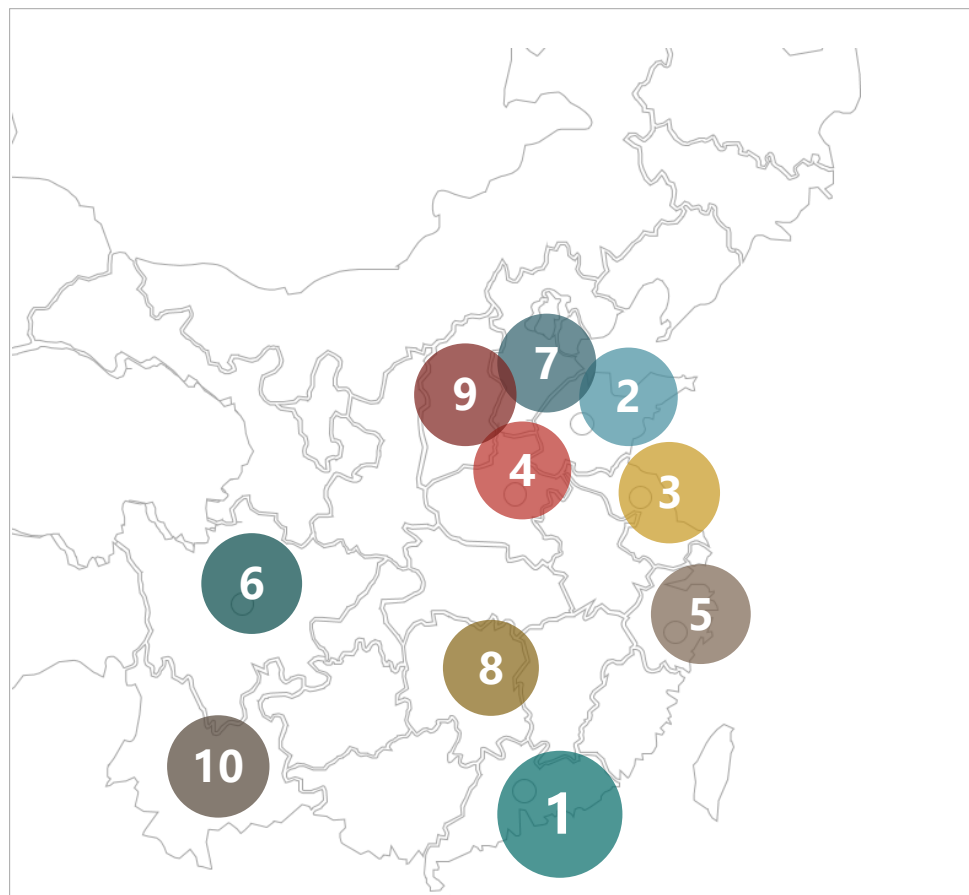


IT业人员、学生群体是职业教育的拥护者

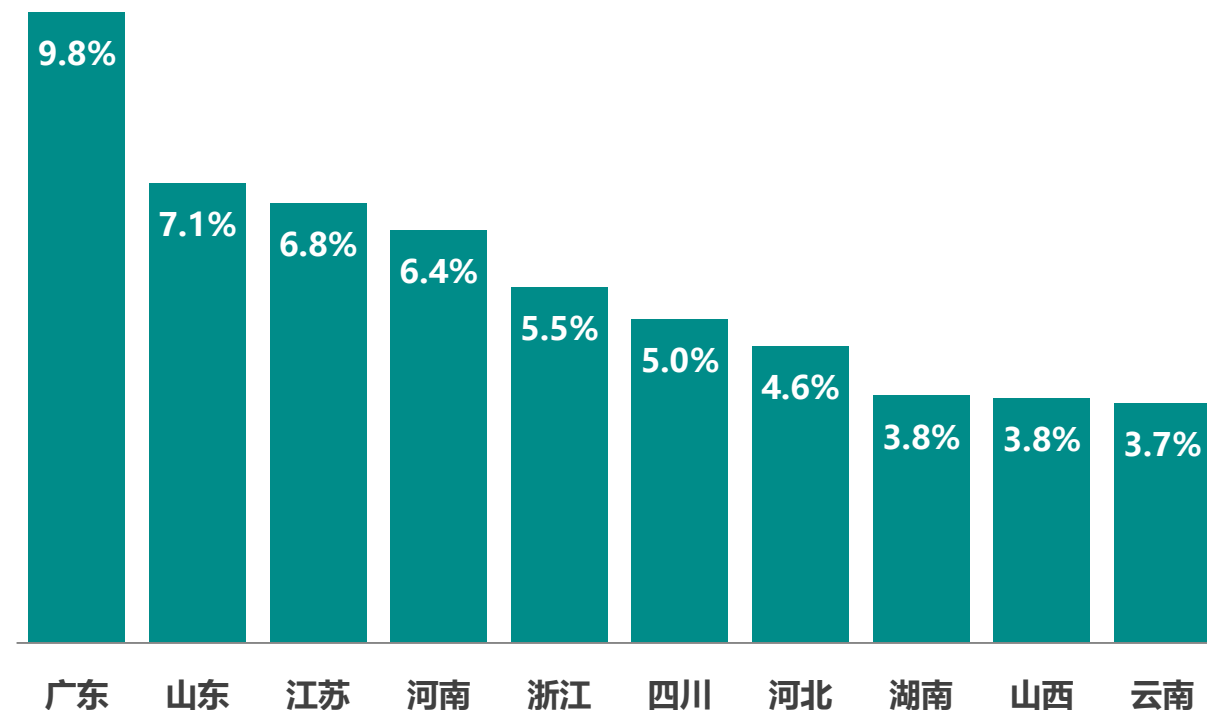


职业教育用户画像

广东、山东、江苏等地区人民更“上进”



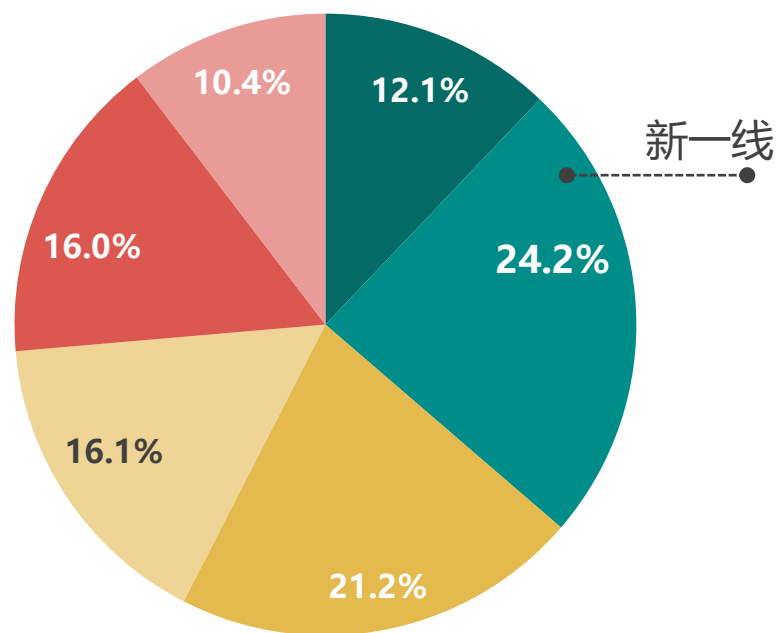
省份分布情况



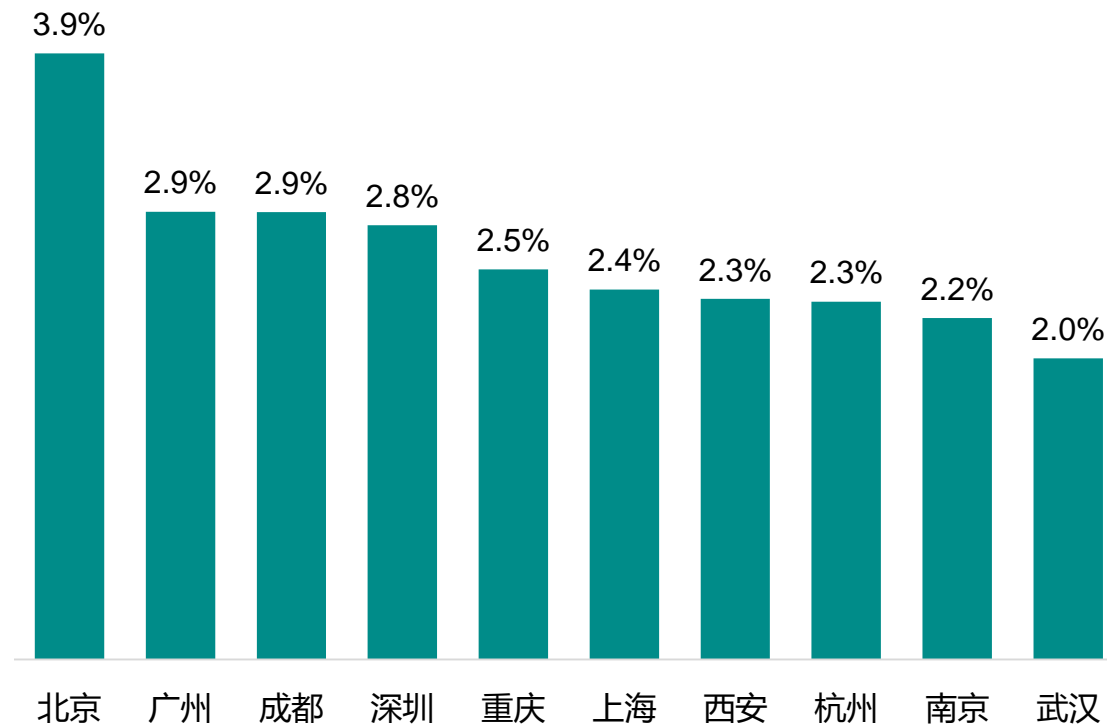
新一线城市用户最多，其中成都、重庆等城市比例较高

城市等级分布

■ 一线 ■ 新一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 五线

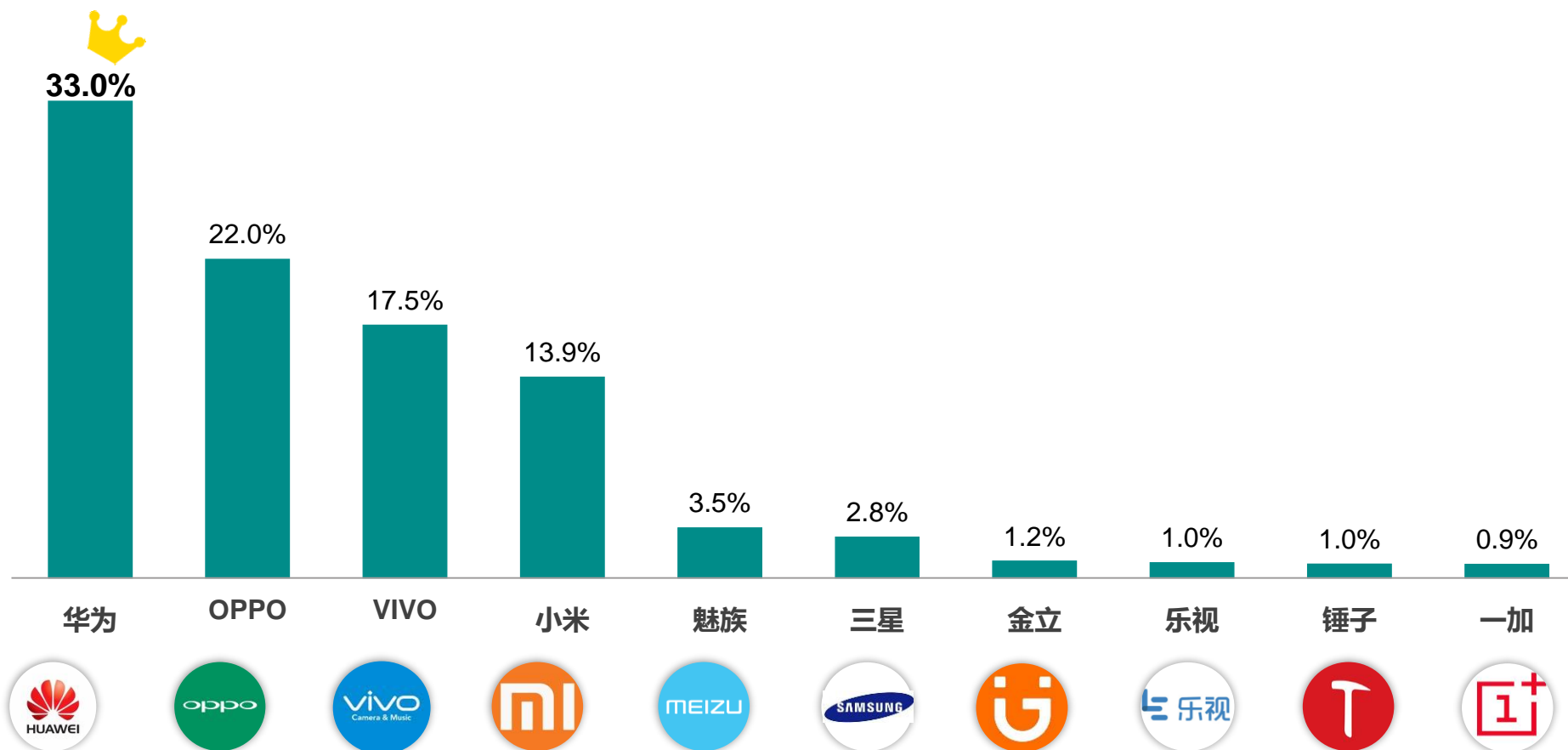


所处城市分布



使用华为机，其次是OV和小米

手机品牌分布TOP10



职业教育头部App主要集中在语言类

以英语培训学习类App为主，百词斩、金山词霸、英语流利说名列前茅

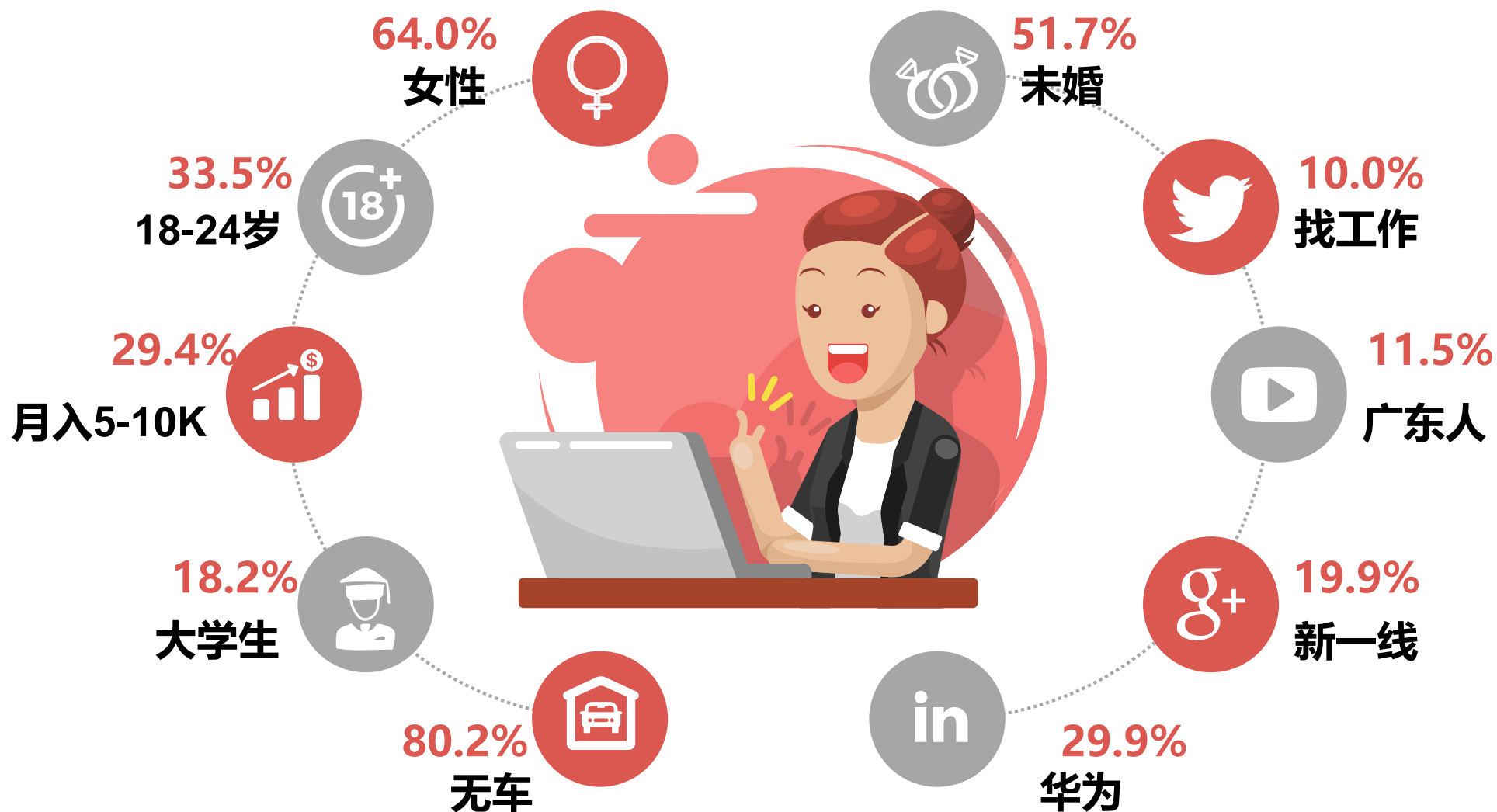
2018年7月语言类App市场渗透率排名

排名	App	7月渗透率
1	 百词斩	1.68%
2	 金山词霸	1.45%
3	 英语流利说	1.42%
4	 英语趣配音	0.46%
5	 扇贝单词	0.44%

排名	App	7月渗透率
6	 沪江开心词场	0.34%
7	 可可英语	0.32%
8	 星火英语	0.29%
9	 每日英语听力	0.26%
10	 口语100	0.24%

语言类教育App用户画像

用户多为18-24岁女性，大学生居多，大多分布在新一线城市



18-24岁的企业白领和在读学生群体，女性居多

百词斩用户画像



女性: 61.5%



18-24岁: 46.3%



本科: 31.6%



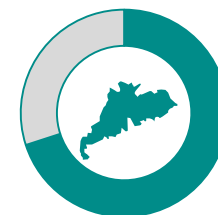
中等收入: 5-10K 31.9%



有车: 18.8%

职业

企业白领 39.9%
在读学生 39.8%



用户最多省份: 广东
9.9%

目录

- 01. 行业整体情况
- 02. 学前教育市场
- 03. K12教育市场**
- 04. 职业教育市场
- 05. 未来发展趋势**

回归教育本质，内容和质量是王道

内容+师资+技术是培训教育行业未来竞争的着力点

教育培训行业经过一轮厮杀，已洗刷掉相当一部分企业。存货的企业开始注重**内容与课程研发**。未来教育培训行业的趋势将回归教育本质，提供优质的内容和服务，注重师资水平和技术升级，制造良好的口碑才是确保盈利的核心。



内容

- 在线下的教学场景中，教育内容通常是以教材为核心的教学、评测体系。
- 在线上，以课件和课后的练习评测则成为了内容的核心



师资

- 标准化课程的推广虽然有助于弱化师资的影响，但是名师效应依旧十分显著。
- 现阶段厂商均着力打造自己的师资团队，无论是培养还是招募

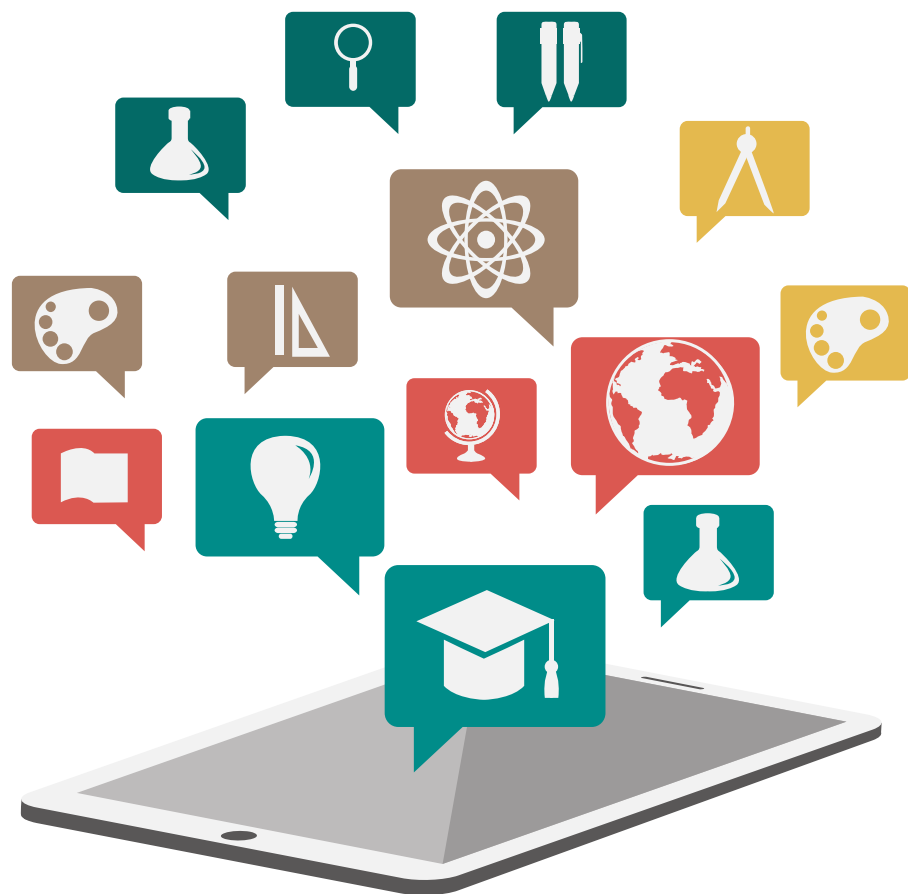


技术

- 大数据和AI技术将是行业趋势，教育培训行业的目的是通过智能化解决方案给出更科学的学习体验
- 强大的大数据、人工智能技术是实现上述的基础支持。

人工智能将更广泛应用在教育场景

人工智能技术的出现推动教育培训行业迎来智能化浪潮



教

LMS学习管理系统、人工智能助教、儿童教育机器人、企业型科教机器人



学

分级阅读系统、LMS学习管理系统、开放数据、企业型科教机器人



评

自适应题库系统、分级阅读系统、自适应课程系统、人工智能助教、人工智能客服



测

自适应题库系统、开放数据、企业型科教机器人



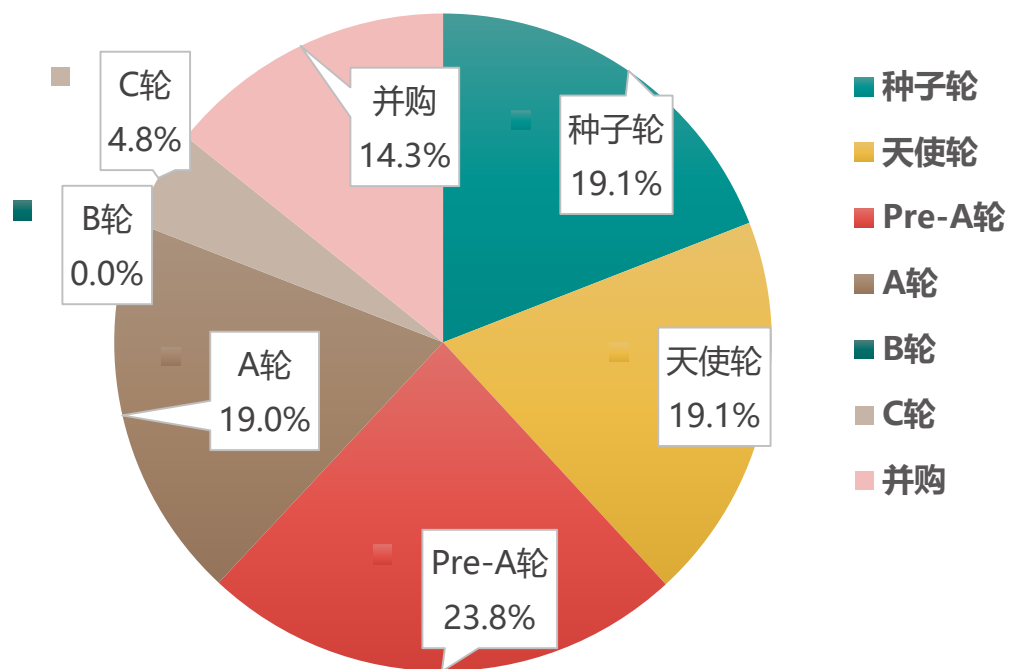
练

自适应题库系统、开放数据、LMS学习管理系统

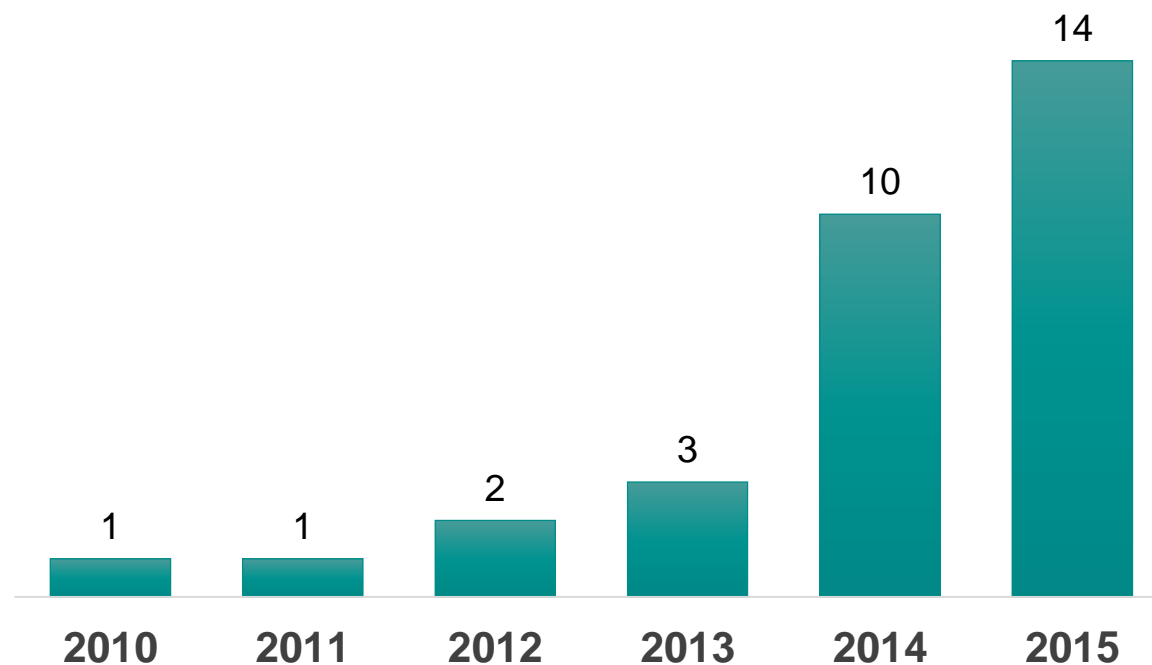
教育转型风口成为资本的又一风向标

资本看好AI教育领域企业，未来热度将会维持，当前大部分处于早期阶段

AI教育投资轮次



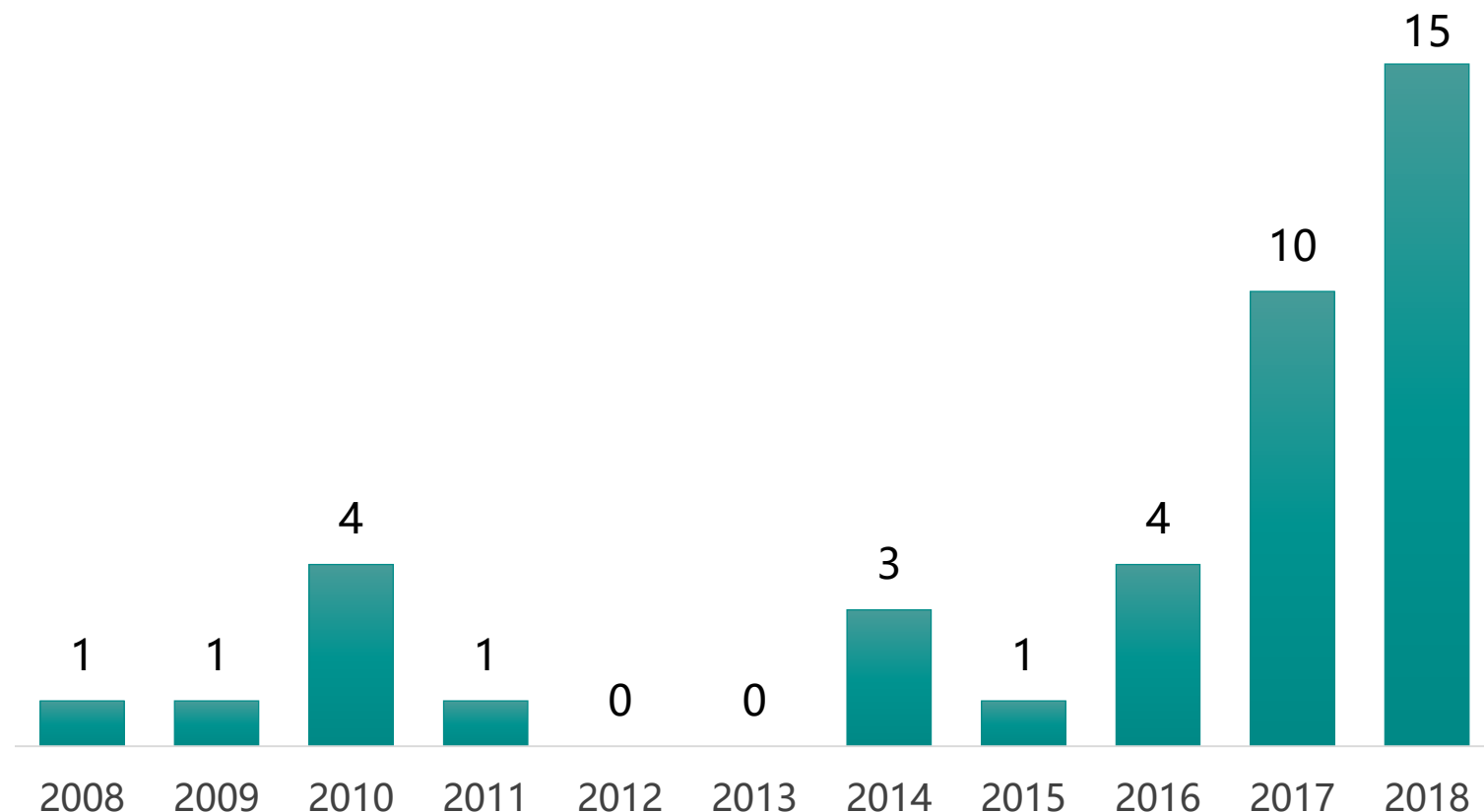
历年AI教育企业成立数量



未来几年将是线下教育的黄金期

线下教育秉承教育精髓，市场空间较大，资产证券化步伐加快

2008-2018线下教育上市公司数量



Mob Insight



二级市场主体

二级市场上市的教育企业主要是线下连锁培训机构



上市情况

在过去10年有25家线下连锁培训机构上市，而仅2018年上半年就有15家上市挂牌



未来预测

预计未来有更多线下连锁培训机构走向资产证券化，未来10年线下教育市场将迎来发展黄金期



MobData研究院

谢谢观看

关注我们

