

中国在线教育市场数据发布 报告

2019Q4 & 2020Q1e





在线教育市场整体规模：成人教育依然占据市场主体，K12教育成必争之地

2019年中国在线教育市场规模突破**3200亿元**，其中**74.6%**为高等教育和职业培训，**21.3%**为K12教育。



在线教育市场流量情况：月独立设备总数增速平缓，但用户使用时长增速强劲

整体流量：中国在线教育APP月独立设备总数持续增长，截止到2019年12月达**4.4亿台**。

流量增速：月独立设备总数同比增速为**14%**，而用户使用时长同比增速在**40%**以上。

单机使用情况：2019年12月，作业帮等**作业类**APP、有道词典等**单词类**APP继续霸榜，作业帮家长版、互助文档、小猿口算等**作业类**APP增速迅猛。



在线教育市场动态盘点：行业普遍亏损但均在积极变现

2019年网易有道、英语流利说、跟谁学、无忧英语、尚德机构、正保远程教育6家在线教育上市公司平均实现**15.9亿元**的营收，其中尚德机构营收规模最大，达**21.9亿元**。各企业的营收普遍快速增长，平均增速达到**106.5%**，其中跟谁学增速最快，同比增长**432.3%**。2019年51Talk首次实现单季度盈利。



疫情对在线教育教育企业的积极影响：线上学习意识提升，线上产品服务认知提升

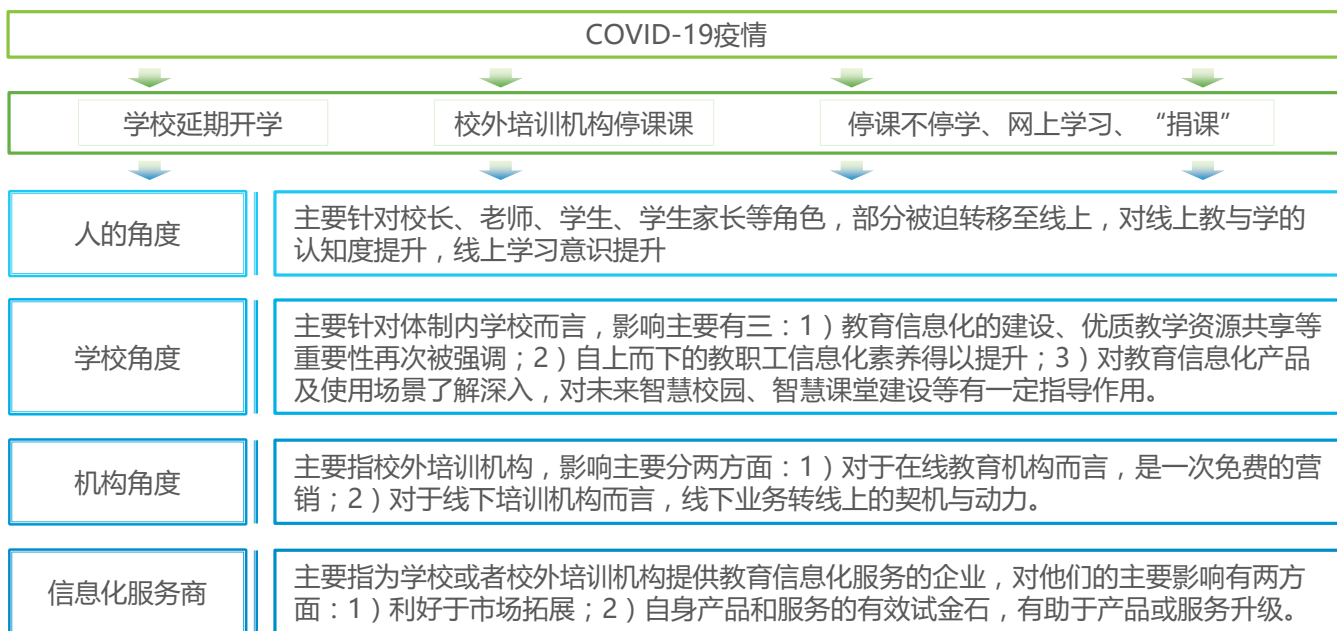
教育行业整体通过科技手段变革并逐步分层走向在线化。COVID-19疫情积极作用主要有二：其一，提升**用户/企业/学校端**对在线教育的认知与意识；其二，提升**服务方**对产品/服务的认知。

疫情对在线教育的积极影响（宏观）

从用户/企业/学校的角度：提升其对在线教育的认知与意识是根本；从服务方的角度：提升其对产品/服务的认知

COVID-19疫情对在线教育行业的影响是把双刃剑。从教育活动的4大参与方角度来看，疫情对在线教育的主要积极影响如下：1) 从人的角度来看，自上而下的网络学习有助于提升用户对线上教与学的认知与线上学习意识；2) 从学校角度，学校管理者除了对在线教育的认知增加以外，更重要的可能是让他们更了解自身智慧校园建设的方向或需求；3) 从机构的角度，有助于机构转型或者服务升级；4) 从信息化服务商的角度，深入在线教育服务场景，更好的了解业务方能提供更加贴切的服务和产品。当然，疫情太过突然，由于企业准备不足而使得新接触在线教育的用户体验不好等也是部分企业在后期必须面对的用户转化难题。

疫情对在线教育的宏观积极影响



疫情后的建议

短期来看，努力活着并提升用户有效转化；长期来看，重视市场格局变化，提升竞争壁垒

COVID-19疫情催化了在线教育行业的加速发展，在宏观和中观层面形成对在线教育行业的整体利好，但对于微观企业主体而言，其也将加速在线教育企业的两极分化并导致行业的重新洗牌。短期来看，疫情导致在线教育流量激增，对企业现金流提出较大挑战，但流量价值迎接市场集中检验，机遇与挑战并存。长期来看，只有准备充分、应对得当的企业才能最终受益。

对在线教育企业的经营建议

短期经营建议

理性推出线上免费课，加强风控意识：
根据企业财务状况适当推出营销推广活动

针对新增用户做需求分析，促进用户留存和转化：
做好用户分类分层分析，针对不同用户提出不同的营销方案、课程服务方案，提升用户体验和留存

打造一体化服务闭环，提升用户粘性：
完成教-学-练-测-评的学习闭环的同时，还要有意识打通各个环节的数据，量化学生学习行为



企业自检现有产品/服务问题，完善服务场景、提升服务品质：

有效利用自调研机会，找准自身产品客群定位及产品优劣势

积极思考疫情过后的市场格局变化：

定位自身服务价值，对于自身产品和服务，打造自身有优势壁垒；对于合作，关注合作共赢向并驱争先的潜在威胁

大型机构把握市场下沉机会：

三四线城市有望成为新的必争之地



长期经营建议

中国在线教育市场发展情况及预测

1

- 2012-2022e中国在线教育市场规模及预测
- 2018-2019年中国在线教育市场流量变化

中国在线教育市场动态盘点

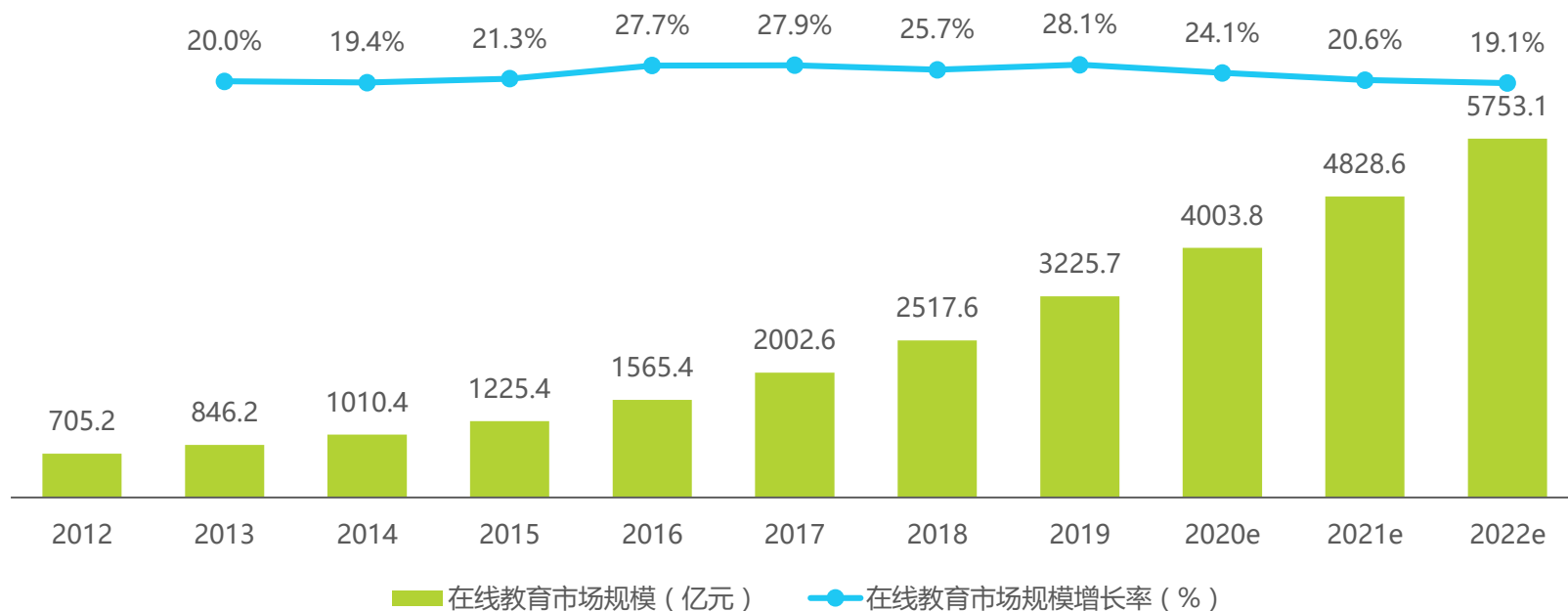
2

2019年全年在线教育市场规模

2019年全年市场规模3225.7亿元

艾瑞咨询数据显示，2019年中国在线教育市场规模3225.7亿元，同比增长28.1%，预计未来3年市场规模增速保持在19-24%之间。2019年，素质教育、在线K12大班和高等学历教育的迅速发展进一步贡献了在线教育规模的提升。此外，用户对在线教育的接受度不断提升、在线付费意识逐渐养成以及线上学习体验和效果的提升是在线教育市场规模持续增长的主要原因。

2012-2022年中国在线教育市场规模及预测



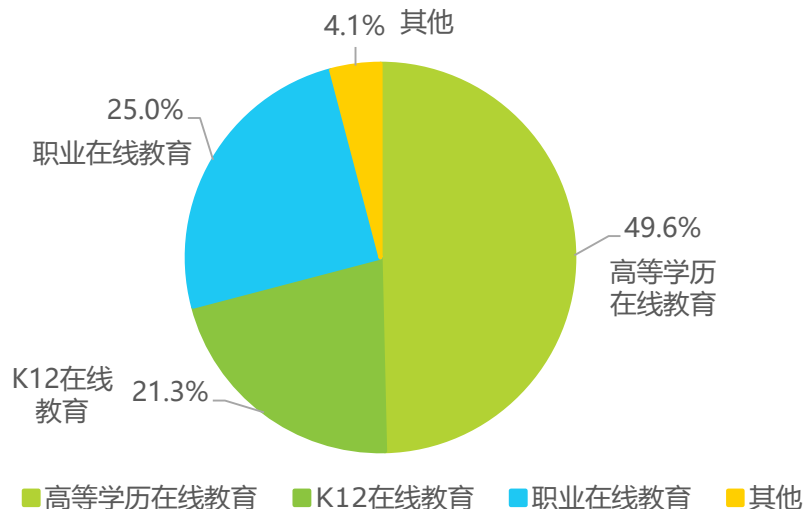
来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

2019年全年在线教育市场结构

成人教育依然占据市场主体，K12教育成必争之地

艾瑞咨询数据显示，高等学历教育及职业培训一直是中国在线教育的市场主体，占整个在线教育市场规模的80%左右。由于成人自控力强、学习目标明确、空闲时间有限、视力已成型，因此成人是在线教育的主要用户群体，尤其在提升学历、求职、考证等场景中，教育培训需求更强烈。而K12教育市场，虽然市场刚需性强，但是该阶段的学习存在着试错成本高的特点，K12家长和学生对于在线教育持谨慎态度，因此在发展初期占比较低，2012年占比仅9%。随着新一代80后/90后父母教育意识的升级和消费能力的提高、新一代00后/10后孩子对互联网的天然熟悉，叠加2020年年初的新冠疫情加快了在线教育的宣传推广，K12家长及学生群体对在线教育的接受度正在快速增长，2019年，K12教育的占比已提升到21.3%，而高等教育及职业培训的占比下降到75%的水平。艾瑞预计到2022年，K12教育的占比能提升到28%左右。

2019年中国在线教育市场规模细分结构

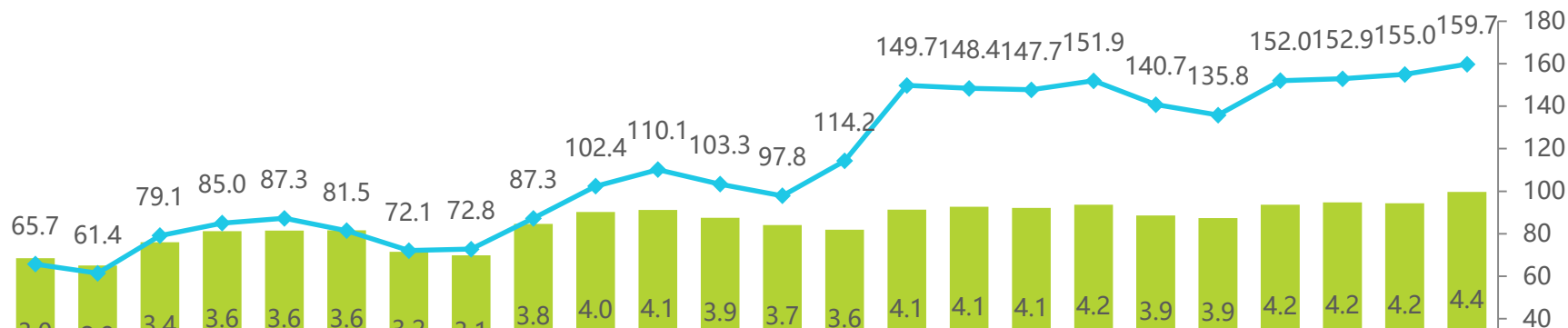


2019年在线教育整体流量

2019年12月在线教育APP数4.4亿台，同比增幅14.0%;日均总有效使用时长159.7万天，同比增幅54.6%

艾瑞咨询UserTracker数据显示，在线教育APP月独立设备总数连年增长，但增速放缓，2019年12月月独立设备数4.4亿台，同比增长14.0%。截止至2019年末，我国互联网移动设备总数为14.1亿台，即在线教育APP渗透率为31.2%。相对而言，用户时长保持了高速增长，2019年12月，在线教育APP日均总有效使用时长达159.7万天，同比增幅54.6%。

UserTracker-2018-2019年中国在线教育APP月独立设备数及用户时长



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20941

