

行业研究 · 教育培训



商业生态主要模块

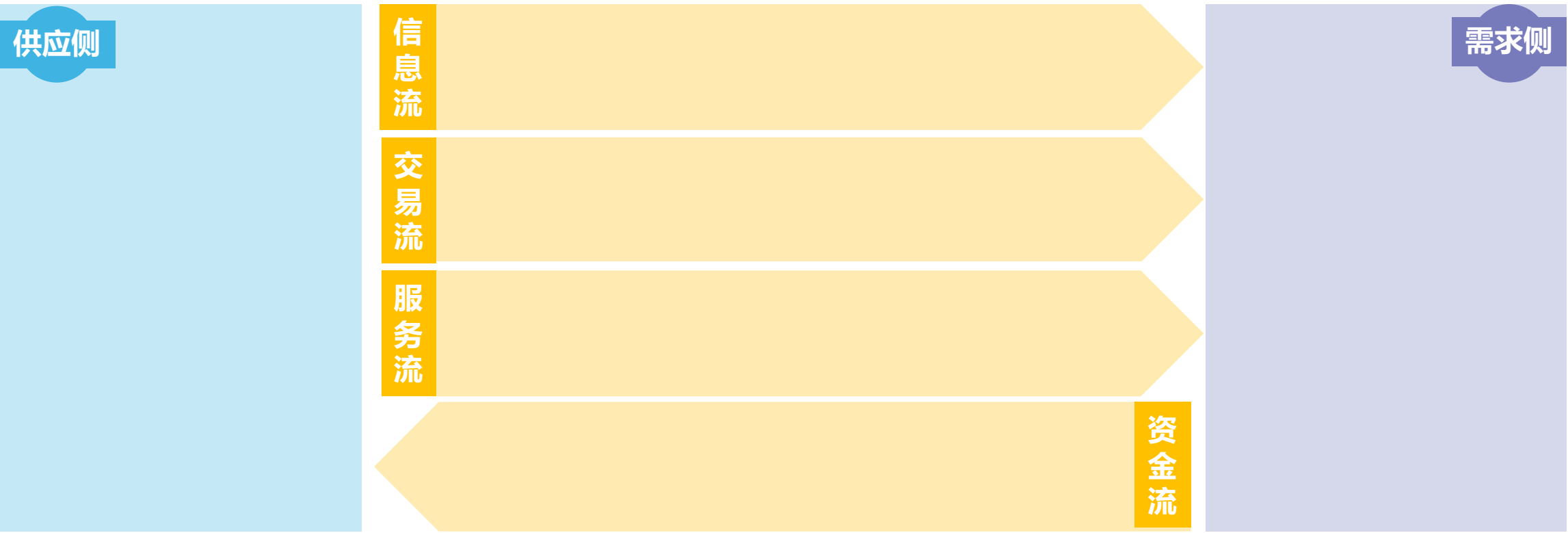


教育培训Landscape_语言培训



行业生态研究

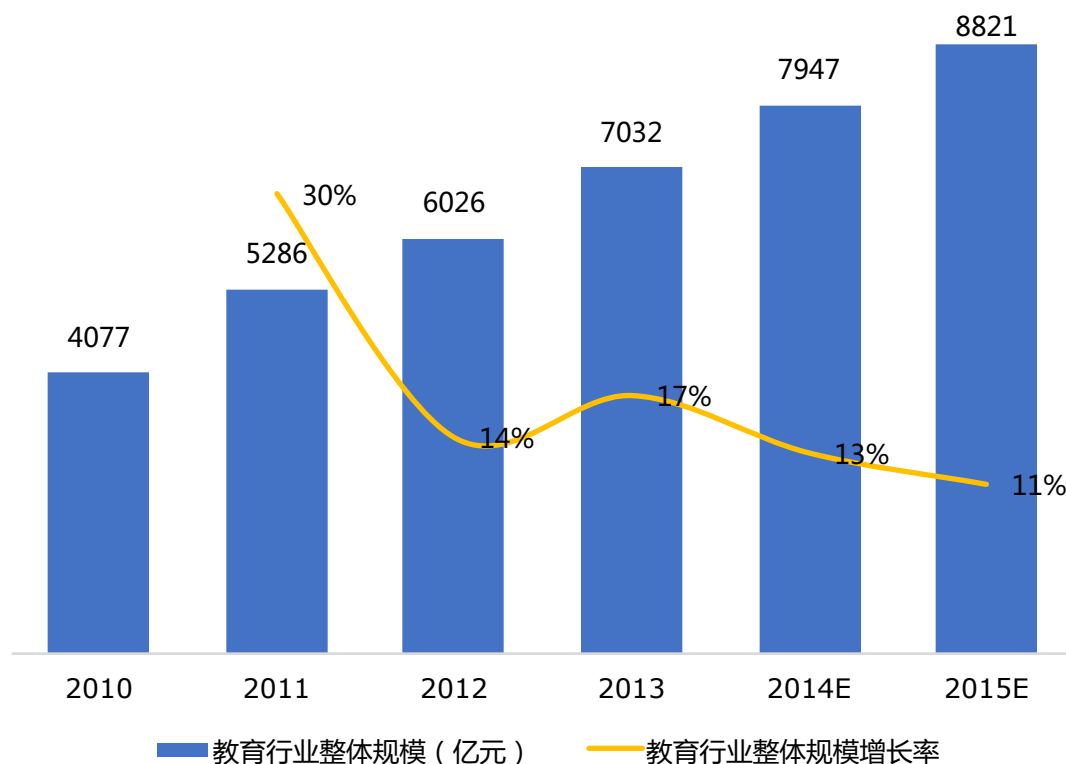
行业生态/背景研究 M-PEST



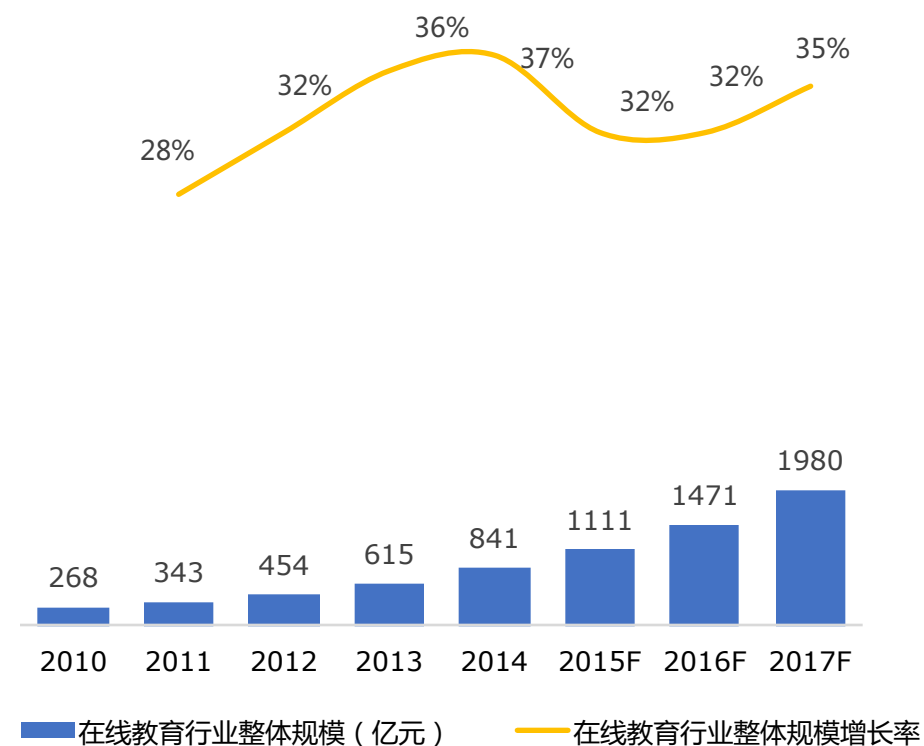
M：传统教育依然是增长主力，在线教育快速崛起

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 | |

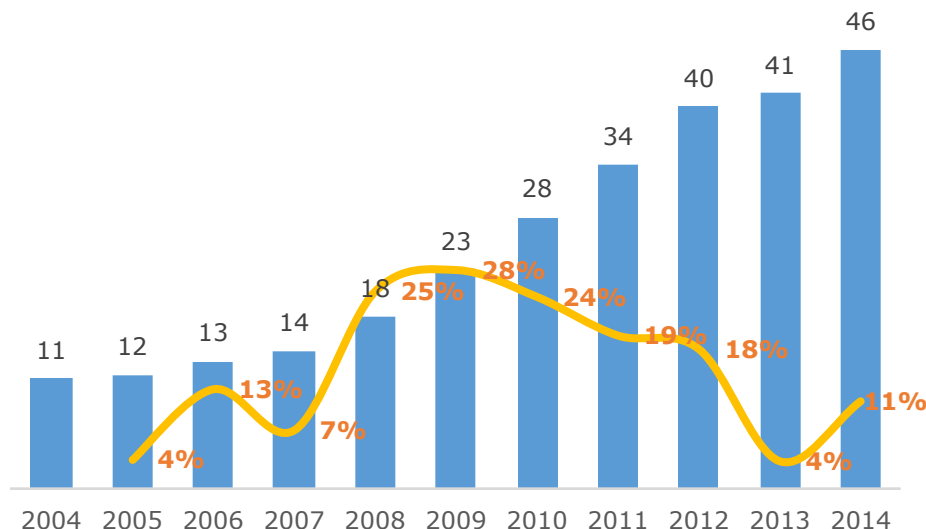
S：留学考试稳步增长，出国留学低龄化成为潮流

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

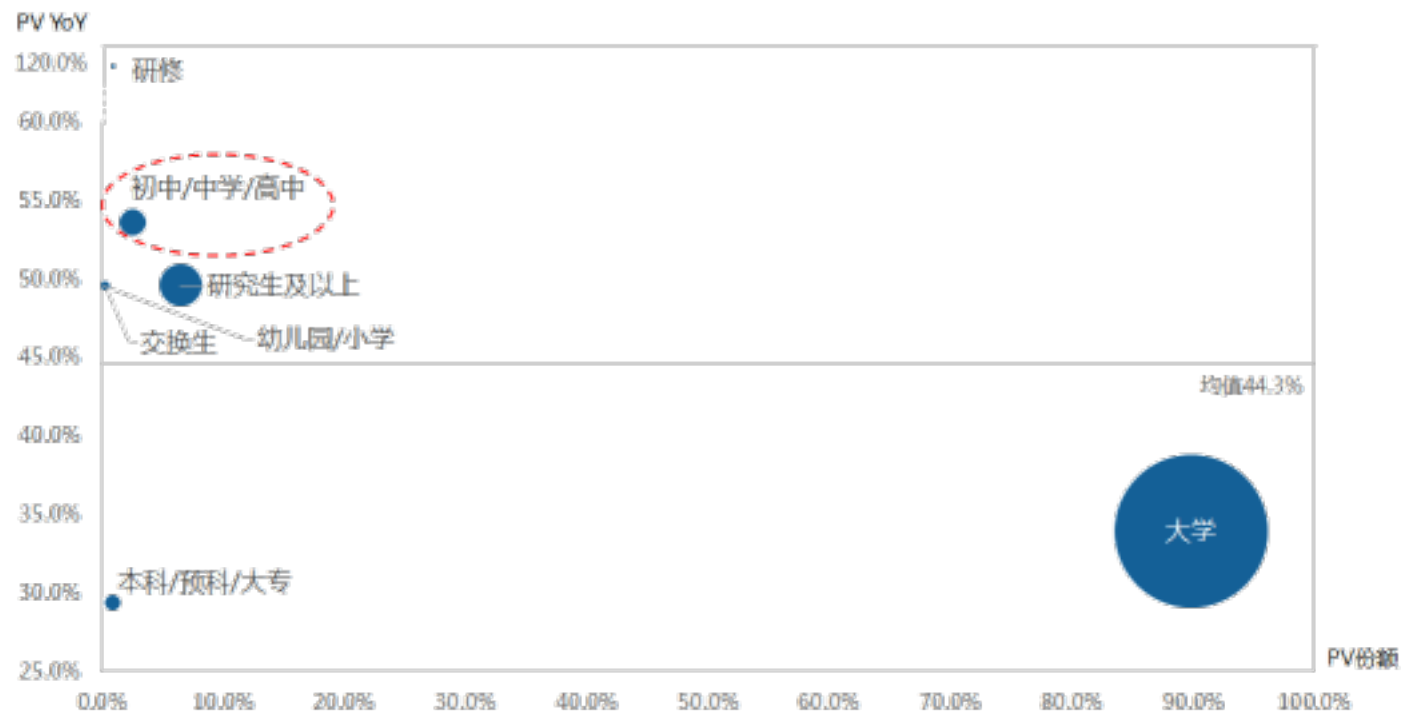
留学语言考试是语言学习的主要刚性需求之一，这类语言培训课程以大班和一对一为主，辅助以一对三和一对五的小班，主流品牌客单价平均在1-2万。

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

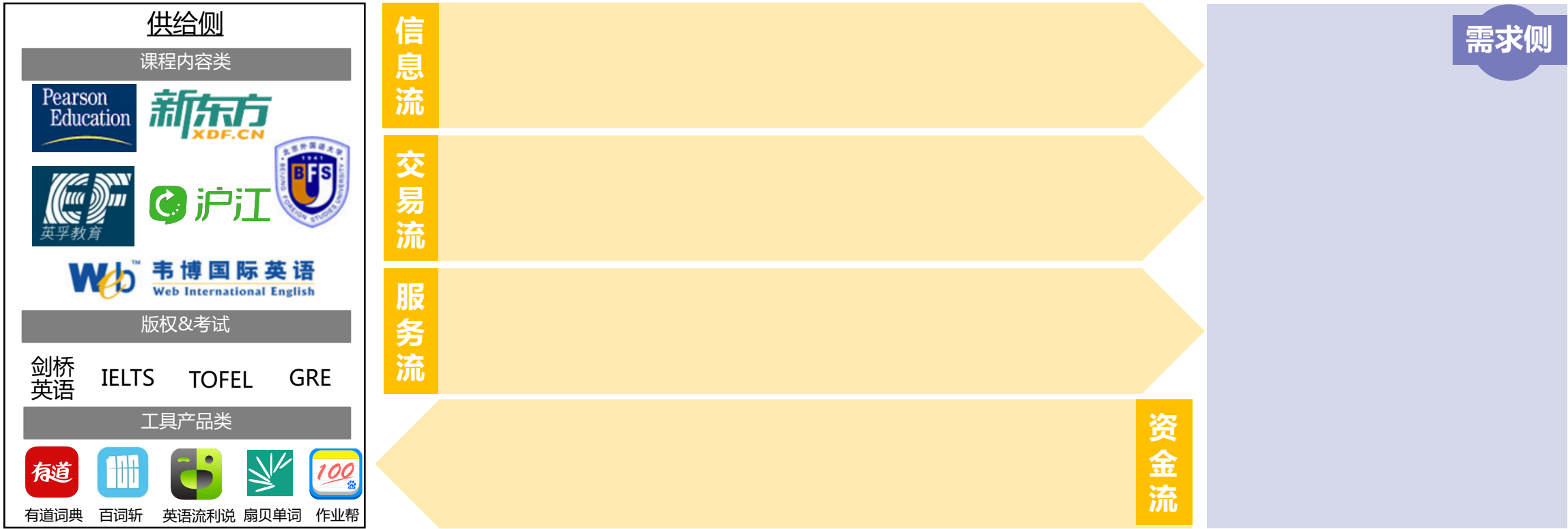


T：近期尚未出现革新性行业技术应用

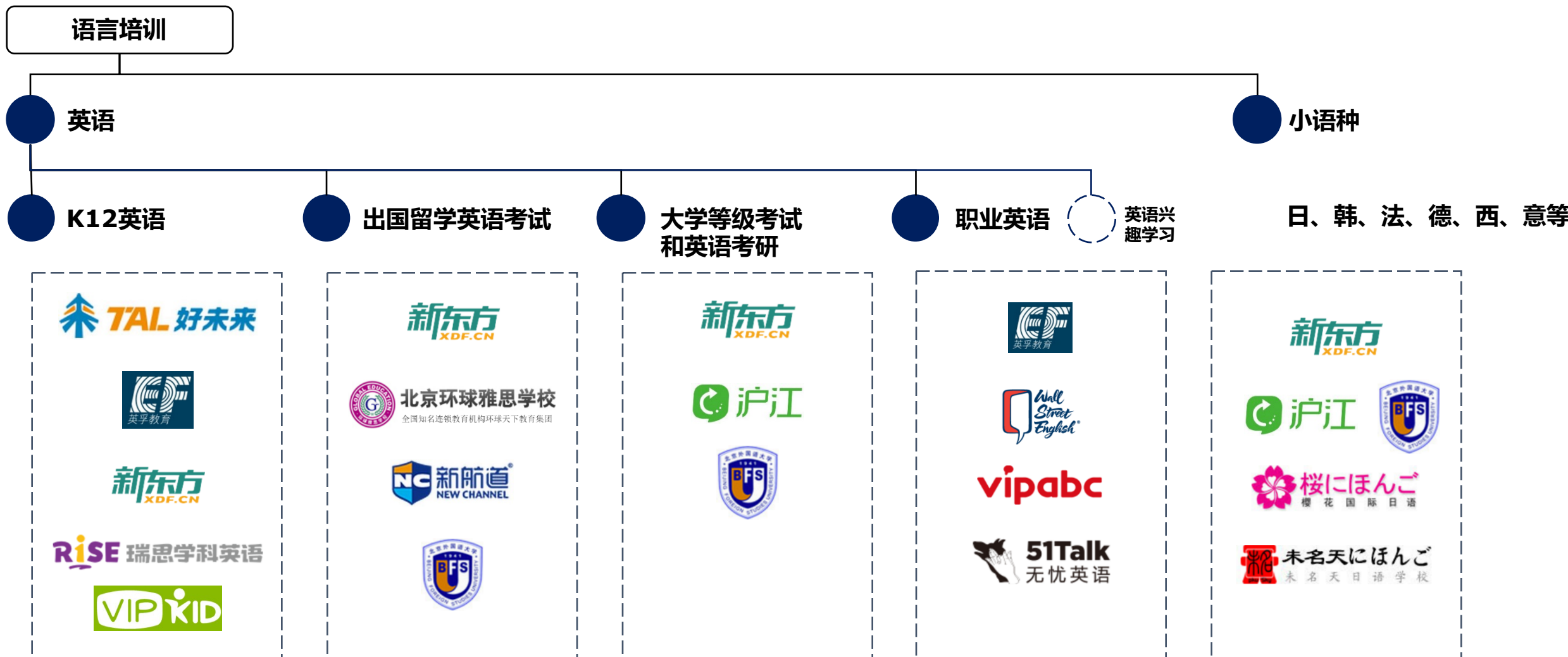
| | 技术 | 典型代表 |
|--|---------------|---------------------------|
|  | 搜索引擎技术、自然语言处理 | 有道词典，金山词霸 |
|  | 自适应学习算法 | 开心词场，扇贝单词，拓词 |
|  | 语音识别技术、深度学习 | 英语流利说（付费），有道口语大师，duolingo |
|  | VR技术、自然语言处理 | 暴风魔镜、云知声 |

供应侧研究

行业生态/背景研究



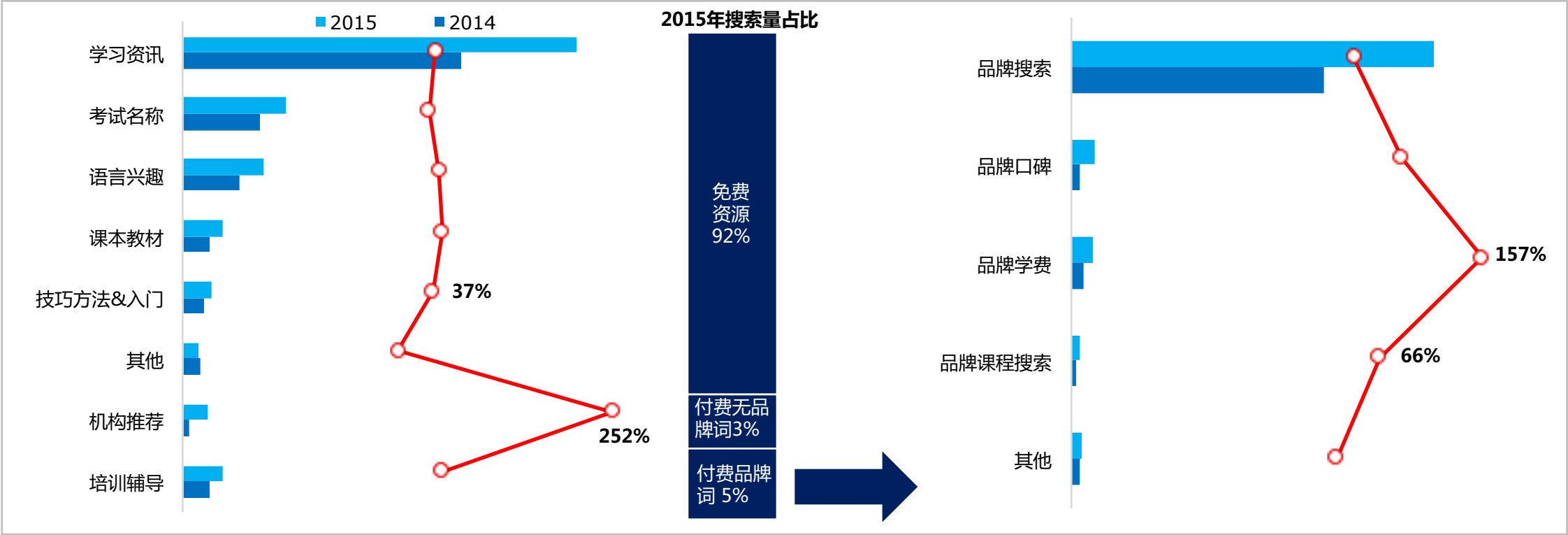
基于主流品牌，将语培市场划分为5个细分市场开展研究



数据源：桌面研究。

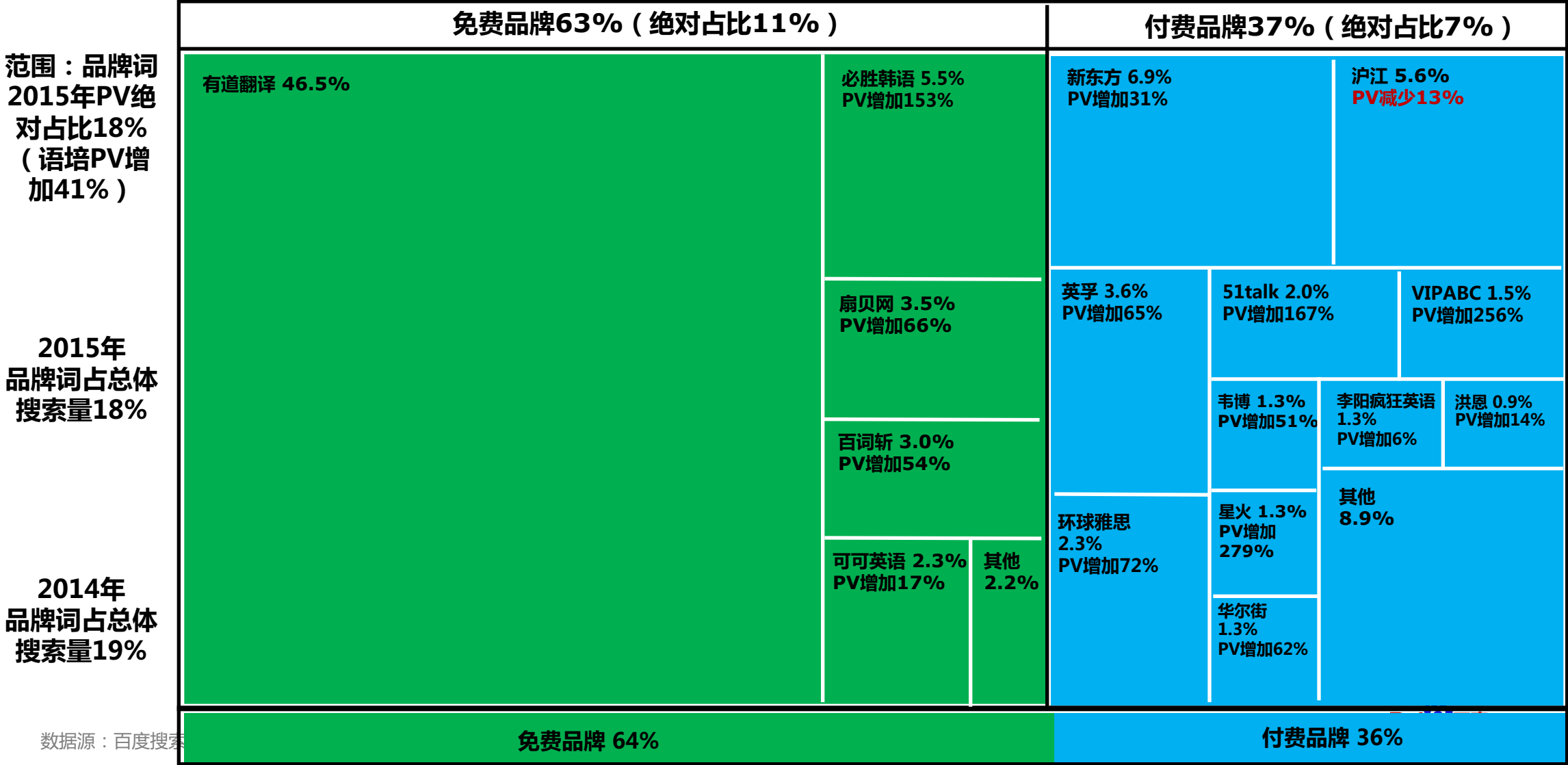
市场对品牌的关注集中于品牌总体形象

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%

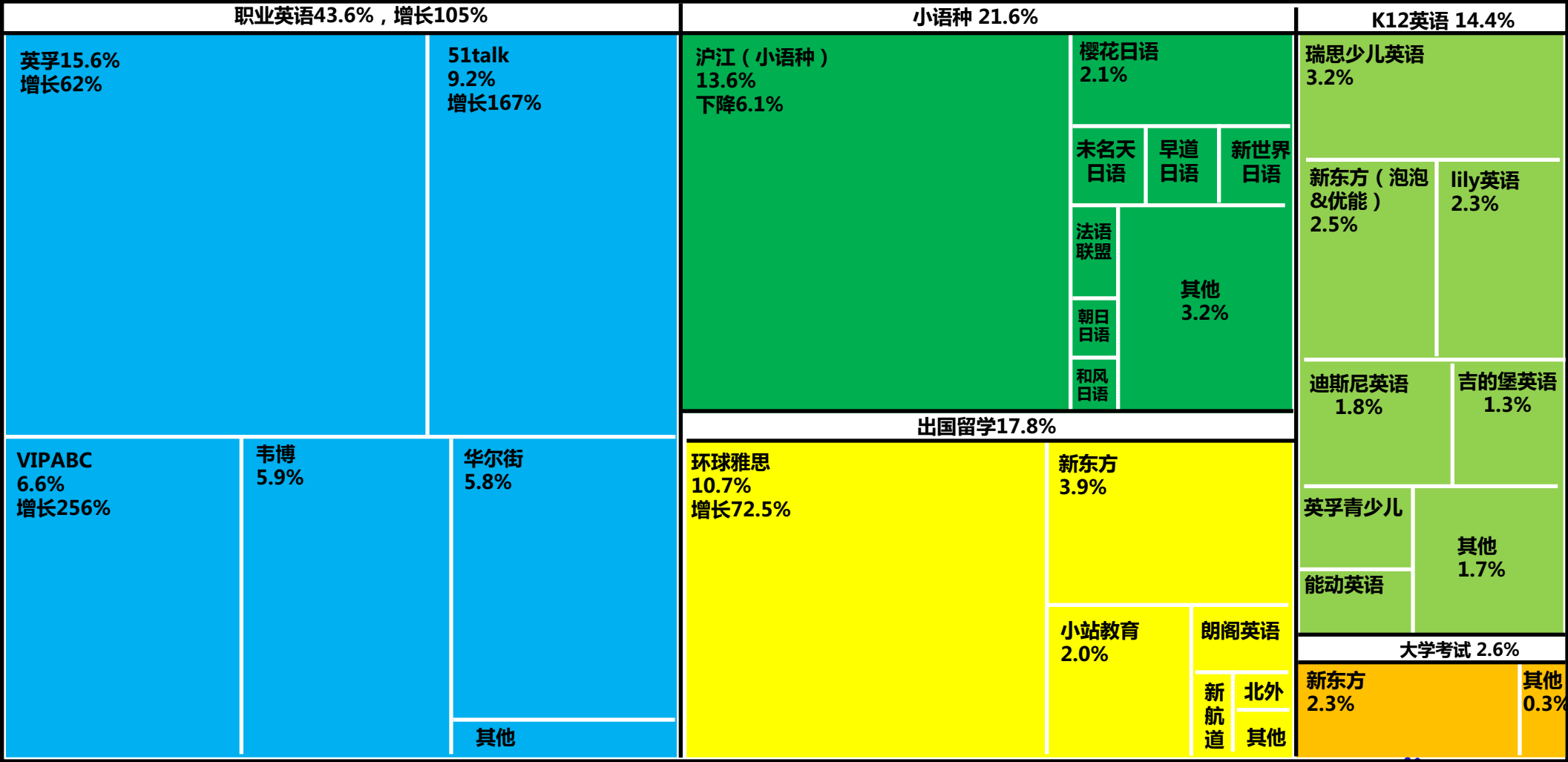
范围：付费品牌词，2015年PV绝对占比7%

| TOP付费品牌矩阵图 | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------------------|--|--|--|
| 新东方 18% 增长31% 业务：全 | 英孚10% 增长65% 业务：职业英语和K12英语 | VIPABC 4% 增长256% 业务：职业英语 | | 韦博 4% 增长51% 业务：职业英语 | | 星火 4% 增长279% 业务：大学英语等级考试及考研英语 | | | |
| | | 华尔街 3% 增长62% 业务：职业英语 | | 李阳疯狂英语 3% 增长6% 业务：K12英语 | | 洪恩 2% 增长14% 业务：K12英语 | | | |
| | 环球雅思 6% 增长72% 业务：出国留学考试 | 瑞思少儿英语 2% 增长45% 业务：K12英语 | lily英语 1% 增长45% 业务：K12英语 | 樱花日语 1% 增长37% 业务：小语种 | 小站教育 1% 增长2% 出国留学 | 迪士尼英语1% 增长24% K12英语 | | | |
| 沪江 15% 下降13% 业务：小语种、大学英语等级考试及考研 | 51talk 5% 增长167% 业务：职业英语 | | 长颈鹿英语 1% 增长158% 业务：K12英语 | 其他 14% | | | | | |
| | | 新航道 2% 增长18% 业务：出国留学 | | | | | | | |
| | | | 吉的堡英语 1% 增长54% 业务：K12英语 | | | | | | |
| | | 美联英语 2% 增长77% 业务：出国留学 | | | | | | | |

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

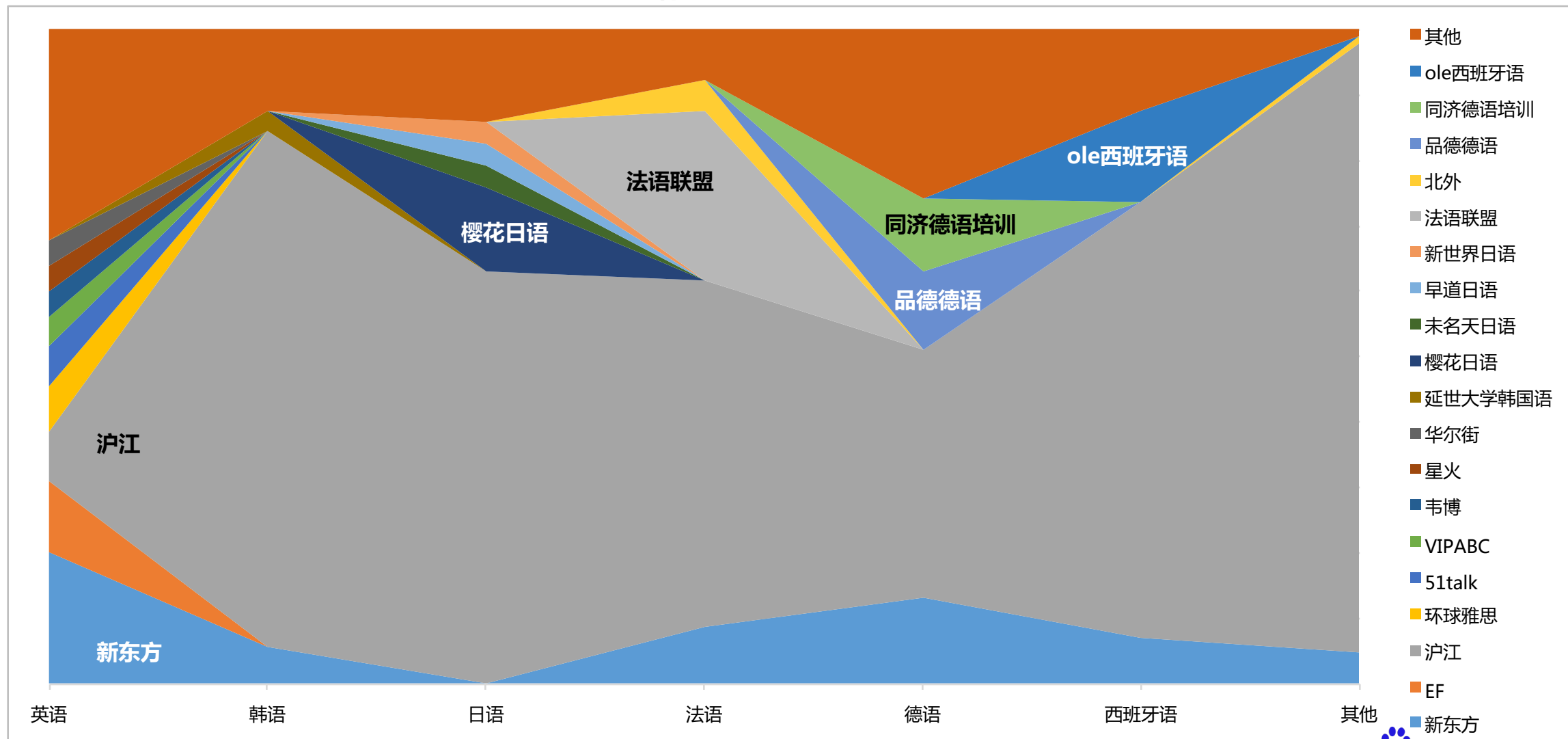
范围：付费品牌词，2015年PV绝对占比7%



数据源：百度搜索PV数据。

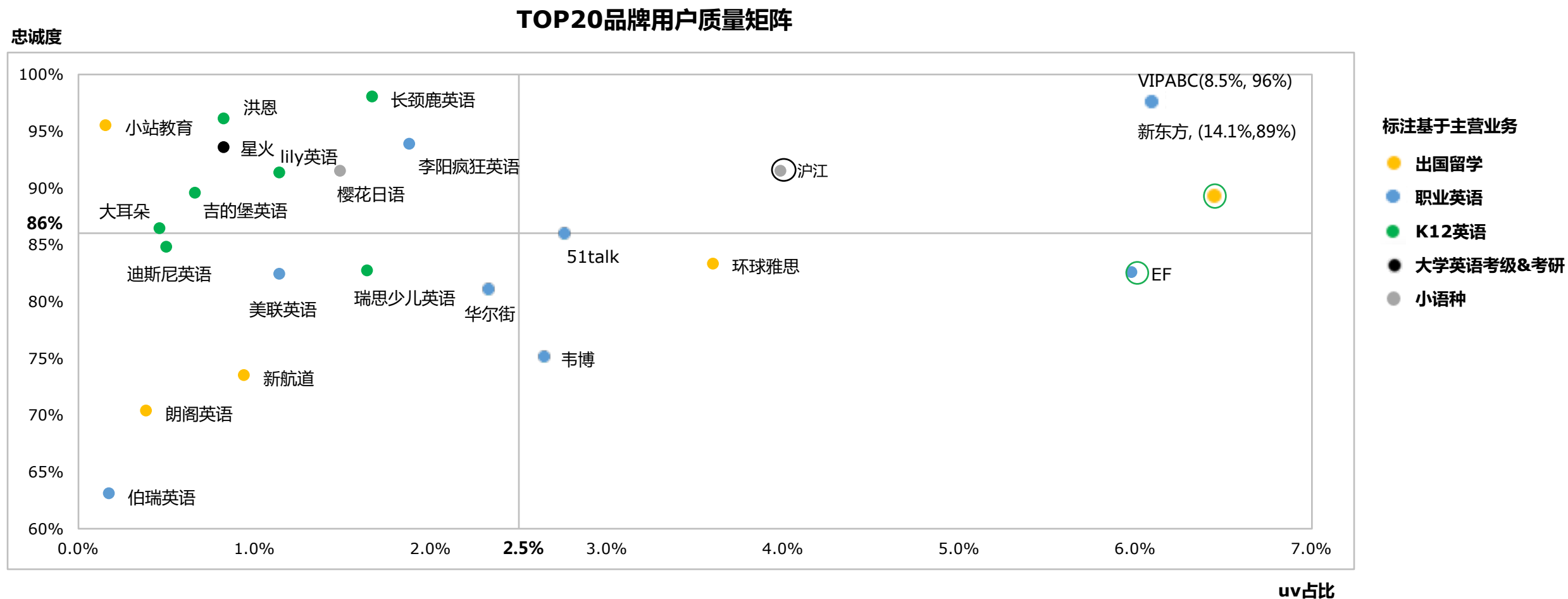
各语种付费品牌中，英语品牌最为分散，韩语和西班牙语品牌最为集中

语种品牌格局面积图



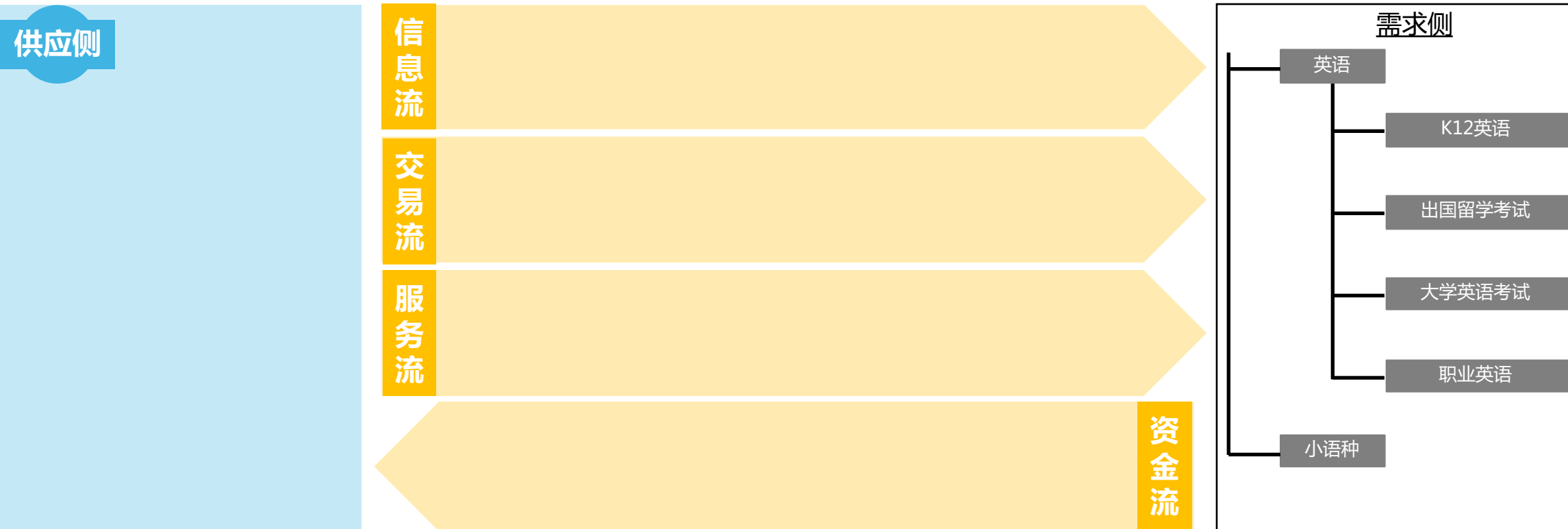
数据源：百度搜索PV数据。

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



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

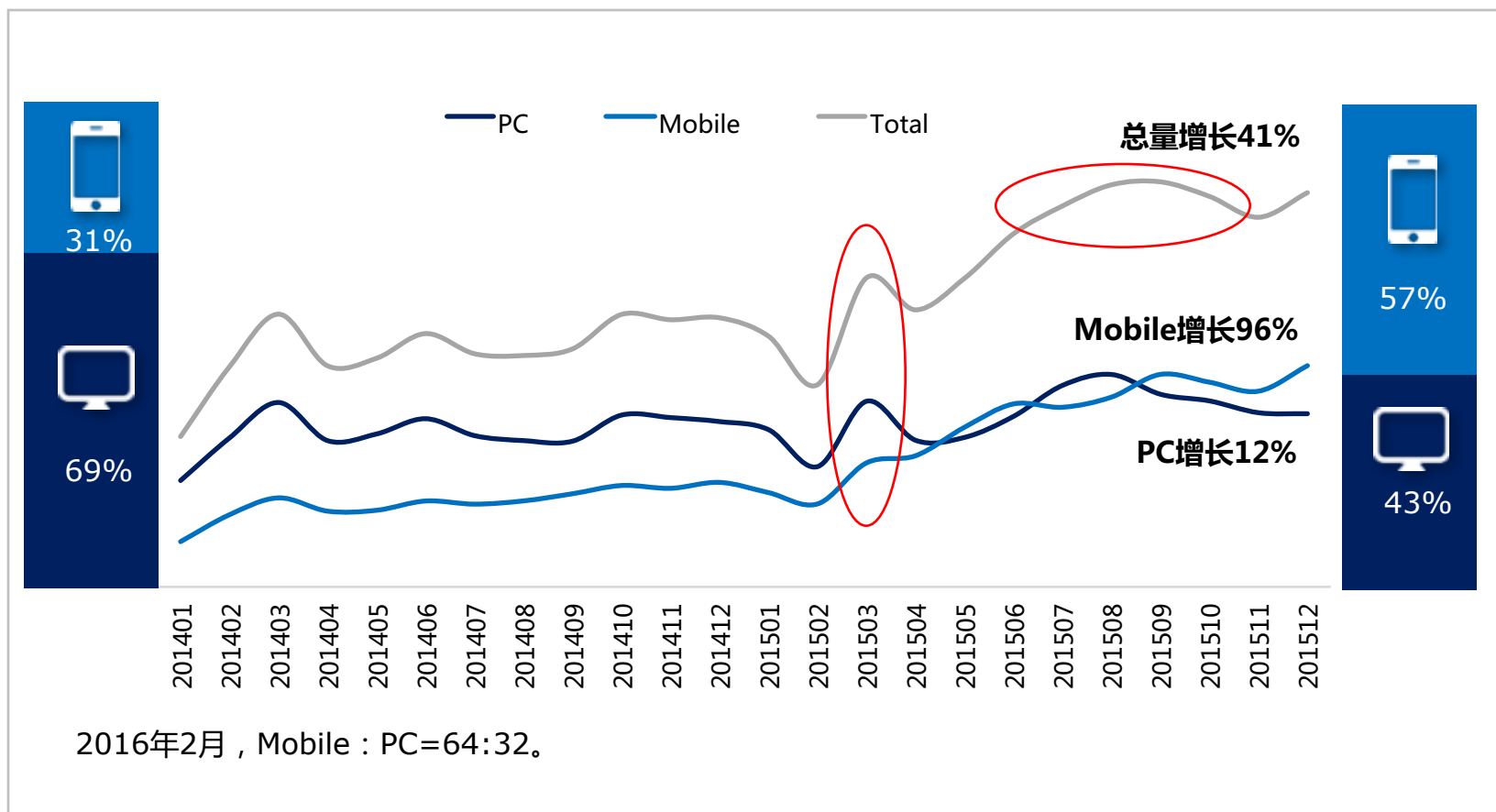
大搜、知道、百科、贴吧...

用户产品 优化Solution

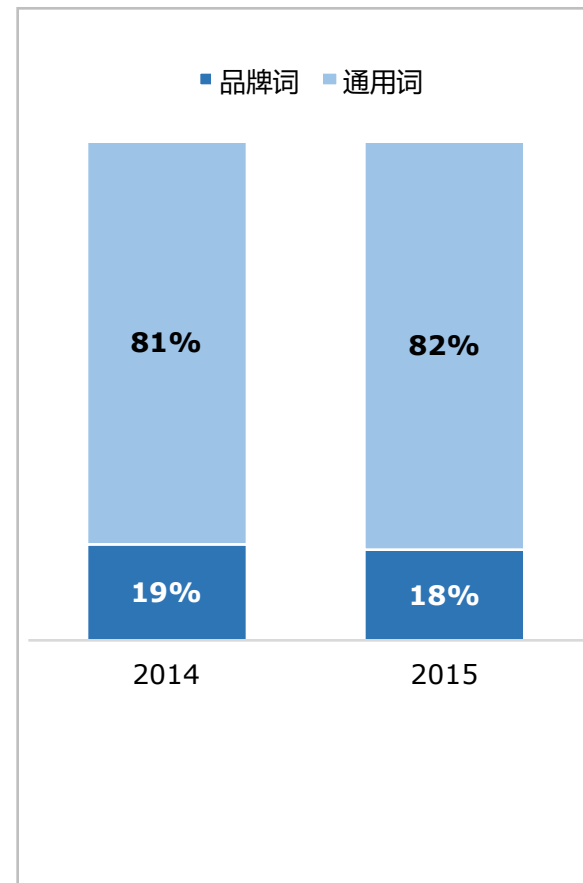
- ✓ 高效决策知识树
- ✓ 优质产品
- ✓ 优质服务

主体需求已转向移动端

201401-201512语言培训市场搜索量分布



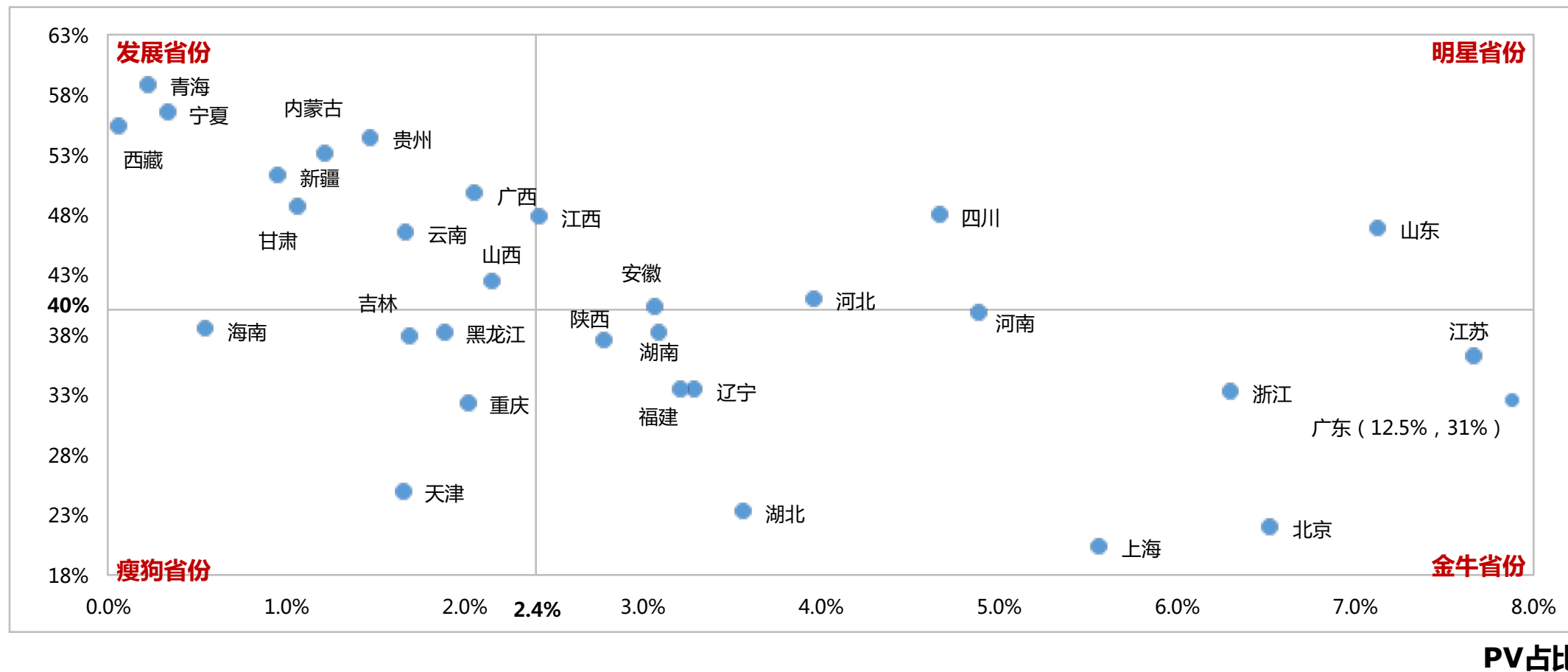
2014-2015年词性分布



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

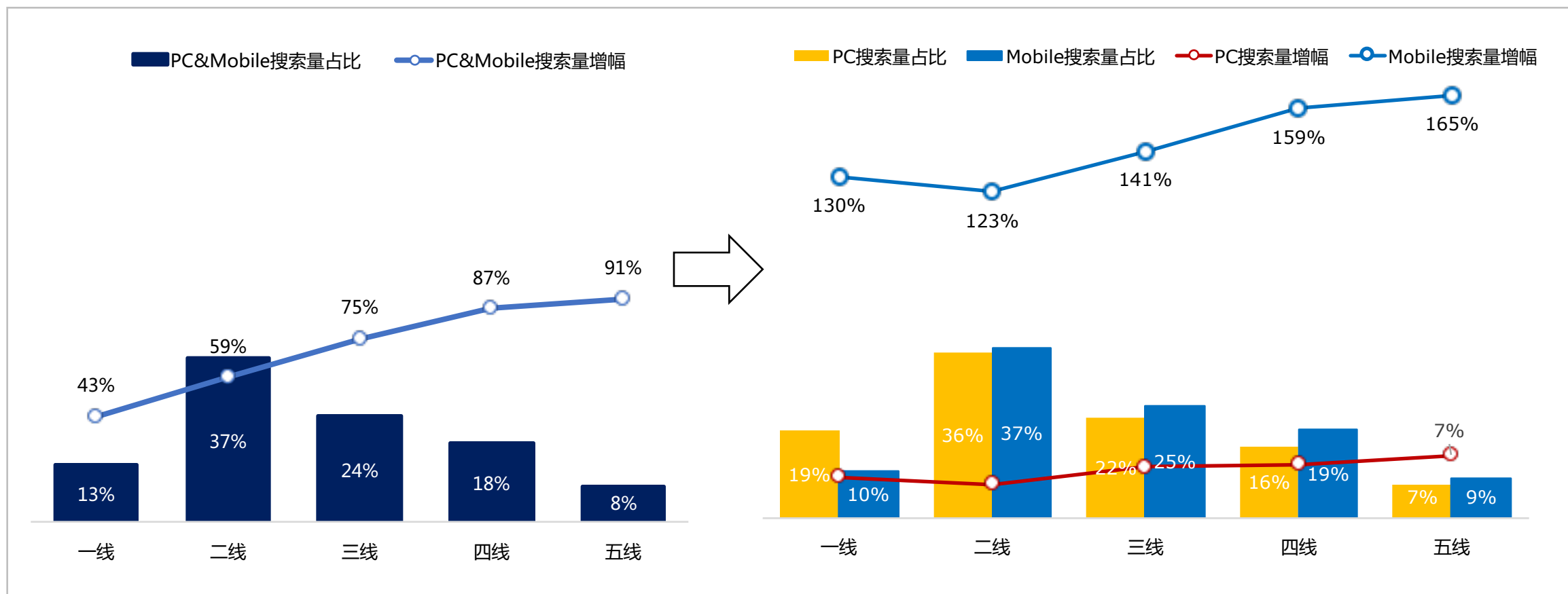
PV增幅



数据源：百度搜索PV数据。

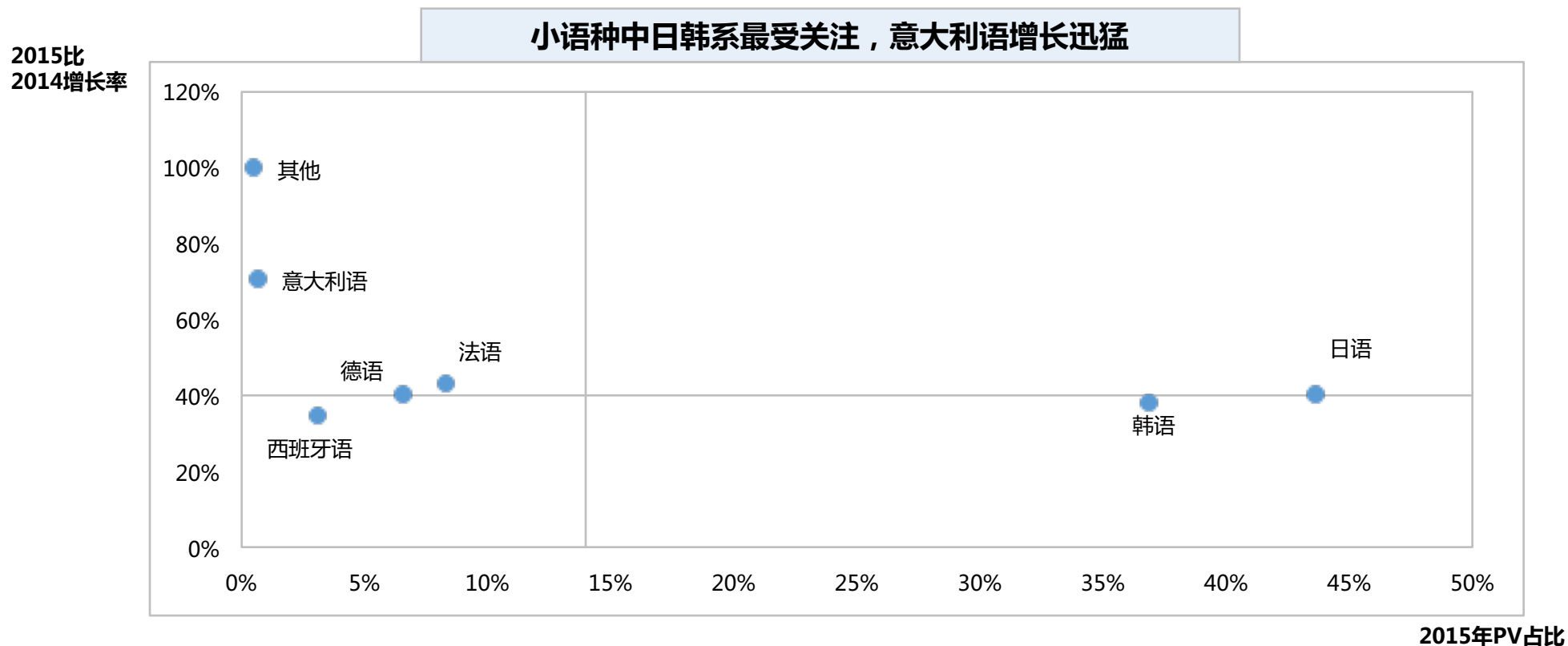
区域市场需求旺盛，区域化势在必行

2015年语言培训总体及分端各级城市搜索量份额



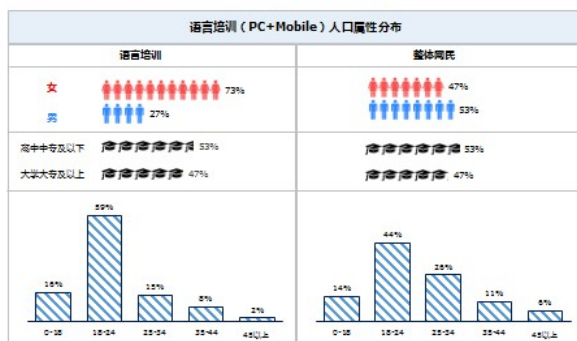
数据源：百度搜索PV数据。

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

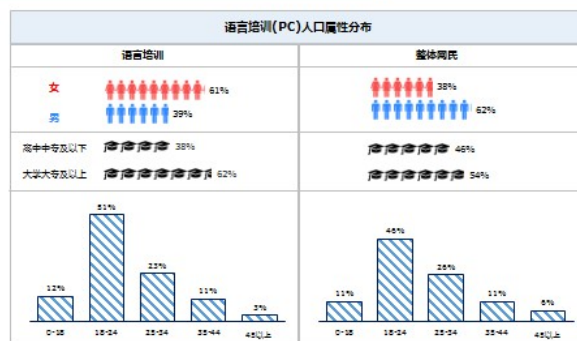
Who：语培女性七成占比远超全网，以18-24岁为主要目标群体



数据源：百度搜索UV数据

127

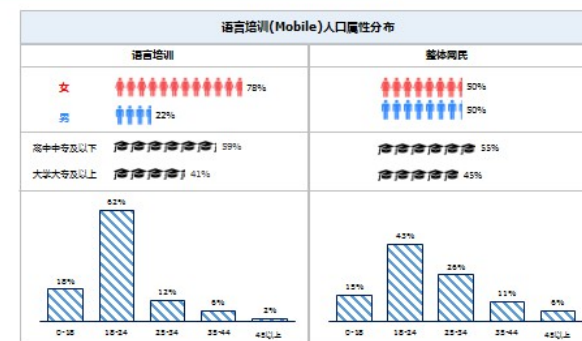
Who：PC端以高学历群体为主要受众



数据源：百度搜索UV数据

129

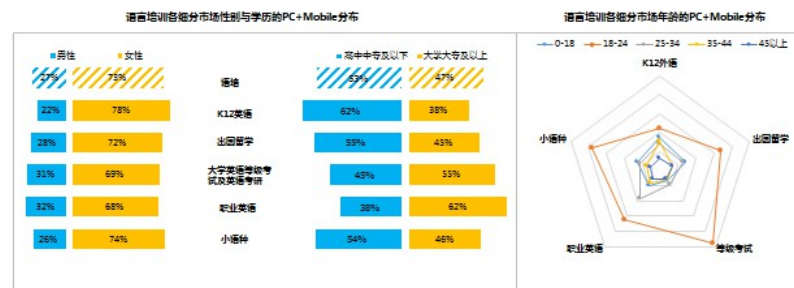
Who：移动端女性和18-24岁群体的主体占比更高



数据源：百度搜索UV数据

131

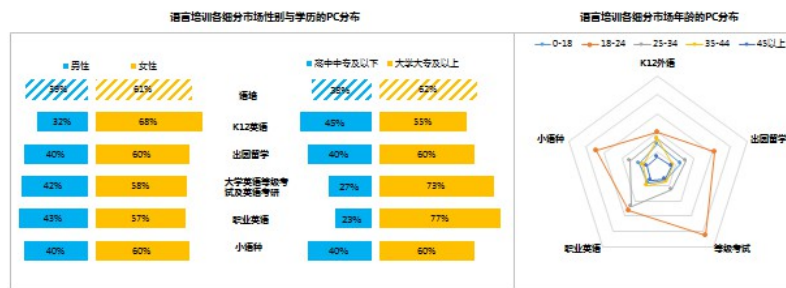
Who：K12决策以母亲为主，大学和职业以高学历为主



数据源：百度搜索UV数据

133

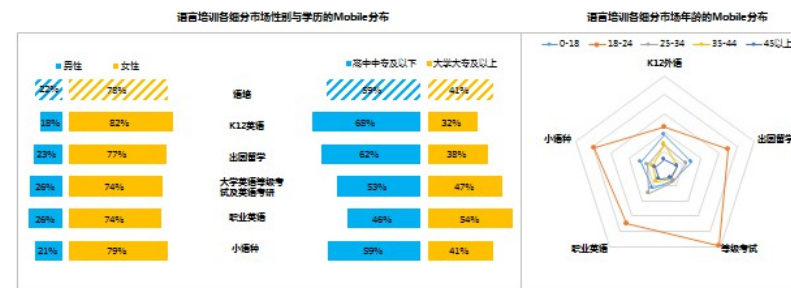
Who：PC端职业主要受众在18-35岁，K12决策家长年龄跨越25-44岁



数据源：百度搜索UV数据

135

Who：移动端学习群体更为年轻化



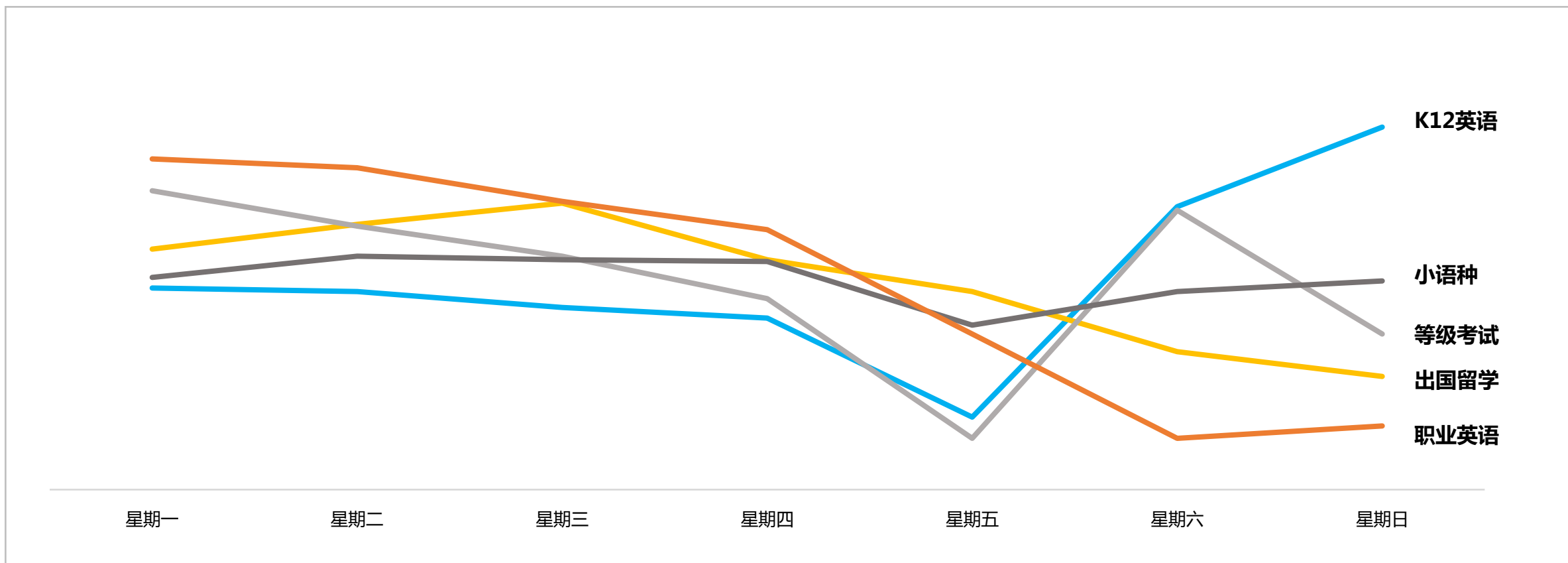
数据源：百度搜索UV数据

137

数据源：百度搜索UV数据

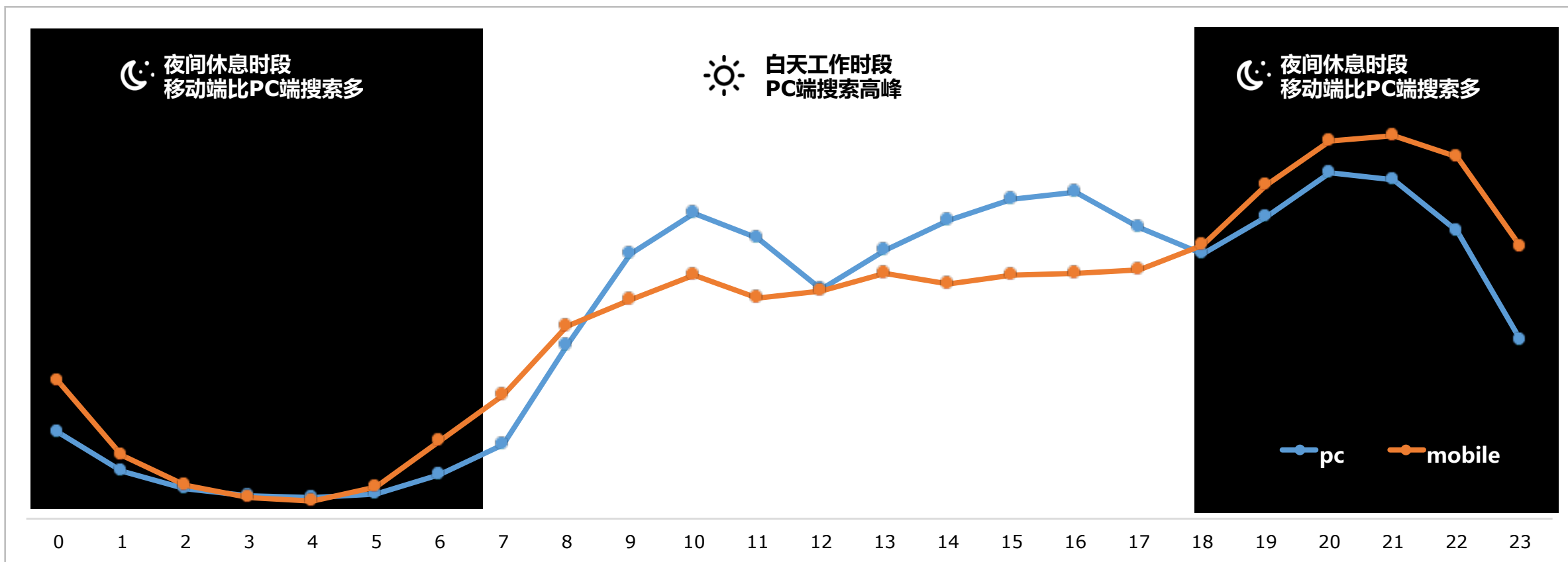
职业英语和出国留学考试的搜索高峰在工作日，K12英语搜索高峰在周末

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



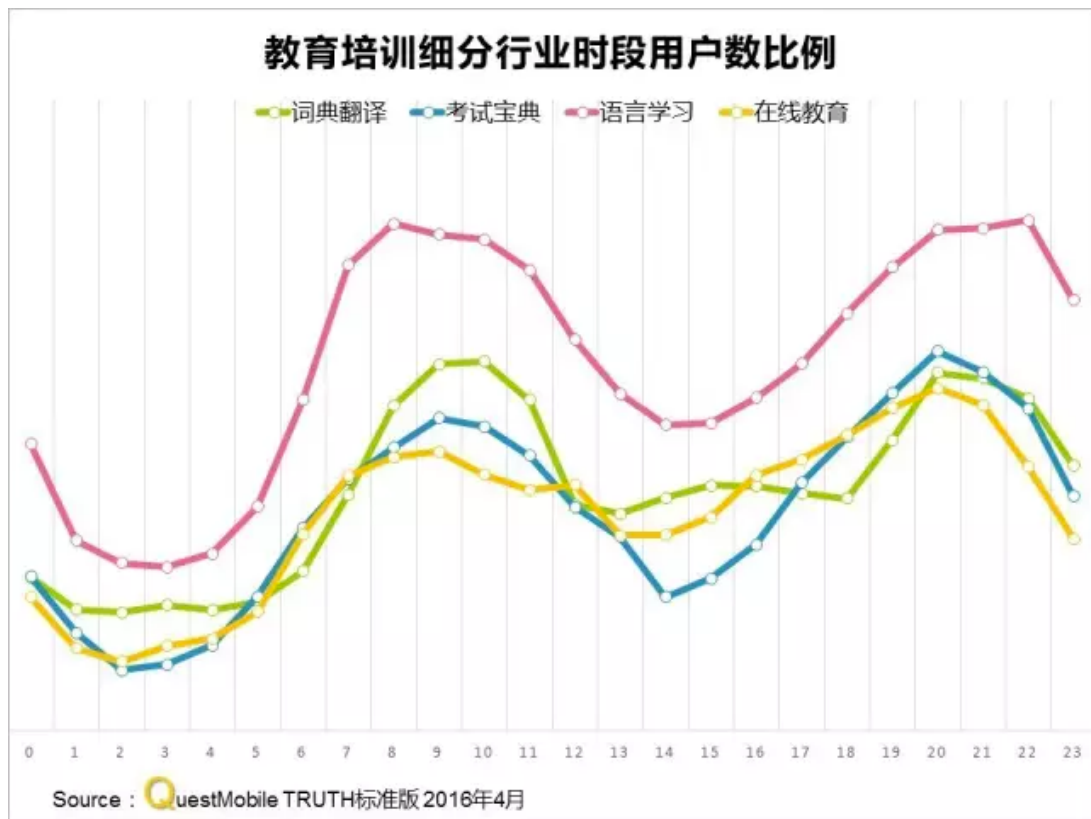
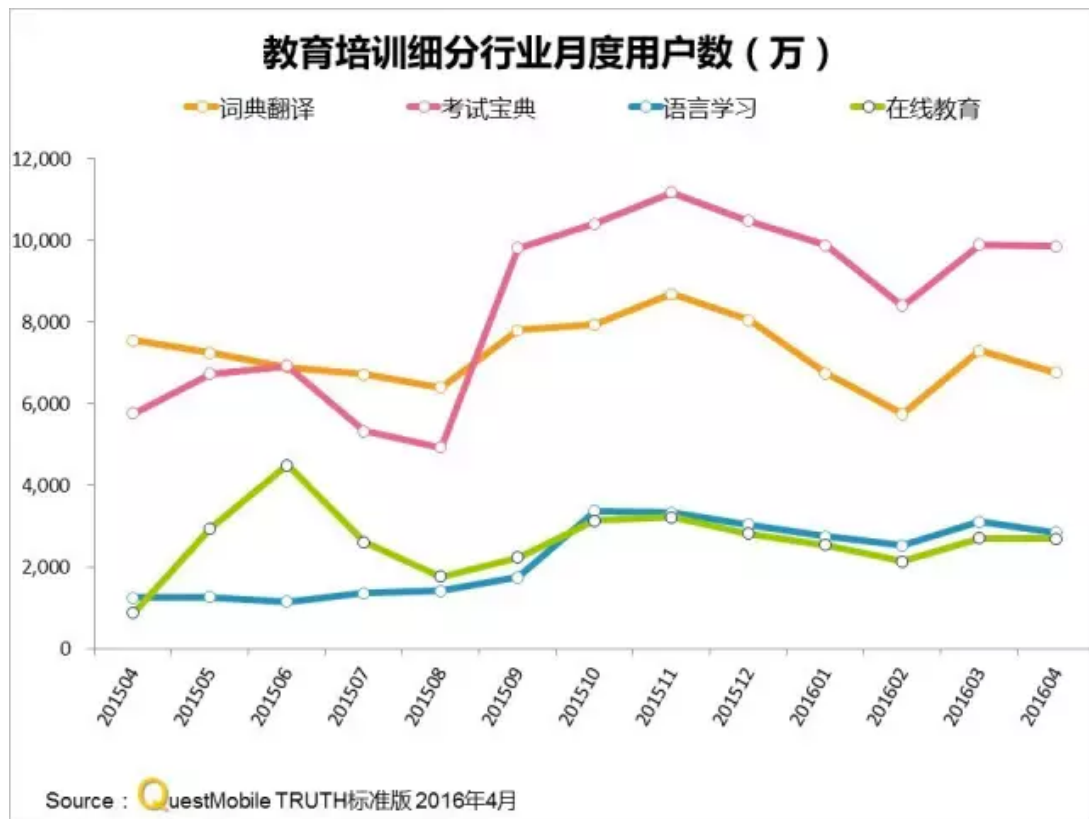
语培类APP用户高峰在上午和晚上

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



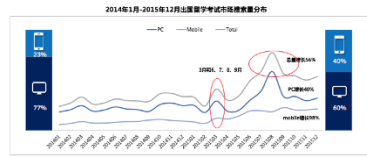
K12英语需求的移动化和区域化快于留学考试和职业英语

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慢的重要原因，营销仍以一线城市和沿海省份为主

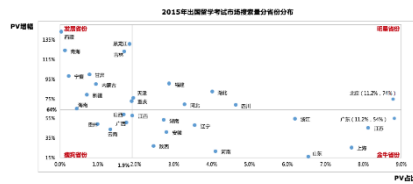
K12英语、小语种、大学英语营销呈现移动化和区域化，集中于一线城市、沿海省份和部分中部省份，中部省份是增长主力

留学考试

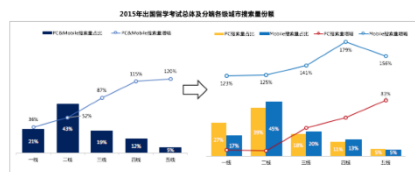
留学考试营销仍以PC为主，学习场景是移动化较慢的重要原因



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

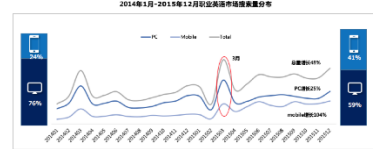


留学考试营销以一二线城市为主，三四线城市进行移动营销拓展

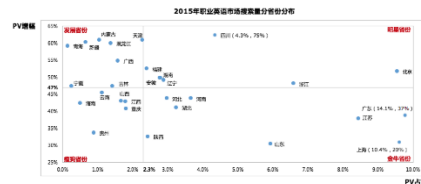


职业英语

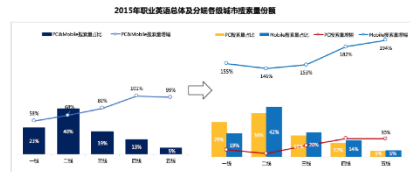
职业英语仍以PC营销为主，工作时段和学习场景是移动化较慢的重要因素



职业英语营销以一线城市和沿海省份为主



职业英语营销以一二线城市为主，区域移动化营销升温

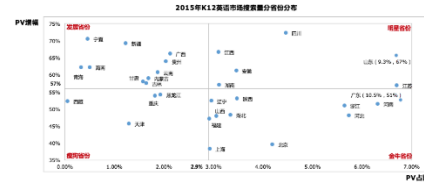


K12英语

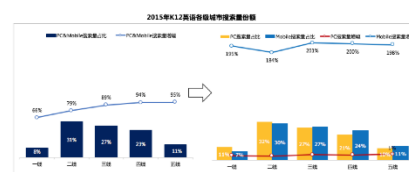
K12英语营销移动化



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

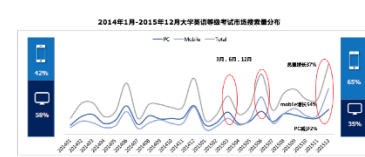


K12英语营销呈现区域化和移动化特征

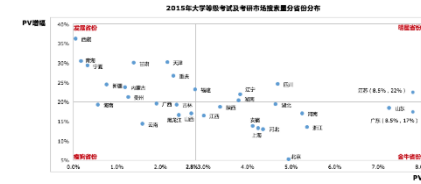


大学英语

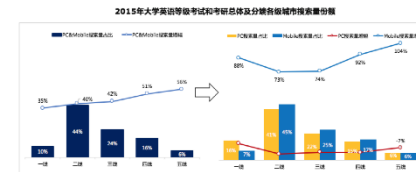
大学英语考试及考研英语营销已移动化



大学英语营销以中东部省份为主

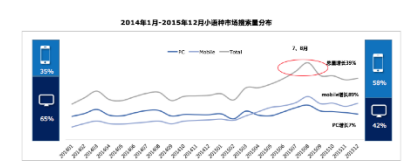


大学英语营销已区域化

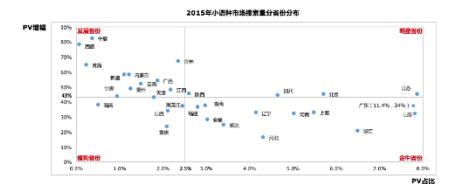


小语种

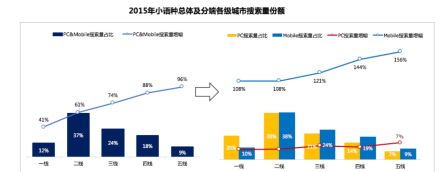
小语种营销尚未爆发，已移动化



小语种营销以一线城市和沿海省份为主



小语种营销呈现区域化和移动化特征



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

