中国综合性终身教育平台用户大数据报告

——腾讯课堂数据篇

2021年

海量行研报告免费读

摘要

iResearch 艾瑞咨询

宏观背景

- **驱动因素：**1）社会环境驱动：**高度社会竞争、人口老龄化、阶层焦虑和信息噪音**促进终身学习。2）行业变化驱动：**内容服务供给扩大，创新技术促进产业升级**，内容方与平台方一齐推动行业发展。3）疫情驱动：供需缺口拉大，**就业形势严峻，潜在培训需求升温**。
- **市场规模：**2020年规模达**1624亿**，**梯级服务、供给改革、市场下沉**是关键，**用户口碑**和**自身硬实力**是核心。
- **发展趋势：**1）后疫情时代，机构应当进一步**夯实线上线下融合能力**，根据市场需求进行**品类扩充**。2）新型技术加速渗透，促进**B端效率提升及C端精细化学习**。3）与传统产业及个体协作，实现**开放生态与价值释放**。

平台生态

- **商业模式：****构建终身教育产业互联平台和生态**。腾讯课堂实现全面战略升级，从B2B2C在线职业教育平台升级为综合性终身教育平台，通过释放平台的产品能力，打造开放的生态体系，集合行业内多方供应商的优势能力，携手政府与行业协会，服务更广阔的政-校-企客户，助力教育行业生态的“数字化”发展。
- **平台规模：**支持**30万+学校/教育机构/企业**实现规模化教学与运营，**在架课程近30万**，**入驻教育机构11万+**。疫情催化下，全年周度上课人数峰值**突破2300万**；双十一大促期间，购课人数**同比增长216%**。

平台洞察

- **全年用户学习情况：**2020年，疫情背景下，**升学•考研火爆一时**，课程数量与上课人数激增。
- **用户付费意愿：****IT•互联网、设计•创作、语言•留学**类课程用户付费意愿较高，**平面设计、前端开发、认证考试**的学员中超一半选择付费学。
- **用户搜索：**2020年度搜索热词为**英语及PS**。
- **用户学习时间：****最爱在周一至周四学习**，周末上课用户较少。**上午10点、下午3点、晚上8点**是学习高峰时段。
- **典型用户学习偏好：****男性最爱学IT，女性喜欢发展职业能力**；00后学习为升学，95后、90后学习为工作，85后学习目的呈多样化。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

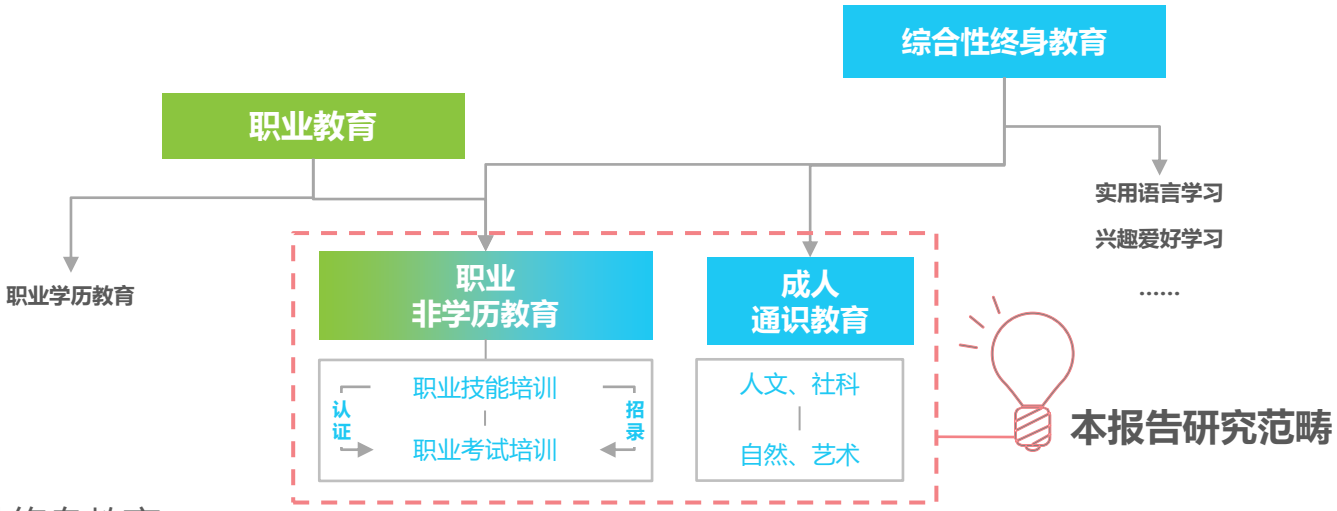
©2021.1 iResearch Inc.

终身教育趋势分析	1
腾讯课堂平台生态	2
腾讯课堂类目洞察	3
腾讯课堂学员洞察	4

研究范畴

本报告将聚焦于“综合性终身教育”领域展开研究

职业教育与综合性终身教育的研究范畴辨析



综合性终身教育

通常意义上指代人们在一生各阶段中所受教育的总和，涉及教育体系的各个阶段和各种方式。各国在将“终身教育”理念引入教育体系的过程中，将成人教育作为推动终身教育进程的先导，制定相应法规并提供政策保障，重点关注成人职业教育、成人继续教育等领域。

因此，本报告将“综合性终身教育”定义为：承载面向成人的继续教育与社会培训功能，以使其具备通行于不同群体的素质与技能，同时不以获取国家学历为教学目标的教育类型，旨在鼓励人们灵活选择并持续参与到学习中来。

在核算“综合性终身教育”市场规模时，本报告主要核算**通识教育**与**职业非学历教育**两大板块，其中：1）“通识教育”主要包含人文科学、社会科学、自然科学、文化艺术、创新及认知、能力及经验等细分类目，属于弱职业导向的自我提升；2）“职业非学历教育”主要包含IT技能、会计技能、营销技能及管理技能等细分类目，属于强职业导向的自我提升，其核算口径包括“职业技能培训”和“职业考试培训”。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

发展驱动因素（1/2）

社会环境驱动：高竞争、老龄化、阶层焦虑、信息噪音；行业变化驱动：内容服务供给扩大、创新技术促进产业升级

2020年中国综合性终身教育行业驱动因素分析

社会提高个人复合技能要求

社会环境趋于复杂，对**复合型人才**的需求提高；高效掌握**跨领域基础知识**的场景化应用成为必备技能

人均寿命延长、退休延迟促进职业教育终身化

人均寿命提高至77岁，老年抚养比攀升至19.6%，延迟退休相关政策陆续出台，**终身学习及工作**成必然之势

阶层焦虑激发学习动机

高度社会竞争下，居民受**上进心和焦虑感**双重刺激，期望通过学习获得**阶层标签、社交谈资和优势资源**

信息噪音倒逼高效学习

信息噪音提高了内容过滤门槛，居民期望通过体系化课程针对性提升**职业、生活相关技能的学习效率**

需求侧

供给侧

讲师内容服务价值释放

内容方——

1）探索综合性终身教育的付费变现，为中长尾讲师内容服务价值释放的变现出口

2）培训讲师发展前景较好、收入增长空间大，受专业人才青睐，促进供给端扩大

创新技术促进产业变革

平台方——

1）互联网改变教育产品的分发模式，促进学习成本边际递减、用户数据持续积累

2）核心技术持续创新，助力综合性终身教育服务升级（如VR/AR、自适应学习等）

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

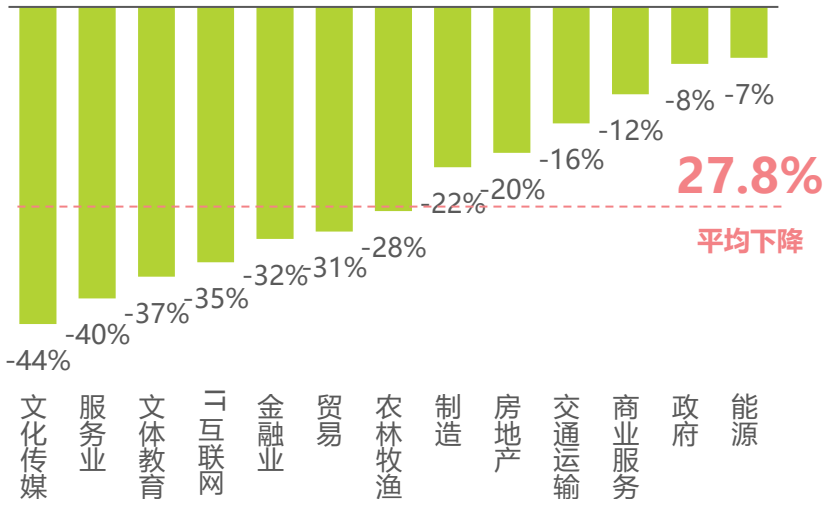
©2021.1 iResearch Inc.

发展驱动因素（2/2）

疫情驱动：供需缺口拉大，就业形势严峻，潜在培训需求升温

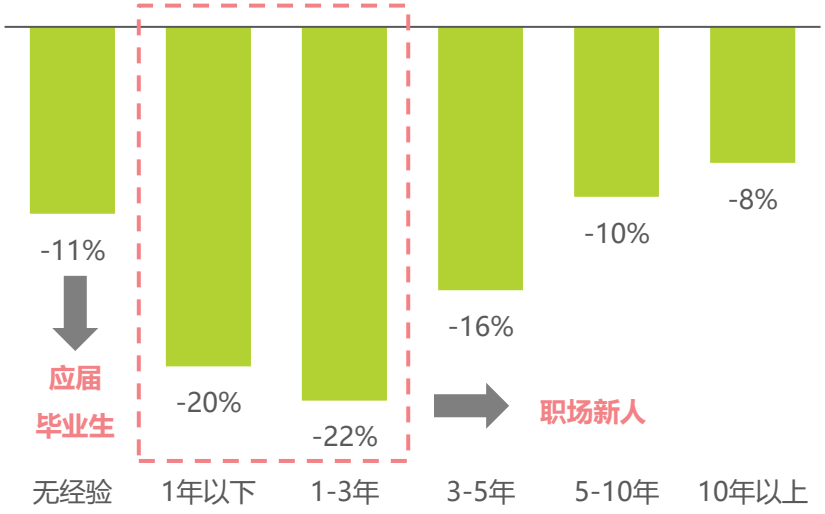
一方面，“停工停产”背景下，企业出于对现金流及运营风险管理的考量，大幅削减招聘需求。根据北京大学光华管理学院和智联招聘联合发布的《新冠疫情对劳动力市场、中国及全球产业链的影响》报告，2020Q1招聘职位数同比下降27.8%，其中，文化传媒类企业职位数下降比例最大，达到44%，政府与能源类企事业单位职位数下降比例最小，均不超过10%。分经验需求来看，工作经验在3年以下的职场新人最为艰难，职位数下降比例超20%。另一方面，新冠疫情爆发期，正值高校春招季，BOSS直聘发布的《2020应届生春招求职趋势报告》显示，自2020年2月3日至3月31日，活跃求职的应届生同比增长56%，同时，2020Q1“无经验”需求的职位数同比下降11%，应届毕业生求职市场竞争更加激烈。综上所述，巨大的人才供需错配让就业形势更加严峻，应届毕业生与职场新人通过学历背景提升与职业考试培训来提高个人职业竞争力的需求迫切，市场潜在培训需求得到释放。

2020年Q1中国不同行业企业职位数下降比例



注释：数据已模糊处理，仅供参考。
来源：《新冠疫情对劳动力市场、中国及全球产业链的影响》，艾瑞咨询研究及绘制。

2020年Q1中国不同经验需求的职位数下降比例



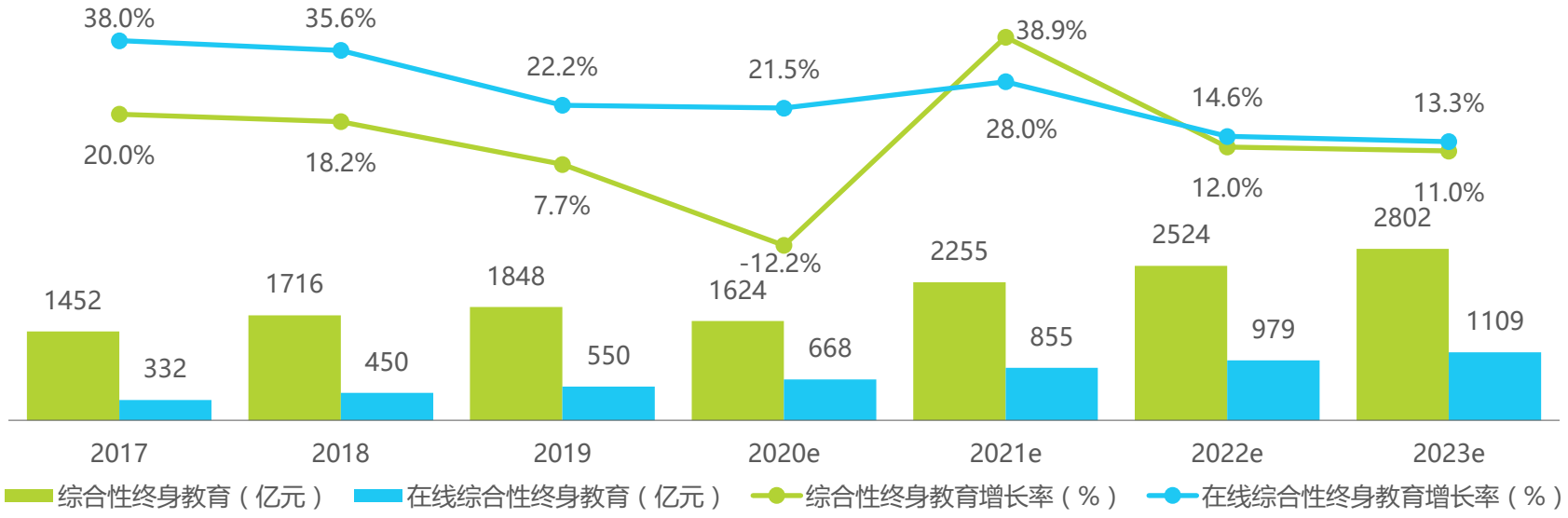
注释：数据已模糊处理，仅供参考。
来源：《新冠疫情对劳动力市场、中国及全球产业链的影响》，艾瑞咨询研究及绘制。

行业市场规模

2020年规模达1624亿，梯级服务、供给改革、市场下沉是关键

根据艾瑞咨询自主统计及核算，2020年，中国综合性终身教育行业市场规模达1624亿元，受疫情影响，同比增速约为-12.2%，在线综合性终身教育行业的市场规模达668亿元，同比增长21.5%。未来：1）覆盖更长用户生命周期的梯级化服务体系将逐渐完善，围绕用户生活、工作等更多场景下的知识内容也将逐步课程化，并形成相对统一的行业规则和较为透明的定价原则，促进行业长期稳健的发展。2）社会范围内的教育理念正在逐渐发生转变，职业教育终身化浪潮下，校企合作与人才共育程度加深，行业供给侧改革进程加快，将形成持续且稳定的人才自主进入通路，促进行业规模持续增长。3）在现有业态的基础上，行业对下沉市场的探索将更加深入和广泛，如针对三四五线城市居民的认知习惯进行课程内容设计和市场营销推广，促进下沉市场的人才就业与发展。

2017-2023年中国综合性终身教育行业市场规模



注释：“综合性终身教育市场规模”统计口径包含ToC的职业非学历教育和通识教育；
职业非学历教育主要核算“职业资格考试”和“职业技能培训”，其中，1）“职业资格考试”不包含成人学历教育，即不包括网络教育、成人高考、电大、自考、考研；2）“职业技能培训”不包含成人语言培训，以及美容美发、汽修驾驶、烹饪糕点等偏蓝领的职业培训；通识教育的在线化程度高，拉高了整体综合性终身教育的在线化率。
来源：艾瑞咨询研究院自主统计及核算。

©2021.1 iResearch Inc.

市场玩家图谱

2020年中国综合性终身教育市场玩家图谱

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

核心竞争要素

好的平台力争“内外兼修”，用户口碑和自身硬实力缺一不可

2020年中国综合性终身教育平台核心竞争要素分析

用户学习路径规划

1）为用户定义明确的需求起点及目标终点；2）基于知识或经验，为其规划执行路径，提供获得感的能力...

兴趣圈层渗透

1）产品或服务在对应用户圈层的渗透情况；2）圈层口碑及传播；3）圈层资源对接能力...

深度用户联结

1）用户数量；2）用户付费意愿及付费能力；3）用户活跃度及内容生产能力；4）用户社会影响力...

品牌信用及口碑塑造

1）企业定位；2）品牌印象及品牌联想；3）品牌信用及用户口碑；3）正面教育成果...

头部讲师的吸引及培育

1）头部讲师数量及合作情况（独家/首发等）；2）头部讲师培育机制及资源扶持；3）各层级讲师内容生产能力...

课程内容及服务完善

1）创造自主知识产权的能力；2）内容专业性及易学性；3）产品体系化程度、丰富度及服务完善性...

技术创新及数据驱动

1）数据维度及数据量；2）创新技术研究（如自适应学习）；3）创新技术应用（如指导课程选题）...

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

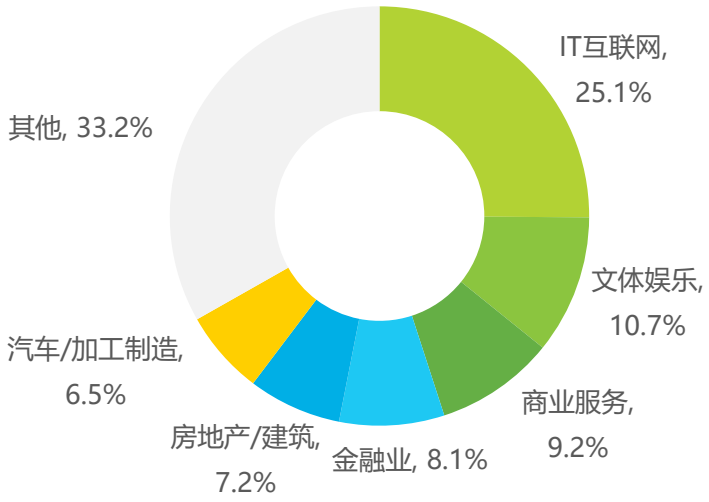
©2021.1 iResearch Inc.

未来发展趋势（1/2）

夯实线上线下融合能力，根据市场需求进行品类扩充

从培训服务的供给端来看，一方面，由于传统职业培训多以线下为主，且不同品类的职业培训对线下场景的依赖程度不同，机构线上化程度不一，线上化后的体验参差不齐，因此，线上化转型短期来看是能力问题，长期来看是决心问题，线上线下融合绝非易事。另一方面，职业培训需求刚性不足（相较于K12），因价格与服务交付质量的差异，线下参培学员转到线上后可能存在较高的退费情况，具备较强学习意愿且价格敏感度高的用户可能会向在线职业教育平台流动，其普惠性的价格支持与泛在化的学习条件更加适配职场人士的处境。于机构而言，后疫情时代，随着部分线下中小机构淘汰出局，头部及线上线下融合的机构借机加快开拓市场，头部效应显现。在此背景下，中小机构可对需求较强、易在线化及具备相对完善的认证体系与鉴定标准的新品类进行扩充，并通过OMO的教学服务交付形式，夯实品牌份额。

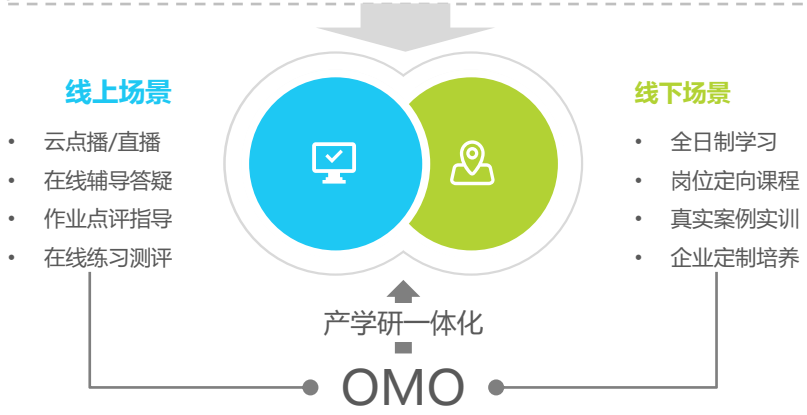
2020年我国高校应届毕业生期望行业分布



来源：中国人民大学&智联招聘《2020年大学生就业力报告》，艾瑞咨询研究院研究绘制。

2020年我国部分新职业类目与新教学模式

- IT互联网：人工智能/物联网/大数据/云计算工程技术人员；物联网安装调试员、工业机器人系统操作员/运维员
- 文化娱乐：电子竞技运营师、电子竞技员
- 商业服务：数字化管理师



来源：人社部，艾瑞咨询研究院研究绘制。

未来发展趋势（2/2）

创新技术渗透产业环节，促进B端效率提升及C端精细化学习；与传统产业及个体协作，开放生态及挖掘新型产业价值点

2020年中国综合性终身教育的未来发展趋势

B端

语音/图像识别

精准识别音视频课程内容，自动生成文稿或进行内容定位，降低人力成本及监管难度

知识点串联

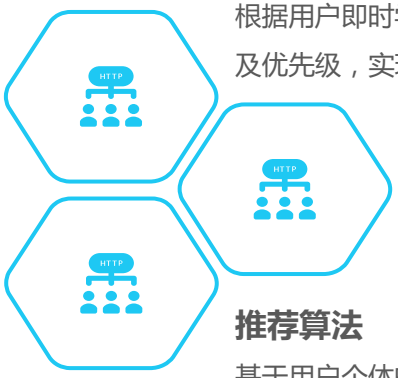
对知识点进行颗粒化拆解，并建立自动化串连路径，以促进跨学科/领域的智能算法迭代

“水印”溯源

对音视频课程植入“水印”记录，一旦泄露可追踪具体泄露路径及时间，实现版权保护

教育场景的技术改造

C端



自适应学习

根据用户即时学习情况，自动调整学习内容及优先级，实现智能化条件下的“因材施教”

用户关联

基于用户的兴趣、知识量及个人标签，建立相似人群关联及相似学习偏好关联

推荐算法

基于用户个体的知识结构及学习情况，为其定制符合其学习需求及兴趣的学习计划

开放生态与价值释放

用户：输出多元场景教育服务

基于以智能音箱、电子书阅读器为代表的硬件设备，渗透用户多元生活场景，加速市场教育与观念转变。

出版：成为出版社的合作方

基于在线课程收集用户行为反馈，进行市场先验及内容迭代，反向为出版社输出经过测试的课程内容。

教育：精品内容反哺学历教育

基于讲师及内容专业化、精品化的趋势，形成教学指导反哺校园学历教育。

培训：为企业制定培训计划

基于企业具体的认知及能力类培训需求，灵活拆解课程，定制化输出通识与职业培训服务包。

来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

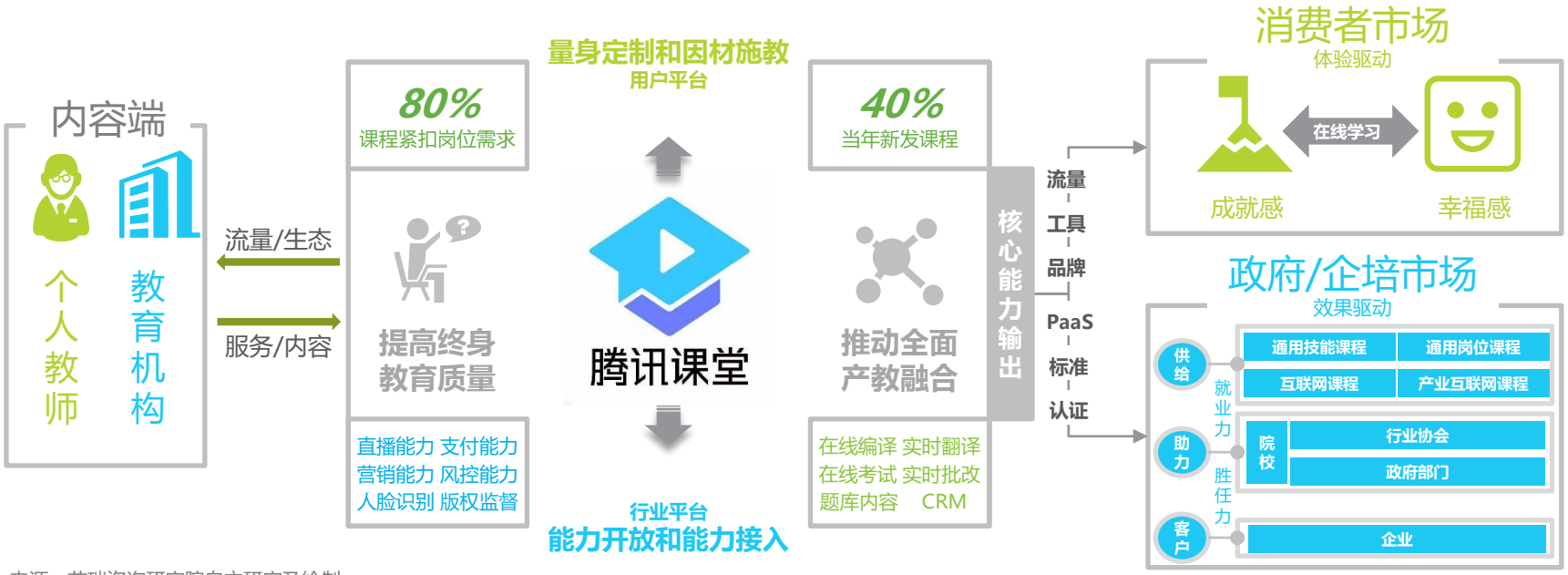
终身教育趋势分析	1
腾讯课堂平台生态	2
腾讯课堂类目洞察	3
腾讯课堂学员洞察	4

腾讯课堂的商业模式

构建终身教育产业互联平台和生态

2020年，腾讯课堂实现全面战略升级，从B2B2C在线职业教育平台升级为综合性终身教育平台，通过释放平台的产品能力，打造开放的生态体系，集合行业内多方供应商的优势能力，携手政府与行业协会，服务更广阔的政-校-企客户，助力教育行业生态的“数字化”发展。具体来看，腾讯课堂通过不断激励教育机构与个人老师产出优质内容以更好地服务C端学员，为学员带来极致的用户体验。与此同时，腾讯课堂还承接了由疫情催生出的大量企业培训需求，为企业内训的线上化转型提供了集教学能力、数据能力和课程内容为一体的数字化解决方案，并于疫情期间，为数千所学校提供了免费的在线授课服务，疫情期间在线学习人数超过6000万人。作为在线综合性终身教育的“立交桥”，腾讯课堂未来将连接上下游的各个端口，实现学员、教育机构、院校、企业间的无缝衔接，真正畅通无阻、高效地向社会输送高技能人才。

2020年腾讯课堂商业模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

腾讯课堂的平台规模

支持30万+学校/教育机构/企业实现规模化教学与运营；在架课程近30万，入驻教育机构11万+

2020年腾讯课堂平台规模

周度巅峰上课人数
2300万+

30万+
学校/教育机构/企业

支持规模化教学和机构运营，一体化工具完备可靠

在架课程总数
近30万

签约入驻教育机构

11万+

疫情爆发期（2020年2月-3月），近5000家教育机构入驻腾讯课堂

企业

2.5万+

包括国家电力建设集团、中石油勘探开发研究院、恒大集团等有完整使用记录的企业共1.1万家，在疫情得到控制后，6月依然在使用腾讯课堂极速版的企业客户有1800家

院校、事业单位等

16万+

包含北京航空航天大学（985/211），对外经济贸易大学（211），深圳职业技术学院（高职），上海市建筑工程学校（中职），广东岭南现代技师学院（技师）

注释：1）累计支持学校/教育机构/企业数量的口径为“试用过或注册过腾讯课堂”；2）在架课程：截止到2020.12.24，在腾讯课堂上能够搜索到并且可以购买的课程，不包括公立校课程，具体数值为26.96万；3）入驻机构数：截止到2020.11.30，在腾讯课堂上具有在架课程的机构
来源：腾讯课堂。

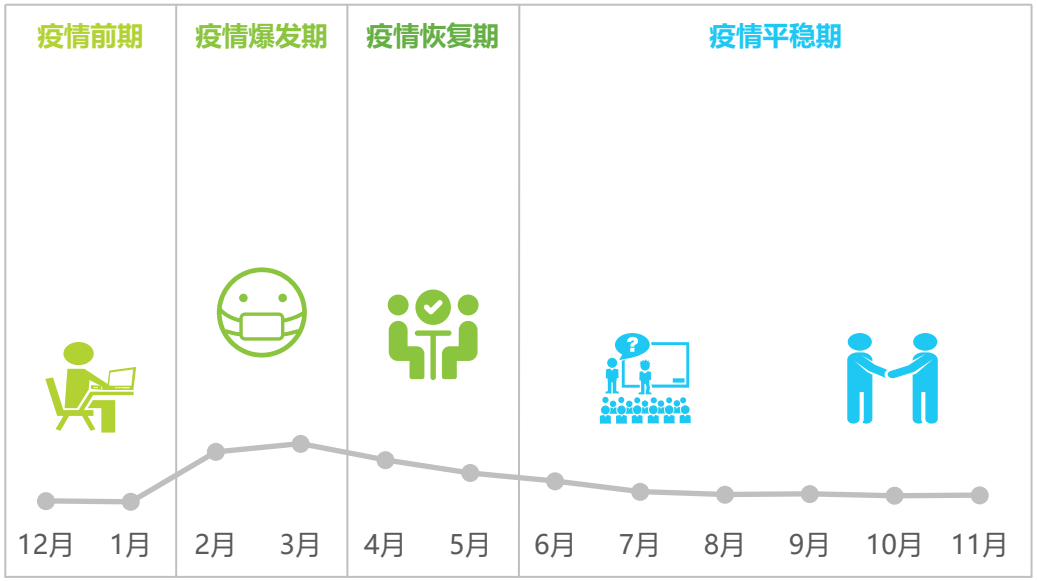
©2021.1 iResearch Inc.

腾讯课堂的平台规模

疫情催化下，全年周度上课人数峰值突破2300万；双十一大促期间，购课人数同比增长216%

2020年1月29日，为应对新冠疫情，我国各中小学校积极开展“停课不停学”，各高校也延期开学，进行线上授课，学生群体在线学习时长激增。同时，由于各企事业单位纷纷采取居家办公的方式防控疫情，成人群体逐渐形成在线办公、学习意识。因此，腾讯课堂在2月-3月的月活为全年最高，周度UV峰值突破2300万。自4月8日武汉解除封闭开始，各企事业单位大面积复工复产，步入5月后，疫情得到了有效控制，各类学校陆续开学，全国进入疫情恢复阶段，逐渐过渡到后疫情时代的平稳阶段。相较于疫情前，腾讯课堂在疫情平稳期活跃用户数量有较大幅度增长。

2020年腾讯课堂月度活跃用户趋势变化



2020年腾讯课堂在双十一大促期间和疫情期间的业务情况

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

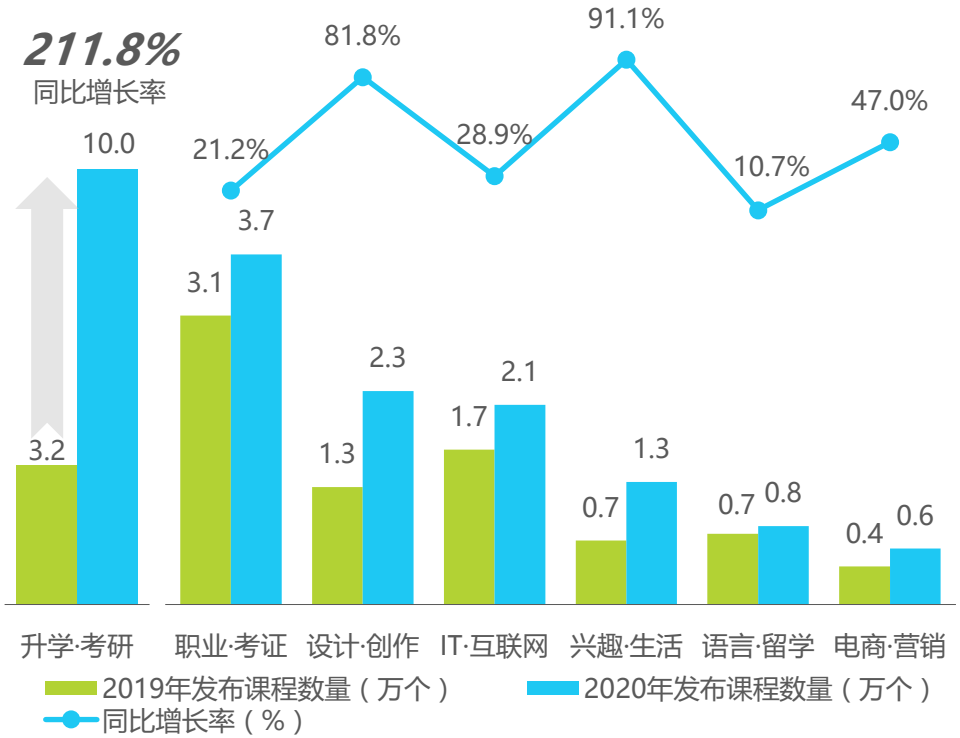
终身教育趋势分析	1
腾讯课堂平台生态	2
腾讯课堂类目洞察	3
腾讯课堂学员洞察	4

2020年用户学习情况

疫情背景下，升学·考研火爆一时，课程数量与上课人数激增

受新冠疫情影响，升学·考研类目的课程数量与上课人数激增，其发布课程数量达到10万个，同比增长211.8%，其上课人数占到总上课人数的40.7%。腾讯课堂在疫情期间积极响应国家“停课不停学”的号召，为众多K12用户提供支持。疫情逐渐稳定后，各类目学习人数情况与疫情前相似。

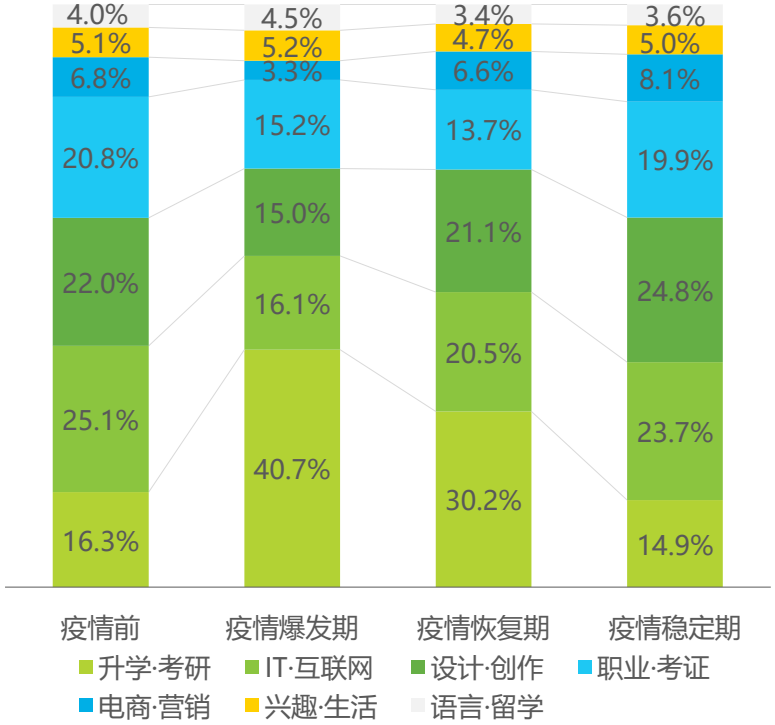
2019-2020年腾讯课堂各一级类目发布课程数量



注释：统计时间为2019.12-2020.11。其中，疫情前为2019.12-2020.01；疫情爆发期为2020.02-2020.03；疫情恢复期为2020.04-2020.05；疫情稳定期为2020.06-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

各时期上课用户学习类目对比



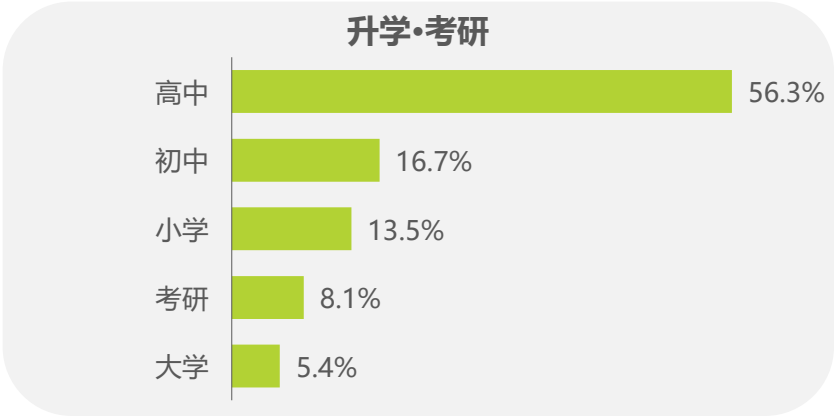
注释：统计时间为2019.12-2020.11。其中，疫情前为2019.12-2020.01；疫情爆发期为2020.02-2020.03；疫情恢复期为2020.04-2020.05；疫情稳定期为2020.06-2020.11。
来源：腾讯课堂。

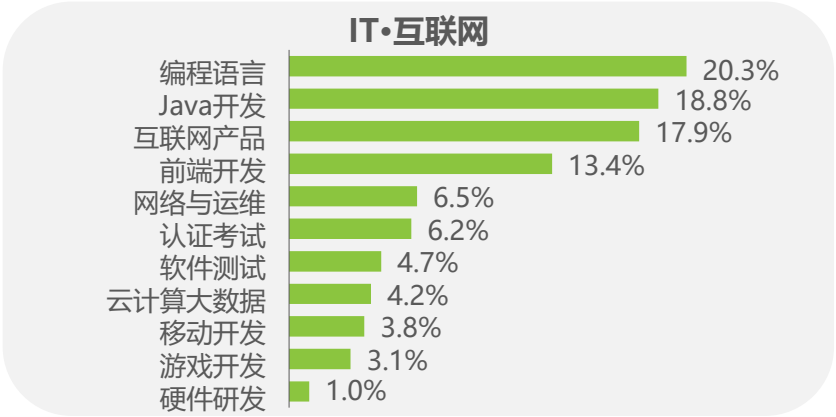
©2021.1 iResearch Inc.

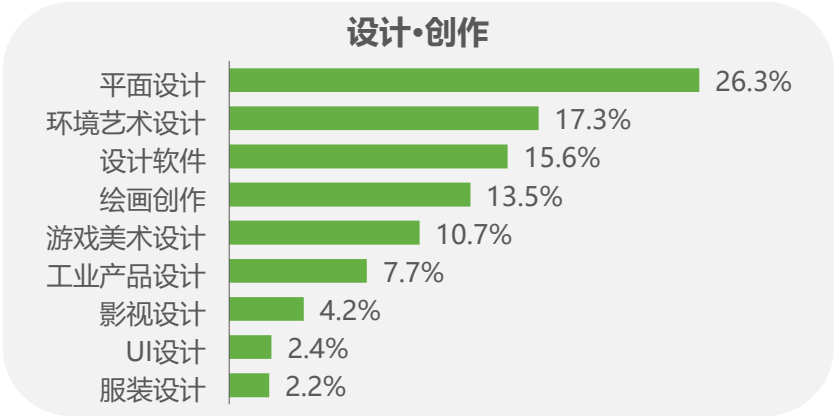
疫情爆发期用户学习类目偏好

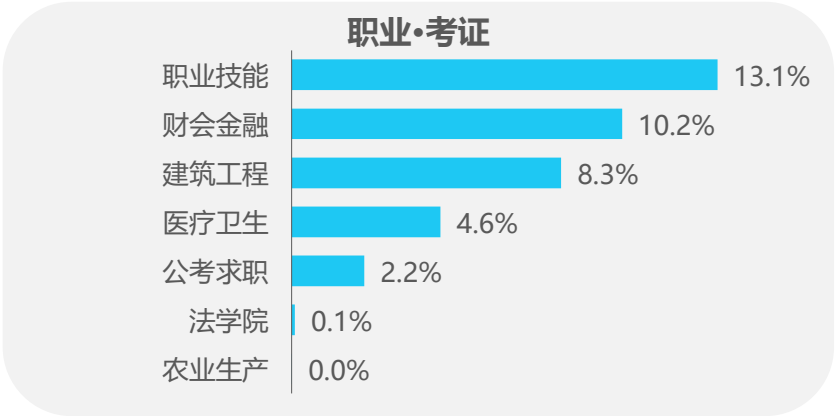
升学考研课程中高中课程上课人数占比最多；编程语言、平面设计、职业技能课程最受欢迎

2020年腾讯课堂上课用户学习类目偏好（二级类目）









注释：统计时间为2020.02-2020.03。
来源：腾讯课堂。

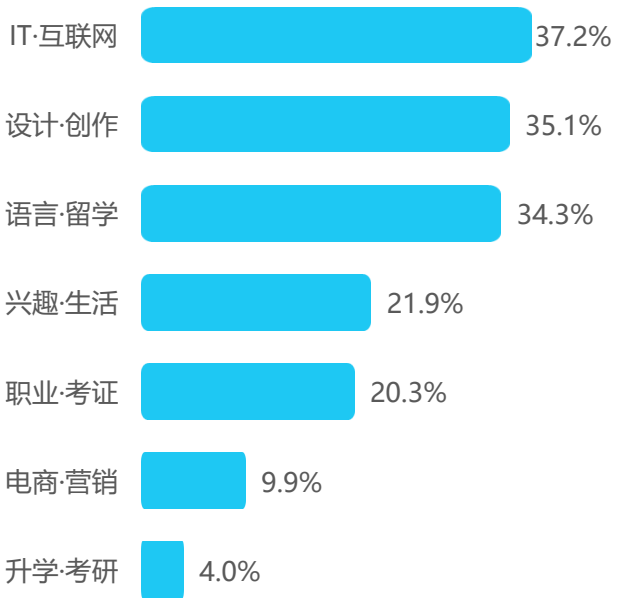
©2021.1 iResearch Inc.

2020年用户付费类目偏好

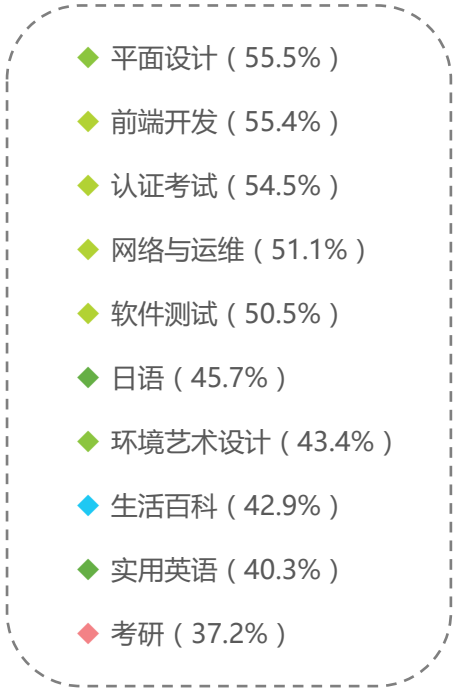
IT·互联网、设计·创作、语言·留学类课程用户付费意愿较高；平面设计、前端开发、认证考试的学员中超一半选择付费学

2020年腾讯课堂各类目用户付费情况

各一级类目报名付费课程的用户比例



各二级类目报名付费课程的用户比例TOP10



注释：统计时间为2019.12-2020.11。付费课程报名用户数占比=付费课程报名用户数/所有课程报名用户数（去重）。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年用户最爱报名类目TOP10

付费课程：Sketchup、时尚美妆、管综增长最快；
免费课程：智能制造、Go语言、电子竞技增长最快

2020年腾讯课堂各三级类目用户报名数量增长情况

付费课程报名数量增长率TOP10

1	**Sketchup**	ZBrush
2	**时尚美妆**	新媒体营销
3	**管综**	乐器演奏
	医学升学	产品运营
	Java零基础	音乐制作

免费课程报名数量增长率TOP10

1	**智能制造**	游戏美宣
2	**Go语言**	游戏运营
3	**电子竞技**	游戏角色设计
	畜牧养殖	普通话训练
	兴趣日语	创业教育

注释：2020年的统计时间为2019.12-2020.11； 2019年的统计时间为2018.12-2019.11；统计的类目不包含小学、初中、高中课程。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年新增类目用户报名偏好

新增类目中，朗诵主持报名用户最多，其次为声音美化及配音

2020年腾讯课堂新增三级类目用户报名情况

注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年各类目课程动销率TOP10

小额课DevOps动销率跃居榜首，C#、嵌入式开发略有上升；大额课动销率TOP10中以 IT·互联网类课程为主

2019、2020年腾讯课堂三级类目课程动销率TOP10

2019

推广课程

- PHP
- 自动化测试
- 考研数学
- Python
- 语文
- 工程造价（实操）
- 专升本
- 电商美工
- 室内设计
- Java进阶

小额课程

- 游戏角色设计
- 前端进阶
- 动画设计
- C#/.Net
- 注册工程师
- 嵌入式开发
- 新媒体营销
- 工程施工（技能）
- 机械设计
- C/C++

大额课程

- 初二
- 语文
- 注册工程师
- 插画
- 拼多多营销
- 前端进阶
- 工程造价（实操）
- 新媒体营销
- 证券投资
- 中考备战

2020

推广课程

- 机械设计
- PHP
- Rhino3D
- UG
- 产品设计
- 亚马逊
- 拼多多营销
- 安全
- Python
- 新媒体营销

小额课程

- DevOps
- C#/.Net
- 嵌入式开发
- 机械设计
- 机器学习
- 公共课
- Solidworks
- 管综
- PHP
- C/C++

大额课程

- 运维安全
- Java零基础
- 注册工程师
- 插画
- 专业课
- Linux运维
- 产品设计
- 室内设计
- 直播短视频电商
- 华为认证

注释：2020年的统计时间为2019.12-2020.11； 2019年的统计时间为2018.12-2019.11；推广课程为1-10元的课程，小额课程为10-1000元的课程，大额课程为1000元以上的课程。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

终身教育趋势分析	1
腾讯课堂平台生态	2
腾讯课堂类目洞察	3
腾讯课堂学员洞察	4

年度用户画像及行为偏好

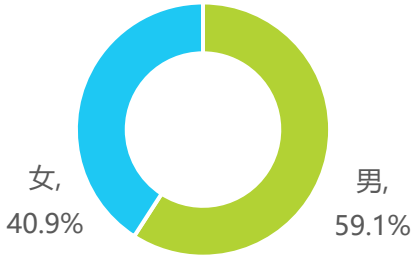
用户画像——性别及年龄

上课用户以男性居多，超四成用户为00后

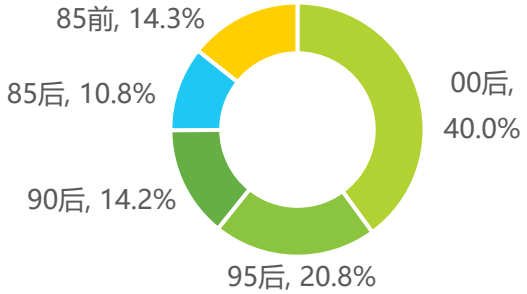
2020年腾讯课堂上课用户中，59.1%为男性，40.9%为女性。疫情前，上课用户中男性占比达65.0%，疫情爆发期及恢复期时，女性用户比例有所增加，随着疫情趋于平稳，上课学员性别基本与疫情前保持一致。从年龄来看，疫情爆发时，00后用户的占比激增，约为疫情前的1.6倍。进入疫情稳定期后，用户年龄构成与疫情前相似，其中00后的占比有较大增长。

2020年腾讯课堂上课用户画像——性别及年龄分布

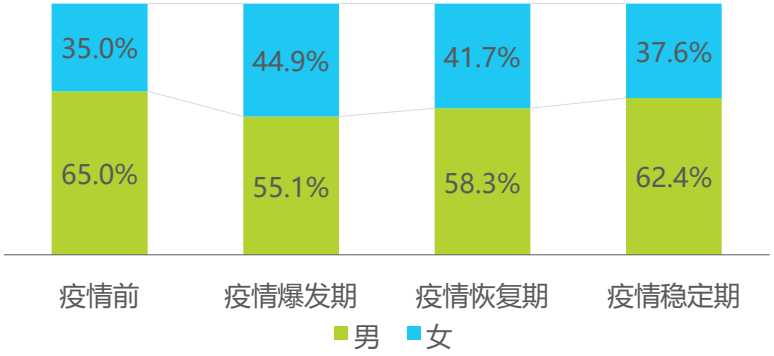
整体情况——性别分布



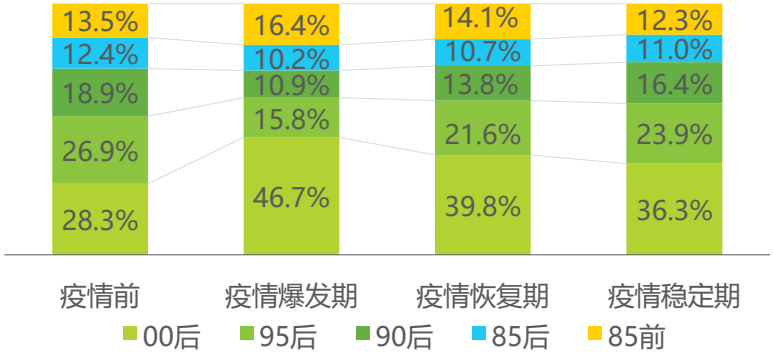
整体情况——年龄分布



各时期用户性别分布对比



各时期用户年龄分布对比



注释：统计时间为2019.12-2020.11，其中，疫情前为2019.12-2020.01；疫情爆发期为2020.02-2020.03；疫情恢复期为2020.04-2020.05；疫情稳定期为2020.06-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

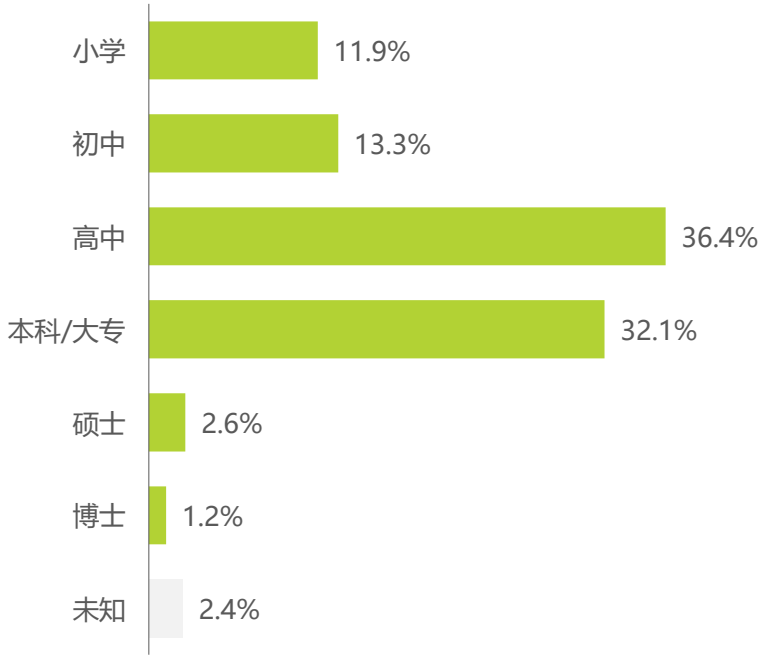
用户画像——学历

疫情爆发时K12用户占比超六成

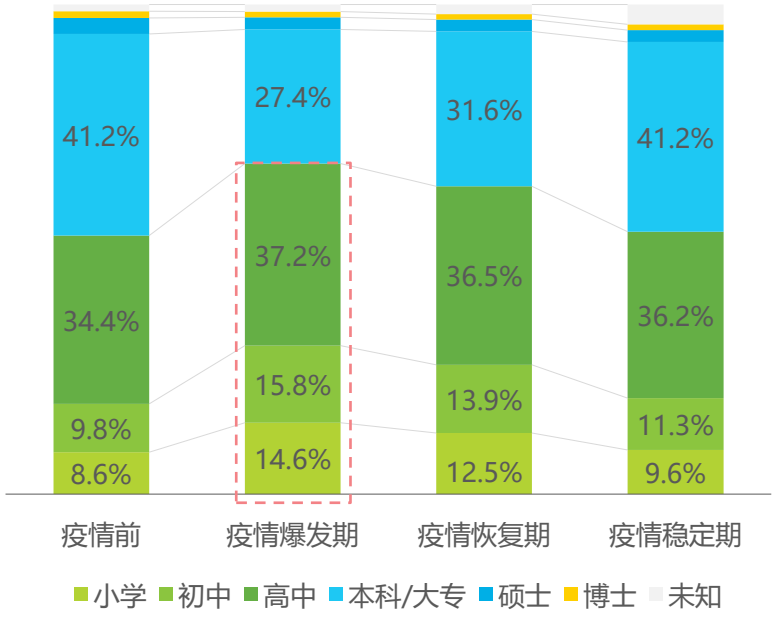
2020年腾讯课堂上课用户学历以高中（36.4%）、本科/大专（32.1%）为主。疫情爆发时，小学、初中用户有所增加，约为疫情前的两倍。疫情稳定后，上课用户学历情况与疫情前大致相似，以本科/大专居多（41.2%），K12用户占比较疫情前有小幅度增长。

2020年腾讯课堂上课用户画像——学历分布

整体情况



各时期用户学历分布对比



注释：统计时间为2019.12-2020.11，其中，疫情前为2019.12-2020.01；疫情爆发期为2020.02-2020.03；疫情恢复期为2020.04-2020.05；疫情稳定期为2020.06-2020.11。
来源：腾讯课堂。

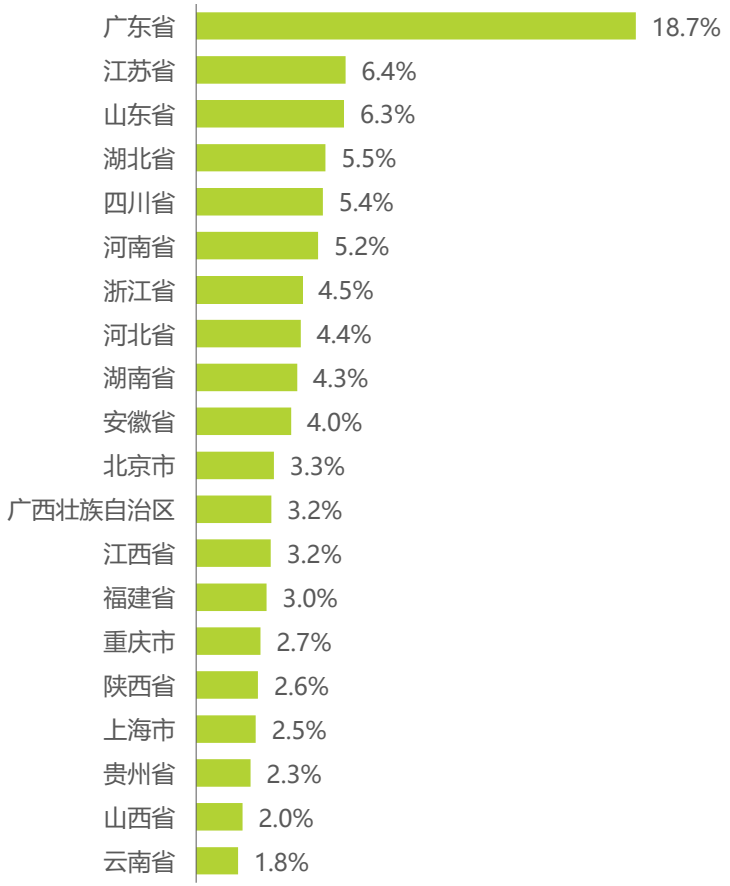
©2021.1 iResearch Inc.

用户画像——地域

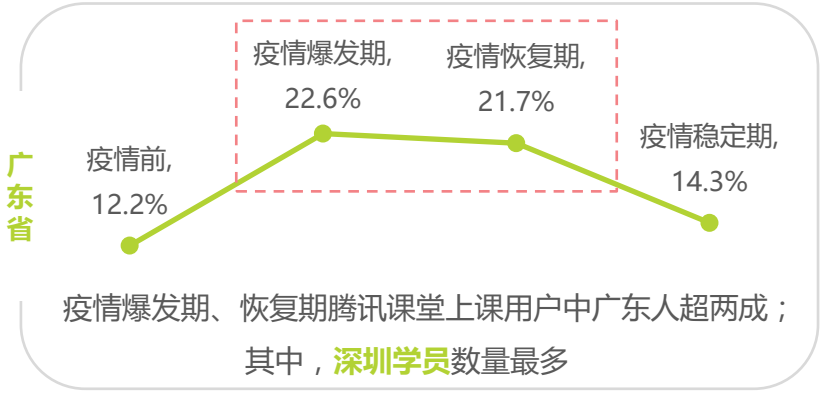
广东省用户超两成，疫情爆发时广东湖北用户占比有所上升

2020年腾讯课堂上课用户画像——地域

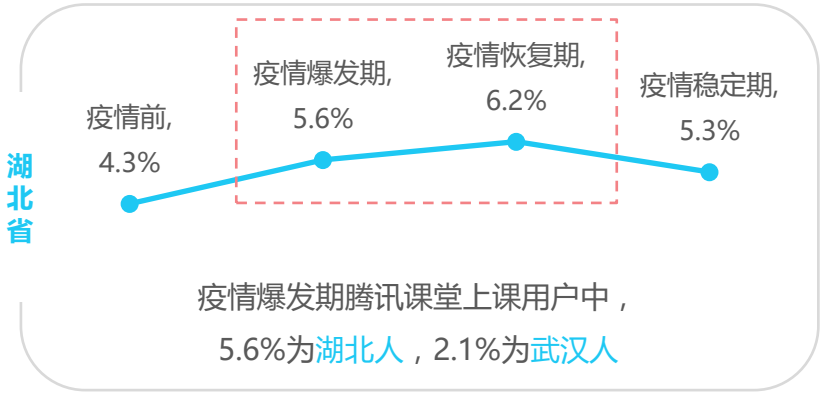
用户地域分布TOP20



各时期用户地域分布对比



疫情爆发期、恢复期腾讯课堂上课用户中广东人超两成；其中，**深圳学员**数量最多



疫情爆发期腾讯课堂上课用户中，5.6%为湖北人，2.1%为武汉人

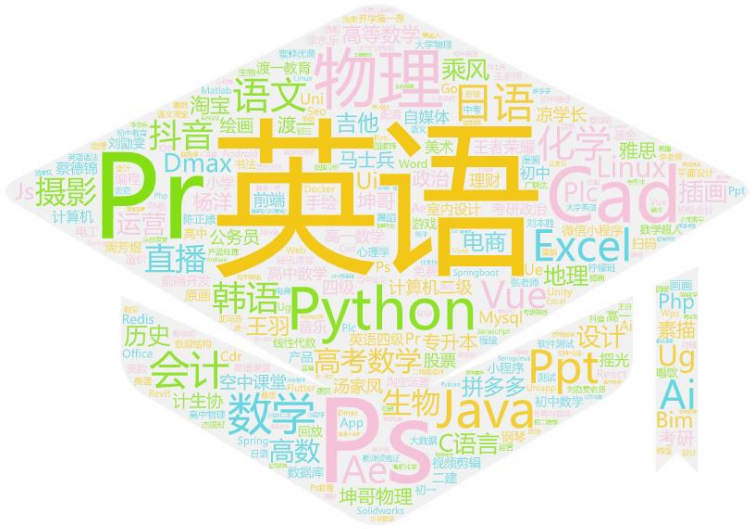
注释：统计时间为2019.12-2020.11，其中，疫情前为2019.12-2020.01；疫情爆发期为2020.02-2020.03；疫情恢复期为2020.04-2020.05；疫情稳定期为2020.06-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

用户行为——搜索

2020年度搜索热词：英语、PS；Python成为最多用户搜索的编程语言

2020年腾讯课堂搜索热词分布



2020年搜索用户数量增长最快的热词

直播、大学英语、计算机二级office、配音、游戏

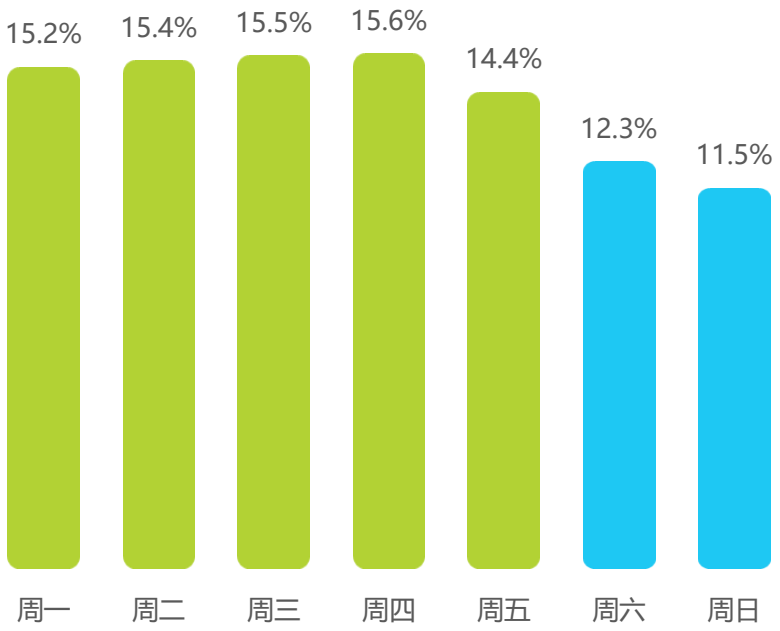
注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

用户行为——学习时间

最爱在周一至周四学习，周末上课用户较少；上午10点、下午3点、晚上8点是学习高峰时段

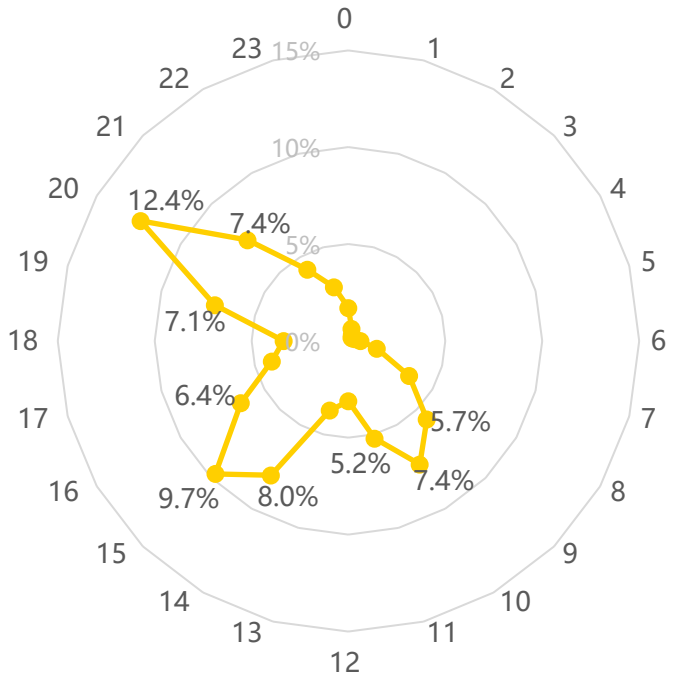
2020年腾讯课堂用户学习时间偏好——周内



注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年腾讯课堂用户学习时间偏好——日内



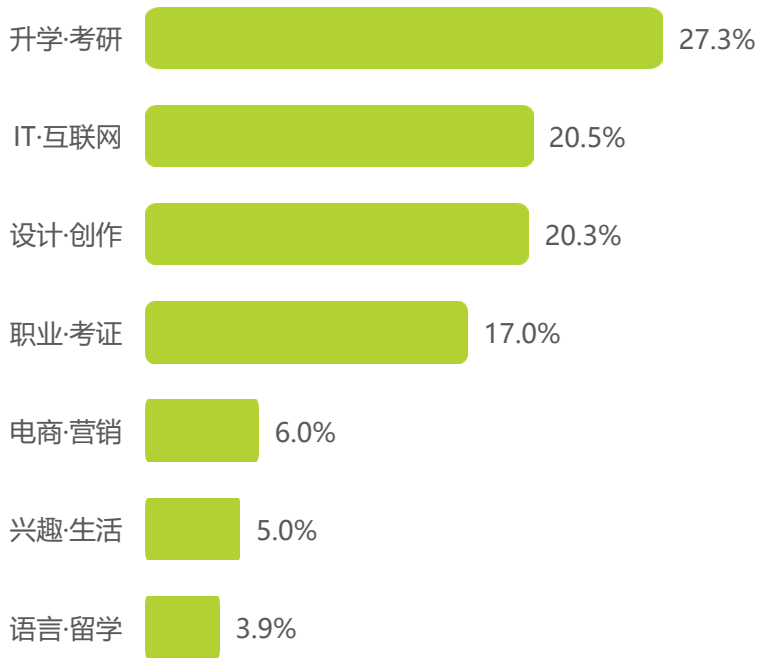
注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

用户行为——学习类目

由于疫情期间K12用户的涌入，从全年看，升学·考研最热门；电商·营销到课率最高，职业·考证完课率最高

2020年腾讯课堂上课用户学习类目偏好



注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年腾讯课堂各类目完课率及到课率

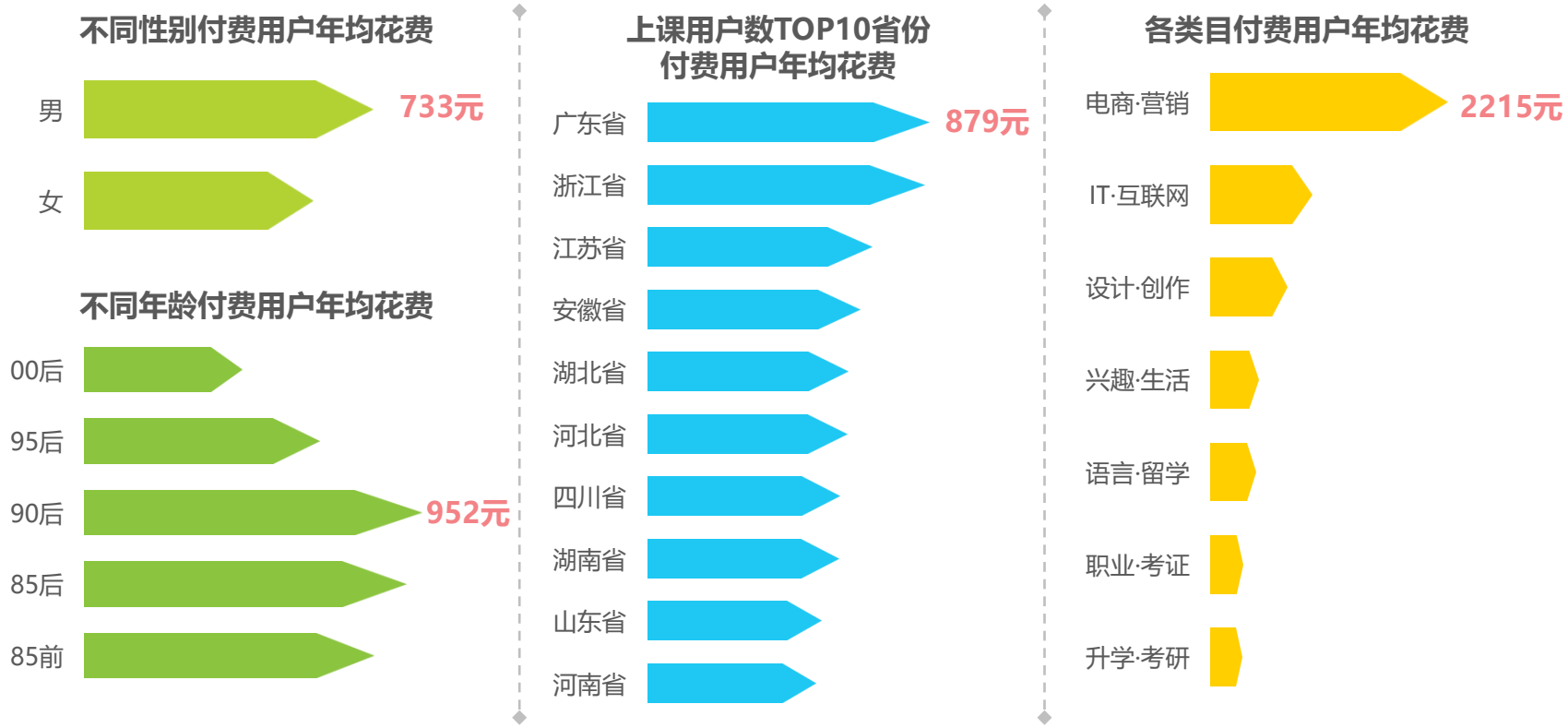
注释：统计时间为2019.12-2020.11。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

用户行为——付费

男性比女性年均花费更高；
90后与学习电商·营销的用户最舍得花钱

2020年腾讯课堂各类型付费用户年均花费



注释：统计时间为2019.12-2020.11；某类用户年均花费=该类用户年均花费总额/该类付费用户总数（付费＞0元）；统计地域不包含港澳台地区。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

2020年腾讯课堂用户学习类目变化

2020年腾讯课堂三级类目上课用户数量变化

管理类专业是00后考研的热门方向

✓ 2020年学习**管综**的00后学员是2019年的**14.7**倍

男性热衷学日语

✓ 2020年学习**日语**的男性学员是2019年的**7.5**倍

95后对外语感兴趣

✓ 2020年学习**外语翻译**的95后学员是2019年的**10.0**倍

女性也爱学游戏相关课程

✓ 2020年学习**电子竞技、游戏运营的**女性学员是2019年的**8**倍

85、90后缓解职场焦虑的方式是考证

✓ 2020年学习**国际考证**的90后学员是2019年的**5.3**倍；85后学员是19年的**9.4**倍

2020年：

✓ 广东学习**直播短视频电商**的学员是2019年的**17.5**倍

✓ 湖北学习**职业护士**的学员是2019年的**14.6**倍

✓ 江苏学习**事业单位课程**的学员是2019年的**12.7**倍

✓ 山东学习**健康管理师**的学员是2019年的**9.0**倍

✓ 四川学习**游戏美宣**的学员是2019年的**13.1**倍；学习**特效与后期**的学员是2019年的**14.0**倍

注释：2020年的统计时间为2019.12-2020.11； 2019年的统计时间为2018.12-2019.11；统计的类目不包含小学、初中、高中课程。
来源：腾讯课堂。

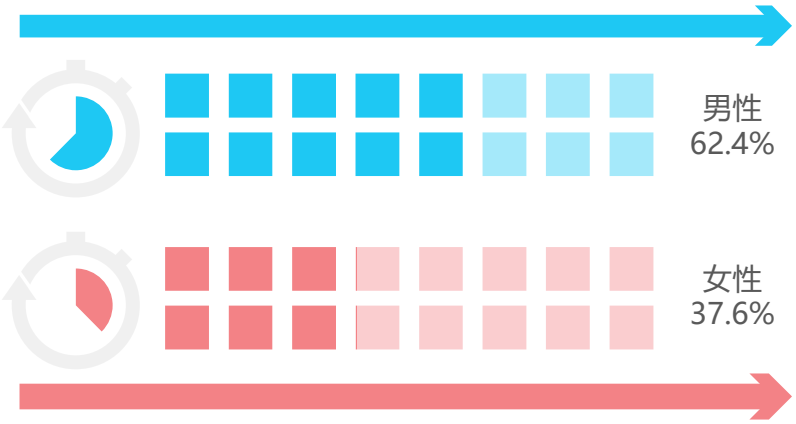
©2021.1 iResearch Inc.

典型用户学习情况

不同性别用户学习偏好

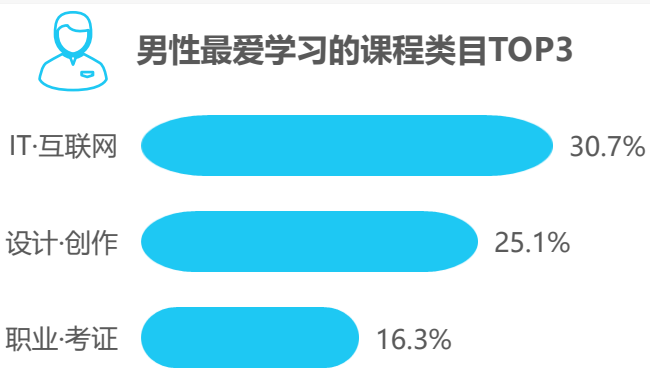
疫情进入稳定期后用户以男性居多；男性最爱学IT，女性喜欢发展职业能力

2020年腾讯课堂典型用户性别分布



2020年腾讯课堂不同性别用户学习类目偏好

男性最爱学习的课程类目TOP3



女性最爱学习的课程类目TOP3

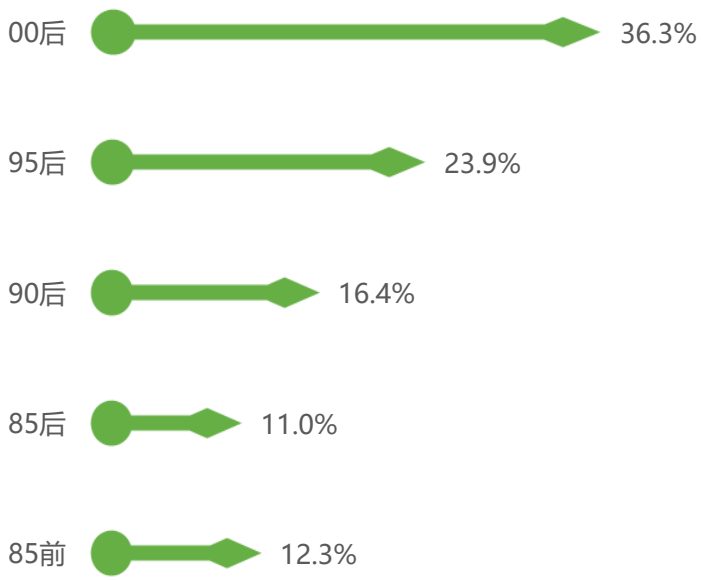
注释：疫情爆发期及恢复期腾讯课堂K12用户激增，随着疫情平稳，用户性别、年龄分布基本与疫情前一致，因此典型用户数据统计时间为2020.06-2020.11（疫情稳定期）。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

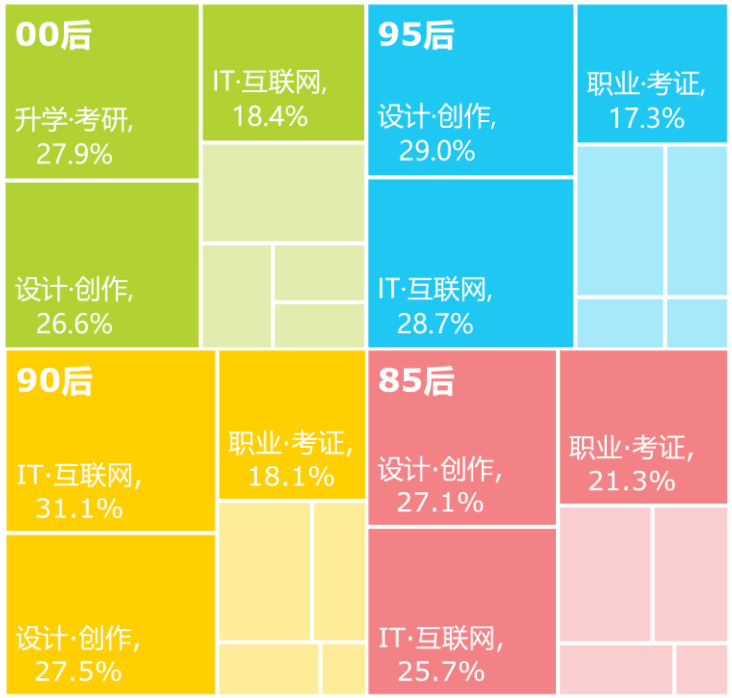
不同年龄用户学习偏好

00后学习为升学，95后、90后学习为工作；85后学习目的呈多样化

2020年腾讯课堂典型用户年龄分布



2020年腾讯课堂不同年龄用户学习类目偏好



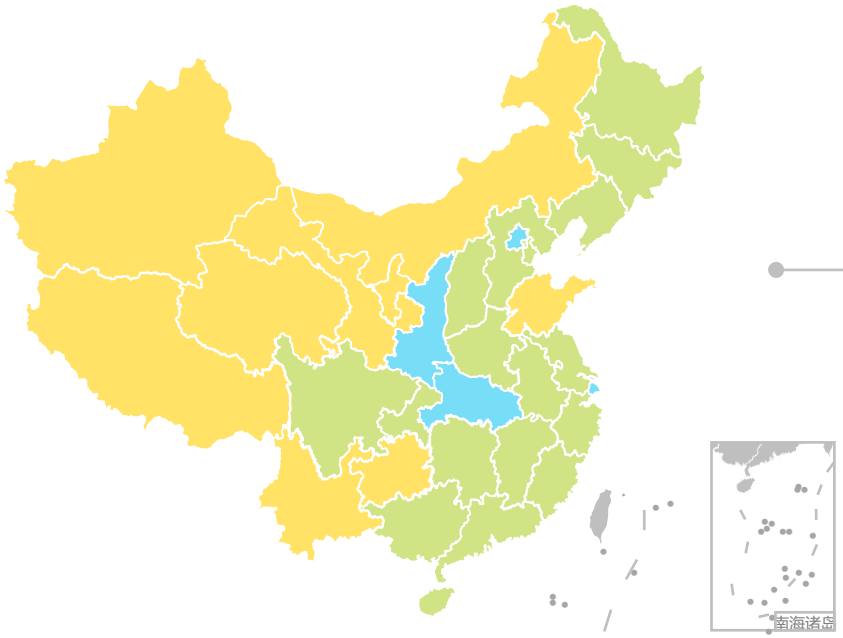
注释：疫情爆发期及恢复期腾讯课堂K12用户激增，随着疫情平稳，用户性别、年龄分布基本与疫情前一致，因此典型用户数据统计时间为2020.06-2020.11（疫情稳定期）。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

不同省份用户学习偏好

大多数省份学员最爱学设计·创作课程；西部地区学员更爱学职业·考试课程

2020年腾讯课堂不同省份用户学习类目偏好



最爱学习设计·创作课程的省份

浙江（30.1%）、江苏（27.6%）、福建（27.3%）
广东（26.8%）、广西（26.7%）、辽宁（26.2%）
天津（26.1%）、海南（25.8%）、河北（25.7%）
黑龙江（25.6%）、湖南（25.2%）、四川（25.1%）
河南（25.0%）、吉林（25.0%）、山西（24.9%）
江西（24.9%）、重庆（24.3%）、安徽（23.3%）

最爱学习IT·互联网课程的省份

北京（41.1%）、上海（36.4%）、陕西（26.7%）
湖北（25.5%）

最爱学习职业·考试课程的省份

西藏（33.7%）、宁夏（26.1%）、内蒙古（26.8%）
新疆（27.4%）、青海（31.8%）、云南（27.5%）
甘肃（26.4%）、贵州（25.5%）、山东（25.3%）

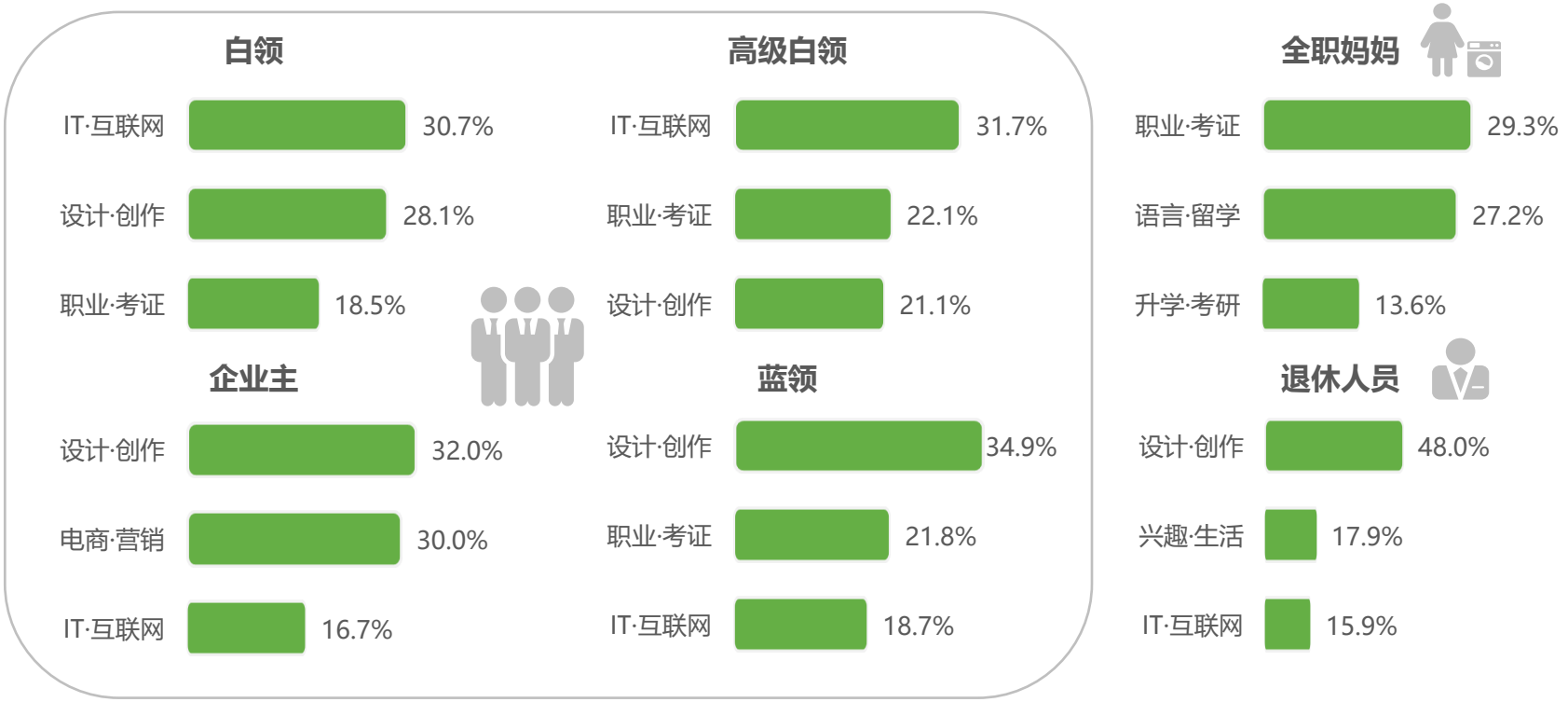
注释：疫情爆发期及恢复期腾讯课堂K12用户激增，随着疫情平稳，用户性别、年龄分布基本与疫情前一致，因此典型用户数据统计时间为2020.06-2020.11（疫情稳定期）。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

不同职业用户学习偏好

白领爱学IT·互联网，企业主爱学设计·创作及电商·营销；全职妈妈爱学职业·考证及语言，退休人员最爱学设计·创作

2020年腾讯课堂不同职业用户学习类目偏好

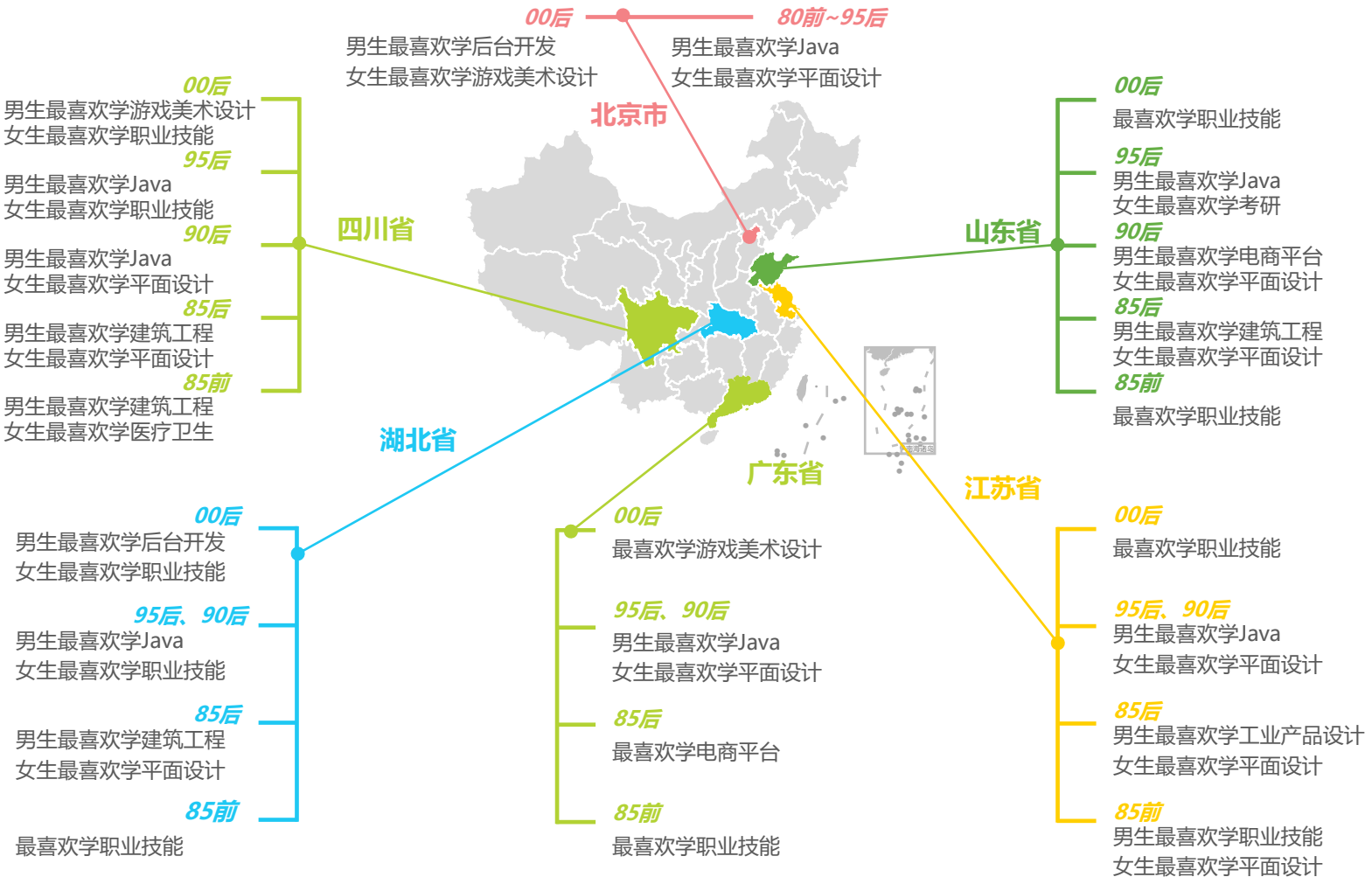


注释：疫情爆发期及恢复期腾讯课堂K12用户激增，随着疫情平稳，用户性别、年龄分布基本与疫情前一致，因此典型用户数据统计时间为2020.06-2020.11（疫情稳定期）。
来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

用户最爱学习的二级类目

2020年腾讯课堂上课用户二级学习类目偏好



注释：疫情爆发期及恢复期腾讯课堂K12用户激增，随着疫情平稳，用户性别、年龄分布基本与疫情前一致，因此典型用户数据统计时间为2020.06-2020.11（疫情稳定期）。
统计的二级类目不包含小学、初中、高中课程。

来源：腾讯课堂。

©2021.1 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询

海量行研报告免费读