



JIGUANG

—— 极光 数据服务

又是一年开学季

2017年8月在线教育市场研究报告

极光大数据

2017.09

关键发现



8月份在线教育app市场用户规模为2.76亿，渗透率为29.3%



8月份月均DAU最高的在线教育app作业帮，为1065.9万



K12类在线教育app中，作业帮市场渗透率最高，为6.97%



网易公开课以0.46%市场渗透率居于综合教育类首位，其次为腾讯课堂



约六成在线教育app用户为女性



山东省网民对于在线教育app偏好度最高，上海、北京网民对于在线教育app的偏好度领先于全国其他城市

CHAPTER 01

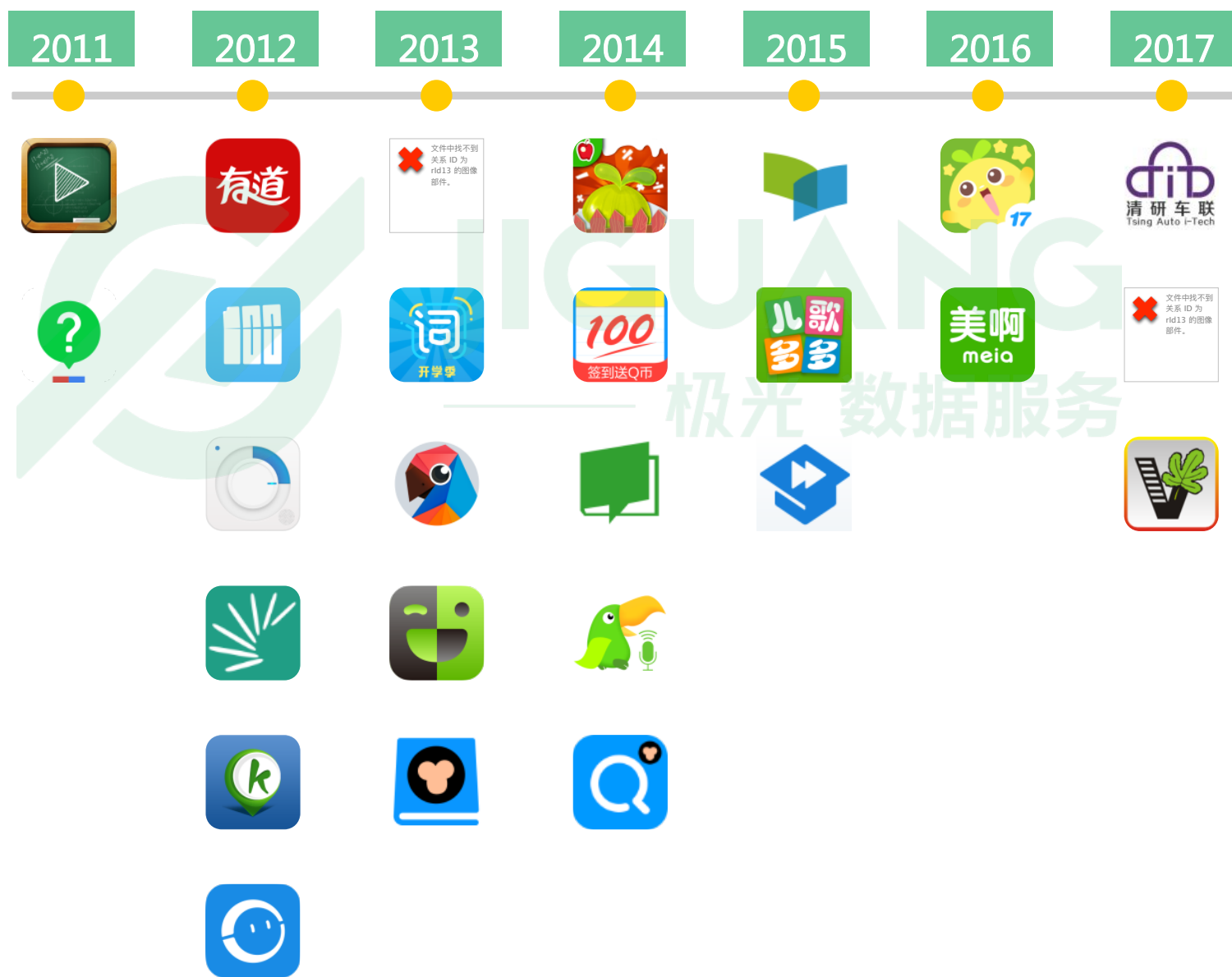
定性分析

主流在线教育app上线时间轴

2014-2015：网易云课堂和腾讯课堂app先后上线

- 2011-2013年，此阶段上线的在线教育app以工具类和语言学习类为主
- 2014-2015年，超级数学农场、作业帮、小猿搜题、网易云课堂、腾讯课堂等多类型app上线
- 2017年，K12类型app进一步增多，职业教育、兴趣学习等类型app出现

主流在线教育app上线时间



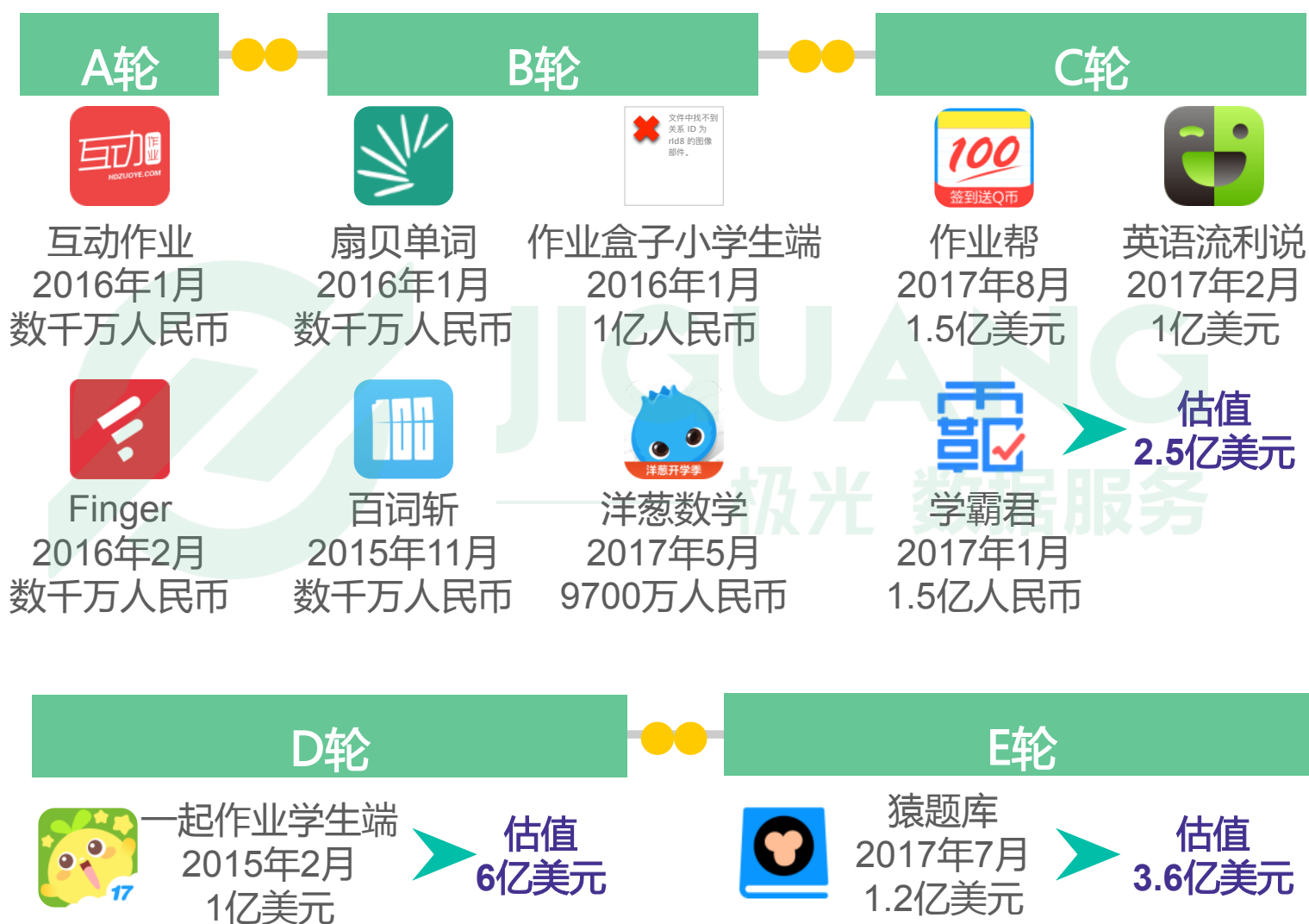
数据来源：公开资料整理

主流在线教育app融资情况

三家在线教育平台估值超2亿美元

- 主流在线教育app融资轮次为C轮及以前
- 目前金额最大的融资行为是作业帮2017年8月的C轮融资，金额为1.5亿美元
- 一起作业学生端估值最高，为6亿美元；此外，猿题库和学霸君的估值也均超过2亿美元

主流在线教育app估值及融资情况



数据来源：根据企业或第三方机构公布信息整理，不保证其真实性

主流在线教育app类型划分

根据app内容差异，可将在线教育app分为学前教育、K12、垂直教育和综合教育四类

- 根据在线教育app所面向人群及其内容，可将其划分为以下四种类型：面向学龄前儿童的学前教育类，面向小学至高中学生、老师、家长的K12类，专注语言学习或兴趣教育的垂直教育类，涵盖多类型内容的综合教育类

主流在线教育app类型划分



数据来源：极光行业研究部自主研究

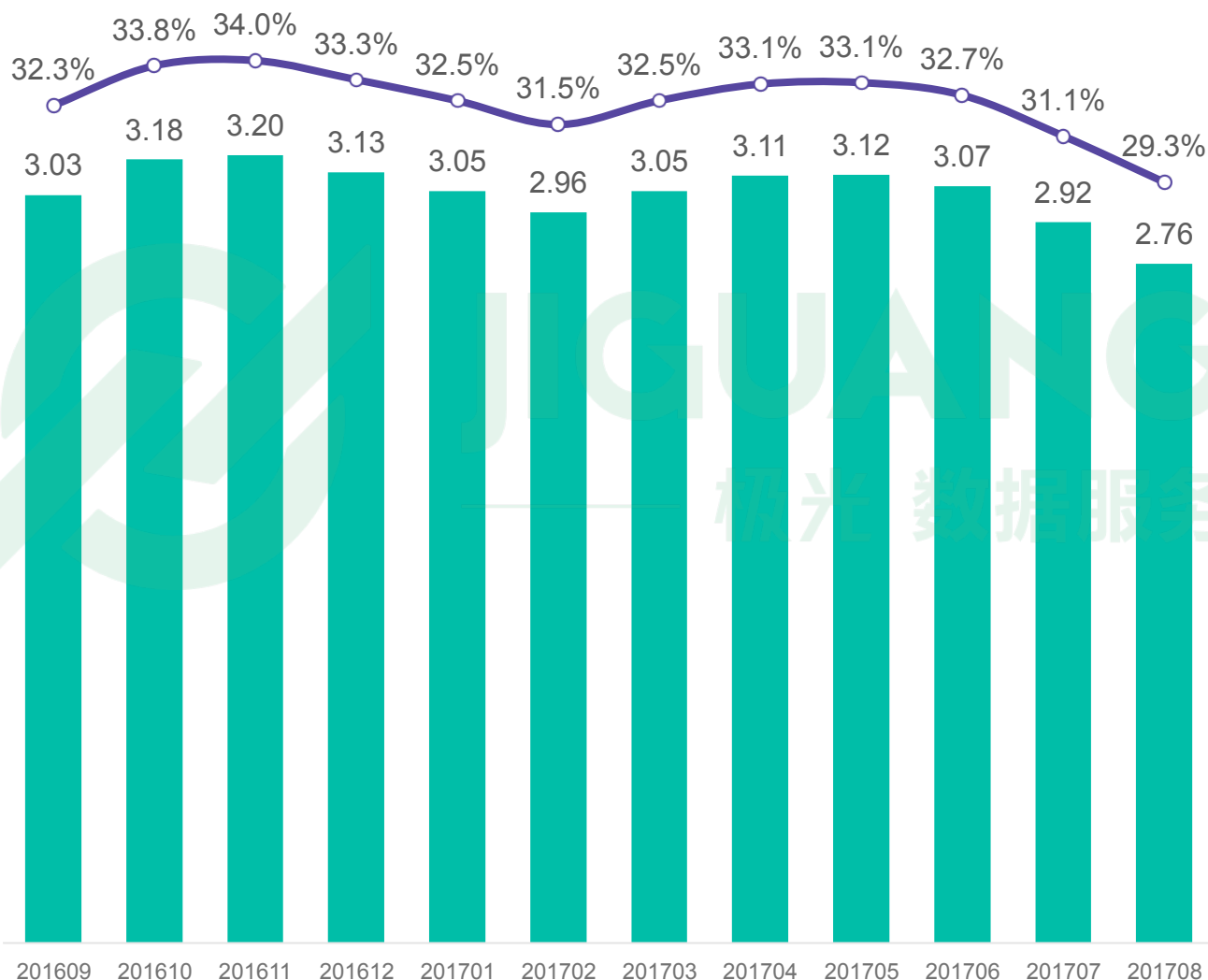
在线教育渗透率及用户规模变化

截至2017年8月，在线教育市场渗透率为29.3%，用户规模约为2.76亿人

- 极光大数据显示，截至2017年8月最后一周，在线教育app渗透率为29.3%，用户规模约为2.76亿人

在线教育行业用户规模及渗透率变化

■ 在线教育行业用户规模（亿人） ● 在线教育行业渗透率



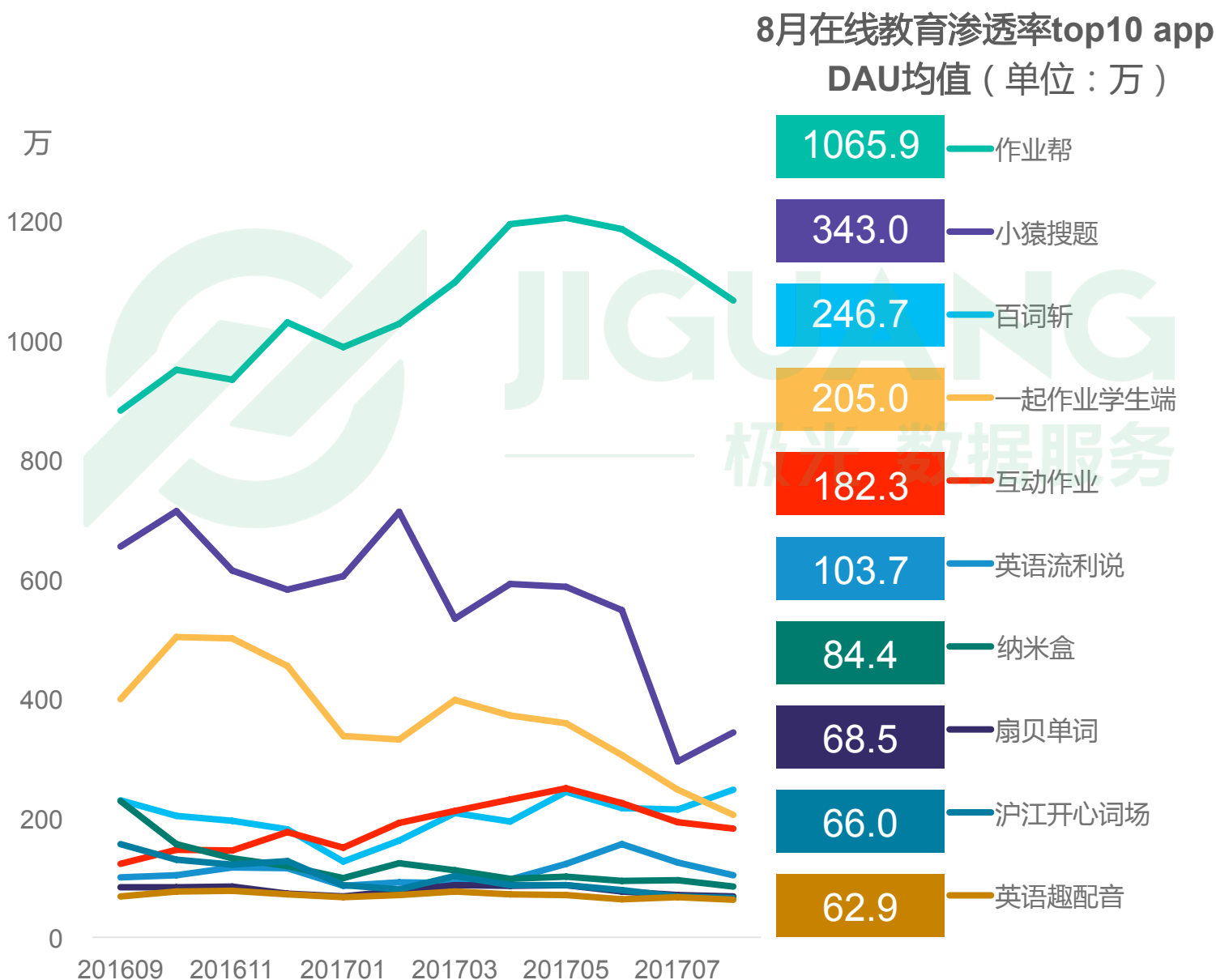
- 数据来源：极光大数据
- 取数周期：2016.09-2017.08

市场渗透率top10 app (DAU)

作业帮2017年8月月均DAU破千万

- 根据极光大数据统计，2017年8月，渗透率top10的在线教育app中，作业帮月均DAU为1065.9万，小猿搜题为343.0万，百词斩为245.7万

在线教育渗透率top10 app月均DAU



*渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

取数周期：2016.09-2017.08

CHAPTER 02

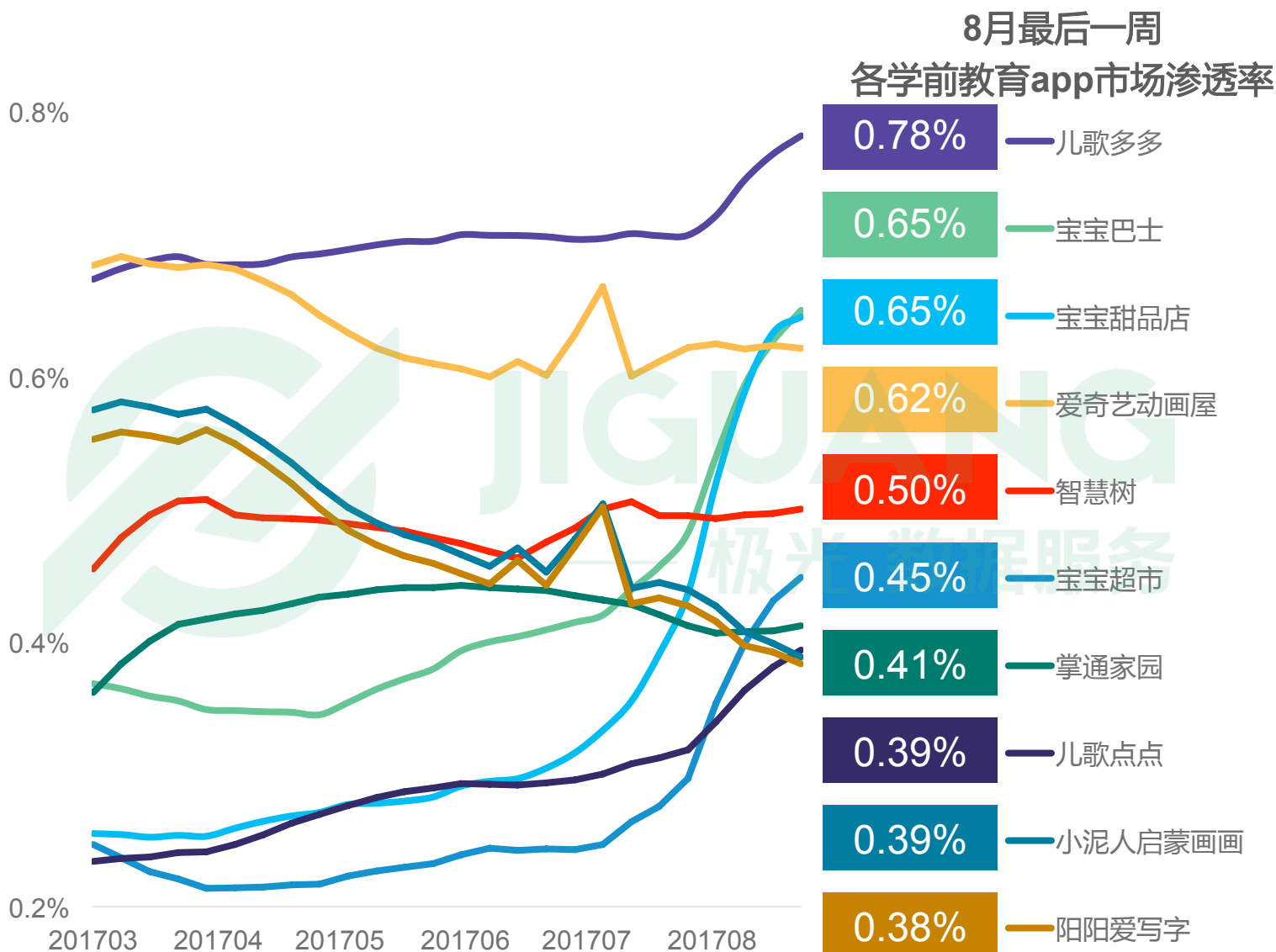
运营数据

8月学前教育类市场渗透率top10 app

儿歌多多以0.78%市场渗透率居于学前教育类app首位

- 根据极光大数据统计，截至2017年8月最后一周，渗透率top3的学前教育类app分别是儿歌多多、宝宝巴士和宝宝甜品店，其市场渗透率分别为0.78%、0.65%和0.65%

8月学前教育类渗透率top10 app



*渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

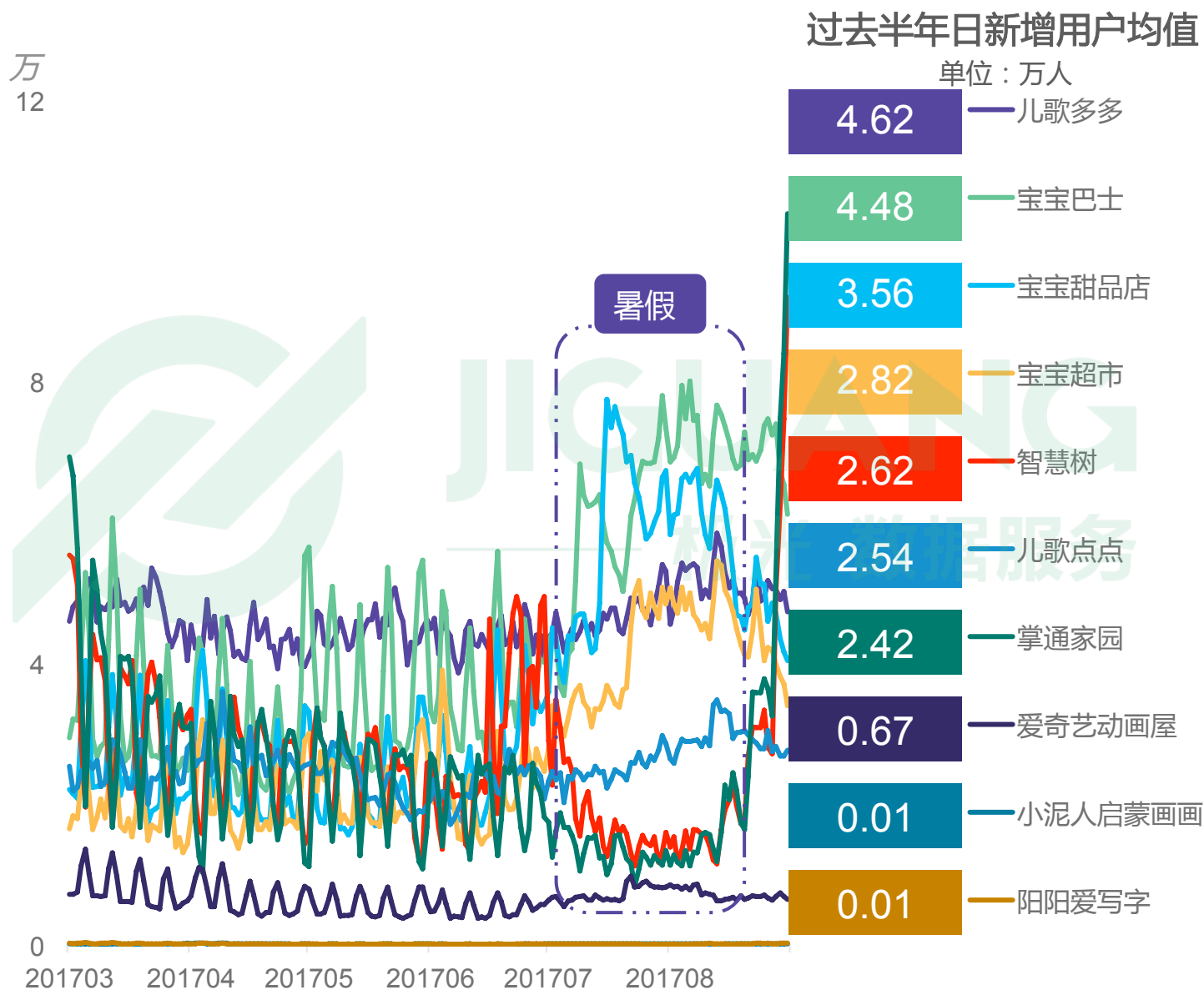
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(日新增用户数量)

儿歌多多过去半年日均新增用户量为4.62万，宝宝巴士紧随其后

- 通过观察极光大数据发现，儿歌多多过去半年日新增用户均值达到4.62万，宝宝巴士为4.48万，宝宝甜品店为3.56万
- 暑期，寓教于乐的学前教育app日新增用户量均有不同程度提升，家长老师沟通辅助类app日新增用户量则有所下降

学前教育类市场渗透率top10 app-日新增用户量



日新增用户：某日第一次安装目标app的用户数

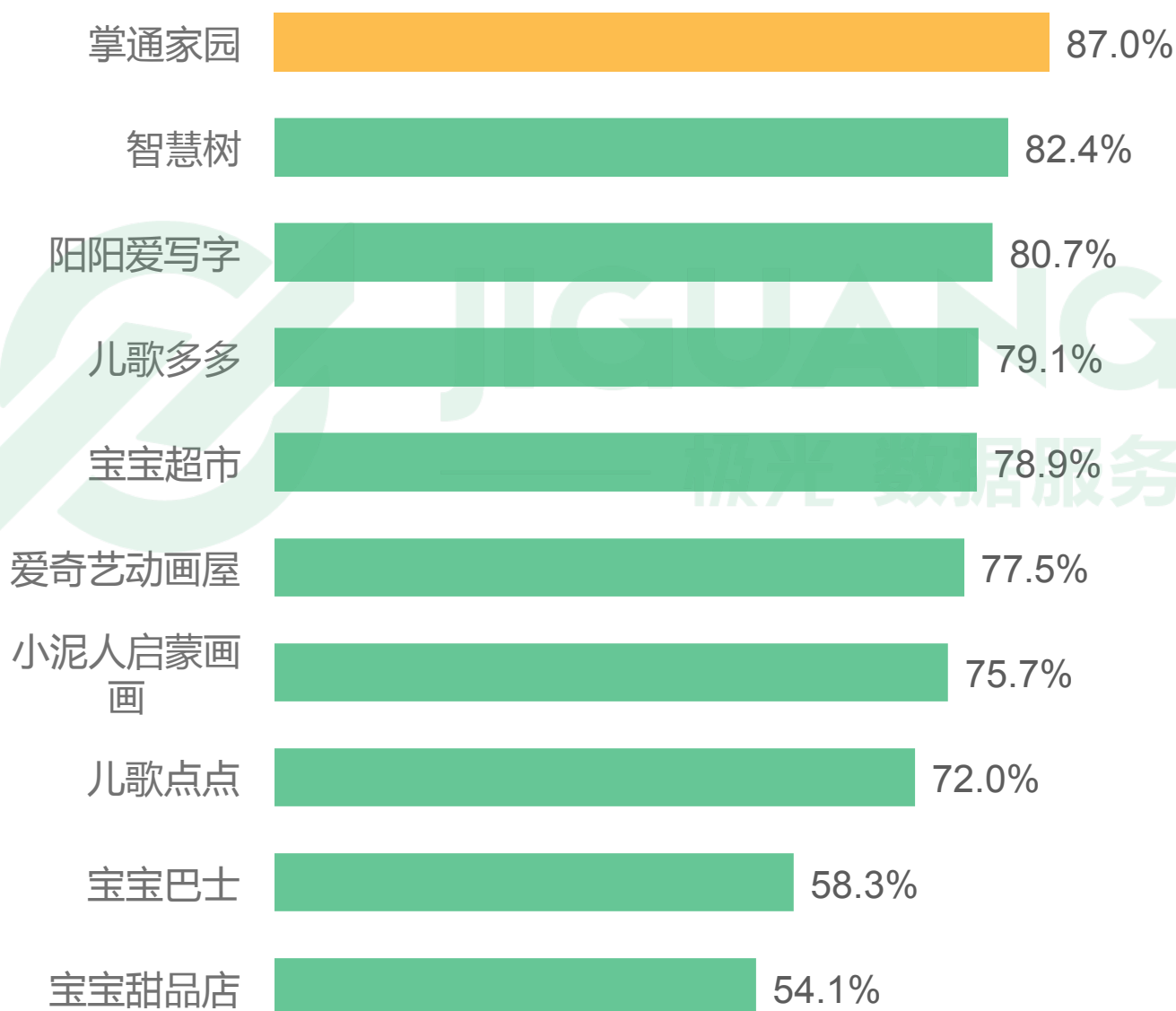
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(7天留存率)

学前教育类留存率top3 app：掌通家园、智慧树、阳阳爱写字

- 在掌通家园、智慧树和阳阳爱写字的新增用户中，分别有87.0%、82.4%和80.7%的用户在下载7天后仍保留了该app

学前教育类市场渗透率top10 app-7天留存率均值



数据来源：极光大数据

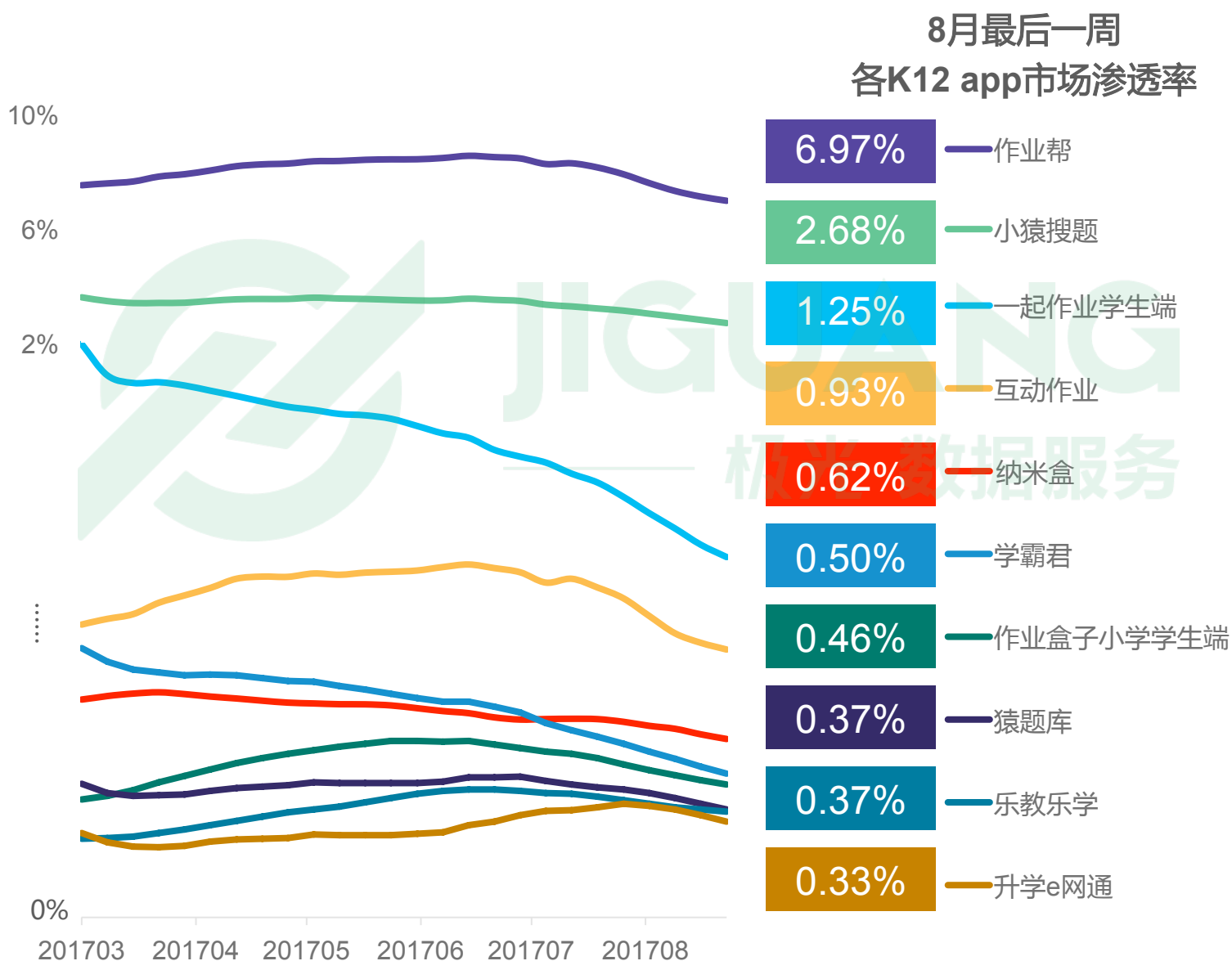
取数周期：2017.03-2017.08

8月K12类市场渗透率top10 app

作业帮以6.97%市场渗透率居于K12类app首位

- 根据极光大数据统计，截至2017年8月最后一周，渗透率top3的K12类app分别是作业帮、小猿搜题和一起作业学生端，其市场渗透率分别为6.97%、2.68%和1.25%

8月K12类渗透率top10 app



*渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

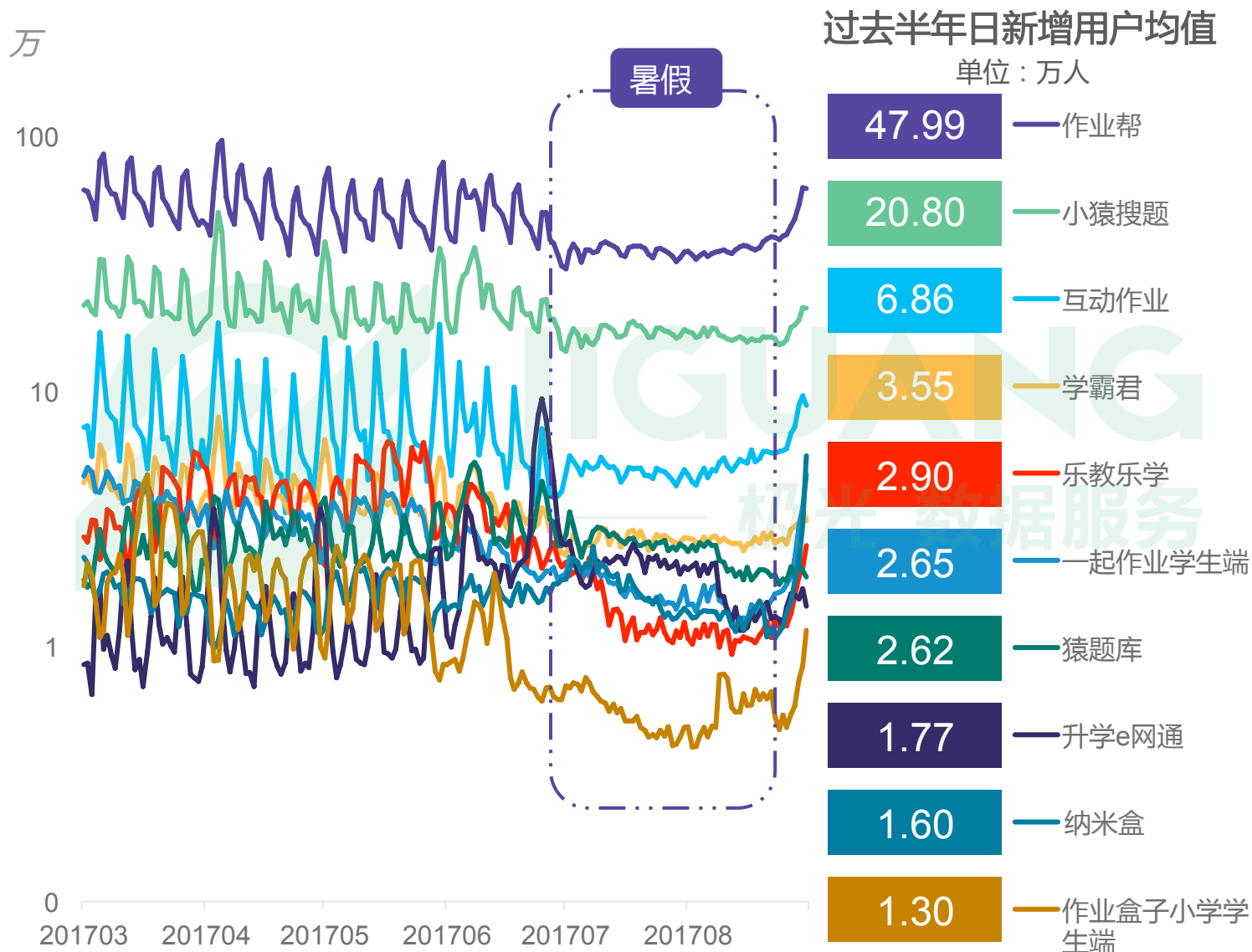
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(日新增用户数量)

作业帮过去半年日均新增用户量为47.99万，约为小猿搜题的2.3倍

- 通过观察极光大数据发现，作业帮过去半年日新增用户均值达到47.99万，小猿搜题为20.80万，互动作业为6.86万
- 暑期，各主要K12类在线教育app日新增用户量均有所下降；8月底，随着开学季的到来，日新增用户量有所回升

K12类市场渗透率top10 app-日新增用户量



日新增用户：某日第一次安装目标app的用户数

因数据跨度较大，纵坐标轴采用对数刻度

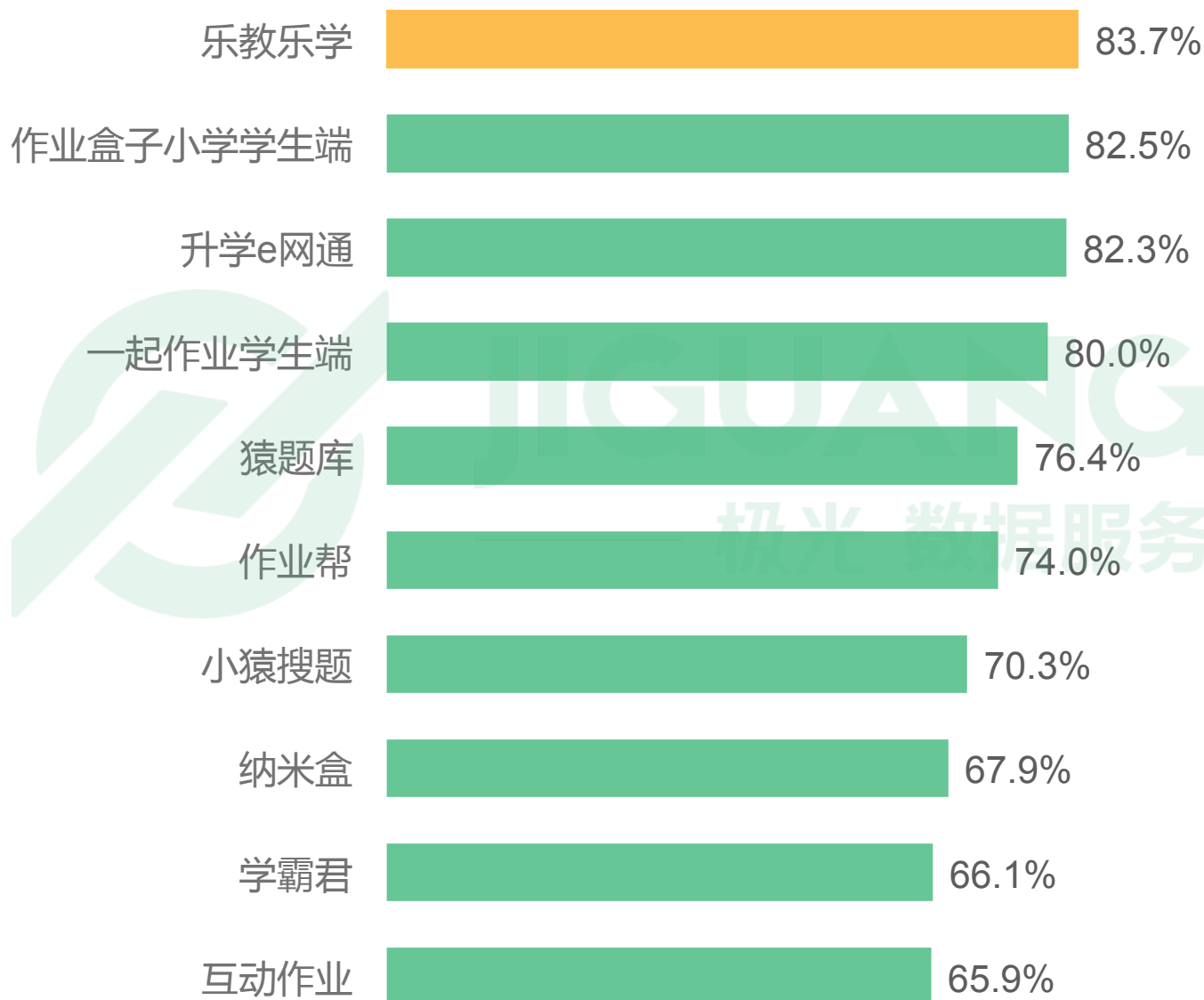
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(7天留存率)

K12类留存率top3 app：乐教乐学、作业盒子小学学生端、升学e网通

- 在乐教乐学、作业盒子小学学生端和升学e网通的新增用户中，分别有83.7%、82.5%和82.3%的用户在下载7天后仍保留了该app

K12类市场渗透率top10 app-7天留存率均值



数据来源：极光大数据

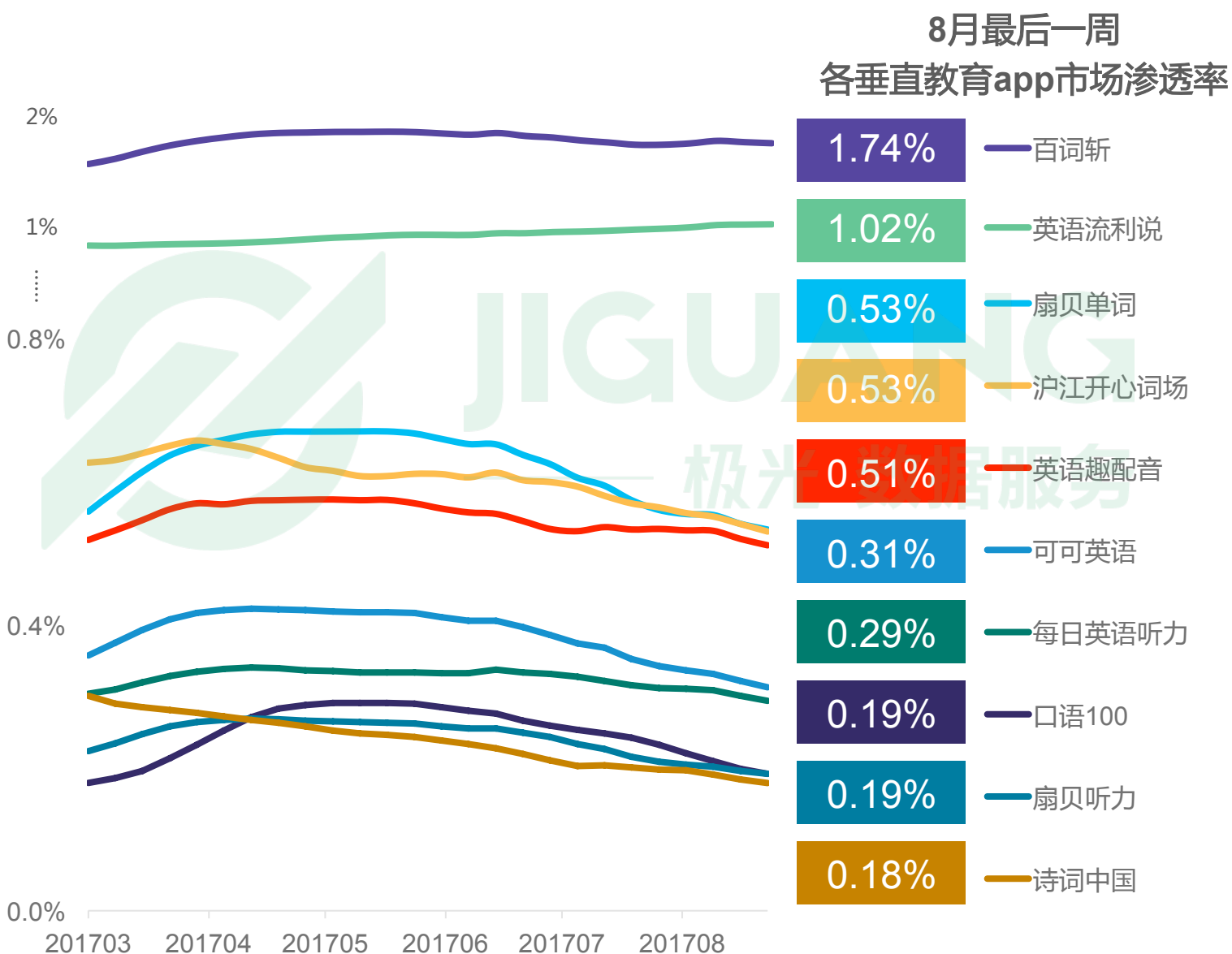
取数周期：2017.03-2017.08

8月垂直教育类市场渗透率top10 app

百词斩以1.74%市场渗透率居于垂直教育类app首位

- 根据极光大数据统计，垂直教育类app中，英语学习app渗透率较高
- 截至2017年8月最后一周，百词斩渗透率为1.74%，英语流利说为1.02%，明显高于其他垂直教育类app

8月垂直教育类渗透率top10 app



*渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

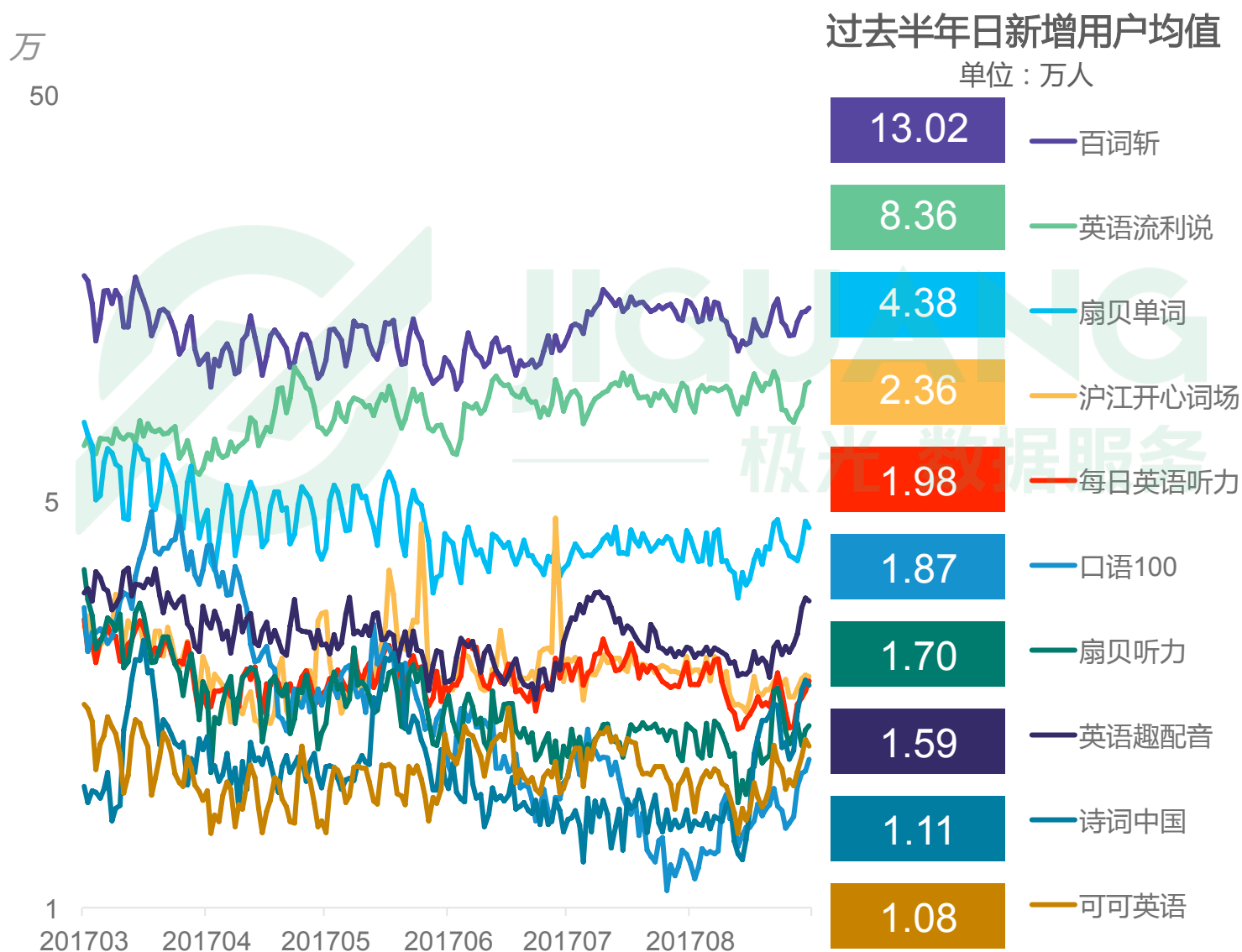
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(日新增用户数量)

百词斩过去半年日均新增用户量为13.02万

- 通过观察极光大数据发现，百词斩过去半年日新增用户均值达到13.02万，英语流利说为8.36万，扇贝单词为4.38万

垂直教育类市场渗透率top10 app-日新增用户量



日新增用户：某日第一次安装目标app的用户数

因数据跨度较大，纵坐标轴采用对数刻度

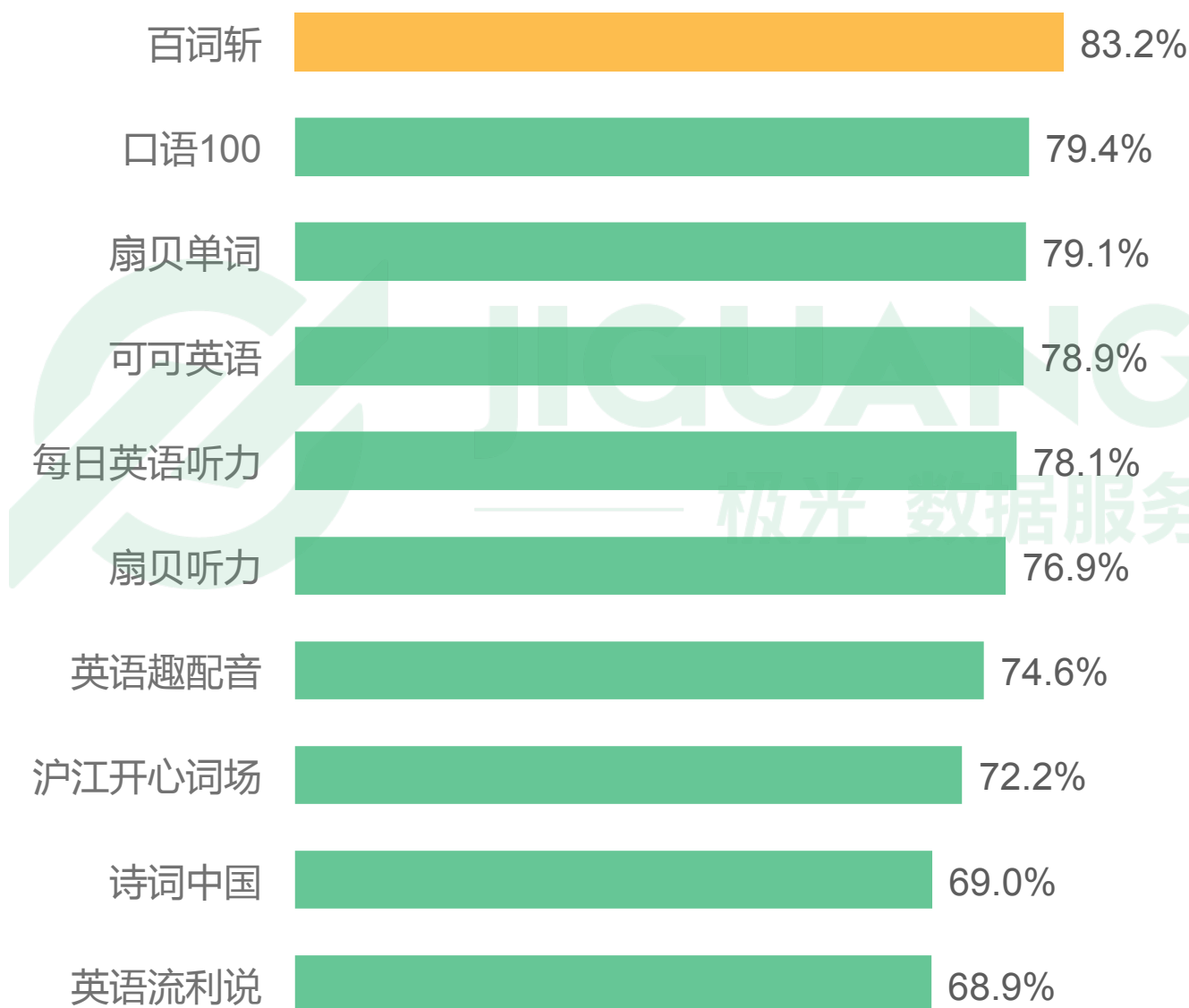
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(7天留存率)

垂直教育类留存率top3 app：百词斩、口语100、扇贝单词

- 在百词斩、口语100和扇贝单词的新增用户中，分别有83.2%、79.4%和79.1%的用户在下载7天后仍保留了该app

垂直教育类市场渗透率top10 app-7天留存率均值



数据来源：极光大数据

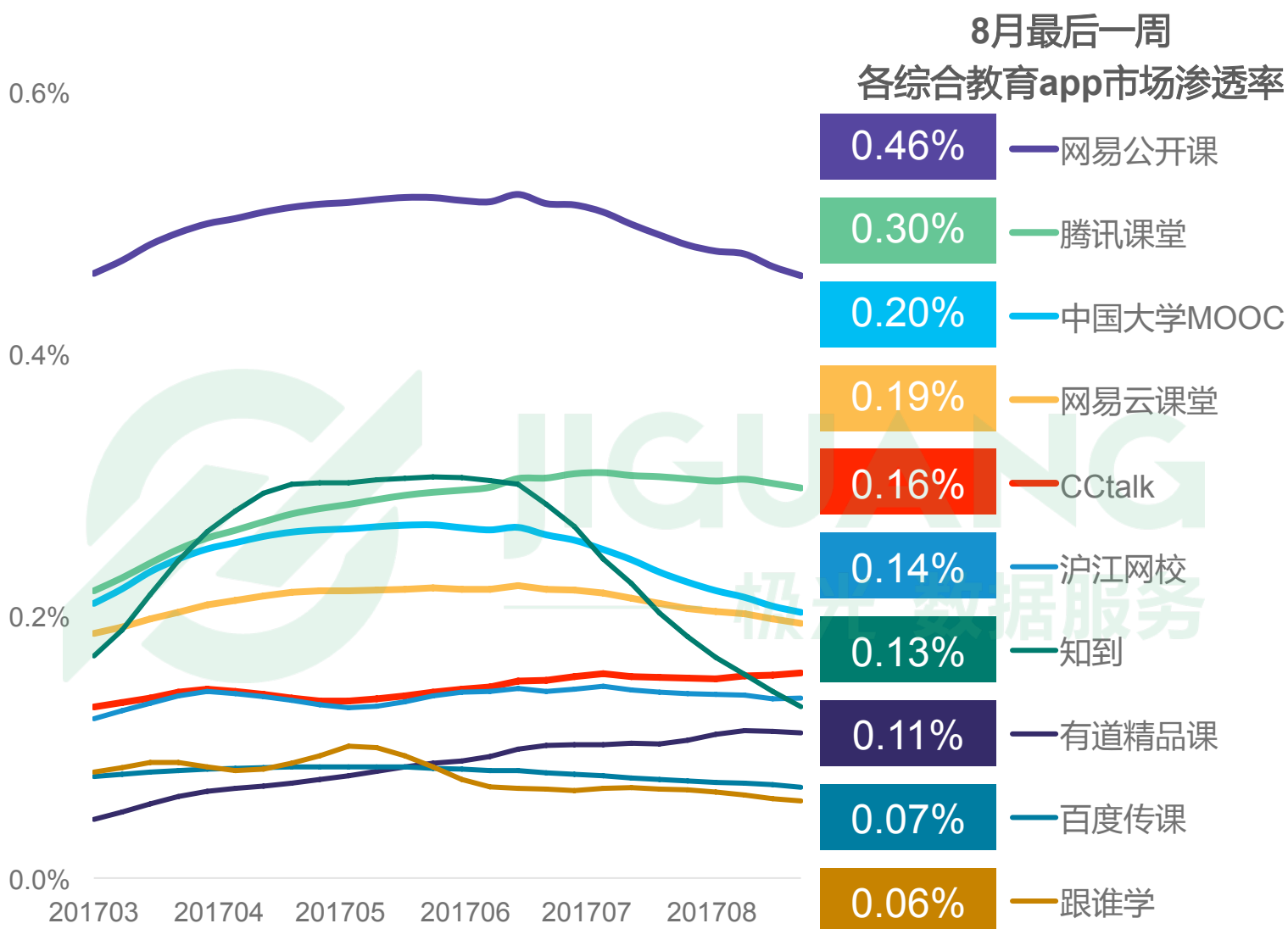
取数周期：2017.03-2017.08

8月综合教育类市场渗透率top10 app

网易公开课以0.46%市场渗透率居于综合教育类app首位

- 根据极光大数据统计，截至2017年8月最后一周，渗透率top3的综合教育类app分别是网易公开课、腾讯课堂和中国大学MOOC，其市场渗透率分别为0.46%、0.30%和0.20%

8月综合教育类渗透率top5 app



*渗透率 = 当期安装有目标应用的活跃智能设备数量占当期全部活跃智能设备的比例，活跃智能设备定义为数据周期内至少有一次联网行为的智能设备

数据来源：极光大数据

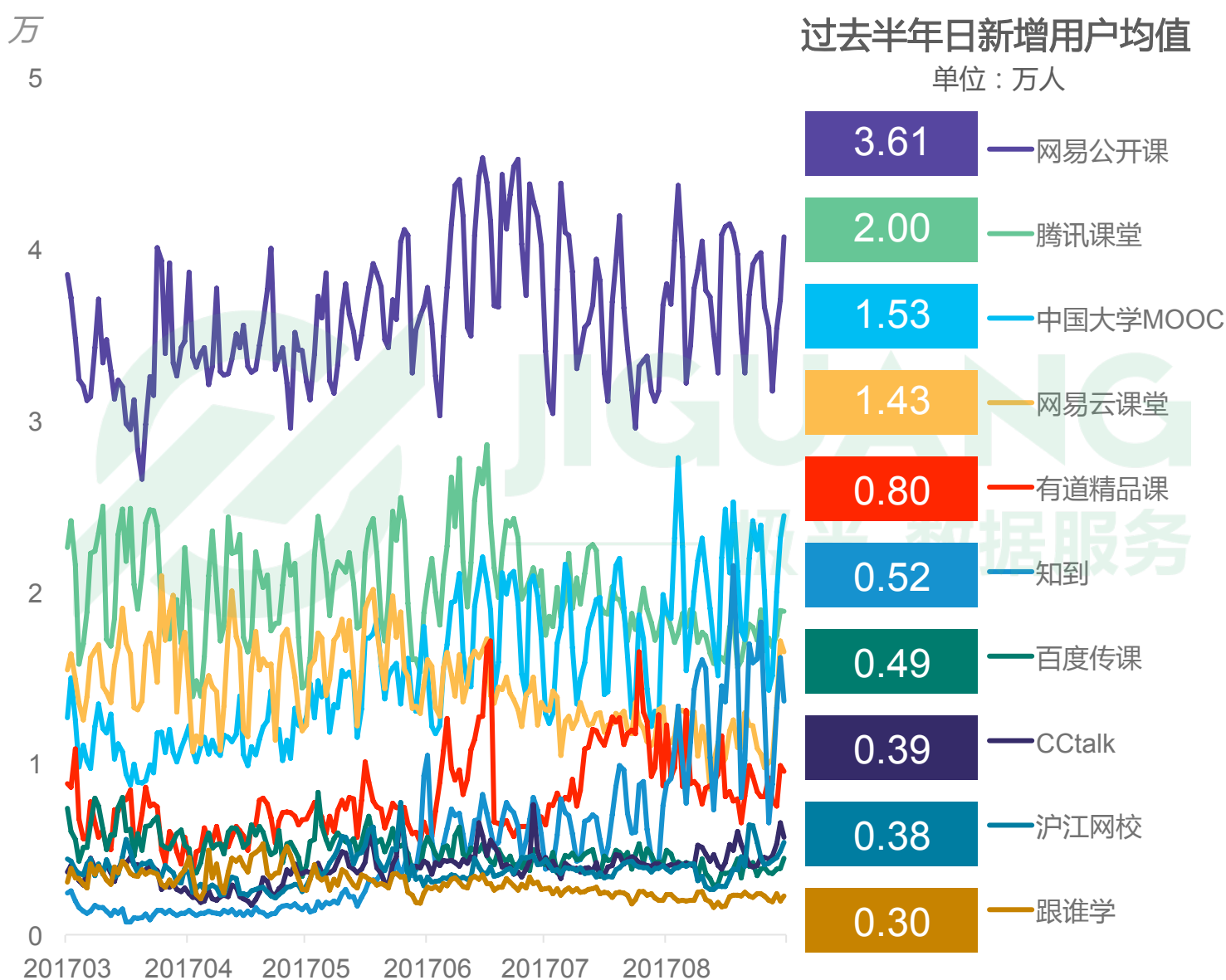
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(日新增用户数量)

网易公开课过去半年日均新增用户量为3.61万

- 通过观察极光大数据发现，网易公开课过去半年日新增用户均值为3.61万，腾讯课堂为2.00万，中国大学MOOC为1.53万

综合教育类市场渗透率top10 app-日新增用户量



日新增用户：某日第一次安装目标app的用户数

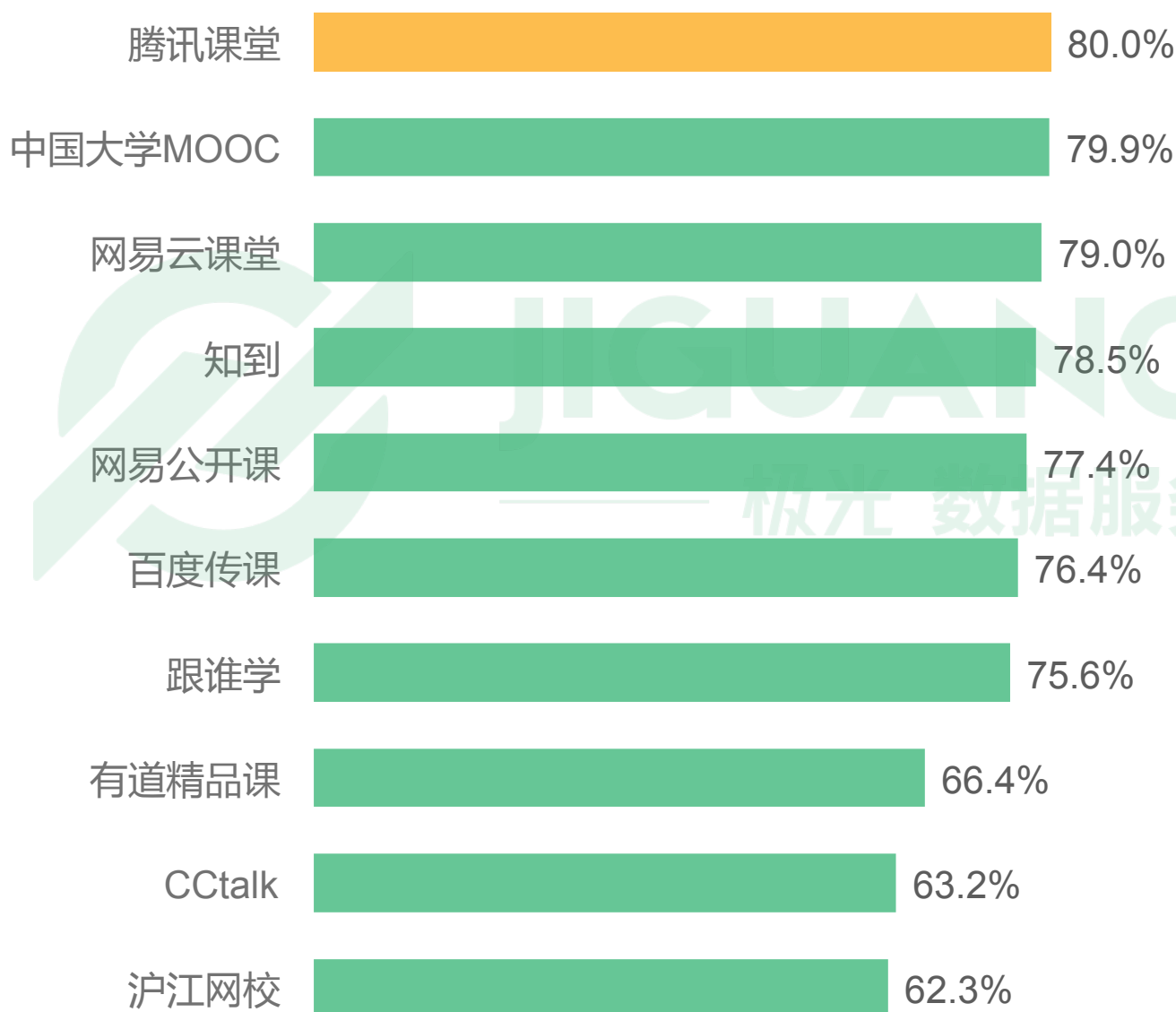
取数周期：2017.03-2017.08

渗透率top10 app(7天留存率)

综合教育留存率top3 app：腾讯课堂、中国大学MOOC、网易云课堂

- 在腾讯课堂、中国大学MOOC和网易云课堂的新增用户中，分别有80.0%、79.9%和79.0%的用户在下载7天后仍保留了该app

综合教育类市场渗透率top10 app-7天留存率均值



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.03-2017.08

CHAPTER 03

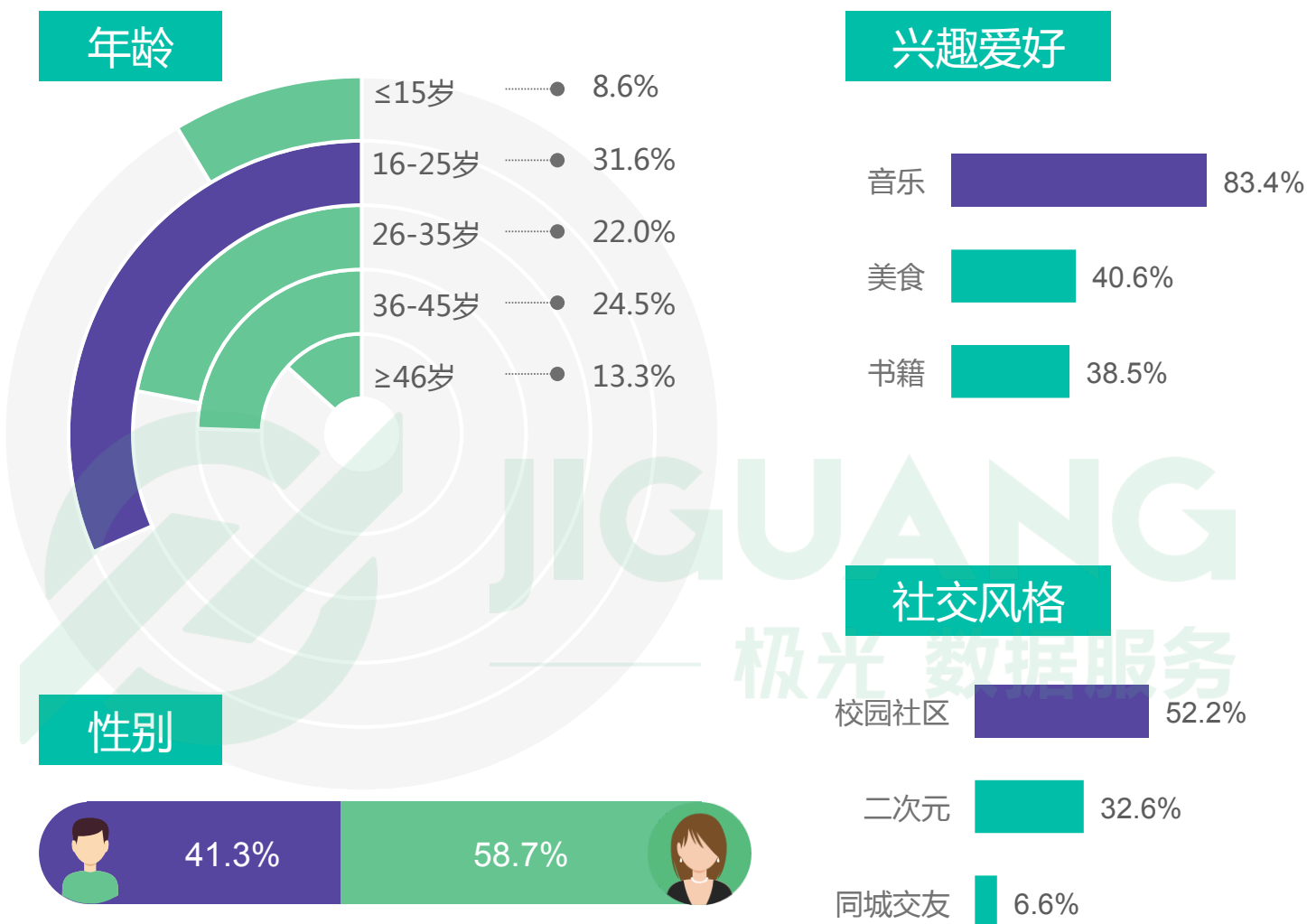
用戶画像

在线教育app用户画像

在线教育用户：男女比例约为2:3，约三成用户为16-25岁

- 在线教育app用户对音乐、美食和书籍较感兴趣，最关注的话题分别为校园社区、二次元和同城交友

在线教育app用户画像



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.08

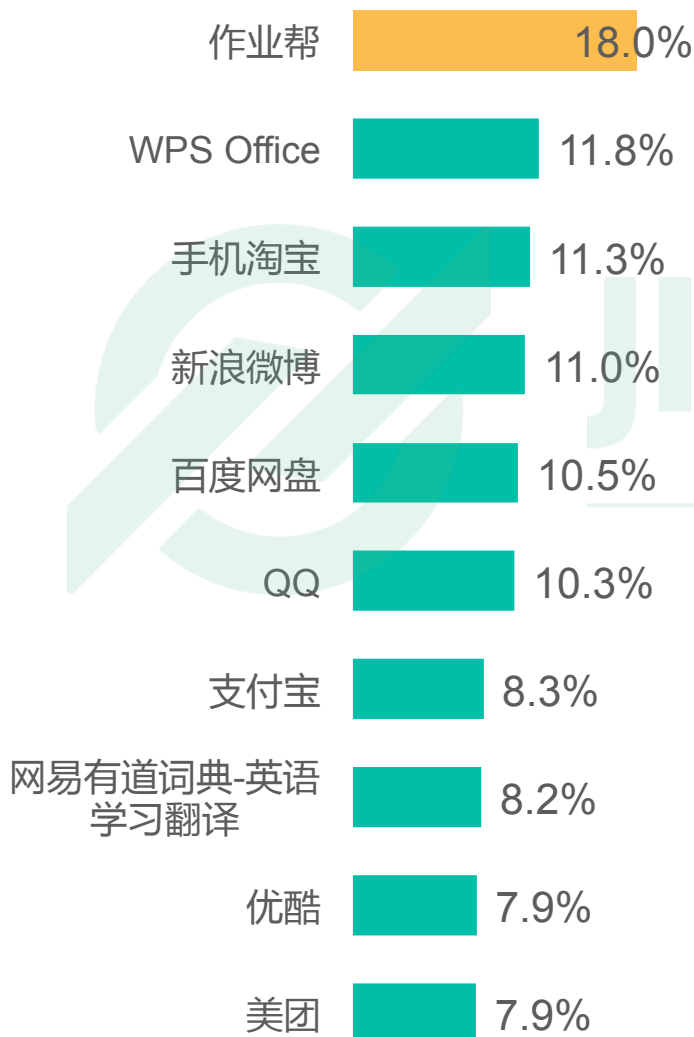
在线教育app用户画像

在线教育用户：偏好作业帮，青睐OPPO旗下机型

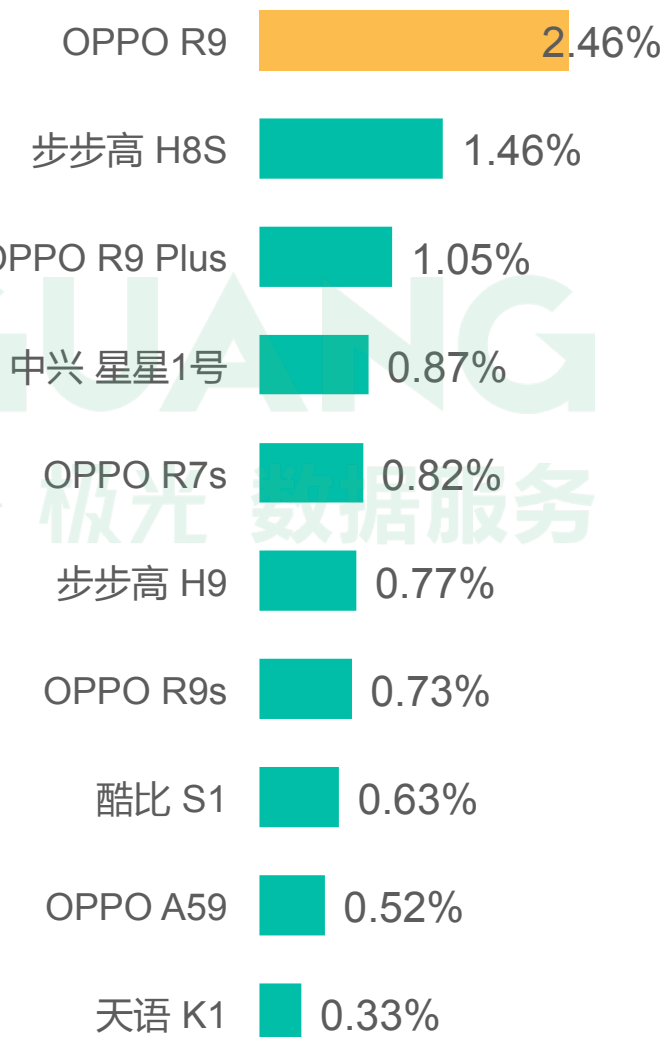
- 极光大数据显示，在线教育用户偏好度前三位应用为作业帮、WPS Office和手机淘宝
- 在线教育用户偏好度top10的机型有5款出自OPPO，2款为步步高旗下家教机产品

在线教育app用户偏好度分析

应用偏好度



安卓机型偏好度



*偏好度取数范围：在在线教育app整体用户中达到渗透率top1000的应用或渗透率 top1000的安卓机型
 应用偏好度=单个应用在目标人群中的安装占比-单个应用整体网民的安装占比
 机型偏好度=单个机型在目标人群中的使用占比-单个机型整体网民的使用占比

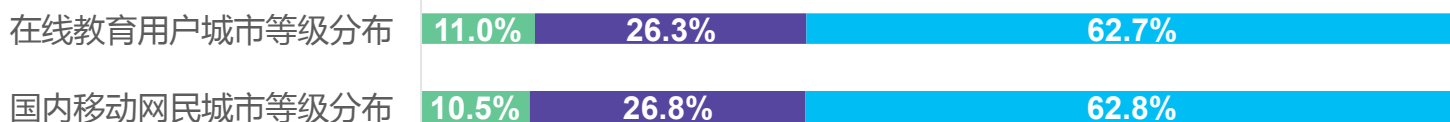
在线教育app用户画像

在线教育app用户分布与移动网民分布较为一致

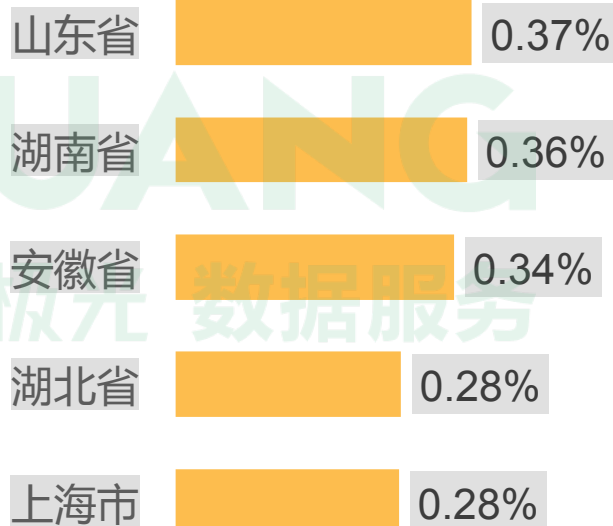
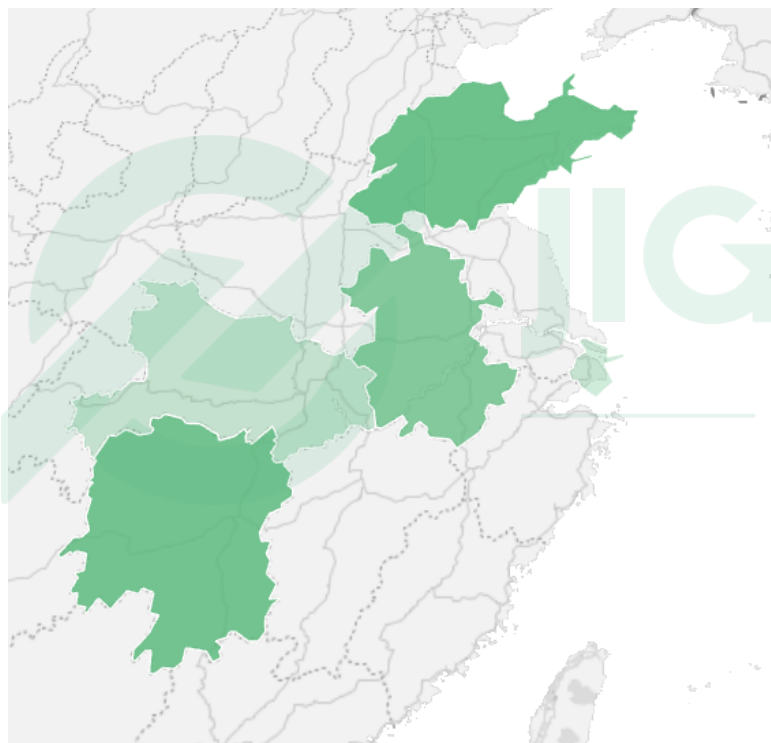
- 极光大数据显示，在线教育app用户城市等级分布与国内移动网民城市等级分布较为一致；山东省网民对在线教育app偏好度最高

在线教育app用户城市等级分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线及以下城市



在线教育app偏好度top5省级行政区域



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.08

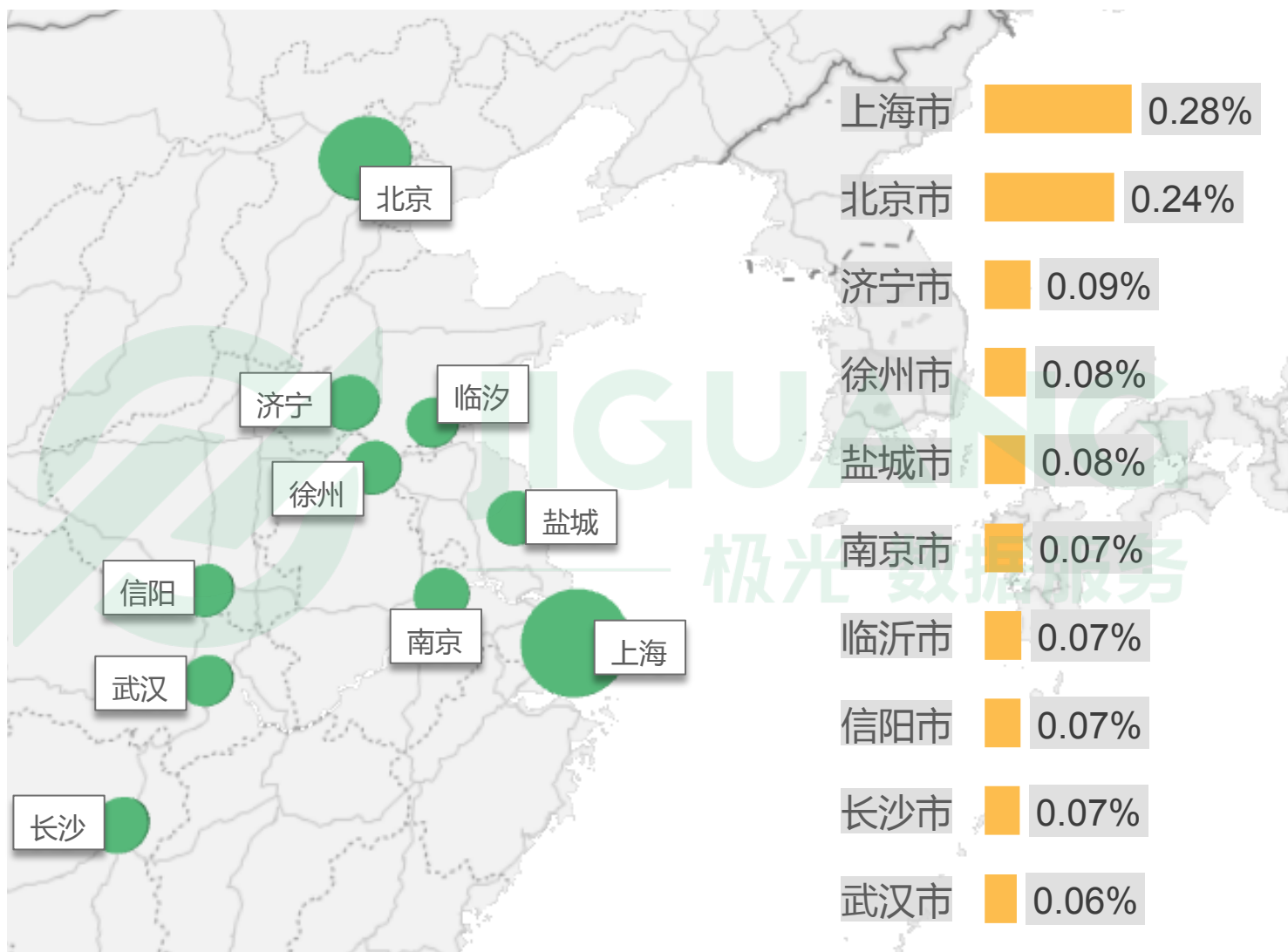
*省级行政区域用户偏好度=此省级行政区域用户在目标人群中的占比-此省级行政区域网民在整体网民的占比

在线教育app用户画像

上海市用户对于在线教育app偏好度最高

- 根据极光大数据统计，上海用户对在线教育app偏好度最高，偏好度为0.28%，北京以0.24%紧随其后

在线教育app偏好度top10城市



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.07

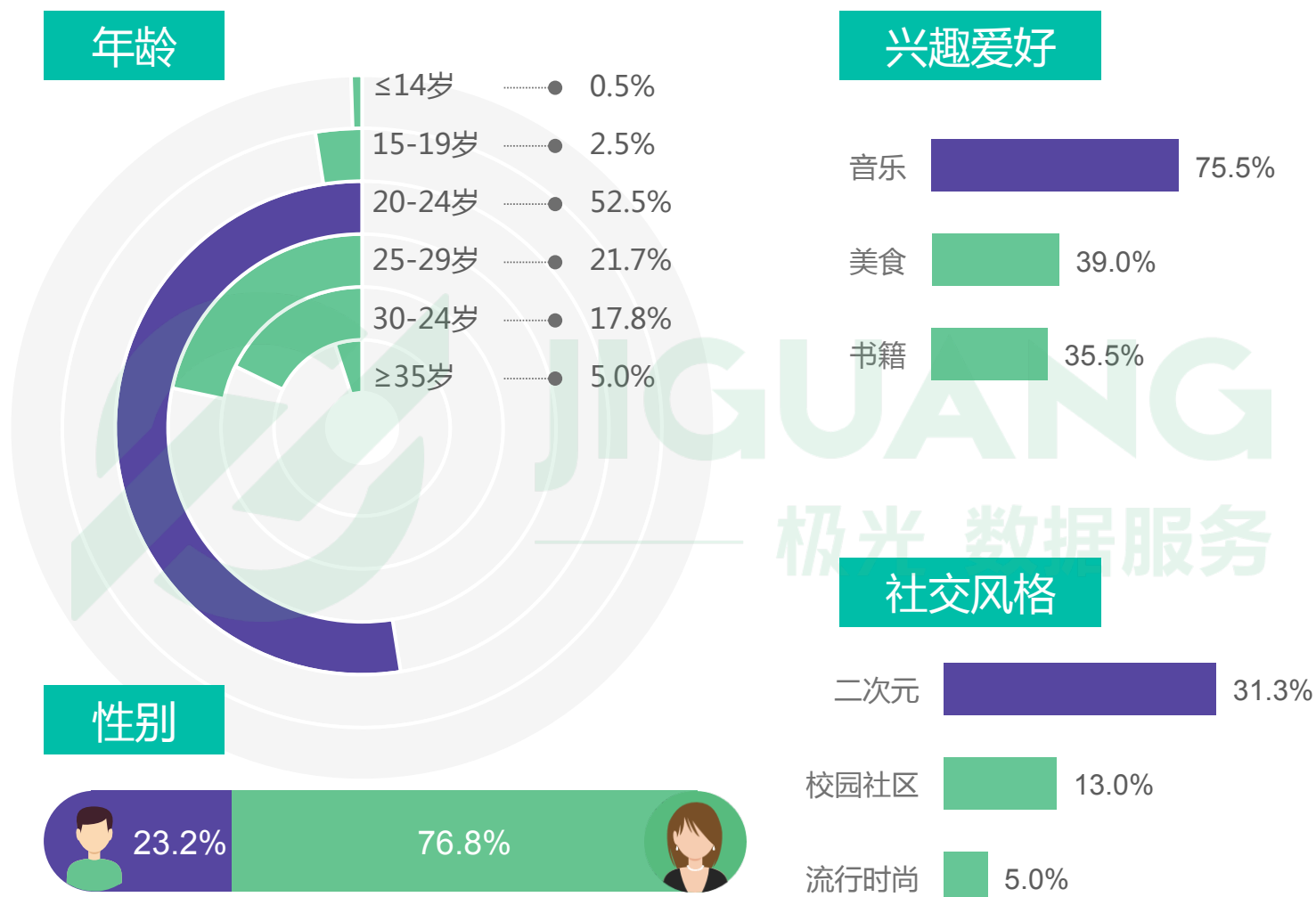
*城市偏好度=此城市用户在目标人群中的占比-此城市网民在整体网民中的占比

儿歌多多app用户画像

儿歌多多用户：超七成为女性，爱好音乐

- 儿歌多多app用户中20-24岁用户占比为52.5%，最关注话题分别为二次元、校园社区和流行时尚

儿歌中国app用户画像



数据来源：极光大数据

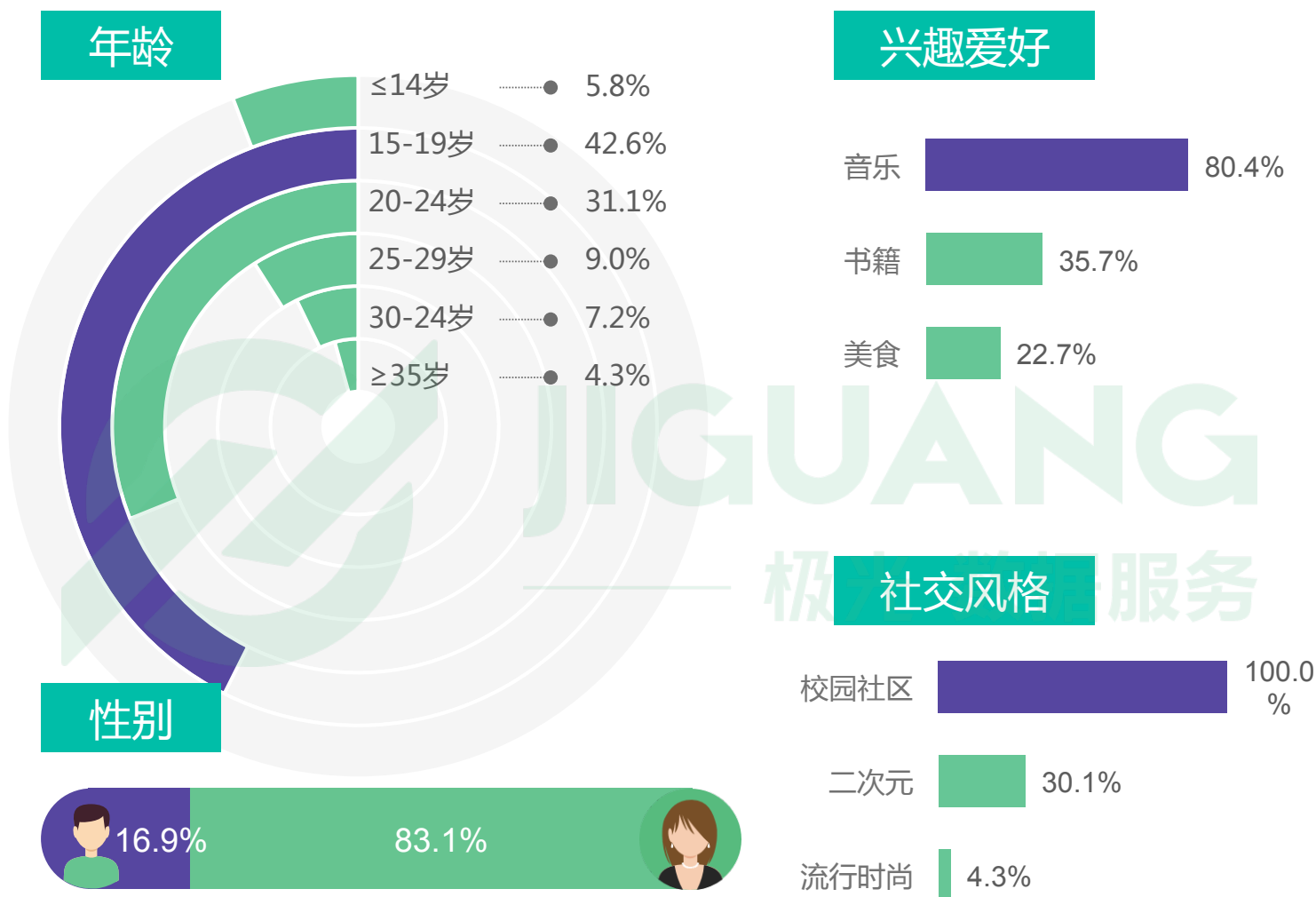
取数周期：2017.08

作业帮app用户画像

作业帮用户：女性占比超八成，约四成用户为15-19岁

- 作业帮app用户对音乐、美食和书籍较感兴趣，最关注的话题分别为校园社区、二次元和流行时尚

作业帮app用户画像



数据来源：极光大数据

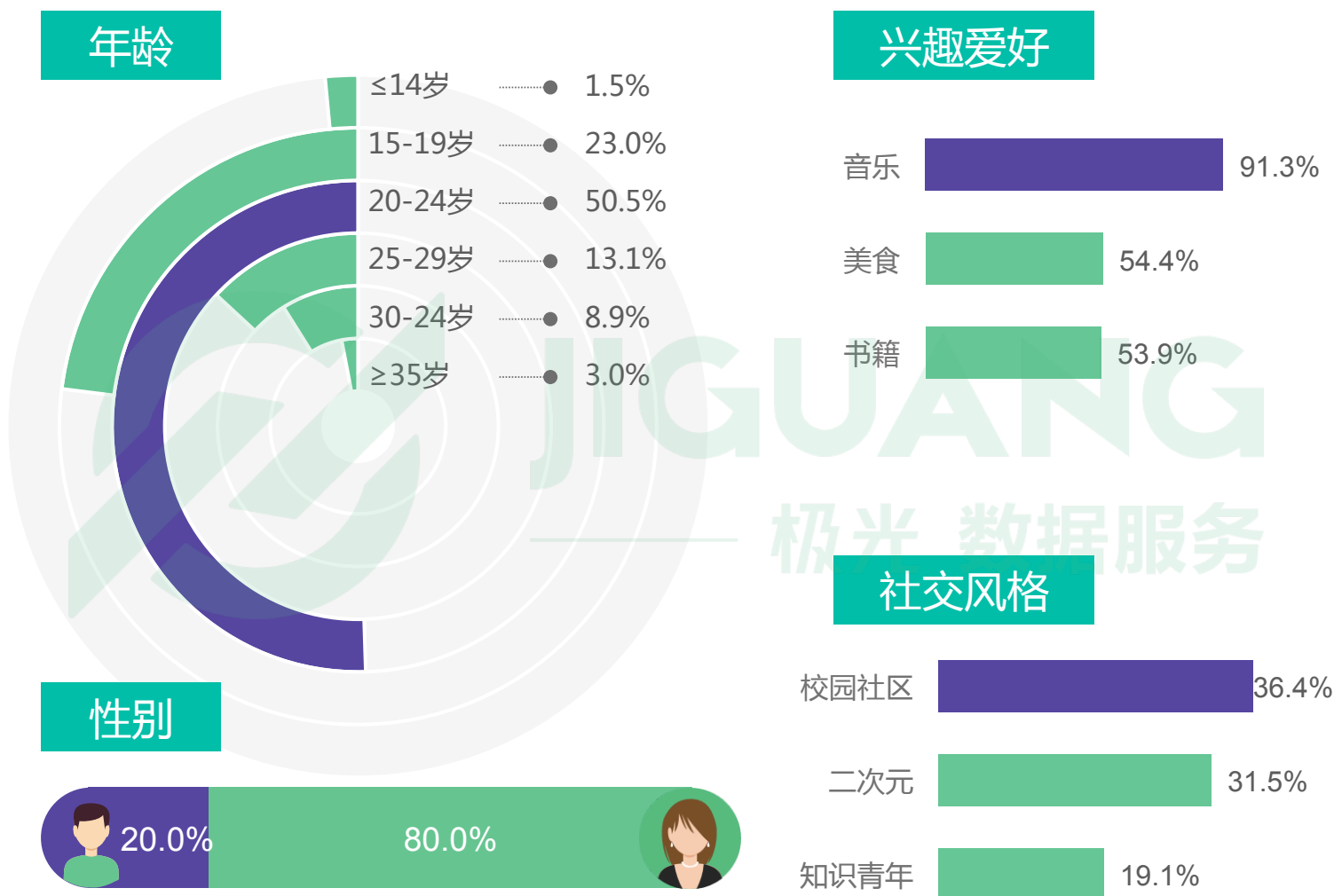
取数周期：2017.08

百词斩app用户画像

百词斩用户：男女比例1:4，20-24岁用户占比最高

- 百词斩app用户中20-24岁用户占比为50.5%，最关注校园社区、二次元、知识青年等话题

百词斩app用户画像



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.08

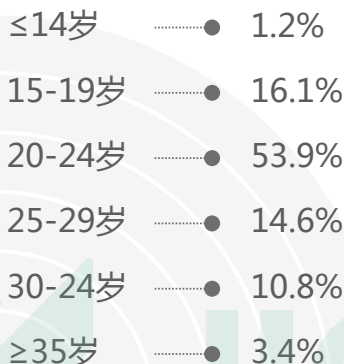
网易公开课app用户画像

网易公开课用户：过半为20-24岁，男女比例约为2:3

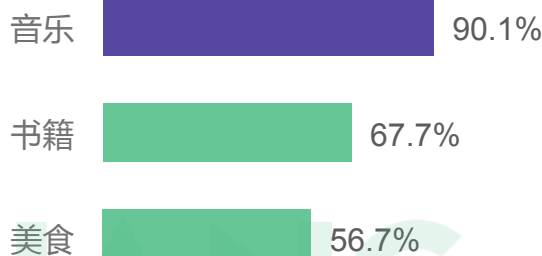
- 网易公开课app用户中53.9%为20-24岁，最关注的话题分别为知识青年、校园社区和二次元

网易公开课app用户画像

年龄



兴趣爱好



性别



社交风格



数据来源：极光大数据

取数周期：2017.08

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

2. 数据周期

报告整体时间段：2017年3月-2017年8月
具体数据指标请参考各页标注

3. 数据指标说明

在线教育包括作业帮、网易公开课、腾讯课堂等多款app

4. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待

关于极光

极光 (www.jiguang.cn) 是中国领先的移动大数据服务商。其团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata和中国移动等公司。公司自2011年成立以来专注于为app开发者提供稳定高效的消息推送、统计分析、即时通讯、短信和社会化分享组件等开发者服务。至今我们已经服务了超过50万款移动应用，累计覆盖超过90亿个移动终端，月独立活跃设备超过7.5亿，日发送消息30亿，产品覆盖了中国国内90%以上的移动终端。基于积累的海量数据，我们拓展了在大数据领域的产品，包括极光效果通和极光数据服务。极光致力于为各行各业节约开发成本，提高运营效率，优化业务决策。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



华北地区数据咨询

胡畅达：15101510721

华东、华南地区数据咨询

江 慧：13922377631

邮箱：sales@jiguang.cn