

# 2020中国教育培训移动应用 发展研究报告

联合编写单位

TalkingData



2021年03月04日

# 前言

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中明确指出，要“发挥在线教育优势，完善终身学习体系，建设学习型社会”。与我国第十三个五年规划相比，十四五规划首次写入了“在线教育”相关内容，也将对未来中国教育培训产业产生深远影响。

2020年以来，突如其来的新冠肺炎疫情大大加速了中国在线教育发展步伐，“支撑起世界上最大规模的在线教育”，全国2.83亿学生因此受益。

资本市场方面，以好未来为代表的中国教育概念股股价曾一路走高，作业帮、猿辅导等在线教育创业公司受到风险投资机构热捧。据学研智库不完全统计，2020年全年，中国教育培训产业发生了超200起投融资事件，涉及投融资总金额超1000亿元（2020投融资报告稍后发布）。

长久以来，市场上存在一些零零散散的行业数据，但缺乏整体的对教育培训App的研究，他们的用户数有多少？活跃度如何？哪些人在用这些应用？用户在城市的哪个角落？

为解决这些疑问，更深入的认识和解读中国教育培训产业，学研智库联合中国领先的数据服务提供商TalkingData，通过调取2020年6-8月的全平台教育培训应用数据（Android+iOS），以期用数据解读中国教育培训移动应用现状，帮助公众认识中国教育培训产业，为行业从业者决策提供数据支持和参考。

# 目录

---

## 1 概述

- 1.1 数据来源
- 1.2 数据统计周期
- 1.3 概念和定义
- 1.4 数据收集范围
- 1.5 硬件覆盖范围
- 1.6 核心数据摘要

## 2 教育App活跃量分析

- 2.1 2020中国教育App TOP100概况
- 2.2 作业帮成唯一月活超1亿教育App
- 2.3 K12成教育App用户最集中领域
- 2.4 2020中国教育App月活跃用户量TOP100
- 2.5 教育App各细分领域月活跃用户量TOP10

## 3 教育App活跃率分析

- 3.1 教育App TOP100平均应用月活跃率49%
- 3.2 细分领域领军教育App活跃率表现优秀

## 4 教育App用户使用设备分析

- 4.1 98%教育App用户将手机作为主要学习设备
- 4.2 94.7%的教育App用户使用这5个手机品牌
- 4.3 OPPO A5成教育App用户使用最多手机型号
- 4.4 近4成教育App平板电脑用户使用苹果IPAD

## 5 教育App用户24小时活跃度

---

## **6 教育App使用人群分析**

6.1 教育App用户近6成为女性

6.2 超84%教育App用户介于18到44岁

6.3 中国教育App用户量最大省份/城市TOP5

## **7 教育App群体兴趣偏好**

7.1 教育App覆盖率社交应用类最高

7.2 教育App用户最常安装的20款非教育类应用

7.3 教育App用户最常安装视频类应用TOP20

## **8 教育App用户消费偏好**

## **9 北上广深4地教育App使用热力图**

9.1 北京晚10点到次日早6点居住地热力图

9.2 北京早10点到下午4点工作地热力图

9.3 上海晚10点到次日早6点居住地热力图

9.4 上海早10点到下午4点工作地热力图

9.5 广州晚10点到次日早6点居住地热力图

9.6 广州早10点到下午4点工作地热力图

9.7 深圳晚10点到次日早6点居住地热力图

9.8 深圳早10点到下午4点工作地热力图

**关于TalkingData**

# 1 概述

## 1.1 数据来源

《2020中国教育培训移动应用发展研究报告》（以下简称“本报告”）所列教育App核心数据均来自TalkingData数据中心，TalkingData数据中心数据基于TalkingData App Analytics、TalkingData Game Analytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据，及来自诸多合作伙伴，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据脱敏聚合而成。

## 1.2 数据统计周期

本报告数据统计周期为2020年6-8月的全平台数据（Android+iOS），各个细分指标的数据略有不同：其中App活跃量、使用时长等指标统计周期为2020年7月份全平台数据；App活跃率，设备及设备活跃度、人群兴趣、用户属性、用户消费偏好、北上广深四地热力度等指标统计周期为2020年6-8月全平台数据。

## 1.3 概念和定义

**教育App：** 教育培训类移动应用在本报告中简称“教育App”，按照分类分为早教辅导、K12教育、高等教育、职业技能培训、语言学习、教育工具、出国留学等大类。

**月活跃用户总量：** 是指所选周期内，通过预测算法预估出的该应用的全平台（Android+iOS）活跃终端数。

**应用活跃率：** 是指所选周期内，使用过该款应用的活跃终端数占有安装过该款应用的终端数的比重。

---

**人均应用使用时长：**是指所选时间周期内，预估某款应用的总使用时长/活跃用户量。

**活跃比例：**是指所选时间周期内，某时段的活跃设备量/全天活跃设备量\*100%。

**应用覆盖率：**是指所选周期内，安装过该款（类）应用的终端数占有所有安装过学习教育类应用的终端数的比重。

**覆盖率TGI指数：**是指学习教育人群中某款（类）应用的覆盖率/整体互联网人群中该款（类）应用的覆盖率\*标准数100。

**TGI指数：**是指学习教育人群中某类线下场景的活跃度/整体互联网人群中该类线下场景的活跃度\*标准数100。

**热力图：**指基于大数据分析的运作原理，以特殊高亮的形式显示访客热衷的页面区域和访客所在的地理区域的图示。热力图可以显示不可点击区域发生的事情。本报告所列北上广深4城市热力图，其中居住地热力图统计时间为22点至次日6点设备活跃地，工作地热力图为工作日10点至16点设备活跃地。

## 1.4 数据收集范围

本报告教育App相关数据，均来自TalkingData数据中心，从数据中心注册开发者提交的移动应用中选取教育、培训类应用，覆盖Android+iOS平台。



## 1.5 硬件覆盖范围

本报告硬件统计覆盖范围，只统计可安装第三方教育app类硬件产品，并未统计纯粹封闭式教育智能硬件产品App覆盖，譬如步步高学习机等。本报告统计的教育App覆盖的手机/平板电脑品牌有：华为、荣耀、苹果、OPPO、vivo、小米、红米、三星、魅族、一加、金立、联想、酷派、努比亚、奇酷、美图、Realme、乐视、坚果、中兴、读书郎、海信、优学派、小霸王、京东，其他未单列品牌一起归入其他。

## 1.6 核心数据摘要

- ▶中国月活用户量最大的100个教育App总月活数是3.61亿；
- ▶中国月活用户量最大教育App TOP10占前100的66%；
- ▶作业帮成唯一月活用户数超1亿的教育App，比排它后面第2到第5名月活用户总量之和还多；
- ▶中国教育App中，K12相关应用用户量最多，职业技能培训类应用用户最少；
- ▶98%的教育App用户将手机作为主要学习硬件设备；
- ▶OPPO A5成教育App用户使用最多手机型号；
- ▶教育App设备最活跃的时间段区间出现在晚上8点；
- ▶超84%教育App用户介于18到44岁；
- ▶中国教育App用户最常用应用：微信、QQ、支付宝；
- ▶他们最常用视频应用前3：抖音、腾讯视频、爱奇艺；
- ▶中国教育App用户选择最多的为中端消费品品牌；
- ▶在餐饮消费偏好上，教育App用户更喜欢吃自助餐、去咖啡水吧和零食小吃店，对日料韩餐的兴趣也高于中餐正餐。

## 2 教育App活跃量分析

### 2.1 2020中国教育App TOP100概况

本报告从TalkingData数据中心注册开发者提交的移动应用中，选取教育App应用月活跃用户总量最高的100款应用，制作而成“2020中国教育App月活跃用户数TOP100”。

#### 2020中国教育App TOP100数据摘要（2020年7月）

类别/项目	数值	类别/项目	数值
Top100月活跃用户总量	361141965	TOP100平均月活用户量	3611420
教育App TOP10 月活用户量	239948633	占TOP100比重	66.14%
教育App TOP20 月活用户量	283259492	占TOP100比重	78.43%
月活用户最高应用	100049298	占TOP100比重	27.79%
月活用户最低应用	398108	占TOP100比重	0.11%

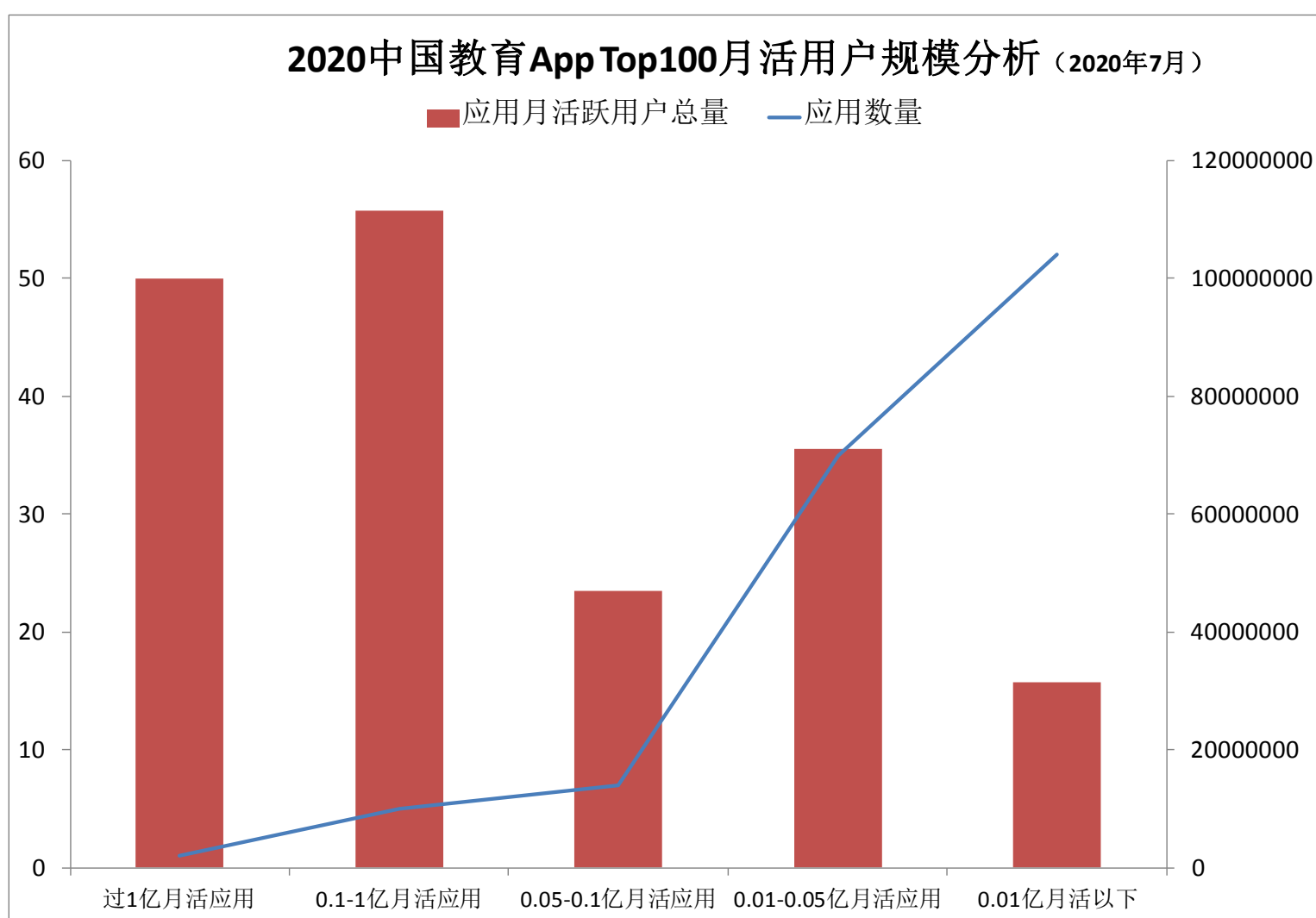
数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计数据显示，该100款教育App应用7月份用活跃用户总量为3.61亿，平均每教育App应用月活用户数为361万，其中榜单前10的教育App月活用户总量约为2.4亿，占TOP100的比重为66.14%；榜单前20的教育App月活用户总量约为2.83亿，占TOP100的比重接近80%；其中月活跃用户最多的教育App，占TOP100整体的比重为27.79%。上述数据反映教育App应用集中度较高，头部教育App用户规模优势明显。



## 2.2 作业帮成唯一月活超1亿教育App

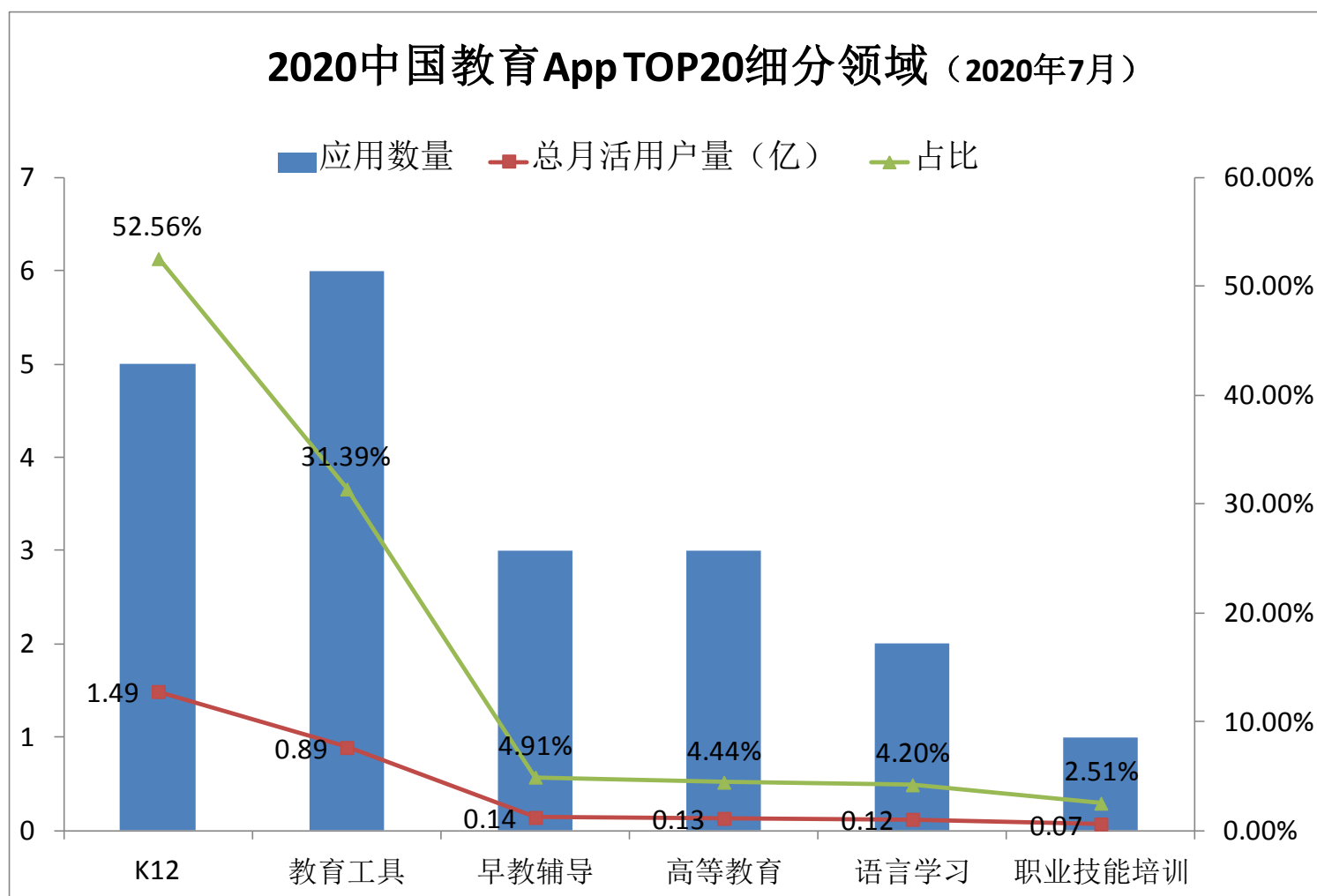
学研智库统计显示，在教育App月活用户量TOP100中，仅作业帮一款教育App月活用户量超过1亿；月活用户量在0.1到1亿之间的教育App共有5款，其月活跃用户总量为1.11亿；月活用户量在0.1-1亿之间应用有7个，月活用户总量为4699万；有35款教育App月活用户在100万到500万之间，另有52款教育App月活用户不足100万。



数据来源：TalkingData 学研智库制图

作为国内唯一一款过亿应用教育App，作业帮月活用户数比排名第2到第5名月活用户总量（0.998亿）还多。本教育App TOP100榜单中，月活用户在500万以下的教育App共87款，其月活用户合计1.26亿，仅比作业帮高出200万月活用户。

## 2.3 K12成教育App用户最集中领域



数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计显示，K12成2020中国教育App月活用户最集中的细分领域。以教育App月活用户量TOP20为例，20款教育App中，K12类教育App有5个，但这5个应用总月活用户量高达1.49亿，占比超过TOP20月活用户总量的一半（52.56%），占TOP100的比重也高达41.22%。

在TOP20中，教育工具类应用有6款，总月活用户量为0.89亿，占比为31.39%。此外，早教辅导、高等教育类应用各有3款App，职业技能培训类应用仅有腾讯课堂一款App进入TOP20，其月用户数为0.07亿。

## 2.4 2020中国教育App月活跃用户量TOP100

### 2020中国教育App月活跃用户数TOP100（1-50）

应用月活跃用户总量排名	应用名称	应用月活跃用户总量排名	应用名称
1	作业帮	26	VOA常速英语
2	网易有道词典	27	扇贝听力
3	小猿搜题	28	爱课程
4	一起作业(学生端)	29	学而思网校
5	有道翻译官	30	英语趣配音
6	百度翻译	31	跟谁学
7	百词斩	32	VIPKID英语
8	腾讯课堂	33	猿题库
9	金山词霸	34	超级课程表
10	有道学堂	35	宝宝巴士
11	天天练	36	猿辅导
12	家长通	37	互动作业
13	儿歌多多	38	口语100
14	儿歌点点	39	快快查汉语字典
15	小伴龙	40	优学院
16	英语流利说	41	Finger
17	洋葱数学	42	PU口袋校园
18	掌通家园	43	英语音标
19	知到	44	随身乐队
20	考研帮	45	沪江开心词场
21	粉笔公考	46	高校邦
22	乐教乐学	47	宝宝巴士-宝宝行为认知
23	宝宝巴士大全	48	可可英语
24	学堂在线	49	阿凡题
25	知米背单词	50	古诗词典

数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 2020中国教育App月活跃用户数TOP100（51-100）

应用月活跃用户总量	应用名称	应用月活跃用户总量	应用名称
51	每日英语听力	76	微课掌上通
52	学而思	77	口袋动物园
53	网易公开课	78	宝宝巴士-我是消防员
54	省心英语	79	乐乐作文
55	悟空拼音	80	宝贝听听
56	纳米盒	81	优蓓通
57	会计随身学	82	宝宝幼儿园-宝宝巴士
58	中国大学MOOC	83	宝宝巴士-宝宝涂鸦
59	智慧树	84	汉字转拼音
60	沪江小D词典	85	宝宝巴士-小小船长
61	我要自学网	86	新东方在线
62	宝宝巴士-照顾小宝宝	87	口袋故事
63	HelloTalk	88	知鸟
64	教师资格证随身学	89	宝宝巴士-宝宝学交通工具
65	宝宝巴士-宝宝出行安全	90	宝宝巴士-宝宝爱刷牙
66	宝宝巴士-宝宝学数字	91	内蒙古和校园(家长版)
67	学垃圾分类宝宝巴士	92	智天使
68	宝宝巴士-宝宝爱吃饭	93	跟我学写汉字
69	NAVER词典	94	优课优信
70	贝聊	95	网易云课堂
71	海词词典	96	宝宝学颜色
72	雅思哥	97	宝宝巴士-宝宝学形状
73	宝宝巴士-春夏秋冬	98	多说英语
74	宝宝小厨房-宝宝巴士	99	每日法语听力
75	宝宝巴士-自己上厕所	100	宝宝巴士-宝宝钓鱼

数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 2.5 教育App各细分领域月活跃用户量TOP10

根据TalkingData数据中心数据，我们选取了K12教育、早教辅导、高等教育、职业技能培训、语言学习、教育工具等六个细分领域的头部教育App7月份的相关数据，制作成教育App在六大细分领域的月活用户量TOP10应用表，如下：

早教辅导类教育App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
儿歌多多	1	100.00%
儿歌点点	2	73.96%
小伴龙	3	71.32%
宝宝巴士大全	4	42.34%
宝宝巴士	5	28.01%
宝宝巴士-宝宝行为认知	6	18.97%
悟空拼音	7	15.35%
智慧树	8	13.59%
宝宝巴士-照顾小宝宝	9	13.40%
宝宝巴士-宝宝出行安全	10	12.67%

K12类教育App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
作业帮	1	100.00%
小猿搜题	2	73.96%
一起作业(学生端)	3	71.32%
天天练	4	42.34%
洋葱数学	5	28.01%
学而思网校	6	18.97%
跟谁学	7	15.35%
VIPKID英语	8	13.59%
猿题库	9	13.40%
猿辅导	10	12.67%

### 高等教育类App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
有道学堂	1	100.00%
知到	2	73.96%
考研帮	3	71.32%
学堂在线	4	42.34%
爱课程	5	28.01%
优学院	6	18.97%
高校邦	7	15.35%
中国大学MOOC	8	13.59%
英语四级听力	9	13.40%
英语四级词汇	10	12.67%

### 职业技能培训类教育App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
腾讯课堂	1	100.00%
粉笔公考	2	73.96%
Finger	3	71.32%
随身乐队	4	42.34%
网易公开课	5	28.01%
会计随身学	6	18.97%
我要自学网	7	15.35%
教师资格证随身学	8	13.59%
新东方在线	9	13.40%
知鸟	10	12.67%

数据来源：TalkingData 学研智库制图



### 语言学习类教育App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
百词斩	1	100.00%
英语流利说	2	73.96%
知米背单词	3	71.32%
VOA常速英语	4	42.34%
扇贝听力	5	28.01%
英语趣配音	6	18.97%
口语100	7	15.35%
英语音标	8	13.59%
沪江开心词场	9	13.40%
可可英语	10	12.67%

### 教育工具类教育App月活跃用户量TOP10

应用名称	应用排名	应用月活跃用户总量相对值
网易有道词典	1	100.00%
有道翻译官	2	22.85%
百度翻译	3	16.20%
金山词霸	4	6.46%
家长通	5	3.30%
掌通家园	6	1.80%
乐教乐学	7	1.66%
超级课程表	8	1.64%
快快查汉语字典	9	1.64%
PU口袋校园	10	1.54%

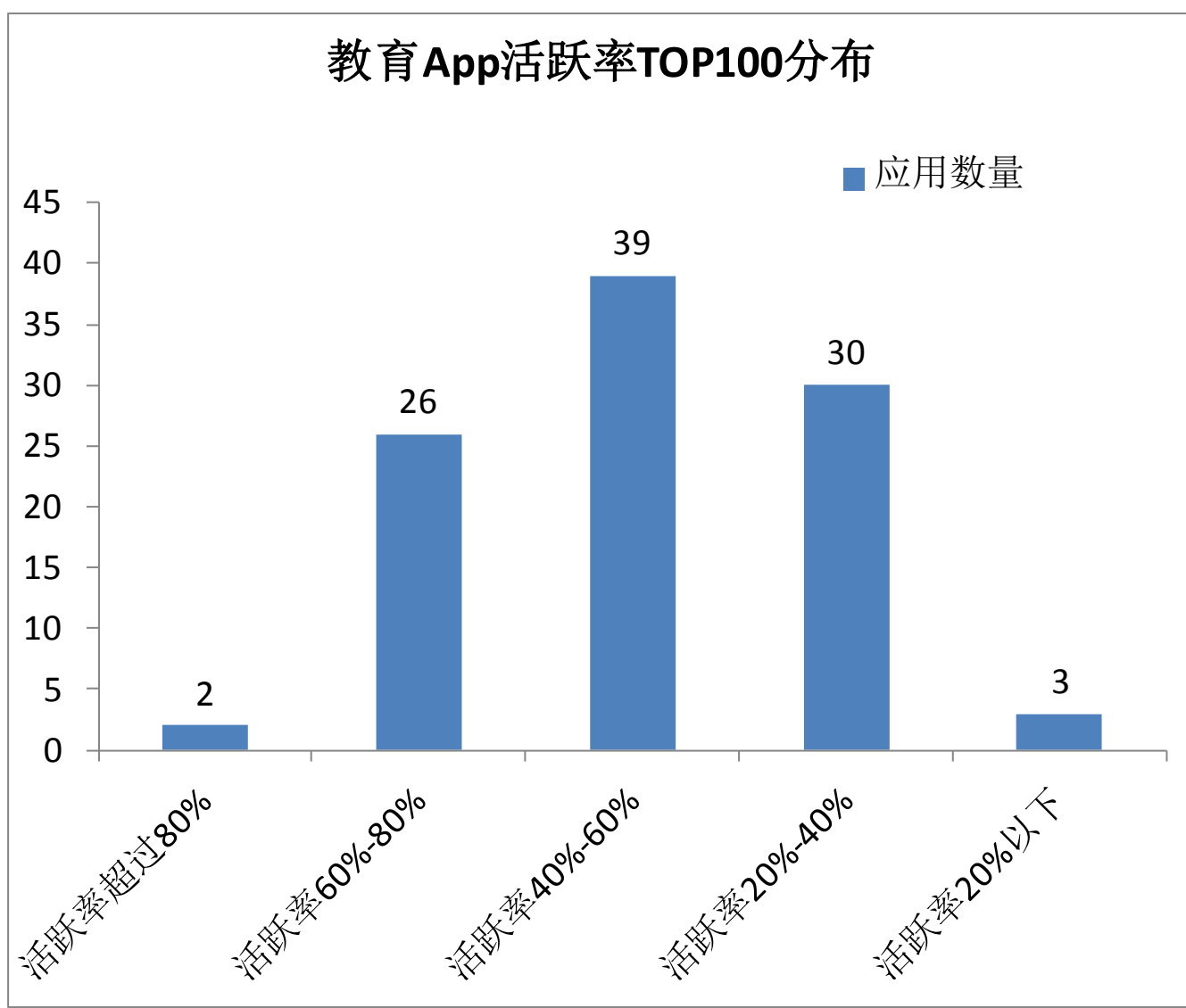
数据来源：TalkingData 学研智库制图

### 3 教育App活跃率分析

本报告所指教育App活跃率，是指在2020年6月到8月之间，使用过一款教育App的活跃终端数占有安装过该款应用的终端数的比重。

#### 3.1 教育App TOP100平均应用月活跃率49%

由于教育App数量太多，统计所有应用活跃率对用户常用的教育App并无多大参考价值，因此学研智库选取教育App活跃率前100的应用为研究对象，这一范围也包含大部分目前主流的教育App应用。



数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计数据显示，100款教育App平均活跃度为49%，活跃率最高的教育App是教育工具类应用Timing（86%），进入前100

活跃率最低的为有道学堂（13%）。

在所选取的100款教育App中，仅有两款应用活跃率达到或超过80%，分别为Timing（86%）和洪恩识字（80%），有26款应用的活跃率介于60%到80%之间，活跃率在40%-60%的应用数量最多为39款，30款应用活跃率在20到40%之间，另有3款应用活跃率低于20%（人教点读19%、扇贝炼句19%、有道学堂13%）。

### 3.2 细分领域领军教育App 活跃率表现优秀

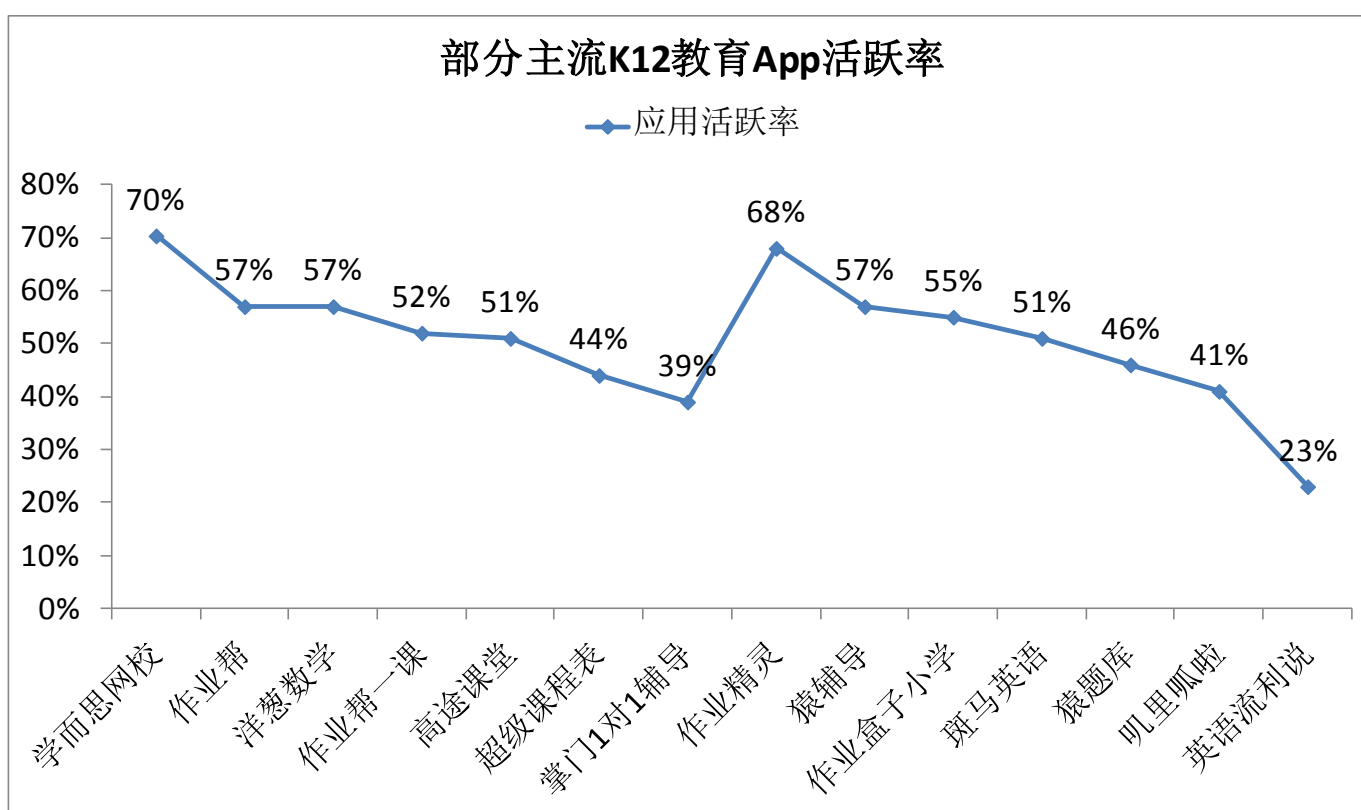
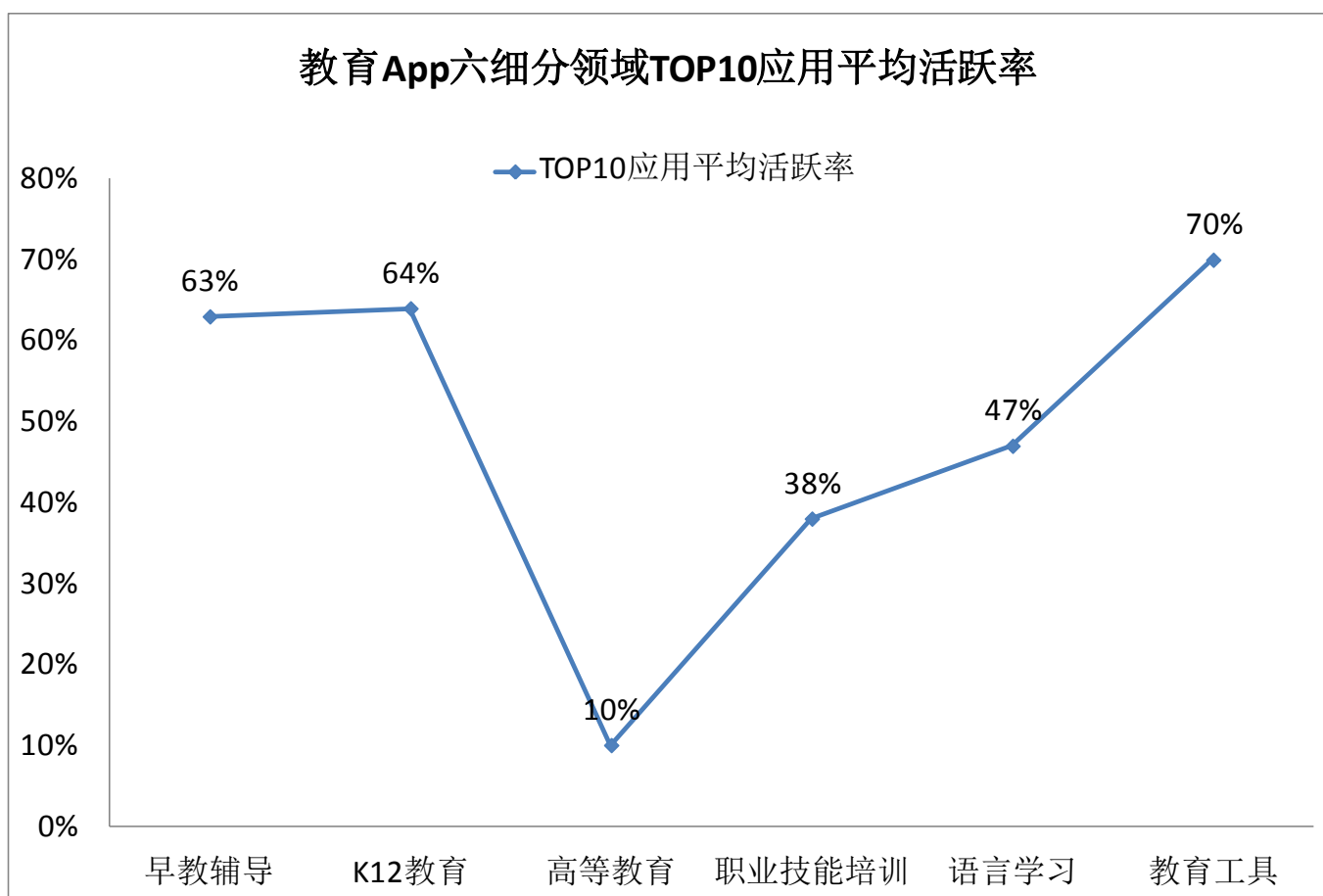
学研智库统计了早教辅导、K12教育、高等教育、职业技能培训、语言学习、教育工具六大教育App细分领域活跃率第一名的应用，除高等教育细分领域外，其他5个细分领域的领军应用活跃率均超过60%，分别为：洪恩识字（80%）、学而思网校（70%）、学习通（71%）、沪江开心词场（62%）和Timing（86%）。

#### 教育App各细分领域第1名应用活跃率

细分教育领域	应用名称	活跃率
早教辅导	洪恩识字	80%
K12教育	学而思网校	70%
高等教育	中国大学MOOC	25%
职业技能培训	学习通	71%
语言学习	沪江开心词场	62%
教育工具	Timing	86%

数据来源：TalkingData 学研智库制图

学研智库统计发现，在早教辅导、K12教育、高等教育、职业技能培训、语言学习、教育工具六大教育App细分领域中，各细分领域活跃率TOP10（合计60个教育App）的应用平均活跃率数据差别很大，教育工具TOP10平均活跃率高达70%，而高等教育类TOP10应用平均活跃率仅有10%。

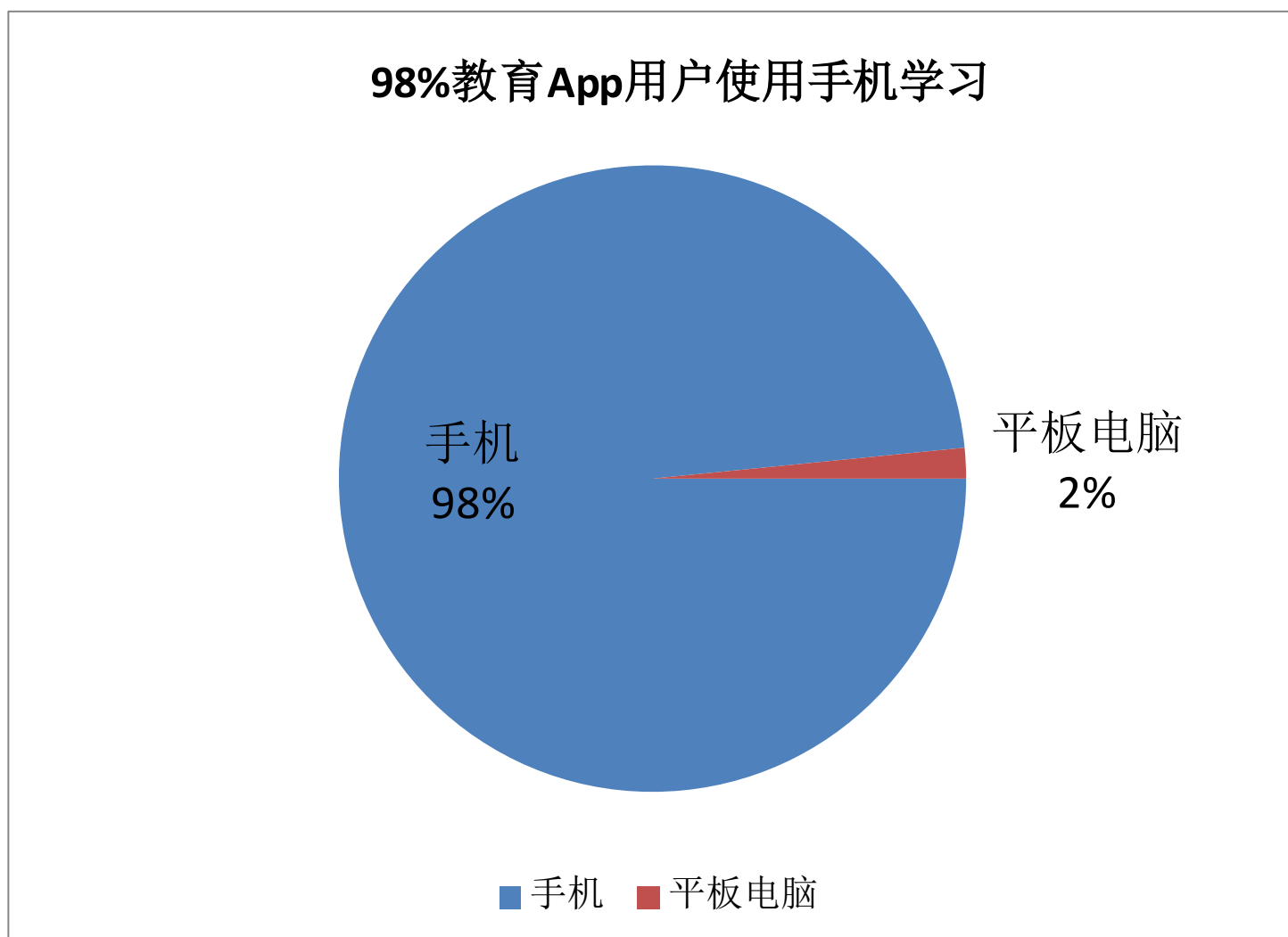


数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 4 教育App用户使用设备分析

学研智库调取2020年6-8月TalkingData数据中心教育App硬件使用情况，覆盖国内主要手机/平板电脑品牌，数据及结论如下：

### 4.1 98%教育App用户将手机做为主要学习设备

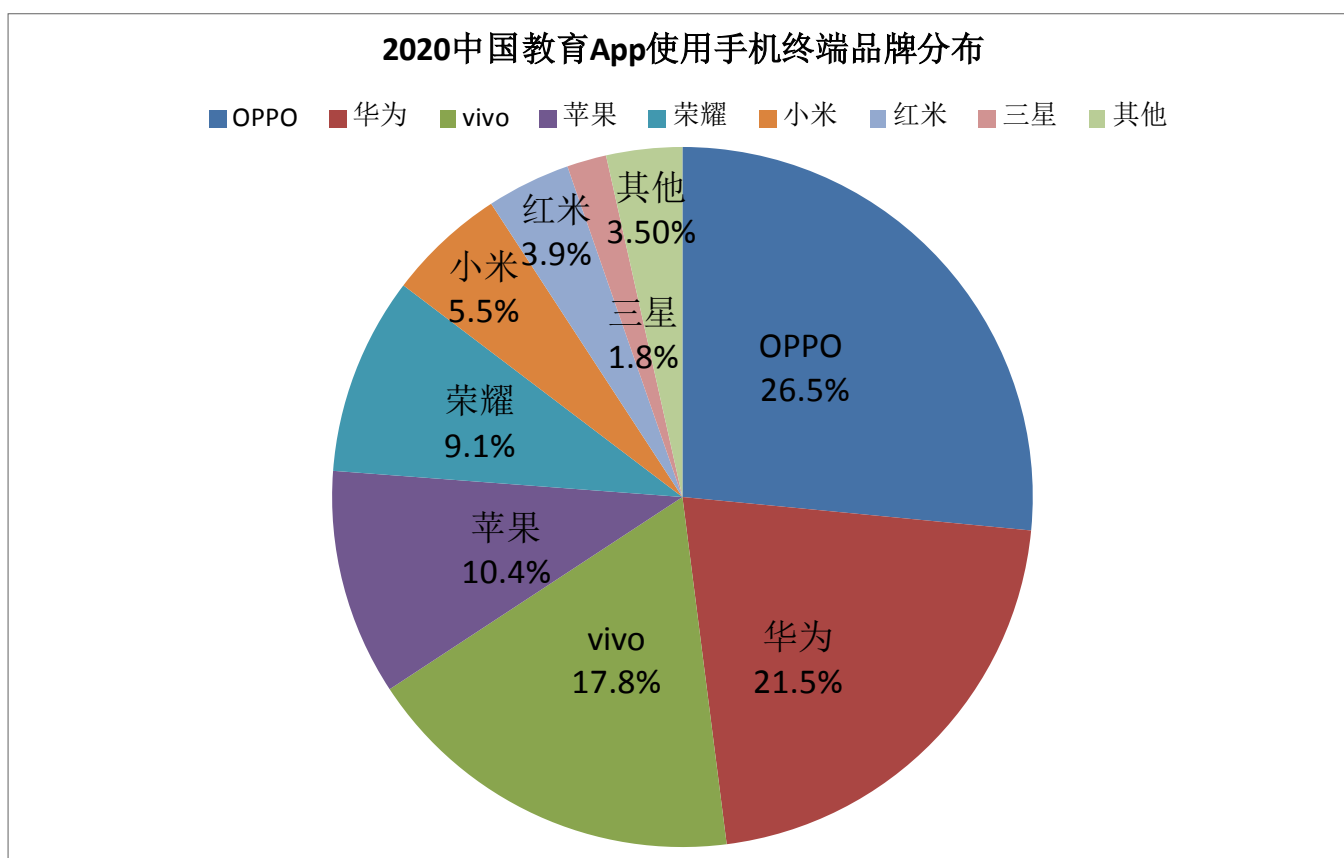


数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计显示，98%的教育App用户将手机作为主要学习硬件设备，将平板电脑作为主要学习设备的用户仅有2%。与CNNIC第45次互联网调查报告互联网上网设备使用情况相比，教育App用户使用平板电脑的比例偏低（CNNIC数据：中国网民手机上网比例为99.3%，平板电脑上网比例为29%）。

## 4.2 94.7%的教育App用户使用这5个手机品牌

统计显示，共有20个手机品牌教育App用户使用比例超过0.1%，包括华为、荣耀、苹果、OPPO、vivo、小米、红米、三星、魅族、一加、金立、联想、酷派、努比亚、奇酷、美图、Realme、乐视、坚果、中兴，教育App用户使用这上述20个品牌手机的比例总和为99.2%。



数据来源：TalkingData 学研智库制图

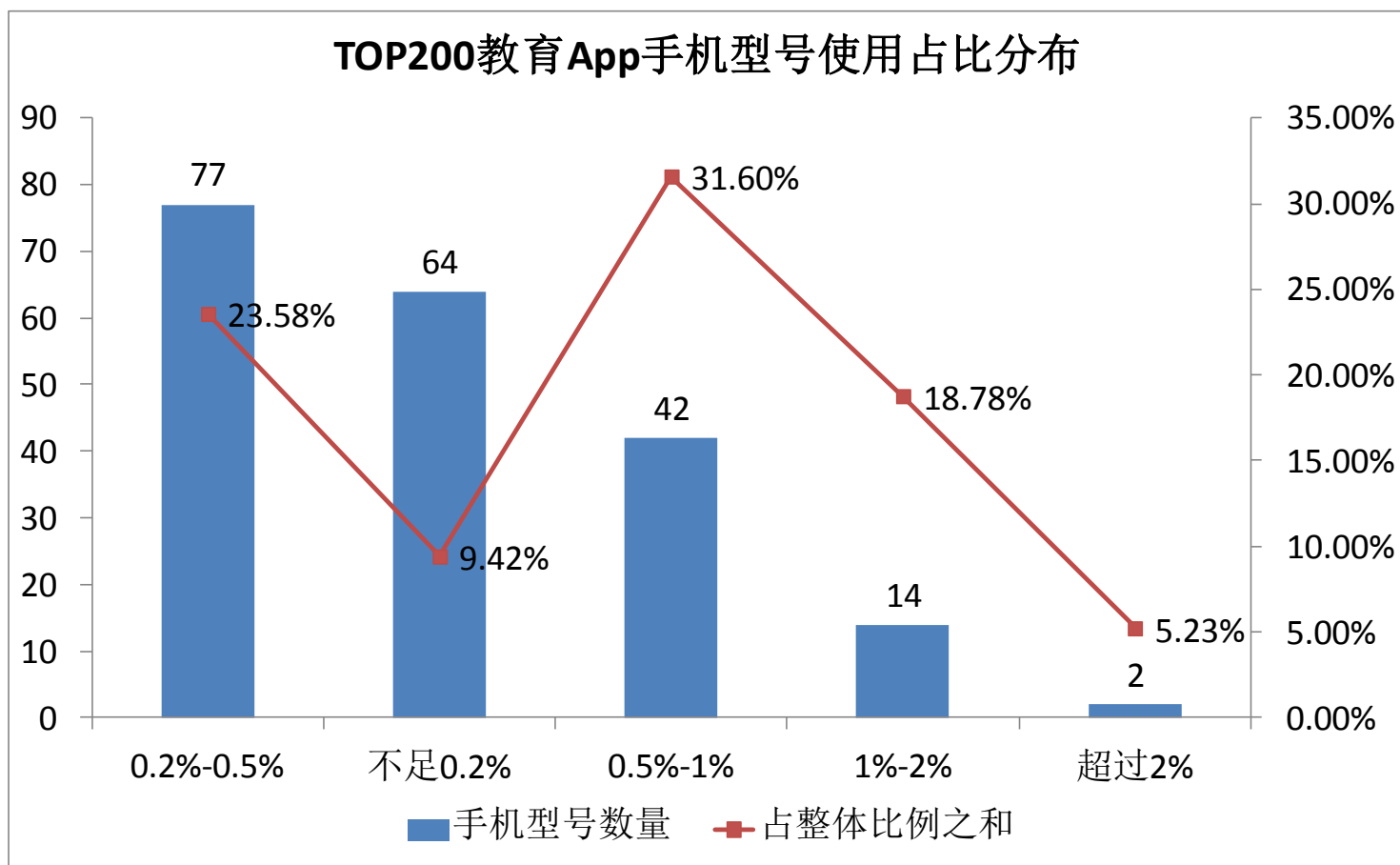
OPPO以26.5%的比例成为教育App使用最多的手机品牌，华为以21.5%紧随其后。如果将各手机品牌的主要子品牌计算在内的话，则华为以30.6%（华为21.5%+荣耀9.1%，荣耀但当时尚未拆分）成为教育App用户使用最多的手机品牌，华为（30.6%，含荣耀）、OPPO（26.5%）、vivo（17.8%）、苹果（10.4%）、小米（9.4%，含红米），合计94.7%的教育App用户使用这5个手机品牌。除此之外，仅三星（1.8%）在教育App用户使用手机品牌占比超过1%，其他手机品牌占比均未超过1%，最高为魅族的0.7%。



### 4.3 OPPO A5成教育App用户使用最多手机型号

学研智库截取了使用教育App比例最高的手机型号200个，使用教育App最多手机型号TOP200的总和占比为88.6%，由此可见用户使用手机型号的分散程度。虽然手机型号整体较为分散，但该榜单TOP50手机型号占整体的比例为51.15%，相对集中。

TOP200榜单中，占整体比重超过2%的共两款手机：OPPO A5最高为3.16%，华为 NOVA 3I排名第二为2.07%；占整体比重介于1%-2%的手机型号共14款，占整体的比例为18.78%；占整体比重在0.5%到1%的手机型号共42款，整体占比31.6%；占整体比重在0.2%到0.5%的手机共77款，合计占比23.58%；前200中，64款手机型号使用占比比例总和占整体比例不足2%。



数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 教育App用户使用最多手机型号TOP50

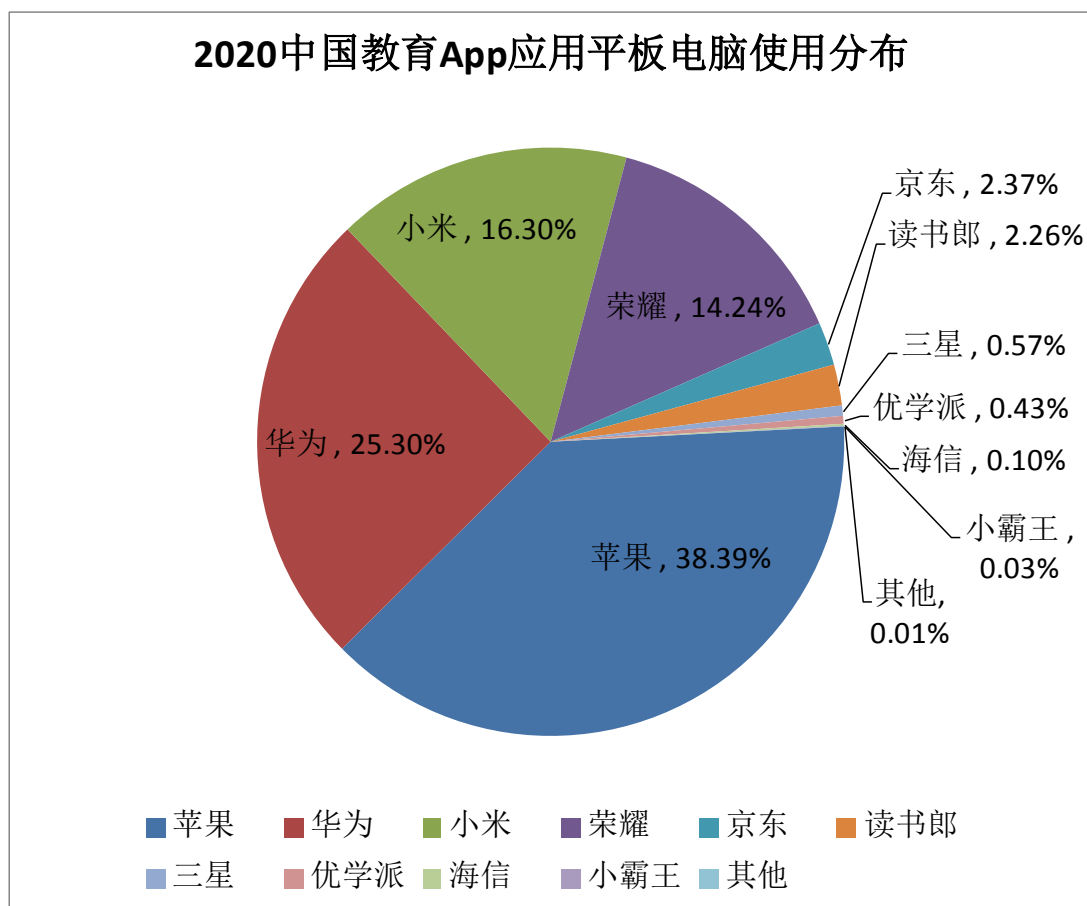
排名	品牌	机型名称	占整体比重	排名	品牌	机型名称	占整体比重
1	OPPO	A5	3.16%	26	OPPO	A3	0.90%
2	华为	NOVA 3I	2.07%	27	苹果	IPHONE XR	0.89%
3	华为	P30	1.78%	28	vivo	Y3	0.89%
4	OPPO	R17	1.79%	29	苹果	IPHONE 11	0.89%
5	OPPO	R15	1.68%	30	华为	P20	0.86%
6	华为	P30 PRO	1.54%	31	OPPO	R11	0.86%
7	苹果	IPHONE X	1.40%	32	华为	NOVA 4	0.84%
8	OPPO	A9	1.39%	33	OPPO	R9S	0.82%
9	华为	NOVA 5 PRO	1.34%	34	苹果	IPHONE 7	0.80%
10	vivo	X21	1.31%	35	苹果	PHONE 6S PLU	0.80%
11	苹果	IPHONE 7 PLUS	1.20%	36	荣耀	9X	0.78%
12	OPPO	A57	1.12%	37	华为	畅享9	0.77%
13	OPPO	R9	1.09%	38	vivo	X20	0.76%
14	vivo	X27	1.07%	39	荣耀	20	0.75%
15	OPPO	RENO	1.04%	40	苹果	PHONE XS MA	0.74%
16	小米	8	1.03%	41	vivo	Y66	0.71%
17	OPPO	A7X	0.99%	42	OPPO	R15 (梦镜版)	0.67%
18	苹果	IPHONE 8 PLUS	0.98%	43	vivo	X23	0.66%
19	华为	MATE 20	0.98%	44	OPPO	R11S	0.66%
20	vivo	Y93	0.97%	45	荣耀	10	0.65%
21	华为	MATE 20 PRO	0.96%	46	vivo	X9	0.64%
22	vivo	Y97	0.96%	47	华为	P20 PRO	0.63%
23	OPPO	A11	0.94%	48	vivo	Y85	0.62%
24	vivo	Y93S	0.93%	49	小米	9	0.62%
25	OPPO	A3	0.90%	50	荣耀	V20	0.61%

数据来源：TalkingData 学研智库制图

在教育App用户使用最多的手机型号TOP50中，入选门槛为占整体比重的0.61%，TOP50中：OPPO共14款合计占比达17.1%最高；华为共有14款合计占比13.96%（含荣耀4款）第二；小米共有两款手机，小米8和小米9，合计占比1.65%；苹果共有9款合计占比8.32%，其中iPhone x 1.4%最高；vivo共11款合计占比9.52%。

## 4.4 近4成教育App平板电脑用户使用苹果IPAD

统计显示，在2020年6-8月中，在教育App用户使用最多的平板电脑品牌中，苹果、华为（含荣耀）、小米三家合计占比高达94.23%，其中苹果平板电脑以38.39%比例居首位。



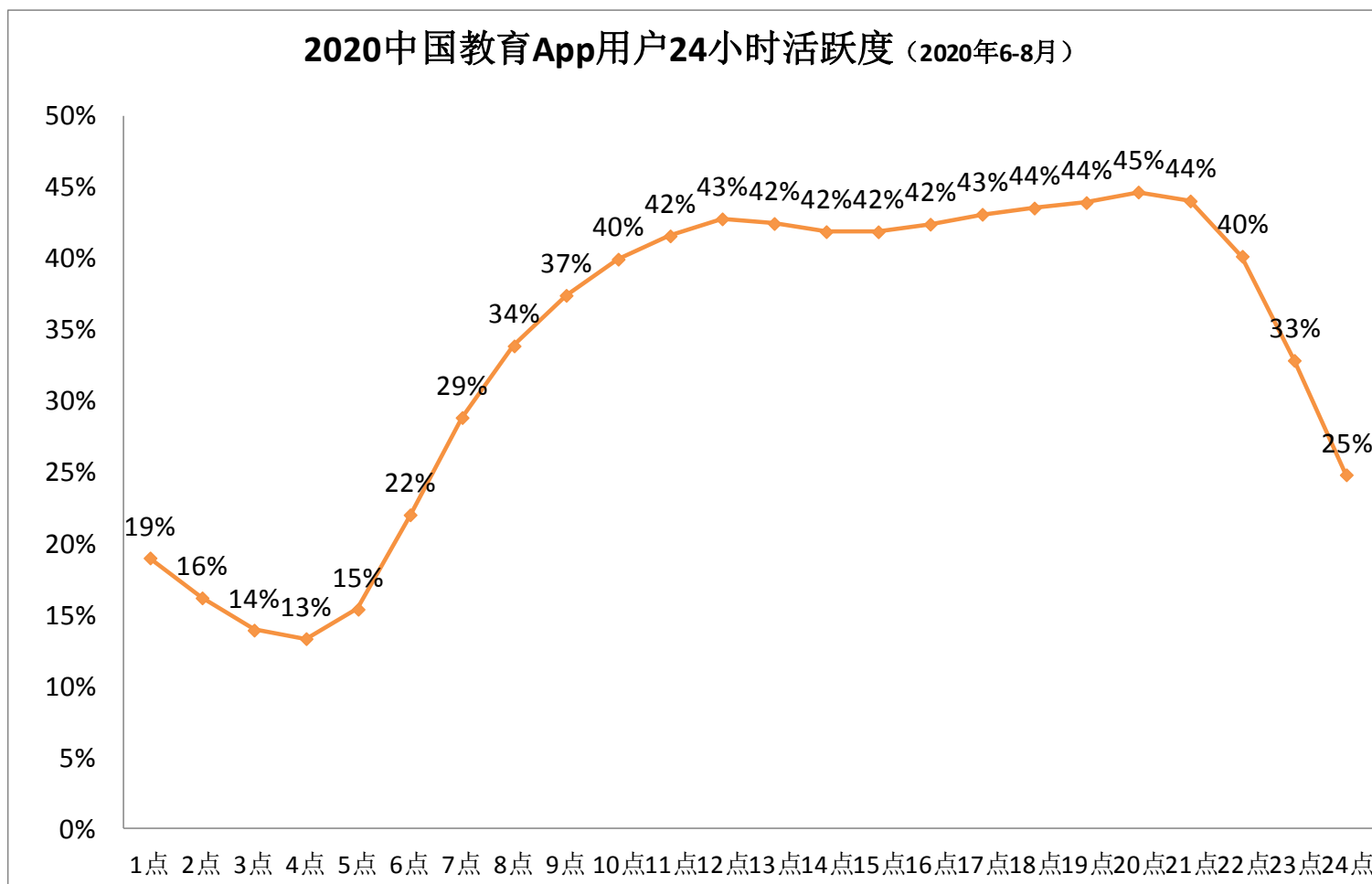
### 2020中国教育App应用平板电脑使用型号分布

品牌	机型	比例	品牌	机型	比例
苹果	IPAD (WIFI)	29.2%	荣耀	平板2	2.7%
小米	PAD 4	10.2%	苹果	IPAD AIR 2 CELLULAR	2.5%
华为	M3	9.7%	京东	J01	2.4%
荣耀	平板5	8.0%	读书郎	C12	1.9%
华为	M5 (青春版)	7.2%	苹果	IPAD PRO WIFI	1.2%
华为	M5	5.2%	小米	PAD	1.1%
小米	PAD 4 PLUS	4.3%	华为	揽阅M2 8.0	1.1%
苹果	IPAD PRO 9.7 WIFI	3.5%	苹果	IPAD PRO 12.9 WIFI	1.0%
荣耀	畅玩平板2	2.9%			

数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 5 教育App用户24小时活跃度

本报告所指活跃比例，是指在2010年6月到8月期间，某时段的活跃设备量/全天活跃设备量\*100%。



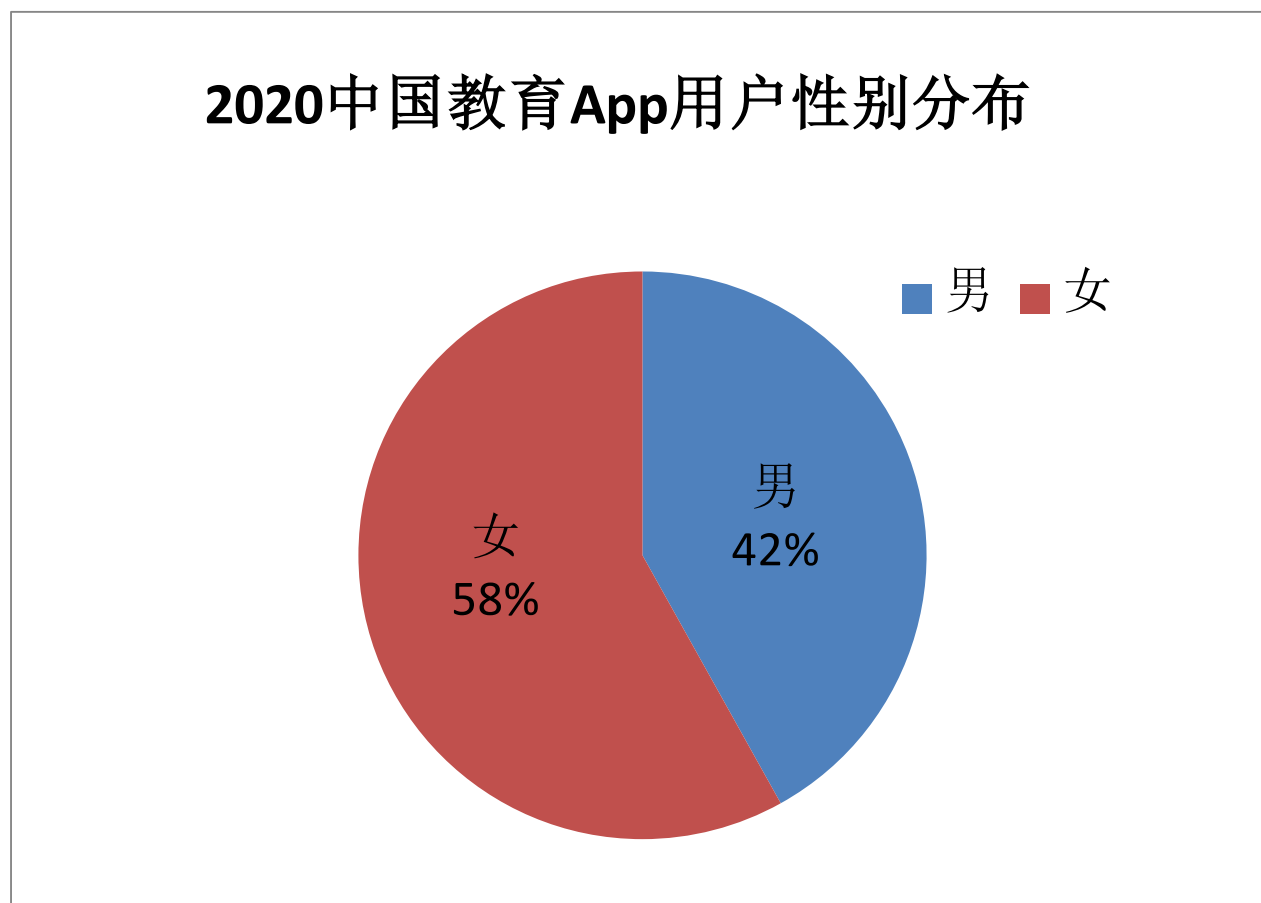
数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计显示，上午10点到晚上10点教育App设备最活跃的时间段区间，最活跃时间段出现在晚上8点，设备最不活跃的时间在凌晨3点5点。这与互联网网民上网时间段分布类似。

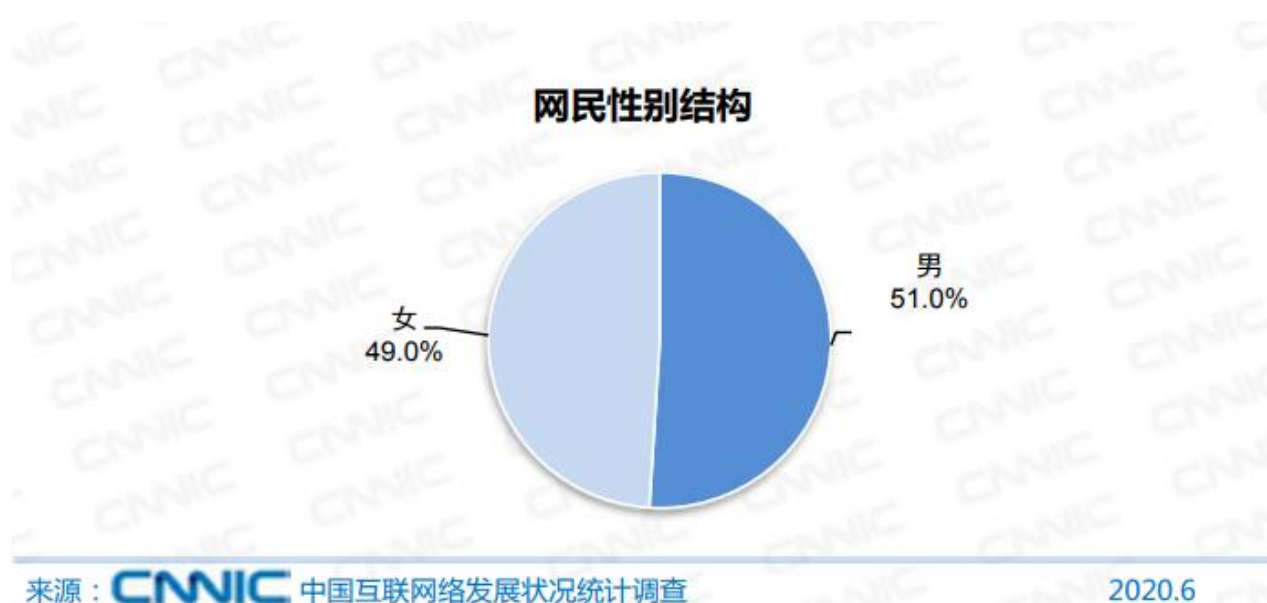
## 6 教育App使用人群分析

学研智库选取TalkingData数据中心2020年6月到8月教育App数据，从性别、年龄、分布地区等维度对中国教育App人群进行归类、分析。

### 6.1 教育App用户近6成为女性



数据来源：TalkingData 学研智库制图

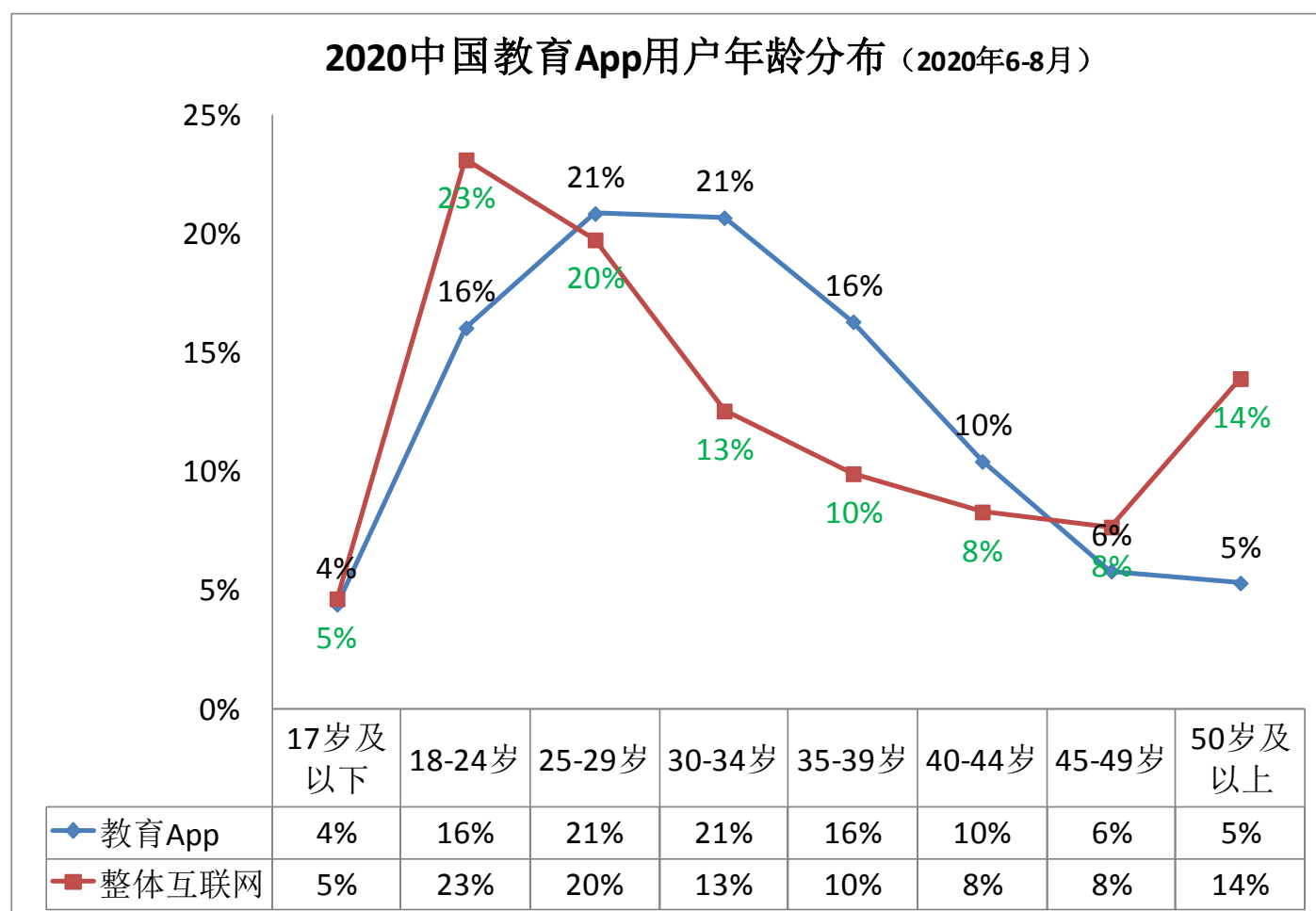


统计数据显示，统计周期内中国教育App使用人群58%为女性，男性仅为42%，这与我们国家人口构成及互联网网民性别调查数据均有较大出入。

CNNIC第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，中国网民性别结构是男性占据51%，略高于女性49%的占比。

学研智库认为，之所以出现如此大的性别统计差距，或因为中国幼儿启蒙教育及低幼年龄段的K12教育，大部分是由该年龄段真正使用者的女性长辈来完成网络注册，这也与我们“妈妈管教育,爸爸负责娱乐和后勤”的直观印象相符。

## 6.2 超84%教育App用户介于18到44岁



数据来源：TalkingData 学研智库制图

与公众一般的观感不同的是，通常公众认为最该教育学习的24岁以下群体的教育App用户占比并不高，甚至低于整体互



联网的该年龄段群体占比：在18-24岁这一年龄段，教育App该年龄段的占比为16.07%，互联网整体该年龄段的占比高达23.15%。

从25岁开始一直到44岁，教育App在这一年龄段的整体占比高达68.36%，远高于同一年龄段整体互联网用户50.58%的占比。而45岁以上群体中，教育App用户占比（11.15%）又显著低于互联网整体（21.61%）。

学研智库认为，在中国教育App活跃量TOP100中，K12教育、教育工具等细分领域应用活跃量明显高于高等教育相关应用的活跃量，但统计的人群数据与感官背离，教育App用户人群与互联网人群占比的整体偏差，和前述教育App用户性别偏差原因类似，也即占教育App用户比重最大的K12人群的注册人群（家长）和真实使用人群（未成年人）不一致导致。

### 6.3 中国教育App用户量最大省份/城市TOP5

#### 中国教育App用户量最大省份/城市TOP5

排名	省份	比例	城市	比例
1	广东省	12.5%	北京市	4.4%
2	山东省	6.7%	广州市	3.7%
3	江苏省	6.6%	上海市	3.6%
4	河南省	6.4%	深圳市	2.2%
5	浙江省	5.5%	重庆市	2.0%

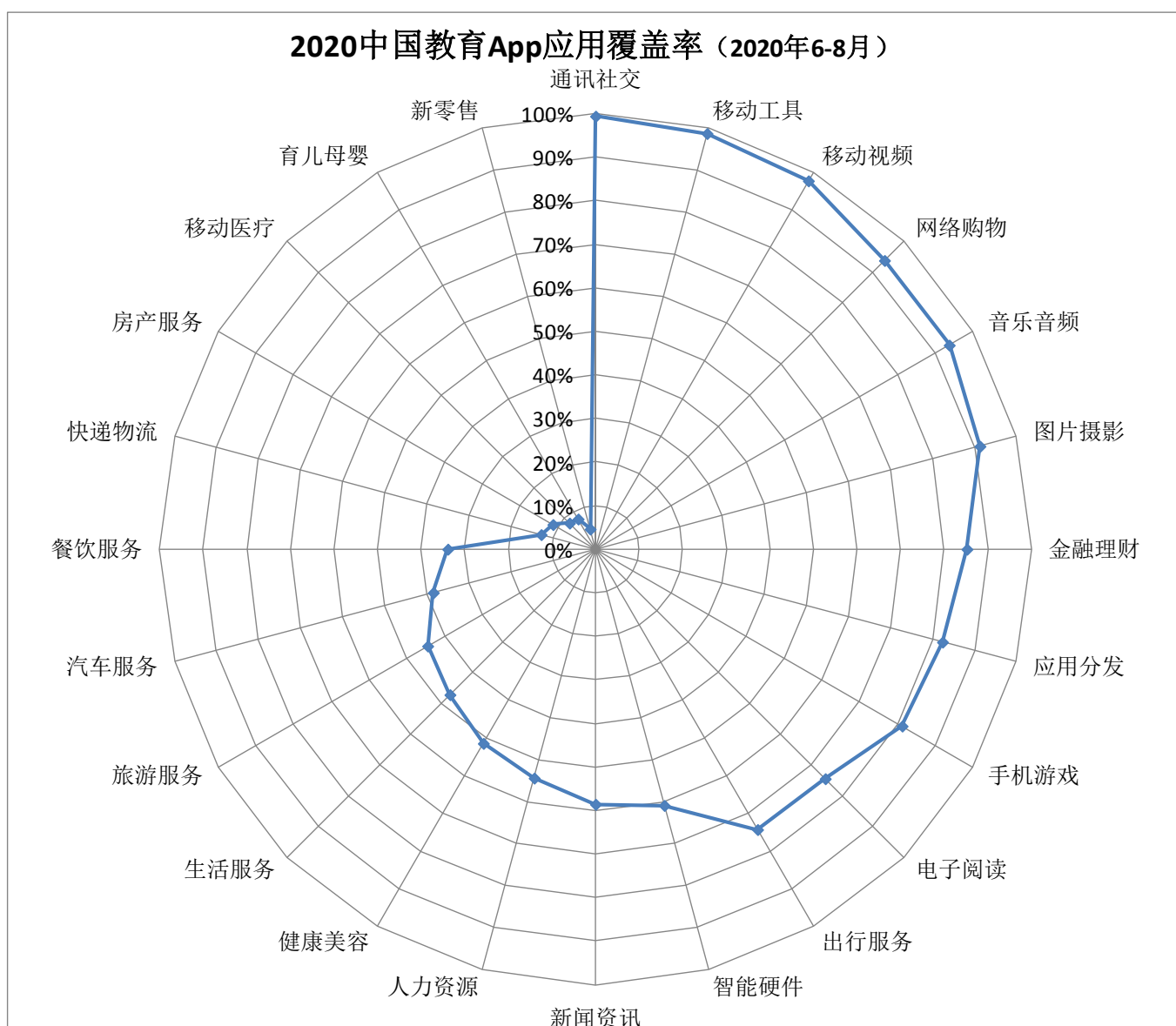
数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 7 教育App群体兴趣偏好

学研智库从教育App用户对各移动互联网应用覆盖率、最常安装应用、最常安装视频及短视频应用等方面，收集分析中国教育App对教育应用之外的互联网活动，数据收集时间为2020年6月到8月。

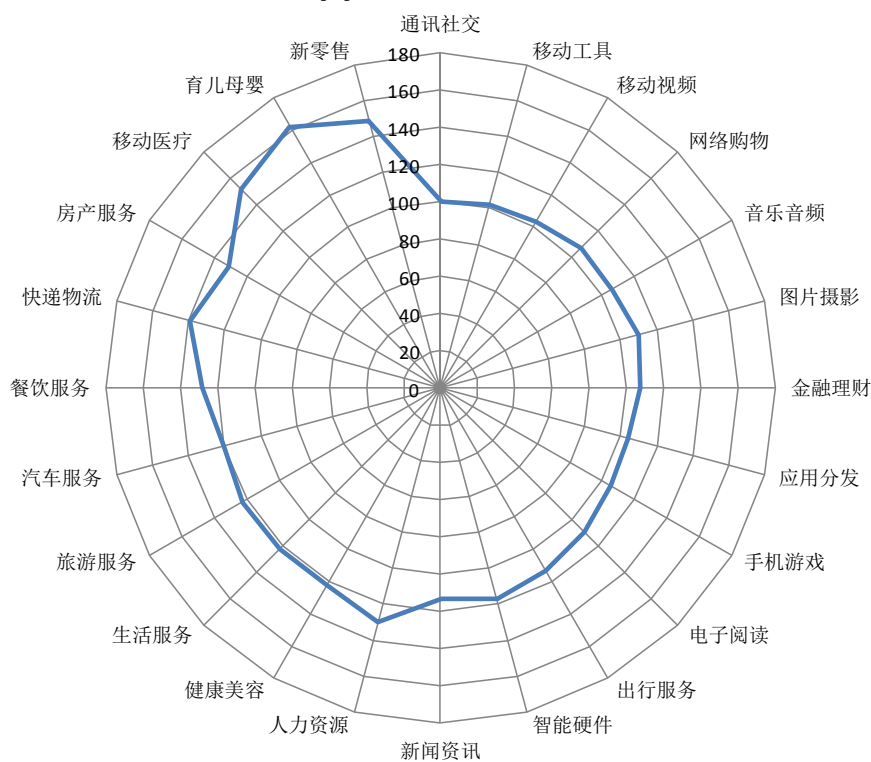
**应用覆盖率**，是指所选周期内，安装过该款（类）应用的终端数占有所有安装过学习教育类应用的终端数的比重；**覆盖率TGI指数**，是指学习教育人群中某款（类）应用的覆盖率/整体互联网人群中该款（类）应用的覆盖率\*标准数100。

### 7.1 教育App覆盖率社交应用类最高



数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 2020中国教育App覆盖率TGI指数（2020年6-8月）

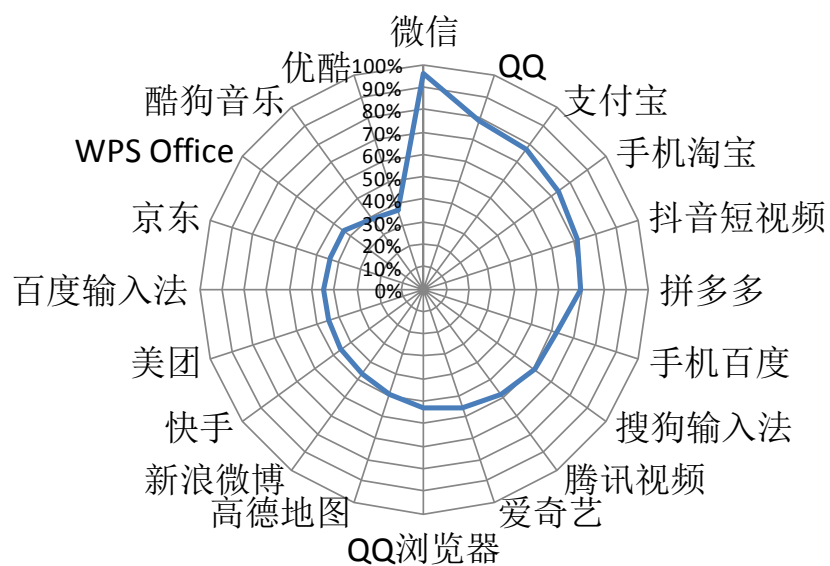


数据来源：TalkingData 学研智库制图

各主要应用2020年6-8月教育App覆盖率统计显示，通讯社交、移动工具、移动视频、网络购物、音乐音频、图片摄影类应用的覆盖率均超过90%，成为教育App用户安装最多的互联网应用。相对应的是，移动医疗、育儿母婴、新零售等应用的覆盖率均不足10%，新零售类应用覆盖率仅为5%。

## 7.2 教育App用户最常安装的20款非教育类应用

### 2020中国教育App用户最常安装的20款非教育类应用覆盖率

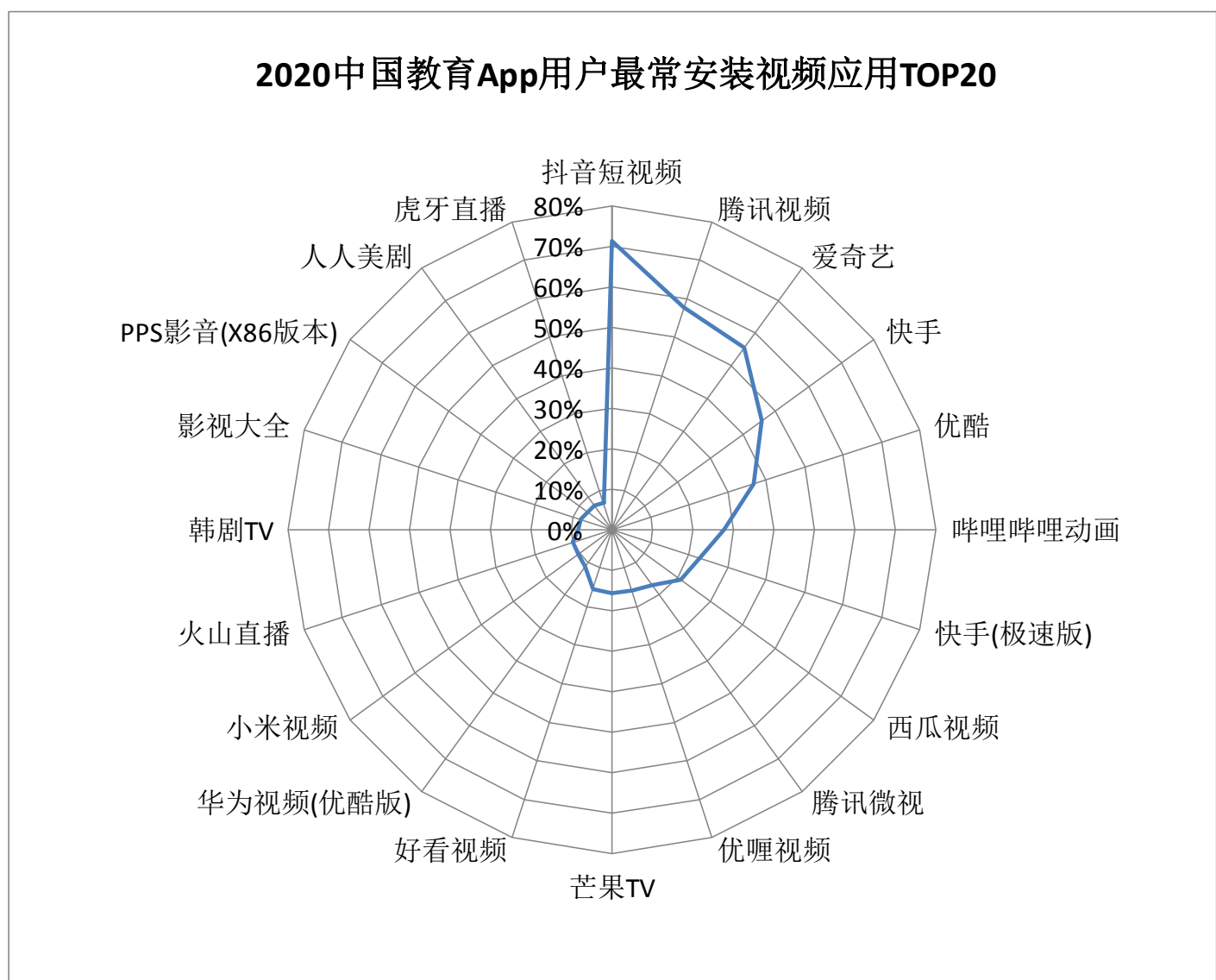


数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计显示，微信成教育App用户最常安装的非教育类应用，覆盖率高达96%；QQ、支付宝、手机淘宝、抖音等应用的覆盖率均超过70%。

在教育App用户最常安装的20款非教育类应用中：通讯社交类应用有3款，包括微信、qq、新浪微博；视频类应用有6款，包括抖音、腾讯视频、爱奇艺、快手、酷狗和优酷；支付购物类应用有5款，包括支付宝、手机淘宝、拼多多、美团、京东；其余为两款输入法应用（搜狗+百度）、两款浏览器（qq浏览器+手机百度），一款导航软件（高德地图）和一款办公软件（WPS office）。

### 7.3 教育App用户最常安装视频类应用TOP20

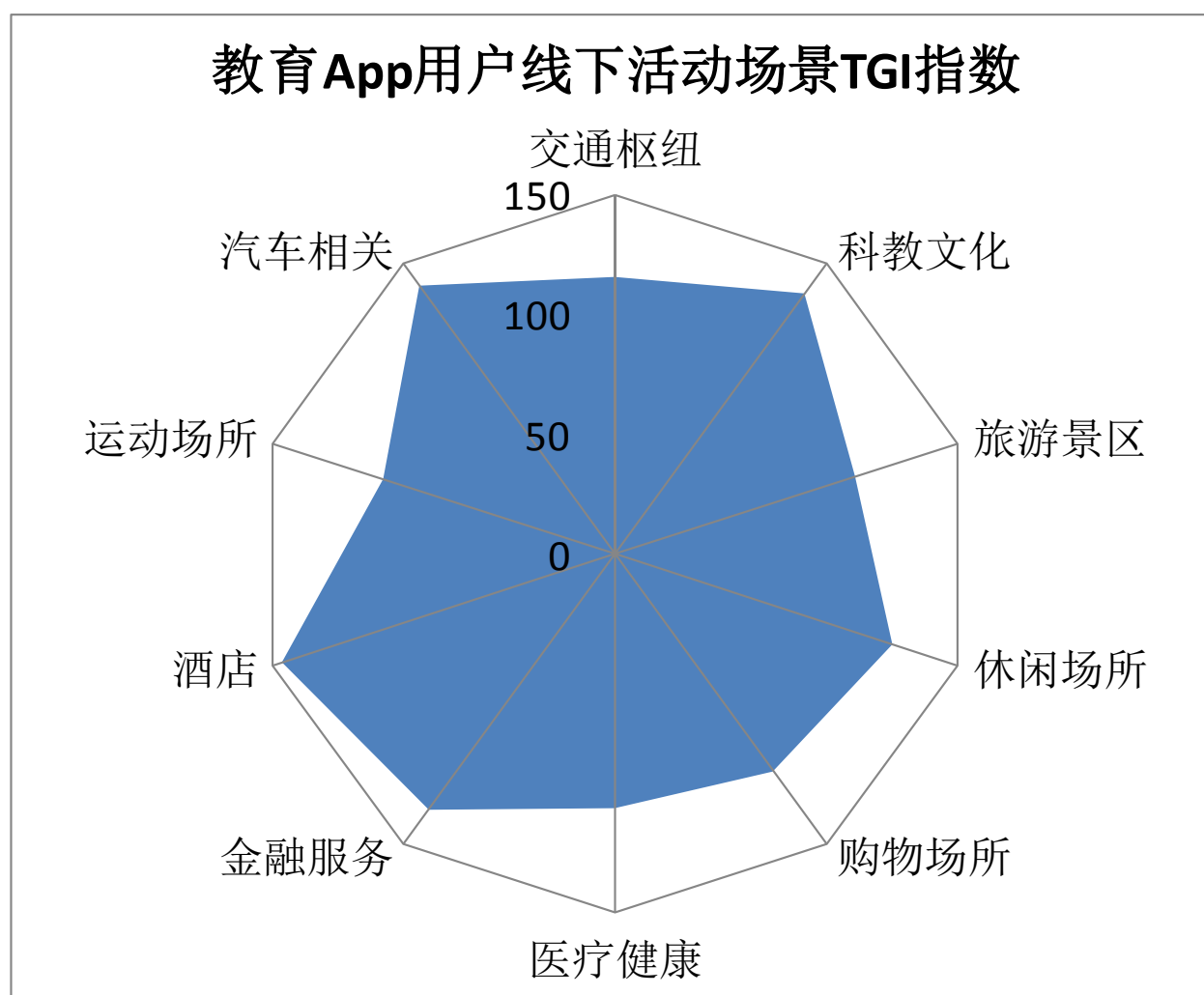


数据来源：TalkingData 学研智库制图

## 8 教育App用户消费偏好

学研智库从教育App用户线下活动场景、线下消费品、消费品牌档次、服装鞋帽、餐饮类等方面的线下消费场景兴趣点，来分析教育App用户的线下消费偏好，数据收集时间为2020年6月到8月。

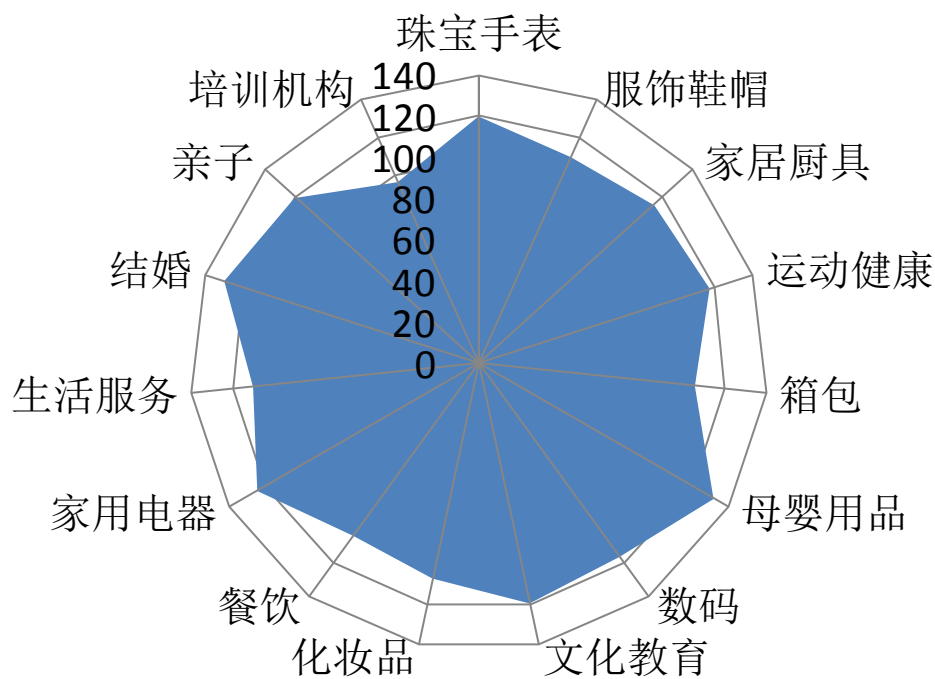
**TGI指数：**是指学习教育人群中某类线下场景的活跃度/整体互联网人群中该类线下场景的活跃度\*标准数100。



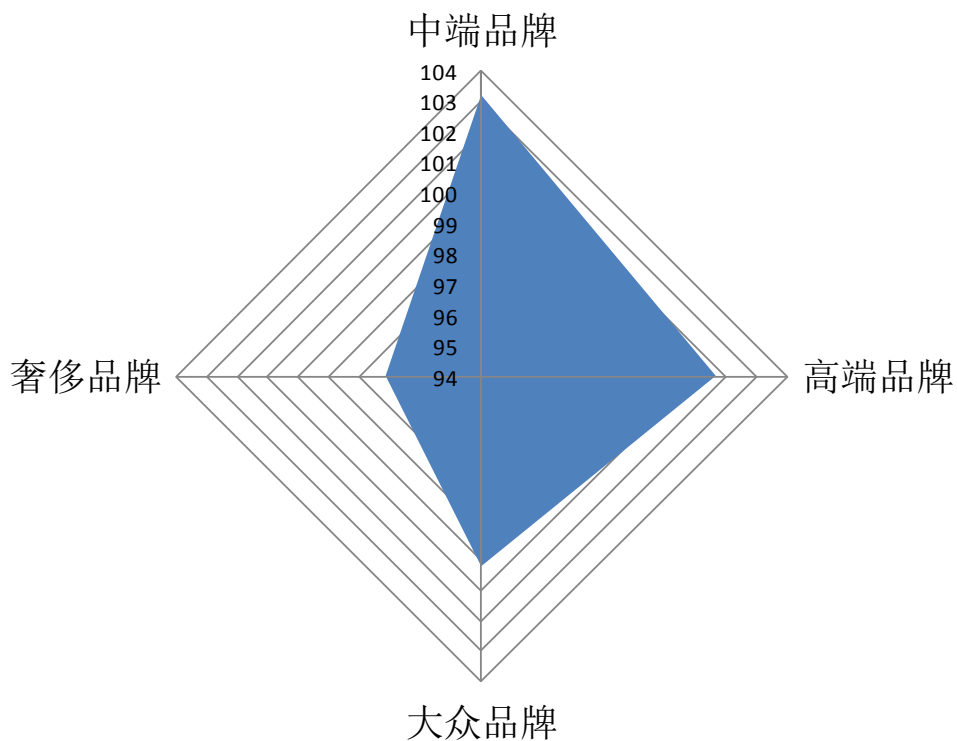
数据来源：TalkingData 学研智库制图

统计显示，在教育App用户线下活动场景兴趣点上，旅游景区和运动场所TGI指数排名最低，分别为105和102，按照惯例，每年的7/8月份正是学生出游高峰期，导致这一反常的可能是因疫情影响致用户出游尤其是跨省出游意愿减弱所致。

## 教育App用户线下消费品类TGI指数



## 教育App用户线下消费品牌档次TGI指数

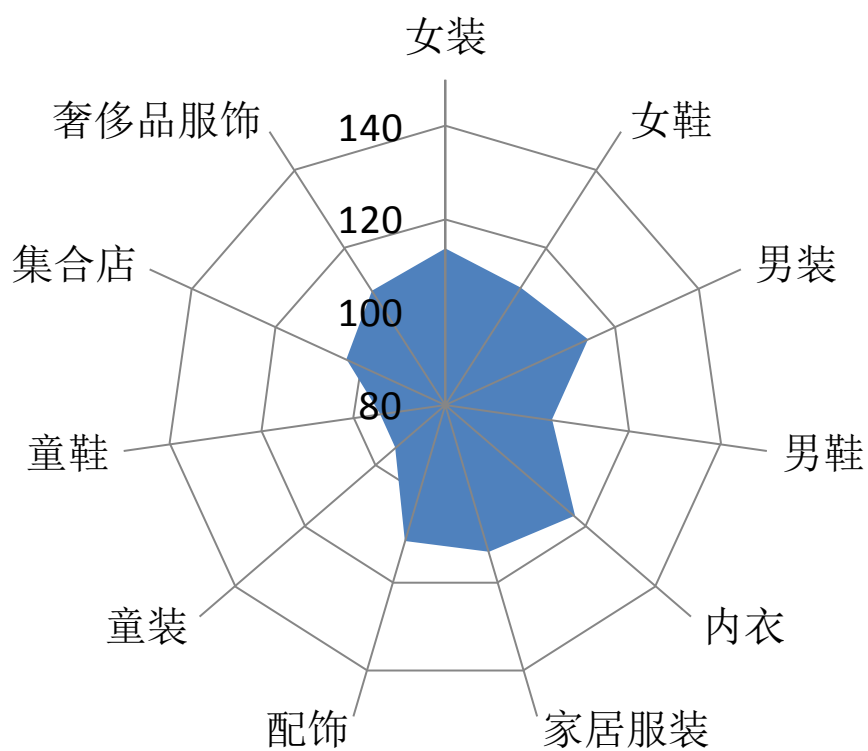


数据来源：TalkingData 学研智库制图

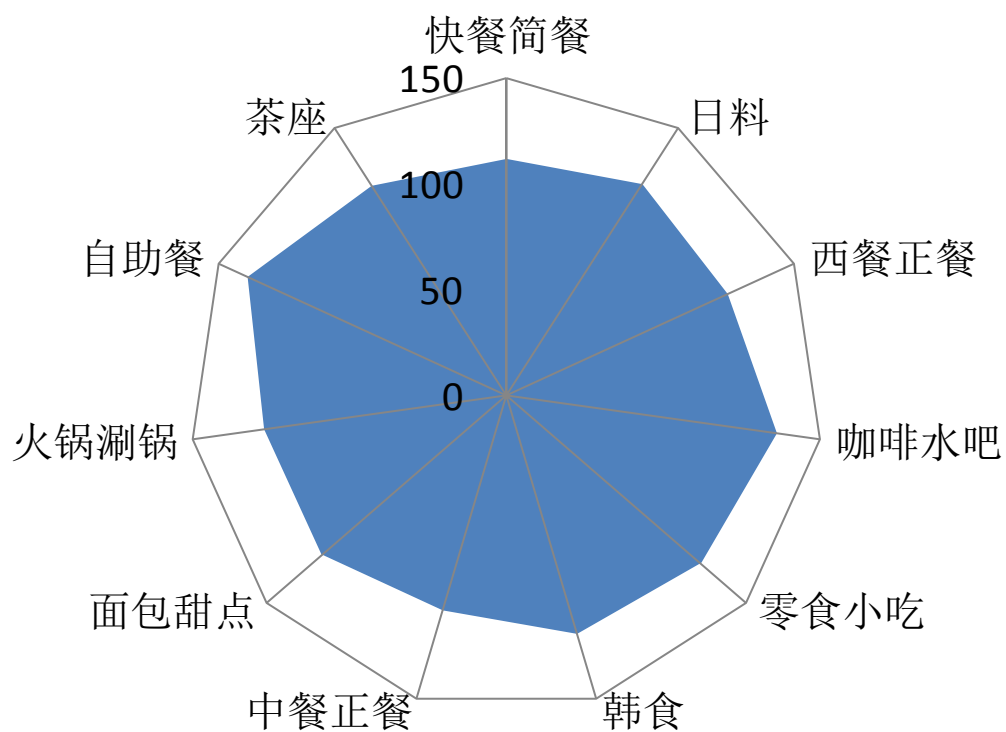
教育App线下消费品类兴趣点显示，母婴用品、家电、结婚及亲子品类商品最被关注，由于疫情影响及在线教育兴起，培训机构相对被冷落。而在品牌档次选择上，选择最多的为中端消费品品牌，奢侈品牌排名垫底，实用主义至上。



## 教育App用户线下消费服饰鞋帽品类TGI指数



## 教育App用户线下消费餐饮品类TGI指数



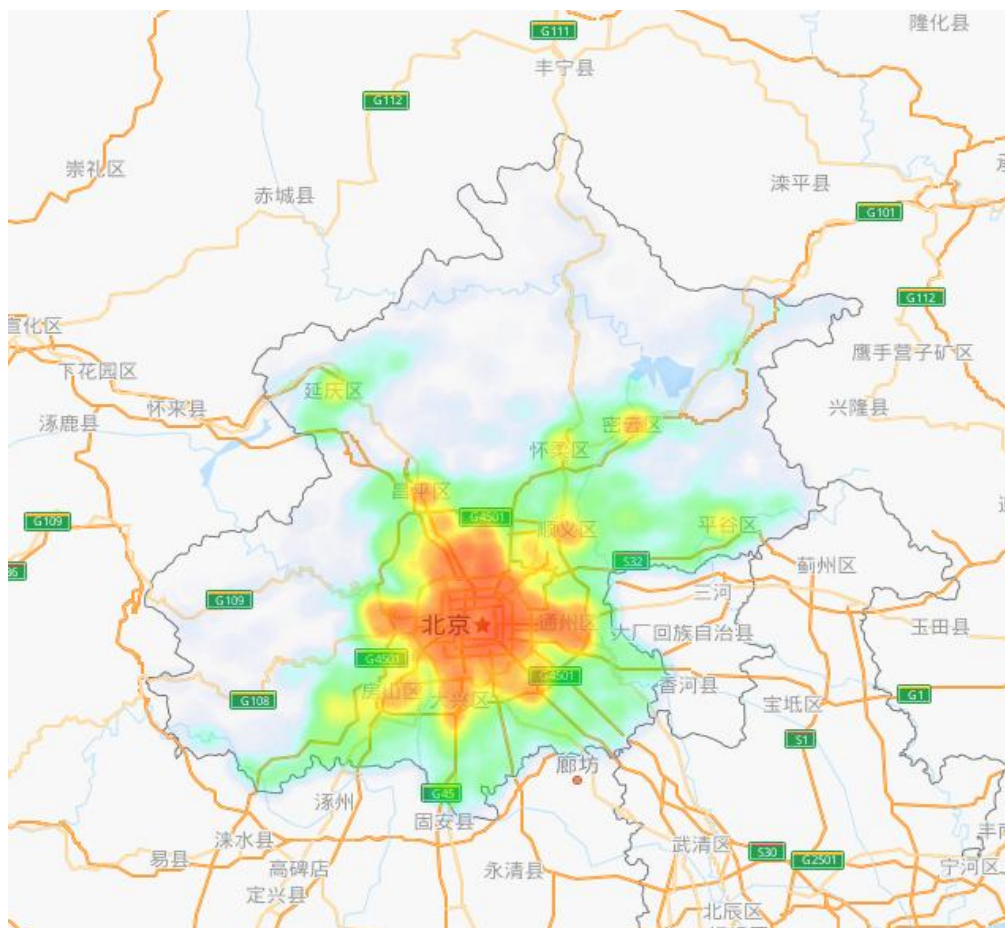
数据来源：TalkingData 学研智库制图

和互联网整体人群相比，教育App用户最喜欢逛内衣店，其次是女装、男装和家居服装店；在餐饮消费偏好上，教育App用户更喜欢吃自助餐、去咖啡水吧和零食小吃店，对日料韩餐的兴趣也高于中餐正餐。

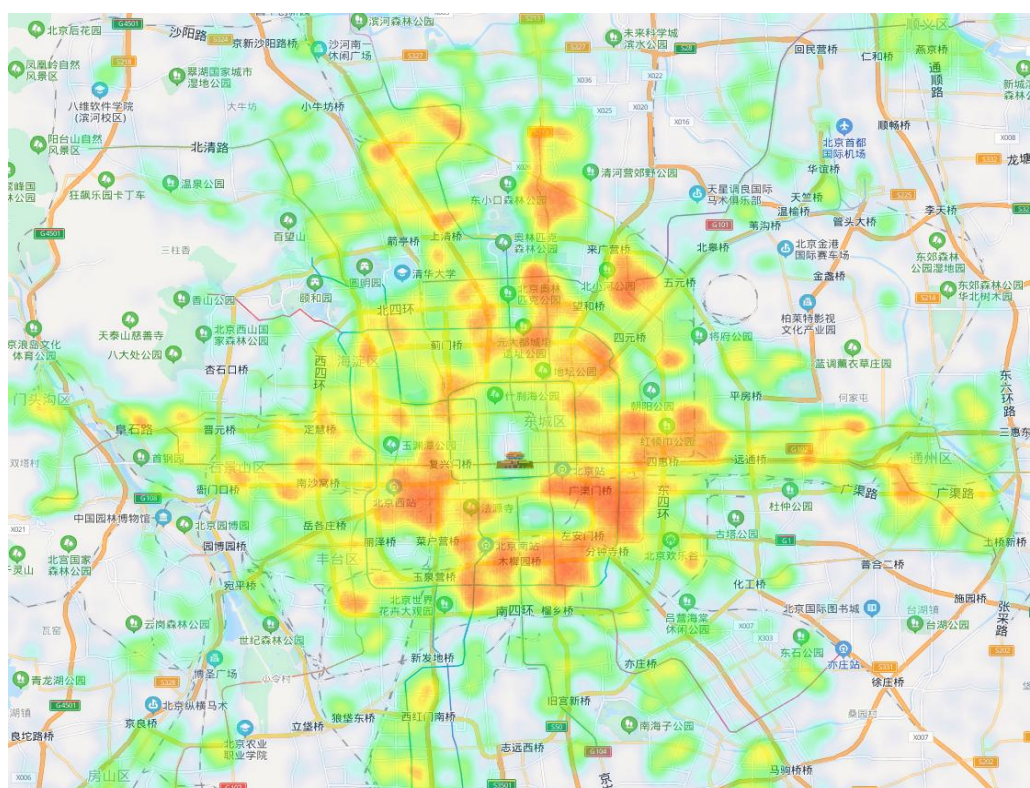
## 9 北上广深4地教育App使用热力图

### 9.1 北京晚10点到次日早6点居住地热力图

教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（北京市全景图）



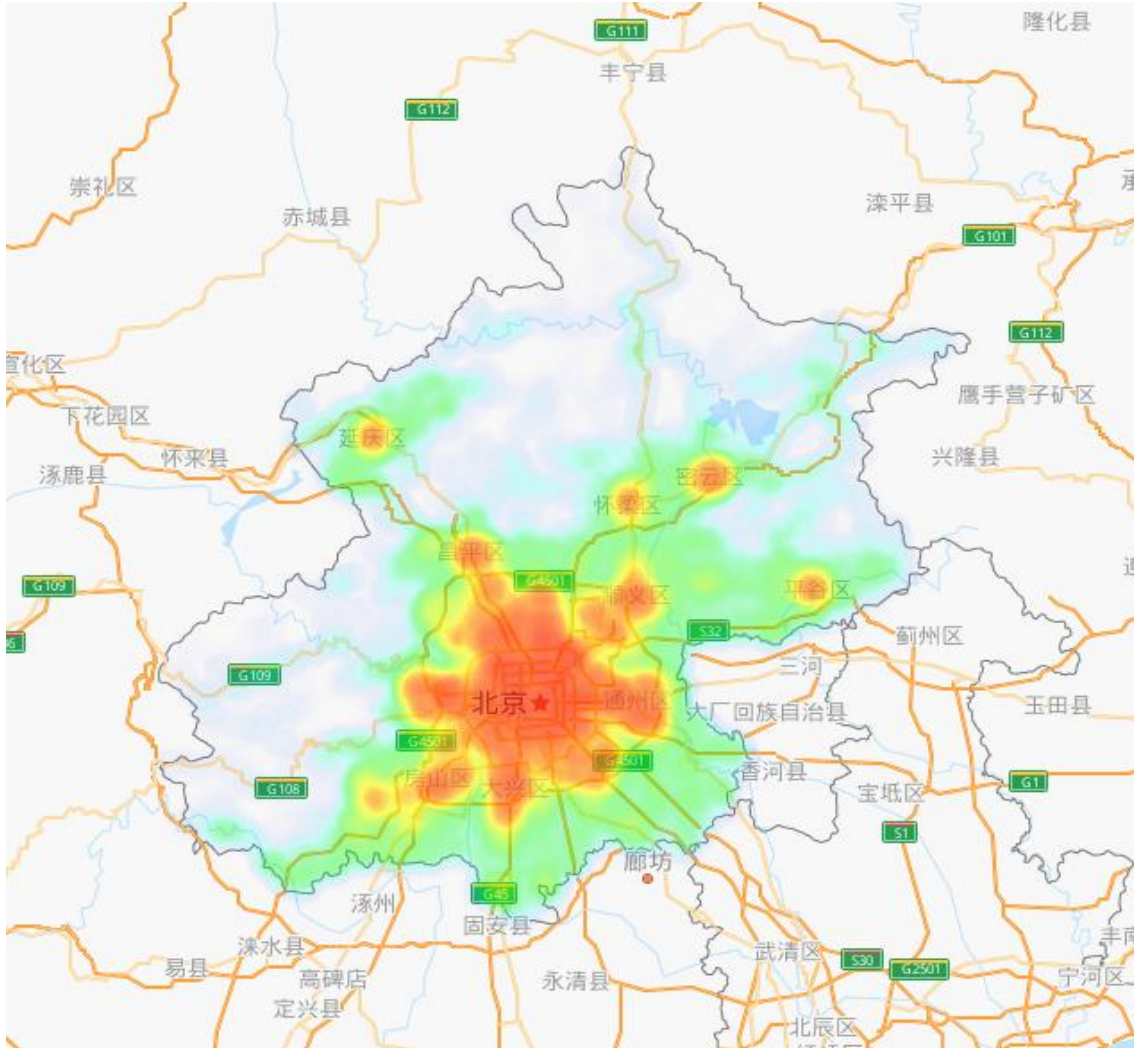
教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（北京市主城区）



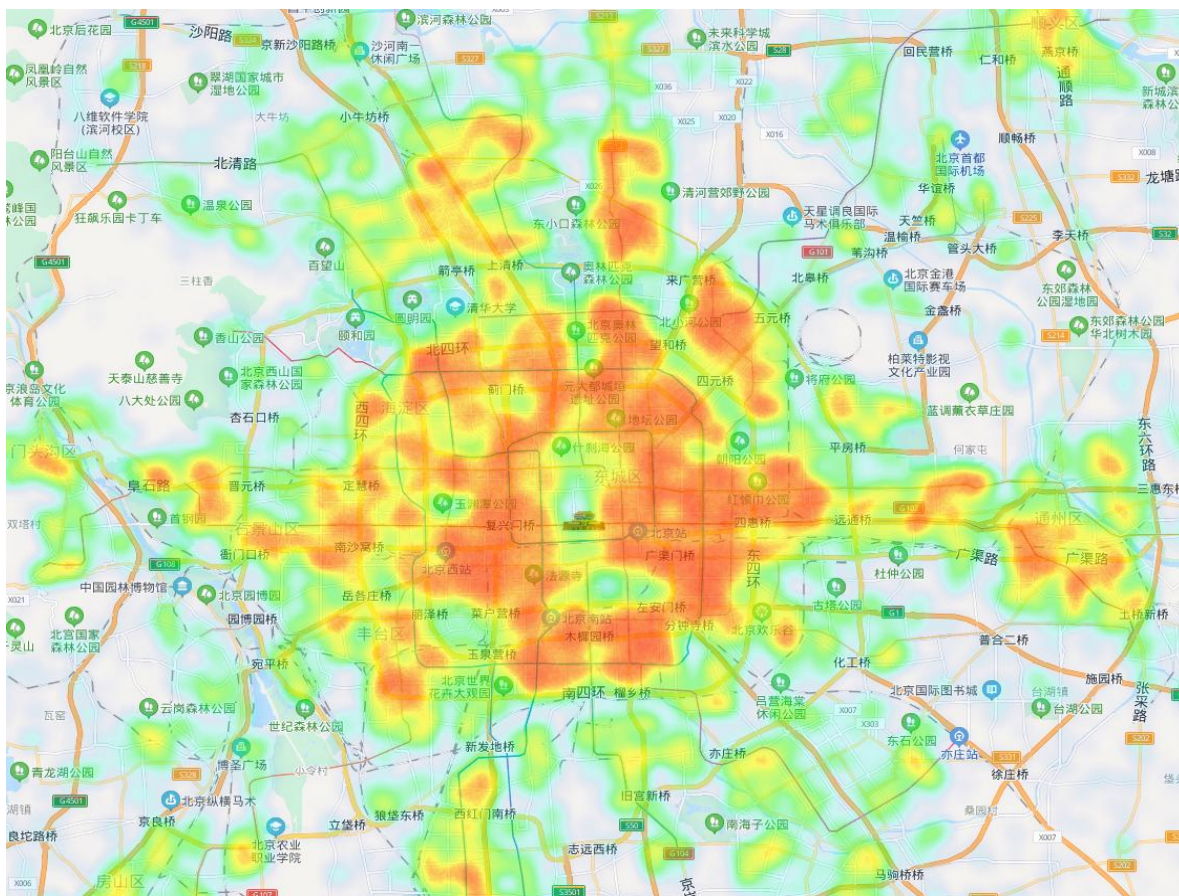


## 9.2 北京早10点到下午4点工作地热力图

教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（北京市全景图）



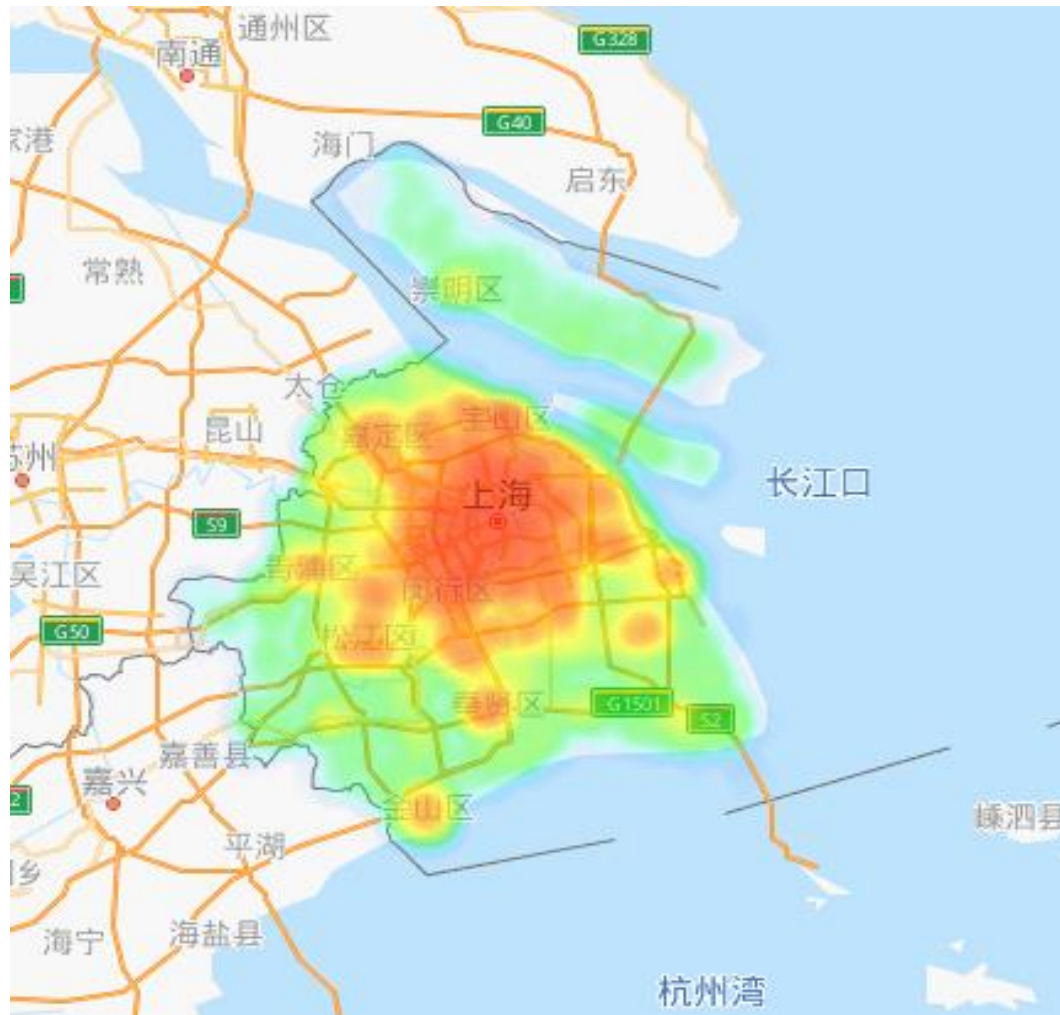
教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（北京市主城区）





### 9.3 上海晚10点到次日早6点居住地热力图

教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（上海市全景图）



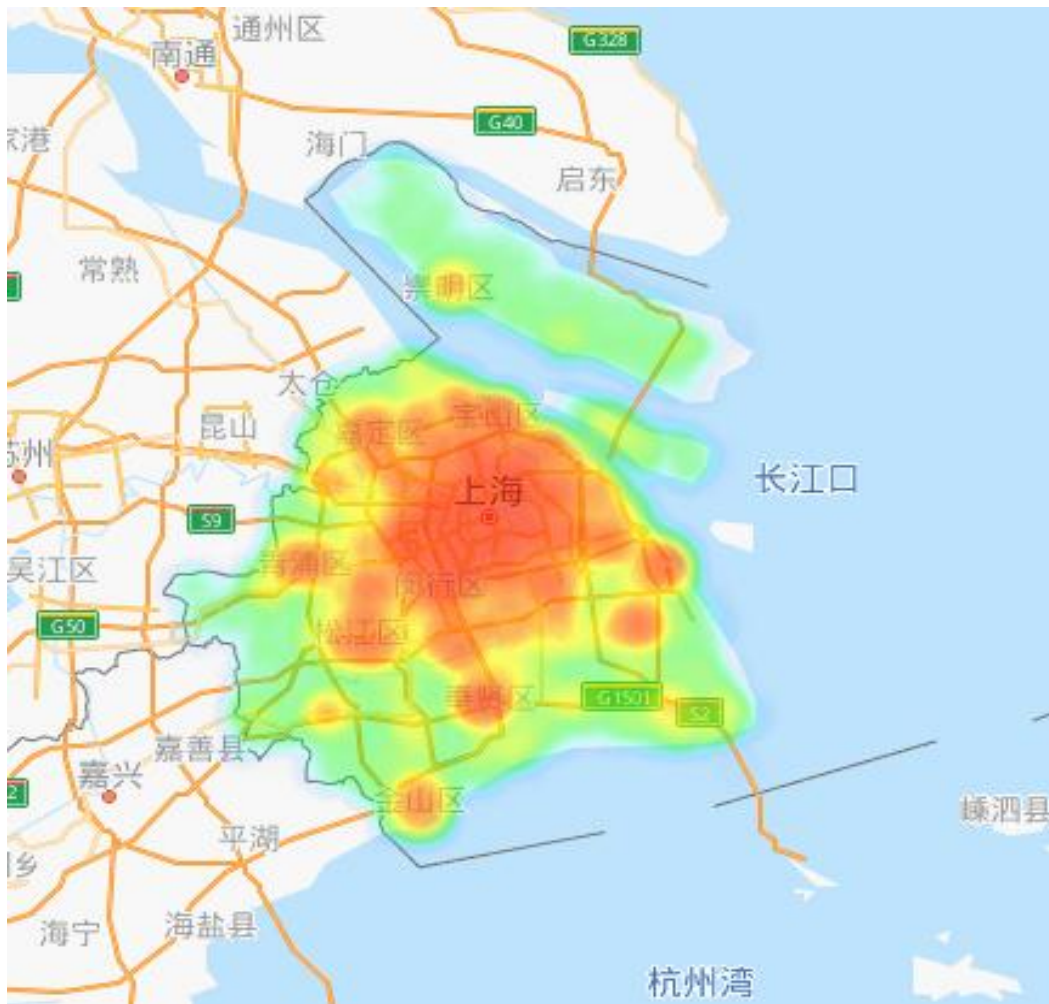
教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（上海市主城区）





## 9.4 上海早10点到下午4点工作地热力图

教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（上海市全景图）



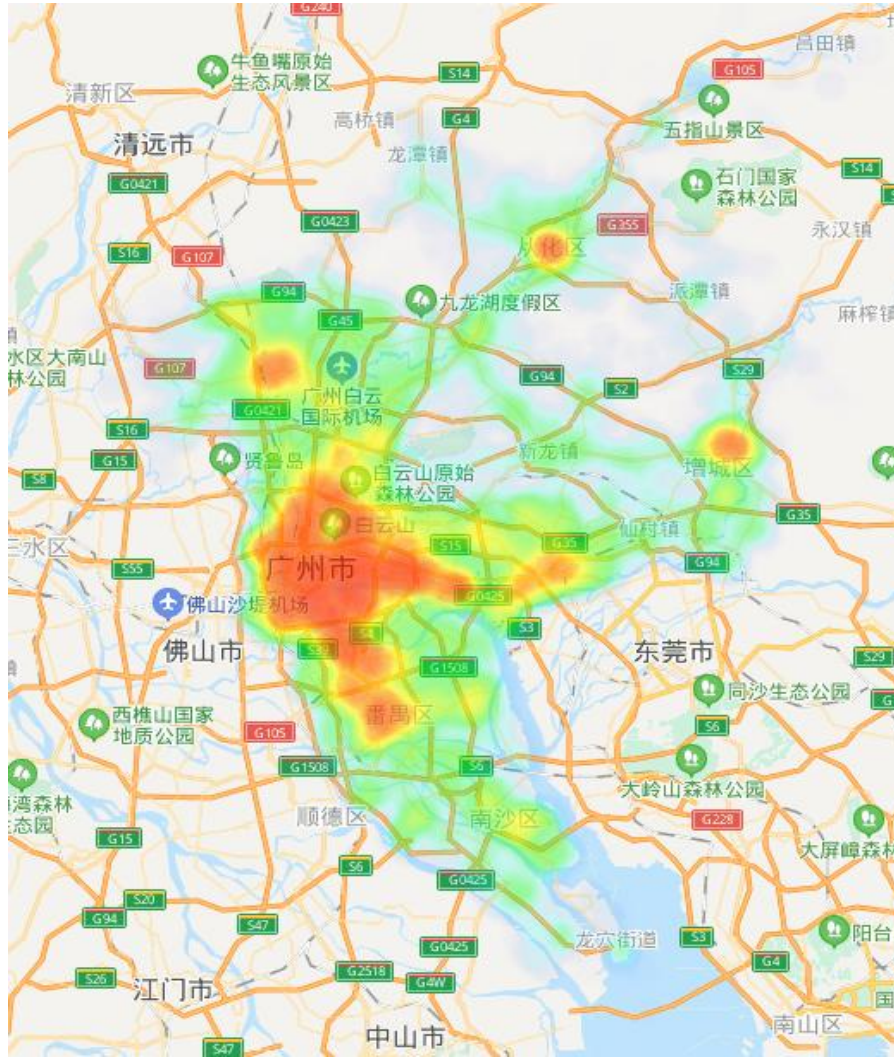
教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（上海市主城区）



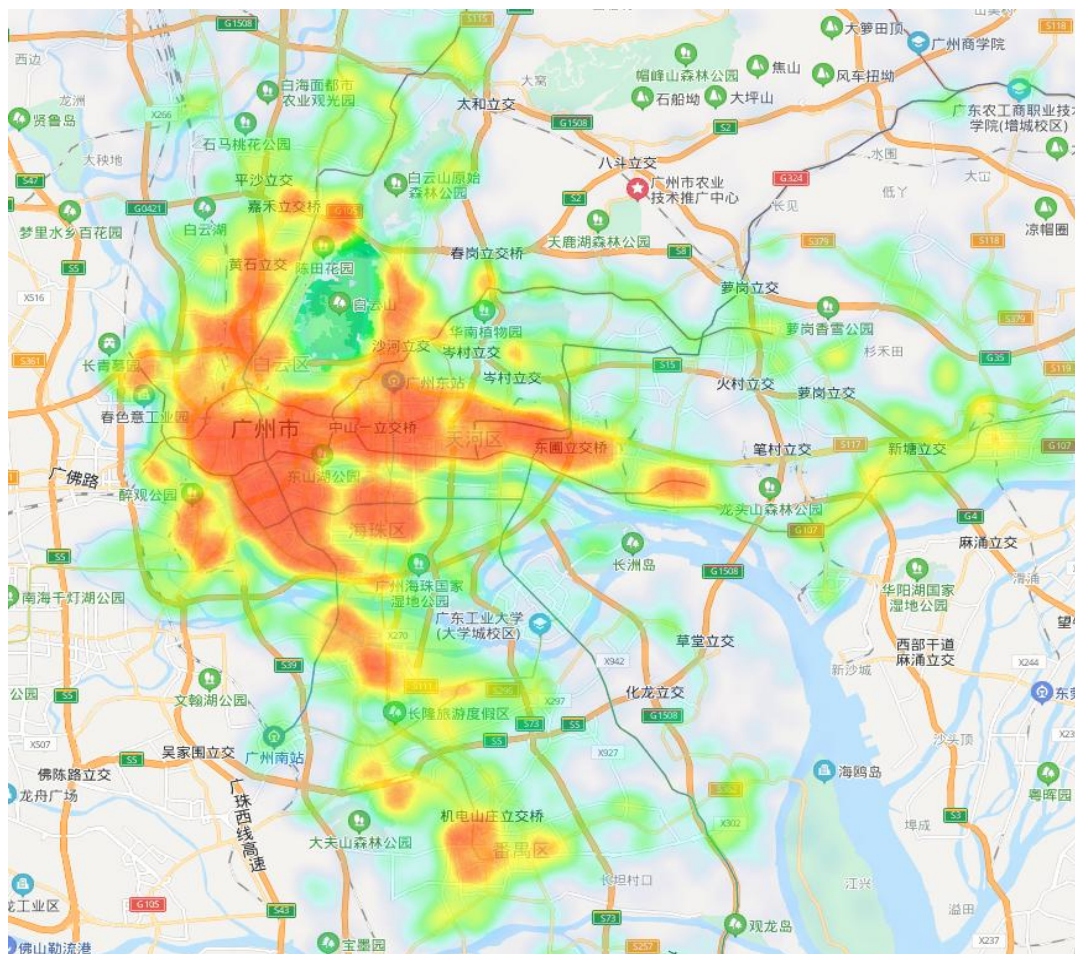


## 9.5 广州晚10点到次日早6点居住地热力图

教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（广州市全景图）



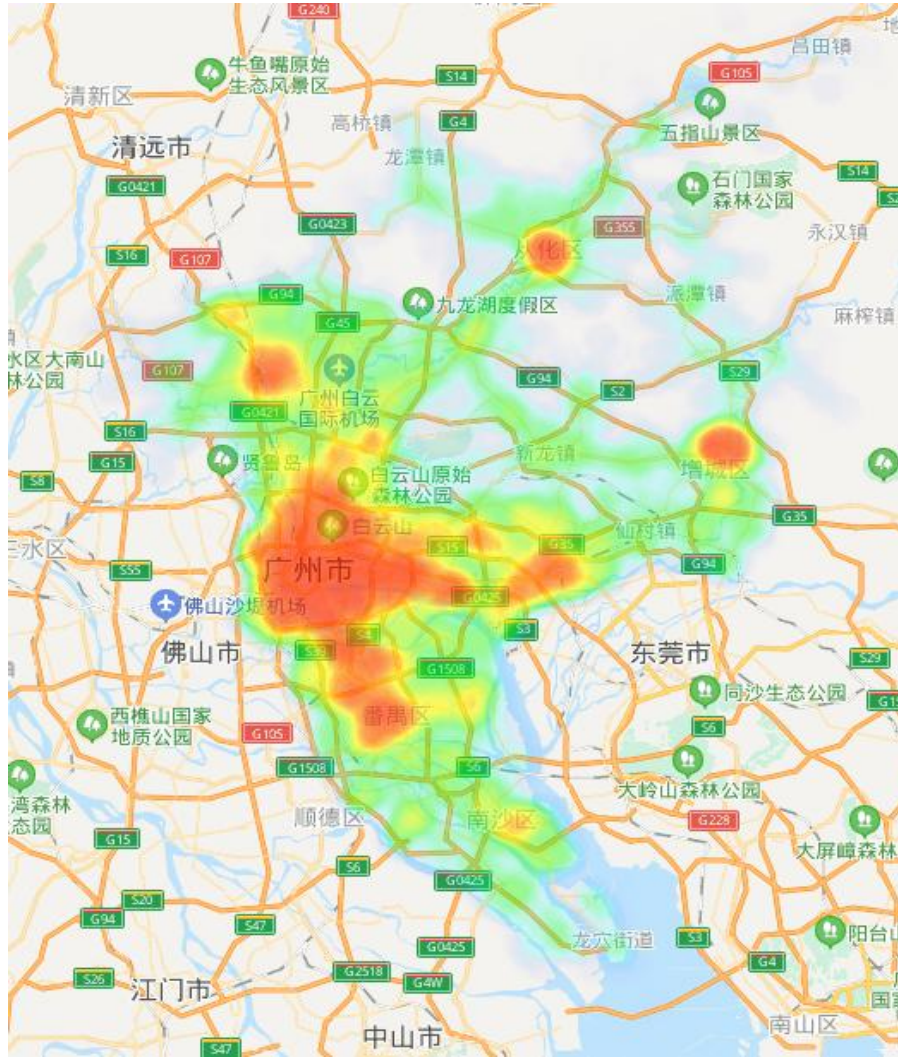
教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（广州市主城区）



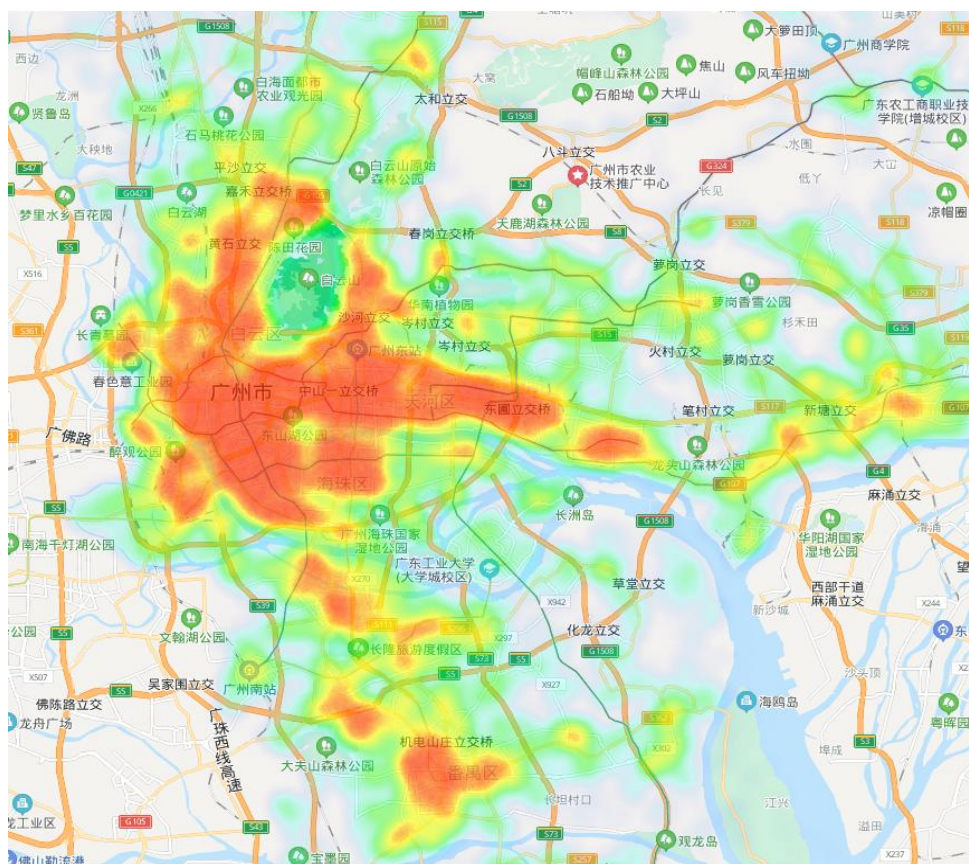


## 9.6 广州早10点到下午4点工作地热力图

教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（广州市全景图）



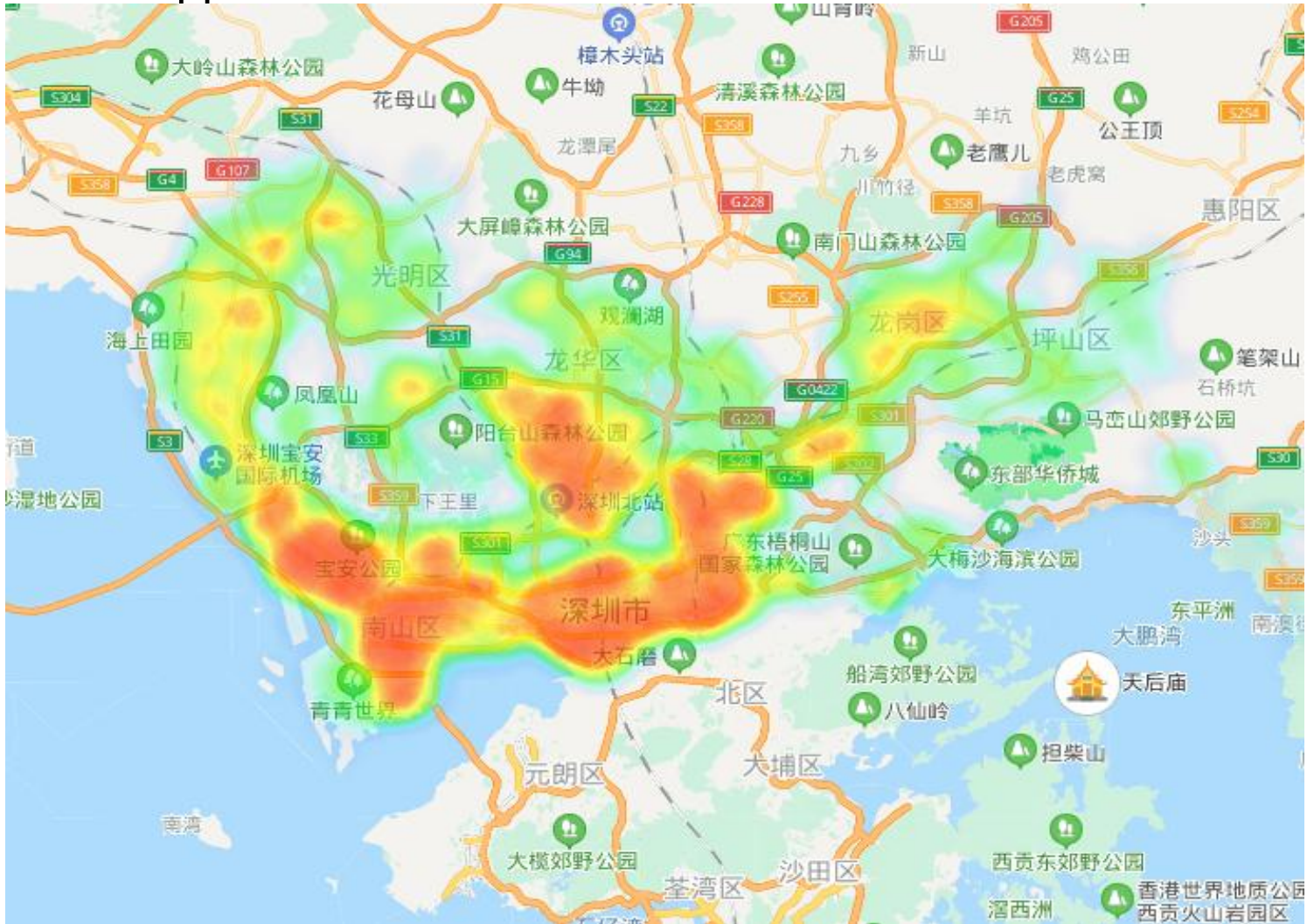
教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（广州市主城区）



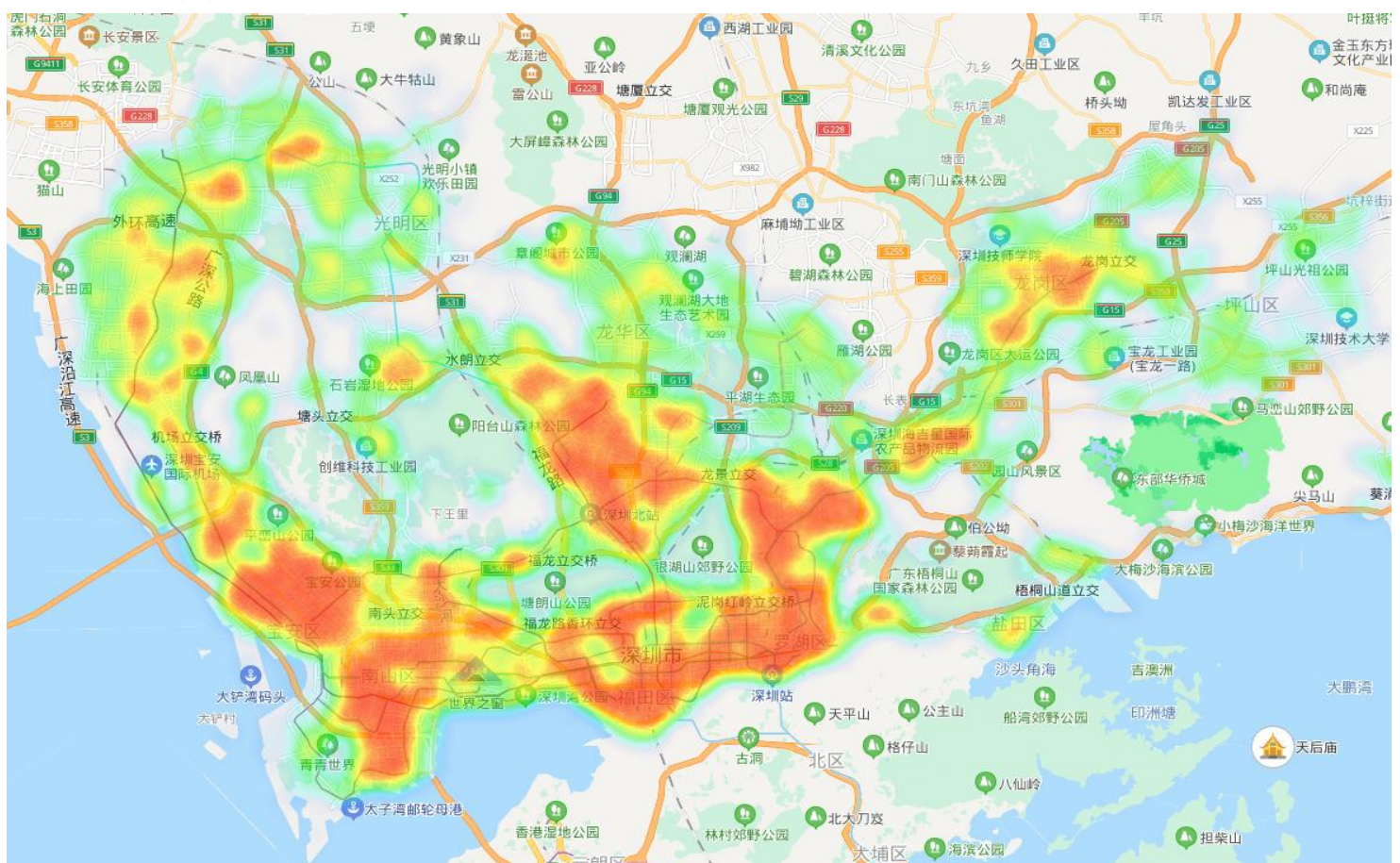


## 9.7 深圳晚10点到次日早6点居住地热力图

教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（深圳市全景图）



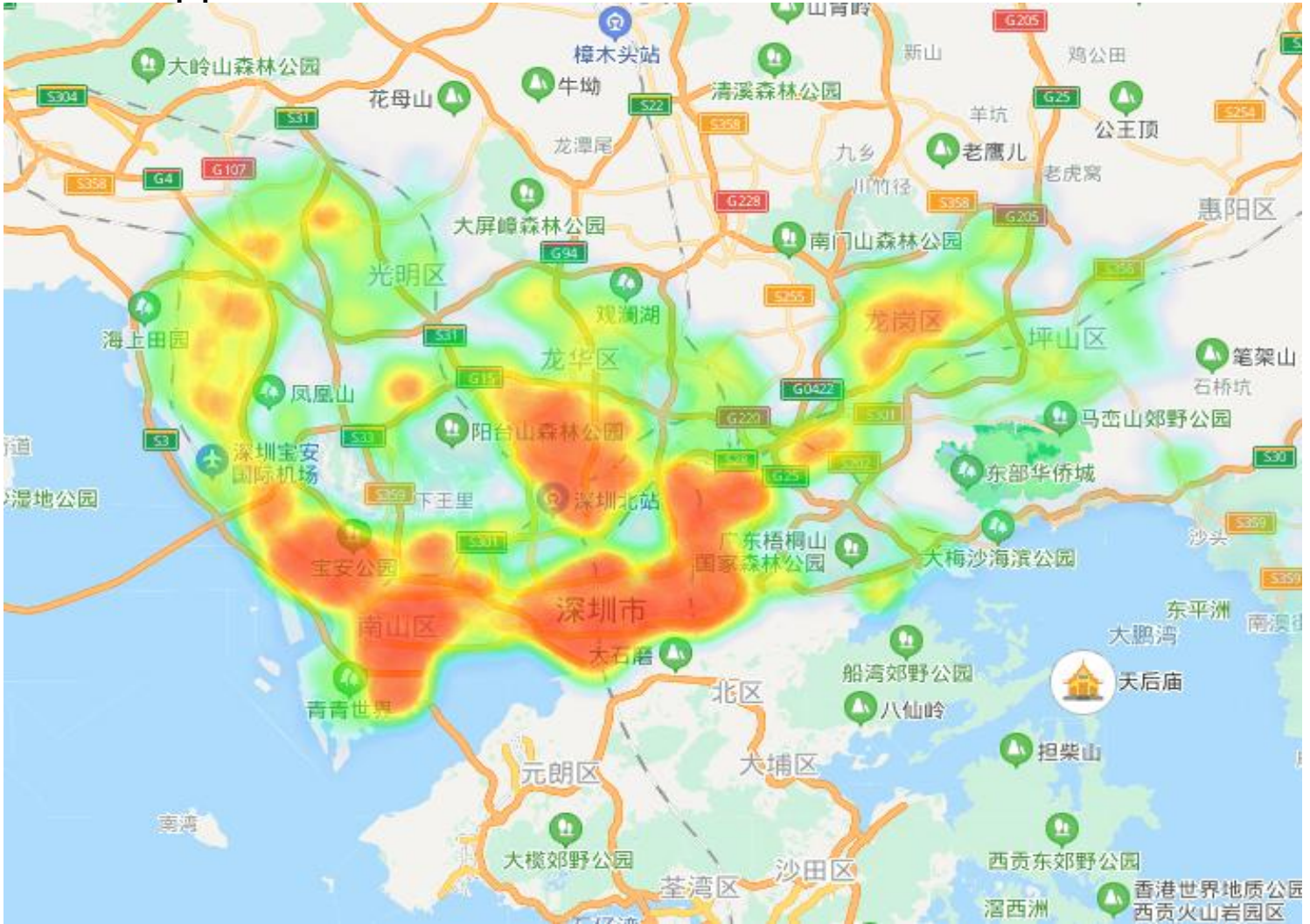
教育App 10:00PM--6:00AM 居住地热力图（深圳市主城区）



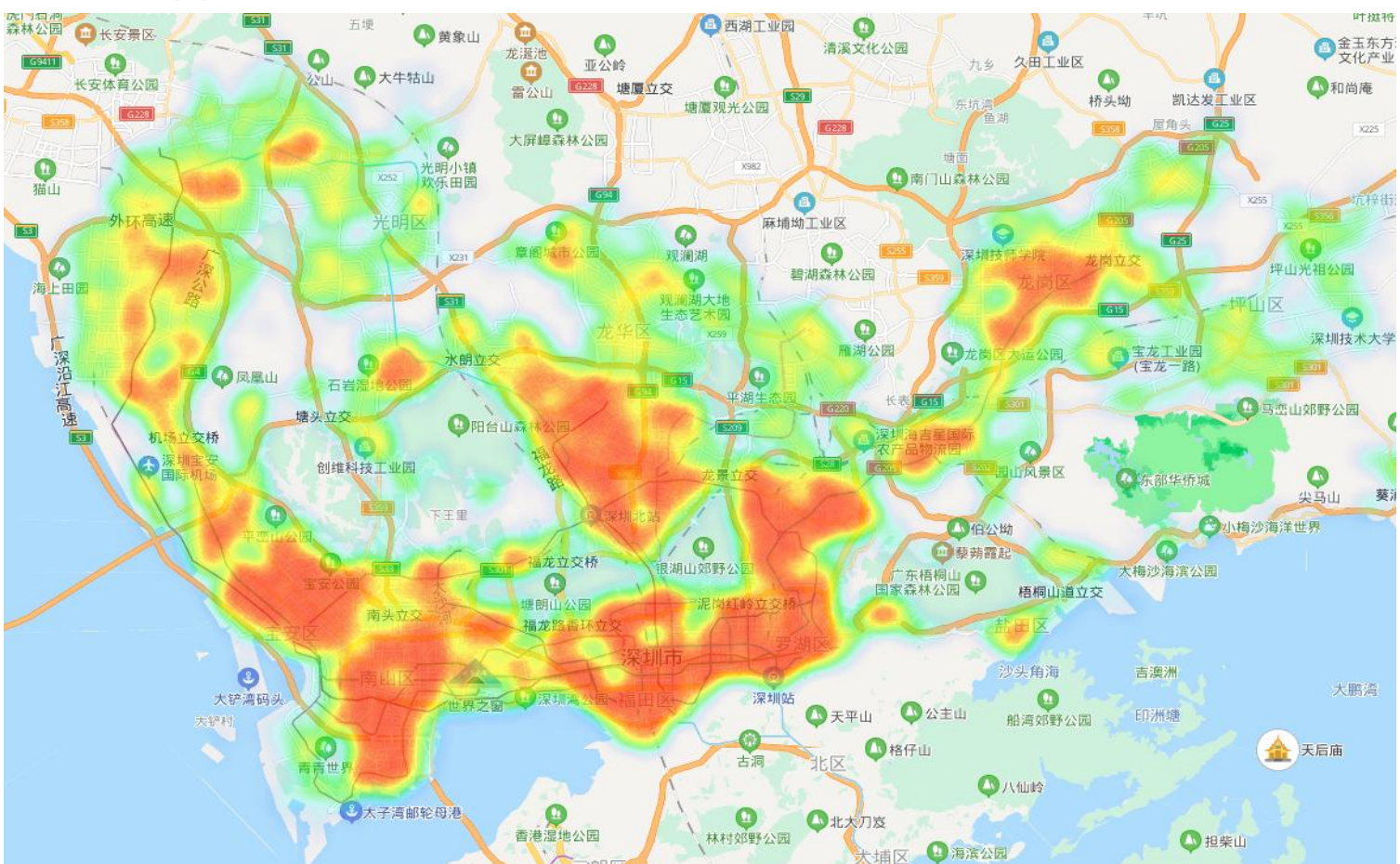


## 9.8 深圳早10点到下午4点工作地热力图

教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（深圳市全景图）



教育App 10:00AM--4:00PM 工作地热力图（深圳市主城区）





## 关于TalkingData

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的数据智能服务商。

TalkingData秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，围绕TalkingData SmartDP数据智能平台构建“连接、安全、共享”的数据智能应用生态，致力于用数据+科技的能力为合作伙伴创造价值，帮助商业企业和现代社会实现以数据为驱动力的智能化转型。

作为一家技术型创业公司，TalkingData重点投入大数据、人工智能技术的探索与演进，并与全球顶尖科研机构和创新团队合作，实现国际前沿技术在国内丰富场景上的落地应用。

TalkingData提出“成效合作伙伴”模式，并凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，帮助企业从数据中获取商业价值，已在加速金融、零售、互联网、智慧城市等众多行业和领域数字化进程的实践中积累了丰富经验。



# 关于学研智库

学

我们坚信数据会“说话”，发现、整理、解读、研究是真正读懂中国教育培训市场的正确选择。

研

我们深刻认识到数据的价值，并从海量信息中提炼他们，专注于用数据赋能教育培训产业，推动教育强国进程。我们关注宏观更关注每一个细分领域，力争最先发现每一个细分领域的Top X。

智

当下，在5G/AI/直播等新科技变革大背景下，需深入研究教育培训领域所面临的教学模式和营销模式的双重变革。

库

我们只与业内顶尖的教育培训产业数据提供方、产业专家、行业分析师为伍，提供最富价值的的数据及内容。我们致力于建设全球最有价值的教育培训产业数据库，全景式扫描和追踪教育培训领域最新商业模式及数据。

我们是学研智库 全景式扫描和追踪全球教育培训领域最新商业模式及数据，汇产业领军人物，在5G、人工智能、AR/VR、短视频/直播等新科技革命异军突起的大变革时代之下，深入研究教育培训领域所面临的教学模式和营销模式的双重变革，辅助政府及产业发展决策，推动教育强国进程。

## 全球首家教育培训产业研究及数据服务提供商



扫码关注公众号



网址：[www.xueyanthink.com](http://www.xueyanthink.com)



微信订阅号ID：xueyanthink



数据及内容合作微信ID：xueyanzhiku

# 法律声明

---

## 知识产权声明

本报告为学研智库制作，报告中所有数据、表格、图片均受有关商标和著作权法律保护，部分数据采集自公开信息，知识产权为原作者所有。我们相信数据的价值，我们同样相信分享也能创造价值，我们欢迎各组织和个人采用我们的报告和数据，但请注明出处和来源，提前告知我们可以方便我们更好的提供支持。

## 免责声明

本报告中所载所有内容为学研智库分析师独立通过访谈、市场调查、信息调研整理及其他方式方法获得，并结合学研智库独有的数据和分析资源，建立相关预测模型估算而得，为教育培训行业从业者提供基本参考，受研究方法和数据获取渠道所限，本报告只提供受众作为各类市场活动参考资料，不构成任何投资或交易买卖建议。如果访问者依据本报告信息进行投资或进行交易买卖而遭受损失，本智库对此不承担责任。

---