



Vocational Education

# 职业教育 创造多种未来

2020职业教育行业洞察

百度营销中心

2020.10

# CONTENTS

1. 职业教育整体需求趋势
2. 职业教育细分行业机会
3. 职业教育消费者决策路径



# /01

## 职业教育需求趋势



# 从正视到重视：职业教育之政策环境发展



数据来源：公开资料整理



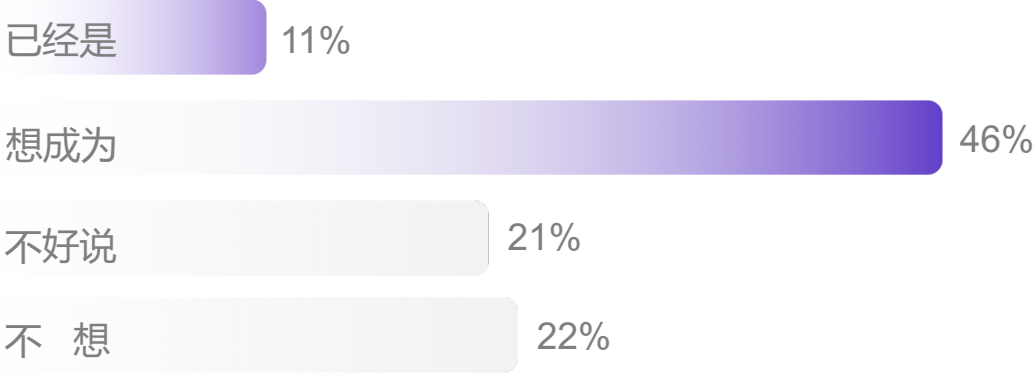
# 动态职业路径与多元斜杠职人，观念演变促活职业教育市场

中国职场人平均跳槽频率整体呈加快趋势



职业市场新的人群正朝向更加频繁的职业转换和多元职业趋势发展，从个体角度看，就业不再是一个稳定的状态，而是一个动态的、不断接近职业追求的过程。从群体角度看，动态职业路径的教育需求，也提升了职业教育在职业演化过程中的重要性。

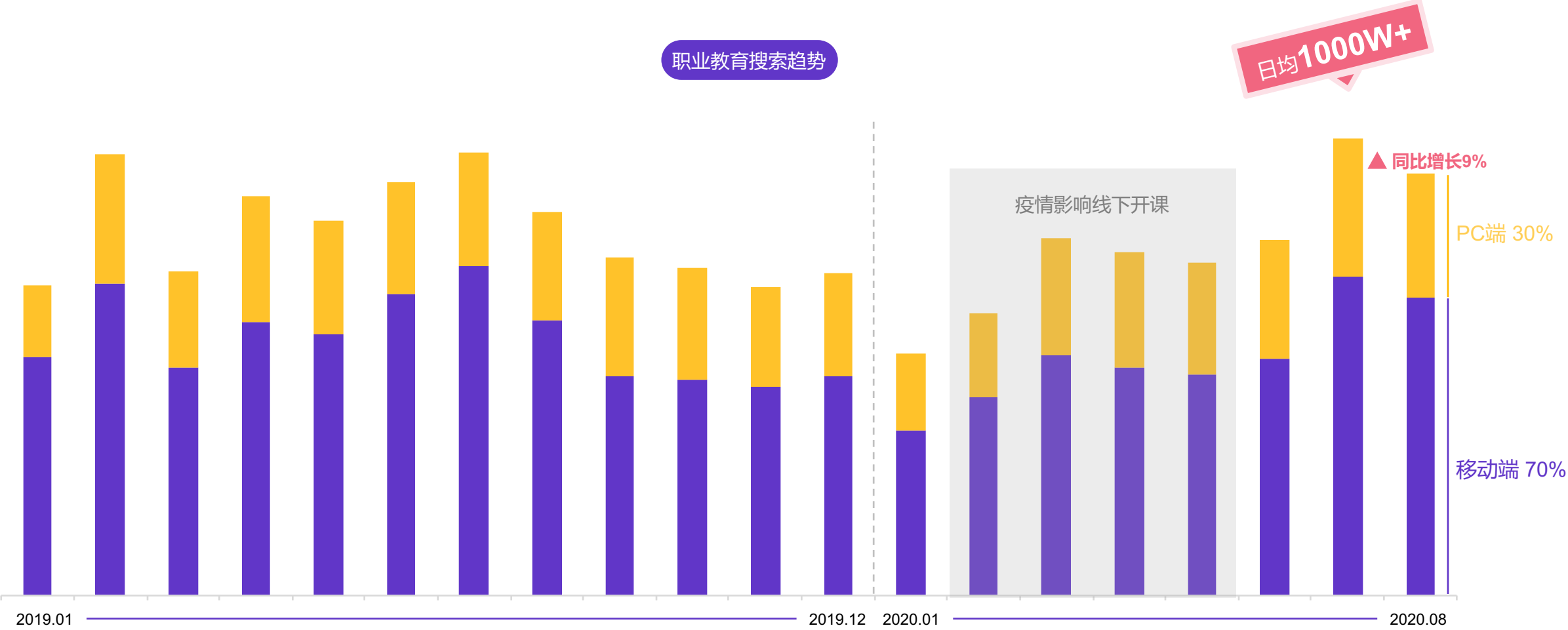
我国青年对多元职业身份的接受程度



职业市场斜杠青年，拥有多份需要不同技能的工作。他们根据自身的特长及就业市场的需求，进行职业学习，将特长转化成提供生产力的技能。职业教育对于斜杠职人的产生和发展具有明显的促进作用，这部分人群的需求也是职业教育的发展机会。

数据来源：中国职场人平均跳槽频率来自领英《2018中国职场人跳槽趋势洞察》；我国青年对多元职业身份的接受程度来自《中国青年报》（2017年10月31日），样本量1988人。

# 职业教育需求超去年同期，8月同比增长达9%；移动端搜索占比约七成



数据来源：百度搜索大数据，2019.01-2020.08

## 职业教育核心诉求分为职业资格、学历提升、专业技能、招录考试

18%  
职业资格



29%  
学历提升



39%  
专业技能



14%  
招录考试

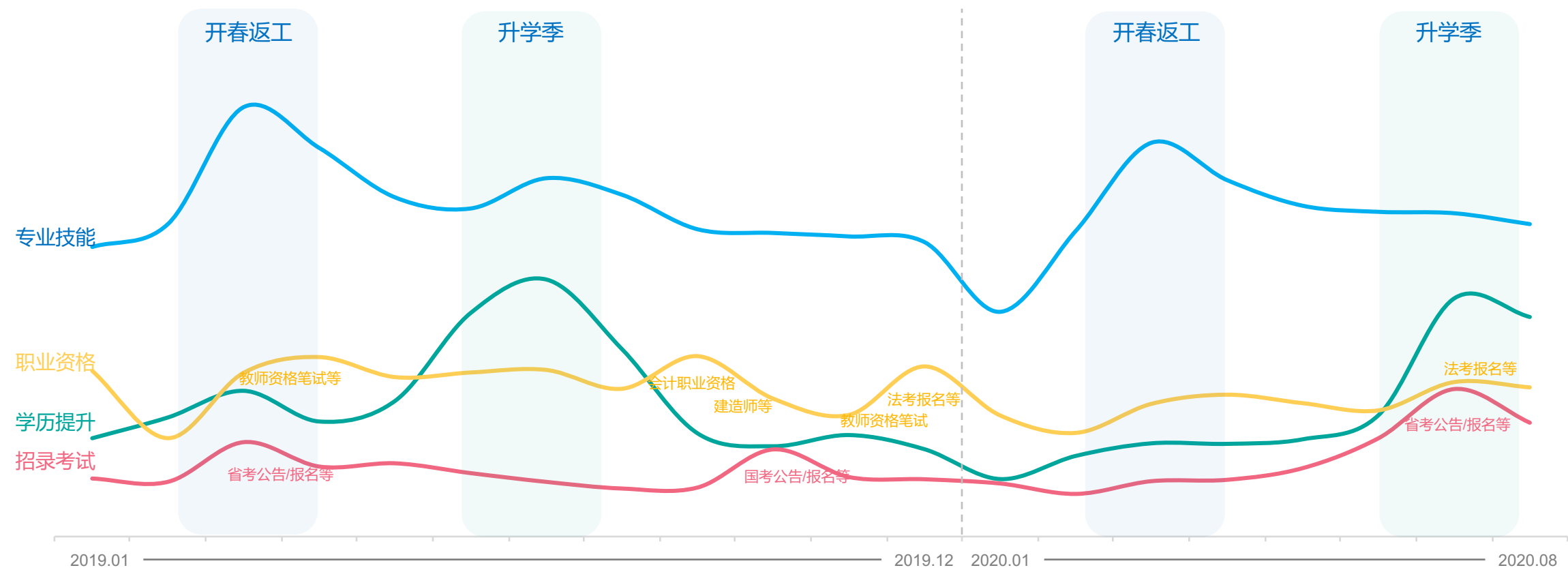


数据来源：百度搜索大数据，2020.08

注：图中关键词用于示例各大类的细分领域范围，文字大小/排列重叠等表现形式经过设计处理呈现，实际请以相应数据图表为准

专业技能需求量春季相对较高；  
学历提升夏季升学季到达明显需求高峰；  
职业资格和招录考试等考学类职业教育需求量随各项考试节奏具有小幅增长

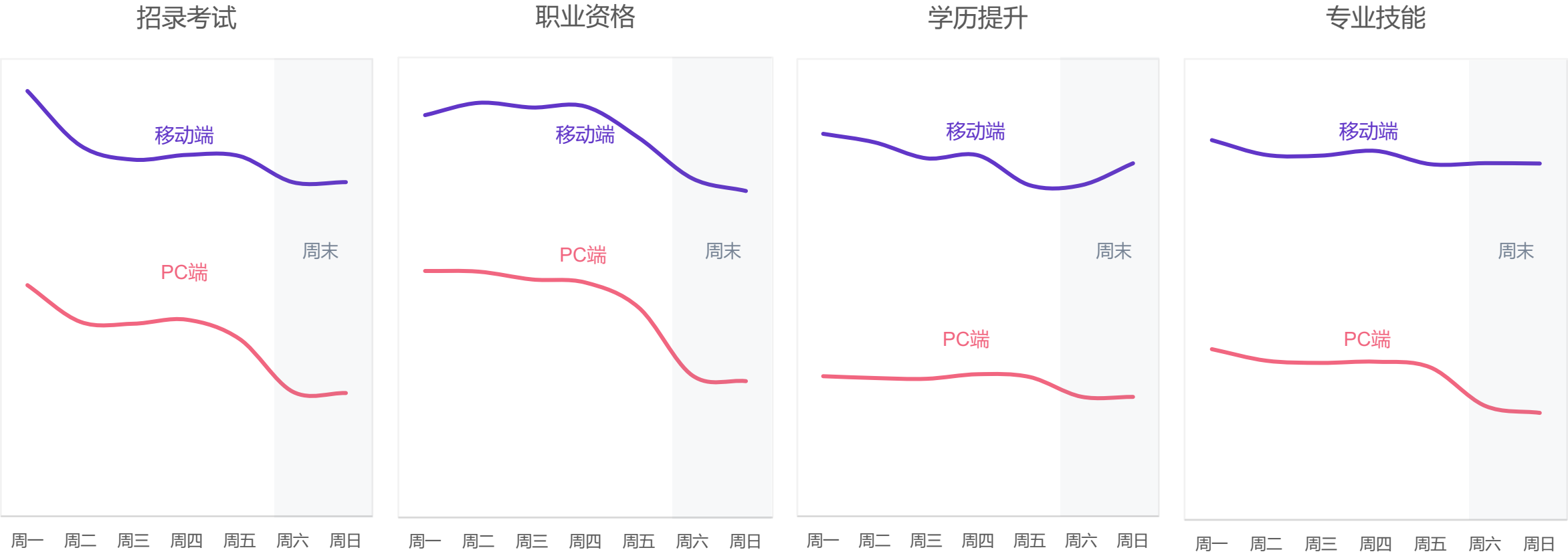
职业教育细分行业搜索趋势



数据来源：百度搜索大数据，2019.01-2020.08

# 工作使人学习，周一往往迎来职业教育需求热潮

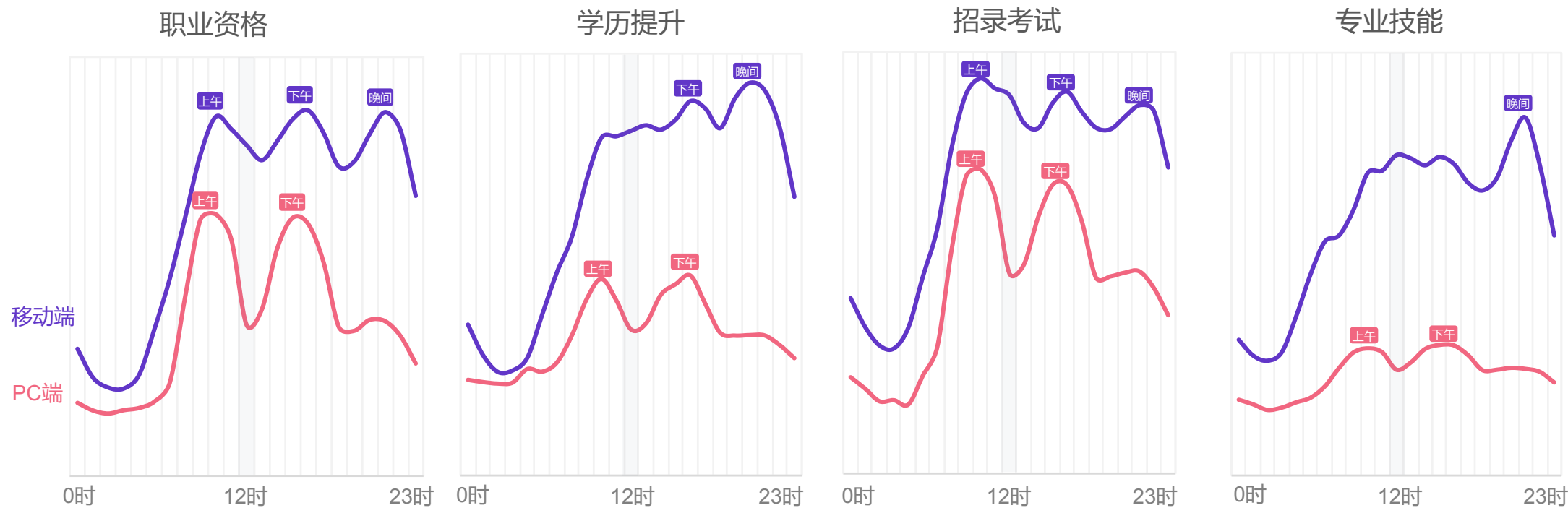
职业教育细分行业需求一周分布



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.15-2020.08.23

# 上午与下午是职业教育需求高峰时段，移动端较PC端更多晚间搜索高峰期

职业教育细分行业需求时段分布



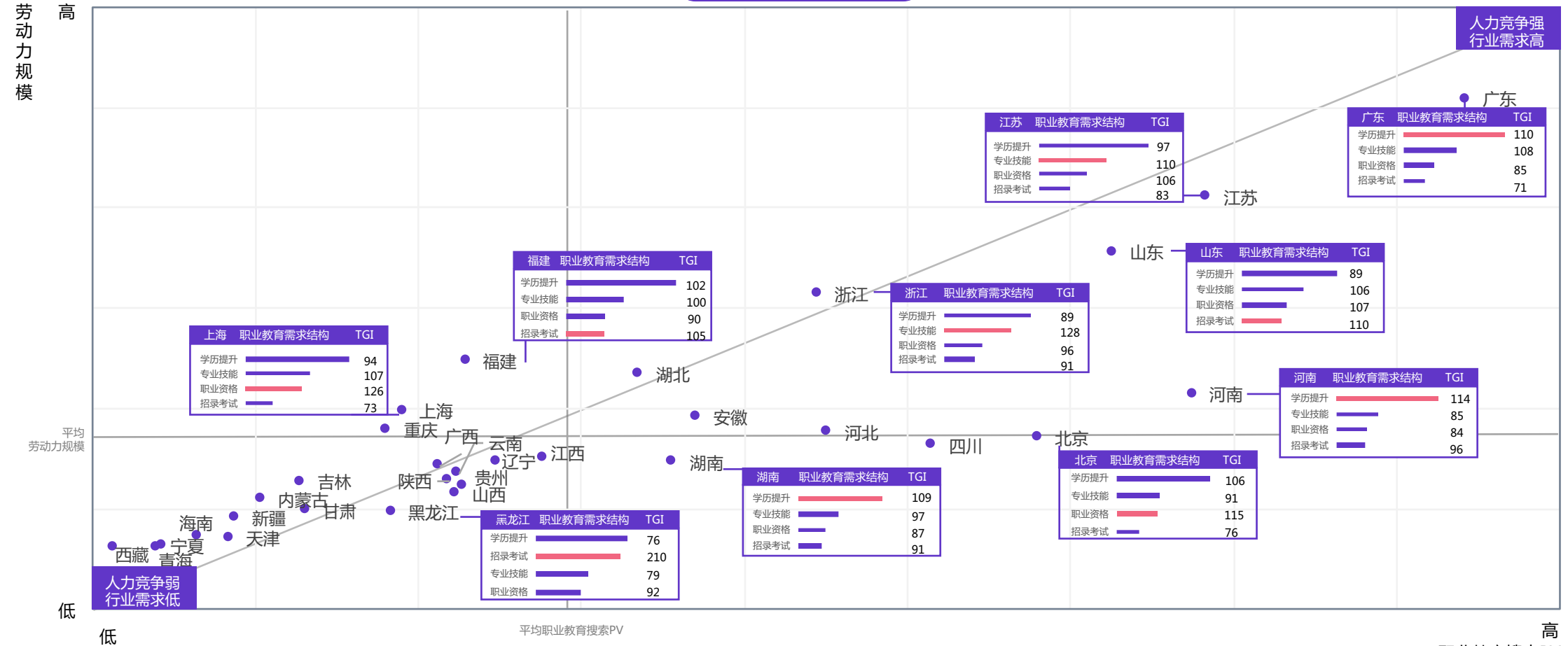
数据来源：百度搜索大数据，2020.08.27

# 职业教育需求强度与地域劳动力规模呈正相关

本地就业人数多所代表的高职场人力竞争强度 “催生” 职业教育高需求，比如劳动力大省广东是职业教育行业需求最高的区域，其中学历提升方面的需求更为显著。

从TGI看，不同区域品类需求偏好存在差异，比如黑龙江、山东等地在招录考试方面的职业教育需求表达更为显著。

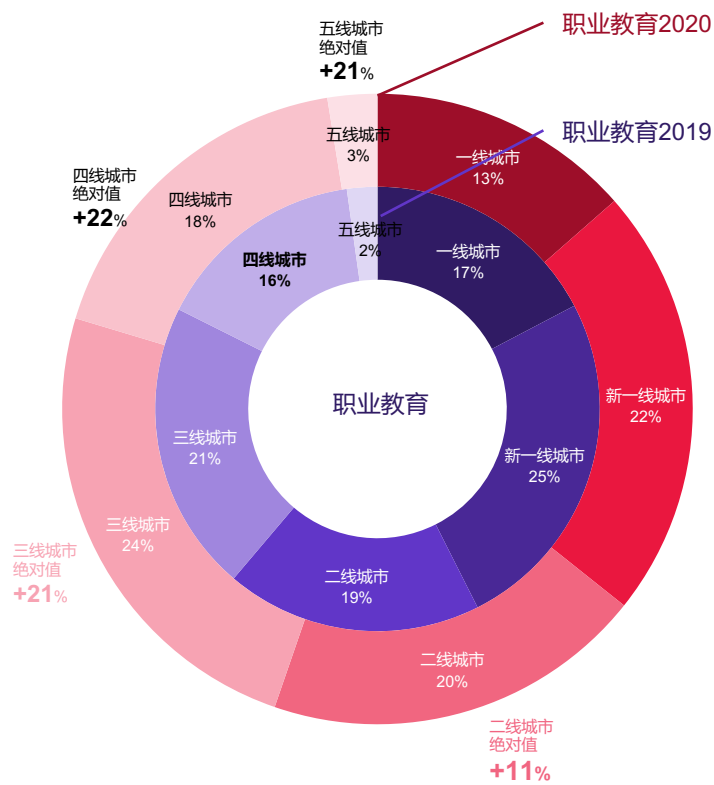
职业教育分区域差异分布



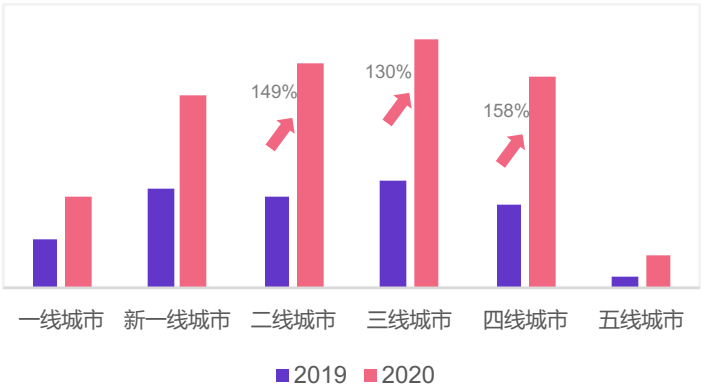
数据来源：百度搜索大数据，2020.07；劳动力规模来源为国家统计局数据

# 职业教育需求下沉明显； 招录考试全线大涨，下沉市场增幅更高；学历提升在下沉市场增长明显

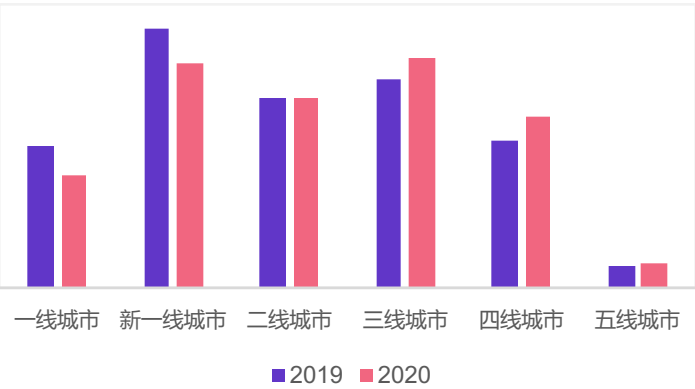
职业教育整体搜索量城市线分布与百度大盘分布



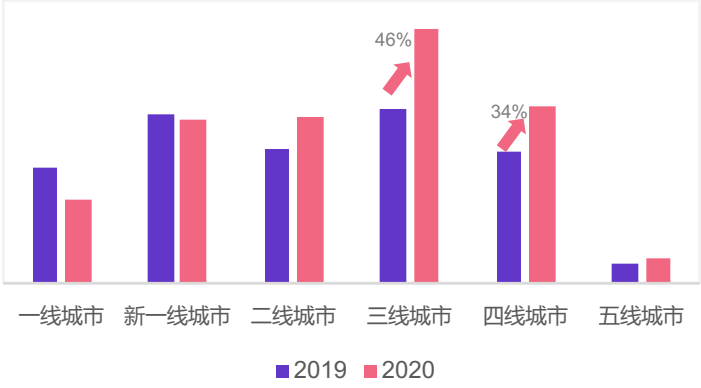
招录考试需求热度分布



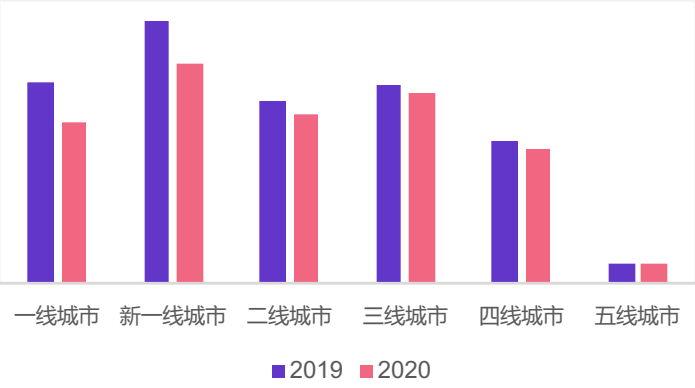
职业资格需求热度分布



学历提升需求热度分布



专业技能需求热度分布

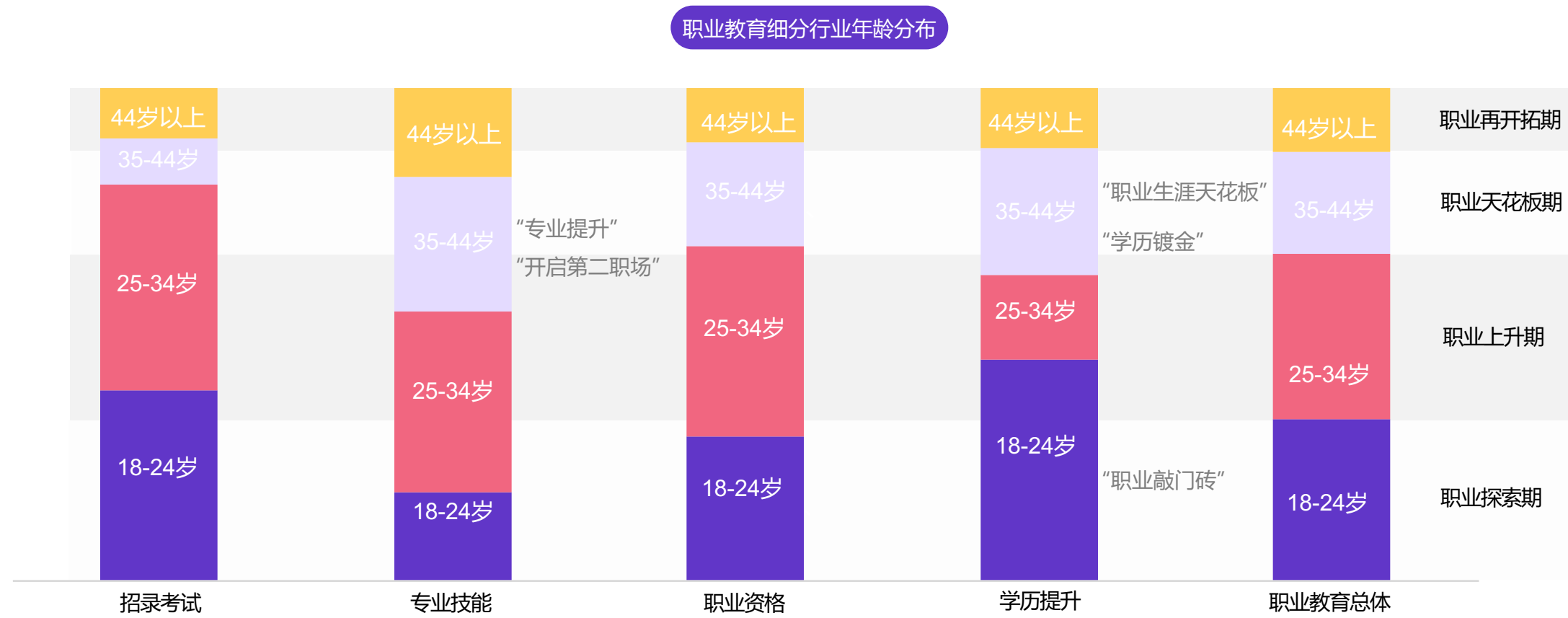


数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14；城市线分级来自第一财经媒体中国最新城市等级划分

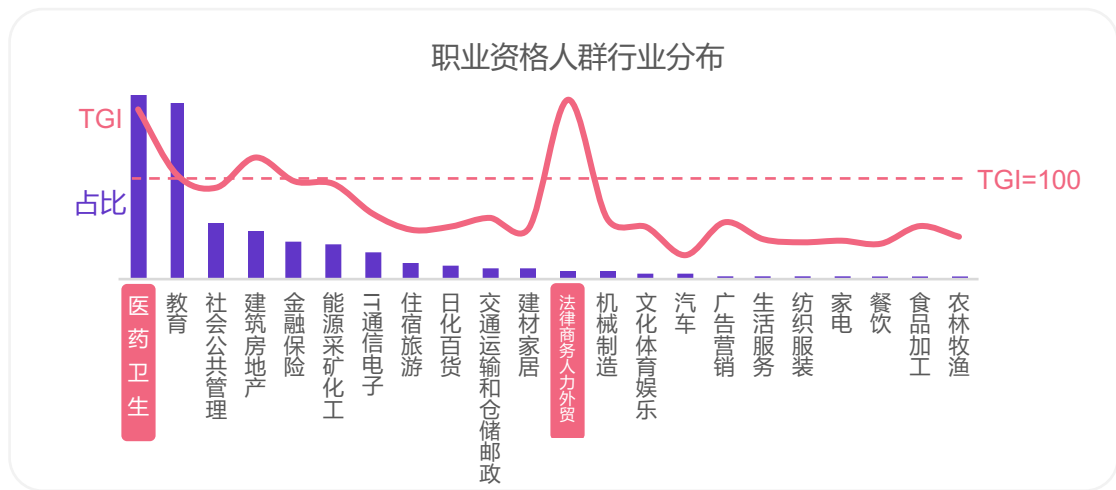
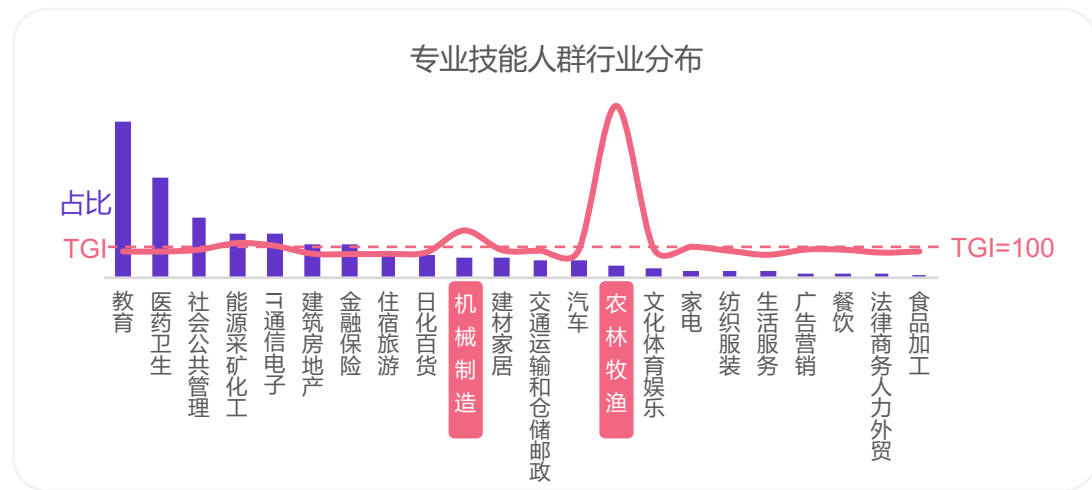
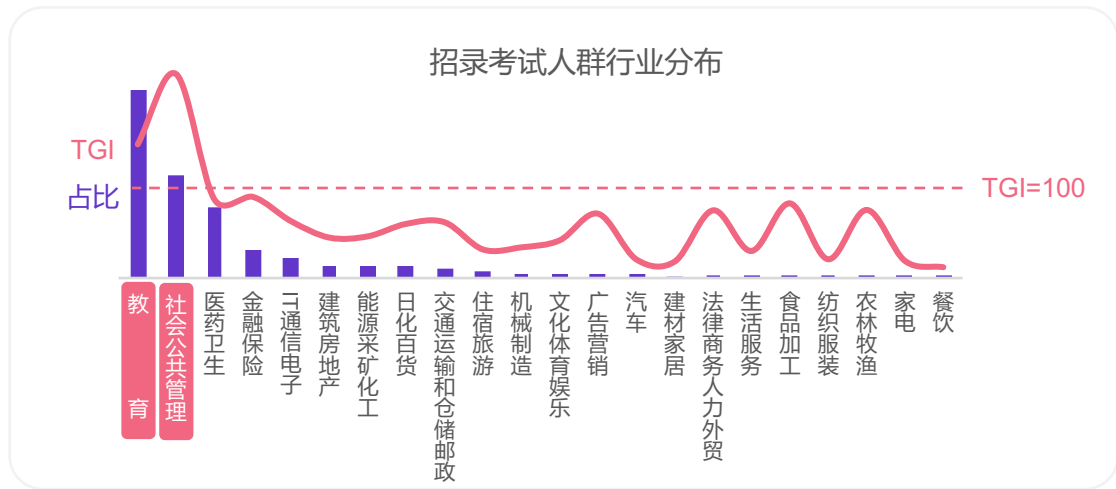
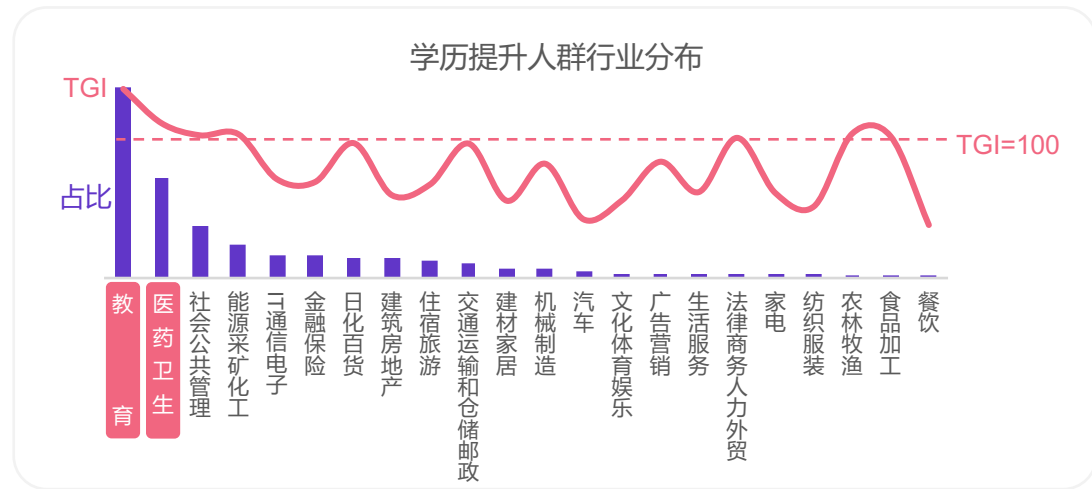


# 职业教育人群整体以中青年为主，伴随职业生涯呈现终身学习趋势

专业技能终身学习窗口期长，35-44岁人群通过学习专业技能、追求学历提升、突破职场新高度的比例更高。  
18-24岁的年轻群体对招录考试、学历提升的热度更高，寻求职业敲门砖。

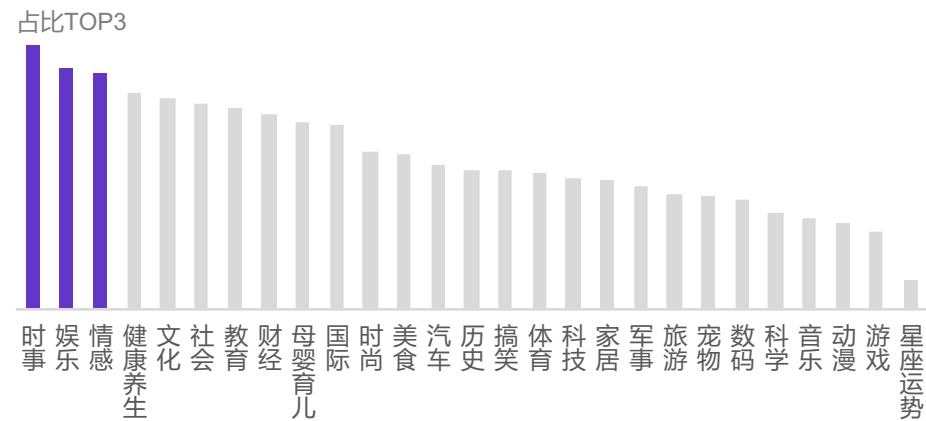


学历提升人群行业偏好差异较小；专业技能农林牧渔/机械制造行业人群中偏好较高；  
招录考试在教育/社会公共管理行业人群中偏好高；  
职业资格在医药卫生/法律商务人力外贸行业中偏好高

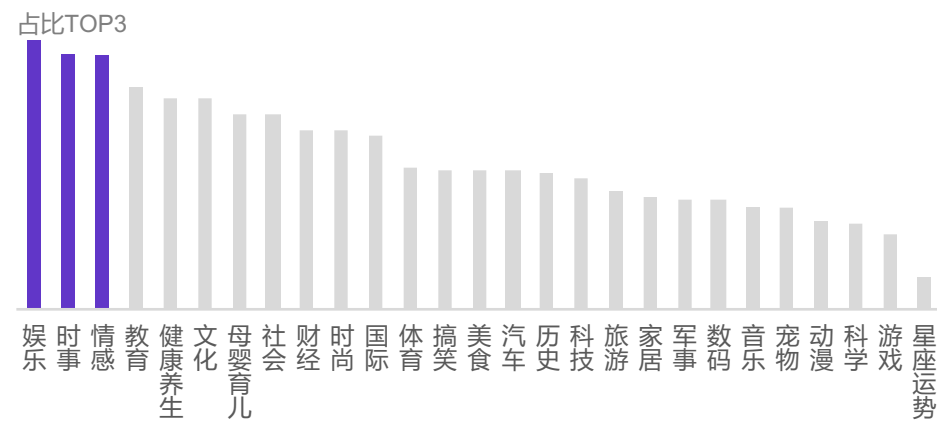


# 职业教育人群喜好娱乐/时事/教育/情感内容

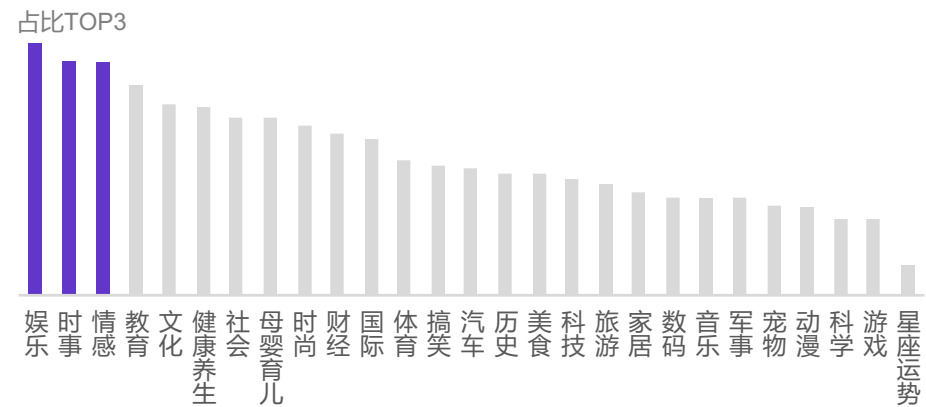
专业技能人群信息流内容阅读喜好



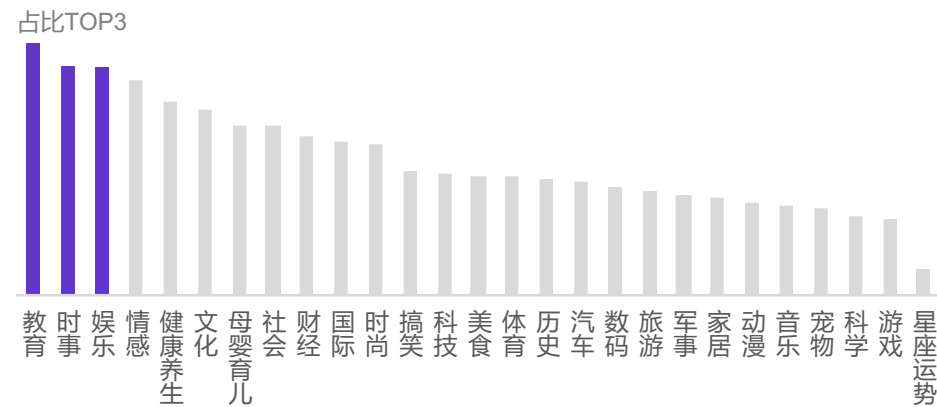
职业资格人群信息流内容阅读喜好



招录考试人群信息流内容阅读喜好



学历提升人群信息流内容阅读喜好

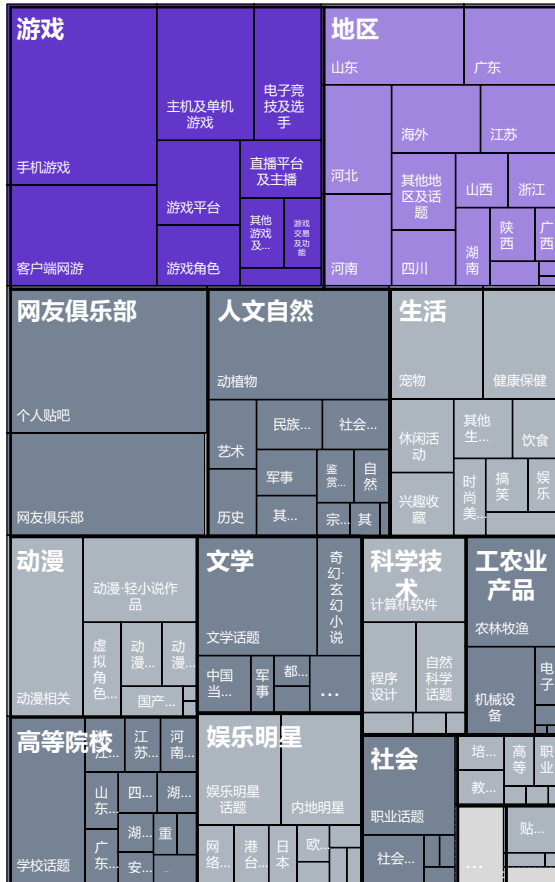


数据来源：百度大数据，2020.08

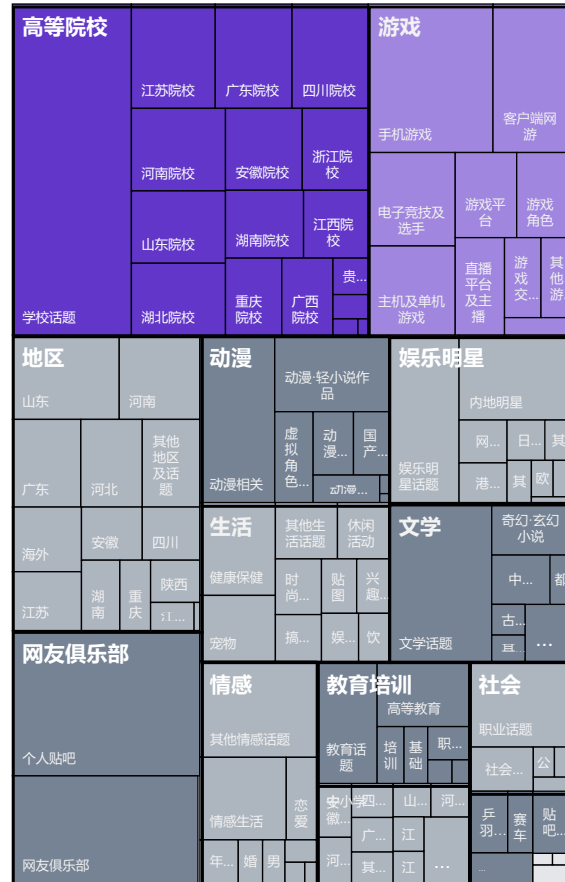
游乐生活「活在当前」：专业技能人群喜好**游戏、地区**类贴吧；  
 院校同学「真实生活」：学历提升人群最喜好**院校**贴吧；  
 获取当地「考试情报」：招录考试人群与职业资格人群最喜好**地区**贴吧

专业技能人群相对其他职业教育人群，更加关注人文自然和生活，是活在当前生活派；  
招录考试人群相对其他职业教育人群，更加关注社会职业话题，“社会洞见”亦是招录考试中的重要考察能力。

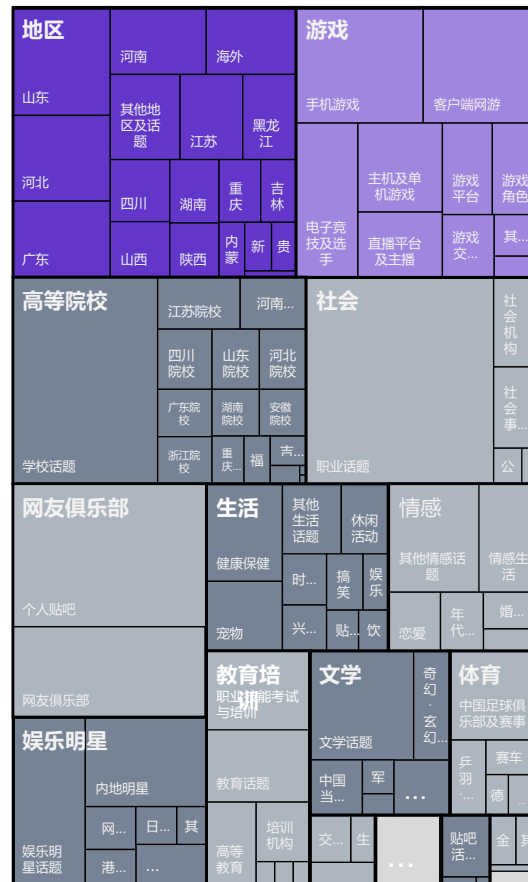
## 专业技能人群贴吧喜好



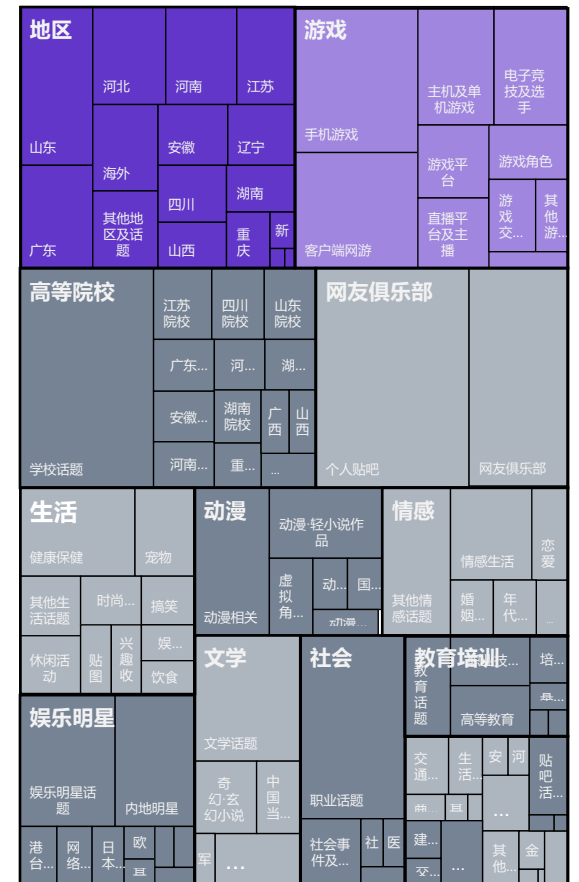
## 学历提升人群贴吧喜好



招录考试人群贴吧喜好

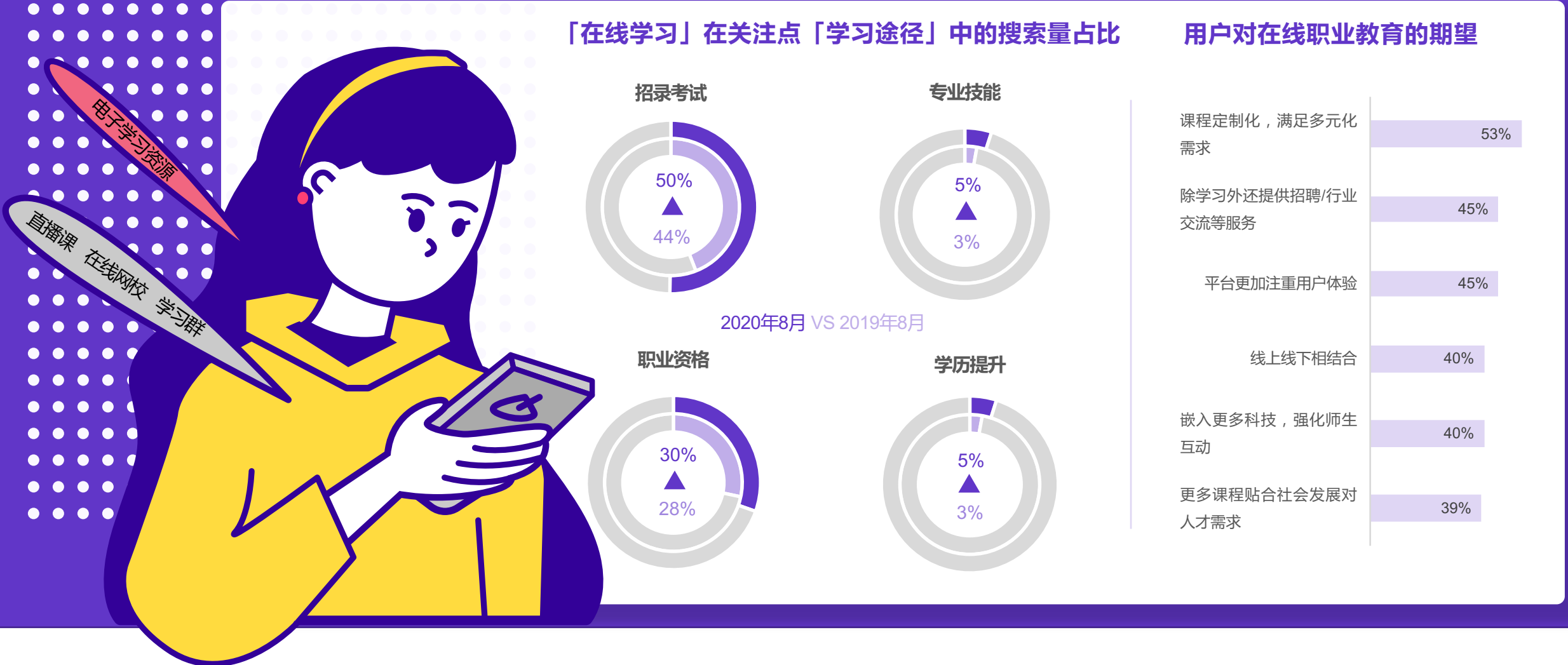


职业资格人群贴吧喜好



数据来源：百度大数据，2020.08

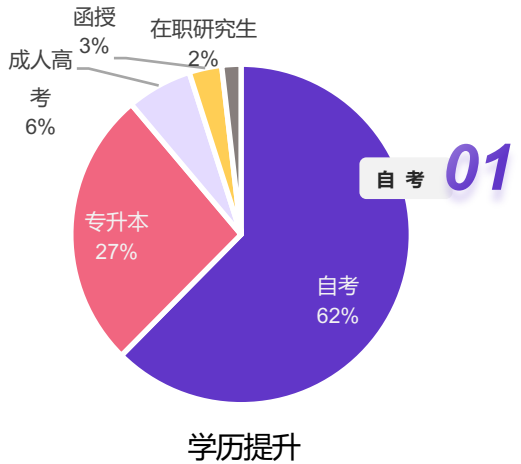
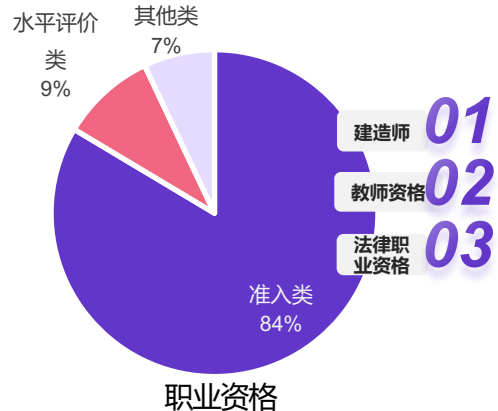
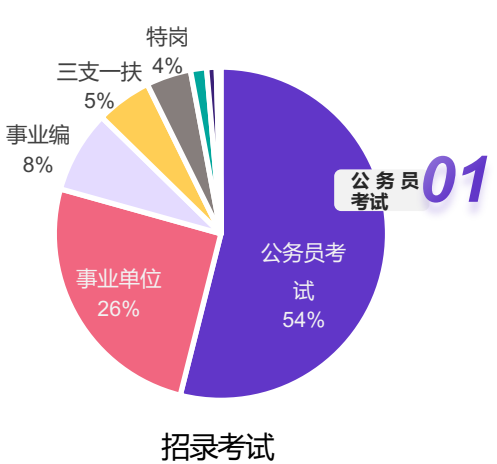
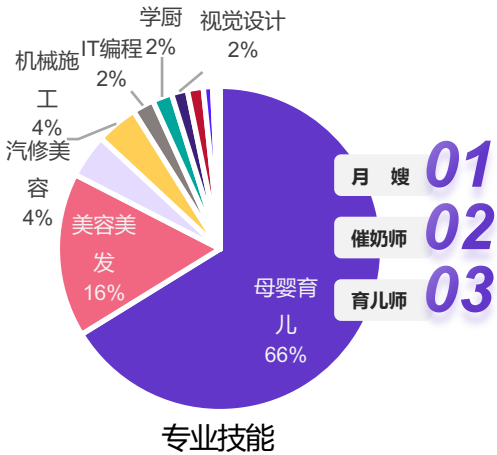
# 学习途径：省钱省时更自由，「在线学习」成「职业教育」热门需求



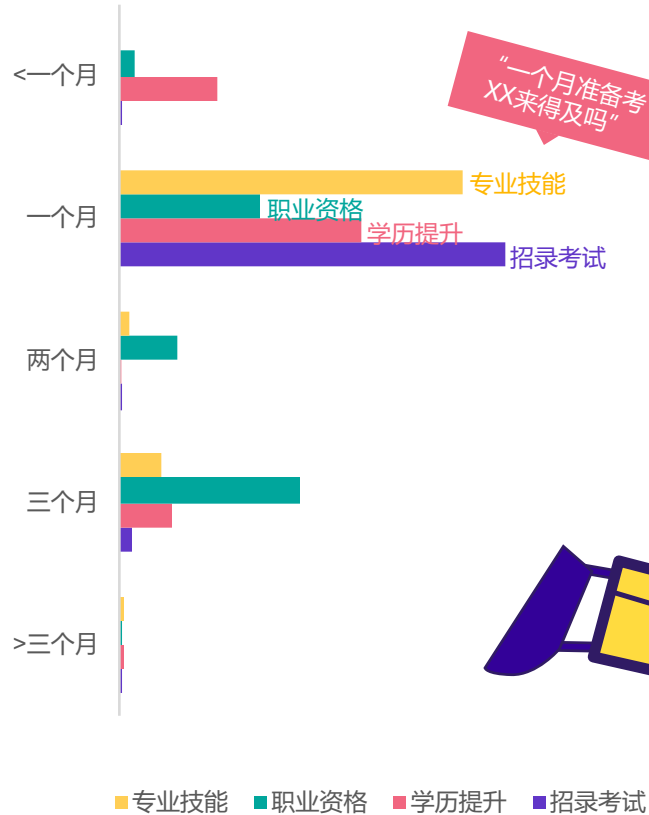
数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14；  
数据说明：在线学习为包括在线网课、直播课、学习群、电子学习资源等在内的在线学习相关组织/内容/形式类搜索关注点；用户对在线职业教育的期望来自2019《中国在线职业教育市场发展报告》(调研样本量800)

# 学成周期：追求极致的时间效率，最多用户关注「一个月」备考速成

最关心学习耗时的行业



学成耗时需求搜索量分布

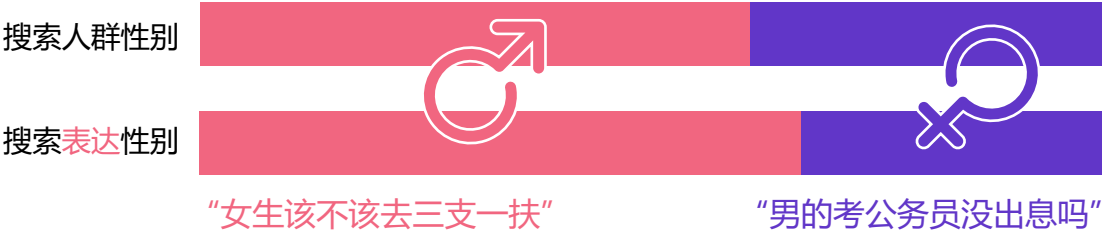


数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14

# 性别隐语：在产生与性别相关的职业教育表达时，「女性」被更多提及

职业教育信息获取筛选与决策过程中，相较于女性用户占比，女性性别作为性别因素中的一方被更多地提及。

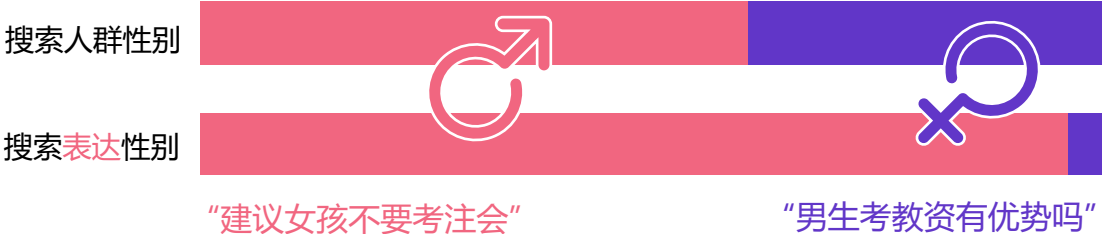
招录考试



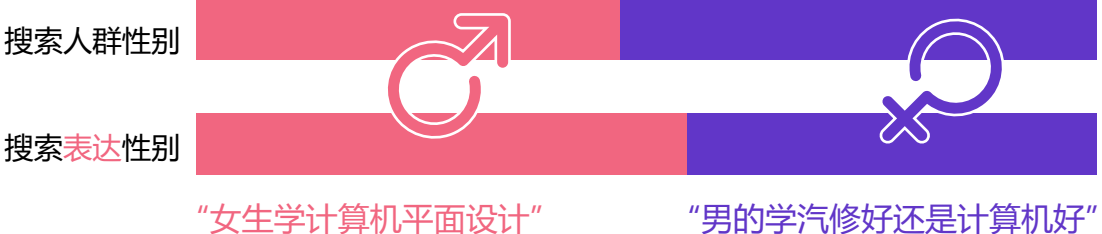
学历提升



职业资格

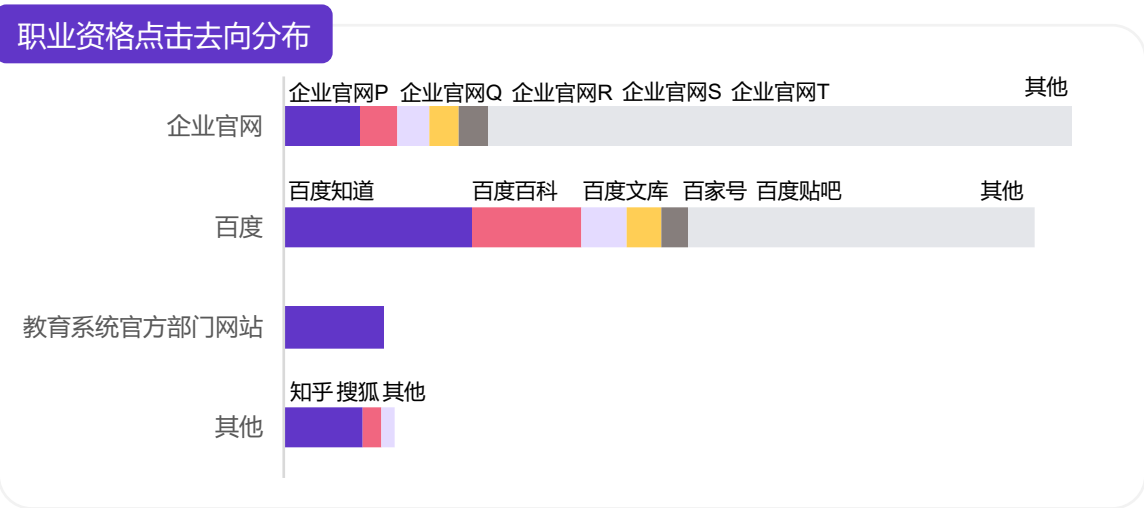
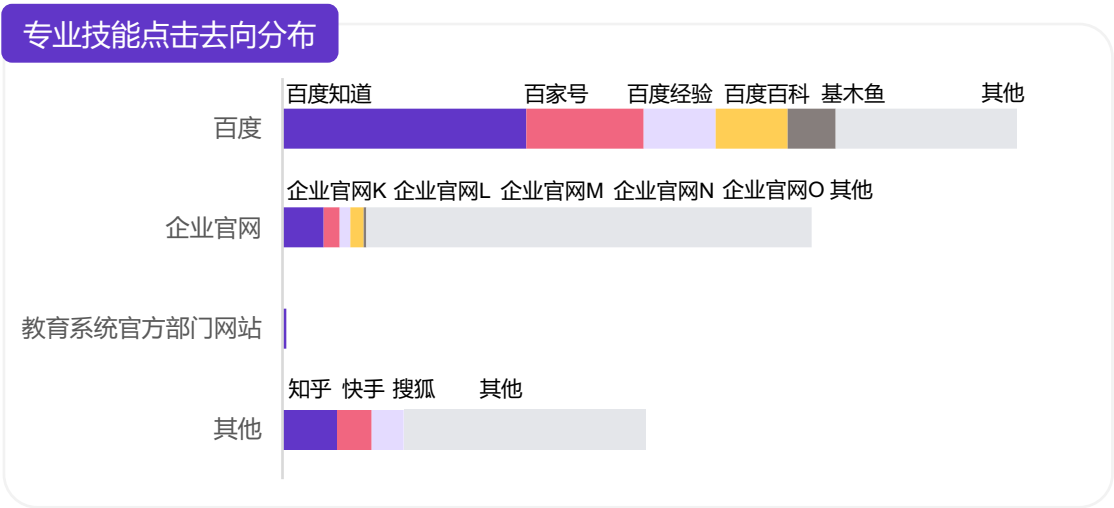
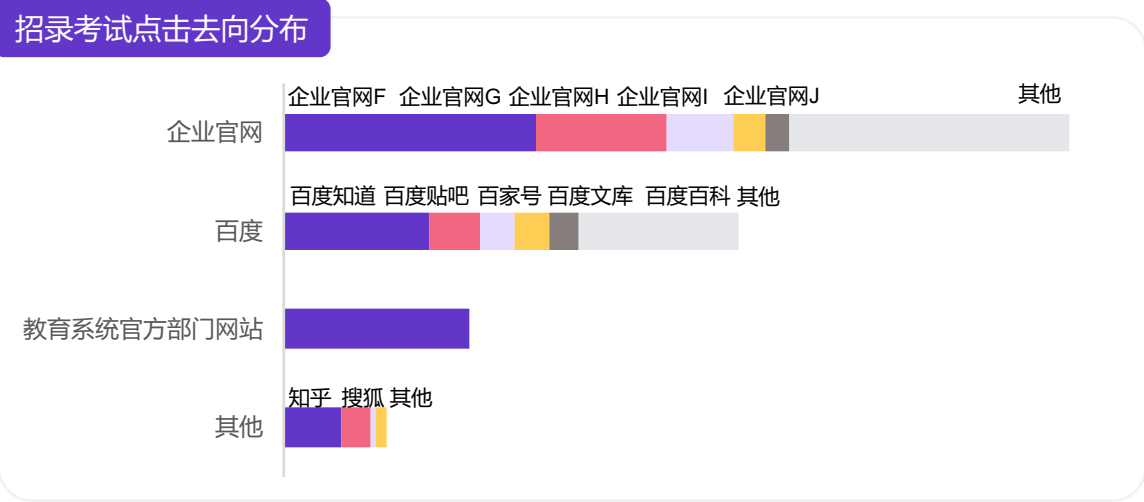
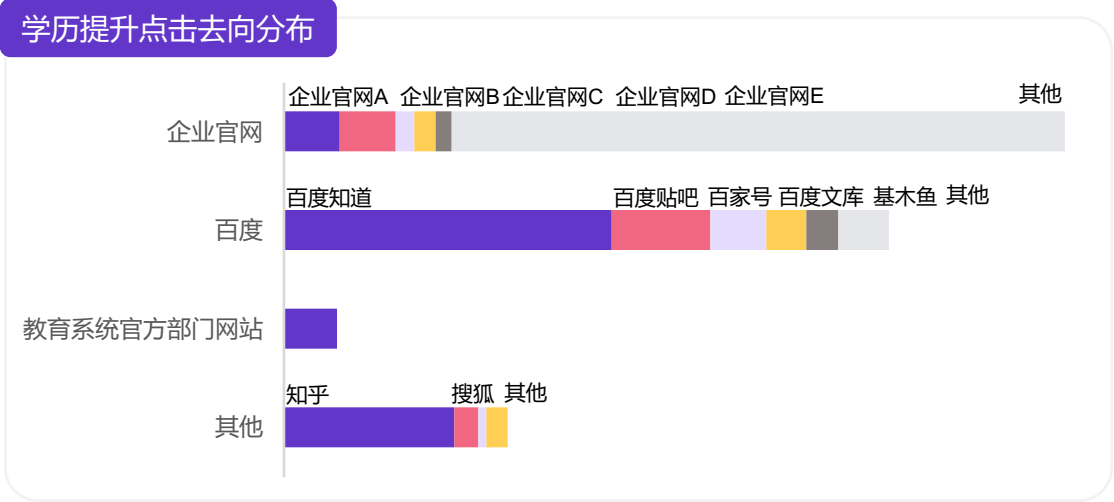


专业技能



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14

# 职业教育用户最多去向企业官网和百度平台； 招录考试和职业资格用户中教育系统官方部门网站点击占比较高



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14



# 小结

职业教育总体趋势特征	
总	✓ 政策环境支持&职业市场多元身份观念利好；搜索需求超越去年同期，移动端PC端搜索量约7:3比例；
子	✓ 专业技能整体高峰期为开春返工；学历提升行业整体高峰期为升学季；
时	✓ 每周周一往往迎来职业教育需求热潮；每日上午/下午是职业教育搜索高峰期，移动端晚间同样为搜索高峰期；
空	✓ 职业教育需求强度与地域劳动力规模呈正相关；职业教育需求下沉明显；
人	<div>✓ 职业教育人群整体以中青年为主，伴随职业生涯呈现终身学习趋势；</div> <div>✓ 职业教育人群行业中专业技能农林牧渔/机械制造行业人群中偏好较高；</div> <div>✓ 职业教育人群喜好娱乐/时事/教育/情感内容，偏好阅读星座运势/动漫/音乐内容；</div> <div>✓ 专业技能人群喜好游戏、地区类贴吧；学历提升人群最喜好院校贴吧；招录考试人群与职业资格人群最喜好地区贴吧；</div> <div>✓ 学习途径：省钱省时更自由，在线学习成职业教育热门需求；</div> <div>✓ 学习周期：追求极致的时间效率，最多用户关注一个月备考速成；</div> <div>✓ 性别隐语：在产生与性别相关的职业教育表达时，女性被更多提及；</div> <div>✓ 职业教育人群最多去向企业官网和百度平台；招录考试和职业资格用户中教育系统官方部门网站点击占比较高；</div>

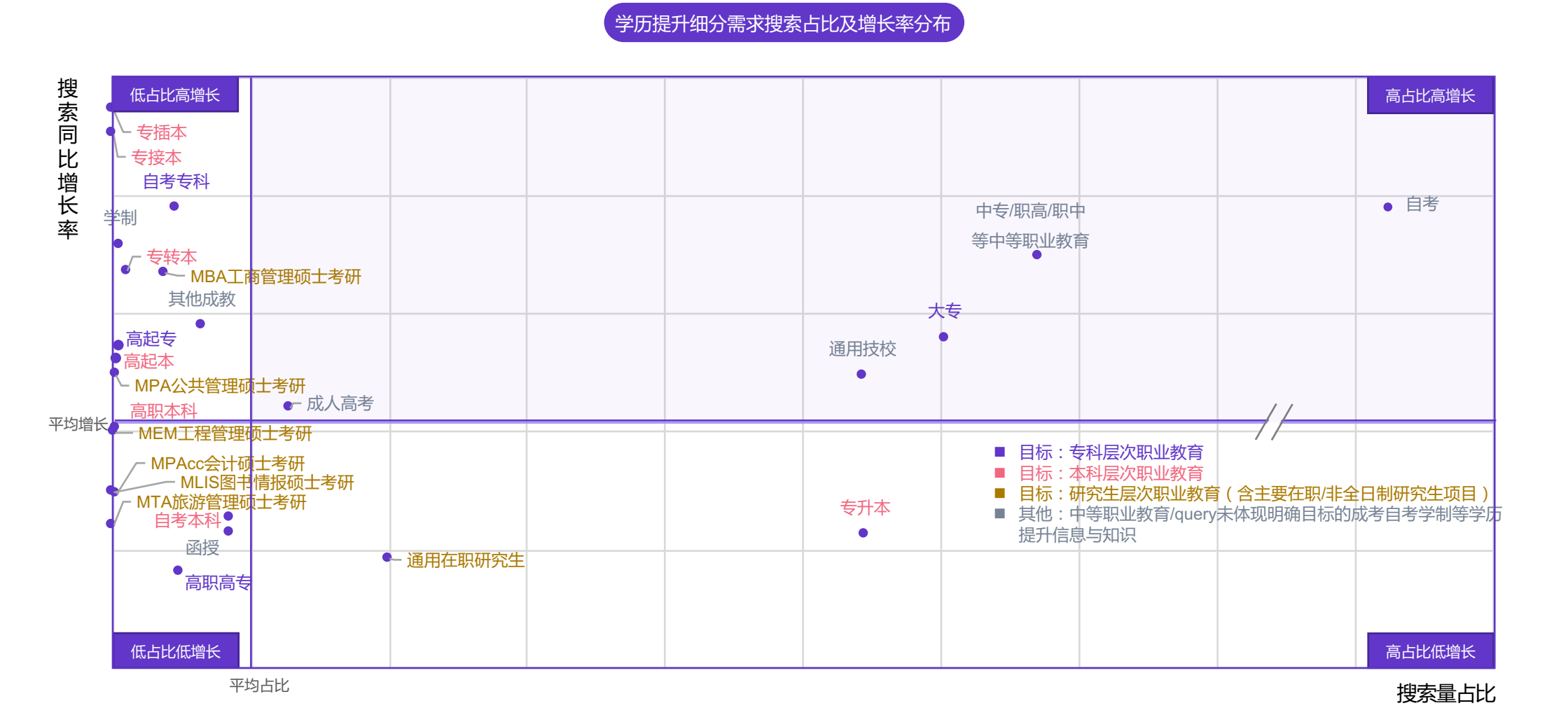
# /02

## 职业教育细分行业机会

学历提升/专业技能/招录考试/职业资格

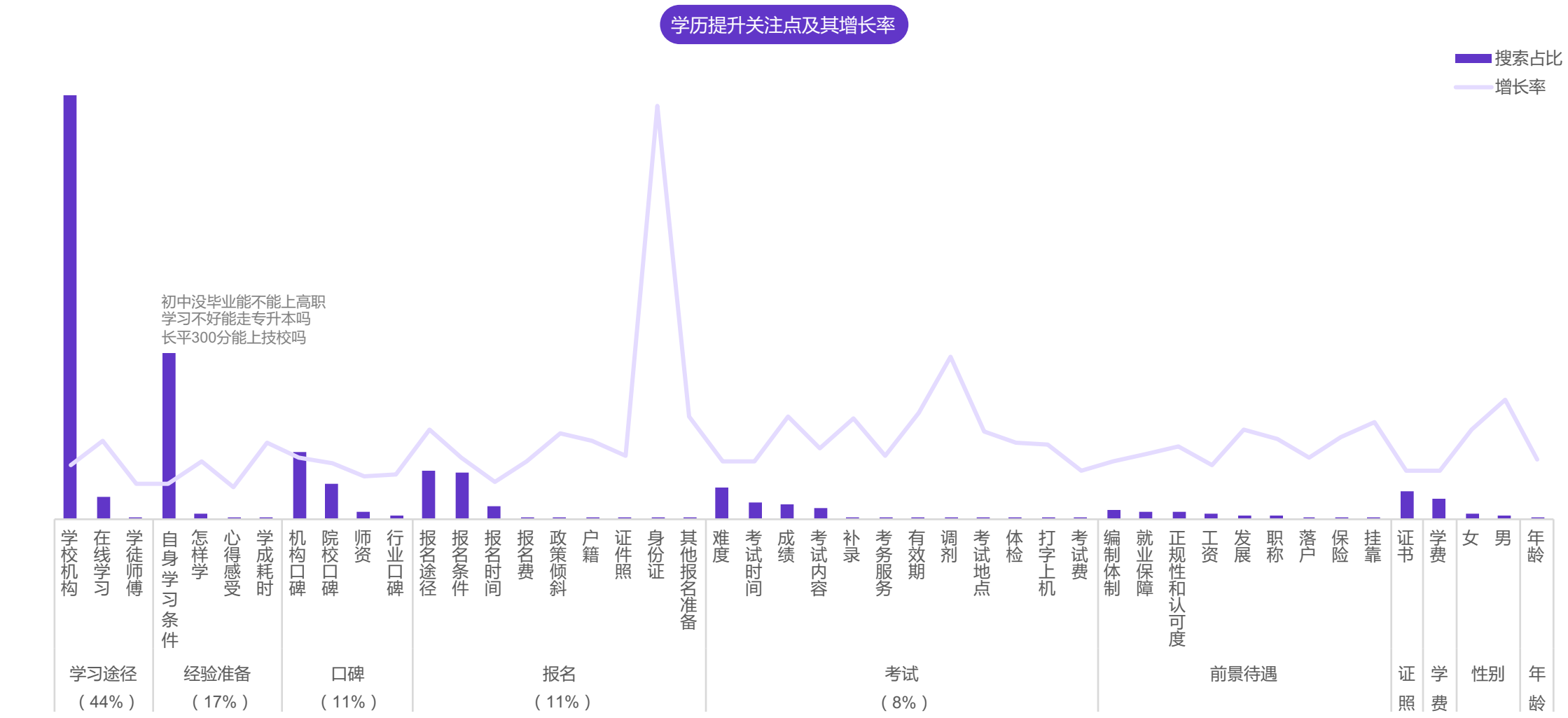


学历提升：自考/大专/中职/技校等教育需求占比较高且增幅大，处于明星区域；  
自考专科/MBA/成教等占比相对较低但增长较高，处于机会区域



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14

# 学历提升用户更关注学校机构及口碑、学习及报名条件、考试难度



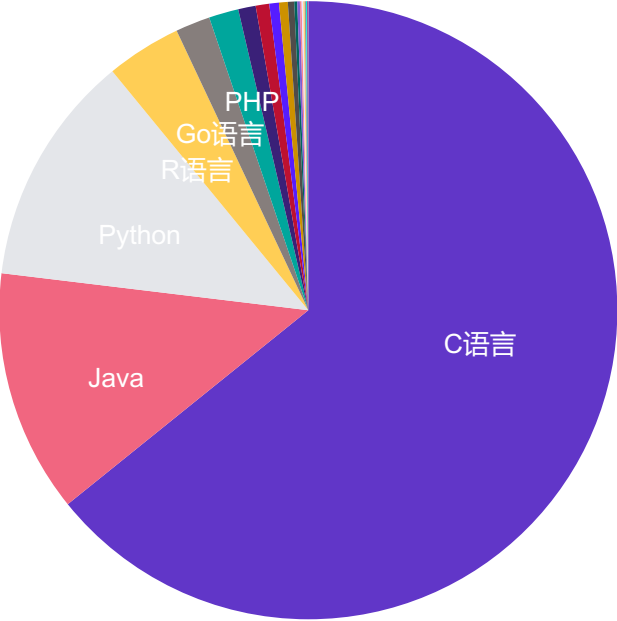


# 专业技能：编程略「降温」，但整体占比仍有绝对优势；视觉设计、机械施工等位于高占比高增长的明星区域；家具美容、按摩理疗位于低占比高增长的机会区域



# 码农求学者中最受欢迎的语言是C语言、Java及Python； C语言在除人工智能、数据分析外的学习方向中，均占主要搜索地位

IT编程培训中不同语言搜索热度

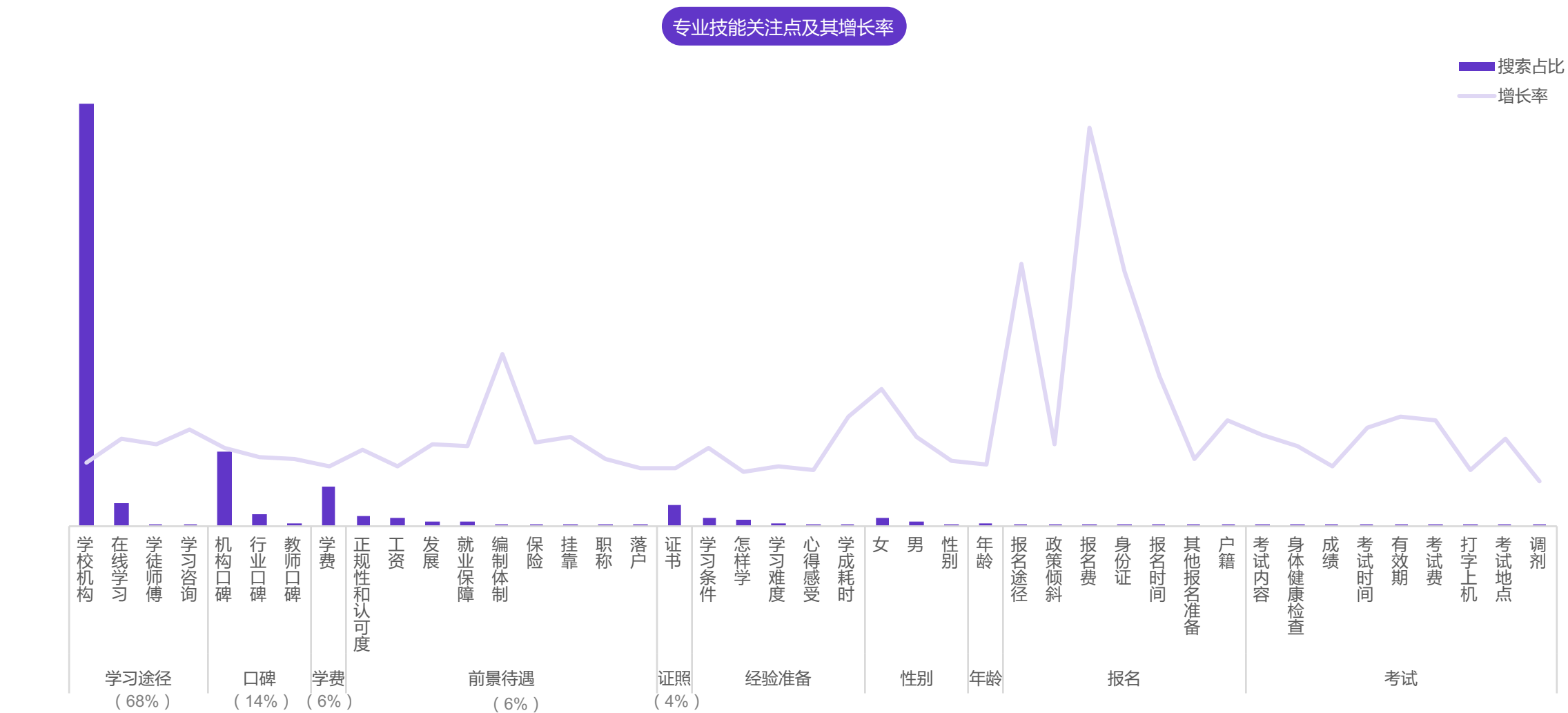


IT编程求学者在不同学习方向需求中 提及编程语言占比分布



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.07，IT编程语言来自2019年TIOBE编程语言排行榜中部分流行编程语言

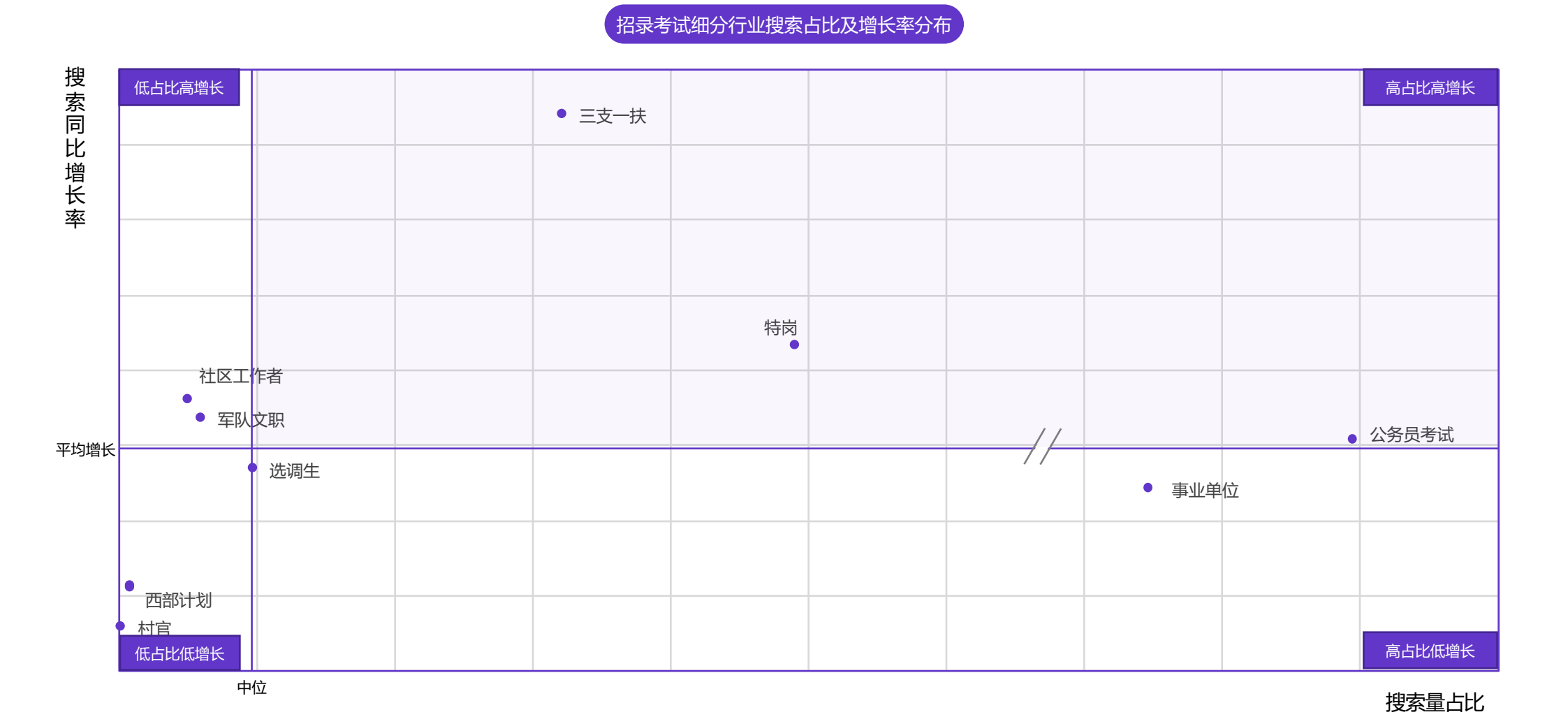
# 专业技能求学者最关注学校机构及口碑、学费、证书和社会认可度



数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14

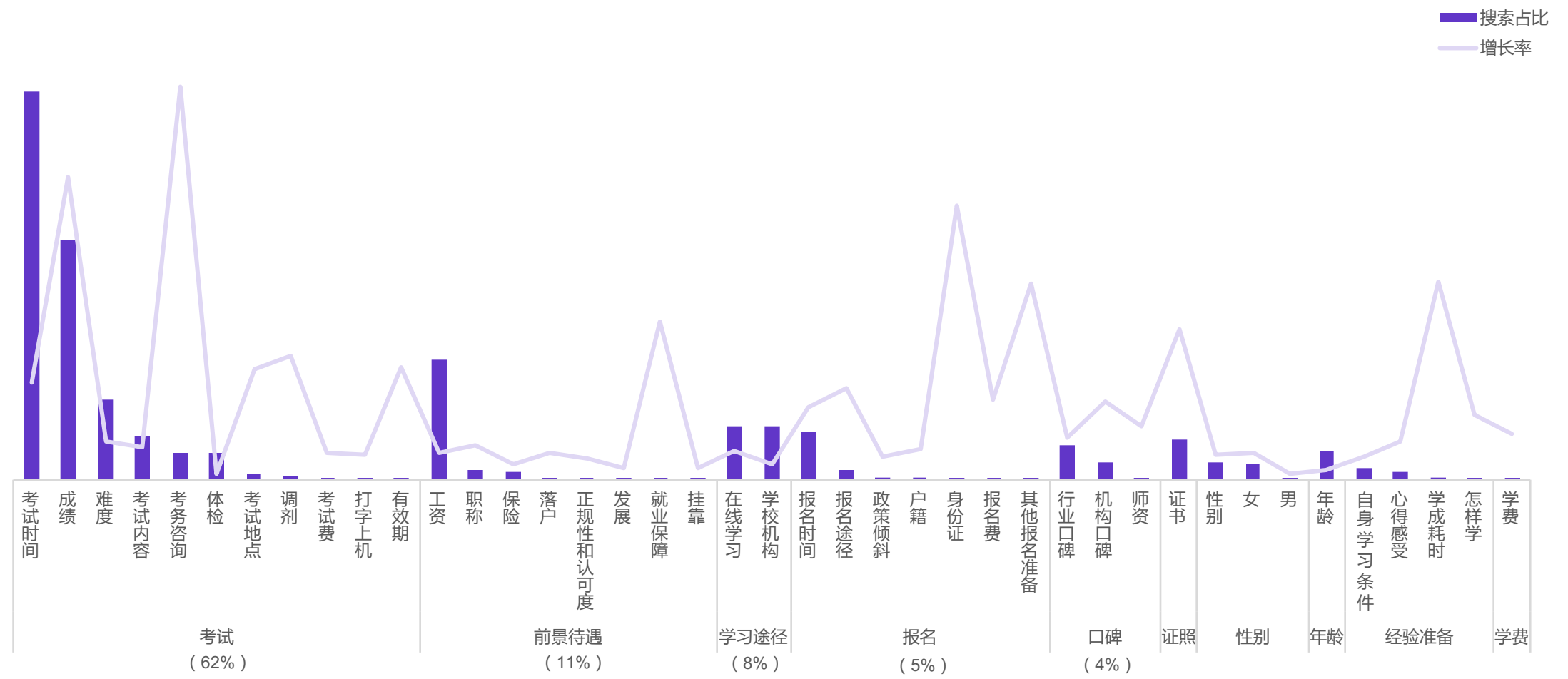


招录考试：招录考试中公务员和事业单位等“传统铁饭碗”占绝对高比例；  
三支一扶因考试时间较往年后移至8月前后，同比增长率较高



# 招录考试用户最关注考试时间/成绩、工资待遇和学习途径

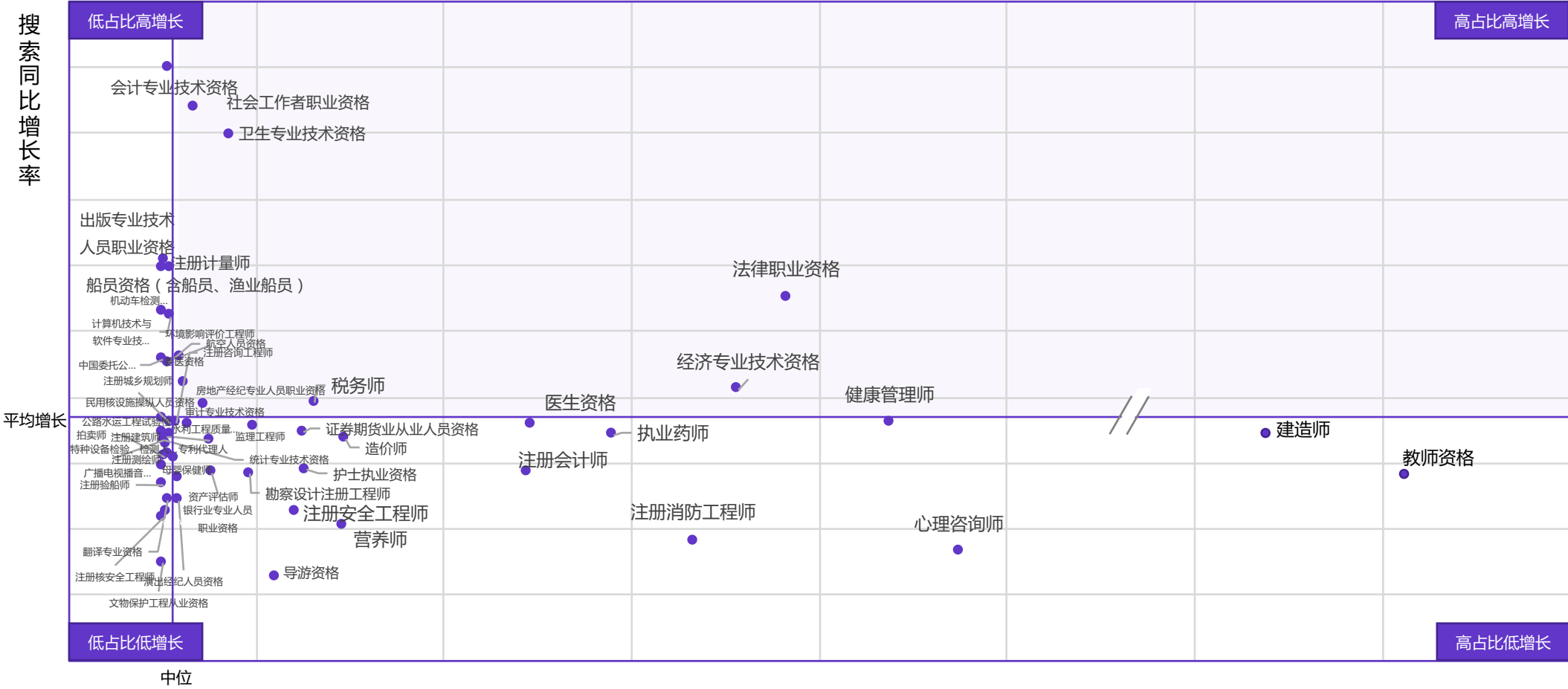
招录考试关注点及其增长率



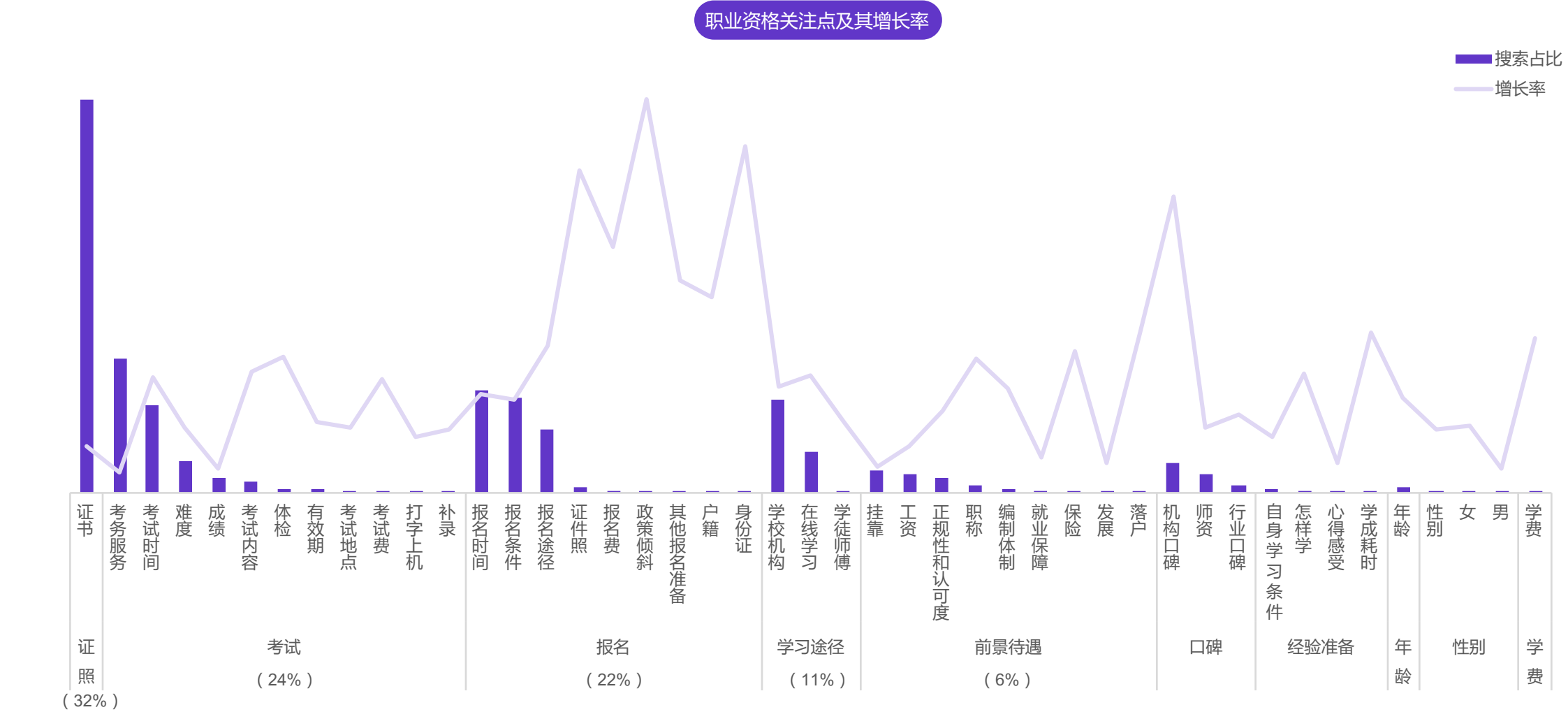
数据来源：百度搜索大数据，2020.08.01-08.14 vs 2019.08.01-08.14

职业资格：教师资格和建造师最热门、占比最高；  
法律职业资格/经济专业资格等位于高占比高增长的明星区域；  
会计专业技术资格处于占比较低而增长较高的机会区域

职业资格细分行业搜索占比及增长率分布



职业资格用户最关心取到证书，对于报名和考务服务相关需求较高；  
政策倾斜/身份证明/证件照及机构口碑较去年同期增长较大



# 小结

## 职业教育细分行业机会

### 学历提升

- ✓ 自考/大专/中职/技校等教育需求占比较高且增幅大，处于明星区域；自考专科/MBA/成教等占比相对较低但增长较高，处于机会区域
- ✓ 学历提升用户更关注学校机构及口碑、学习及报名条件、考试难度
- ✓ 学历提升路径多，专升本与本科，自考与成人高考都是常被用于比较的对象

### 专业技能

- ✓ IT编程略降温，但整体占比仍有绝对优势；视觉设计、机械施工等位于高占比高增长的明星区域；家具美容、视觉设计等行业位于低占比高增长的机会区域
- ✓ 码农求学者中最受欢迎的语言是C语言、Java及Python；C语言在除人工智能、数据分析外的学习方向中，均占主要搜索地位；
- ✓ 专业技能求学者最关注学校机构及口碑、学费、证书和社会认可度

### 招录考试

- ✓ 招录考试整体高增长，公务员和事业单位占绝对高比例；三支一扶因考试时间较往年后移至8月前后，同比增长率较高
- ✓ 招录考试用户最关注考试时间/成绩、工资待遇和学习途径

### 职业资格

- ✓ 教师资格和建造师最热门、占比高；法律职业资格/经济专业资格等位于高占比高增长的明星区域；会计专业技术资格位于低占比高增长的机会区域
- ✓ 职业资格用户最关心取到证书，对于报名和考务服务相关需求较高；政策倾斜/身份证明/证件照及机构口碑较去年同期增长较大

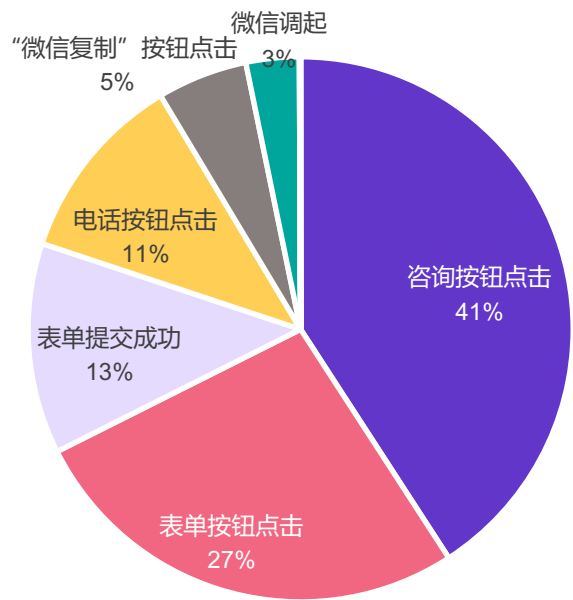
# /03

职业教育消费者决策路径

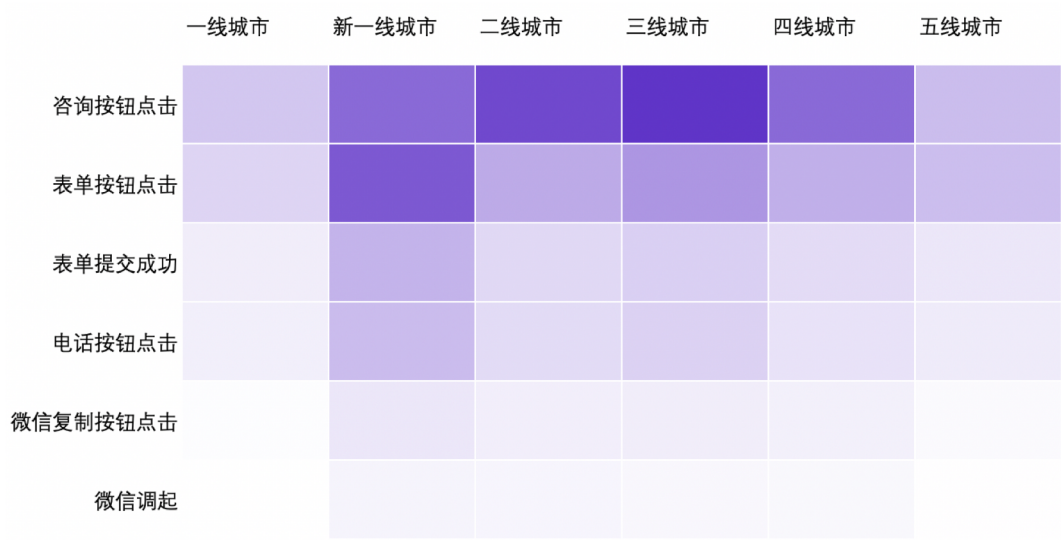


# 职业教育主要转化类型为咨询/表单/电话/微信，下沉市场对资讯按钮点击的转化行动力更强

职业教育基本鱼转化类型分布



职业教育基本鱼转化类型分城市线分布

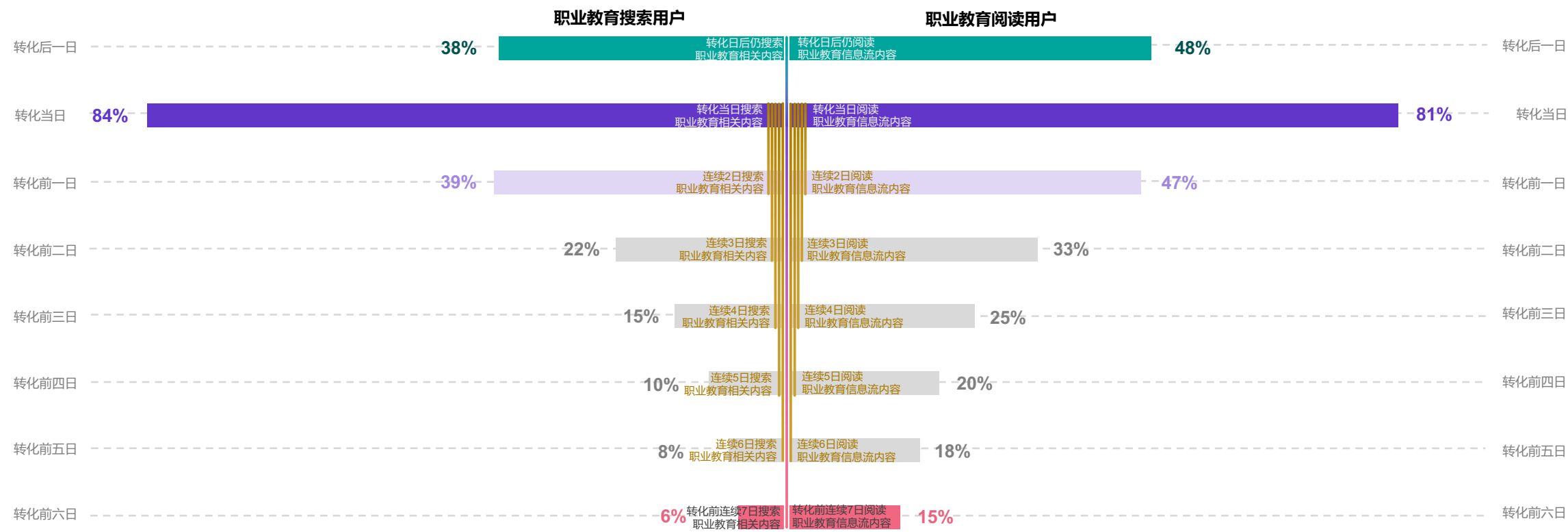


数据来源：百度人群画像，基本鱼转化数据，2020.07.25-07.31，样本量用户9300个

# 搜索对应更短期消费者决策，信息流对消费者决策转化影响更长期

职业教育转化用户中，约四成(39%)在转化及前一日连续两日搜索职业教育内容，约6%在转化前一周持续每日搜索职业教育内容，约四成(38%)用户在转化后仍搜索职业教育相关内容。  
职业教育转化用户中，约半数(47%)在转化及前一日连续两日阅读职业教育信息流内容，约15%在转化前一周持续每日阅读职业教育内容，决策活跃周期较搜索更长。

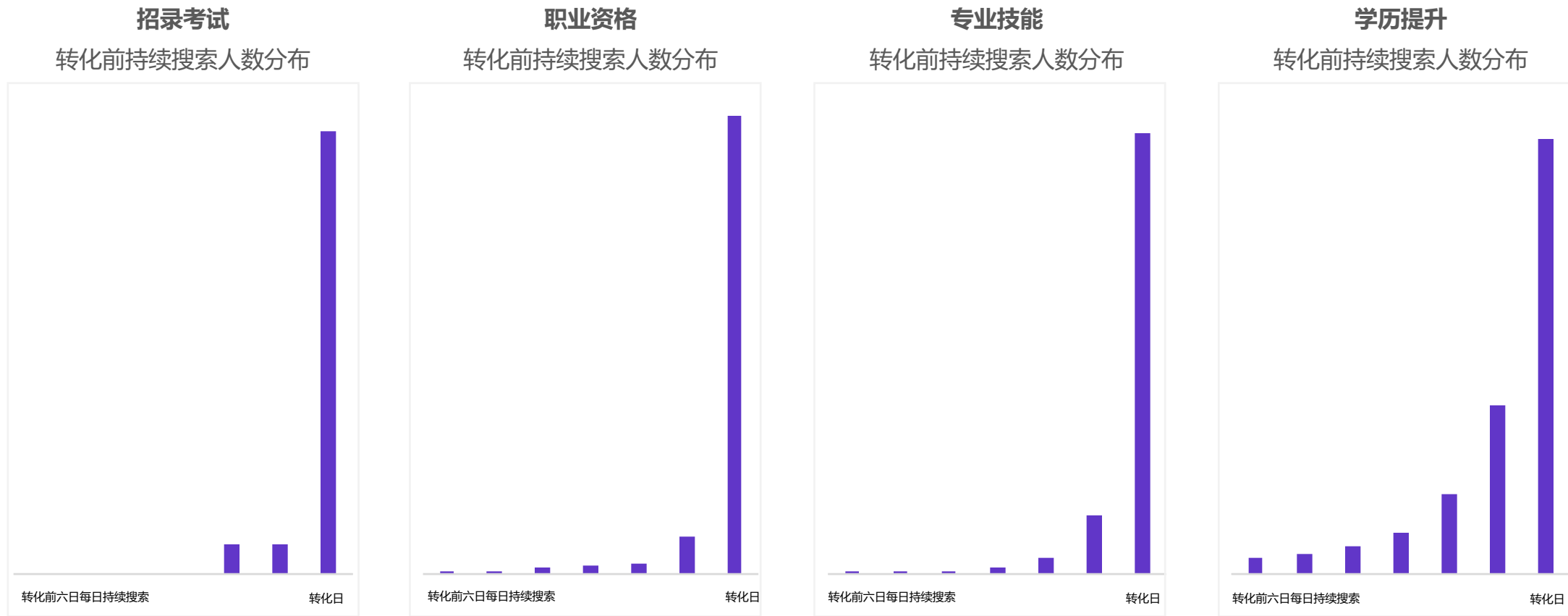
转化用户当周搜索及阅读职业教育内容分布



数据来源：百度大数据，2020.07.25-07.31，搜索及信息流日志，样本量用户9300个



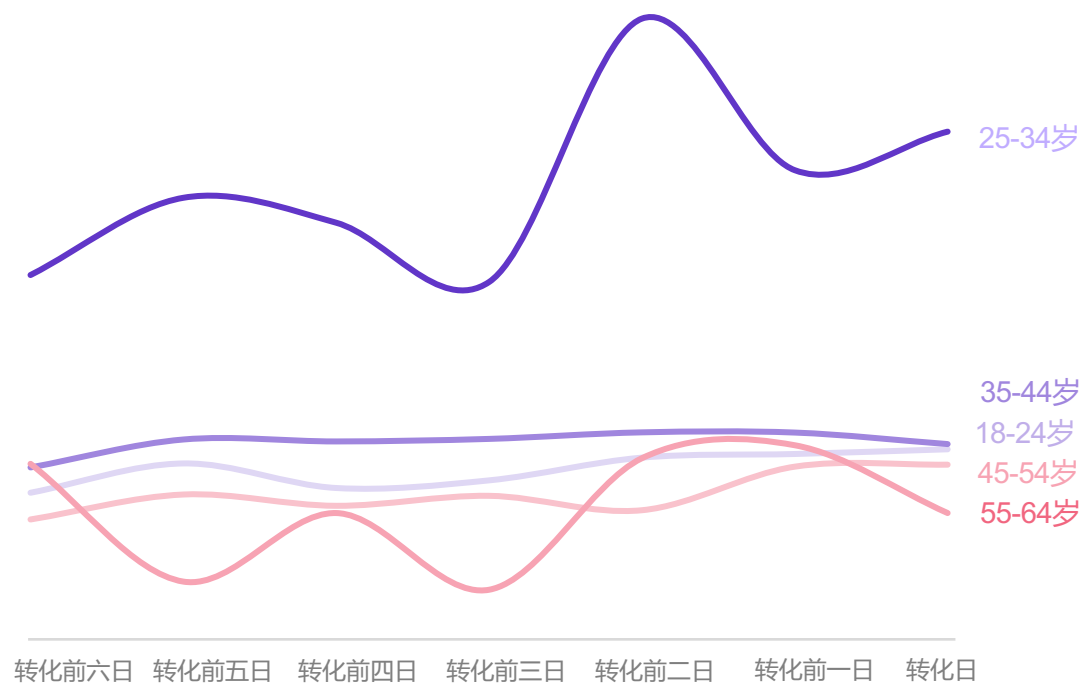
# 学历提升人群转化前持续多日搜索比例更高，决策周期更长



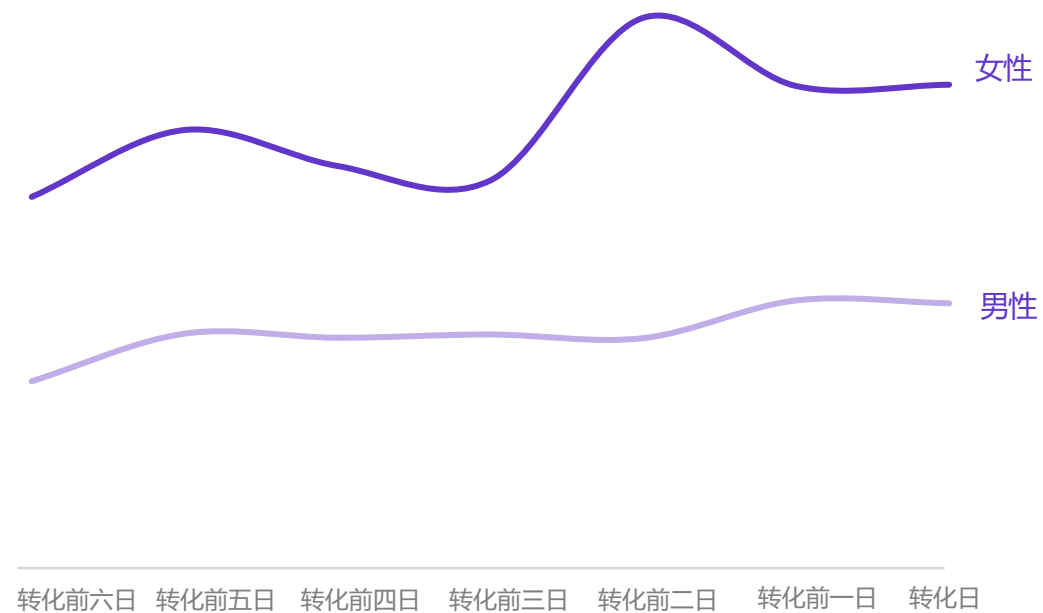
数据来源：百度大数据，2020.07.25-07.31，样本量用户9300个

## 决策前，25-34岁的职场新人、女性倾向于搜索更多信息帮助决策

转化前一周内，不同年龄段人群职业教育人均搜索次数

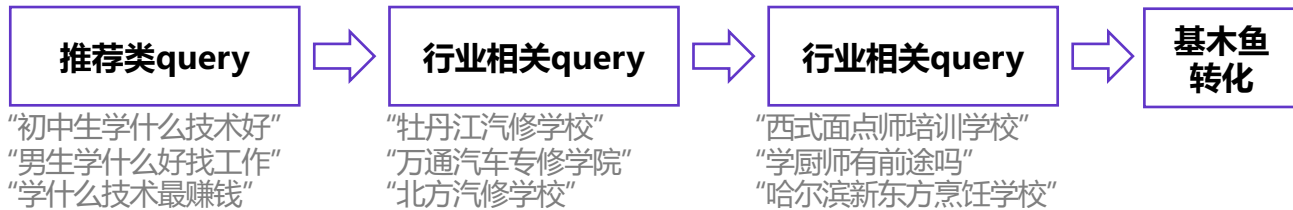


转化前一周内，不同性别人群职业教育人均搜索次数



# 用户典型决策类型

## 典型路径一



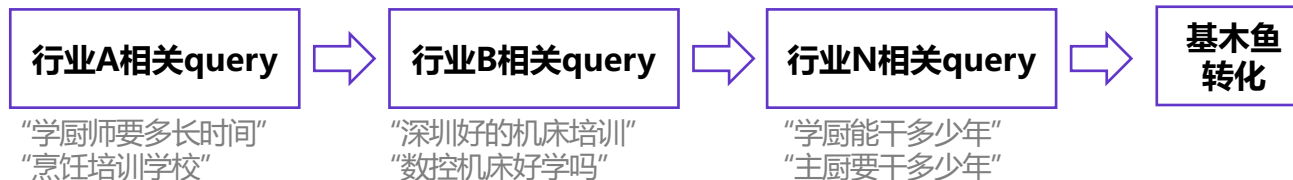
职业推荐型

## 典型路径二



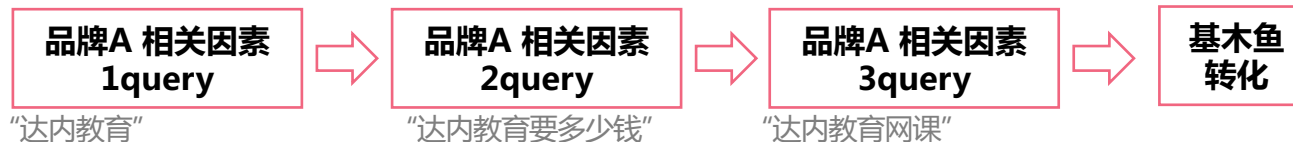
职业专注型

## 典型路径三



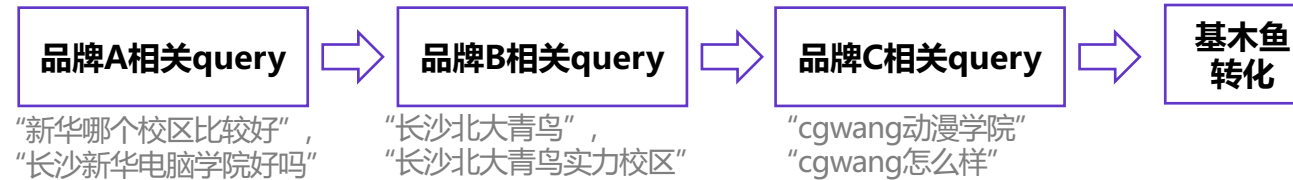
职业选择型

## 典型路径四



品牌专注型

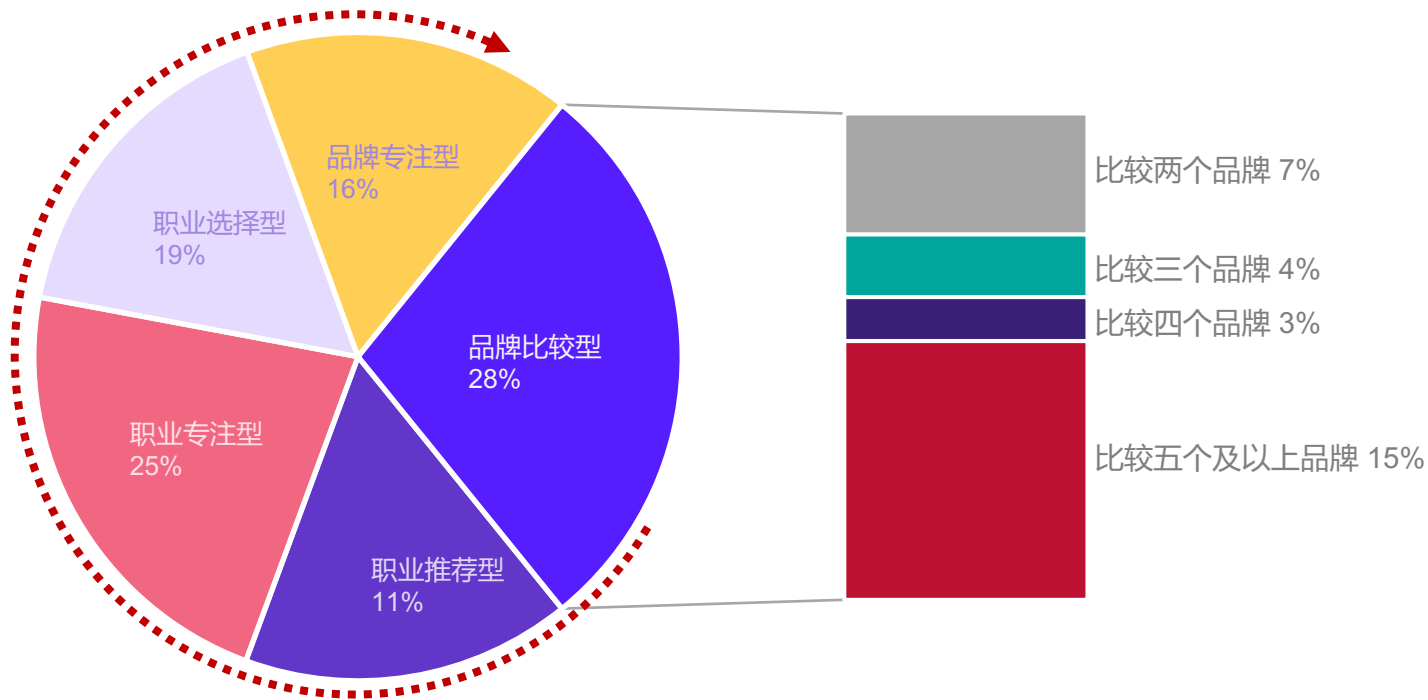
## 典型路径五



品牌比较型

职业专注型用户过半数；  
品牌比较型用户比较五个及以上品牌用户最多

职业教育转化人群决策类型分布

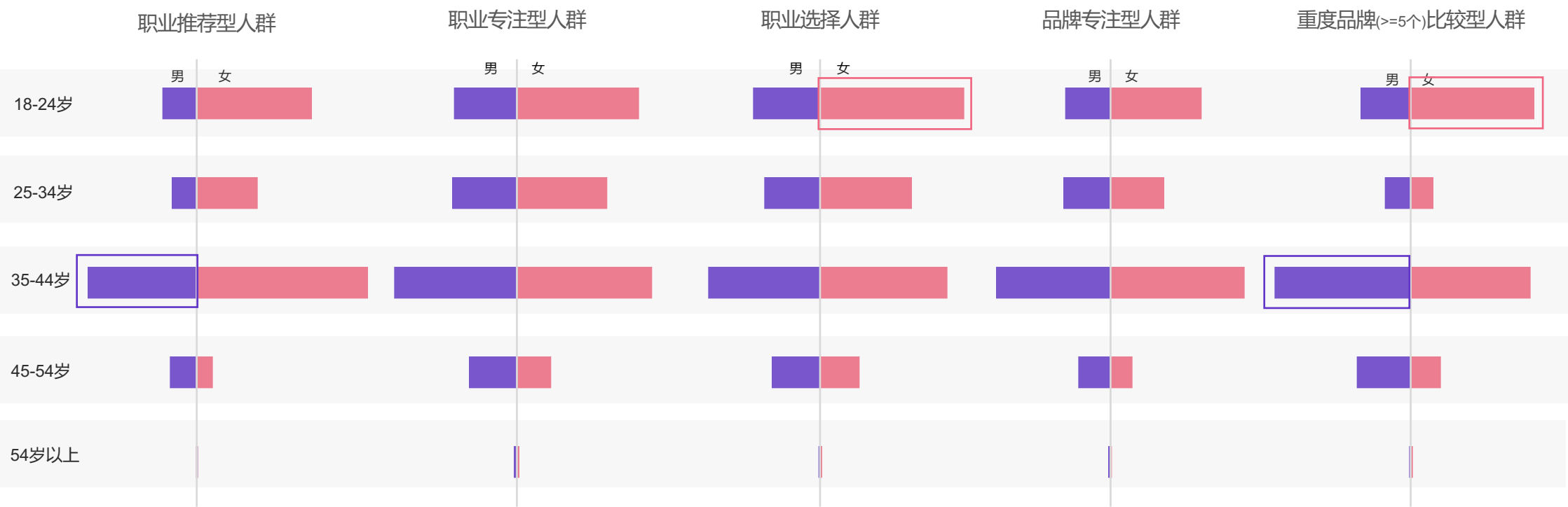


数据来源：百度大数据，2020.07.25-07.31，样本量用户9300个

职业推荐型、重度品牌比较男性用户中，可重点关注35-44岁成熟男性；  
职业选择人群和重度品牌比较女性用户中，18-24岁职场小白女性占比超过35-44岁成熟女性

转化用户中35-44岁用户与18-24岁用户占比最高，在基本鱼转化较活跃；  
职业推荐型用户中35-44岁男性比例较高，职业比较型与重度品牌比较型用户中18-34岁女性占比较高。

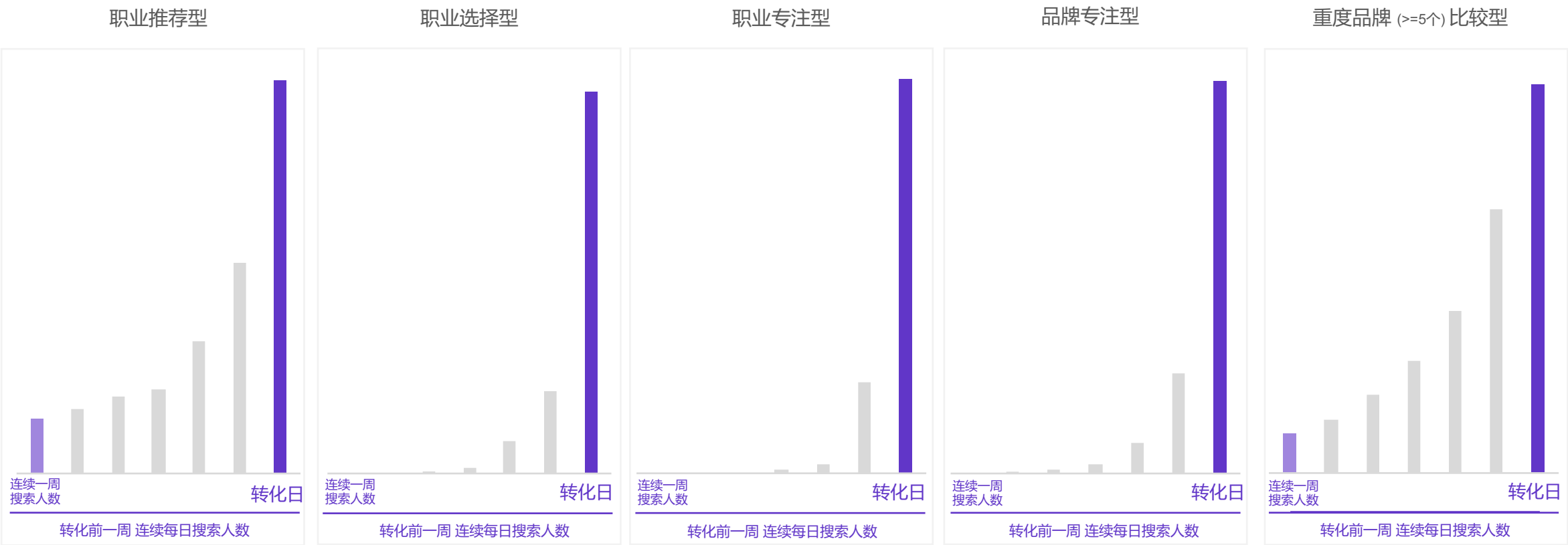
不同决策转化类型人群性别年龄分布



数据来源：百度大数据，2020.07.25-07.31，样本量用户9300个

# 职业推荐型和重度品牌比较型人群，在转化前一周连续搜索人数较多，决策周期更长

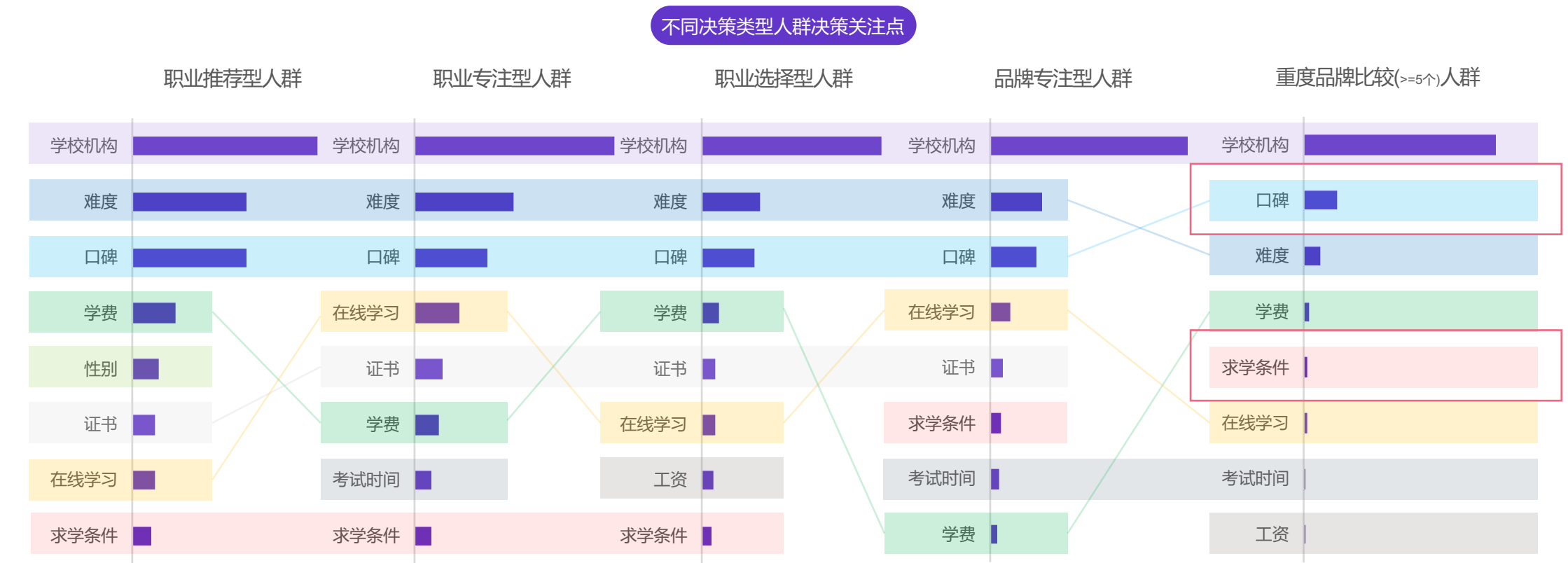
职业推荐型和重度品牌比较型人群转化前一周内连续搜索人数高，连续活跃程度强，决策周期更长；  
职业比较型、职业专注型、品牌专一型人群转化前持续搜索人数较少，多数在搜索当天或连续两日搜索职业教育相关内容后即进行转化



数据来源：百度大数据，2020.07.25-07.31，样本量用户9300个

# 随着对品牌比较的深入，用户关注点更加集中于学校机构本身，建议在机构品牌内容建设上响应用户关注

职业关注用户位于决策转化过程的相对前期，相对于中后期品牌关注人群，更关注职业难度、证书等职业相关内容；随着对品牌比较的深入，用户关注点更加集中于学校机构本身，建议在机构品牌建设上重点关注机构口碑等内容建设。



# 小结

## 人群决策特征

- ✓ 职业教育主要转化类型为咨询/表单/电话/微信；
- ✓ 职业教育转化用户中，约半数在转化及前一日连续两日阅读职业教育信息流内容；
- ✓ 职业教育转化用户中，约四成用户在转化及前一日连续两日搜索职业教育内容；
- ✓ 决策前，25-34岁的职场新人倾向于搜索更多信息帮助决策；在决策这件事上，女性可能考虑得更多；
- ✓ 职业专注型用户过半数；品牌比较型用户比较五个及以上品牌用户最多；
- ✓ 转化用户中35-44岁用户与18-24岁用户占比最高，在基本鱼转化较活跃；职业推荐型用户中35-44岁男性比例较高，职业比较型与重度品牌比较型用户中18-34岁女性占比较高；
- ✓ 品牌关注用户相对于职业关注用户，更关注口碑、求学条件等学习内容；
- ✓ 职业关注人群相对于品牌关注人群，更关注职业难度、证书等职业相关内容。



# 为职业教育营销创造更多空间



## 看准趋势

终身学习成为职业再突破的燃动力  
政策环境支持&职业市场多元身份观念利好  
2020下半年需求逐步提升，近期超越去年同期



## 把握机会

职业资格 / 专业技能  
学历提升 / 招录考试  
职业教育不同细分类别需求特征各异



## 精准人群

年轻人群和女性在职业教育转化前搜集更多信息  
职业推荐和重度品牌转化人群持续搜索活跃高  
面向不同决策阶段进行对应影响

## 职业教育营销

# Thanks



百度营销中心  
官方网站



百度营销中心  
微信公众号

百度营销中心  
2020.10

