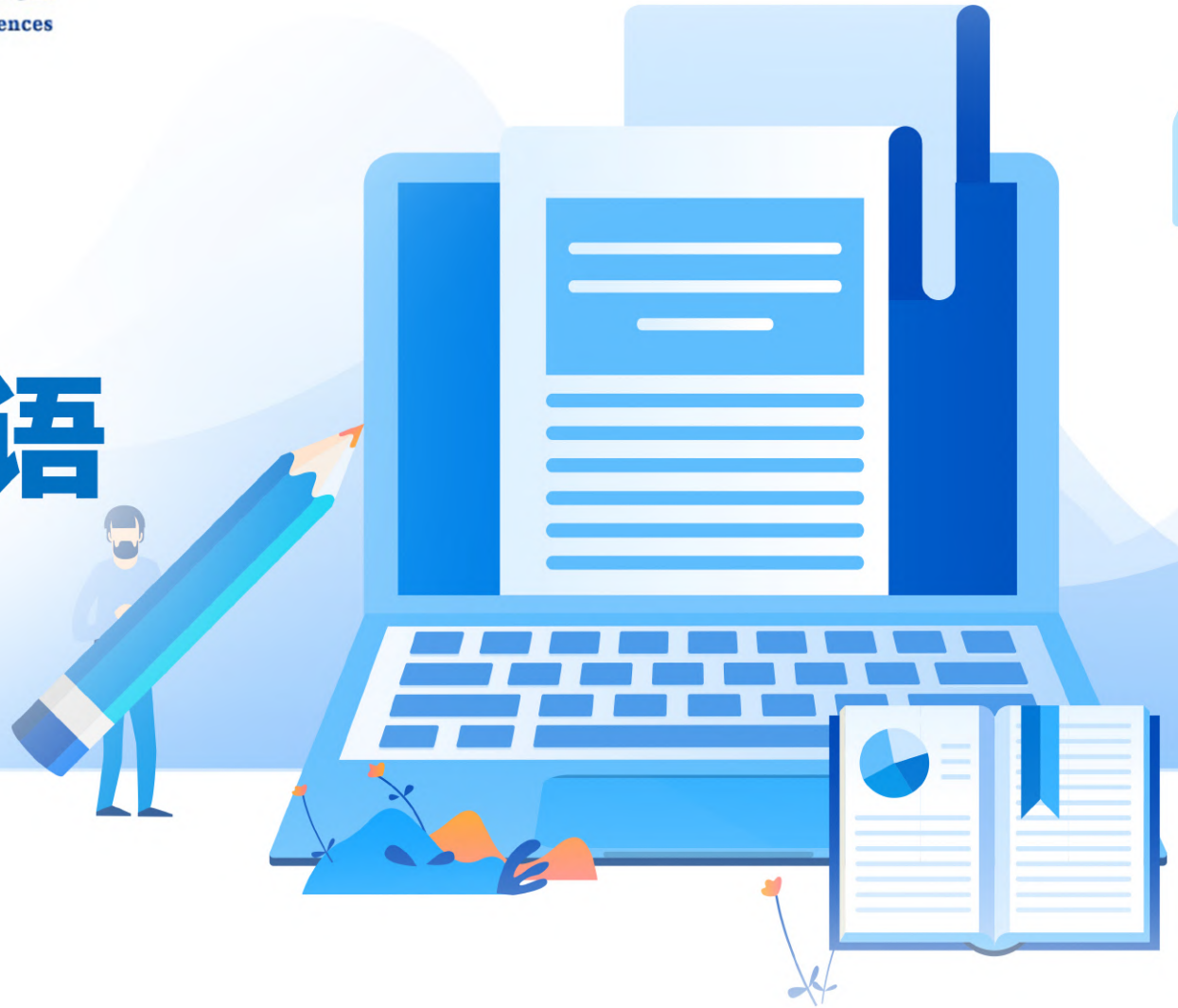
中国科学院大数据挖掘与知识管理重点实验室
Key Laboratory of Big Data Mining and Knowledge Management, Chinese Academy of Sciences

2020年
中国在线青少儿英语教育市场报告



目录

Contents

一 调研背景及目的

二 核心结论

三 市场分析与行业观察

四 用户需求与满意度调研

五 师资供给与画像分析

调研背景及目的

1. 结合消费者洞察，从市场、用户、品牌等多个视角对于在线青少儿英语市场进行扫描，分析中国在线青少儿英语全行业发展的现状和趋势。
2. 了解家长对在线青少儿英语教育品牌的满意度及建议等，促进在线英语教育企业更好发展，构建更为良性的发展生态圈。

研究方式及数据来源

本次报告通过使用行业资料整理分析、问卷调查、样本企业调研等方法，结合中科院大数据实验室采集数据，研究整体行业发展及用户对在线青少儿英语品牌的评价。其中，在线问卷发放对象为幼儿园-初中适龄学生家长，覆盖全国1-4线的37个城市，累计发放人次5123份，回收有效问卷3316份。时间截至2020年4月30日。

核心结论

市场规模和品牌份额：

1 目前在线青少儿英语培训市场渗透率达到22%，在线用户规模约为580万人，收入规模约260亿。从市场细分来看，目前主要分为北美外教1对1、菲教1对1、小班课、大班课和轻课等产品模式。其中，北美外教1对1的市场占比高达47%，VIPKID占据这一赛道最大份额，远超其他品牌的总和。

政策及疫情影响：

2 2019年，在线教育监管办法出台，为在线教育平台资质与管理提供了标准线。政策门槛的提升，加速了行业的整合，品牌头部效应更加明显。2020年年初，线上教学需求火爆，行业迎来发展新机遇。

用户偏好：

3 72%家长愿意选择线上学习，线上学习意愿度首次超过线下机构。53%的家长倾向于为孩子选择1对1外教课，这也是在线青少儿英语教育市场最受欢迎的班课模式。

用户分布：

4 整体来看，北上深杭等一二线城市仍占据在线青少儿英语学习市场的主流。在学员增速最快的TOP20城市中，三亚、大理、张家界、厦门等多个旅游城市霸榜。

师资水平：

5 北美外教硕博学历近5成，专业背景多样，教育学、语言学、艺术占比过半，超7000人来自藤校。

市场分析与行业观察

在线青少英语市场规模达260亿 预计2022年渗透率达51%

当前整体课外英语市场用户规模在2650万人，在线市场渗透率达到22%，在线用户规模约为580万人。相比线上市场，线下用户依然占市场大多数。从收入规模来看，英语课外培训市场规模达到约1250亿元，其中线上市场约260亿元，占21%。受疫情影响，今年2月至4月，在线教育需求火爆，行业渗透率快速提升。预计2021年底，在线青少儿英语市场渗透率将达到37%，2022年渗透率将达51%。

全国1-4线**适龄**(4-15岁)**城镇人口**：**~5,800万人**

英语课外培训市场：**~2,650万人**

线下英语课外培训市场：**~2400万人**

线上英语课外培训市场：**~580万人**

课外英语参培率：~ 46%

在线青少儿英语市场渗透率：~22%

政策门槛引导行业规范 疫情影响带来发展新机遇

2019年在线教育监管办法出台，为在线教育平台资质与管理提供了标准线。政策门槛的提升，加速了行业的整合，资质不合规的企业逐步退出赛场，超过1.2万家在线英语教育机构宣布破产，而市场占有率高、资质合规的品牌发展更为稳健，品牌头部效应更加明显。2020年初，受新冠疫情影响，线上教学需求火爆。根据投中数据，在年初创投市场动力不足、各行各业发展受限的情况下，在线教育逆势而行，融资总规模同比增长275%，行业迎来发展新机遇。

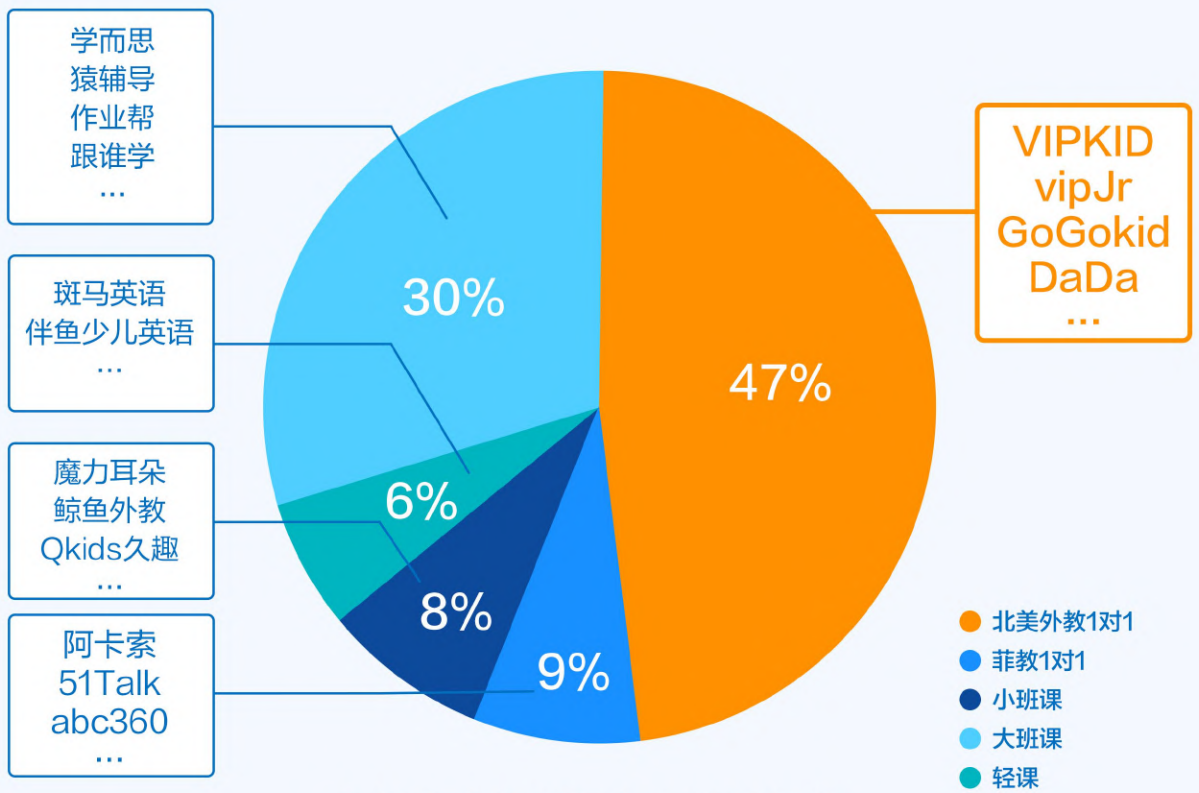
政策门槛提升
加速行业整合

品牌马太效应
愈加明显

教育在线化
势不可逆

在线北美外教1对1市场占比达47% VIPKID份额最高

从在线青少儿英语市场细分来看，目前主要分为北美外教1对1、菲教1对1、小班课、大班课和轻课等产品模式。从收入规模来看，北美外教1对1的市场占比高达47%，收入规模在110-120亿元，用户规模约130万。VIPKID占据这一赛道最大份额，远超其他品牌的总和。同时，大班课模式也在迅速崛起，学而思、猿辅导、作业帮分别占据这一赛道的前三名，市场规模总额占30%。此外，菲教1对1和小班课两个赛道增长乏力，份额均不足10%。



在线青少儿英语市场份额细分

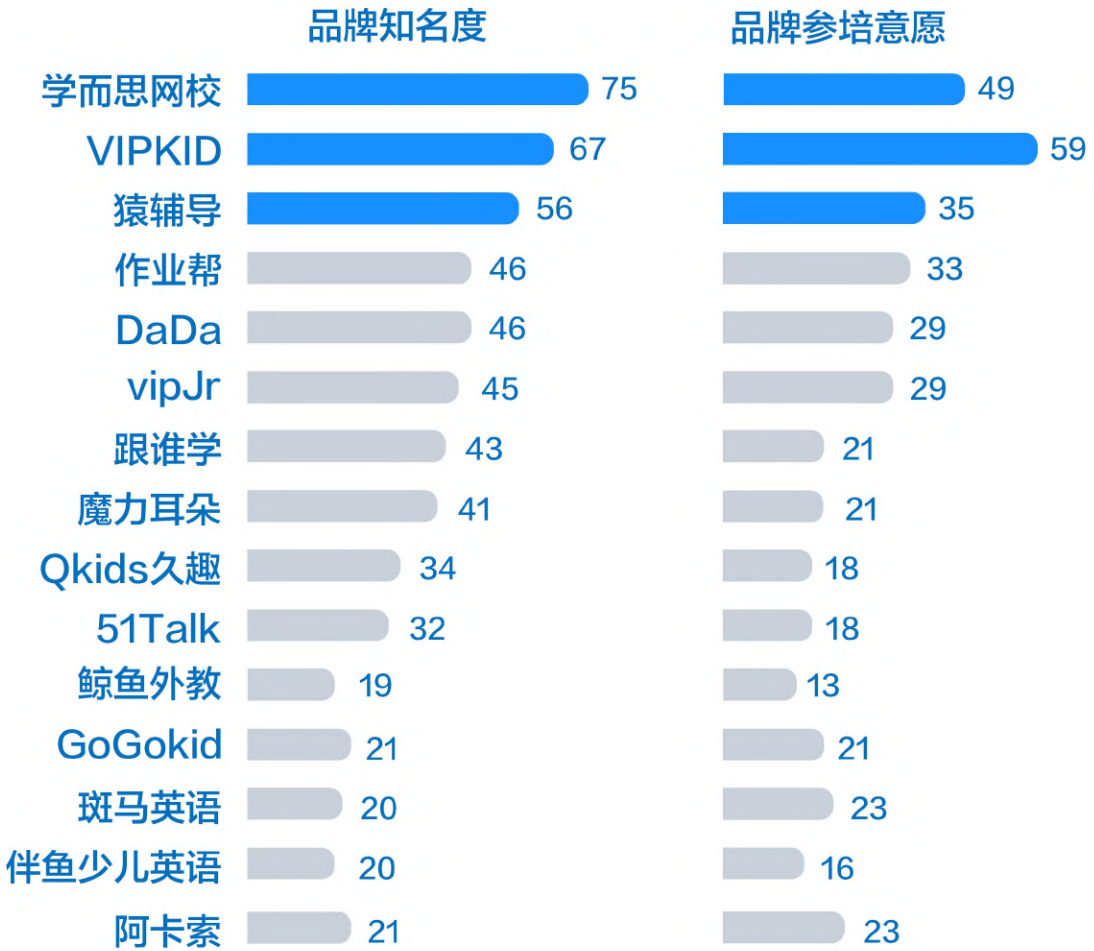
品牌市场表现：学而思、VIPKID、猿辅导占据头部阵营

从在线英语培训品牌的市场表现以及家长选择来看，目前已经初步形成三大阵营。其中学而思网校、VIPKID、猿辅导凭借较高的品牌知名度和美誉度，成为家长最信赖的三大品牌。

在线青少儿英语品牌市场阵营

用户参培意愿：VIPKID超越学而思位居第一

从各品牌的参培意愿来看，整体市场用户参培意愿与品牌知名度呈正相关。值得关注的是，VIPKID的参培意愿超越学而思，位居第一。尤其在一二线城市，家长在子女英语培训方面，更愿意选择学习效果更好的1对1外教模式。在三四线城市，家长选择大班课的意愿更高。



一二线城市用户占主流 武汉学员数量和增速均明显提升

在学员分布上，整体来看，北上深杭等一二线城市仍占据在线青少儿英语学习市场的主流。在学员增速最快的TOP20城市中，三亚、大理、张家界、厦门等多个旅游城市霸榜。调研显示，由于疫情导致旅游业基本无法开展，多个旅游城市的学生在线学习人数和频次明显提升。此外，受疫情和封城影响，今年2-4月，武汉学员数量增长迅速，跃居用户增速最快城市TOP5，学员整体数量也位列用户数量最多城市TOP7。

排名	城市
1	北京
2	上海
3	深圳
4	成都
5	杭州
6	广州
7	武汉
8	天津
9	大连
10	苏州

用户数量最多城市TOP10

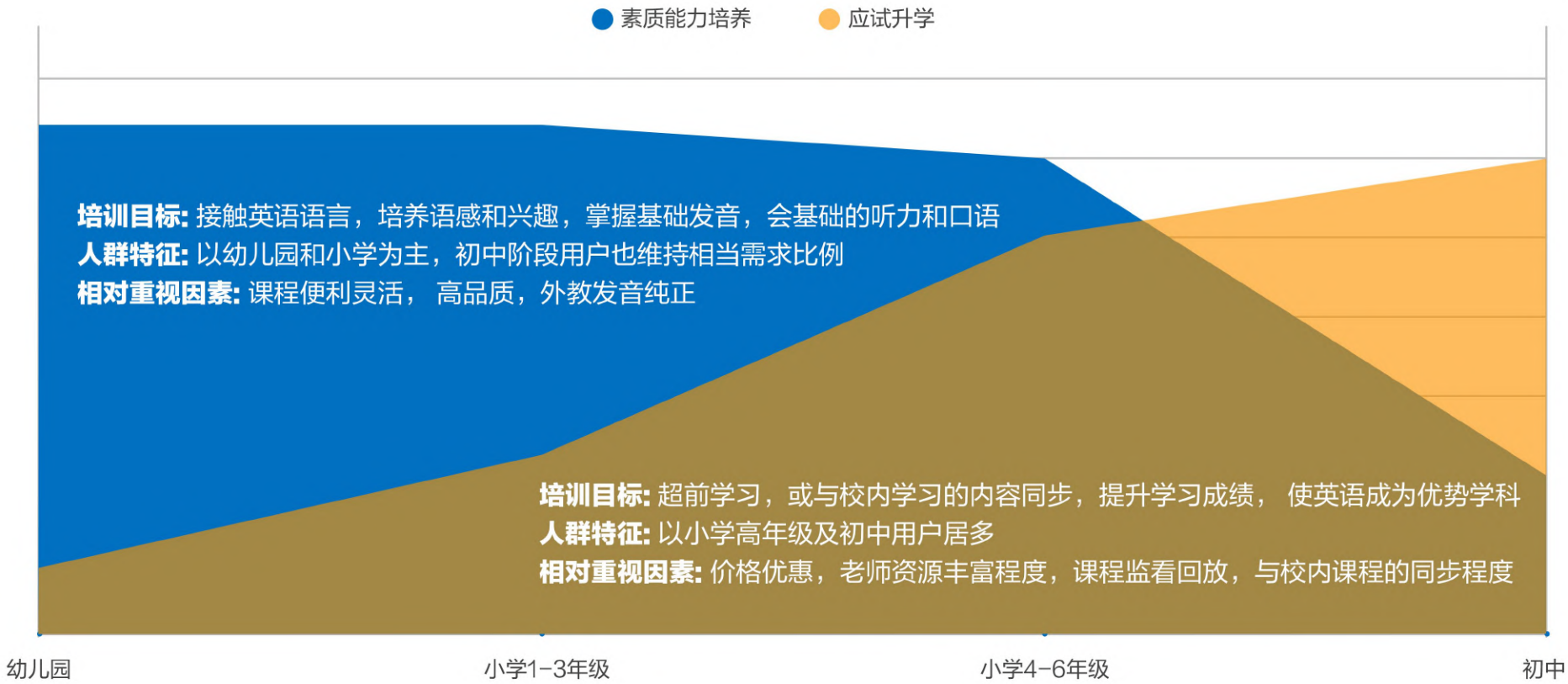
排名	城市	排名	城市
1	三亚	11	天津
2	大理	12	哈尔滨
3	张家界	13	常州
4	西安	14	珠海
5	武汉	15	温州
6	厦门	16	桂林
7	西双版纳	17	蚌埠
8	绵阳	18	十堰
9	呼伦贝尔	19	兰州
10	秦皇岛	20	宁波

用户增速最快城市TOP20

用户需求与满意度调研

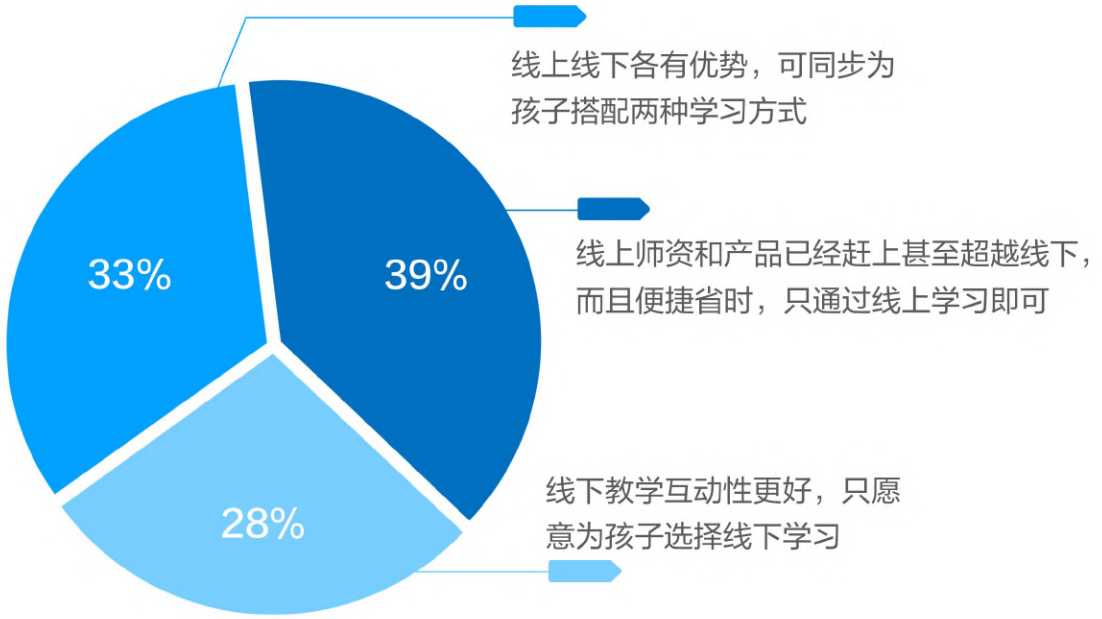
幼小阶段用户注重综合素质能力培养

目前青少儿英语课外培训需求主要分为两大类，分别是综合素质能力培养和应试升学。具体来看，在综合素质能力培养方面，以幼儿园和小学为主，初中阶段用户也有相当需求，选择培训机构时倾向于高质量外教；小学高年级及初中用户，则对应试升学类的培训有刚性需求。

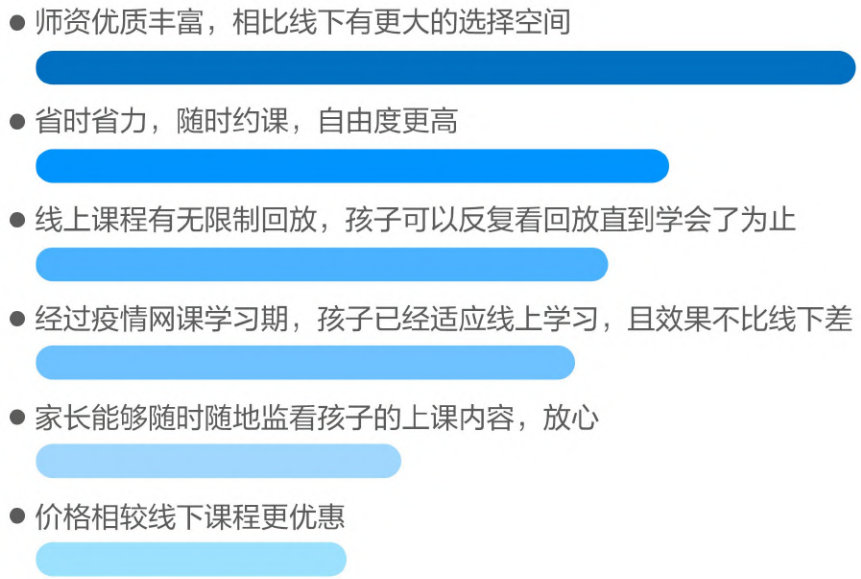


72%家长愿意选择线上学习 在线学习意愿度首超线下

调研数据显示，疫情期间，在体验一定时间的在线英语产品后，39%的家长认为线上师资和教研产品已经赶上甚至超越线下机构，同时具备便捷、省时省力的优势，他们更愿意只为孩子选择线上学习方式。同时为孩子搭配线上线下学习的家长占比为33%，只愿意选择线下机构的占比降至28%。这意味着，从家长选择意愿来看，线上学习意愿度达72%，首次超过线下机构。



家长对孩子英语学习方式的选择倾向

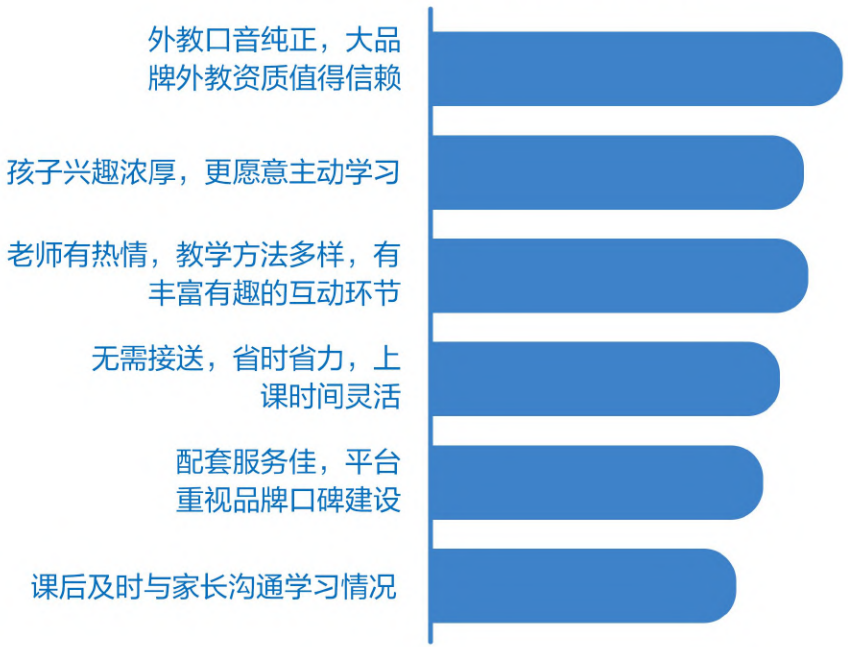


家长愿意选择线上学习的原因（多选）

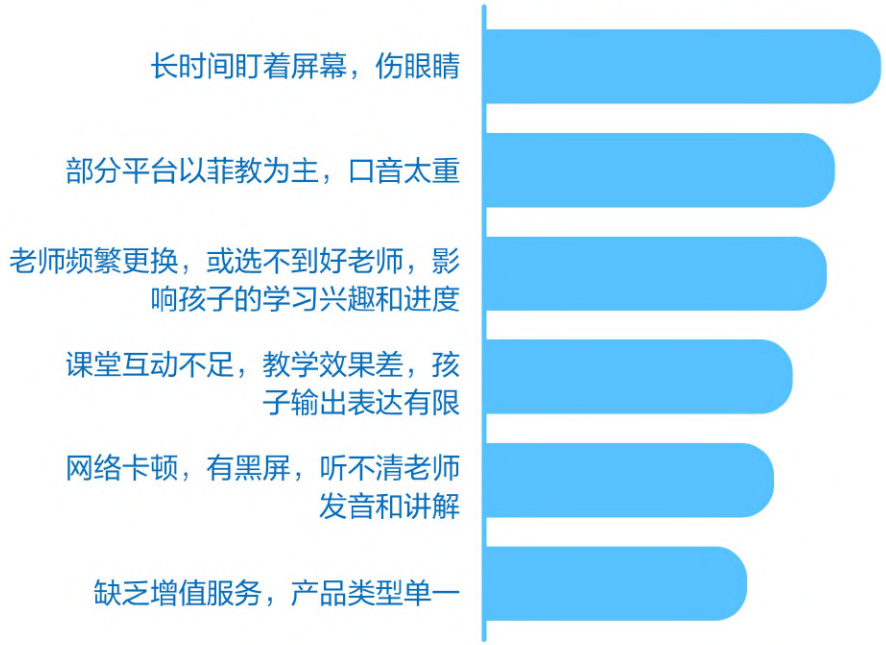
在线平台满意度调查：外教口音不标准屡遭投诉

调查显示，71%的家长对在线英语平台表示满意，其中主要有五大影响因素，包括外教口音纯正、孩子兴趣浓厚、老师教学方法多样、省时省力、配套服务好等。同时，在家长对在线英语平台的吐槽调查中，长时间看屏幕伤眼、菲教口音太重、老师频繁更换、课堂互动不足、网络卡顿等也成为被抱怨最多的几个方面。

家长对在线英语平台满意的原因



家长对在线英语平台不满意的原因

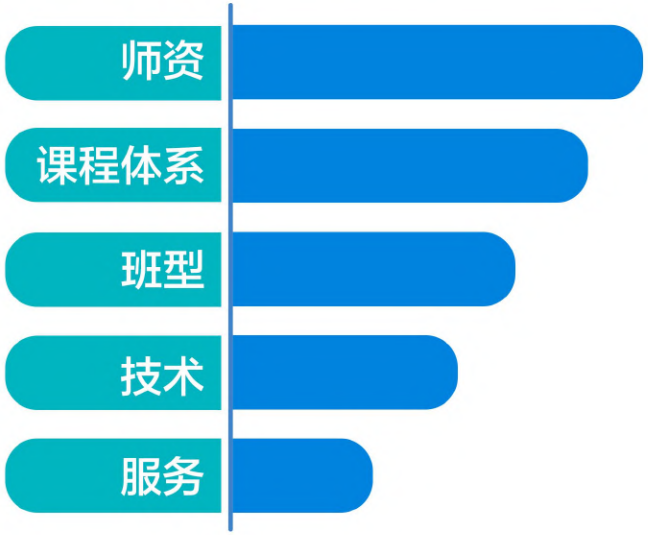


超五成家长认为1对1外教课学习效果最佳 仅两成家长认可大班课

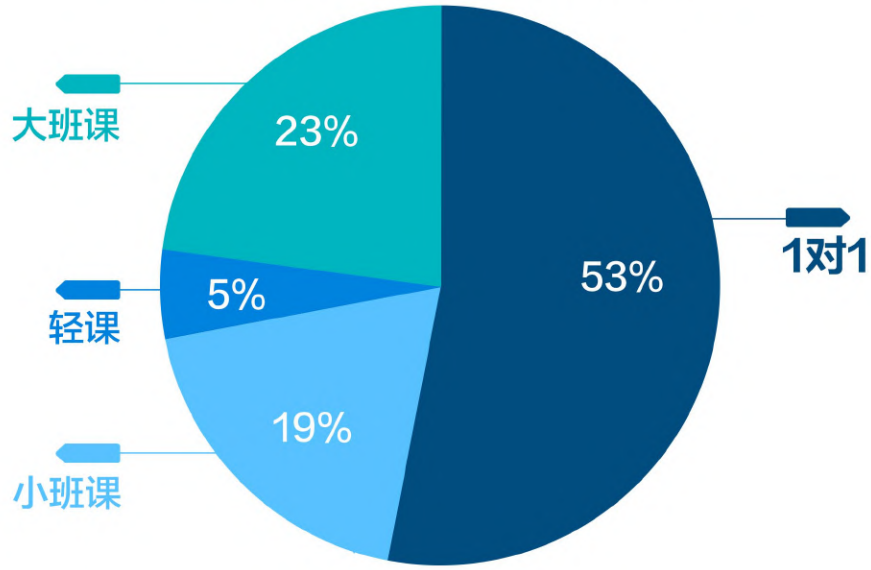
调查显示，家长在选择品牌时，学习效果是最重要衡量标准。大部分家长认为，孩子能和优秀老师充分互动是获得好的学习效果的前提。其中，53%的家长倾向于为孩子选择1对1外教课，这也是在线青少儿英语教育市场最受欢迎的班课模式，家长对大班课学习效果认可度仅占23%。

对比其他班课模式，在1对1外教课中，老师更了解孩子的学习水平和进度，可以为孩子提供个性化的教学内容，从而帮孩子获得更为明显的英语能力提升。

家长认为影响学习效果因素排行



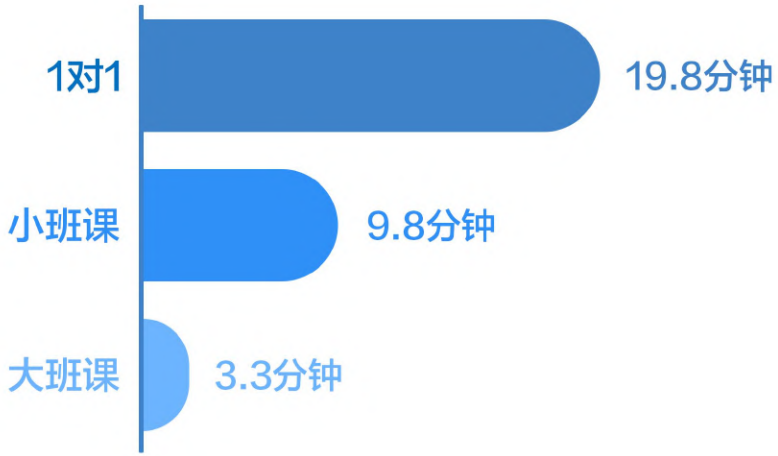
家长认为哪种班课形式教学效果更佳



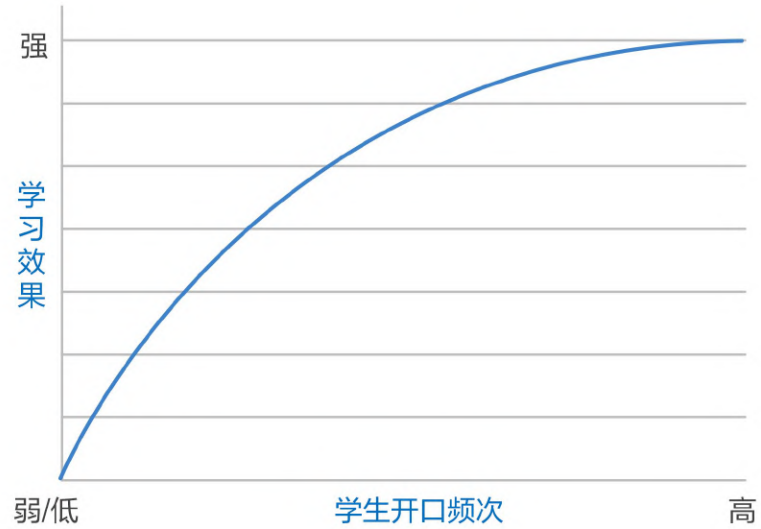
1对1外教课互动性更强 学生开口频次为大班课6倍

在线英语课堂互动性与学习效果呈正比，互动性越强，孩子学习效果越好。互动性主要体现在学生上课期间的开口频次与时长。调查显示，学生在1对1外教课上，每小时平均开口频次达33次，开口时长为19.8分钟；而大班课每小时学生开口频次不超过5次，且主要形式为被动提问和问答。这也意味着，学生上大班课的开口频次不足1对1外教课的六分之一。

不同班型平均1小时课堂，学生开口互动时长



学生课堂开口互动次数与学习效果相关性



上课频次与学习效果正相关：每月8-12节课效果最好

调查显示，家长们认为孩子通过在线学习英语的效果与上课频次呈正相关。综合口音标准、整句输出、学习兴趣、逻辑表达、测评成绩等多个维度考量，平均每个月在线学习8-12节课的孩子学习效果最佳，即平均每周2-3节课。

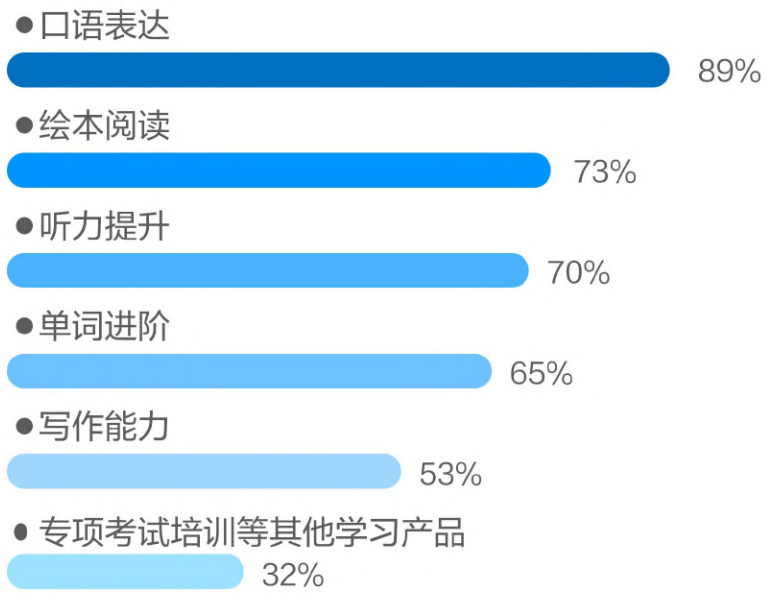
每月上课次数	口音标准	整句输出	学习兴趣	逻辑表达	测试成绩
3-4次	★★	★★	★★★	★★★	★★
5-7次	★★★★	★★★	★★★★	★★★★	★★★★
8-12次	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★

家长认为孩子上课频次与学习效果相关度

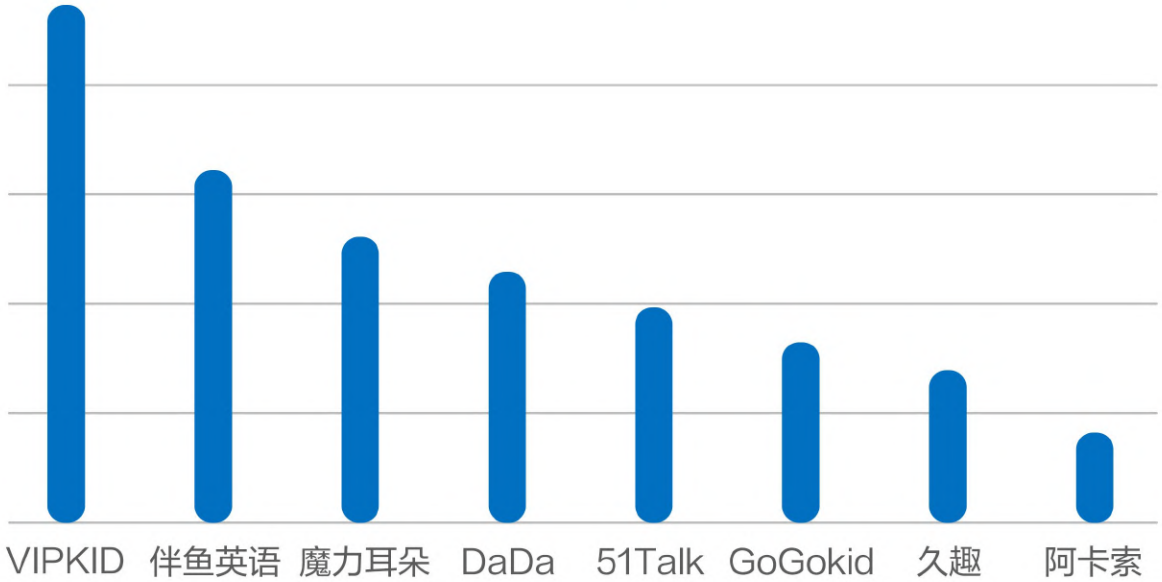
在线学习需求多样化：绘本阅读需求攀升

随着用户规模的扩大，在线英语学习呈现出多样化的学习需求。除了听说能力的训练，家长和孩子对于阅读、单词、写作等方面的学习需求也在快速攀升。为此，各品牌也在积极丰富线上图书馆，引入国际知名绘本。以VIPKID为例，平台目前拥有超过2500本电子绘本。根据统计，该平台学员平均每周在平台停留时长达115分钟，除了主修课外，用户大量时间在使用其数字图书馆的服务。

用户对在线英语平台多样化学习需求调研

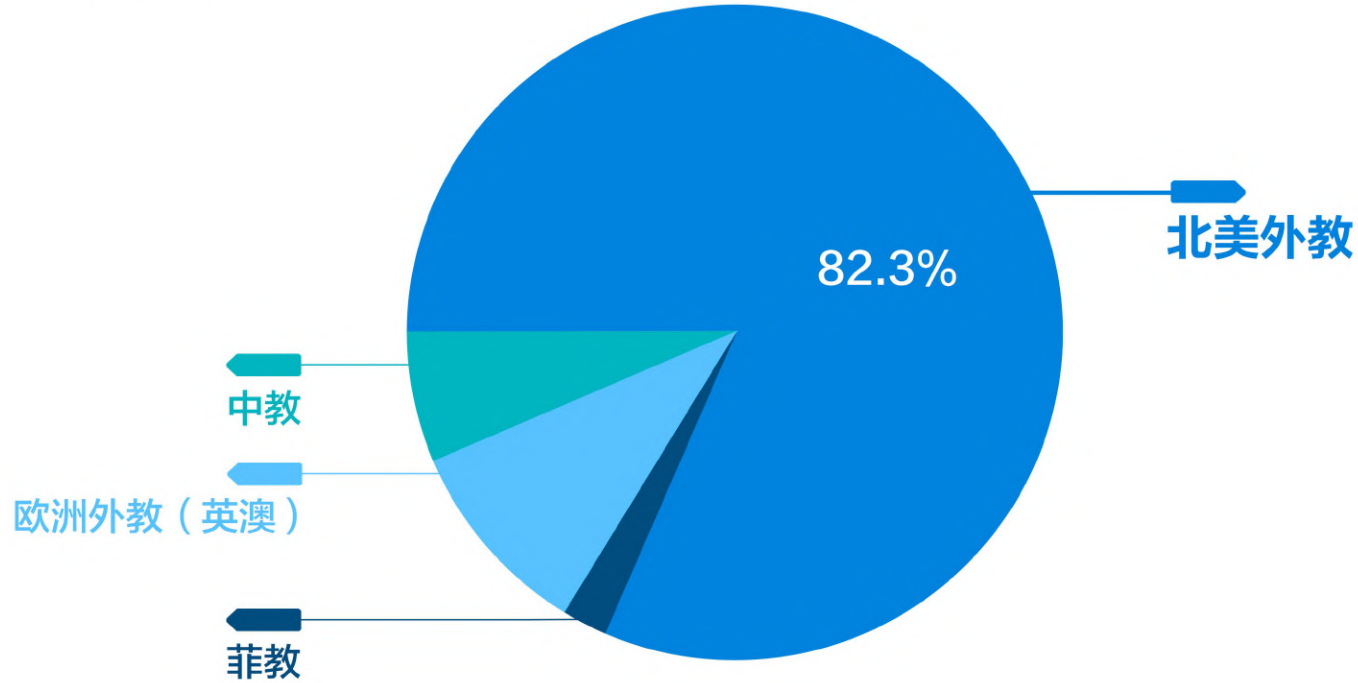


家长更愿意为孩子选择哪个品牌的线上绘本



外教口音成关注重点：超八成家长偏爱北美外教

调查数据显示，在体验在线英语课程后，82.3%的家长更愿意选择并信任北美外教，这一数据较2018年进一步提升。欧洲外教、中教成为第二、第三选择，愿意选择菲教的比例最低。据《中国消费者报》4月份报道，在语言学习上，外教口音是否纯正一直是家长关注重点。由于非英美外教口音不纯正，有平台多次引来用户投诉并因此产生退费纠纷。



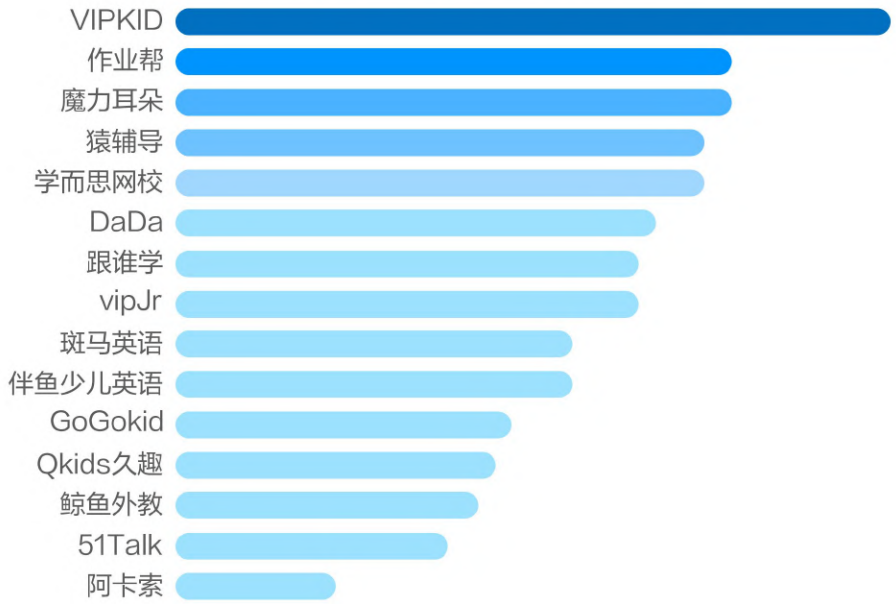
家长对外教的选择倾向

家长对在线英语品牌满意度调研排行：VIPKID位居第一

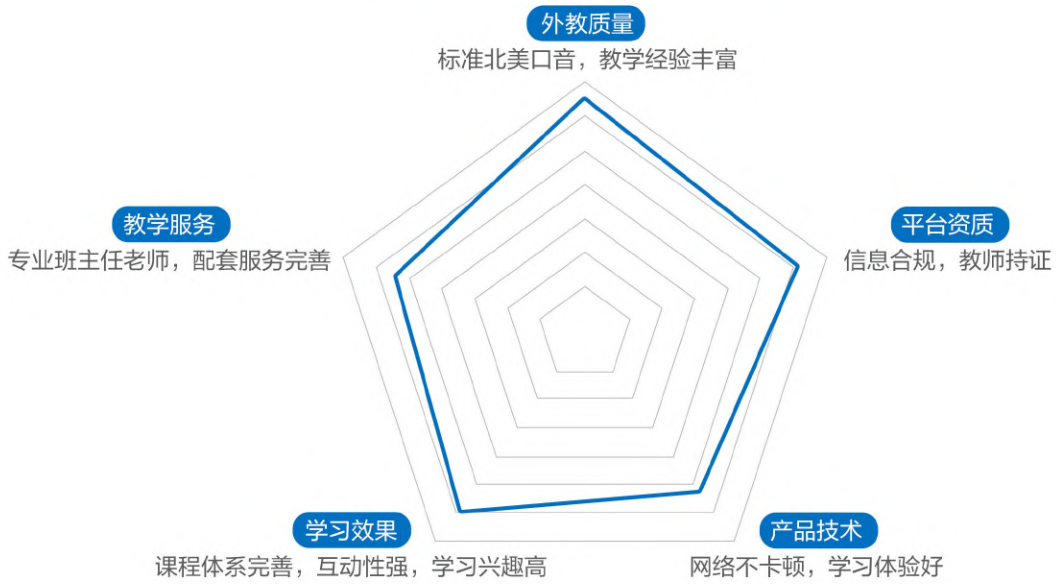
在各平台满意度调研方面，从外教质量、平台资质、学习效果、产品技术和教学服务五个维度来看，VIPKID综合表现最佳，其次为作业帮和魔力耳朵。

浙江省消费者权益保护委员会今年3月发布的用户调查也显示，在12家在线教育平台的课程品质、优质服务和信息披露三大维度的综合评分上，VIPKID以95分位列第一名，其次为网易云课堂和作业帮等品牌。

用户对各平台满意度调研



VIPKID受到用户好评原因

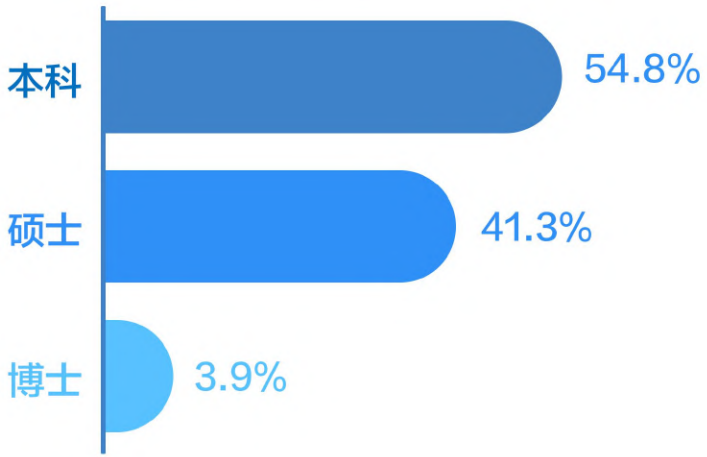


外教供给与画像分析

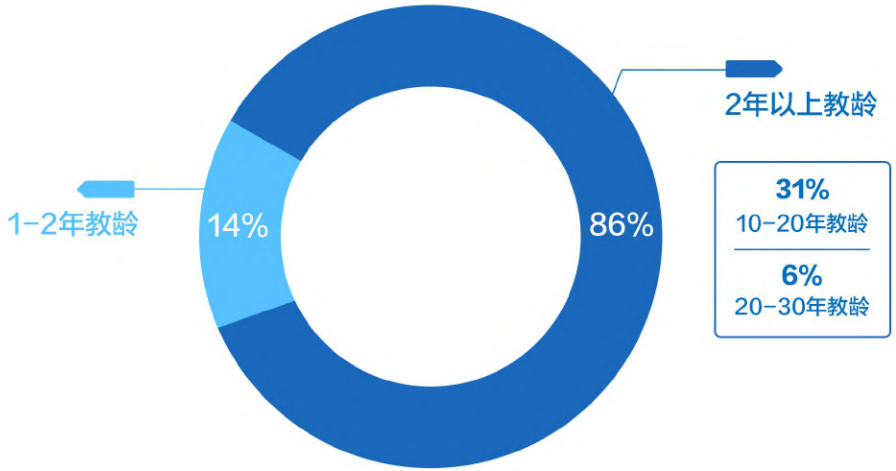
北美外教硕博学历近五成 疫情导致外教数量激增

在外教画像分析方面，我们以最受关注的北美外教为主要研究对象。以平台外教数量最多的VIPKID为例，数据显示，北美外教教龄在2年以上的数量占据86%。其中，10-20年教龄的外教占比达31%，20年以上教龄的外教占比为6%。从学历上看，北美外教均拥有大学本科及以上学历，其中相比往年，硕士、博士比例再次上升，占比分别是41.3%和3.9%。调查发现，受疫情影响，越来越多北美高学历、高质量的外教愿意选择在家线上教学，整体师资质量进一步提升，外教求职的难度也进一步提高。

北美外教学历背景

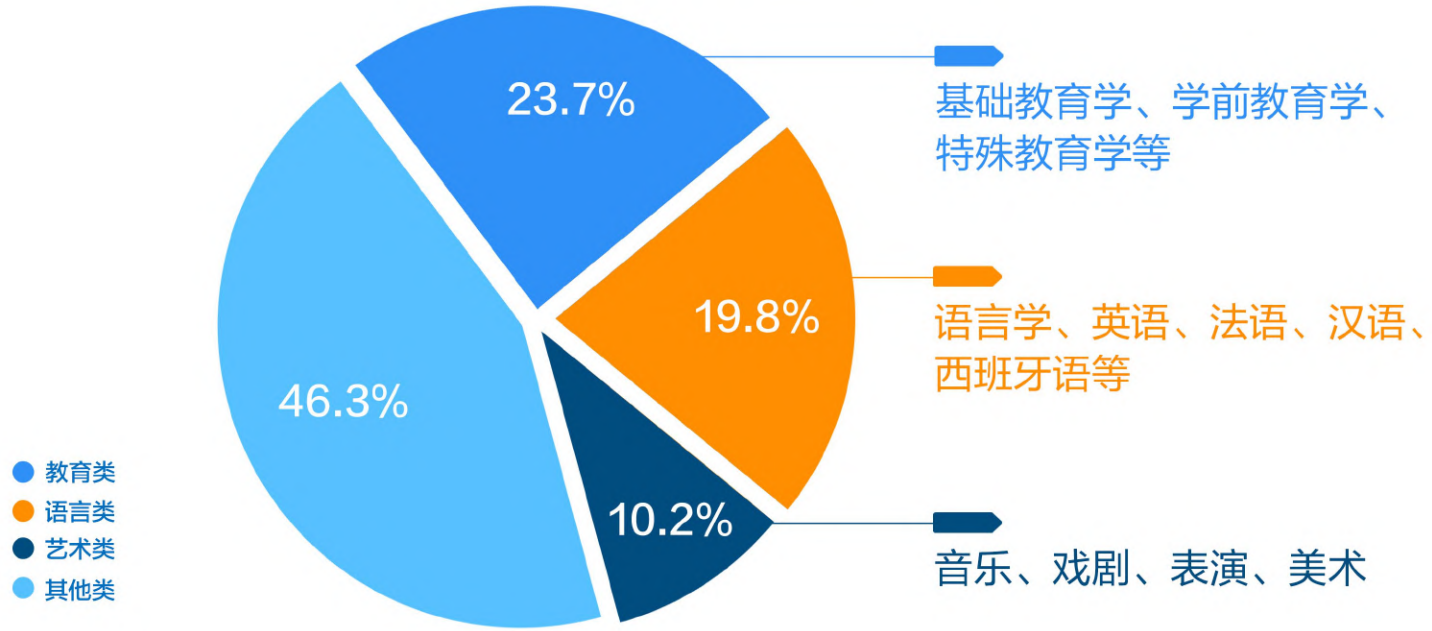


北美外教教龄情况



北美外教专业排名：教育学、语言学、艺术占比过半

统计数据显示，北美外教群体的专业背景丰富，其中教育类专业占比23.7%、语言类占比19.8%、艺术类占比10.2%。调查显示，家长在选择北美外教时，不仅重视外教资质和教学经验，同时也看重外教的教育背景。在为孩子选择外教时，家长首先倾向于选择教育类、语言类专业背景的外教，其次倾向于选择具有艺术类、表演类、自然科学类等专业背景的外教。家长认为，这些外教自身的专业能帮助他们在教学时更有效的互动、更能拓宽孩子的视野，从而提升孩子的表达输出能力。



北美外教专业背景分类

北美外教超7000人来自藤校 外教求职倾向选择大品牌

数据显示，在超过9万名的北美外教群体中，总计有7400多名外教毕业于耶鲁、普林斯顿等常春藤大学。中国在线青少儿英语教育平台已经成为北美老师群体职业选择的重要领域。同时，调查表明，与家长愿意为孩子选择大品牌一致，北美外教在教学时也更愿意选择品牌知名度高、学员数量多、更能获得技能提升和教学成就感的大平台。

北美外教常春藤高校背景分布

注：藤校名单包含私立常春藤、公立常春藤、新晋常春藤等

北美外教城市分布：加拿大多伦多超过美国奥兰多位居第一

在北美外教最多的城市分布TOP20中，加拿大多伦多从2018年的第7名跃升至首位，美国圣安东尼奥、休斯顿位列二、三，与往年相比基本一致，奥兰多从第1名降至第4名。此外，美国得克萨斯州有4个城市进入TOP10，分别是圣安东尼奥、休斯顿、沃斯堡、奥斯汀。

排名	城市	排名	城市
1	Toronto 多伦多	11	Dallas 达拉斯
2	San Antonio 圣安东尼奥	12	Tampa 坦帕
3	Houston 休斯顿	13	Las Vegas 拉斯维加斯
4	Orlando 奥兰多	14	Colorado Springs 科罗拉多斯普林斯
5	Chicago 芝加哥	15	Raleigh 罗利
6	Jacksonville 杰克逊维尔	16	Miami 迈阿密
7	Charlotte 夏洛特	17	Phoenix 菲尼克斯
8	Atlanta 亚特兰大	18	Brooklyn 布鲁克林
9	Fort Worth 沃斯堡	19	Madrid 马德里
10	Austin 奥斯汀	20	Knoxville 诺克斯维尔

北美外教数量最多城市TOP20