

# 行业研究 · 教育培训



# 商业生态主要模块



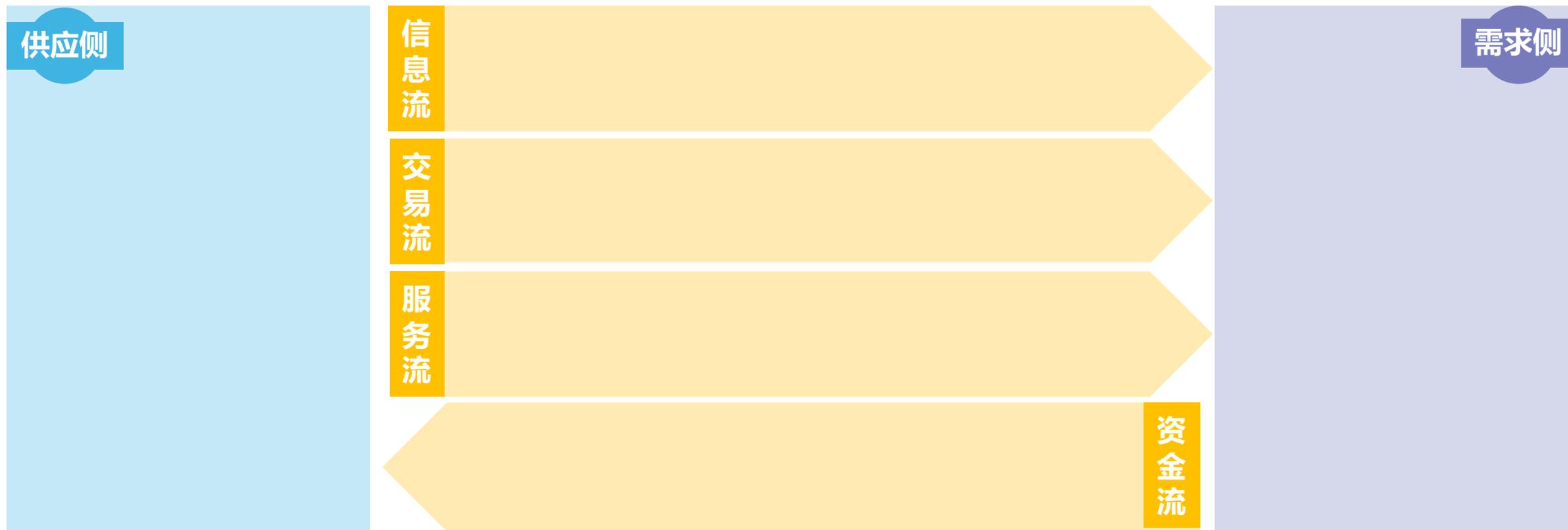
# 教育培训Landscape\_语言培训

## 行业生态/背景研究



# 行业生态研究

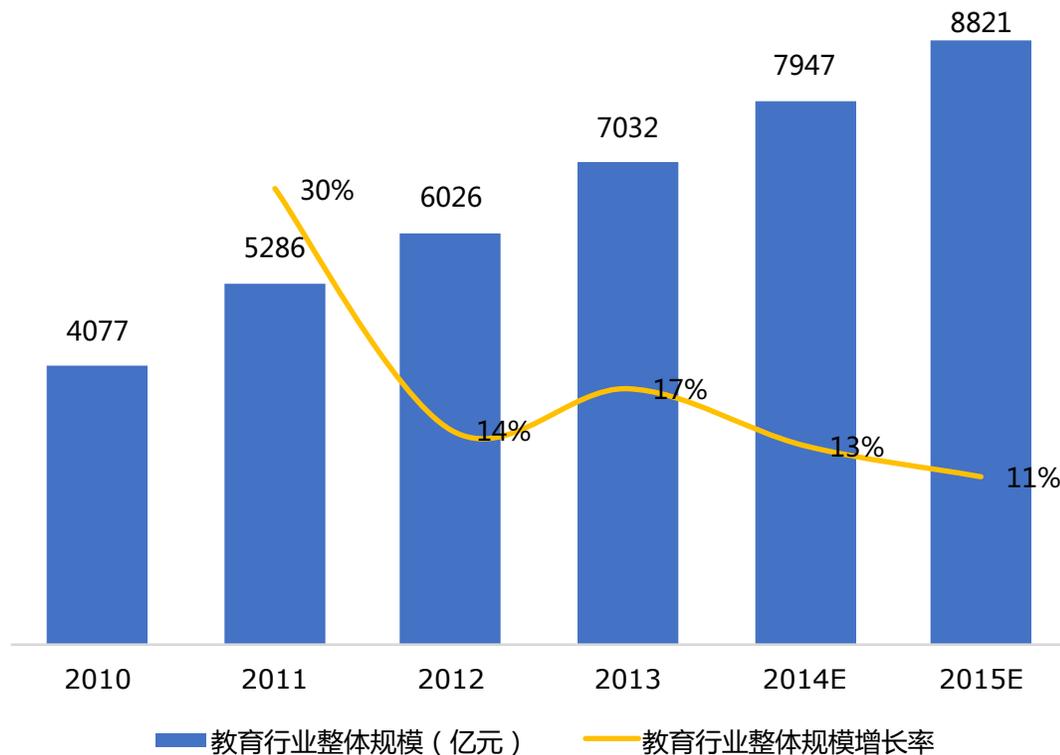
## 行业生态/背景研究 M-PEST



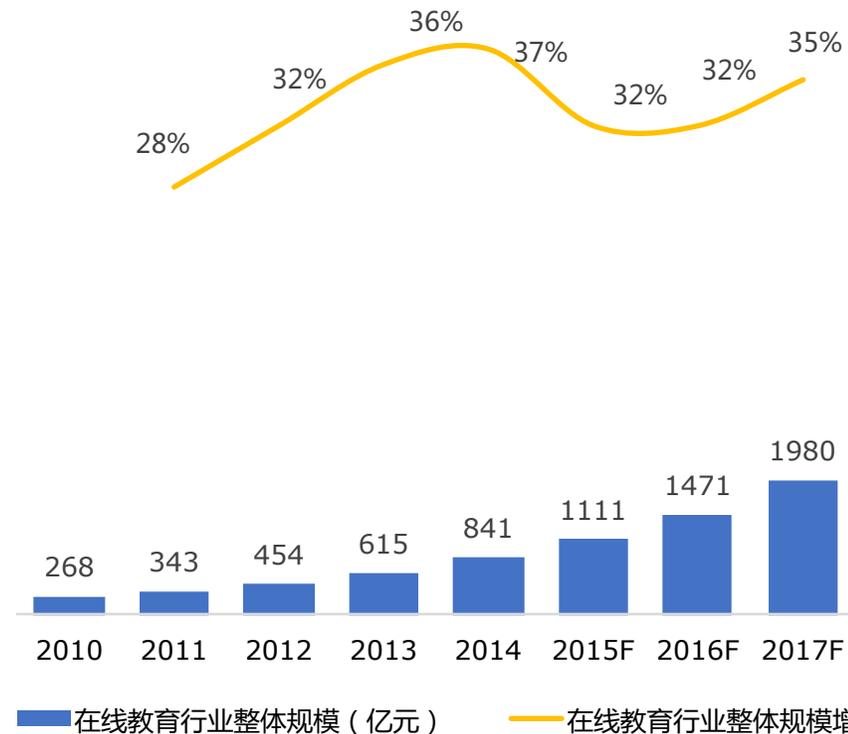
# M：传统教育依然是增长主力，在线教育快速崛起

2015年，中国教育市场规模达到8821亿元，2012-2015年间平均复合增长率为14%，增速有所放缓；中国在线教育市场规模达到1111亿元，2012-2015年间平均复合增长率超过34% ( vs. 电子商务行业增长率33.3% )。

### 2010-2015年中国教育市场收入规模



### 2010-2017年中国在线教育市场收入规模及预测



数据源：百度商业产品市场部调研数据，易观智库，《中国2015年国民经济和社会发展统计公报》

**在线教育：指依托云计算、大数据挖掘、多媒体等信息技术，以互联网为介质进行的教学活动。**

# P：新政强化英语情景式学习，弱化应试学习

国家深化考试改革和建立国家外语测评体系，强调中小学生英语应用教育，改变以往以应试为导向的外语教育。

国务院《关于深化考试招生制度改革的实施意见》，2014年9月

- 在“改革考试科目设置”中，提出“外语科目提供两次考试机会”。听说读写全面考核，外语应用要求提升，例如：
  - 北京中高考：英语，听力口语考试与笔试分离，从高一开始一年两次考试机会
  - 广州2016年中考实行“听说合一考试”，更侧重实际语言表达的能力及临场应变的能力。

启动国家外语能力测评体系建设，2014年10月

目标定位：

- 覆盖大中小学各教育阶段
- 覆盖听说读写译综合能力
- 覆盖外语学习及教学与测评的评价体系

主要任务：

- 制定国家外语能力量表
- 制定适合我国国情的外语考试质量标准
- 推动高考外语科目内容形式改革
- 完善和开发其他外语考试项目
- 逐步建立形成性评估和终结性评估相结合的测评体系

## E：资本聚集于外教1v1模式和K12英语培训

2014-2015.9期间共计1300余个教育项目中，语言培训在创业项目占比12%，资本聚集占比7%。（仅低于在线K12和在线职业培训，在线K12项目23%，资本50%；在线职业项目13%，资本10%）

品牌	定位	最新资本信息	时间	派系
iTutorGroup (含VIPABC、VIPABCJr)	外教一对一	C轮 2亿美元	2015.11	阿里
沪江	综合外语培训	D轮 10亿元	2015.10	百度
小站教育	留学外语考试培训	C轮 8.4千万美元	2015.12	小米
新东方在线	综合外语培训	战略投资 3.2亿元	2016.2	腾讯
51Talk	外教一对一	C轮 5.5千万美元	2014.1	小米
盒子鱼英语	K12英语培训	B轮 3千万美元	2016.1	
VIPKID	K12英语培训	B轮 2千万美元	2015.10	
ABC360伯瑞英语	外教一对一	B轮 1亿元	2016.2	腾讯
流利说	口语学习	B轮 数千万美元	2015.3	
口语100	口语学习	B轮 数千万元	2015.3	新东方
百词斩	单词工具	B轮 数千万元	2015.11	
贝乐学科英语	K12英语培训	新三板上市	2016.3	
励步英语	K12英语培训	收购	2015.9	好未来
91外教	外教一对一	51 Talk并购	2015.1	小米
明杰教育	留学外语考试培训	启德并购	2014.12	

# S：留学考试稳步增长，出国留学低龄化成为潮流

留学考试市场稳步缓慢增长，初高中低龄化需求体量小但增速很高，具备发展潜力。

## 2004-2014年中国出国留学人员规模及增长率

留学语言考试是语言学习的主要刚性需求之一，这类语言培训课程以大班和一对一为主，辅助以一对三和一对五的小班，主流品牌客单价平均在1-2万。

中国2014年出国留学人数近46万，按照2011-2014年13%的平均增幅，预计2016年达到近59万。留学考试市场收入规模稳步增长。



数据源：国家统计局数据，百度搜索数据。

## 留学攻读学历搜索数据分布

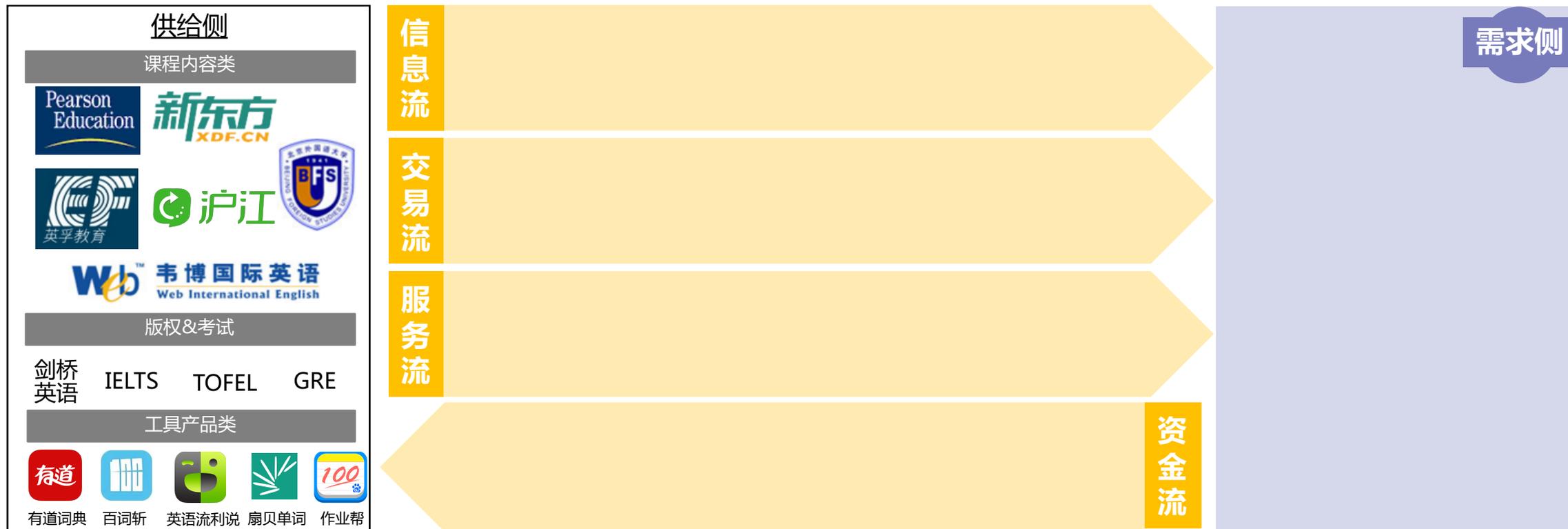


# T：近期尚未出现革新性行业技术应用

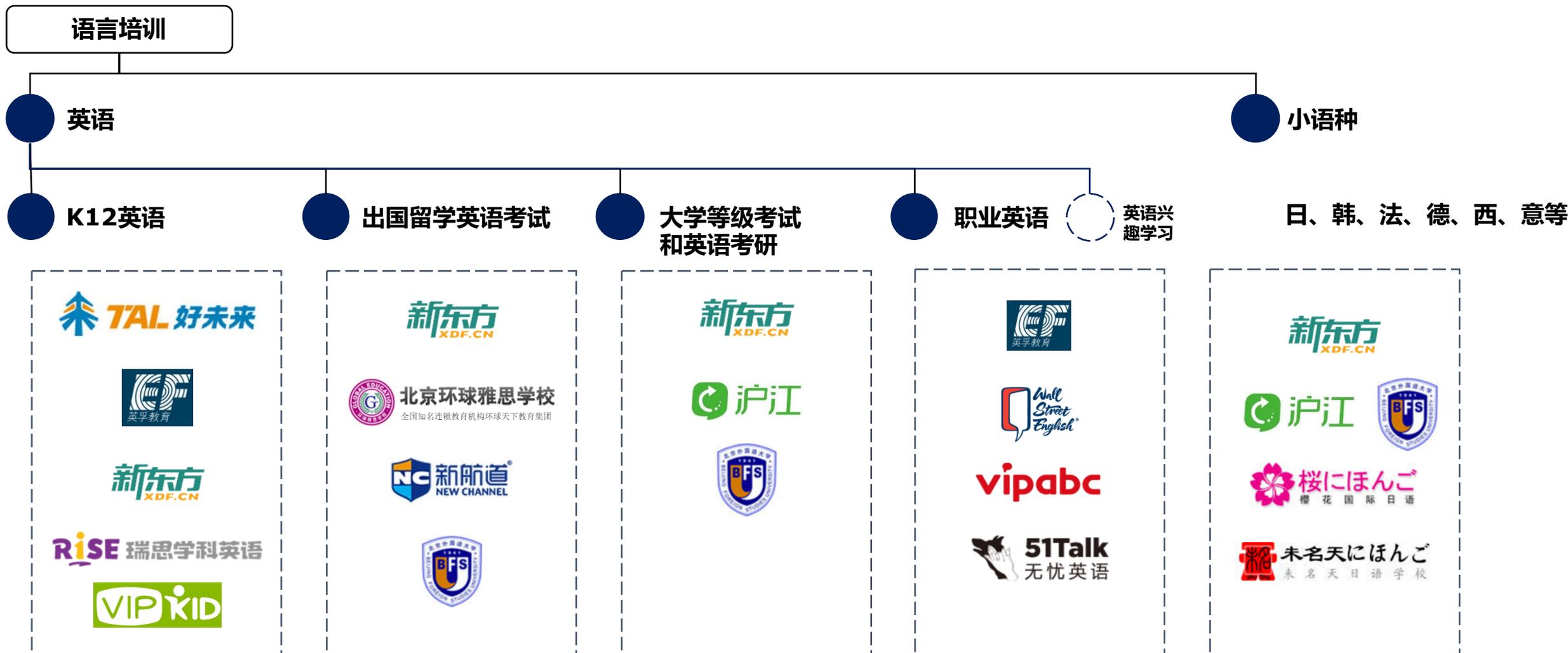
	技术	典型代表
	搜索引擎技术、自然语言处理	有道词典，金山词霸
	自适应学习算法	开心词场，扇贝单词，拓词
	语音识别技术、深度学习	英语流利说（付费），有道口语大师，duolingo
	VR技术、自然语言处理	暴风魔镜、云知声

# 供应侧研究

## 行业生态/背景研究



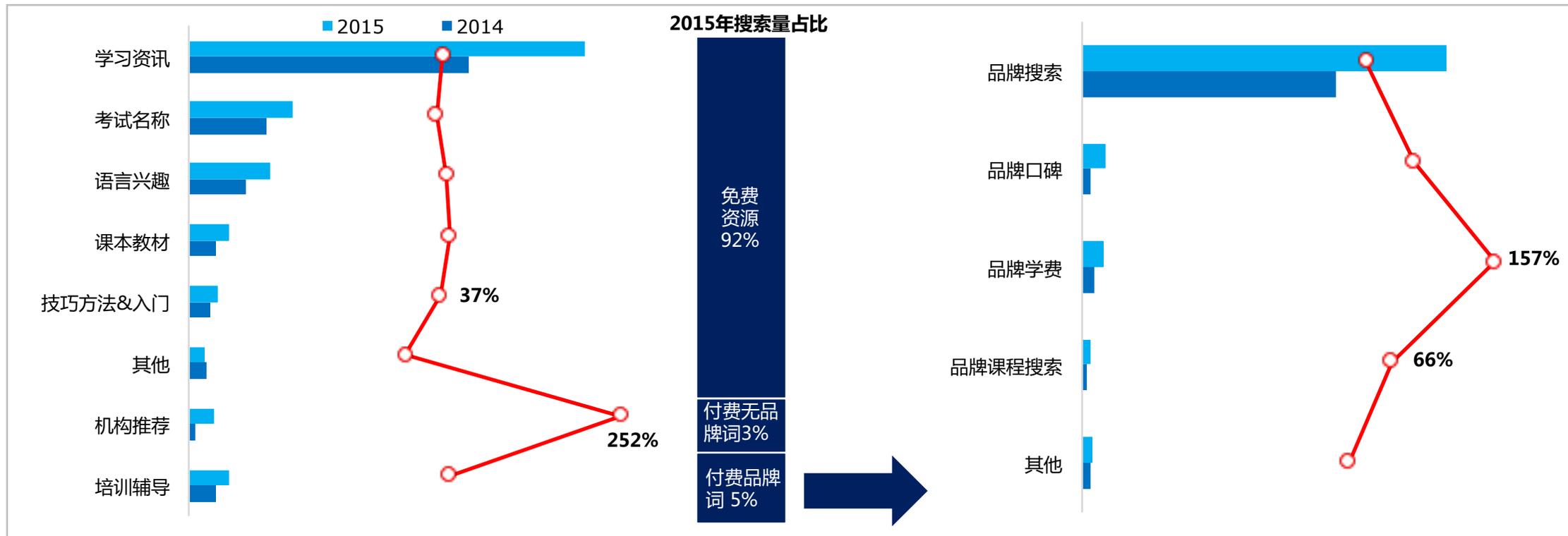
# 基于主流品牌，将语培市场划分为5个细分市场开展研究



数据源：桌面研究。

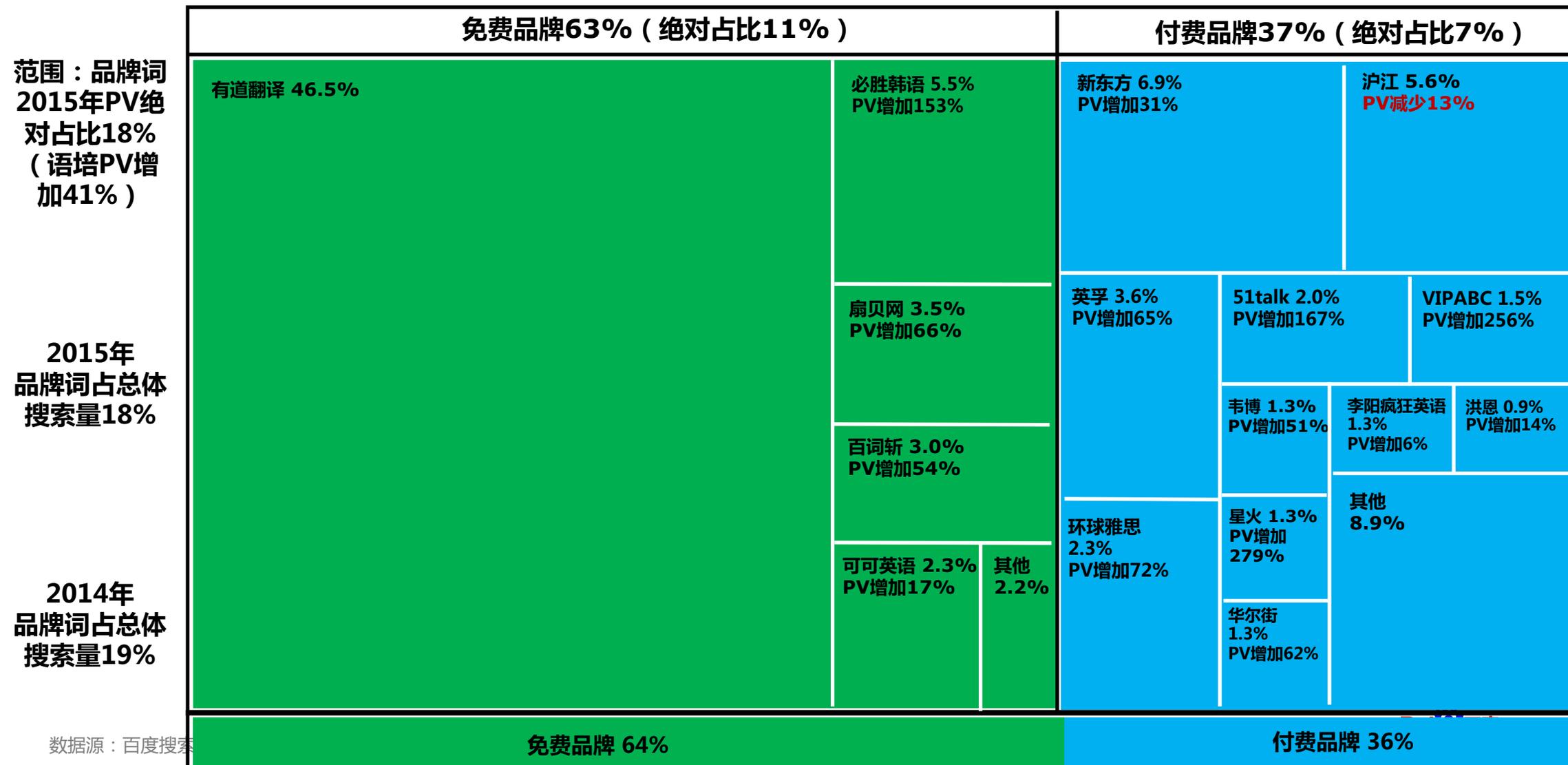
# 市场对品牌的关注集中于品牌总体形象

## 语言培训行业用户搜索关注点分布



# 免费品牌聚集高流量，付费品牌集中度较高，VIPABC和51talk增势最强

集中度：付费品牌CR8为**66%**，属于低集中寡占型，接近70%的高集中寡占型临界值。

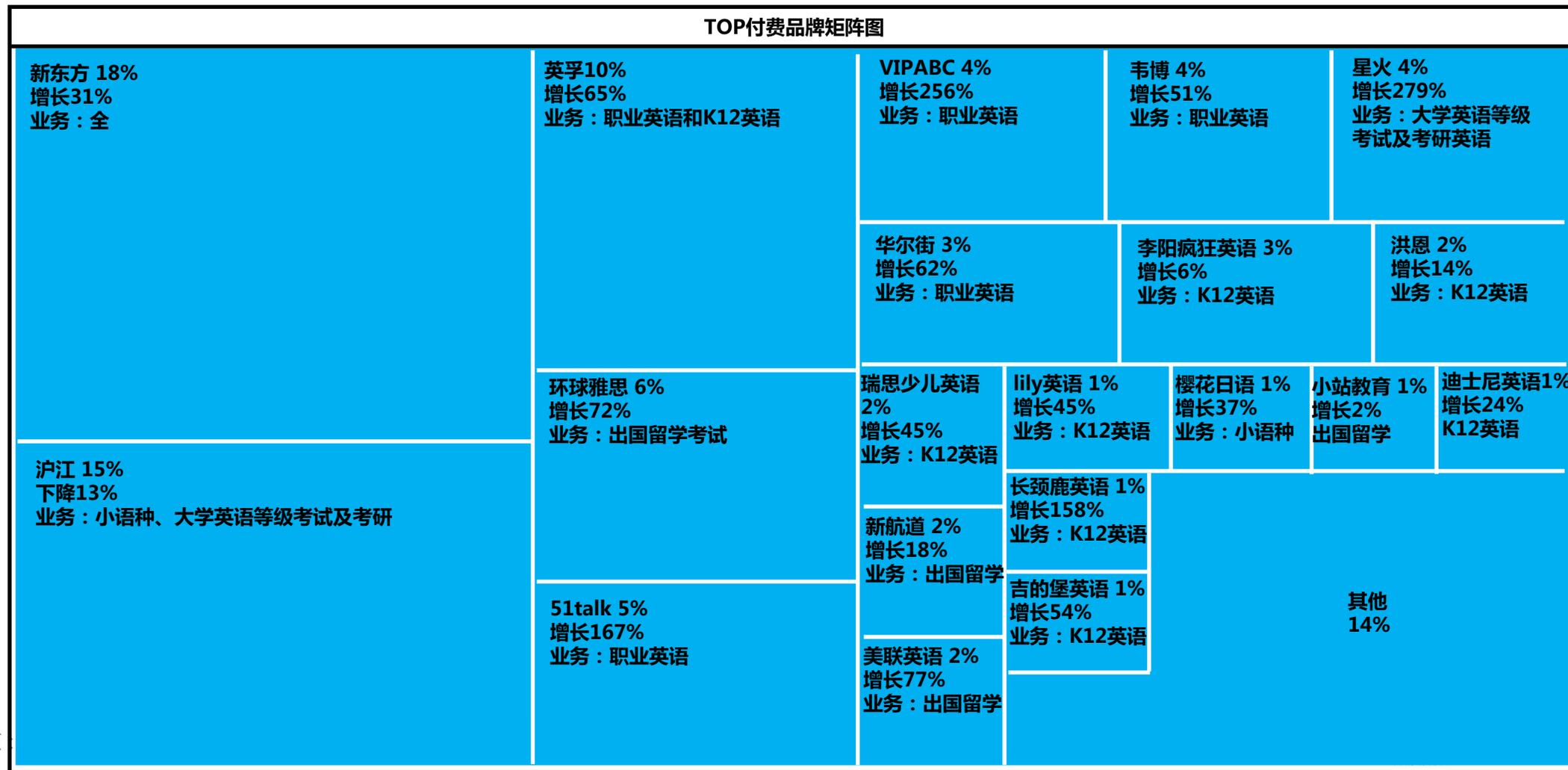


## 沪江之外，TOP20付费品牌搜索量均呈现不同程度的增长，VIPABC和51talk增势最强

YoY超过50%的TOP付费线上品牌：VIPABC 256%，51talk 167

YoY超过50%的TOP付费线下品牌：美联英语77%，环球雅思72%，英孚65%，华尔街62%，韦博51%

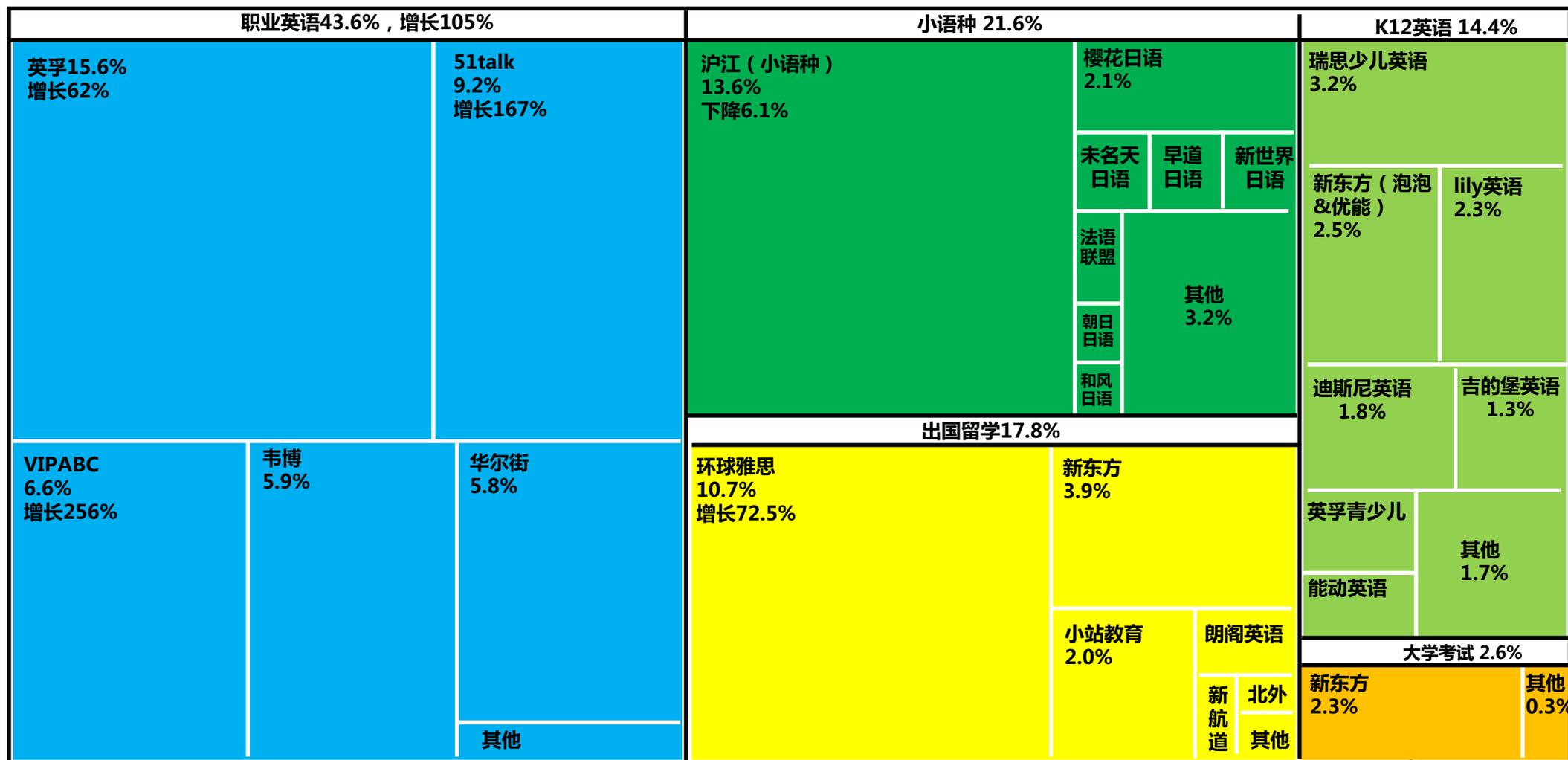
范围：付费品牌词，2015年PV绝对占比7%



# 线上品牌中，职业英语在线品牌稳步扩展市场，K12英语和留学考试尚存在线品牌发展空间

各子行业集中度：大学等级考试和考研>出国留学考试>职业英语>小语种>K12英语

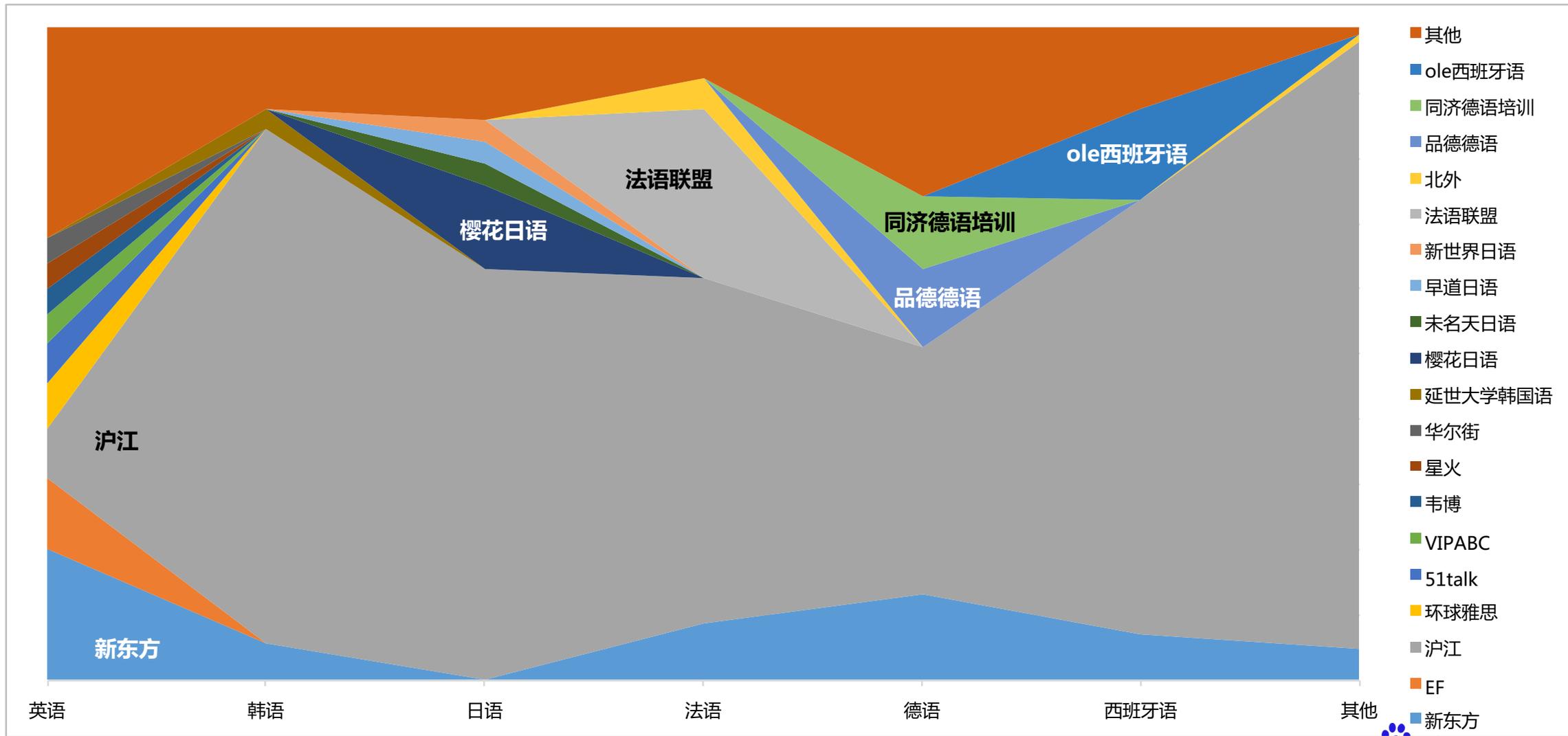
范围：付费品牌词，2015年PV绝对占比7%



数据源：百度搜索PV数据。

# 各语种付费品牌中，英语品牌最为分散，韩语和西班牙语品牌最为集中

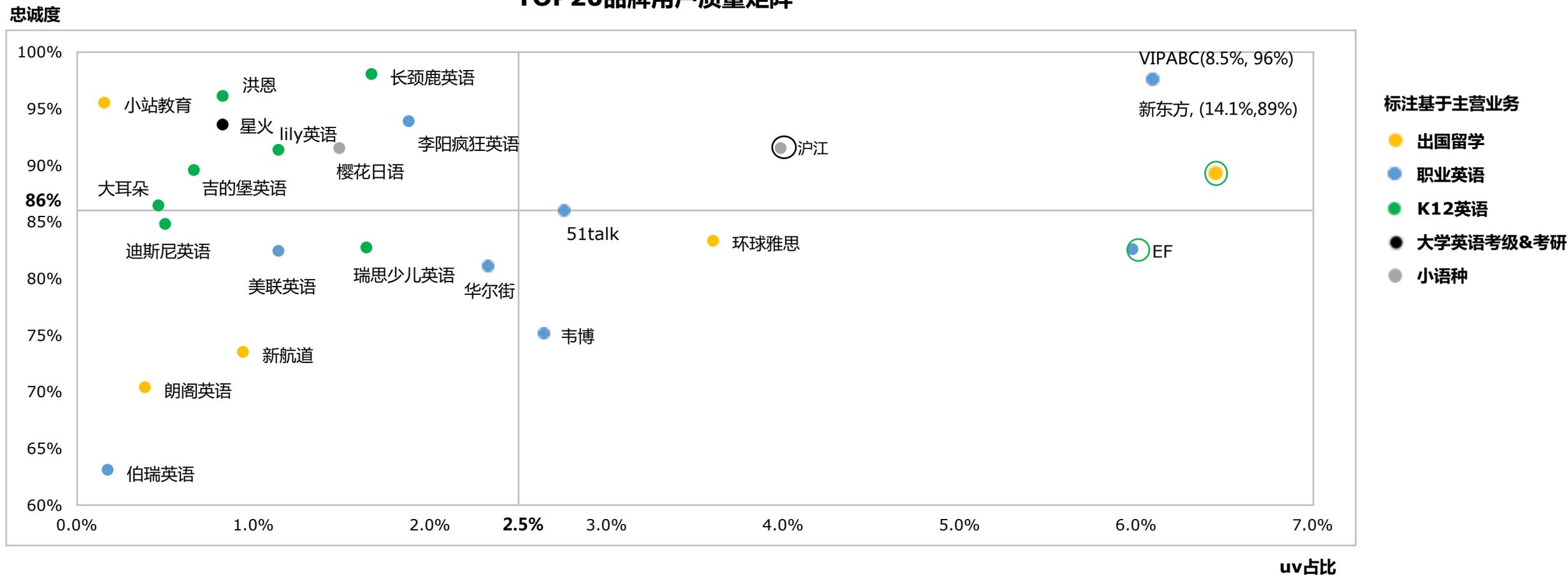
语种品牌格局面积图



数据源：百度搜索PV数据。

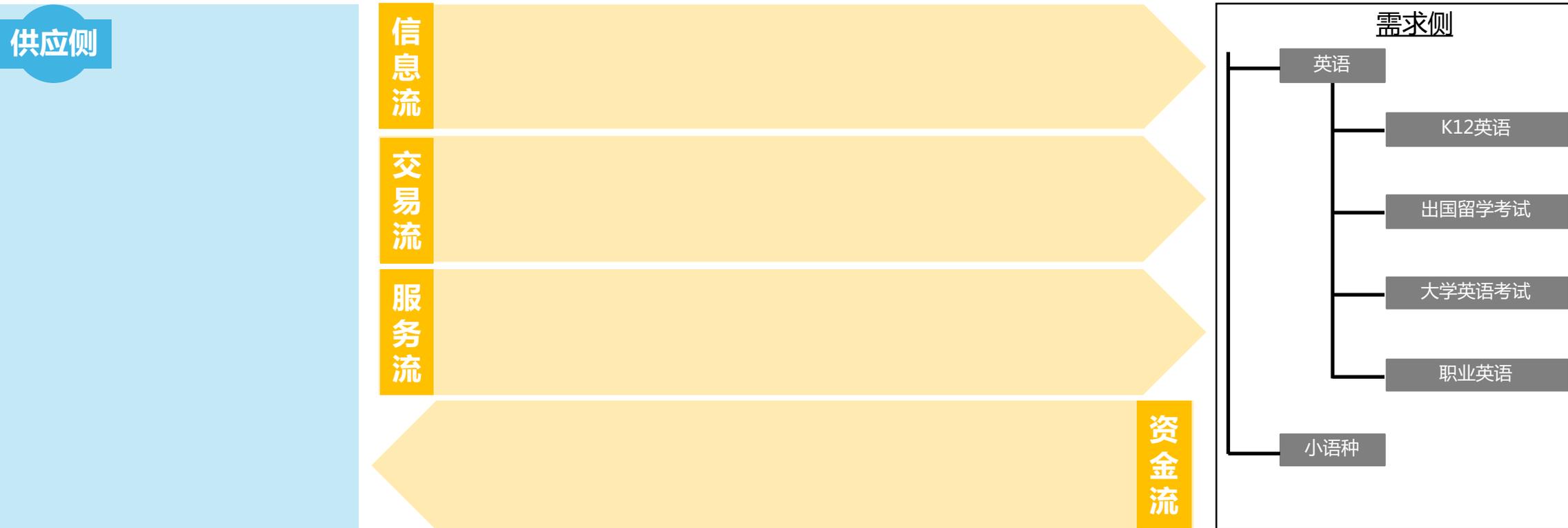
# 线上品牌忠诚度普遍较高，职业英语和留学考试线下品牌竞争尤为激烈

TOP20品牌用户质量矩阵



# 需求侧研究

## 行业生态/背景研究



### 营销创新 整合Solution

- ✓ 营销推广
- ✓ 用户运营
- ✓ 交易
- ✓ 金融体系

### 百度商业产品

- 数据
- 媒体
- 交易
- 信用

### 百度资源

- ✓ 流量入口
- ✓ 人工智能
- ✓ 人群精准识别
- ✓ 商业知识树
- ✓ 可运营媒体
- ✓ 可运营合作伙伴
- ✓ 可整合多平台资源.....

### 百度用户产品

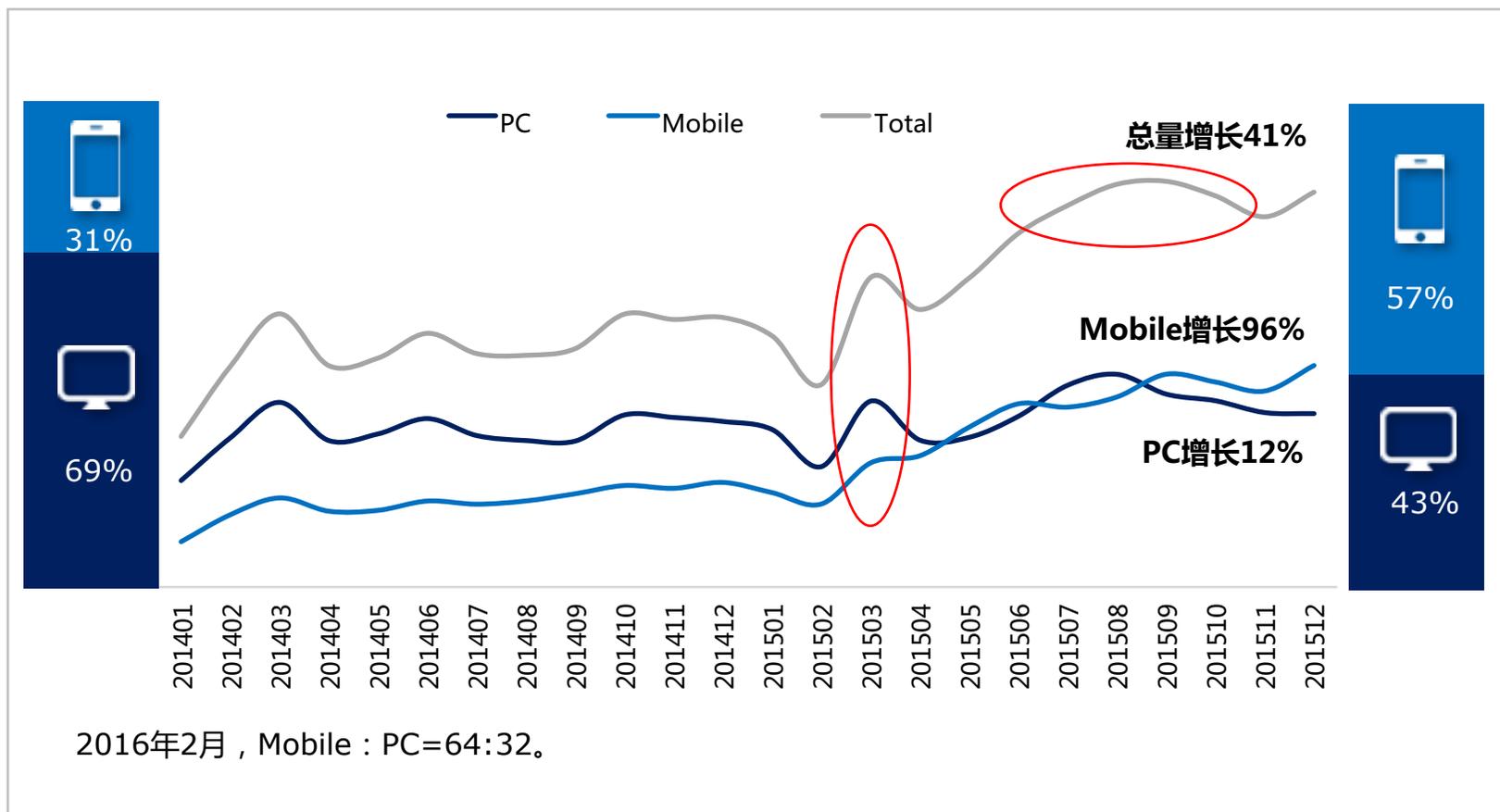
大搜、知道、百科、贴吧...

### 用户产品 优化Solution

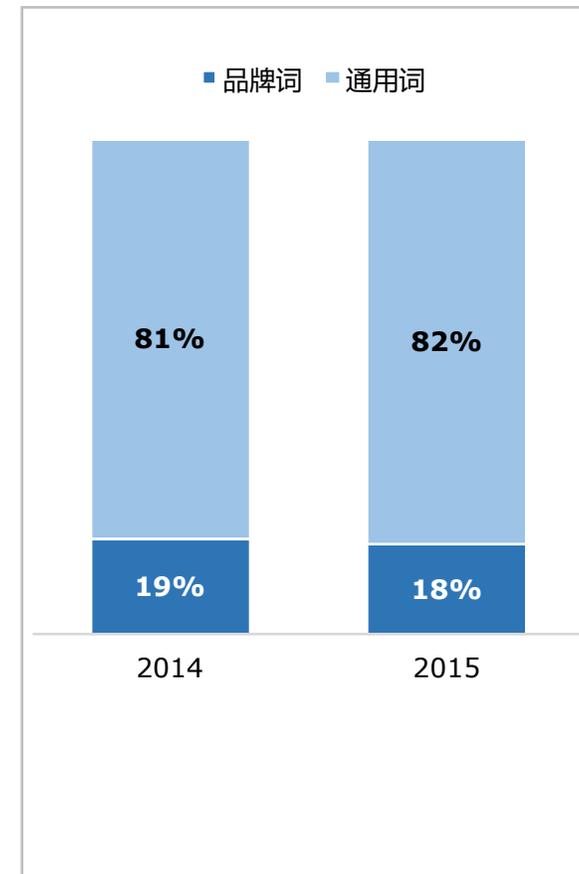
- ✓ 高效决策知识树
- ✓ 优质产品
- ✓ 优质服务

# 主体需求已转向移动端

## 201401-201512语言培训市场搜索量分布



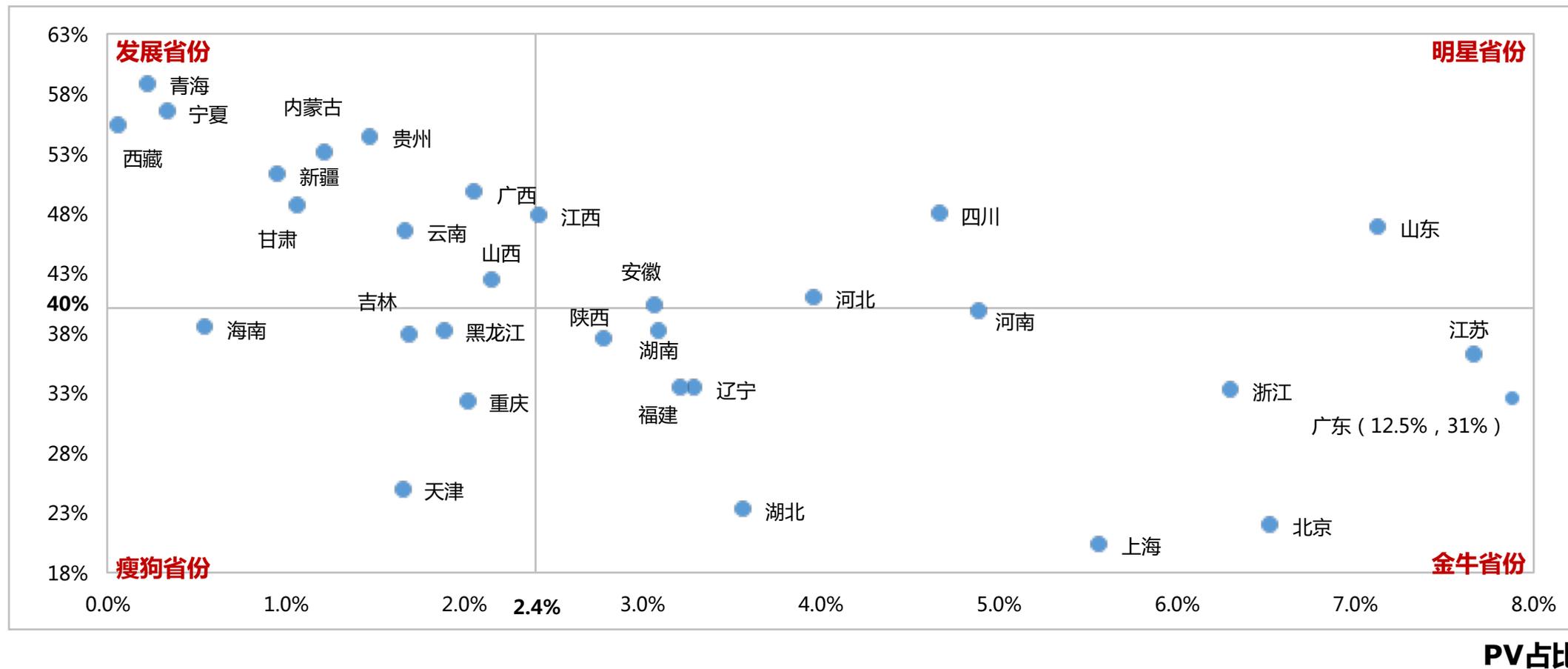
## 2014-2015年词性分布



# 北上广等沿海发达地区市场规模逐渐稳定，主体发展市场向鲁川冀等内陆人口 & 经济大省转移

## 2015年语言培训市场搜索量分省份分布

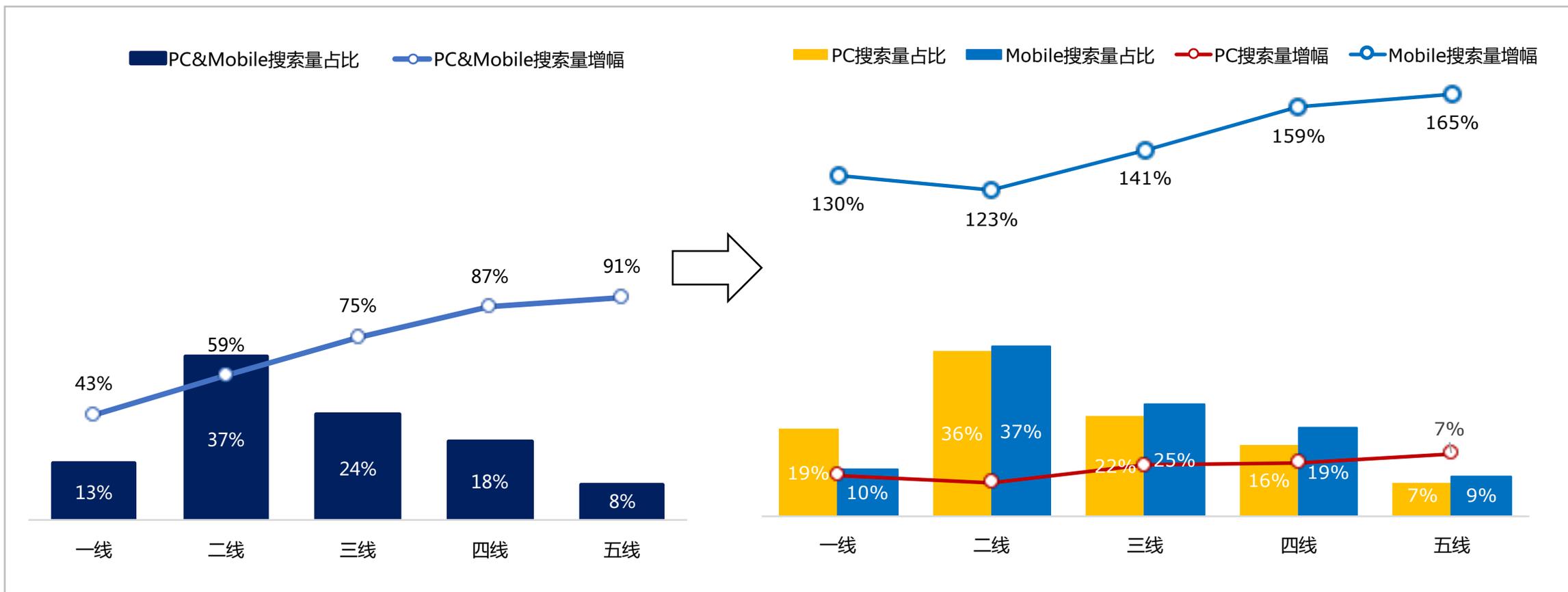
PV增幅



数据源：百度搜索PV数据。

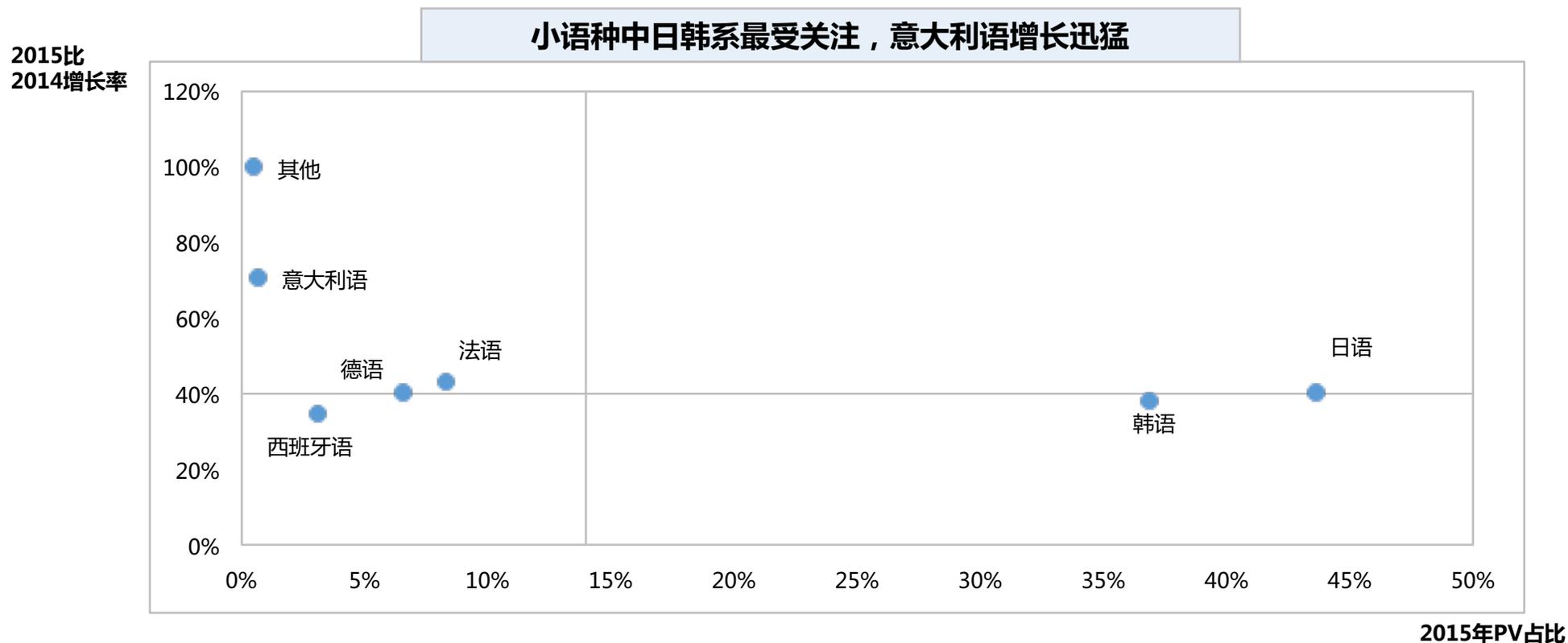
# 区域市场需求旺盛，区域化势在必行

## 2015年语言培训总体及分端各级城市搜索量份额



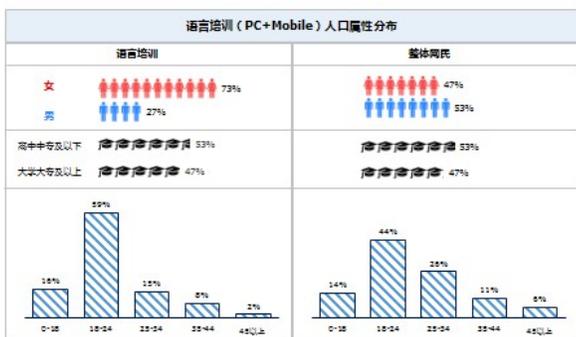
数据源：百度搜索PV数据。

# 小语种中，日韩系仍然最受关注，西班牙语等国际流行的外语需求尚未在国内爆发



# 职业、留学等学习群体以18-24岁女性为主，K12决策以25-44岁母亲为主

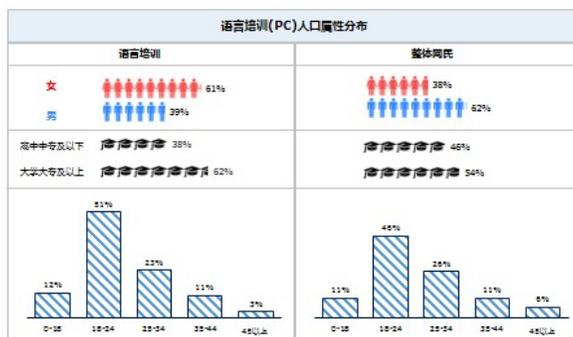
Who：语培女性七成占比远超全网，以18-24岁为主要目标群体



数据源：百度搜索UV数据

127

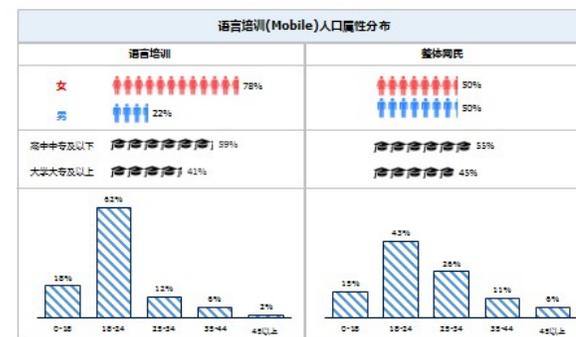
Who：PC端以高学历群体为主要受众



数据源：百度搜索UV数据

129

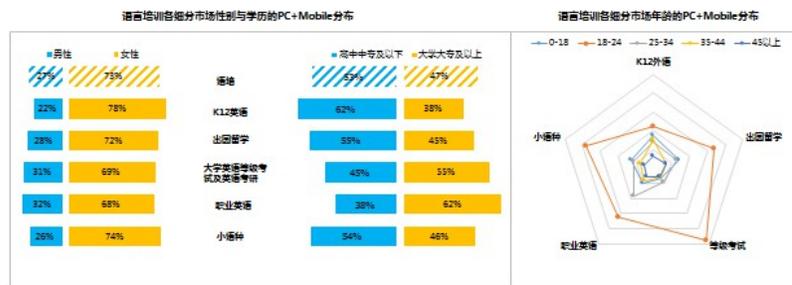
Who：移动端女性和18-24岁群体的主体占比更高



数据源：百度搜索UV数据

131

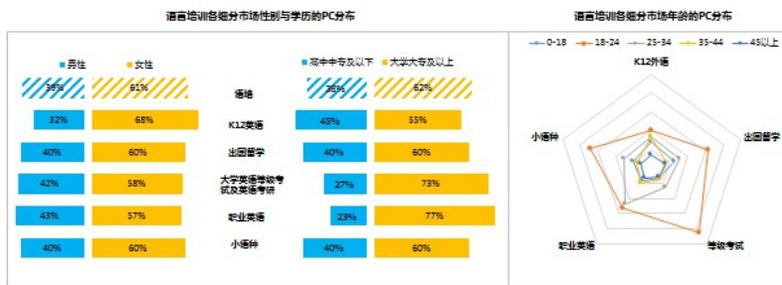
Who：K12决策以母亲为主，大学和职业以高学历为主



数据源：百度搜索UV数据

133

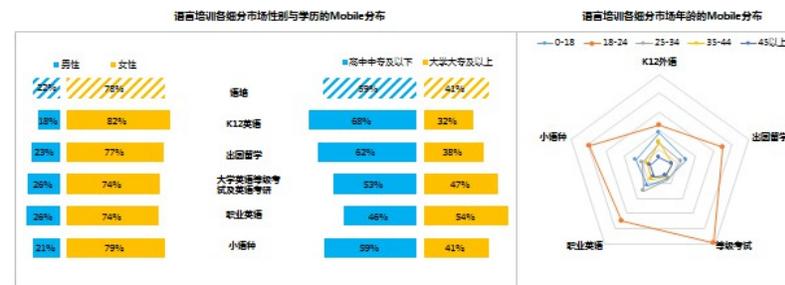
Who：PC端职业主要受众在18-35岁，K12决策家长年龄跨越25-44岁



数据源：百度搜索UV数据

135

Who：移动端学习群体更为年轻化

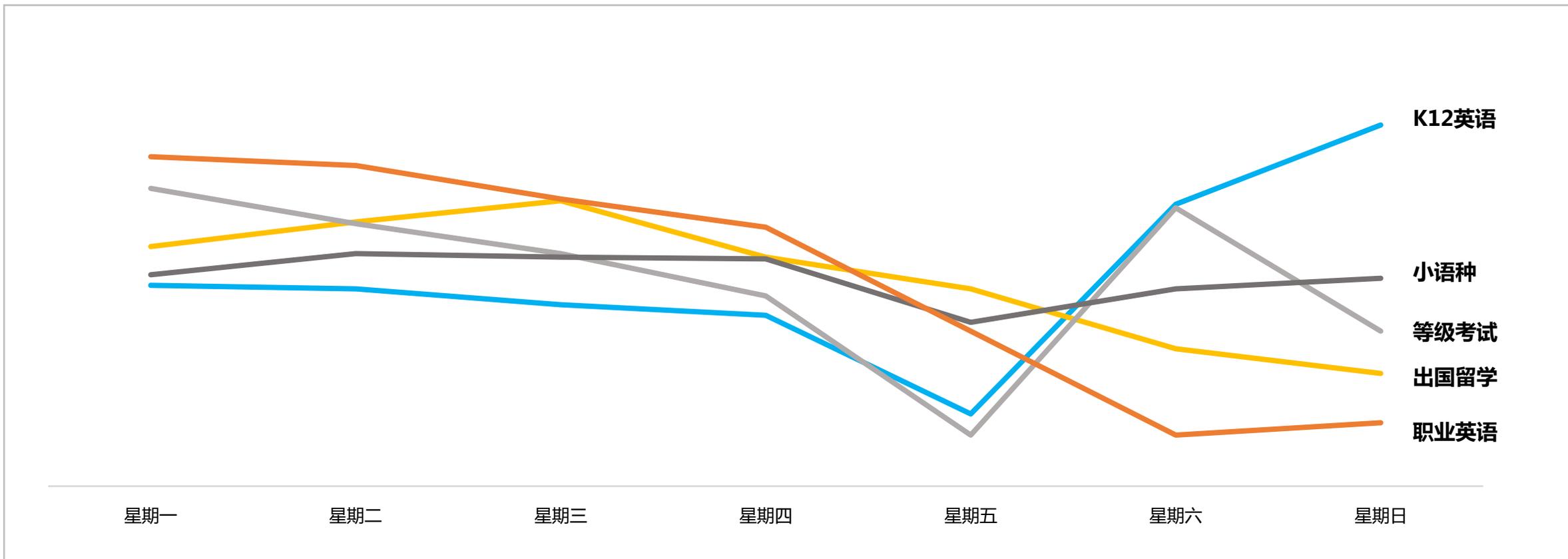


数据源：百度搜索UV数据

137

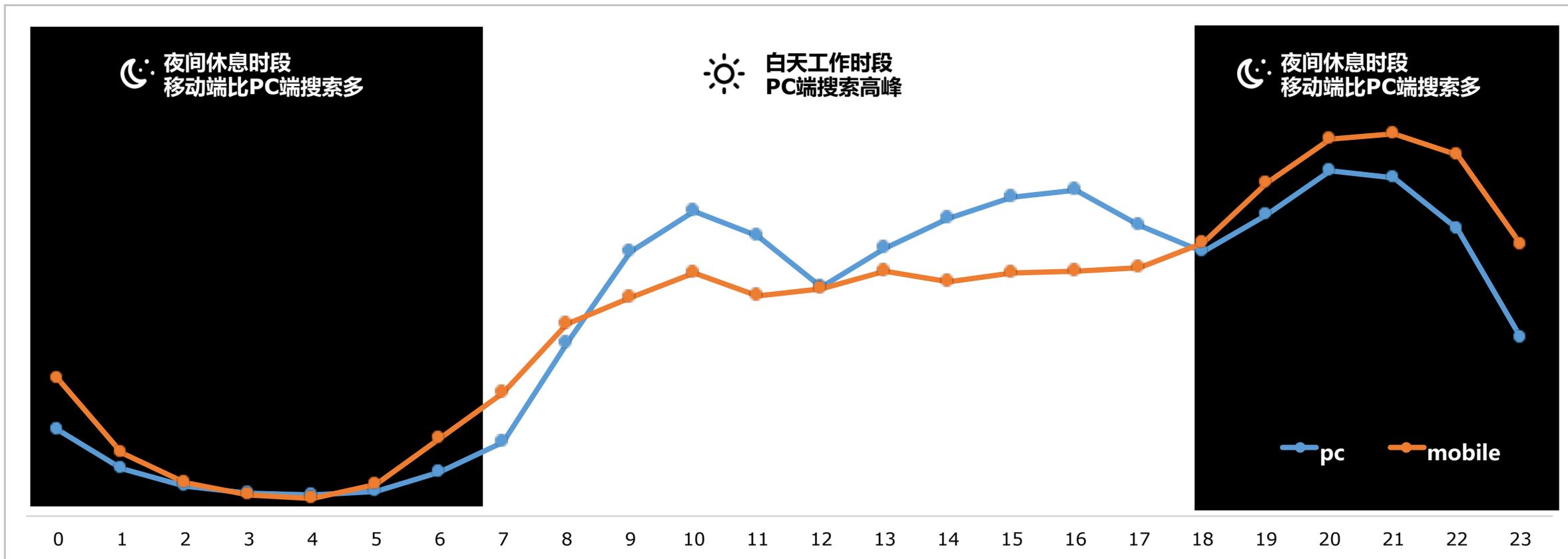
# 职业英语和出国留学考试的搜索高峰在工作日，K12英语搜索高峰在周末

## 语言培训各子市场用户搜索量按星期分布



# Mobile端高峰集中在晚上，PC端高峰集中在上下午

## 语言培训用户搜索按小时分布



数据源：百度搜索PV数据

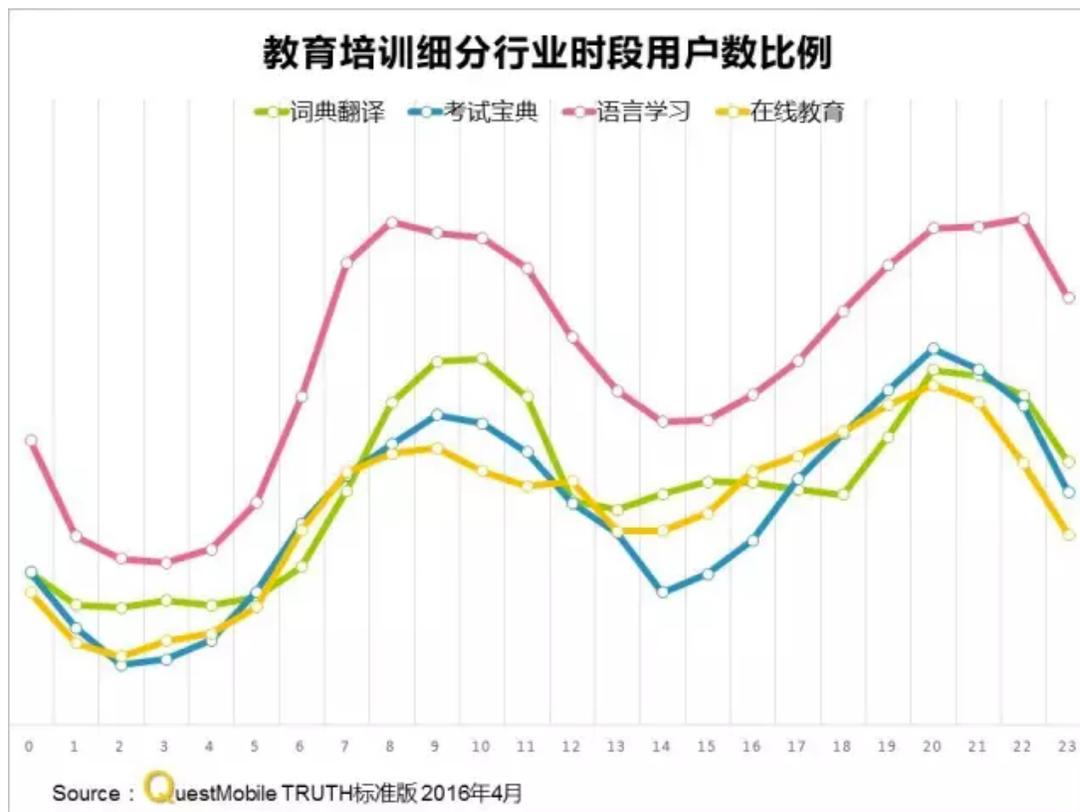
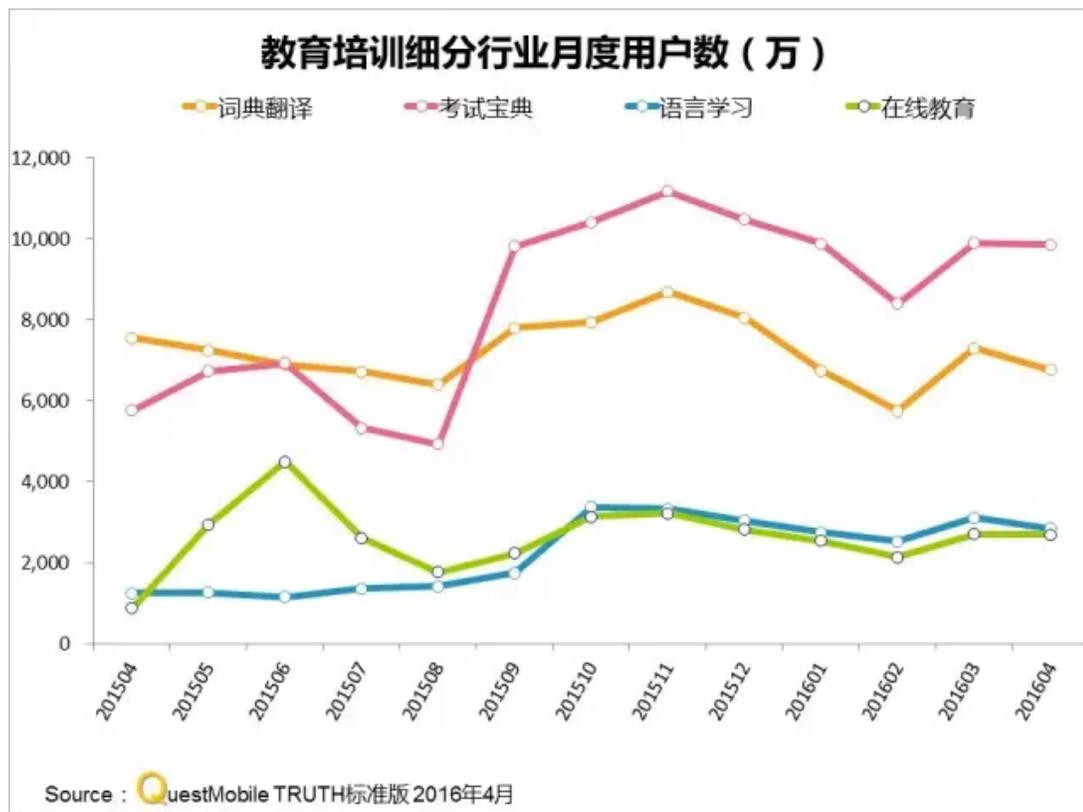
# 语培类APP用户高峰在上午和晚上

MAU：语言学习 低于 词典翻译，均处于提升阶段

- 语言学习：2016年在2500万-3500万
- 词典翻译：2016年在6000万-8000万

时段用户数比例：语言学习 最高，高峰在上午和晚上

- 语言学习：高峰在上午7-12点，晚上18-23点
- 词典翻译：高峰在上午8-11点，晚上19-23点



# K12英语需求的移动化和区域化快于留学考试和职业英语

留学考试及职业英语营销移动化较慢，工作时段和学习场景是移动化较晚的重要原因，营销仍以一线城市和沿海省份为主

K12英语、小语种、大学英语营销呈现移动化和区域化，集中于一线城市、沿海省份和部分中部省份，中部省份是增长主力

## 留学考试

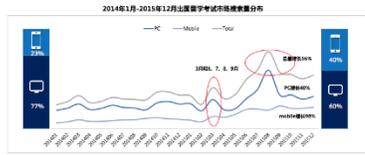
## 职业英语

## K12英语

## 大学英语

## 小语种

留学考试营销仍以PC为主，学习场景是移动化较晚的重要原因



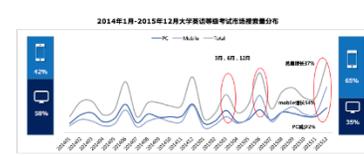
职业英语仍以PC营销为主，工作时段和学习场景是移动化较晚的重要因素



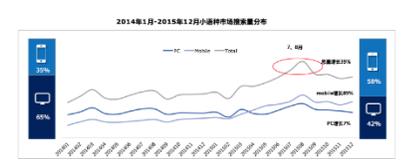
K12英语营销移动化



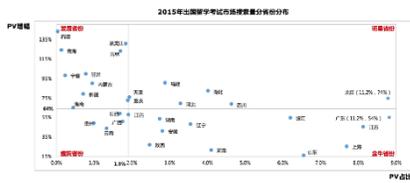
大学英语考试及考研英语营销已移动化



小语种营销尚未爆发，已移动化



留学考试营销仍集中在一线城市和沿海地区，中部省份在第二梯队



职业英语营销以一线城市和沿海省份为主



K12英语营销以中东部地区为主，新增集中在川鲁等中部省份



大学英语营销以中东部省份为主



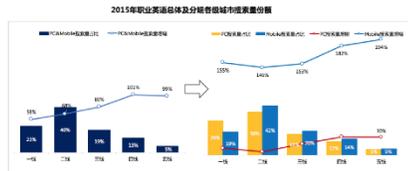
小语种营销以一线城市和沿海省份为主



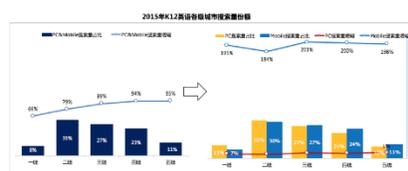
留学考试营销以一二线城市为主，三四线城市进行移动营销拓展



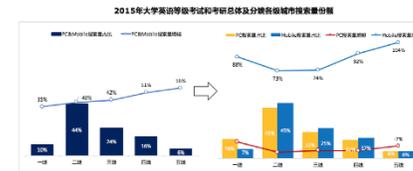
职业英语营销以一二线城市为主，区域移动化营销升温



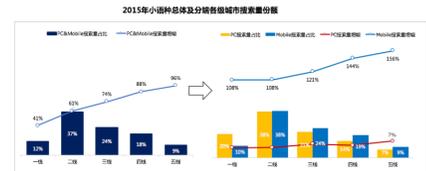
K12英语营销呈现区域化和移动化特征



大学英语营销已区域化



小语种营销呈现区域化和移动化特征



数据源：百度搜索PV数据。

# 小结

01

背景

- 传统教育依然是增长主力，在线教育快速崛起
- 新政强化英语情景式学习，弱化应试学习
- 新政强化英语情景式学习，弱化应试学习
- 留学考试稳步增长，出国留学低龄化成为潮流
- 近期尚未出现革新性行业技术应用

02

供应测

- 在线品牌增长迅猛，总体形象仍是品牌建设关键
- 线上品牌忠诚度普遍较高，职业英语和留学考试线下品牌竞争尤为激烈
- K12英语成为黑马池

03

需求测

- 营销需求总体呈现移动化、内陆化、区域下沉化特征
- K12英语需求的移动化和区域化快于留学考试和职业英语
- 职业、留学等学习群体以18-24岁女性为主，K12决策以25-44岁母亲为主
- 职业、留学等学习群体以18-24岁女性为主，K12决策以25-44岁母亲为主

# 行业研究

## 教育培训

百度营销研究院  
Giselle

