

2018年中国IT培训行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国IT培训行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/331352331352.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

IT 培训机构大体上的业务流程都比较类似，都分为“课程——招生——培训——就业”四个环节。但在每个环节的具体实现方式上，各个机构又都有自身独特的模式，各机构之间围绕这四个环节进行差异化的竞争。

课程环节：课程是培训机构实现差异化定位的最核心环节。由于课程研发具有一定的时间周期，成本先期投入，成功与否要靠招生、培训、就业等后期环节来检验，因此前期课程门类的选择就变得非常重要。培训机构需要根据自身客群定位，从多个角度来考虑课程选择的问题。

从产业需求角度：每一门课程要足够的产业需求才能支撑得起相当数量的培训人群，以便覆盖研发和运营成本。从技术难度的角度看，培训课程要相对大众化，因为太过精尖的技术只有少数“学霸”才能掌握。从技术生命周期的角度看，培训课程一般针对较成熟的技术，太新的技术还没开始运用到产业中，学生就业会遇到困难；另一方面，如果课程所针对的技术太过陈旧，也会影响学生就业。最好的节奏是课程研发有一定的前瞻性，等到推向市场时产业中刚开始规模化地产生需求，这样学生的就业最好，培训机构也容易在竞争中胜出。因此对于产业需求的预测研判能力非常重要。例如翡翠教育是通过高频率的企业调研紧密跟踪产业需求变化，并把调研结果迅速转化到课程研发中去。

从资源禀赋角度：IT 培训机构在历史发展中常常会形成部分优势课程，这些优势课程往往经过了长时间的积累，机构也愿意持续投入资源做成精品课，帮助机构提高知名度和口碑。在品类扩展时，IT 培训机构往往会围绕优势课程进行相关品类的开发，或者进行更精细化的分类。例如以CG课程闻名的火星时代，在游戏开发、影视动漫、艺术设计方面的课程种类达到 24 种之多。

从行业竞争角度：IT 培训机构在课程选择上还会考虑同行竞争的因素，对于其他机构已经建立较强竞争优势的课程，有时会采取回避的措施，进行差异化的竞争。

除了开设的课程门类有差异之外，培训机构在所开设的不同课程之间的侧重也有所不同。相关公司公告显示，2016 年，达内科技收入贡献最大的前三门课程分别为 JAVA、数字艺术和 Web 前端，收入占比分别为 34%、28%、13%；火星时代收入贡献最大的前三门课程分别为 UI/ Web 前端、游戏设计和影视后期，收入占比分别为 50%、25%、14%；翡翠教育收入贡献最大的前三门课程分别为艺术设计（UI）、移动互联网和数字娱乐，收入占比分别为 38%、30%、17%。

图表：达内科技和传智播客课程体系

图表：火星时代和翡翠教育课程体系

招生环节：面向大学生的 IT 培训机构主要的招生方式为校园招生和社会招生，简称校招和社招。校招的主要对象是在校学生，社招的主要对

象是6月份之后已毕业的学生。做这种划分主要是因为毕业前后的客群属性发生了很大改变，导致招生的手段完全不同。本质上说校招是2B，社招是2C。

校招是与院校合作的B端市场。培训机构进入校园招生需要和高等院校管理方进行一定程度的合作。在就业难的背景下，高等院校特别是二、三本及专科院校有较强的合作动力。校招主要包括校园宣讲、组织实训和专业共建三种方式，这三种方式下与院校的合作程度依次加深，投入资源的程度也依次加深，同时对学生的影响力也依次增强。

校园宣讲：培训机构派表达能力强的讲师到学校开办讲座，宣传就业形势的严峻和培训机构的优势，吸引学生报名参加培训。这是最简单的一种校招方式。

组织实训：与院校合作建立实训基地，学生在学校的实训基地或者机构的教学点听课，这种模式下的学费相对较低，对于培训机构来说相当于试听课的性质。一般来说培训机构会向合作院校支付场地费。

专业共建：培训机构和院校共建专业，培训机构提供部分实践类的课程，时间一般为一到两个学期。修完课程后学生既能拿到学分，又能享受培训机构的就业服务。专业共建是国家政策鼓励的一种校企合作方式。

IT培训机构通常还会把在校学生按年级分为三个阶段，第一阶段是大二、大三，第二阶段是大四上半学期（春节前），第三阶段是大四下半学期（春节后）。三个阶段的学生的专业基础水平和对就业的认知水平不同，面对就业的压力也不同，因此培训机构对其采取的招生策略也有所不同。通常来说，与院校深度合作的专业共建更适合于第一阶段的学生，在帮助学生打好专业基础的同时，也让学生对于培训机构建立深度的学习体验和品牌认知，大大增加了学生毕业后参加培训的概率，但同时这种模式投入的资源和成本也相对较多。而对于大四学生实训和校园宣讲的效果较好，这一阶段的学生就业焦虑感较强，更关注培训机构在解决就业方面的能力。另外还有一种提前销售的模式，通过给予一定的折扣鼓励大二、大三的学生报名，提前锁定生源。

社招是面向毕业后学生的C端市场。社招的方式主要包括口碑介绍、网络推广（包括搜索引擎推广、互联网广告、自媒体运营等）、传统媒体广告等。口碑介绍是指由老学员通过转介绍带来新学员的招生方式，这种方式实质上是一种自然流量，主要依靠培训机构的服务质量，难以通过销售手段来实现。网络推广是IT培训机构使用较多的社招方式，其中搜索引擎推广主要指百度SEM（包括竞价排名、SEO、关键词广告和付费收录等），互联网广告一般投放在求职招聘类网站和一些论坛，自媒体主要是通过微信公众号、微信群等渠道进行的社群运营。通常来说，百度SEM和互联网广告是投入越大见效越快的方式，相对成本较高，同时前者也需要较专业的SEM能力；而自媒体运营需要较专业化的社群运营能力。通过网络推广获得的用户流量会被引导到招生网站上的在线客服，进而被引导到招生顾问，通过层层流量转化最终完成报名。

招生是IT培训机构之间竞争最为激烈的环节。各机构在招生方式选择上有不同的侧重。作为行业老大的达内科技，是很多行业内流行的招生方式的开创者。达内科技最早在校招

领域推行“先毕业后付款”，将金融机构引入了IT培训行业，校招也是早期达内较重要的招生渠道。社招方面达内主要依靠百度 SEM。近年来随着网点布局范围不断扩大，达内的百度 SEM 效果逐渐提升，边际成本下降，平均获客成本低于校招，因此其在百度的投入逐渐加大，校招的投入逐渐减小，校招比例持续下降。年报显示，2016 年达内广告支出为 2.01 亿元，其中大部分为百度投放，达内百度这个渠道上已建立了绝对优势。火星时代的招生以社招为主，2017 年才开始新增校招渠道。其社招主要通过互联网广告及口碑传播，另外也在电视上投放广告，例如独家冠名求职招聘类节目《非你莫属》。

翡翠教育也以社招为主，根据我们调研其 2016 年社招和校招的占比大约分别为 85% 和 15%。翡翠教育社招的方式很有特色，百度 SEM 的占比并不高，其它渠道包括其它搜索引擎、互联网广告和自媒体社群运营等，网络推广的渠道较为多样和分散。这些渠道的投入成本相比百度 SEM 要低，但是为了实现效果需要非常科学、专业和精准的综合运营能力。翡翠教育在这方面具备独特的优势，其销售费用率在同行中相对较低。

图表：达内科技校招和社招占比

培训环节：

IT 培训机构的授课方式主要包括面授、双师、纯线上和 O2O 混合四种模式（双师严格意义上也算 O2O，但由于其具有代表性故单独讨论）。面授模式就是传统的纯线下模式，很容易理解。纯线上模式还处于市场探索阶段，客单价较低，还未形成业绩规模较大的公司。O2O 混合模式正在被很多培训机构所尝试，但还未形成主流。这里我们重点探讨双师模式。

双师模式是指授课教师通过远程视频直播同时给多个班级上课，现场安排助教负责课堂管理和课后服务的教学模式。这种模式由达内科技开创，能够使得课程研发和教学高度地标准化和集约化，最大限度地利用优秀的教师资源，降低教研教学成本，并保证授课质量的统一。例如达内就是把最优秀的老师集中在北京，统一进行课程研发和授课，每个班再配 1-2 名助教。

双师模式从形式上看很类似于学历教育中的“电大”，其缺点是交互性较弱，学员的现场体验感有一定损失。将双师模式应用于实操性强、对效果要求很高的 IT 培训，需要培训机构在课程研发设计、各环节的配合把控等方面具有很高的水平，做到在缺少交互和临场感的情况下仍然能让学员听得懂，学得会。另外，随着技术的进步，双师教学的交互性和体验感也在逐渐进步。

图表：达内科技双师课堂场景 图表：达内科技双师模式要点 各 IT 培训机构在教学模式上也存在差异。除了双师鼻祖达内科技之外，火星时代的教学也采用双师模式。翡翠教育目前主要的教学方式是线下面授，但其通过安排学生预习和复习标准化的线上学习材料，采用类似“翻转课堂”的模式，相当于把一部分学习环节线上化了，也可以看作是一种 O2O 的教学模式。传智播客采用传统授课和双元授课两种模式：传统授课即面授；双元授课指理论讲解部分采用由顶级讲师录制的教学视频，实践应用部分由具有丰富一线开发经验的工程师

手把手传授、全程对学员进行当面辅导。传智播客的双元授课和翡翠教育的教学模式有些类似。

就业环节：就业是学生的核心诉求，也是体现培训机构服务质量的终极结果，是培训机构得以形成长期口碑和品牌的核心要素。目前关于各培训机构的就业率和就业质量尚缺乏独立、客观的第三方调查数据，但是培训机构在提高就业率和就业起薪方面有明显的积极作用，这一点已经得到社会共识。根据各公司官网或公告披露，目前龙头 IT 培训机构的学员毕业后 6 个月内就业率均能达到 90%以上。

为了实现较高的就业率和就业起薪，除了要保证高质量的教学来提高学生的技能，还要配套适当的就业服务。目前 IT 培训机构都配套了如职业规划、求职辅导、面试技巧培训、免费推荐工作等服务。例如达内科技在就业服务方面建立了一套专业化的流程。年报显示，达内专门设立了职业咨询师和雇主合作代表岗位：每个班安排一位职业咨询师，主要负责对学生进行职业规划和求职方面的指导，包括在学习期间举办职业发展规划研讨会，课程结束前进行 1 对 1 面试培训和简历指导等。每个教学点安排 1-2 名雇主合作代表，雇主合作代表通过和企业、毕业校友、招聘网站建立深入的合作关系，获取企业人才需求信息，再反馈给学员，同时也会邀请企业到教学点开展招聘活动。另外，达内也和一些招聘量大的企业建立雇主合作体系，通过企业人才定制的方式，进行人才初选、招募、培养、输送的一站式人才合作。

观研天下发布的《2018年中国IT培训行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及IT培训交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、IT培训T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国IT培训行业发展概述

第一节 IT培训行业发展情况概述

一、IT培训行业相关定义

二、IT培训行业基本情况介绍

三、IT培训行业发展特点分析

第二节 中国IT培训行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、IT培训行业产业链条分析

三、中国IT培训行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国IT培训行业生命周期分析

一、IT培训行业生命周期理论概述

二、IT培训行业所属的生命周期分析

第四节 IT培训行业经济指标分析

一、IT培训行业的赢利性分析

二、IT培训行业的经济周期分析

三、IT培训行业附加值的提升空间分析

第五节 国中IT培训行业进入壁垒分析

一、IT培训行业资金壁垒分析

二、IT培训行业技术壁垒分析

三、IT培训行业人才壁垒分析

四、IT培训行业品牌壁垒分析

五、IT培训行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球IT培训行业市场发展现状分析

第一节 全球IT培训行业发展历程回顾

第二节 全球IT培训行业市场区域分布情况

第三节 亚洲IT培训行业地区市场分析

一、亚洲IT培训行业市场现状分析

二、亚洲IT培训行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲IT培训行业市场前景分析

第四节 北美IT培训行业地区市场分析

一、北美IT培训行业市场现状分析

二、北美IT培训行业市场规模与市场需求分析

三、北美IT培训行业市场前景分析

第五节 欧盟IT培训行业地区市场分析

一、欧盟IT培训行业市场现状分析

二、欧盟IT培训行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟IT培训行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界IT培训行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球IT培训行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国IT培训产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国IT培训行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国IT培训产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、IT培训环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国IT培训行业运行情况

第一节 中国IT培训行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国IT培训行业市场规模分析

第三节 中国IT培训行业供应情况分析

第四节 中国IT培训行业需求情况分析

第五节 中国IT培训行业供需平衡分析

第六节 中国IT培训行业发展趋势分析

第五章 中国IT培训所属行业运行数据监测

第一节 中国IT培训所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国IT培训所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国IT培训所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国IT培训市场格局分析

第一节 中国IT培训行业竞争现状分析

一、中国IT培训行业竞争情况分析

二、中国IT培训行业主要品牌分析

第二节 中国IT培训行业集中度分析

一、中国IT培训行业市场集中度分析

二、中国IT培训行业企业集中度分析

第三节 中国IT培训行业存在的问题

第四节 中国IT培训行业解决问题的策略分析

第五节 中国IT培训行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国IT培训行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国IT培训行业消费特点

第二节 中国IT培训行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 IT培训行业成本分析

第四节 IT培训行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国IT培训行业价格现状分析

第六节 中国IT培训行业平均价格走势预测

一、中国IT培训行业价格影响因素

二、中国IT培训行业平均价格走势预测

三、中国IT培训行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国IT培训行业区域市场现状分析

第一节 中国IT培训行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区IT培训市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区IT培训市场规模分析

四、华东地区IT培训市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区IT培训市场规模分析
- 四、华中地区IT培训市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区IT培训市场规模分析

第九章 2015-2017年中国IT培训行业竞争情况

第一节 中国IT培训行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国IT培训行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国IT培训行业竞争环境分析（IT培训T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 IT培训行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国IT培训行业发展前景分析与预测

第一节 中国IT培训行业未来发展前景分析

一、IT培训行业国内投资环境分析

二、中国IT培训行业市场机会分析

三、中国IT培训行业投资增速预测

第二节 中国IT培训行业未来发展趋势预测

第三节 中国IT培训行业市场发展预测

一、中国IT培训行业市场规模预测

二、中国IT培训行业市场规模增速预测

三、中国IT培训行业产值规模预测

四、中国IT培训行业产值增速预测

五、中国IT培训行业供需情况预测

第四节 中国IT培训行业盈利走势预测

一、中国IT培训行业毛利润同比增速预测

二、中国IT培训行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国IT培训行业投资风险与营销分析

第一节 IT培训行业投资风险分析

一、IT培训行业政策风险分析

二、IT培训行业技术风险分析

三、IT培训行业竞争风险

四、IT培训行业其他风险分析

第二节 IT培训行业企业经营发展分析及建议

一、IT培训行业经营模式

二、IT培训行业销售模式

三、IT培训行业创新方向

第三节 IT培训行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国IT培训行业发展策略及投资建议

第一节 中国IT培训行业品牌战略分析

- 一、IT培训企业品牌的重要性
- 二、IT培训企业实施品牌战略的意义
- 三、IT培训企业品牌的现状分析
- 四、IT培训企业的品牌战略
- 五、IT培训品牌战略管理的策略

第二节中国IT培训行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国IT培训行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国IT培训行业发展策略及投资建议

第一节中国IT培训行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国IT培训行业定价策略分析

第二节中国IT培训行业营销渠道策略

一、IT培训行业渠道选择策略

二、IT培训行业营销策略

第三节中国IT培训行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国IT培训行业重点投资区域分析

二、中国IT培训行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/331352331352.html>