

在线学习 - 中国 - 2021年

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 在线学习产品购买行为
- 消费者对在线学习平台的偏好
- 购买在线学习产品的重要影响因素
- 不同人群感兴趣的内容
- 消费者对在线学习的态度

如今，中国消费者的生活节奏迅速加快，日常所花费的时间越来越趋向碎片化。人们借助数字化方式来学习如何更好地利用时间已成为一种普遍现象。新冠疫情导致人们的日常活动受到空间限制，并且由于不确定感与日俱增，他们对未来的信心保持低位，从而加快了在线学习的发展。

英敏特数据显示，有83%的被访者过去6个月购买过各种在线学习产品，表明消费者普遍认可在线学习的价值。消费者最重视培养职场和工作上的能力（如软件技能），但他们也没有忽略其他生活追求，为个人兴趣而学习仅次于职业发展之后。在选择在线学习课程时，消费者优先考虑内容质量，但值得注意的是，随着消费者寻求更具参与度的学习体验，他们对音频、视频和直播形式的课程越来越感兴趣。

在线学习市场云集了各大教育品牌和平台。消费者拥有广泛多元的在线学习平台选择，并且尚未对任何平台建立忠诚度。该市场中的玩家正为了扩大和留住付费用户展开激烈竞争。另一方面，拥有不同强项和竞争优势的玩家也有机会相互合作，以实现双赢。



“‘双减政策’为K-12教育培训打上休止符，迫使大部分教育服务提供商纷纷将业务重心转向成人教育，带动成人在线学习市场加速发展。消费者的在线教育需求主要围绕职业发展和个人发展。有助于提升职场竞争力的课程和内容备受欢迎，其次是发展个人兴趣爱好。”

— 董文慧，研究分析师

购买此报告

| | |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094 |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250 |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300 |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100 |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 成人在线学习市场正不断增长
- 优质内容是吸引和留住付费用户的关键
- 公司与品牌
- 头部教育品牌将业务重心转向成人在线学习市场
- 成人在线学习平台加码专业内容以增强竞争力
- 知识类平台转向在线学习，以促进业务增长
- 消费者
- 音频和视频学习形式日益受欢迎
数据1: 过去6个月买过的在线学习产品，2021年
- 消费者使用多元化的在线学习平台
数据2: 过去6个月使用过的在线付费学习平台，2021年
- 为了职业发展而学习是首要动力
数据3: 购买线上学习内容的原因，2021年
- 运动健身与技能同样重要
数据4: 感兴趣的在线学习内容，2021年
- 学习的灵活性和高性价比推动购买
数据5: 购买在线学习课程时的考虑因素，2021年
- 消费者认可在线学习的价值
数据6: 对在线学习的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 通过音频、短视频和直播学习日益受欢迎
- 现状
- 启示
- 通过迎合年轻一代的需求释放更多机遇
- 现状
- 启示
数据7: 腾讯推出的Z星球app，2020年

市场因素

- 激烈的职场竞争进一步激发提高能力的需求
- 各路教育服务提供商入局，拓展在线学习内容和平台

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

| | |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094 |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250 |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300 |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100 |

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

数据8: 抖音推出在线学习计划, 2021年

公司与品牌

- 头部教育集团将重心从K-12转移到成人在线学习
- 成人在线学习平台加强专业内容布局
- 知识类平台进一步发力教育板块

数据9: 知乎考研付费课程, 2021年

购买行为

- 文字阅读仍是主流, 音频/视频/直播作为新兴在线学习形式日益受欢迎

数据10: 过去6个月买过的在线学习产品, 2021年

- 80后和90后更渴望学习, 而00后更在意学习体验

数据11: 过去6个月的在线学习产品购买习惯(按代际区分), 2021年

- 富裕消费者认真对待学习, 一线城市高收入者保持阅读习惯

数据12: 在线学习产品的购买行为(按个人月收入区分), 2021年

数据13: 在线学习产品的购买行为(按个人月收入和城市线级区分), 2021年

学习平台

- 消费者选择多元化的在线学习平台

数据14: 过去6个月使用过的在线付费学习平台, 2021年

购买原因

- 职业发展居首位, 但工作以外的自我提升也很重要

数据15: 购买线上学习内容的原因, 2021年

- 富裕消费者更容易受到同辈压力的影响

数据16: 购买线上学习内容的部分原因(个人月收入区分), 2021年

- 高学历消费者的自主性更强

数据17: 购买线上学习内容的部分原因(按教育程度区分), 2021年

感兴趣的在线学习内容

- 运动健身与工作理财技能同样重要

数据18: 感兴趣的在线学习内容, 2021年

购买考虑因素

- 时间灵活和性价比高驱动购买

数据19: 购买在线学习课程时的考虑因素, 2021年

- 驻足观望者更注重价值

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇, 旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据20: 购买在线学习课程时的考虑因素，观望者vs购买者，2021年

对在线学习的态度

- 消费者普遍认可在线学习的价值
数据21: 对在线学习的部分态度，2021年
- 质量是重中之重，互动性的学习体验则可以带来增值
数据22: 对在线学习的部分态度，2021年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。