

中国美术教育培训行业 研究报告

2019年



1

美术教育培训行业为各个年龄段的用户提供美术启蒙/应试/就业/兴趣培养等方面的培训服务，其范畴远超过一般人认知中的“少儿绘画培训”。2019年，我国美术培训市场规模在**900-1050亿元**之间，其中青少儿美术培训是主体，其占整个美术培训市场的比重超过**80%**。青少儿美术培训市场因用户基数大、参培率低、客单价低等因素在未来有很大的市场空间可供深挖，预计未来几年有望成长为千亿市场行业。

2

少儿美术培训市场：线下机构多以直营+加盟方式运营，其中代表性机构的校区数量普遍达数百个，正在全国性扩张；线上企业创新性强，更受资本青睐，代表性机构学员数已达数万人。

美术高考培训市场：全国最大画室分布在九大美院周围，高度依赖名师招生，市场集中度低。

美术类职业技能培训市场：培训内容与就业市场热点密切相关，产业链上下游间相互作用明显，合作紧密，界限模糊，企业跨赛道竞争激烈。

3

中国**在线美术**教育行业自2010年前后萌芽，2019年市场规模为**20.7亿元**，同比增长率为**46.6%**，预计未来3年保持**45%**左右的年增长率，到2022年达到**63.6亿元**。在线少儿美术是近年来在线美术市场规模增长的主要动力，2019年占在线美术市场规模的**40-50%**，其特殊性在于：已有少儿美术教育市场只是未来在线模式可渗透潜在市场的一**小半**，更大可拓展的潜在市场来自于在线形式所吸引的新增用户。目前多方机构已入场，竞争格局尚未成型，**美术宝教育**（以下简称美术宝）暂时领先。

4

本报告选取了6个典型企业进行案例分析，分别为：**美术宝**（最大在线美术机构，主打少儿美术1对1）、**画啦啦**（在线美术小班课的探索者）、**夏加儿**（借助资本力量，广泛布局业务）、**杨梅红**（线下少儿美术高端市场的代表者）、**老鹰教育**（画室上市第一股）和**火星时代**（美术职培机构的代表者），并提出了“B端服务出现，产业分工开始细化”“网络和科技持续渗透，行业面临变革”等**四点**未来发展趋势。

美术教育培训行业发展概览

1

概念界定：美术专业&美术教育培训行业

发展驱动力：升学、就业、制度要素推动行业发展

发展历程：职培、考试、少儿美术、在线美术浪潮依次席来

市场规模：2019年达900-1050亿元，其中青少儿美术超过80%

美术教育培训细分市场拆解

2

美术教育培训企业典型案例

3

在线少儿美术教育用户洞察

4

美术教育培训行业未来趋势

5

美术专业概念界定

美术是艺术的一种，包括四大分支，为人的视觉审美而服务

美术是我国义务教育阶段的一门课程，几乎无人不知，但多数人对它的理解都停留在“绘画”的层面。作为一门专业学科，美术泛指运用一定的物质材料（如纸、布、木板、粘土、大理石、塑料等），通过造型的手段所创造出来的具有一定空间和审美价值的视觉艺术（与听觉艺术“音乐”、人体动作艺术“舞蹈”构成明显区分）。常见的美术类本科专业包括绘画、设计、书法、理论四大类，其中绘画类是最广为人知的分支，而设计类是目前在就业市场上需求量最大的分支。



美术教育培训行业概念界定

覆盖全年龄段用户，提供美术启蒙/应试/就业/兴趣培训服务

本报告所研究的美术教育培训行业特指发生在校外/课外的、运用各种教学手段进行美术相关的教育培训活动的市场行为，按教学内容和用户年龄段的不同可分成青少儿美术教育和成人美术培训两大领域，覆盖用户全生命周期。

中国美术教育培训行业划分

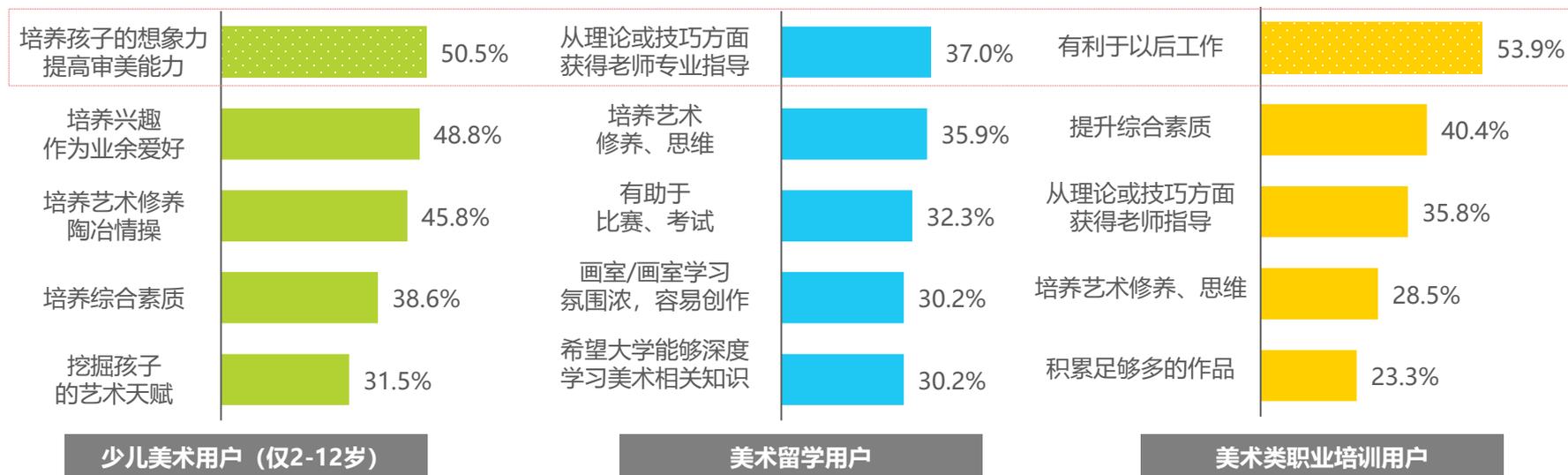
细分领域		定义	核心用户年龄段	主要作用
青少儿 美术培训	学龄前美术	一种校外美术启蒙教育活动，通过绘画、手工等美术形式，引导学生通过美术表达对生活的认识和体验，培养对美的感受力和创造力	3-6岁幼儿	启蒙
	K12美术培训	一种校外美术启蒙教育活动，通过绘画、手工等美术形式，引导学生通过美术表达对生活的认识和体验，培养对美的感受力和创造力，也可服务于美术中考、美术高考、美术考级等考试活动	7-18岁中小学生	兴趣、应试
成人 美术培训	美术留学咨询与培训	针对报考美术类专业的出国留学生提供的入学考试培训服务	16-22岁高中、大学生	应试
	美术类职业技能培训	针对以设计、美术类职位为就业或升职目标的人提供的技法培训服务	18-30岁职前、职场人士	就业
	成人兴趣美术培训	针对对美术感兴趣的成年人提供的培训服务	25+岁成人	兴趣

美术教育培训行业市场需求

少儿用户希望提高审美能力，美术考试用户希望得到专业指导，美术职培用户希望助力工作发展

根据艾瑞咨询用户调研数据，2019年我国少儿美术用户报名参加美术培训的原因主要与审美能力相关，家长期望孩子通过美术学习能够“培养想象力，提高审美能力”；美术留学用户参加美术培训的原因直接与考试能力相关，希望“从理论或技巧方面获得老师专业指导”；美术类职业培训用户参加美术培训的原因则与未来发展有关，“有利于以后工作”是他们最大的诉求。

2019年中国美术学习用户报班原因TOP5



样本：N=957，于2019年11月通过线上调研取得。针对该次调研的说明及样本画像详见本报告最后附录。

升学竞争为该行业提供核心市场需求

全国559所本专科院校招收美术高考生，其中不乏“双一流”

美术高考是我国高考的一种考试方式，普通高中可通过统招高考、中职学生可通过对口高考或统招高考进入高等学校就读美术类专业。美术高考一般由各省市自主进行，考试形式包括联考（又称省级统考）和校考，考试科目包括专业考试和文化课考试。截至2019年6月15日，全国共有高等学校2956所，其中559所都开设了美术类专业，每年招收超50万美术生（艺考生）。这559所院校中，除了教育部批准的29所独立设置的本科艺术院校和15所参照独立设置本科艺术院校招生高校以外，还包括普通高考生熟知的“双一流”高校及其他一本、二本综合型院校。

另外，除艺考生外，部分高校也在年度招生计划总数的1%范围内招收艺术特长生，艺术特长生可报考法学、经济学、工商管理、计算机等普通本科专业，不一定报考美术类专业，但在高中阶段对艺术培训也有较大需求。

2019年招收美术高考生的985/211高等院校——以北京地区为例

清华大学	美术学院
北京大学	美术学、艺术学、影视艺术学等
中国人民大学	艺术设计、美术学、油画、中国书画
北京工业大学	艺术设计、动画
北京理工大学	工艺设计、视觉传达设计、环境艺术设计
北京航空航天大学	艺术设计
北京化工大学	工业设计
北京邮电大学	艺术学、文艺学
中国传媒大学	戏剧影视美术设计、动画、数字游戏设计等
中央民族大学	绘画、装潢、影像设计、服装设计、环境艺术等
中国矿业大学	艺术设计
中央财经大学	平面设计、书法
北京交通大学	艺术设计
北京科技大学	艺术设计
北京林业大学	环境艺术设计、装潢艺术设计、动画艺术设计
华北电力大学	艺术设计
北京师范大学	影视学、美术学、艺术设计、数字媒体艺术、书法学
中国地质大学	艺术设计（首饰）

升学竞争为该行业提供核心市场需求

近百万人参加美术中高考，顶尖院校竞争激烈催生培训需求

美术中高考对考生文化课成绩的要求低于普通中高考，因此被视为一条重要的升学通道。近三年，我国每年18岁适龄人口数量为1700-1800万，其中约50-60%会报名参加高考，再其中约5%即50多万人参加美术省考，外加每年仅参加美术校考的人数，保守估计全国美术高考生至少达**60万**人次，而参加美术中考的学生在**40万**人左右。在全国18岁适龄人口逐渐减少的大环境下，全国美术省考人数从2018年开始呈现出明显的上涨趋势，预计未来还将进一步增长，其直接原因是2018年12月教育部发布了《关于做好2019年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》，规定“除经教育部批准的部分独立设置的本科艺术院校（含部分艺术类本科专业参照执行的少数高校）外，2019年高校美术学类和设计类专业一般不组织校考；2020年起使用省级统考成绩，不再组织校考”，此举将导致参考人数进一步增加，竞争压力进一步加大。与此同时，全国九大美院（八大美院及清华美院）的本科招生名额没有明显增长，2019年平均录取率仅2.3%，头部美院入学竞争激烈，美术高考培训需求长期存在。

2012-2019年全国参加美术省级统考人数



2019年全国九大美院本科招生录取率



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_21008

