

慕牛To B 教育渠道圈

“ 一个垂直教育行业的To B端渠道交流圈，这里面汇集教育行业渠道及市场圈子里的探索者 ”

- ✓教育机构学校管理者/教培机构负责人
- ✓教育装备、产品代理机构、加盟商
- ✓教育软硬件、集成商公司相关人员
- ✓教育B端市场交流群
- ✓有效渠道合作资源
- ✓平台活动推广
- ✓行业内部资料报告，活动会议信息汇总



专注教育领域B端市场的探索

渠道资源整合，互利共赢~

关注慕牛 (munuedu)

一起玩转教育To B市场



JIGUANG

—— 极光 数据服务

班班想报何时了

K12教育用户群体研究报告

极光大数据

2018.10

K12教育用户定义

幼儿园到高三基础教育阶段学生的父母

- 本报告中所称K12教育用户为幼儿园到高三学生的家长群体，回收有效样本1019份，其中男性占比52.30%，女性占比47.70%
- 极光调研从教育观念、教育投入、培训班偏好、教育类app偏好、人群画像等方面揭秘这一群体的特点

男女样本量相当



Kindergarten



12年中小学基础教育



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

关键发现

K12教育态度



- 分数不再是王道，综合素质和心理健康最受关注
- 权威型父母更看重综合素质和学习方法

K12教育投入



- 孩子越升学，父母参与得越少，报班也从兴趣转向学习辅导

K12培训班偏好



- 最主要诉求是能够提升学习方法，全面补强的教学类培训班
- 最偏好的是一周1-2次，一次2小时左右，15人以下的中小规模线下培训班

K12教育app偏好



- 最受欢迎的是作业答疑类app
- 最主要诉求是实效性和趣味性兼具

K12教育用户画像



- 本科学历的权威型父母最多，且偏好银行理财

目录

1 K12教育态度

2 K12教育投入

3 K12培训班偏好

4 K12教育app偏好

5 K12教育用户画像

CHAPTER 01

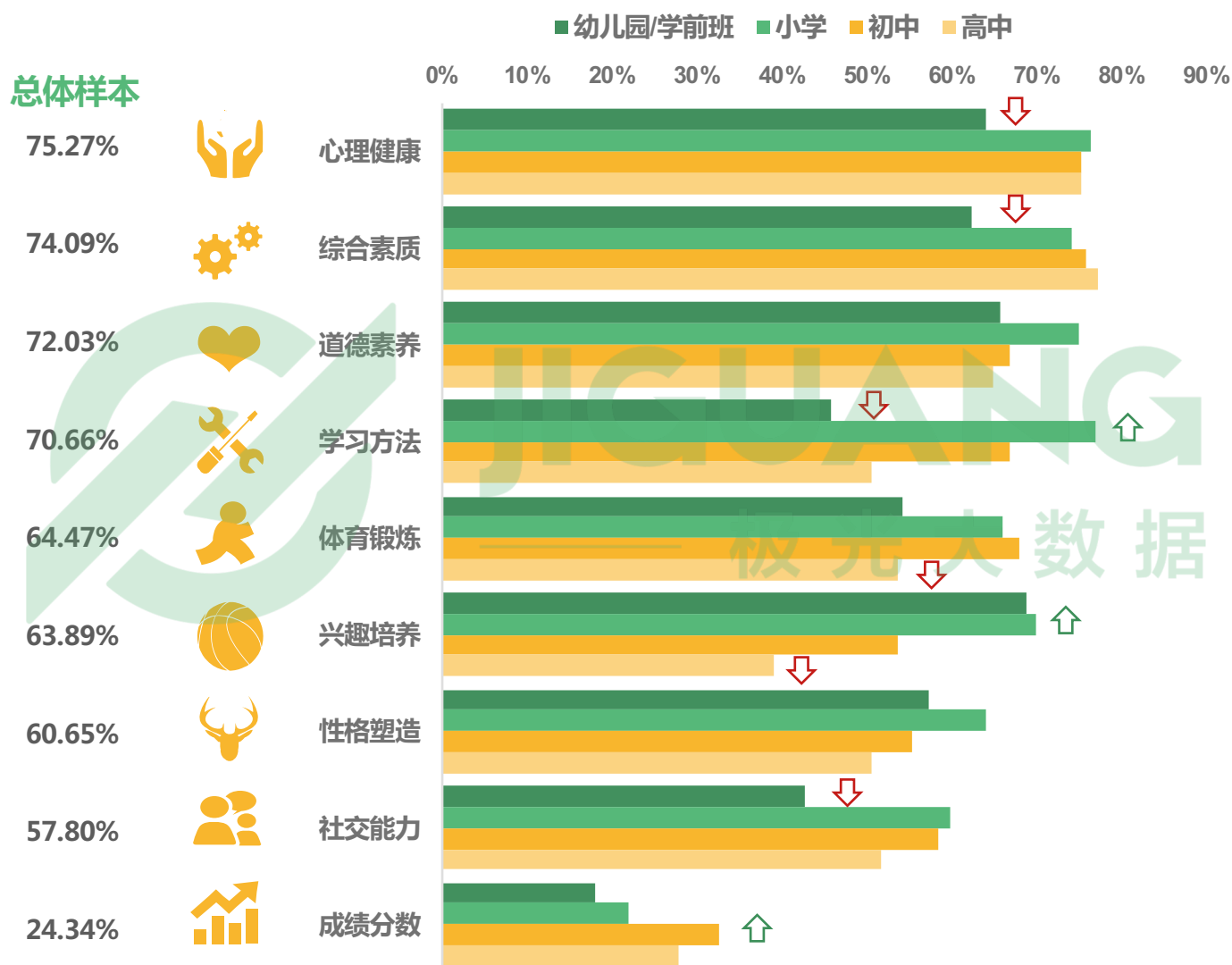
K12教育态度

教育观念

分数不再是王道，综合素质和心理健康更受关注

- 总体而言，K12教育阶段的父母更看重孩子的心理健康、综合素质及道德修养，反而不太在意成绩分数
- 幼儿园阶段父母更看重兴趣培养；小学阶段父母更看重学习方法、兴趣培养；初中阶段父母更看重成绩分数；高中阶段看重心理健康、综合素质

不同阶段孩子的父母的教育观念对比



↑ 代表在95%的置信度下该阶段父母选择该选项的比例高于全体样本

↓ 代表在95%的置信度下该阶段父母选择该选项的比例低于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

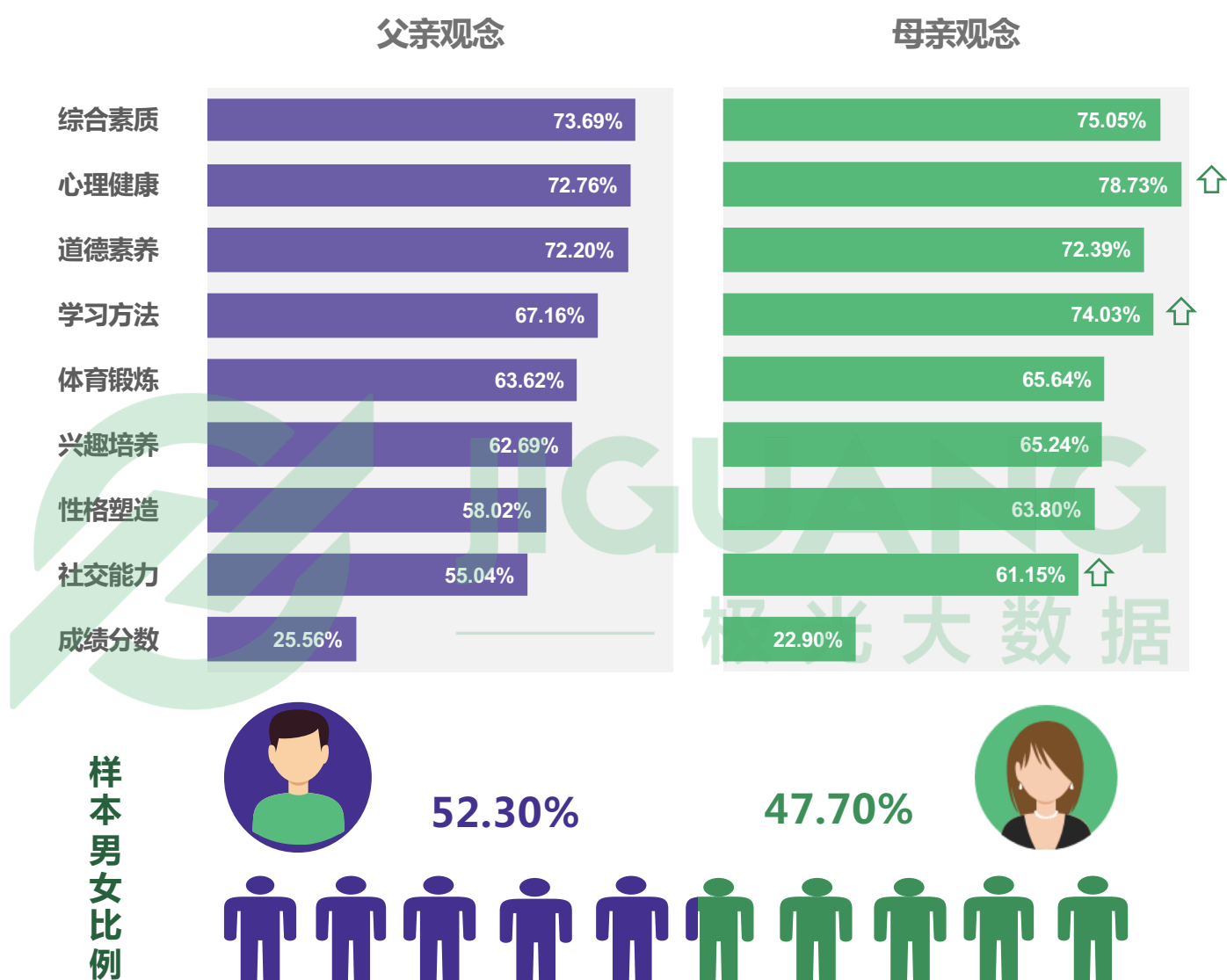
Q：您认为对于孩子在现阶段教育中，应注重哪些方面？（多选）

教育观念

母亲们更注重对孩子心理健康、社交能力的培养

- K12教育阶段的父母们在教育观念上整体比较一致，大多不看重分数
- 相比于父亲，母亲们更注重孩子心理健康、学习方法及社交能力方面的教育

父亲和母亲的教育观念对比



↑ 代表在95%的置信度下女性该选项的比例高于男性

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

Q：您认为对于孩子在现阶段教育中，应注重哪些方面？（多选）

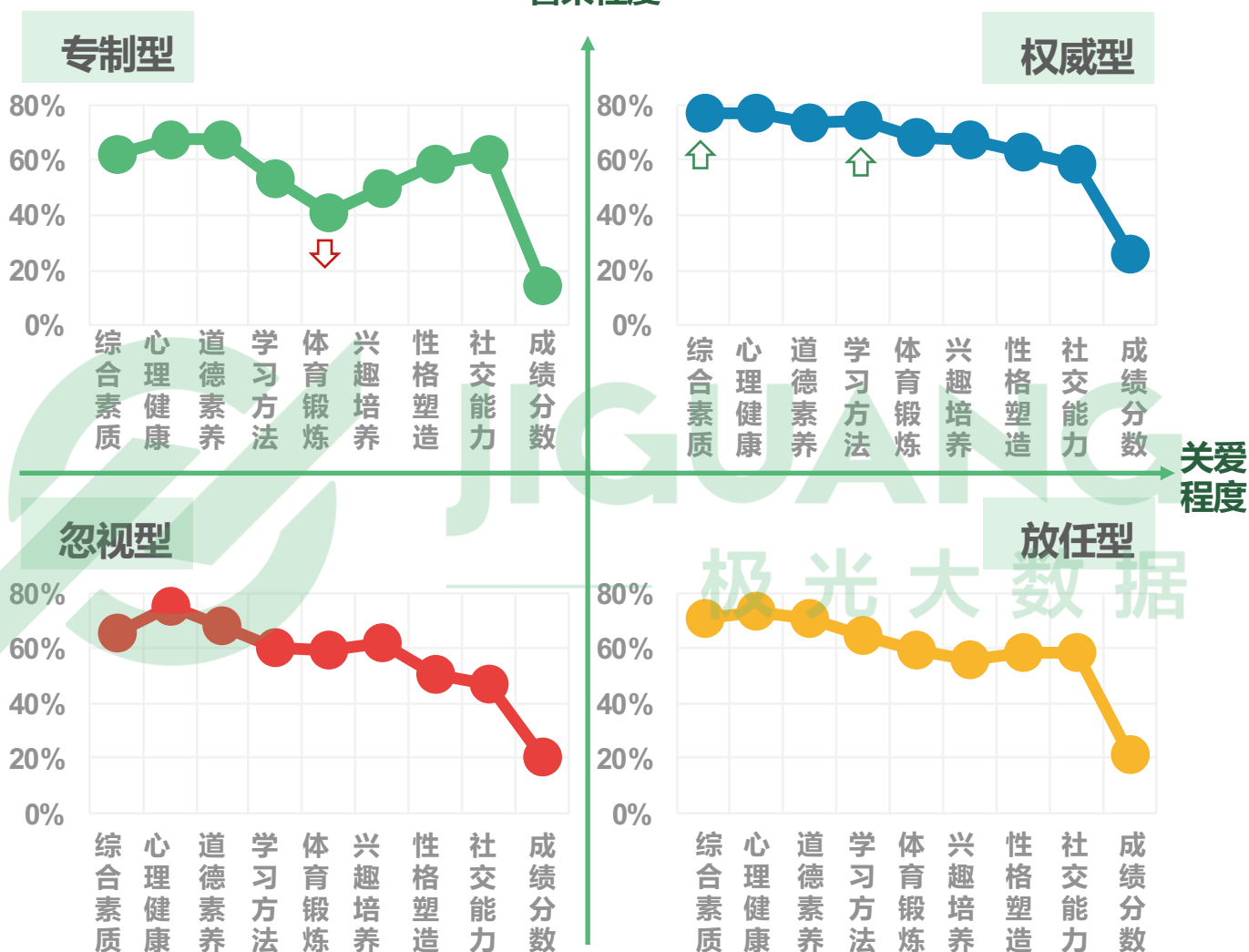
教育观念

权威型父母更注重综合素质、学习方法教育

- 权威型父母相比于其他类型父母更注重孩子综合素质和学习方法的教育，这可能是因为权威型父母更在意孩子的全面发展
- 专制型父母相比于其他类型的父母更不注重孩子体育锻炼方面的教育，这或许与专制型父母会过于管束孩子的体育娱乐有关

不同教养风格父母的教育观念对比

管束程度



↑ 代表在95%的置信度下该风格类型父母选择该选项的比例高于其他风格类型父母

↓ 代表在95%的置信度下该风格类型父母选择该选项的比例低于其他风格类型父母

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

教养风格是根据父母对孩子的关爱程度和管束程度综合得出的

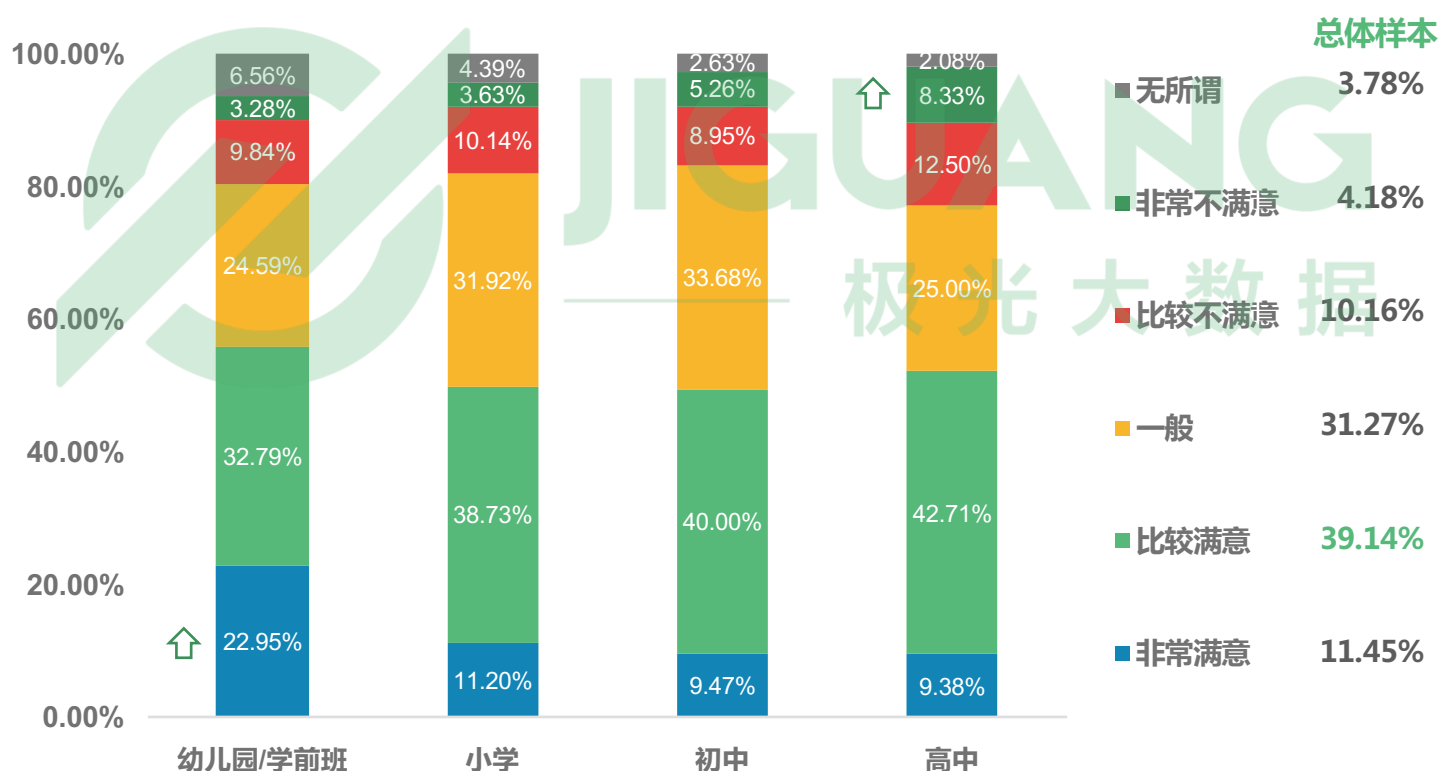
Q：您认为对于孩子在现阶段教育中，应注重哪些方面？（多选）

学习成绩满意度

过半父母对孩子学习成绩满意度高，高中阶段父母满意度相对低

- 幼儿园阶段，父母对孩子的学习成绩“非常满意”占比均高于其他阶段
- 相比于其他阶段，高中阶段孩子的父母对孩子学习成绩“比较不满意”占比高
- 总体而言，父母对孩子学习成绩“比较满意”的比例最高，为39.14%，有14.34%的父母对孩子学习成绩不满意（“非常不满意”或“比较不满意”）

不同阶段孩子的父母对孩子学习成绩的满意度



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子父母态度的比例高于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

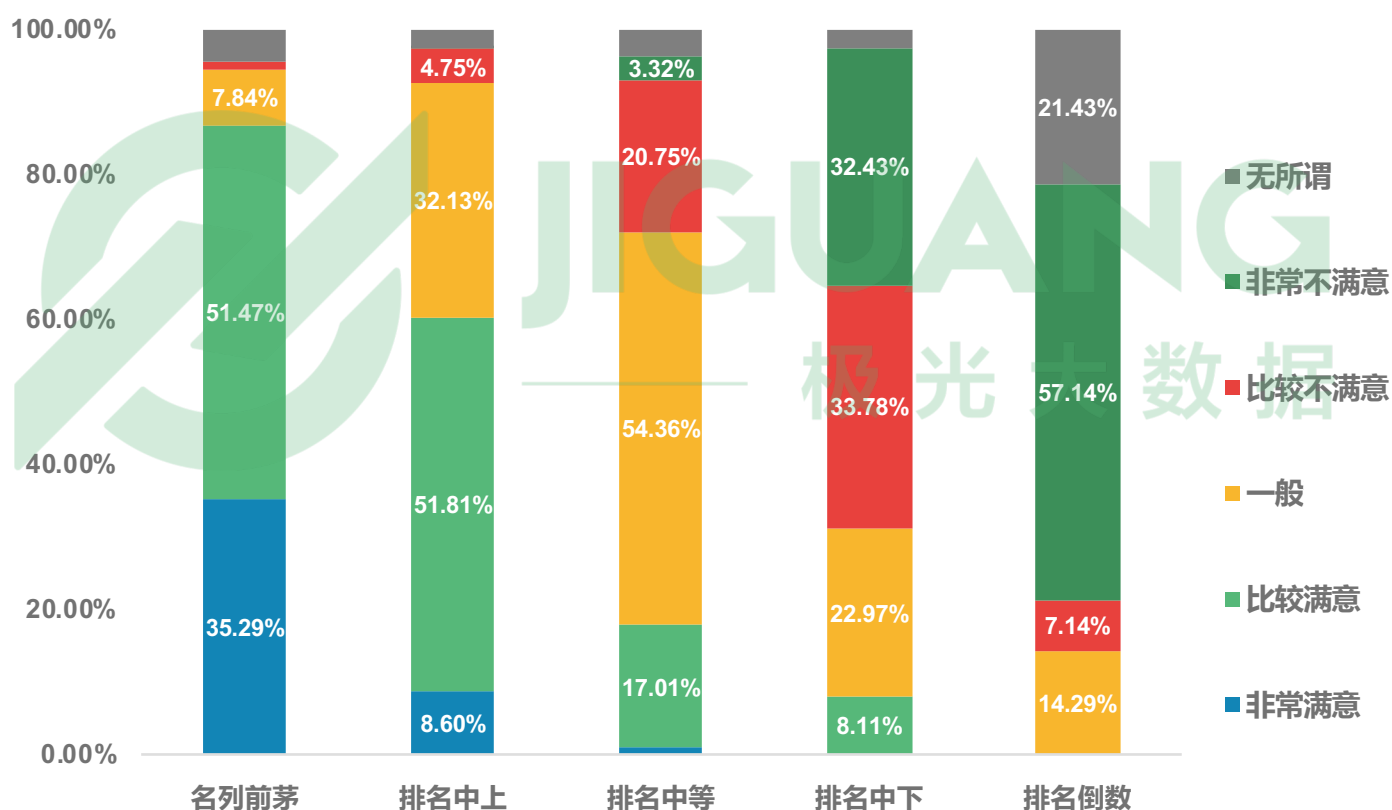
Q：您对孩子现阶段的学习成绩的看法如何？（单选）

学习成绩满意度

父母对孩子满意度与成绩排名高度相关

- 孩子学习排名越靠前，父母对孩子越满意；相应地，孩子学习排名越靠后，父母对孩子越不满意
- 对于排名中上的孩子，只有六成左右的父母感到满意（选择“非常满意”和“比较满意”选项的人）
- 对于排名倒数的孩子，除了超半数的父母感到非常不满意的，也有21.43%的父母态度无所谓

父母对孩子学习成绩的满意度



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

Q：您对孩子现阶段的学习成绩的看法如何？（单选）

Q：您的孩子目前的班级排名情况如何？（单选）

CHAPTER 02

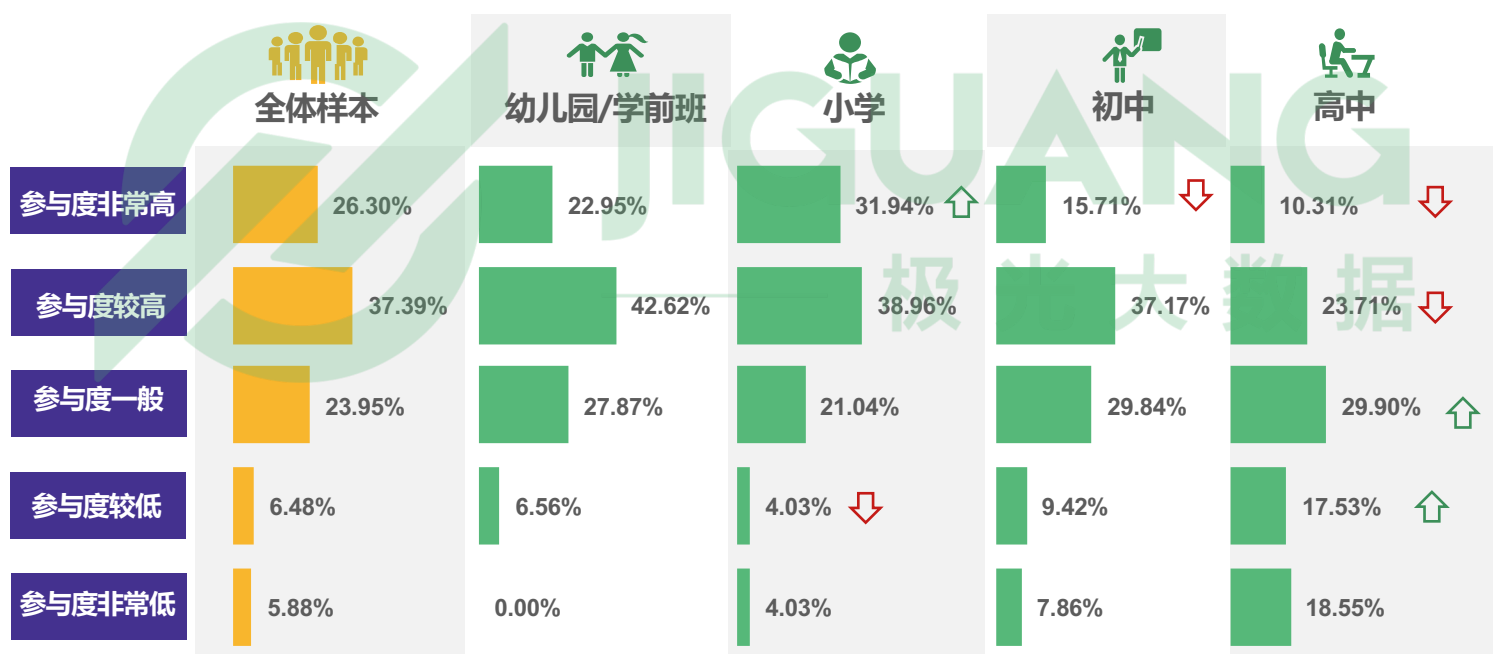
K12教育投入

时间投入

父母对孩子学习的参与度普遍高，随着孩子升学，参与度有所下降

- 总体来看，对孩子学习参与度低的父母占全部样本量的12.36%（参与度较低或非常低的占比），可见父母们为了孩子学习也是操碎了心
- 随着孩子升学，父母对孩子学习的时间投入有下降趋势，或因初高中孩子住校或课业逐渐超出父母可辅导范围所致

不同阶段父母对孩子的学习参与度对比



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

↓ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例低于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

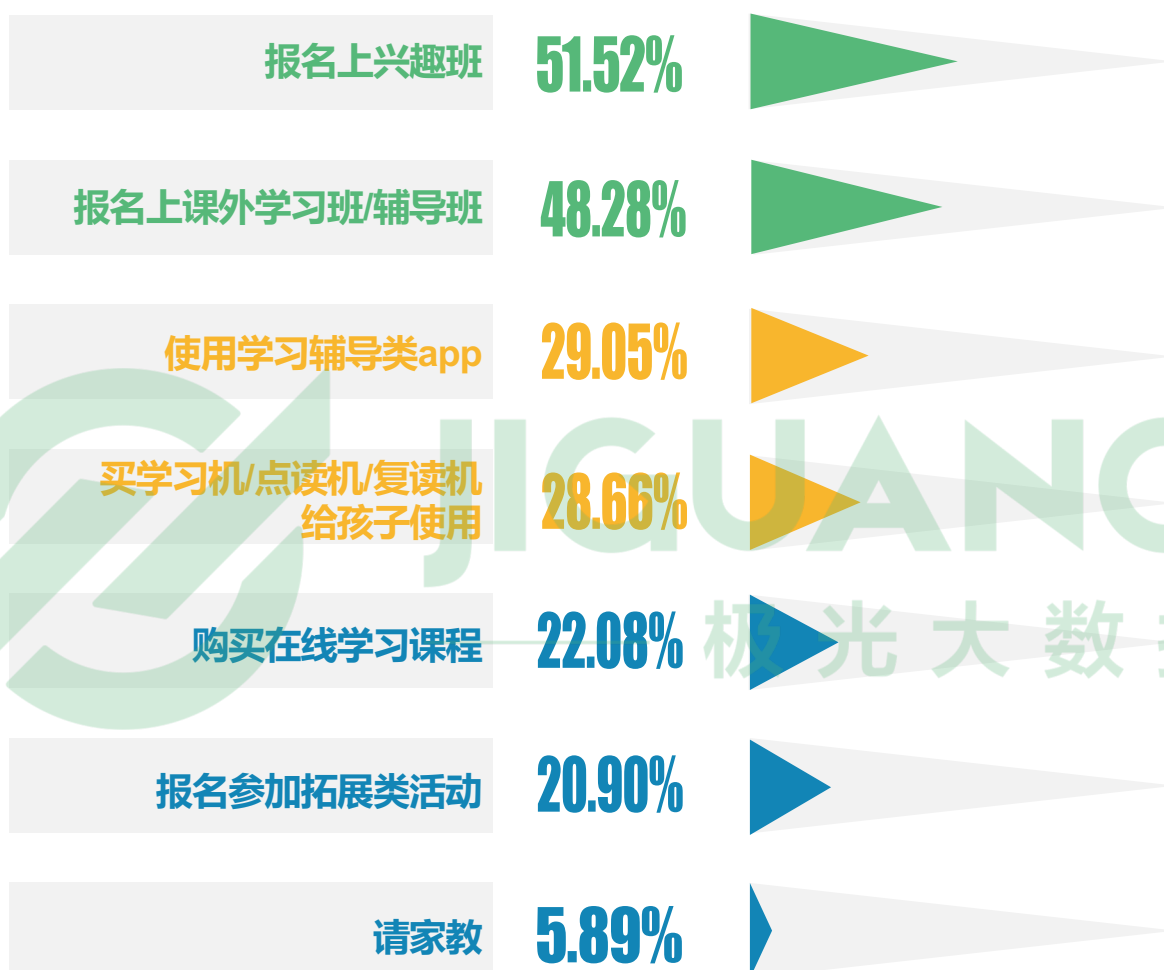
Q：您和配偶对孩子学习的参与程度如何？（单选）

内容投入

兴趣班和学习辅导班是课外教育首选，“请家教”热度低

- 调研数据显示，超五成的父母为孩子报过兴趣班，亦有近五成的父母给孩子报过学习辅导班
- 学习教育工具类投入（使用学习辅导类app、购买学习机等）的父母占比近三成
- 相比于其他种类，“请家教”已是极少数父母的选择，或是因为互联网教育的发展带来的结果

父母对孩子的课外教育投入



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

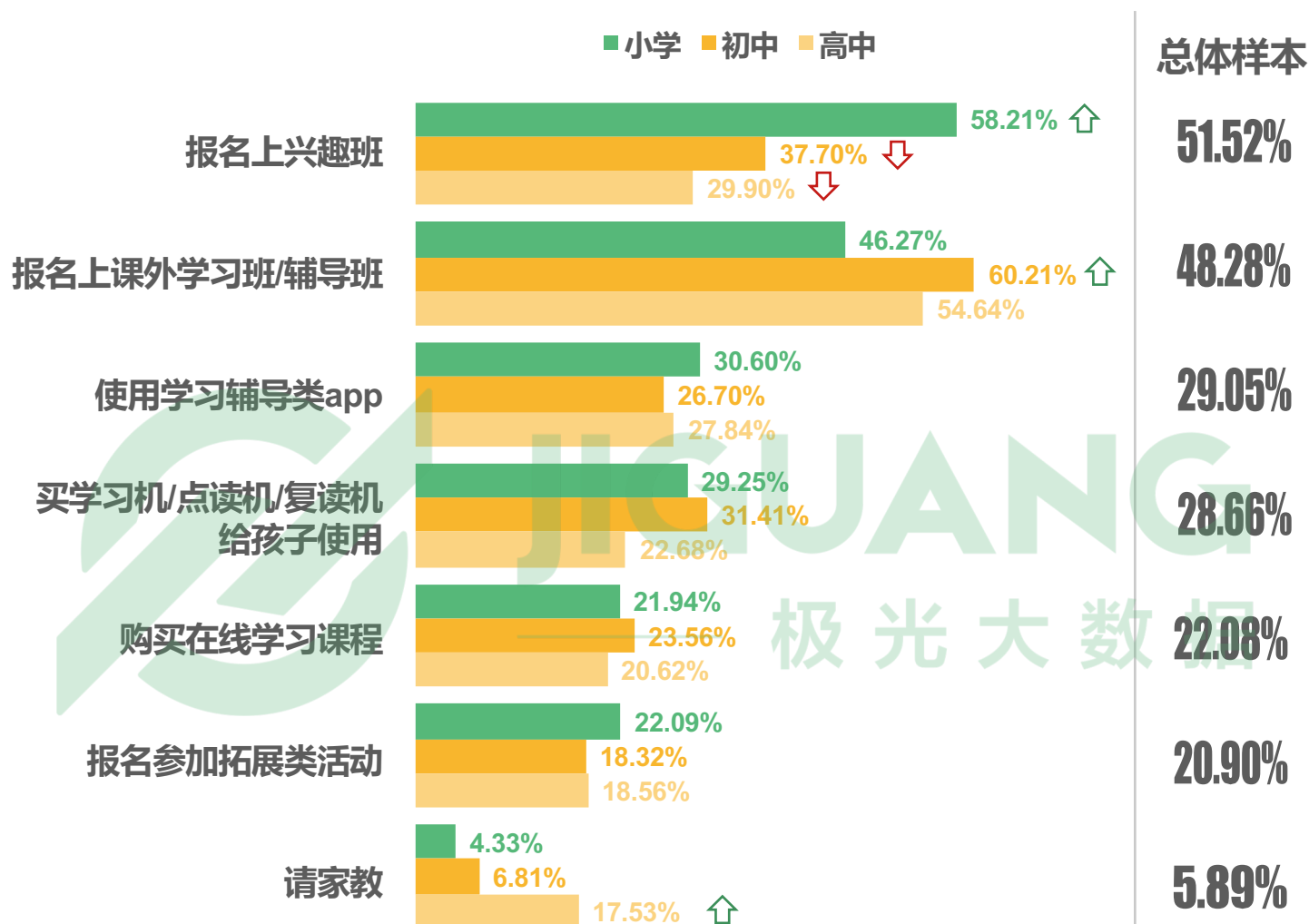
Q：您为您的孩子做过以下哪些事项？（多选）

内容投入

小学阶段更倾向兴趣班，初高中阶段更倾向学习辅导班

- 小学阶段的课外教育更倾向于兴趣班，而初高中阶段则对兴趣班的投入低于全体样本，或因课业加重而逐渐放弃兴趣班
- 相比于全体样本，初中阶段对课外学习班/辅导班的倾向高，同时也高于小学和高中阶段
- 值得注意的是，在全体样本对“请家教”一项投入普遍低的情况下，高中阶段孩子是“请家教”的主力军

不同阶段孩子的父母对孩子的课外教育投入对比



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

↓ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例低于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

Q：您为您的孩子做过以下哪些事项？（多选）

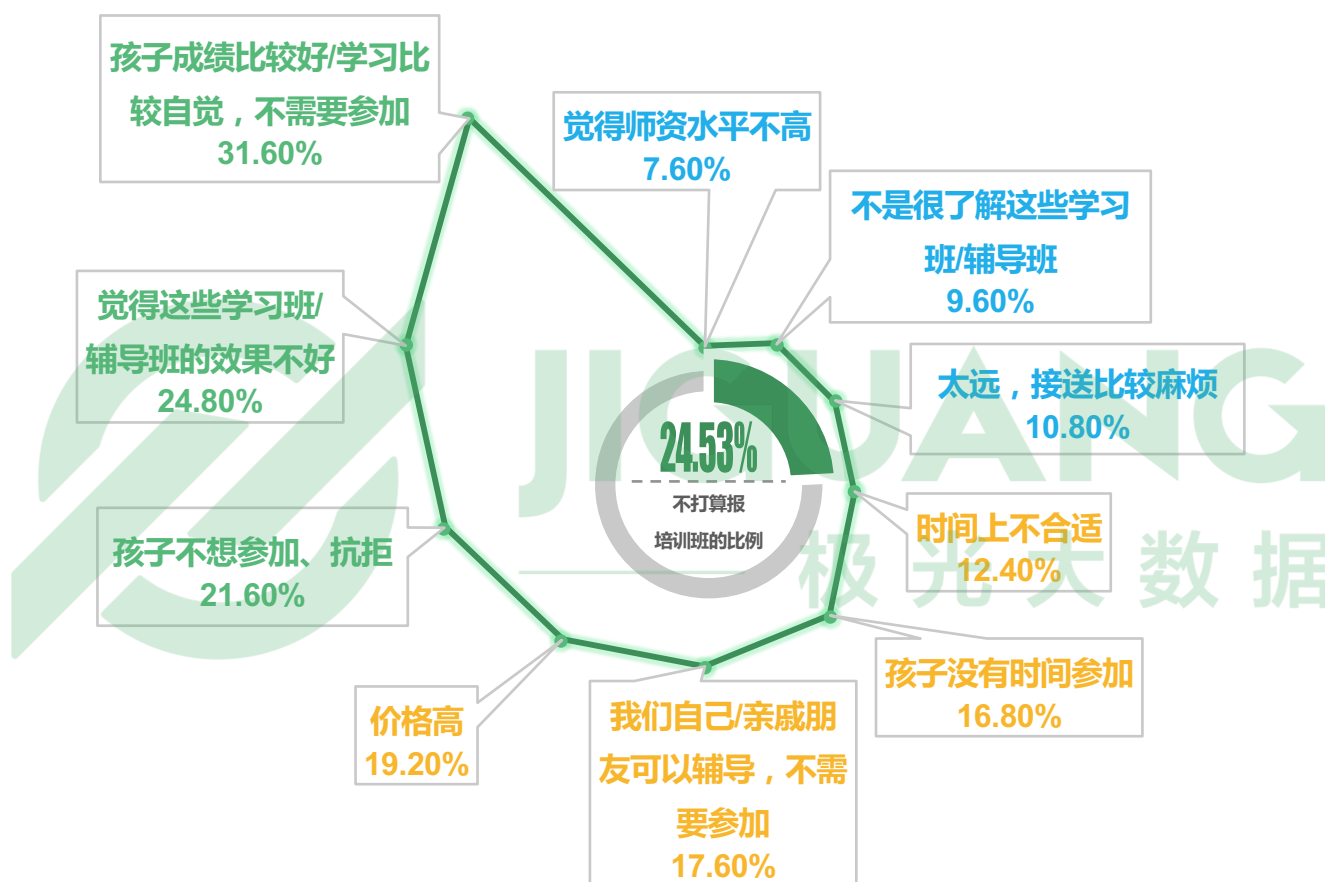
不报培训班*的原因

用不着——孩子学习好

帮不上——担心效果不好

- 调查结果显示，约有四分之一的家长不打算给孩子报培训班
- 不报班最主要的三个原因——一是孩子学习好，用不着；二是担心辅导效果不好，帮不上；三是孩子不愿参加，由着去
- 19.20%的家长对培训班价格敏感，因价格高而选择不报班

父母不选择培训班的原因



注：这里的“培训班”指的是学习培训班/辅导班，下同

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

Q：您不打算让孩子报名上培训班的主要原因是？（多选）

CHAPTER 03

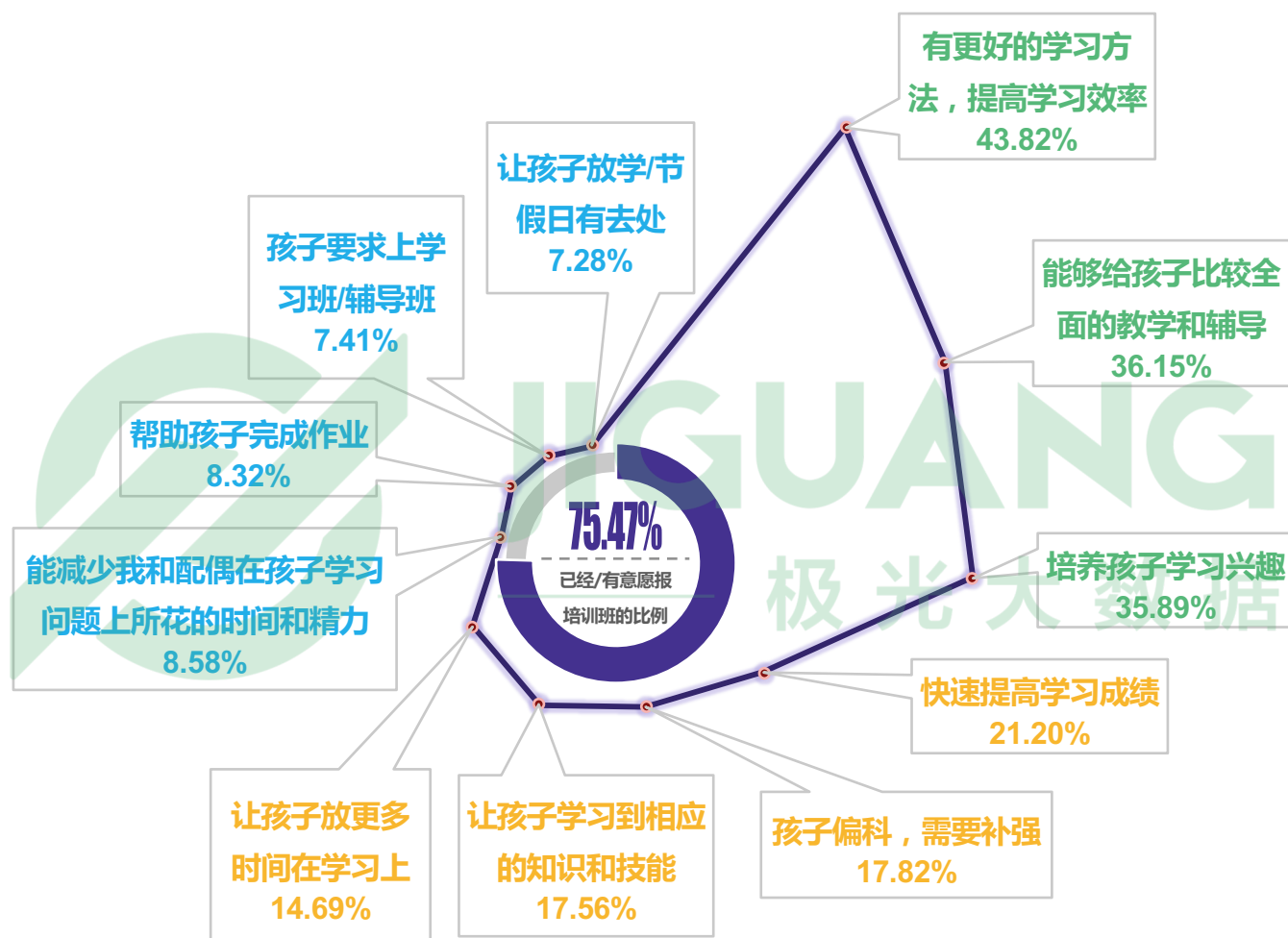
K12教育培训班偏好

培训班报班原因

最想孩子提升学习方法和学习兴趣，其次希望能够查缺补漏

- 父母为孩子报培训班最主要的原因在于加强孩子学习方法和学习兴趣，希望孩子全面发展
- 21.20%的家长希望培训班能够提高孩子学习成绩，同时有17.82%的家长希望孩子通过参加培训班补强弱势科目
- 只有8.58%的家长希望报培训班能够减少自己在孩子学习上花的时间和精力

父母为孩子报培训班的原因



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

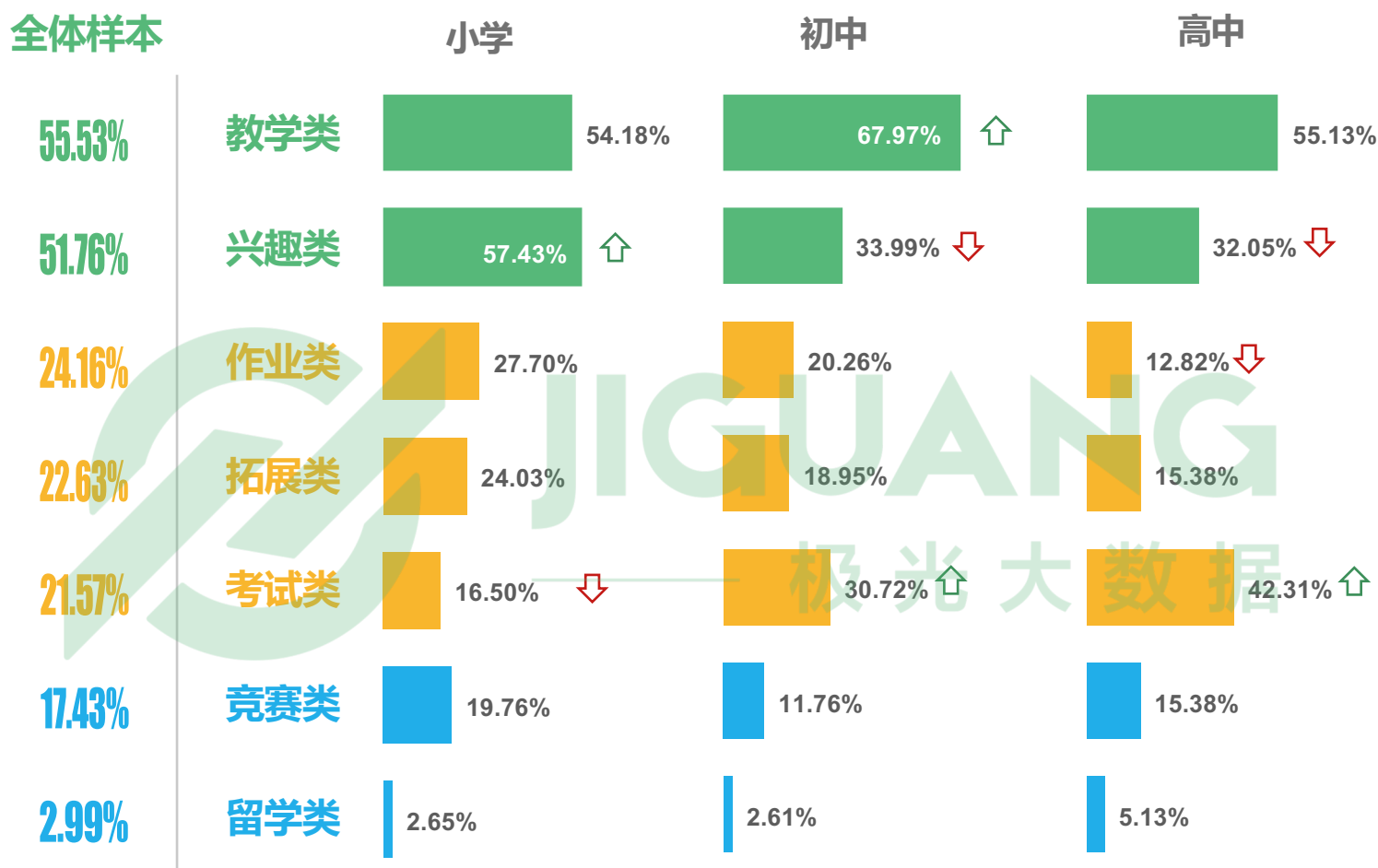
Q：您打算/已经帮孩子报名上学习班/辅导班的主要原因是？（多选）

培训班报班类别

小学阶段倾向兴趣类，初中阶段倾向教学类，高中阶段倾向考试类

- 超半数父母在选择培训班时，会选择教学类和兴趣类，其中初中阶段对教学类培训班的倾向高于全体样本
- 相比于全体样本，小学阶段更倾向于兴趣类培训班，父母们对孩子兴趣的培养可谓从小抓起；相应地，这一阶段对考试类培训班的需求则低于全体样本
- 初高中阶段则对考试类培训班需求较高，高中阶段尤甚，占比达42.31%，或因为高中课业重，考试成绩也更加关键

父母为孩子报培训班的类别选择



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

↓ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例低于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

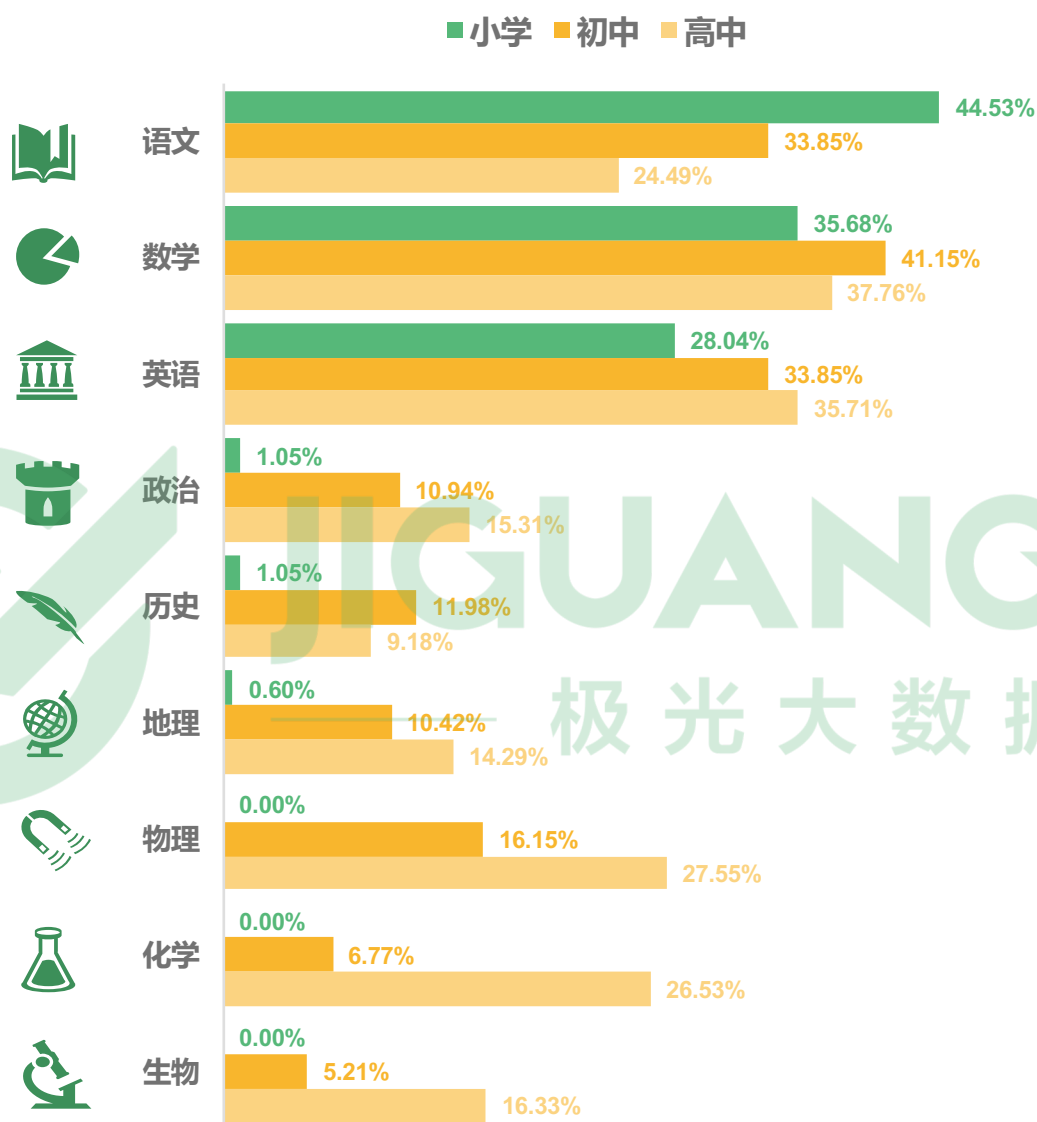
Q：您更倾向于选择哪些类型的班呢？（多选）

弱势科目

语数英是主要弱项，理化也难倒近三成高中生

- 小学生最弱势的科目是语文，数学占比超三成，英语占比近三成
- 初中生最弱势的科目是数学，数学和英语的占比差不多（不考虑“其它”选项前提下）
- 高中生最弱势的科目数学和英语，物理和化学的占比也都接近三成，看来高中生们“学好数理化”任重道远

不同阶段孩子的偏科情况对比



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

Q：您孩子目前在哪些科目上比较弱呢？（多选）

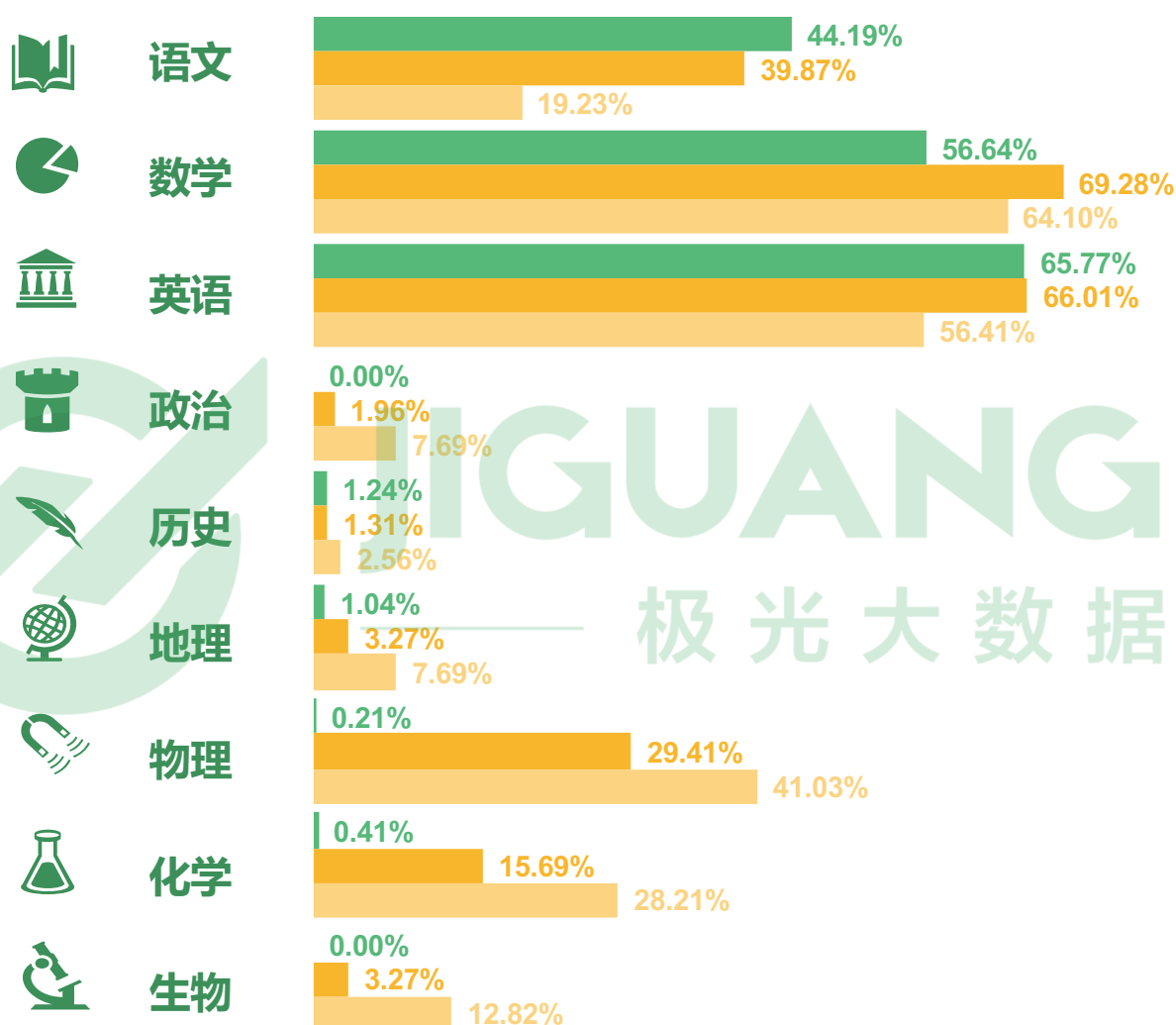
培训班报班科目

数学和英语是最主要的培训班科目需求

- 数学是培训班报班需求最大的科目，小、初、高各阶段均过半数，其中初中阶段需求最大，占比达69.28%
- 英语紧随数学之后，也具有广泛的培训市场需求，小、初、高各阶段的占比也均超五成
- 高中物理或因难度较大，也有超四成的培训需求

父母为孩子报培训班的科目选择

■ 小学 ■ 初中 ■ 高中



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

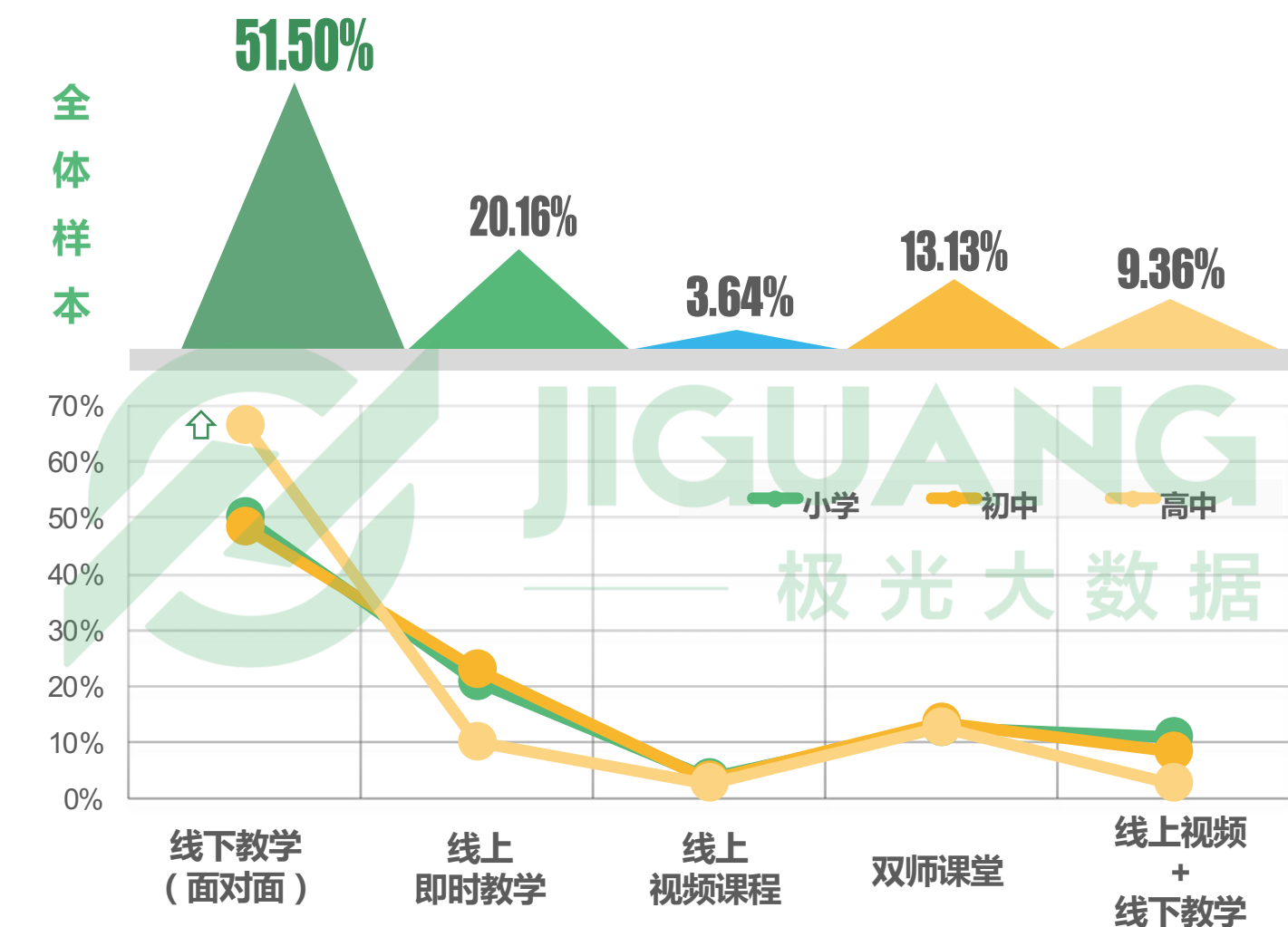
Q：您打算/已经帮孩子报名上哪些科目的学习班/辅导班？（多选）

培训班形式偏好

线下教学占比最高，“双师课堂”悄然兴起

- 过半数的父母更倾向于面对面的线下教学形式，可见线下教育的优势还是线上教育无法比拟的
- 有20.16%的父母选择线上即时教学，远高于占比仅有3.64%的线上视频课程，由此推测父母们更希望培训班有即时的互动，而不只是希望孩子自学
- “双师课堂”指线上、线下各一个老师同时授课，是近年兴起的一种教学形式，有13.13%的父母选择此项，可见这一形式已为一定比例父母所接受

父母对培训班的形式偏好



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

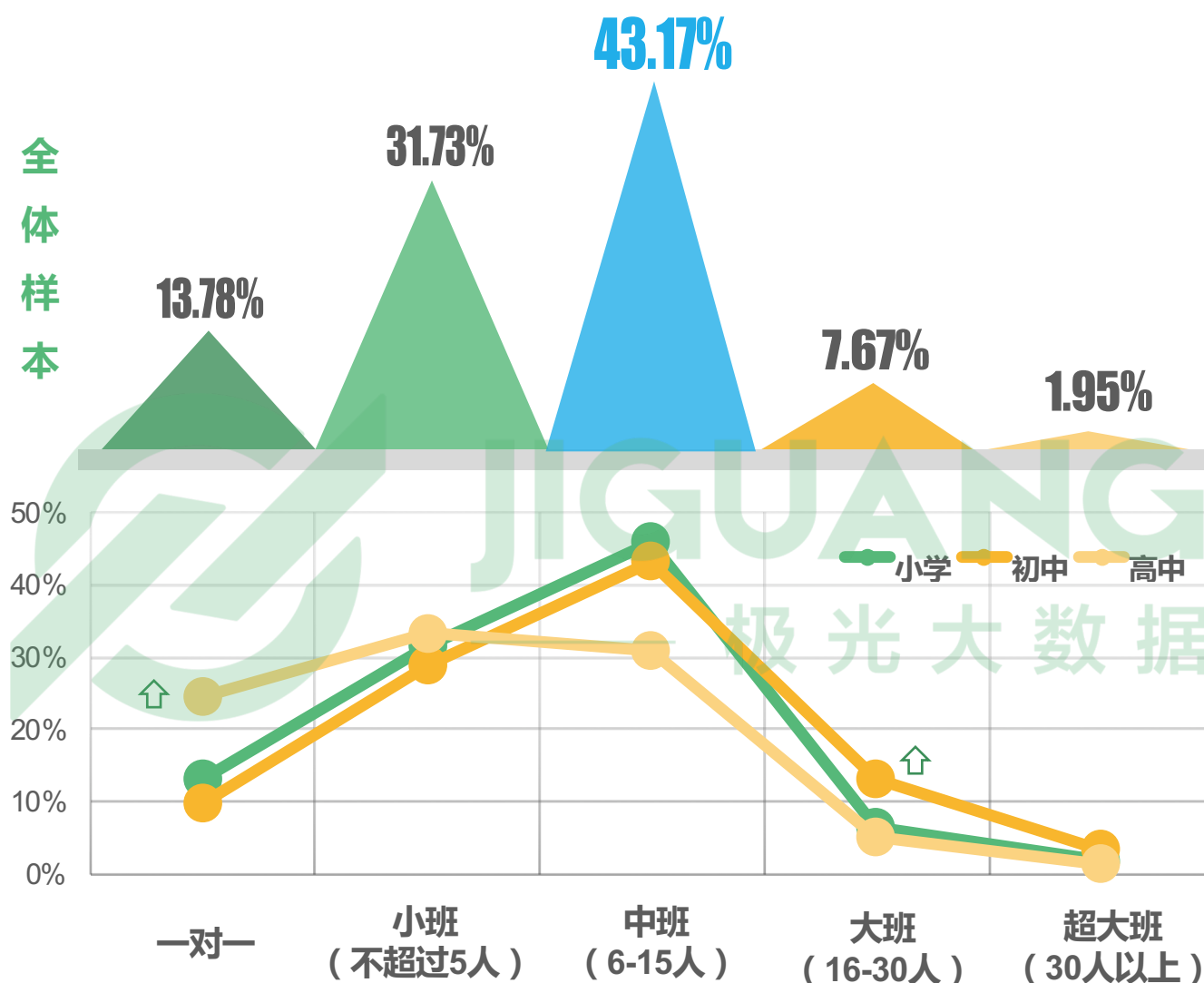
Q：对于学习班辅导班，您最希望是以下哪种形式？（单选）

培训班规模偏好

倾向中小规模班，高中阶段更偏好一对一教学

- 超九成父母更倾向中小规模的培训班，其中43.17%的父母倾向6-15人的中班，是占比最高的人群
- 13.78%的父母倾向一对一的培训班，而高中阶段孩子的父母在这一选项上的占比更高。一般而言，一对一培训班的费用更贵，可见这部分父母对于孩子在培训班上的金钱投入意愿或更强
- 相比于全体样本，初中阶段孩子的父母更偏好16-30人的大规模培训班

父母对培训班的规模偏好



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

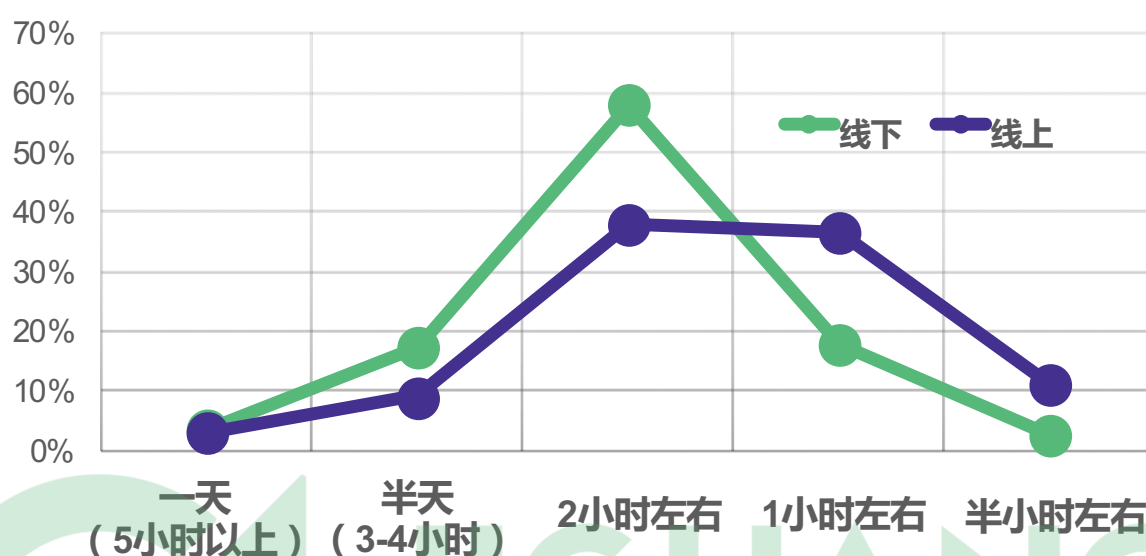
Q：您更倾向于让您孩子参加哪种规模的学习班/辅导班？（单选）

培训班课时和频率偏好

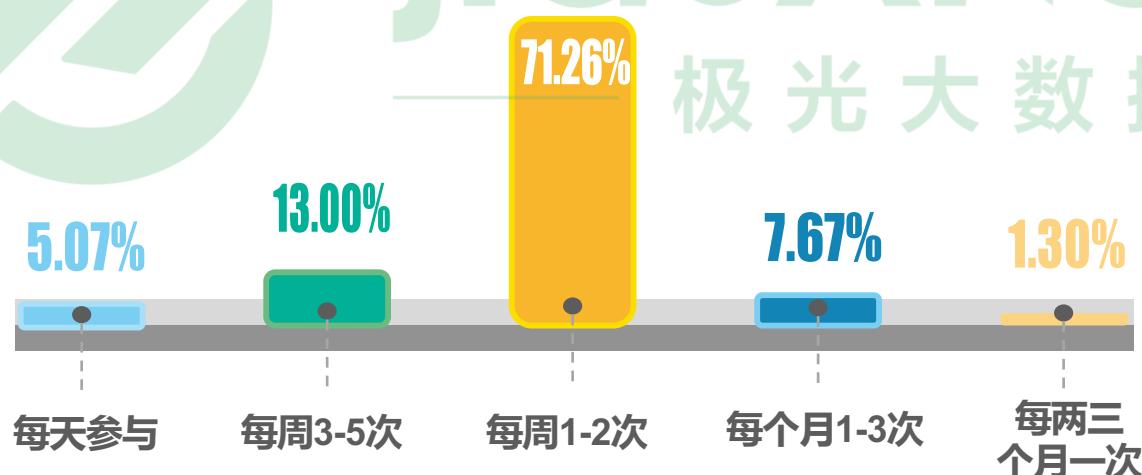
一次2小时左右，一周1-2次是最好的选择

- 2小时左右的课时是父母们最倾向的选择，但对于线上课程，1小时课时和2小时课时的选择者不相上下，占比分别为37.97%、36.54%
- 超七成父母希望孩子一周上1-2次培训班，以绝对优势超出其他频次选项，可见孩子们的课外时间并没有被培训班占满

父母对培训班的课时偏好



父母对培训班的频率偏好



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

Q：您希望每次课程时长是？？（单选）

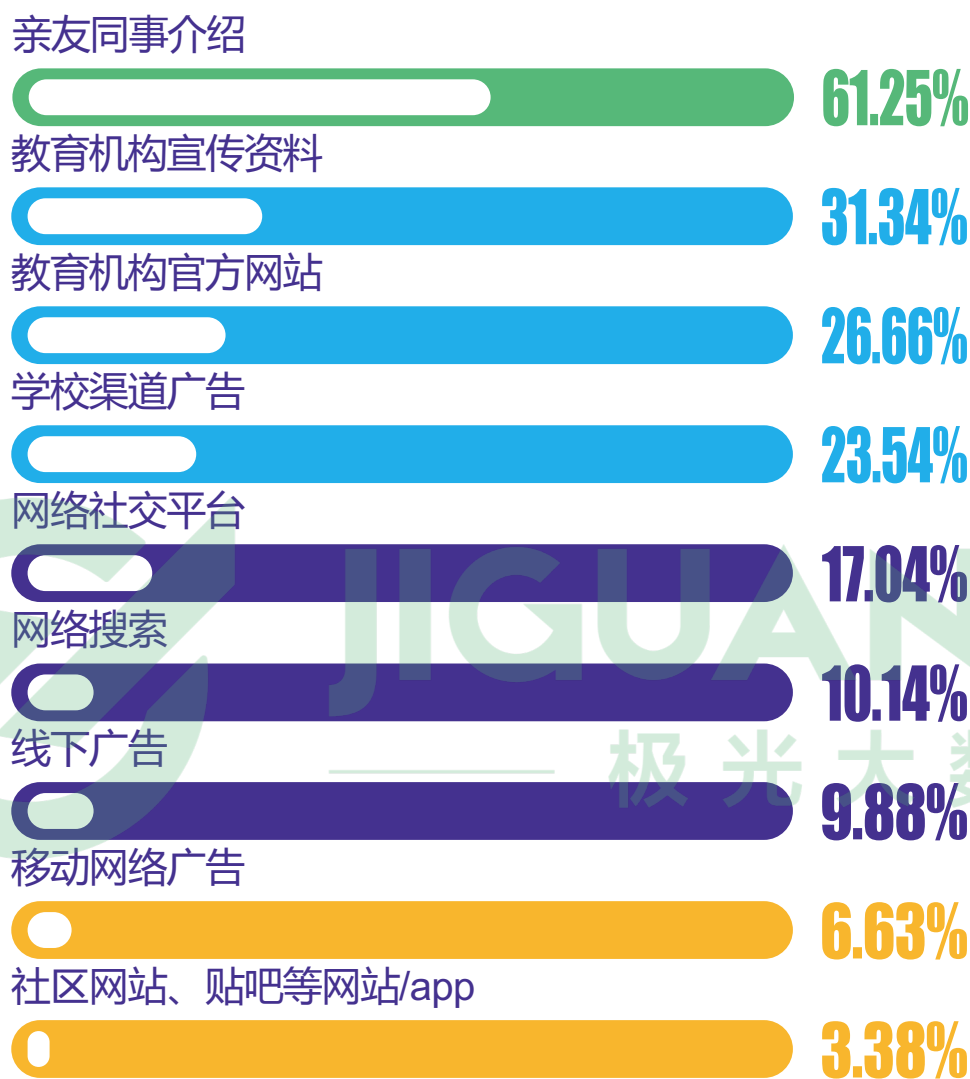
Q：您希望您孩子参与学习班/辅导班的频率是？（单选）

培训班信息获取渠道

亲友、机构官方、学校等线下渠道更受欢迎

- 超六成父母通过亲友同事的介绍获取培训班信息，占比61.25%，或因父母们倾向于向身边有经验的人咨询
- 教育机构的官方渠道（官方资料和网站）和学校渠道也较为受父母们关注
- 其他线上渠道（如网络社交平台、网络搜索、移动网络广告等）相对不受父母们关注，占比均不足两成

父母们获取培训班的渠道



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

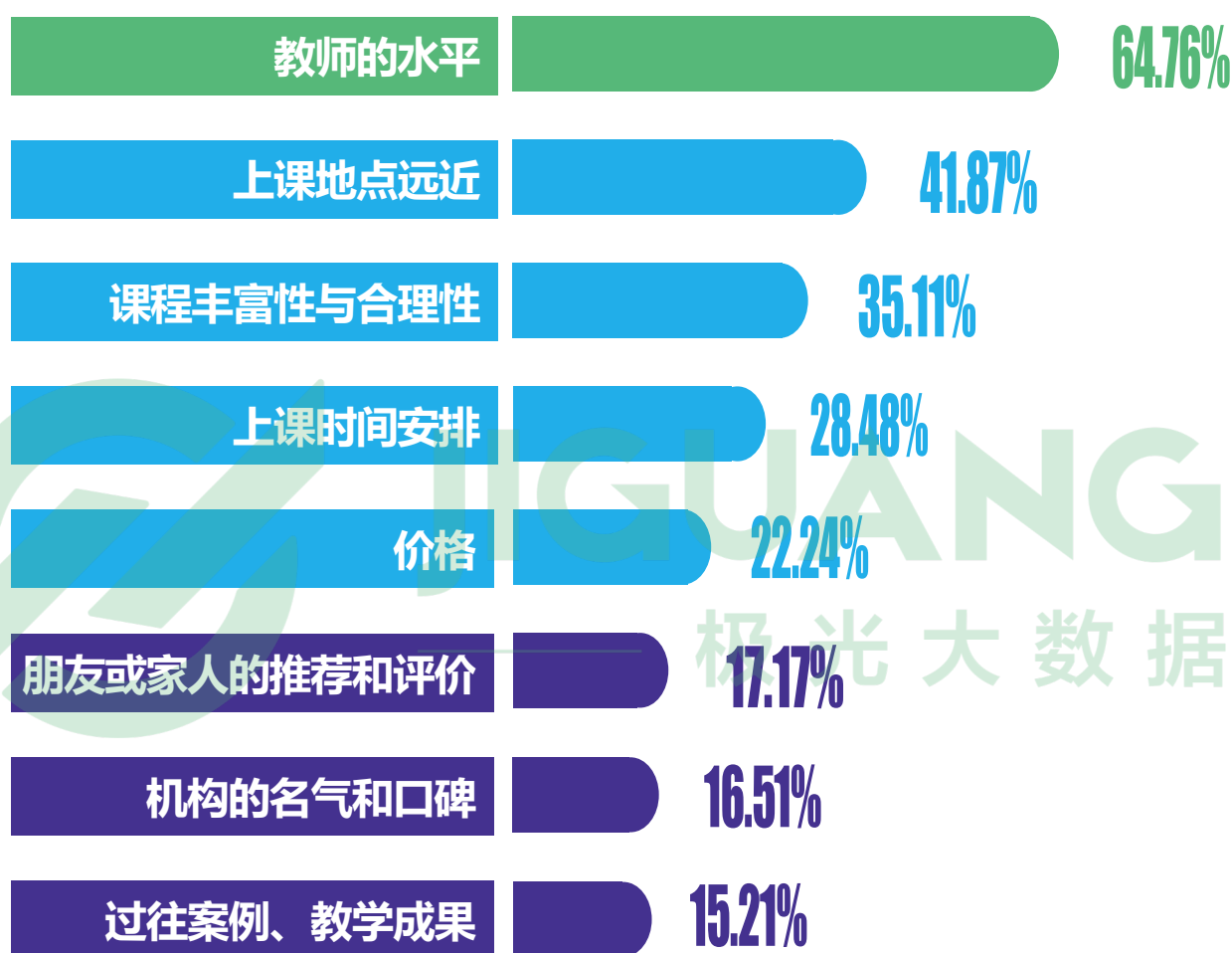
Q：您主要通过哪些渠道了解培训机构及课程信息？（多选）

挑选培训班看重因素

最关注老师水平、上课地点和课程安排

- 父母们为孩子选择培训班时主要考虑教师水平、上课地点及课程安排，其中教师水平最受关注，占比64.76%
- 22.24%的父母在选择培训班时更为关注价格
- 机构口碑和名气反倒不太被看重，占比不足两成，可见在孩子的教育上，父母们不看广告看成效

父母们选择培训班看重的因素



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

Q：您在选择学习班/辅导班时，主要考虑哪些因素呢？（多选）

培训班效果评价

掌握学习方法是最期望的收获，初高中阶段孩子的父母偏重提高成绩

- 整体而言，58.26%的父母希望孩子通过培训班掌握更好的学习方法以提高学习效率，希望培训机构“授人以渔”
- 相比于全体样本，初高中阶段父母更看重培训班能够帮助孩子提高成绩，这可能是由于初高中阶段的孩子面临着相对重的升学压力

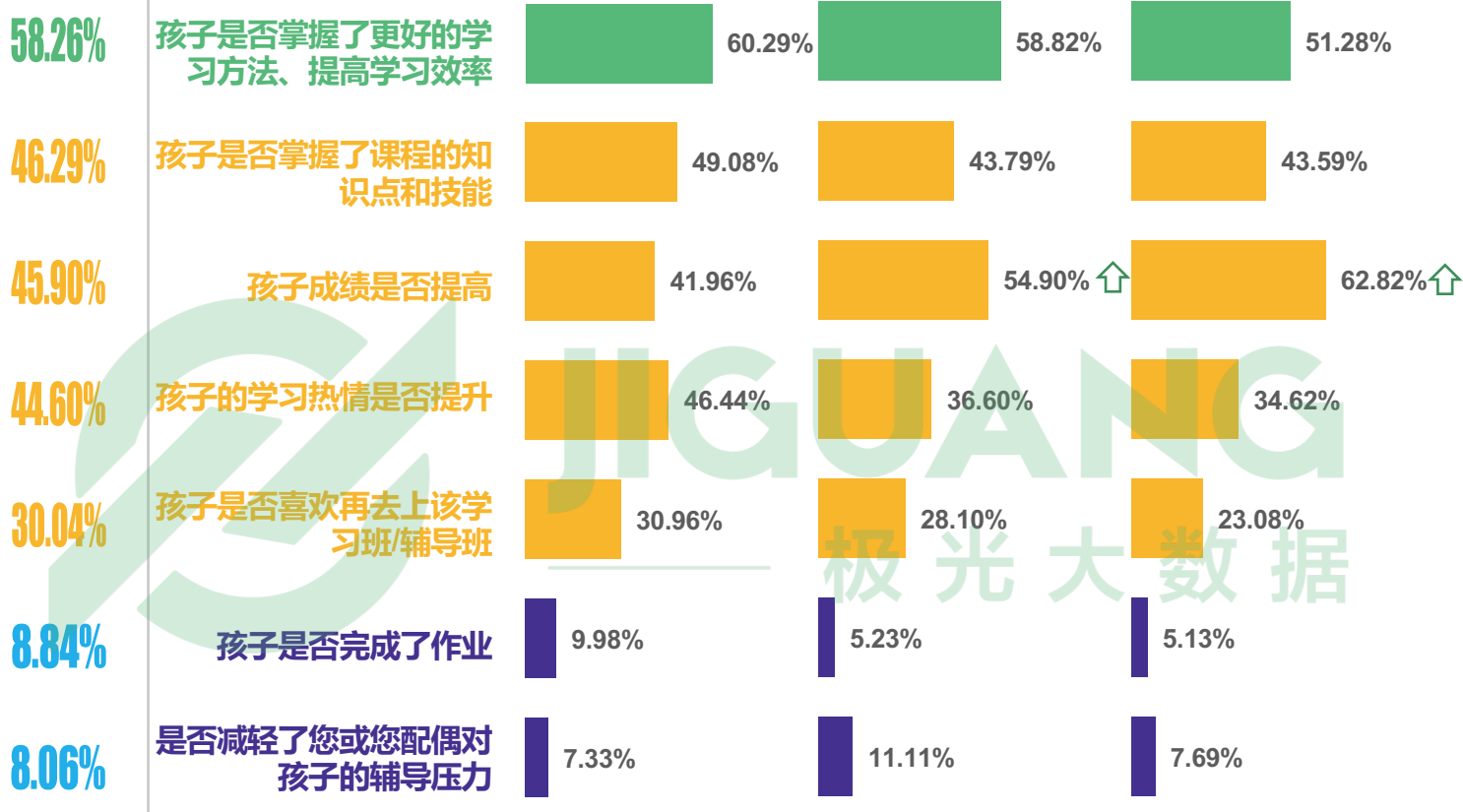
父母们对培训班效果评价要素

全体样本

小学

初中

高中



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

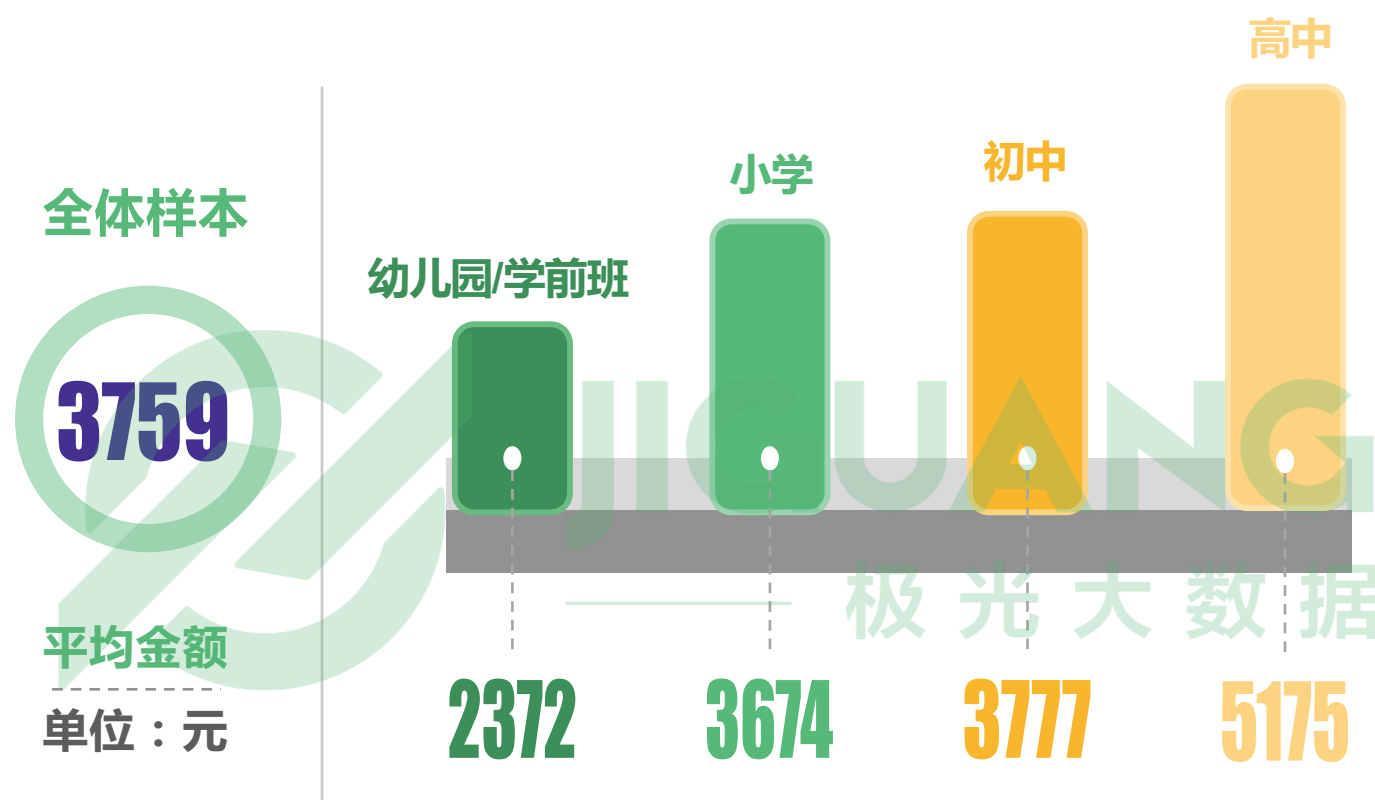
Q：您主要通过那个方面来衡量辅导班的效果？（多选）

培训班报班费用

随着孩子升学，父母每年在孩子培训班上的费用投入逐渐增长

- 对于打算/已经给孩子报培训班的父母来说，他们愿意平均每年支付大约3759元人民币在孩子的培训班上
- 随着孩子的升学，父母每年愿意花在培训班上的费用逐渐增加，到孩子的高中阶段，他们愿意平均每年支付约5175元人民币
- 双职工家庭在孩子培训班费用的投入大幅高出单职工家庭

父母每年愿意投入到孩子培训班上的费用



6062
双职工



VS



3692
单职工

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

Q：在您孩子目前这一阶段学习中，您每年愿意为花费多少钱在学习班/辅导班上？（单选）

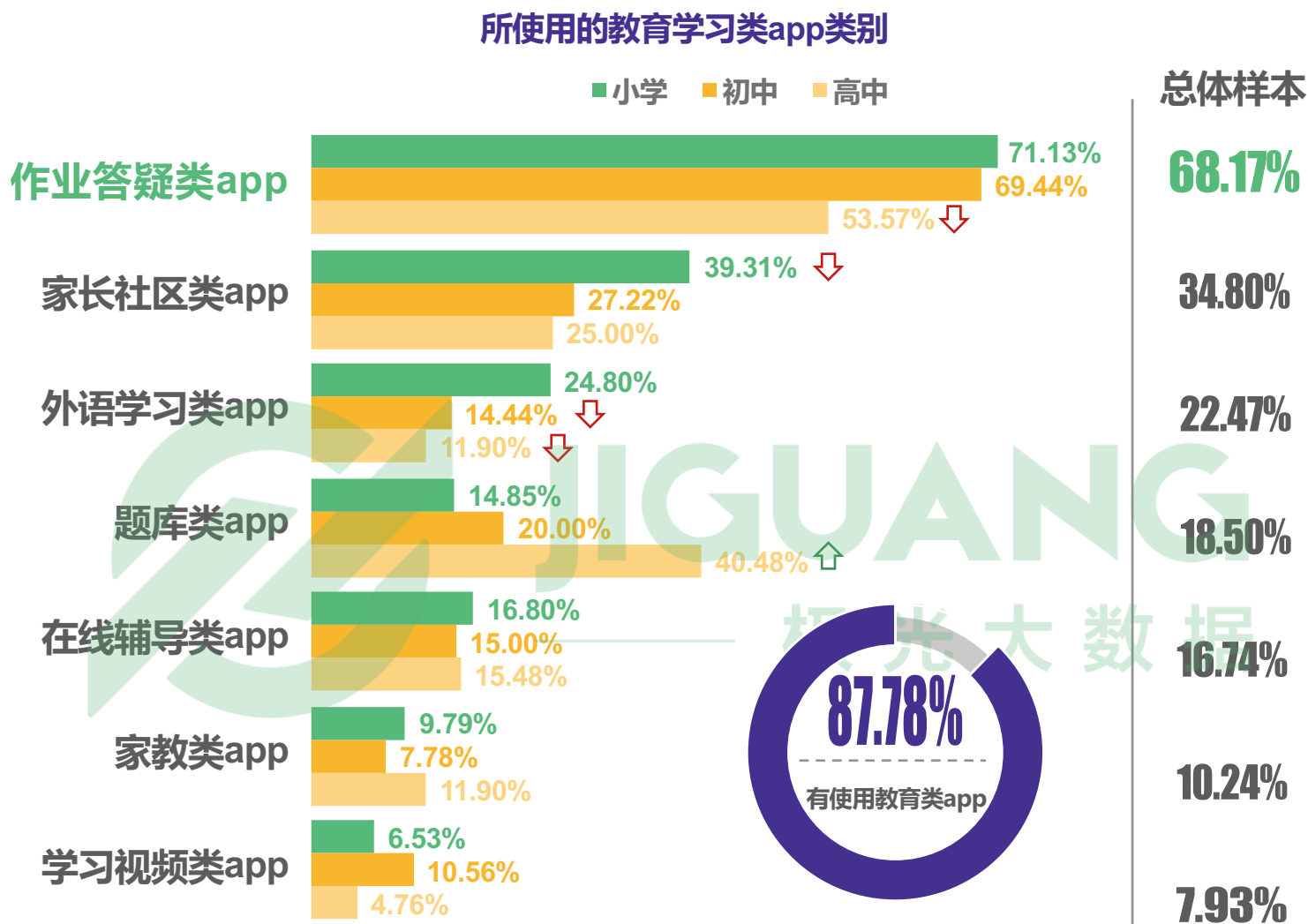
CHAPTER 04

K12教育app偏好

所使用学习类app类别

作业答疑类app最受欢迎，家长社区类app占比超三成

- 87.78%的父母或其孩子使用过学习类app，其中，作业答疑类app以68.17%的高占比俘获这部分父母和孩子的芳心
- 家长社区类app出现的时间不久，但迅速在父母群体中占有一席之地，以34.80%的比例居于第二名
- 家教类app和学习视频类app相对占比较低，或因其形式较为传统，用户已丧失新鲜感
- 题库类app在高中阶段的孩子或其父母中占比明显高于总体样本，或因高中阶段学生更注重题海战术



↑ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例高于全体样本

↓ 代表在95%的置信度下该阶段孩子的父母选择该选项的比例低于全体样本

数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”选项

Q：您和您孩子使用过的学习类app有哪些？（多选）

教育学习app偏好

作业类app在父母偏好度top 10应用中占有4个席位

- 《一起小学学生》是父母们最偏好的教育学习app，另外还有《作业盒子小学学生端》、《爱作业》、《作业帮》也均在top 10榜单中，可见作业类app广受欢迎
- 《家长通》、《家长帮》双双上榜，针对家长的应用亦有较大的市场需求

父母们在教育学习类应用中偏好度top 10 app



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.09

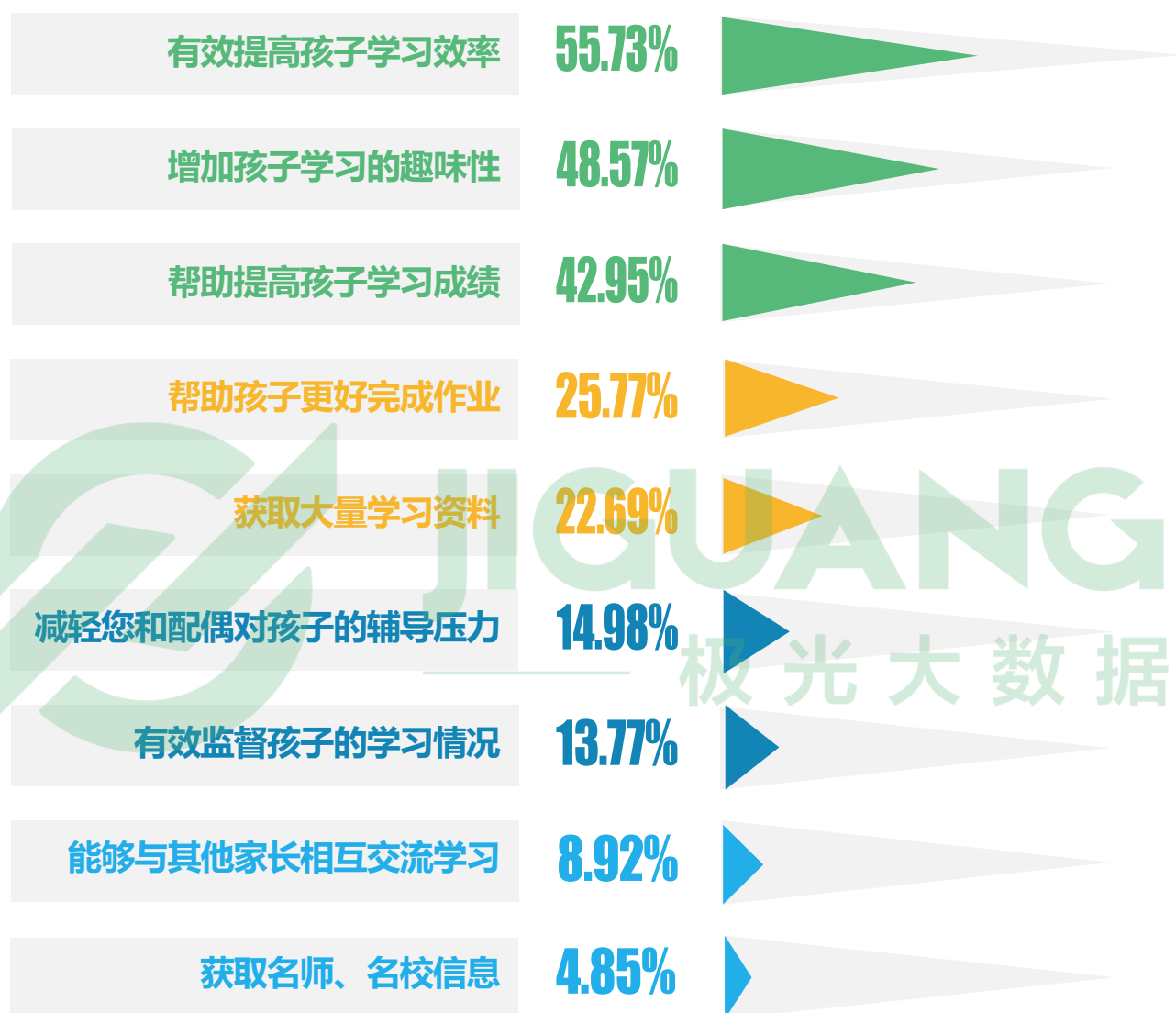
偏好指数：极光偏好指数是根据应用在调研样本中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出

使用教育学习类app的诉求

实效性和趣味性是使用学习类app的最主要诉求

- 家长或孩子使用教育学习类app最主要的诉求是提高学习效率、增强学习趣味性、提高成绩，占比分别为55.73%、48.57%及42.95%
- 有22.69%的家长希望从学习类app中获取学习资料，但对于名师、名校信息则无甚要求

使用学习类app的诉求



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不显示“其它”结果

Q：您最希望这些学习类app起到什么作用呢？（多选）

CHAPTER 05

K12教育用户画像

K12教育用户教养风格及地域分布

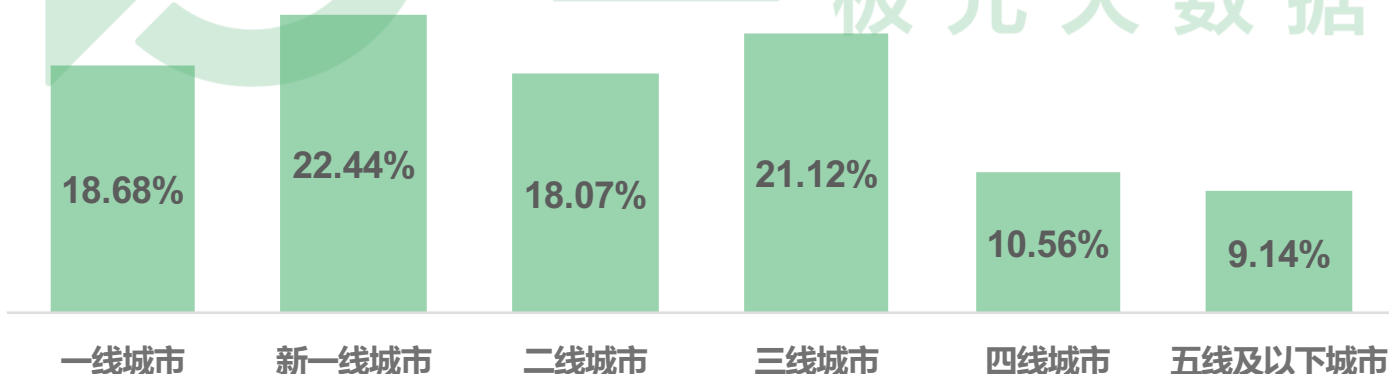
超六成父母是权威型教养风格

- 调研结果显示，多数父母属于权威型的教养风格，这类父母对孩子的关爱程度和管束程度均较高
- 值得注意的是，有20.90%的父母属于放纵型教养风格，这样的父母对孩子关爱有余，管束不足
- 经济越发达地区，单个城市的K12教育用户的平均聚集度越高

教养风格*：权威型父母居多



城市等级：各级城市分布均匀



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

教养风格是根据父母对孩子的关爱程度和管束程度共同确定的

Q：请问您对孩子的关爱程度如何？（单选）

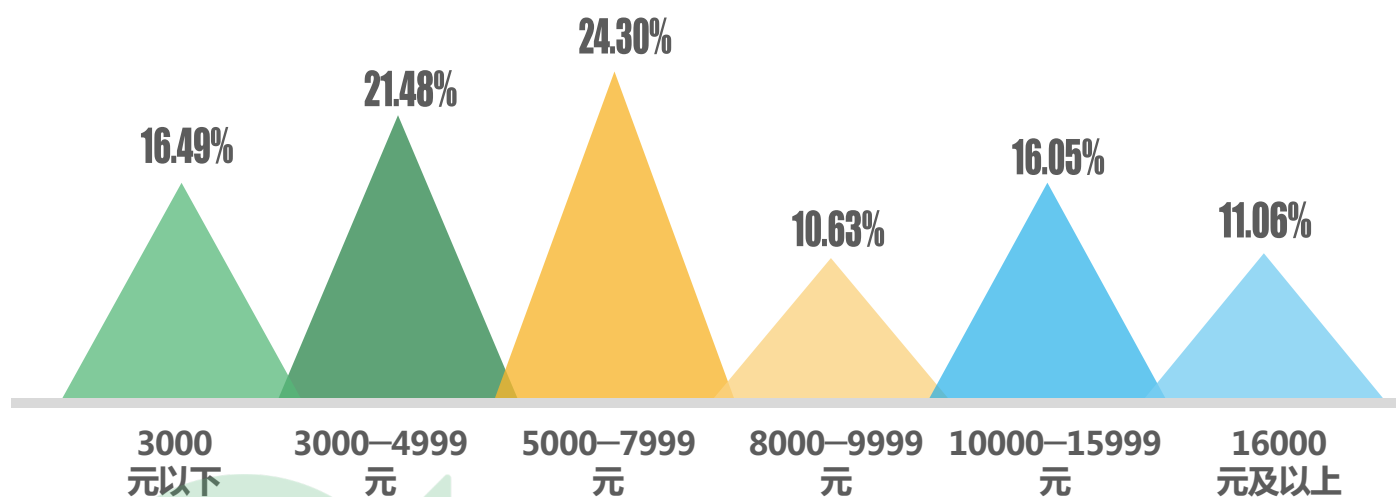
Q：请问您对孩子的管束程度如何？（单选）

K12教育用户家庭月收入

家庭月收入高的家庭更愿意报培训班

- 家庭月收入在5千至8千的家庭占比较多，收入过万的家庭总占比有27.11%
- 已经/愿意报培训班的家庭，平均月收入比全体样本的平均月收入高，对孩子的课外教育是需要一定经济基础的

家庭月收入：平均7500元左右



9359



已经/有意愿报培训班者家庭月收入

7500



全体样本家庭月收入

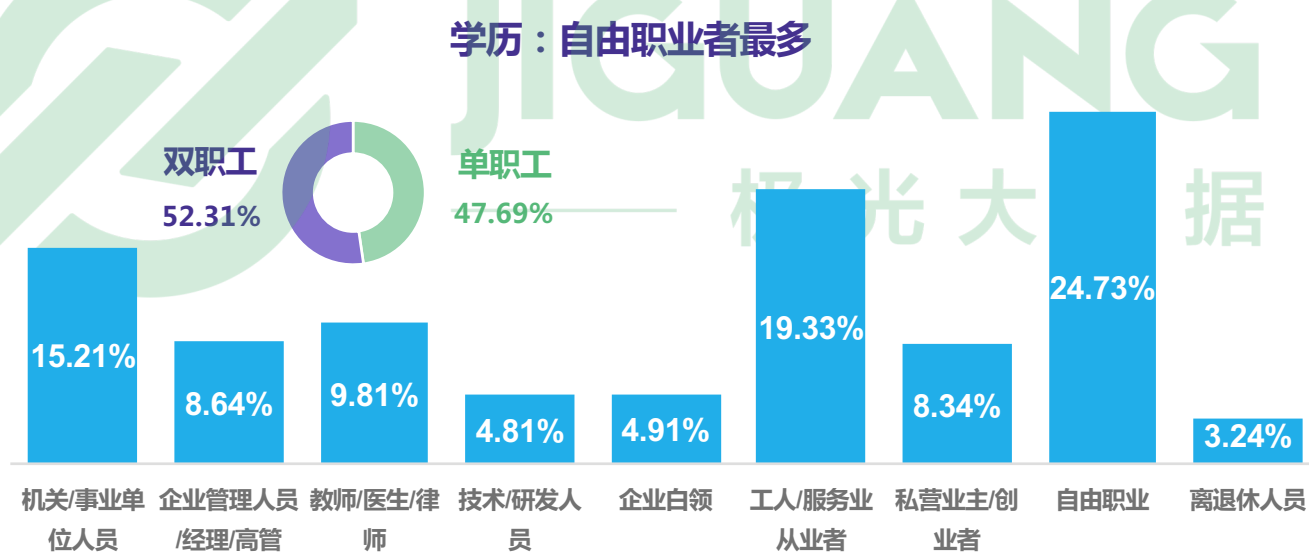
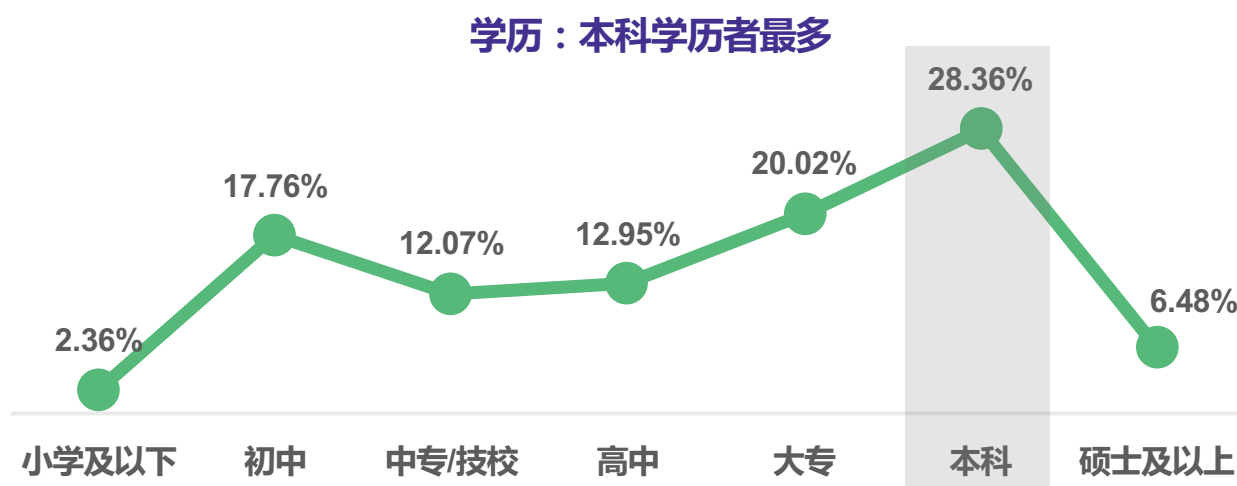
数据来源：极光调研；取数周期：2018.09

Q：请问您家庭每月税后总收入大约是？（单选）

K12教育用户学历及职业分布

本科学历多，单职工家庭近半

- 本科学历的K12教育用户最多，占比28.36%
- 自由职业者占比最高，单职工家庭占比近半



数据来源：极光调研；取数周期：2018.09；不出示“其它”结果

Q：请问您的最高学历（含在读）是？（单选）

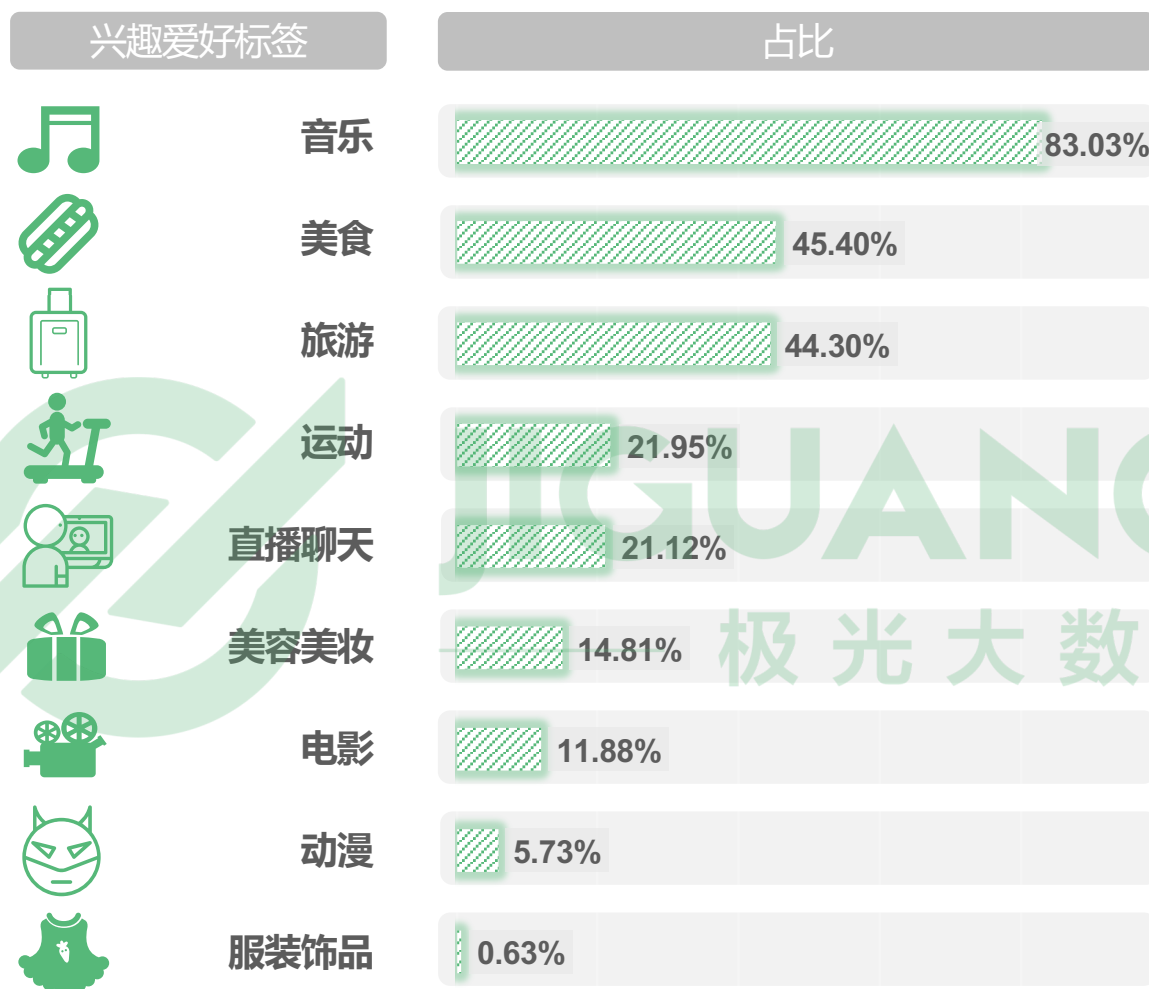
Q：请问您的主要身份是？（单选）

K12教育用户兴趣标签

热爱音乐、美食和旅游的潮父母

- K12教育用户对音乐、美食、旅游有偏好

兴趣爱好分布



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.09

K12教育用户的理财应用偏好

K12教育用户倾向于用银行理财

- K12教育用户在金融理财类应用偏好度的top 10榜单中，银行相关的app占据半壁江山，或因为银行系统的安全性让人信赖

金融理财类应用中偏好度top 10 app



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.09

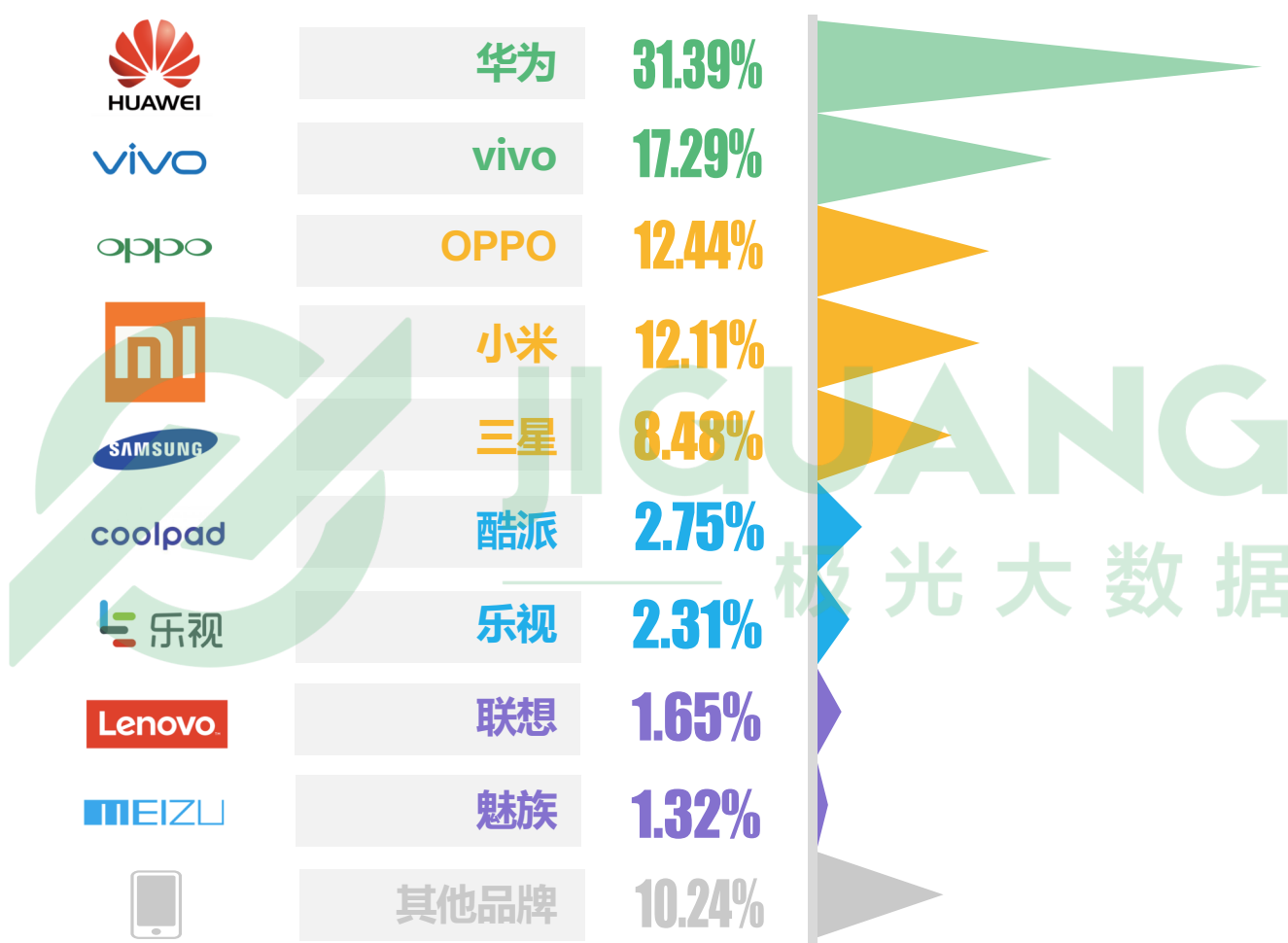
偏好指数：极光偏好指数是根据应用在调研样本中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出

K12教育用户安卓手机品牌分布

华为保有最多的K12教育用户

- 超三成的K12用户使用华为手机，以较大优势领跑
- vivo、OPPO、小米紧随其后，均分得超一成的K12教育用户占有率

K12教育用户安卓手机品牌分布



数据来源：极光大数据；取数周期：2018.09

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；调研数据，通过极光调研平台对K12教育用户进行网络调研，回收有效样本1019份，执行周期为2018年9月

2. 数据周期

报告整体时间段：2018.09-2018.10

3. 数据指标说明

偏好度指数是根据应用在目标人群中的装机渗透率，与其全网渗透率的相对关系计算得出

4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年6月份，极光已经为34.4万移动应用开发者和88.8万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近150亿，月度独立活跃设备近10亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

报告学苑知识星球



每日与你分享最有深度的研究报告



一个教育渠道者爱待的圈子

《教育综合体行业发展交流资料》

《18年教育TOP100项目中标情况》

《4000+教育装备企业联系名录》

.....

更多教育行业资料、干货

限时**免费**领取

备注：**资料**

长按图片识别二维码
添加领取资料大礼包

