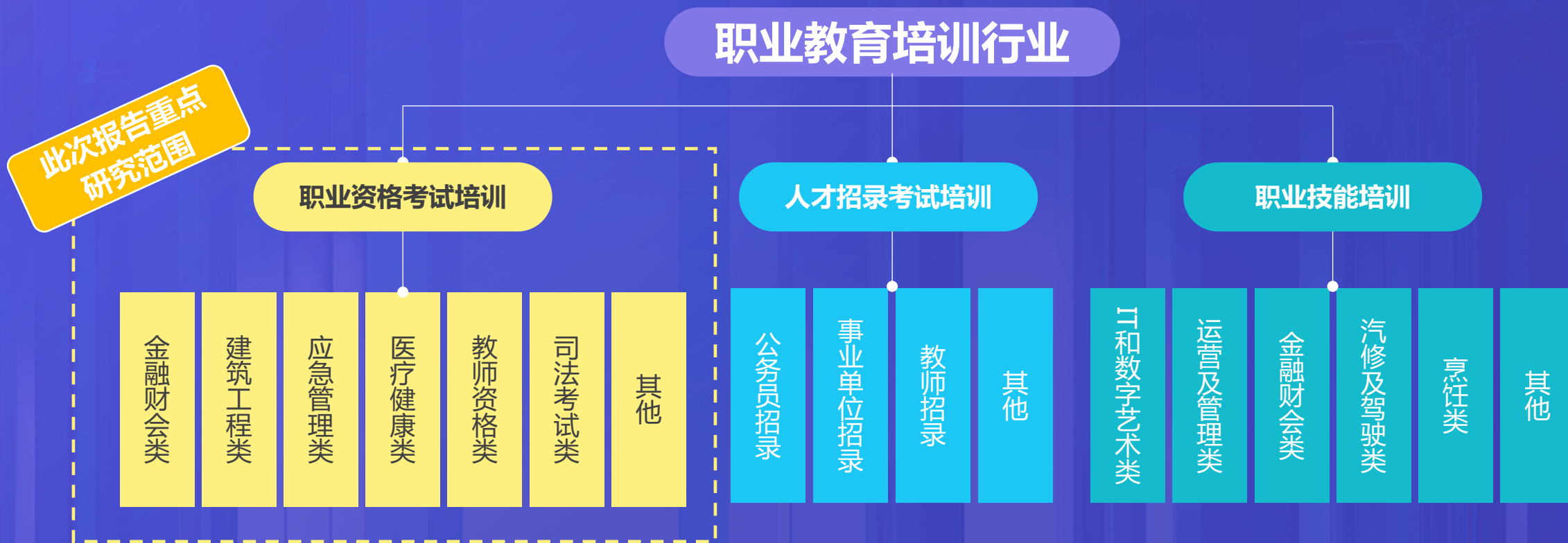


驰骋职场 育见未来

2022百度职业资格教育考试培训行业洞察

此次报告重点研究范围-职业资格考试培训行业



根据培训目的不同，职业培训可以划分为职业资格考试培训、人才招录考试培训和职业技能培训。

- 职业资格考试培训针对从事某一职业所必备的学识、技术和能力进行培训，学员通常以取得相应的职业资格证书为目的；
- 人才招录考试培训主要针对公务员、事业编和教师三类职业，同时还有政法干警招录考试、军转干部招录考试等；
- 职业技能培训指针对某一岗位所需的技术和能力进行岗位培训，如汽车维修、烹饪等技能。

Contents

01

行业市场趋势洞察

Industry market trend insight

02

行业用户需求洞察

Industry user demand insight

03

用户决策路径分析

Users decision path analysis

04

百度营销策略&案例

Baidu marketing strategy & Cases



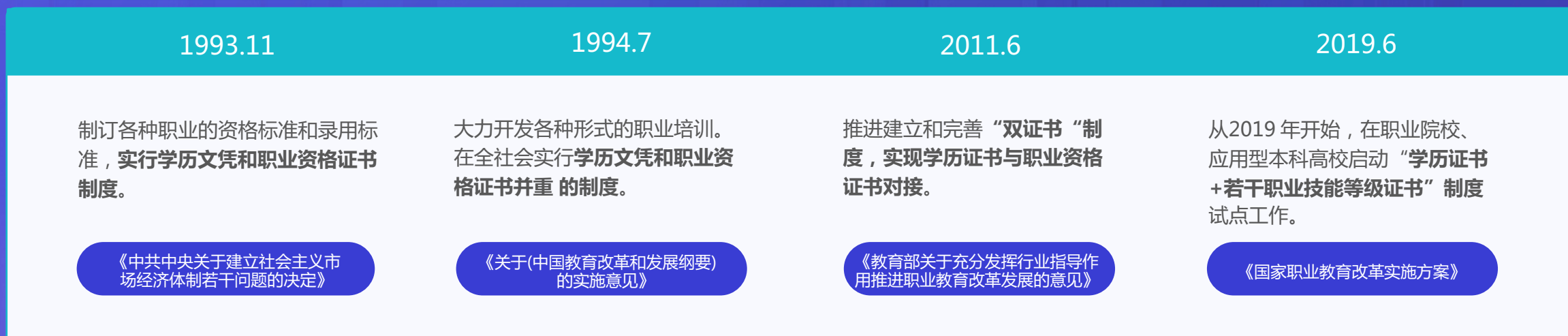
PART1

市场趋势洞察

行业推行“1+X”制度试点启动，提高人才与市场适配度

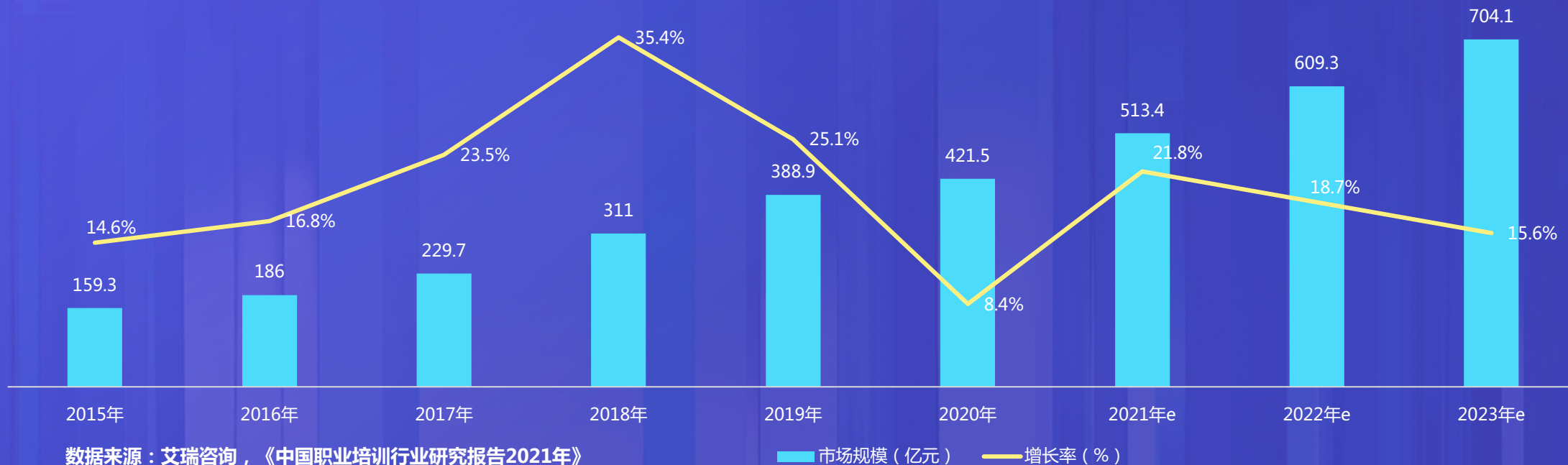
为弥合专业和职业间的鸿沟，形成了我国职业学校教育和职业培训并存的职业教育体系，为了进一步提升人才培养质量，学历证书和职业资格证书“双证书”制度进一步建立并演进为现在的“1+X”证书体系。“1+X”证书制度进一步扩大职业技能的范围，促进职业院校与职业培训机构和企业深度合作，形成利益共同体，切实提升学生多样职业技能，进而提升市场适应能力，对接科技发展趋势和市场需求。

从『双证书制度』到『“1+X”证书体系』演变



职业资格考试培训属于相对刚需市场，2022年市场规模将超600亿元

2015-2023年中国职业资格考试培训行业市场规模及增速



- 职业资格考试培训是职业教育领域中相对刚需的市场，受疫情影响较小。
- 受疫情等影响，据统计2020年职业资格考试培训行业市场规模整体仍保持了8%左右的增速。
- 此外，随着经济结构调整、技术进步、生产效率提升和居民生活品质提高，也将衍生出越来越多的更细分资格考试培训品类。

职业资格考证培训行业集中度较低，头部玩家开始加快业务扩张

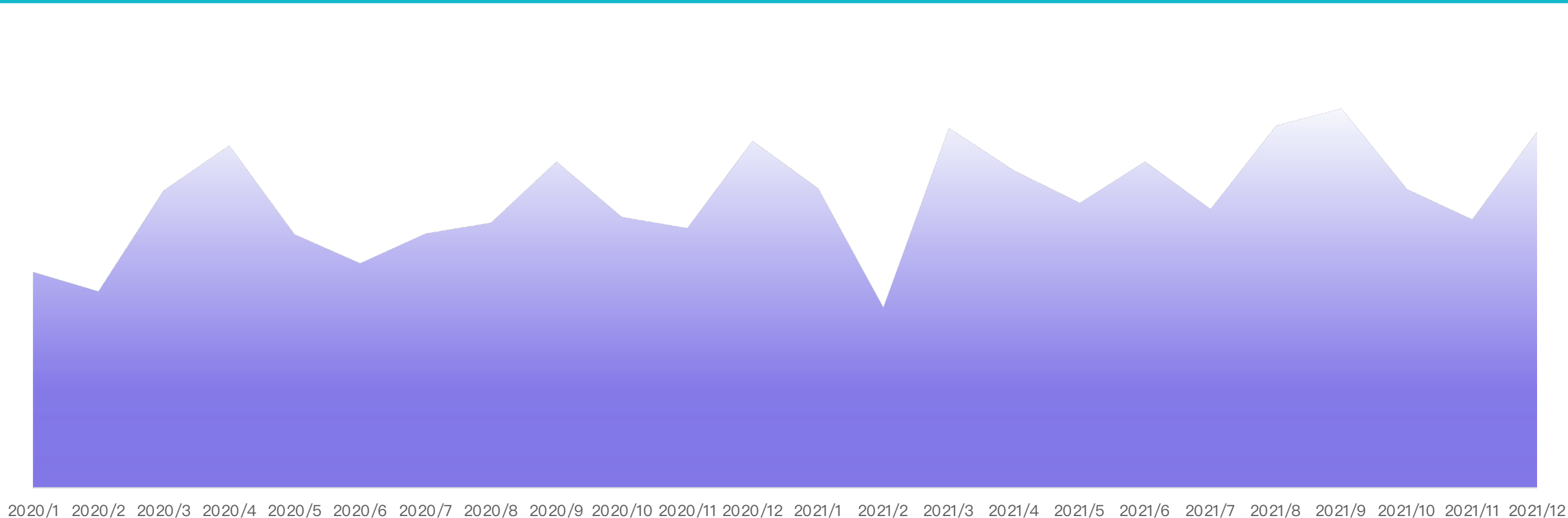
- **金融财经类证书考试培训**：近几年，头部玩家开始加快业务扩张步伐，迅速抢占市场份额；
- **建筑工程类证书考试培训**：建工类证书分类多，赛道比较分散，市场集中度不高；
- **医疗健康类证书考试培训**：疫情后，头部机构加速布局，行业集中度在提升；
- **应急管理类证书考试培训**：在市场营销催生大量需求的情况下，大量小型机构蜂拥挤进市场，市场集中度较低；
- **司法考试类证书考试培训**：市场集中度相对较高，且在2016年之后，法考培训行业从“小而美”进入到激烈交锋。

2020年各考证类目培训行业CR5



职业考证需求呈稳定增长趋势，每季度末月有较为明显的需求峰值

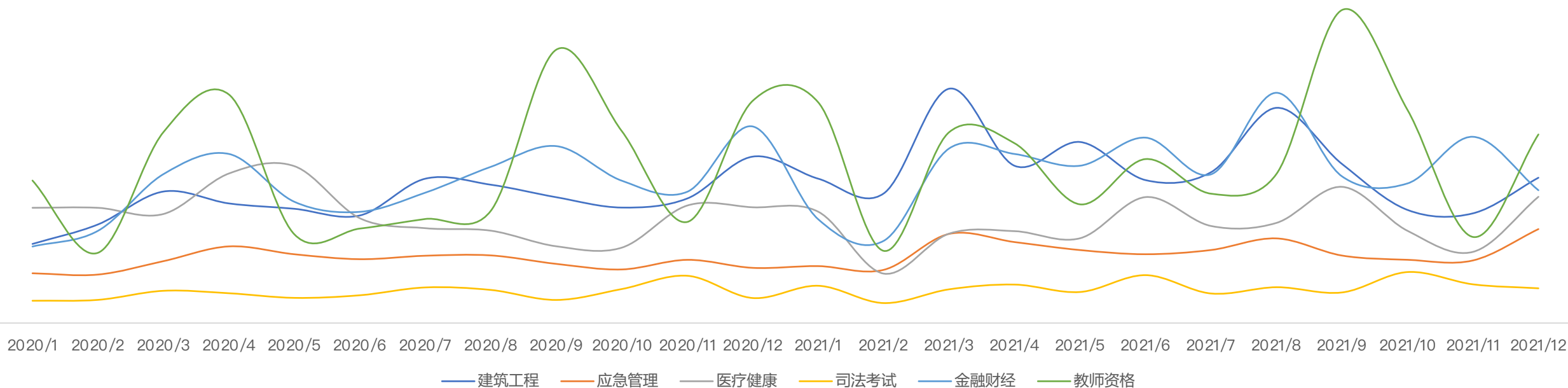
2020-2021年百度职业考证培训行业需求趋势



- 近两年因疫情、暴雨等情况影响，部分证书有延期或取消，但用户对考试的关注及搜索需求并未降低，行业需求呈明显上涨趋势；
- 职业考证无明显的淡旺季，但可看出行业在每年3月、6月、9月和12月份有较为明显的需求峰值！

细分行业趋势：建筑工程与金融财经类考试培训需求明显增长

2020-2021年百度职业考证行业细分类别需求走势

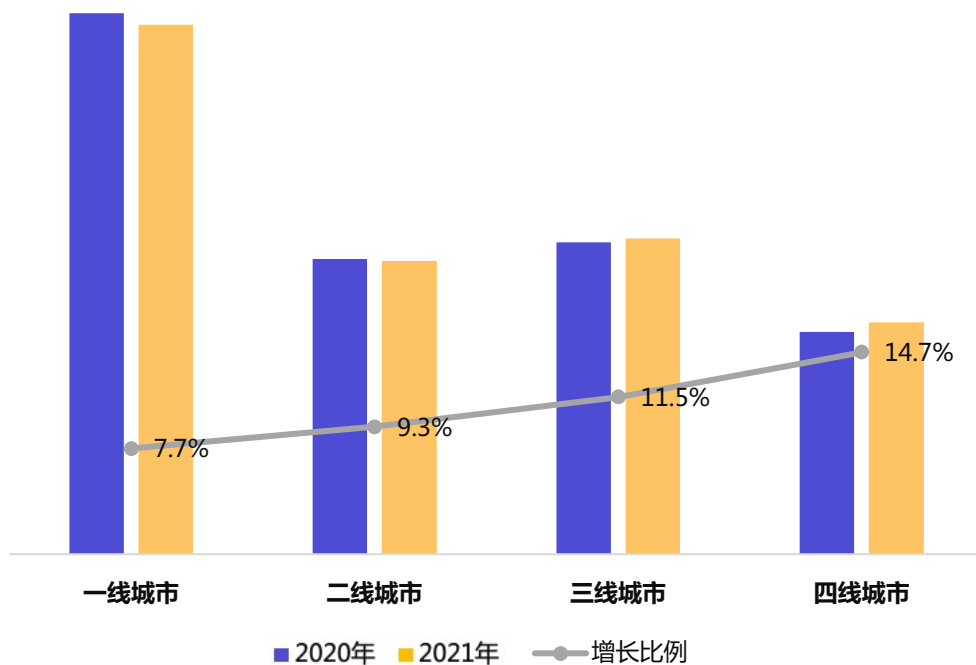


- 结合各类证书的报名、考试等节点不同，职业考证行业六个类别的需求峰值时间节点不同；
- 因2020年疫情影响，部分证书上半年考试取消，如教师资格证、注会等，在下半年考试节点需求激增，出现明显的线上检索高峰；
- 对比2020年，2021年建筑工程、金融财经及司法考试都有着较大的增长，而医疗健康需求同比小幅下降。

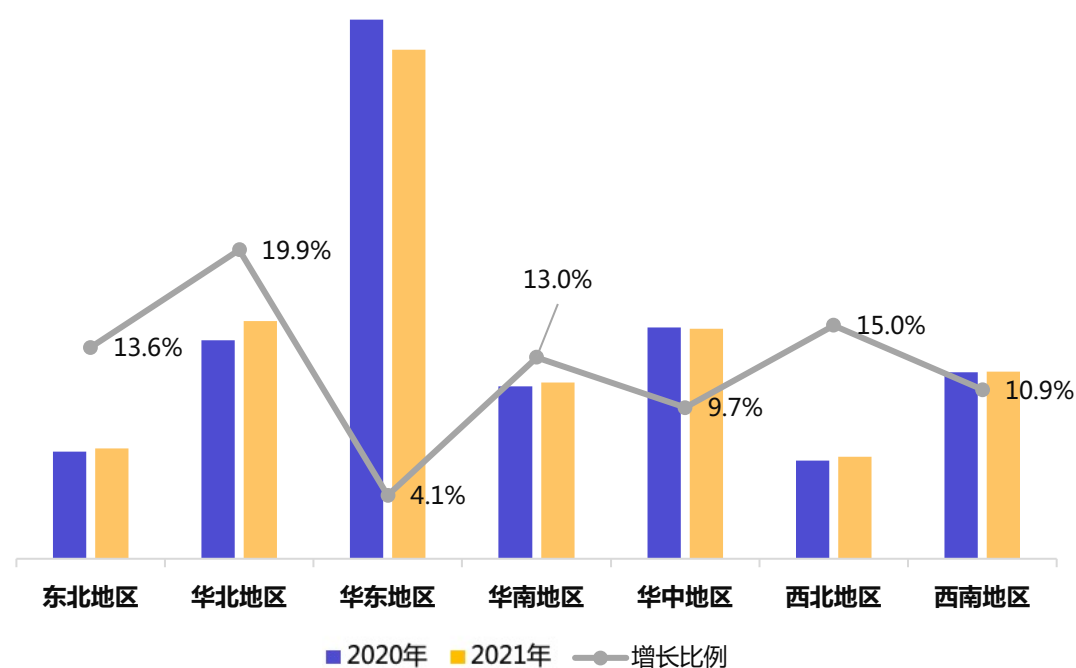
地域趋势：行业需求主阵地在经济发达的一线城市、华东地区

- 地域趋势检索年对比：经济较发达地区搜索需求量较大，如华东区域、一线城市；同时，三四线城市、华北地区需求增长较快。

不同级别城市考证需求变化



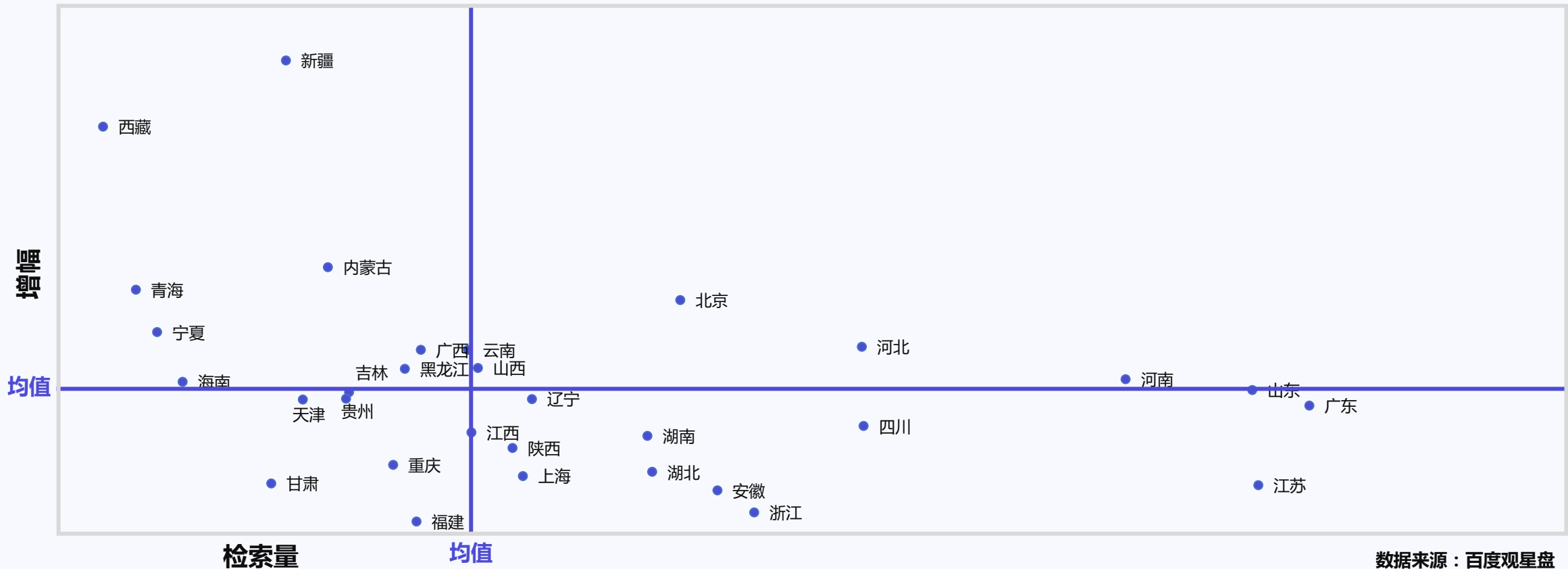
不同区域整体需求同比变化





地域趋势：广东、江苏、山东等省份行业需求较高，西部省份需求崛起

2021年职业考证各省份的需求及增长情况



- 结合不同省份检索需求可知，广东、山东、江苏和河南四省需求量最大；西部地区新疆、西藏、内蒙古和青海四省需求崛起，需求增幅高于全国平均水平。

市场行业趋势洞察小结

行业政策

职业教育相关利好政策，国家启动“1+X”制度试点提高人才与市场适配度。

市场规模

职业资格考试培训属于相对刚需市场，2022年市场规模将超600亿元；
目前，行业集中度较低，头部玩家开始加快业务扩张。

需求趋势

行业无明显淡旺季，每季度末月有较为明显的需求峰值。
建筑工程与金融财经类考试培训需求呈现明显增长。

地域机会

华东地区一线城市等经济发达地区职业考证需求旺盛；
华北、中西部地区以及三四线城市考证培训需求增速加快。





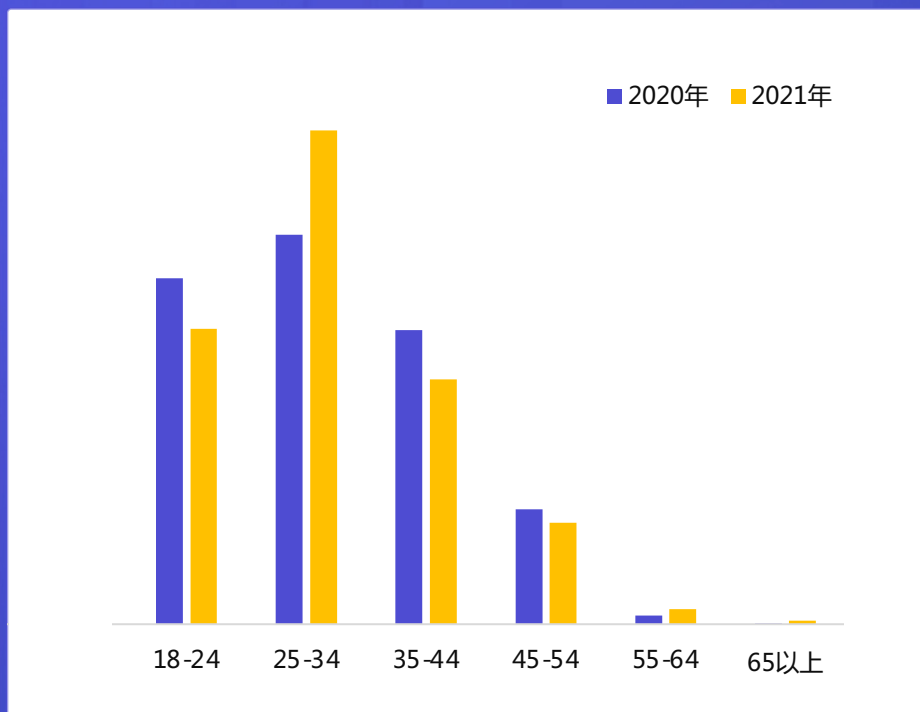
PART2

用户需求洞察

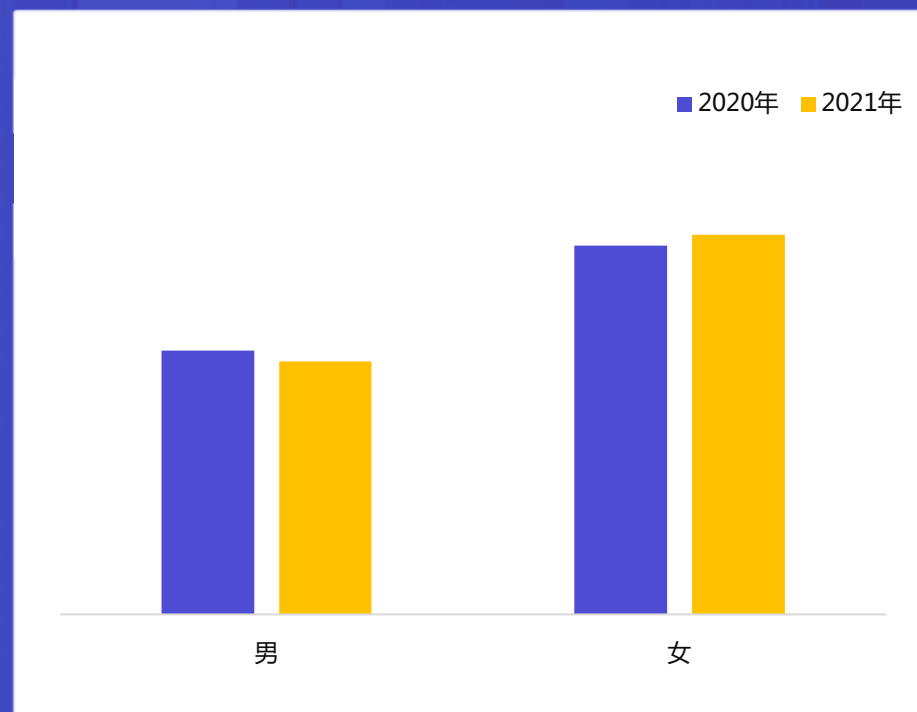
年龄/性别需求：职业考证成中青年上班族提升竞争力的“新宠”

- 对比2020年，2021年25-34岁的考证用户群体占比明显有大幅增加；同时女性需求占比增加；
- 工作5年左右的上班族通过考证提升自身竞争力，其考证需求更旺。

2020年VS2021年用户年龄分布



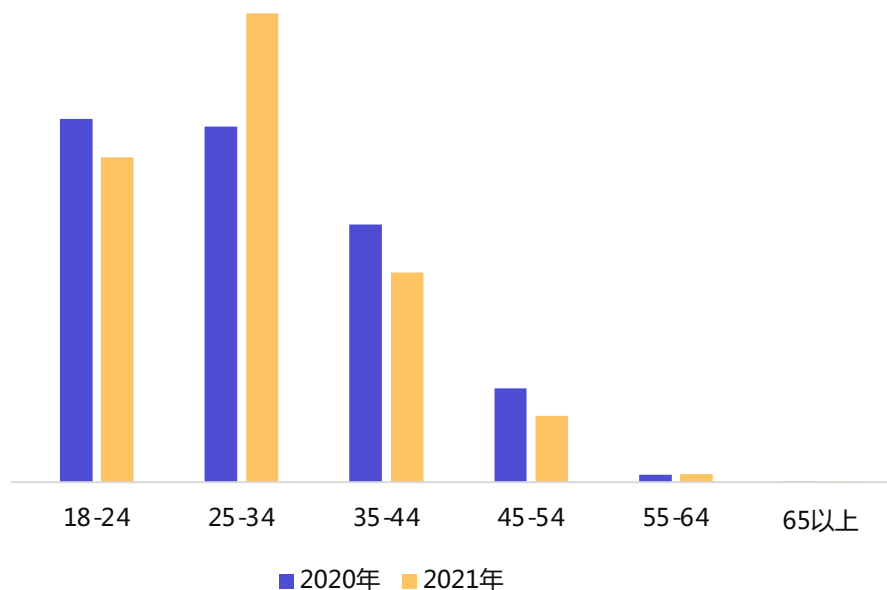
2020年VS2021年用户性别分布



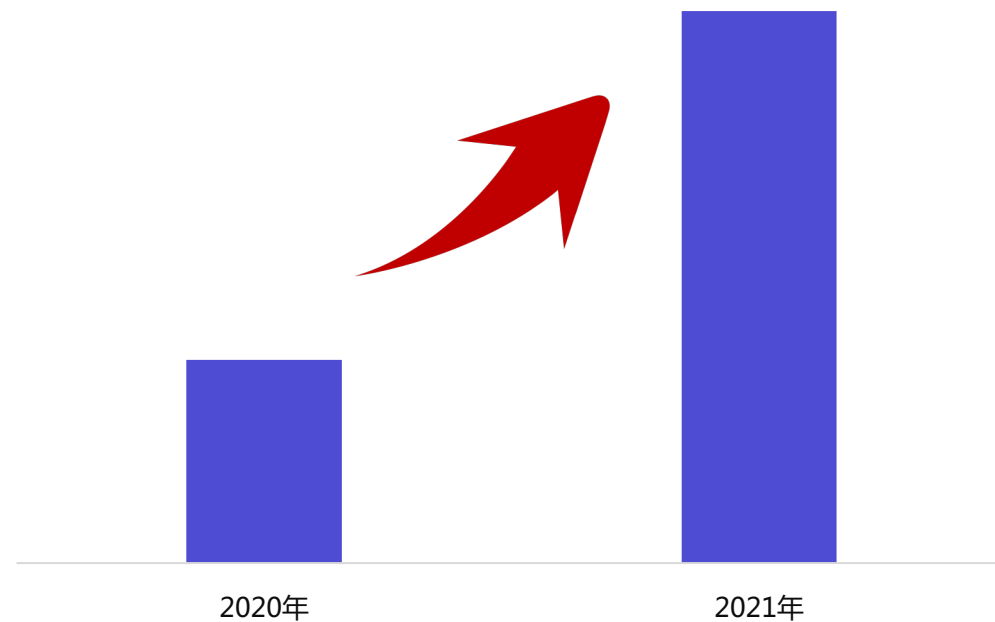
女性用户需求：职业考证行业职场女性需求崛起

- 从2021年VS2020年女性各年龄段用户数据、不同性别用户婚姻状态分布情况可知，25-34岁的已婚女性群体对考证的需求增长明显；
- 职场女性考证诉求更多是挂靠、考证补贴、利用空闲时间提升自身竞争力。

2020年VS2021年女性各年龄段用户



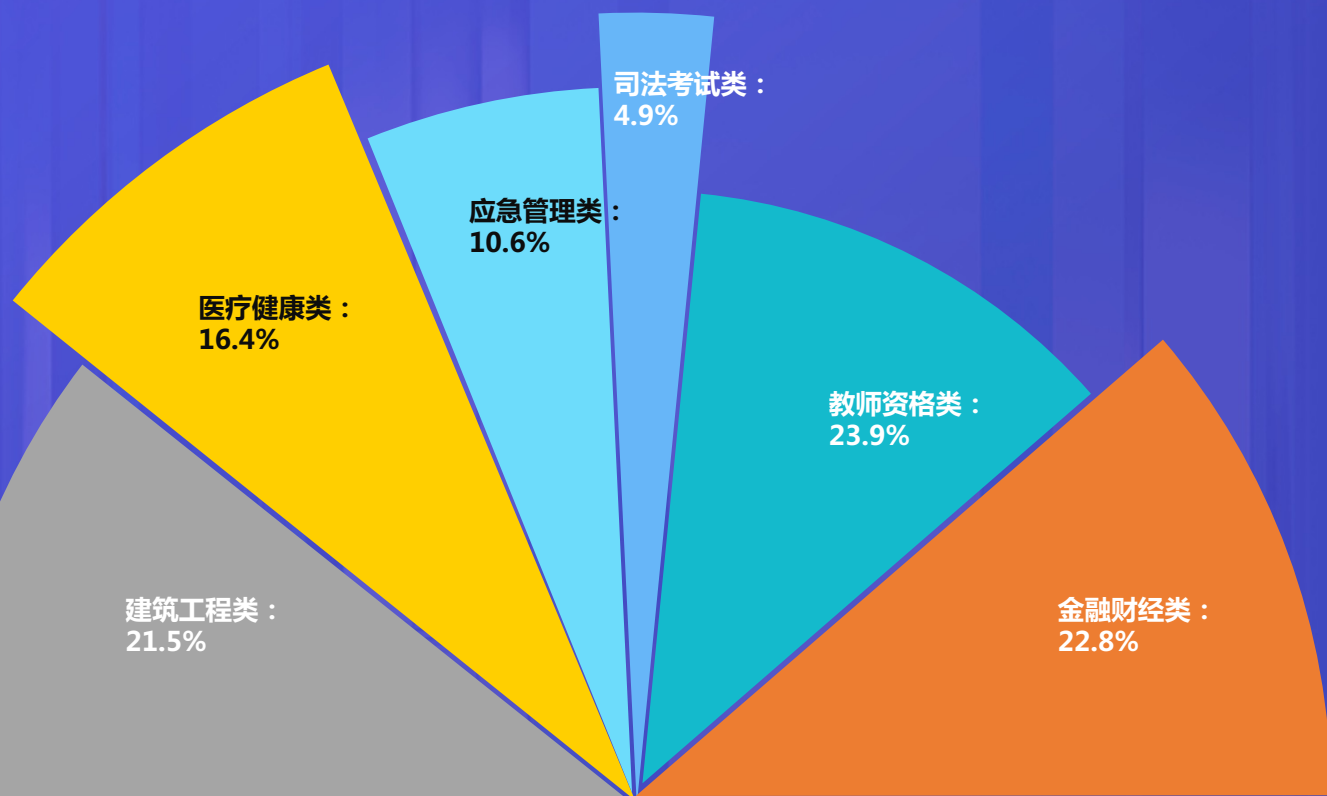
2021年VS2020年已婚女性用户占比



细分行业需求：教师资格、金融财经及建筑工程类培训需求较大

- 职业考证行业六个类别的需求分布中，教师资格类、金融财经及建筑工程类培训需求占比超20%以上。职业考试证书类目中以教师资格证为主，其次为二级建造师和注册会计师。

2021年职业考证细分类别需求比例

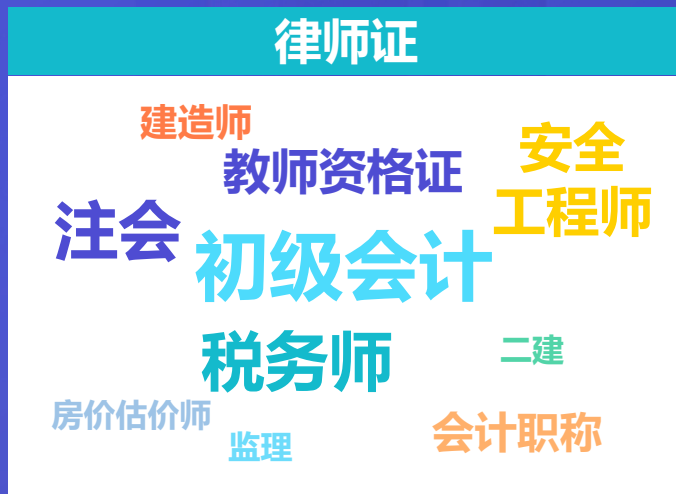
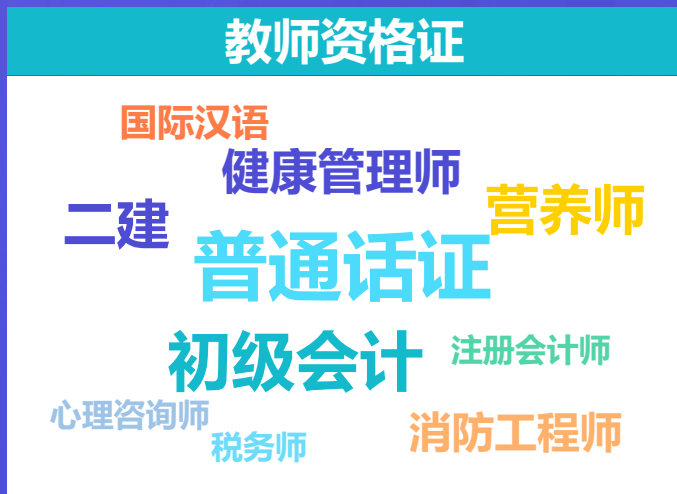


2021年考证用户需求增长TOP10证书



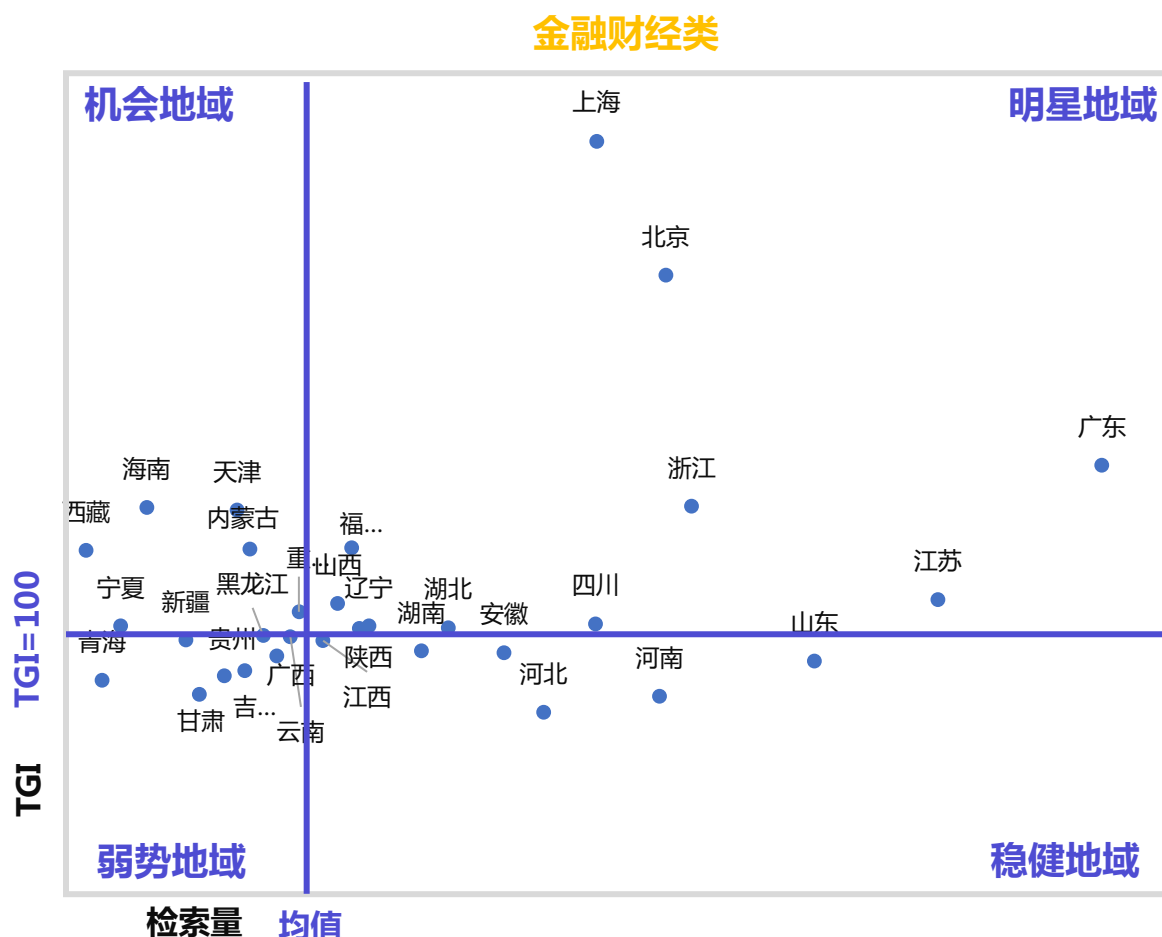
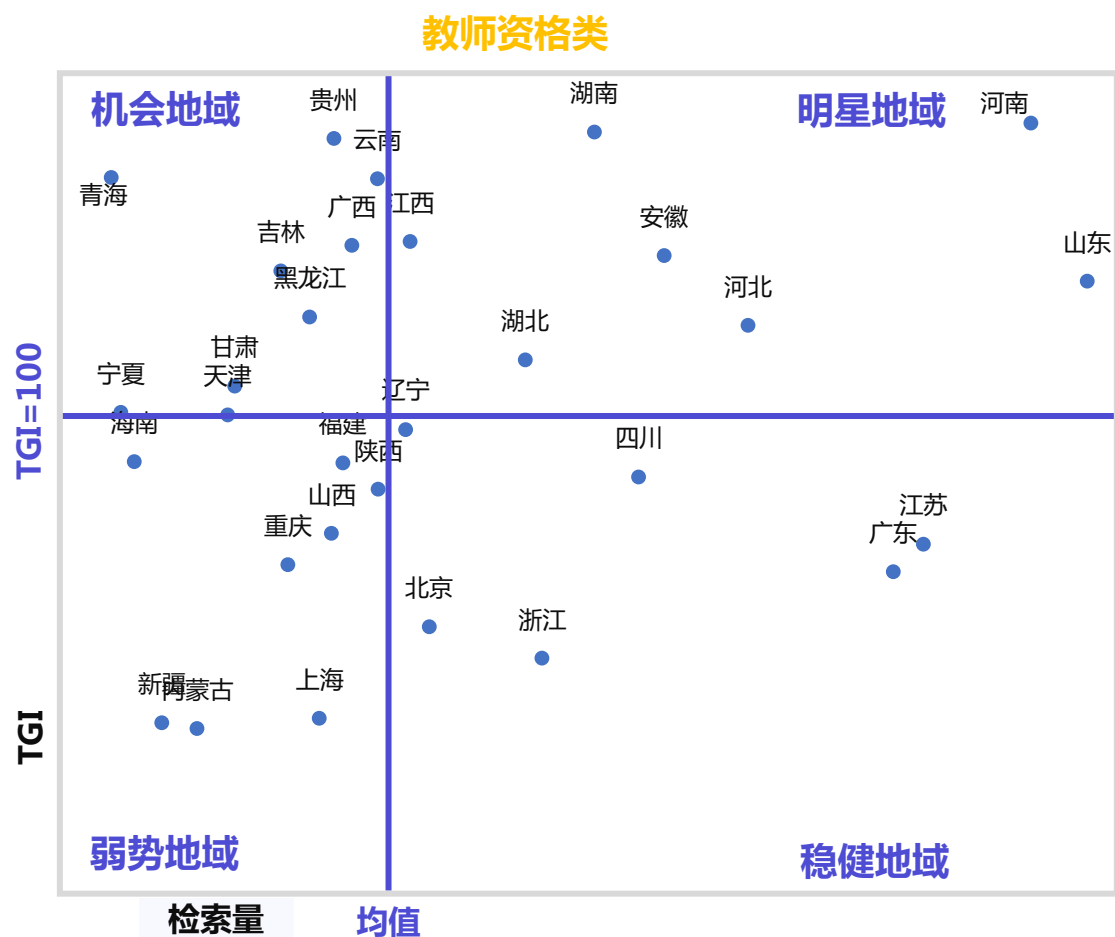
证书需求重合度：在考试难度低、相关性强证书之间，需求重合度较高

备注：证书间关联度代表用户考证需求重合度高，字体大小代表关联度高低。如，报考『教师资格证』的用户，最大概率会报考『普通话证』，其次是『初级会计证』。



- 同类别证书之间的需求重合度较高，如关注考消防工程师的用户可能同时关注安全工程师、二建证等证书。
- 在考试难度低、入门级的证书之间，需求重合度较高，如关注考律师证的用户同时也会关注初级会计证或教师资格证。

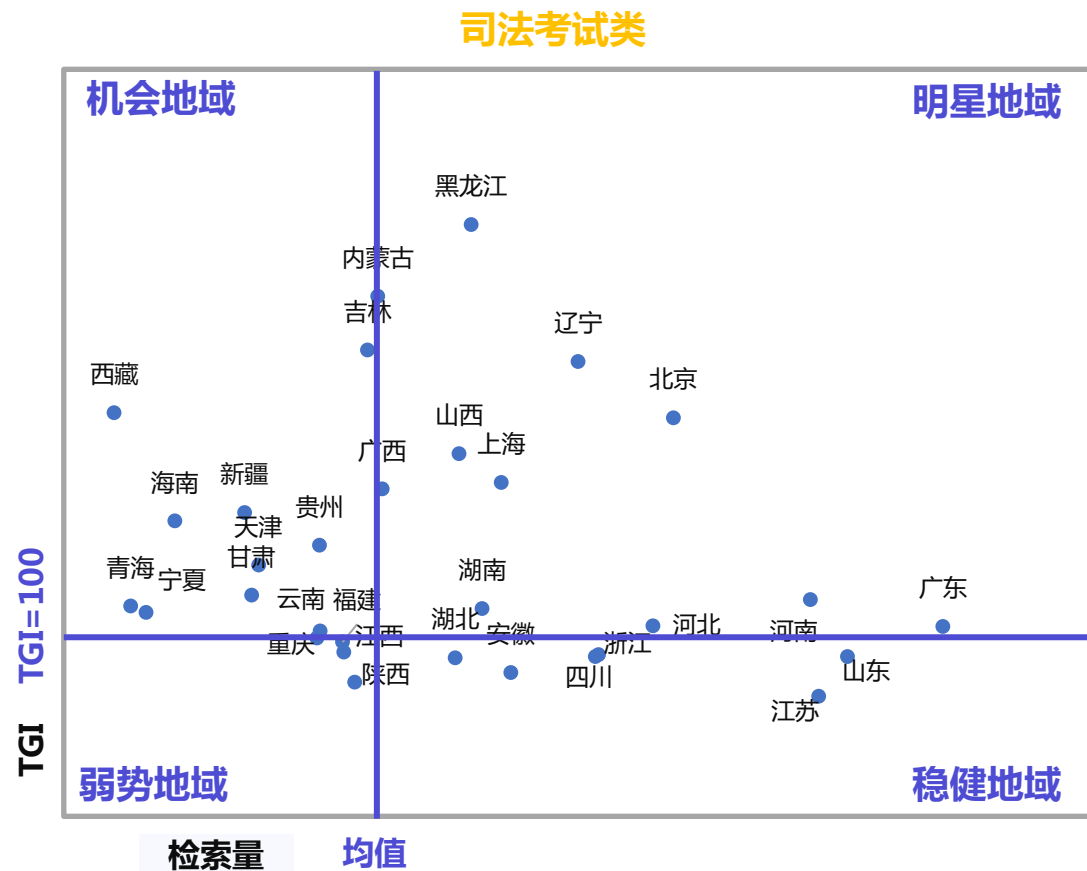
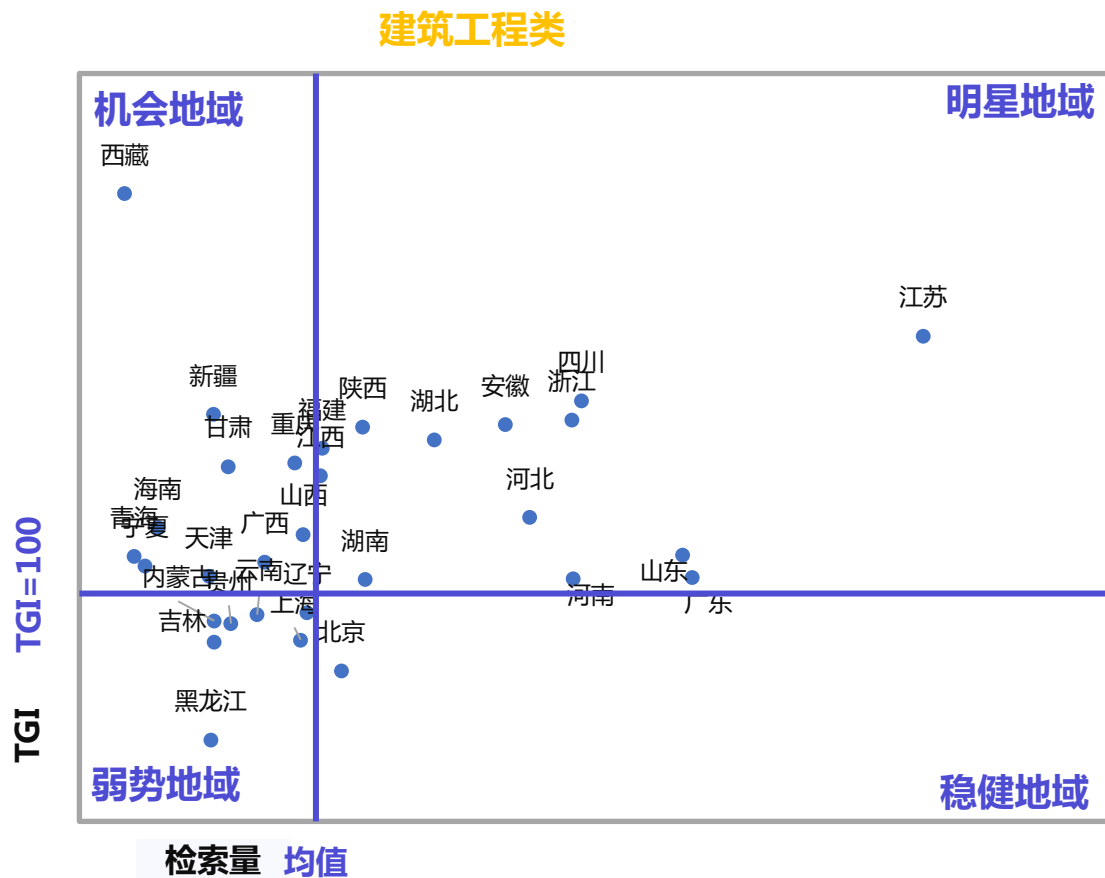
地域需求-1：教育大省热衷考教师，经济发达省份偏爱金融财经



地域需求显著度 (TGI) = (该省份该类目的搜索指数 / 该省份考证行业的搜索指数) ÷ (该类目的检索指数 / 考证行业搜索指数) * 100%

- 教师类目：河南、山东是教育大省，对于教育教师相关证书的市场需求同样显著；
- 金融财经类目：经济发达省份如北上广、江苏、浙江等省份关注金融财经类目更显著，偏爱金融财经证书。

地域需求-2：建筑工程的明星区域在江苏，东北地区司考偏好度更高

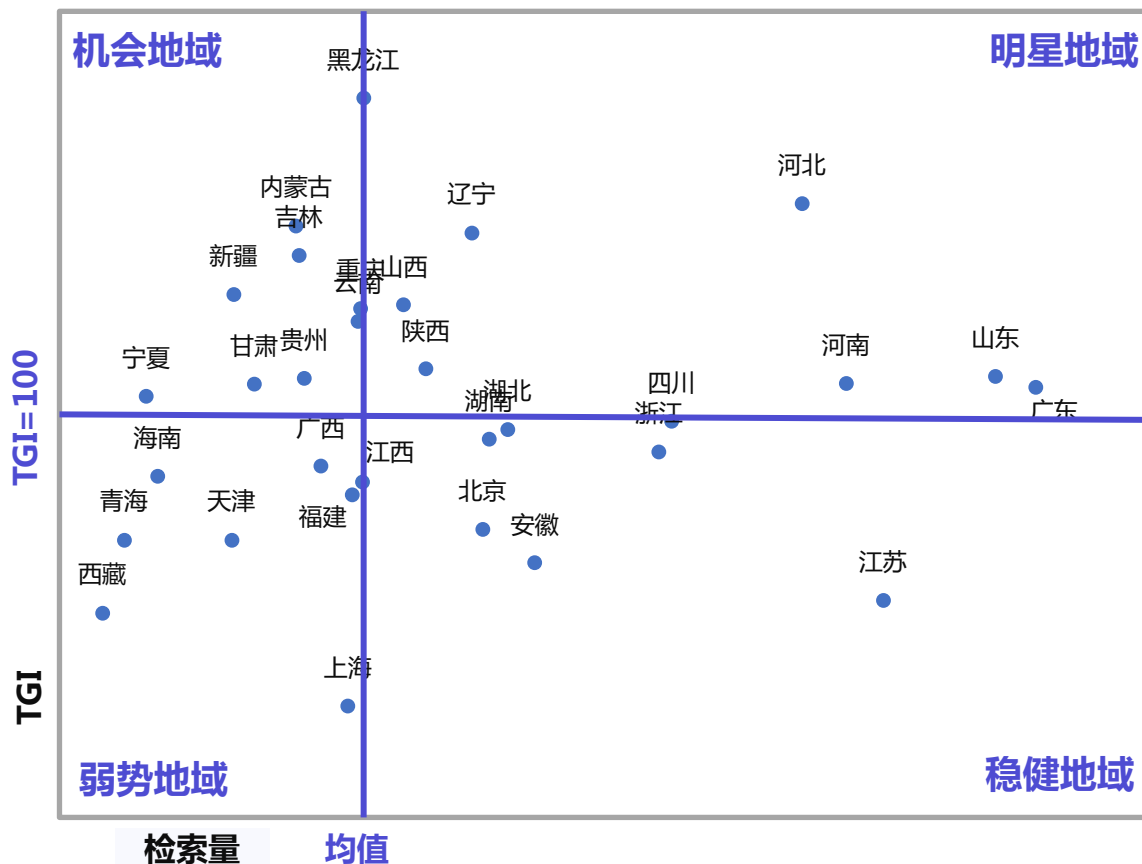


地域需求显著度 (TGI) = (该省份该类目的搜索指数 / 该省份考证行业的搜索指数) ÷ (该类目的检索指数 / 考证行业搜索指数) * 100%

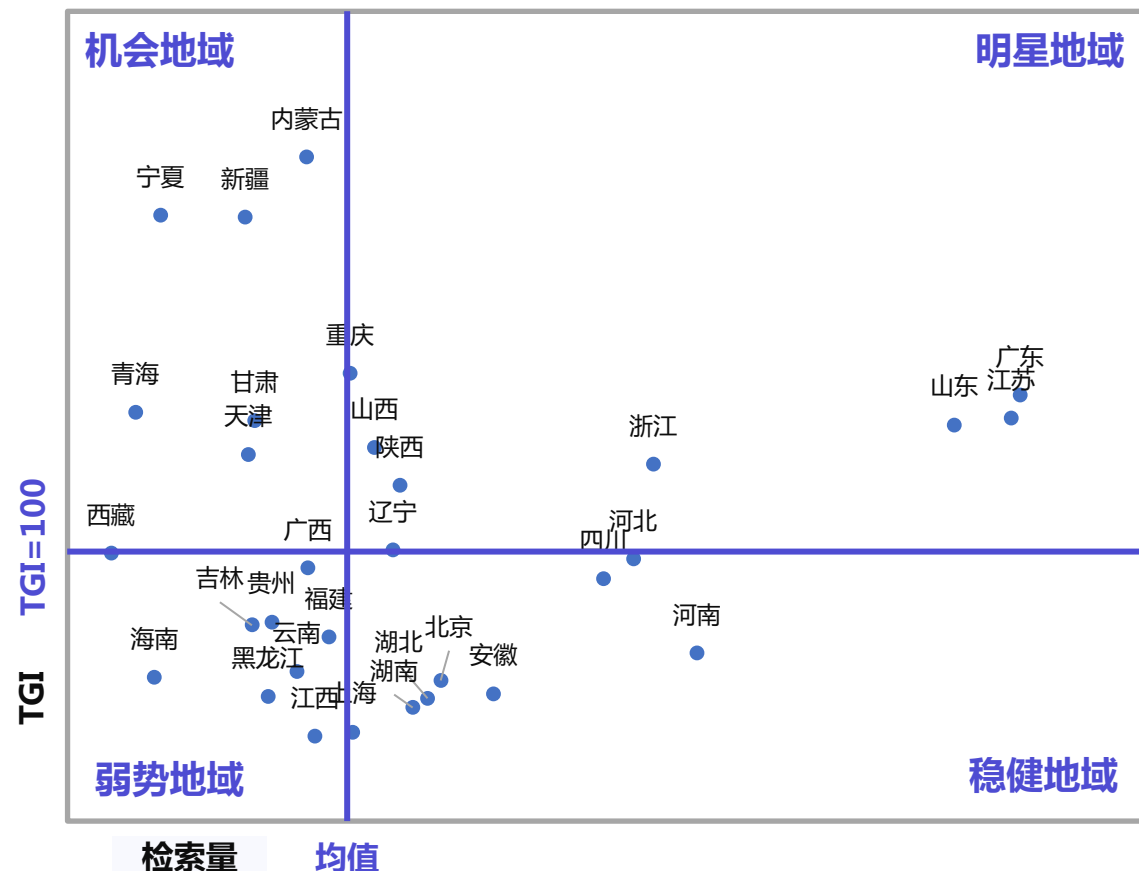
- 建筑工程类目：江苏省是建筑工程显著度及检索需求量双高的明星省份；
- 司法考试类目：东北如内蒙、黑吉辽等省偏爱司法考试，而人口大省（江苏、山东）检索需求量虽高，但对于司法考试无明显偏好。

地域需求-3：北方省份偏好医疗健康，人口大省更偏好应急管理类证书

医疗健康类



应急管理类



地域需求显著度 (TGI) = (该省份该类目的搜索指数 / 该省份考证行业的搜索指数) ÷ (该类目的检索指数 / 考证行业搜索指数) * 100%

- 医疗健康类目：北方省份，如黑龙江、内蒙古、辽宁、吉林、新疆等偏好医疗健康类考证；
- 应急管理类目：人口大省如广东、江苏、山东、河南、浙江，是报考应急管理类正式的主力。

用户关注点：报考条件和报考时间是用户普遍关注，考试难度越高越关注培训机构的选择

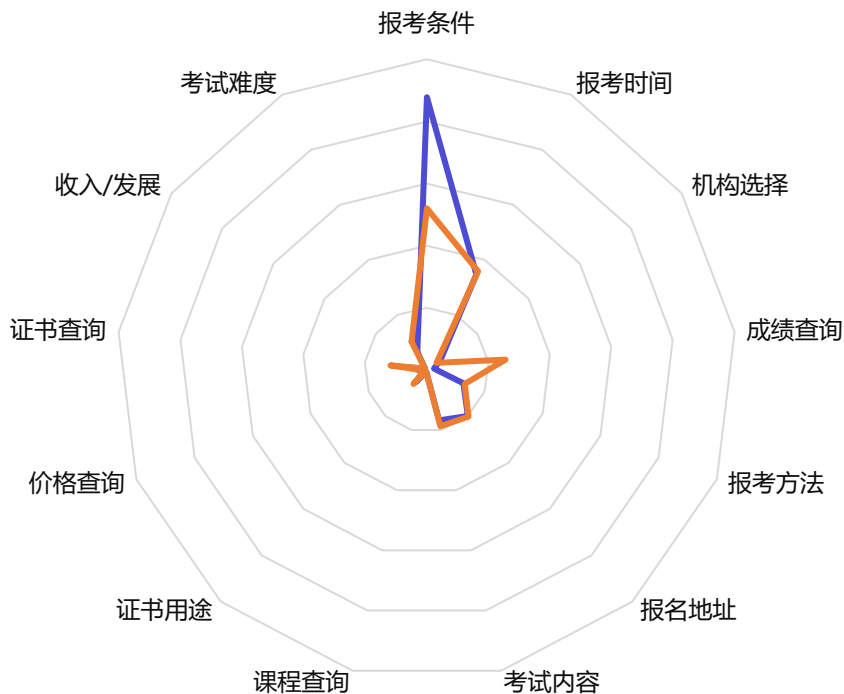
六大类别证书用户主要关注点



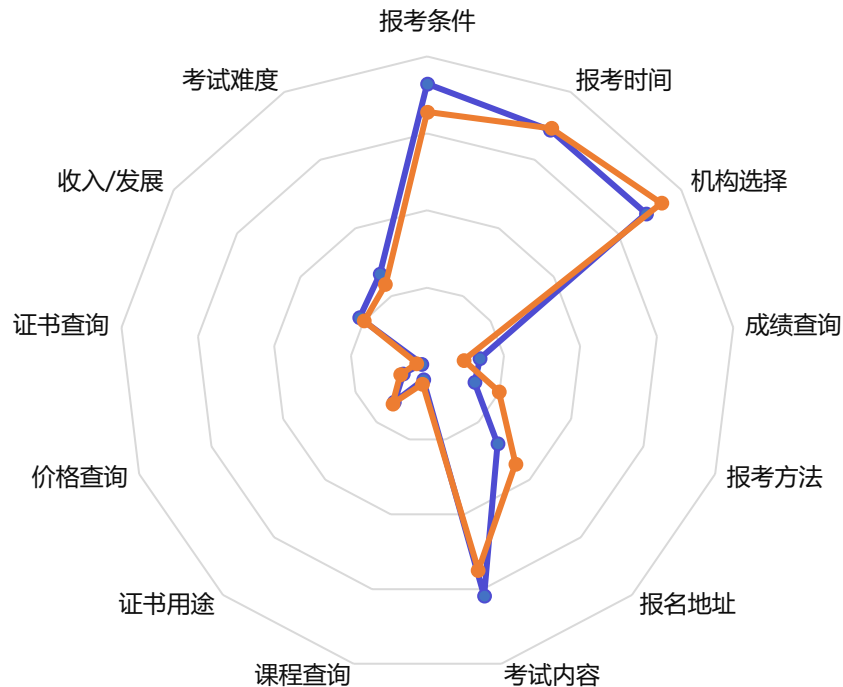
- 六大类别证书的用户对考试时的关注点存在差异。报考门槛和考试难度越高，用户越关注机构。
- 如：司法考试考试难度高，用户大多选择报班，关注度集中于机构选择和报考条件。用户搜索如『法考哪个培训机构好』、『法考培训机构排行榜』。

用户关注点-1：教资考试最关注报考条件，金融财经类关注方面更多

教师资格类考试用户关注点



金融财经类考试用户关注点



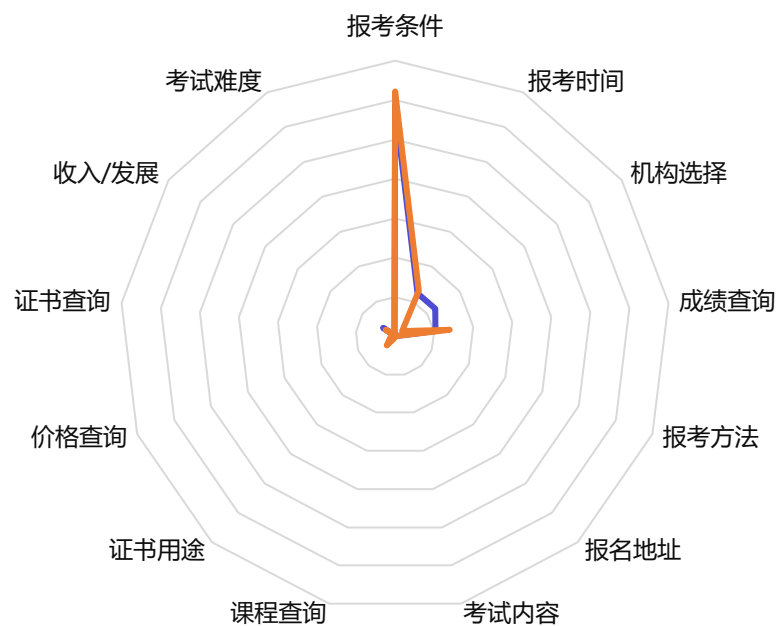
— 2020年 — 2021年

- 教师资格类考试用户对于报考条件“**教师资格证报考条件**”、报名时间“**2021年下半年报名时间**”、成绩查询等考试相关信息更为关注；
- 教师资格证培训课程单价低，行业机构多，用户对于品牌的关注较低。

- 金融财经类用户的关注分散，且部分证书难度高，对付费培训接受度高，用户更倾向选择培训机构帮助快速通过考试，如“**经济师培训**”、“**中级经济师培训哪个好**”！

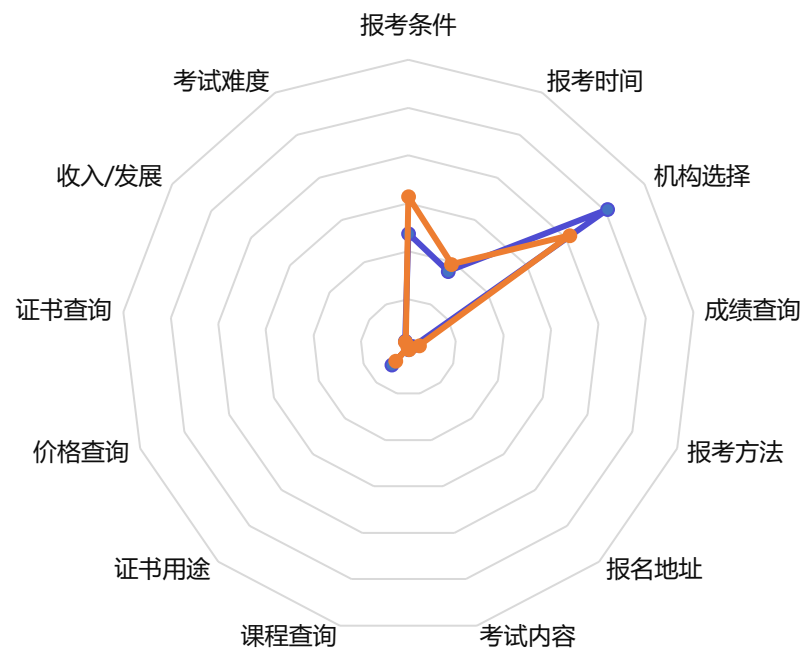
用户关注点-2：建工类考试最关注报考条件，司考则更关注机构选择

建筑工程类考试用户关注点



- 建筑工程类考试用户对报考条件“如，**二建报考条件学历专业要求**”、报考时间“**如二建考试时间准考证下载时间**”及证书含金量等关注较高，培训机构在线上推广时也多以“输入信息查询是否符合条件”来获客！

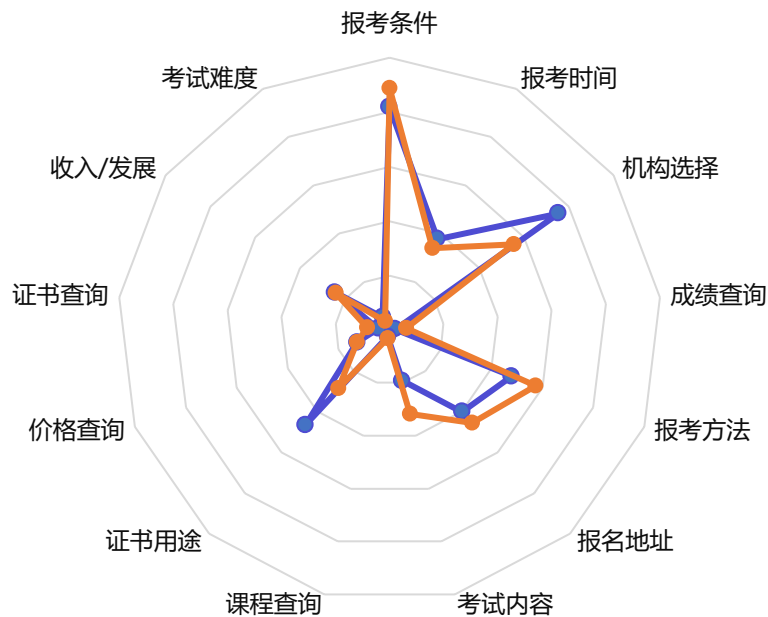
司法考试类考试用户关注点



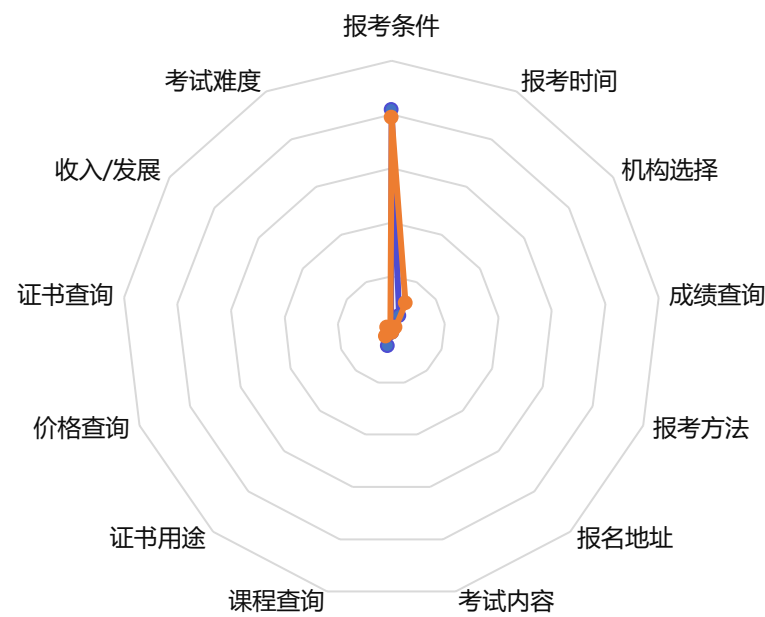
- 司法考试用户因难度高竞争激烈，考生出于提高胜算、降低焦虑等因素选择报班学习，行业参培率同时快速提升，对机构的检索需求占比明显，如“**法考哪个培训机构好**”、“**法考培训机构排行榜**”。

用户关注点-3：医疗健康类关注报考条件 and 机构选择，应急管理主要关注报考条件

医疗健康类考试用户关注点



应急管理类考试用户关注点



— 2020年 — 2021年

- 医药护类考试用户更关注报考条件和机构，如“**康复治疗学能考执业医师证吗**”、“**执业医师考试培训班**”。
- 医疗健康考试非医药行业用户较多，用户关注度集中于报考条件等基础考试信息，如“**普通人能考心理咨询师吗？**”、“**心理咨询师机构**”。

- 应急管理类考试在市场营销催生大量用户需求的情况下，市场存在泡沫，用户大多为非从业者，对行业及考试信息了解度低，对证书报考条件关注度高，如“**一级消防工程师考试学历要求**”！

考试培训机构关注点：口碑和正规性是各类目用户的共同关注

各考证类目的用户对品牌的关注信息不同，如金融、司法、医疗品牌诉求更直接，对官网、电话地址等信息检索多。而建工、应急管理用户更关注机构口碑和正规性，这两类目机构多而散，培训质量不一，因此用户对机构的正规性、口碑考察更严格。

职业资格考试用户培训机构选择标准

教育教师类



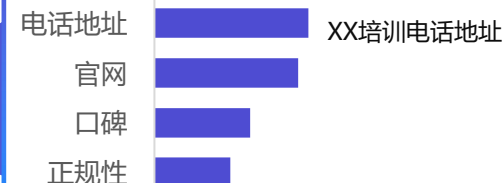
司法考试类



建筑工程类



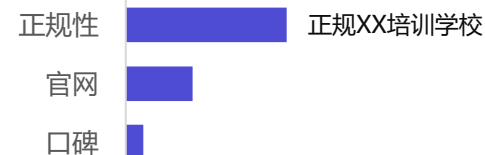
金融财经类



医疗健康类

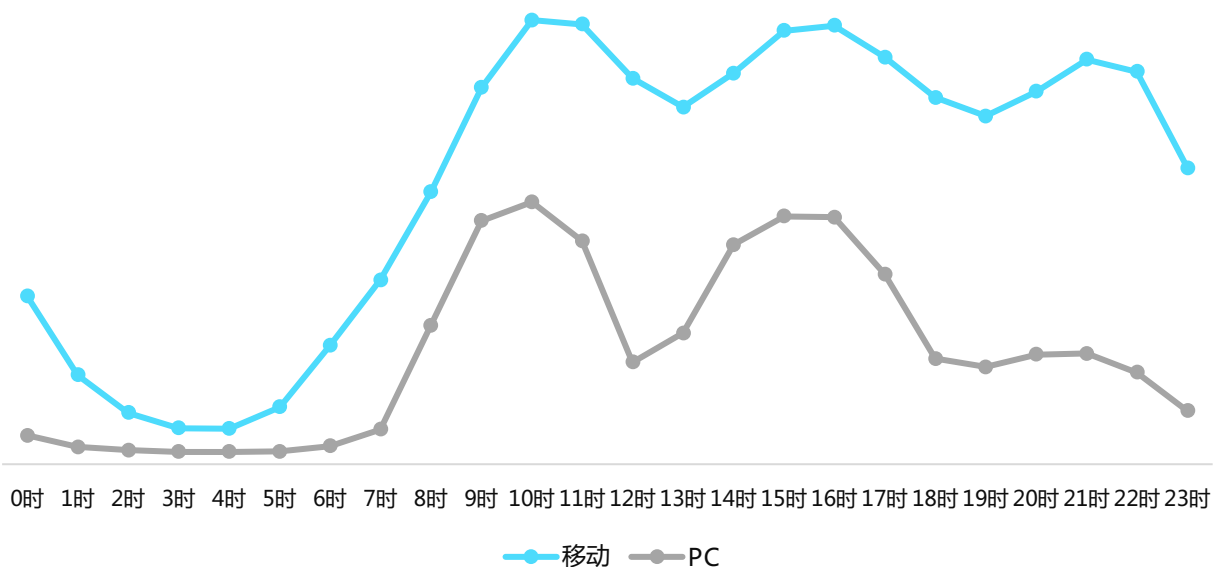


应急管理类

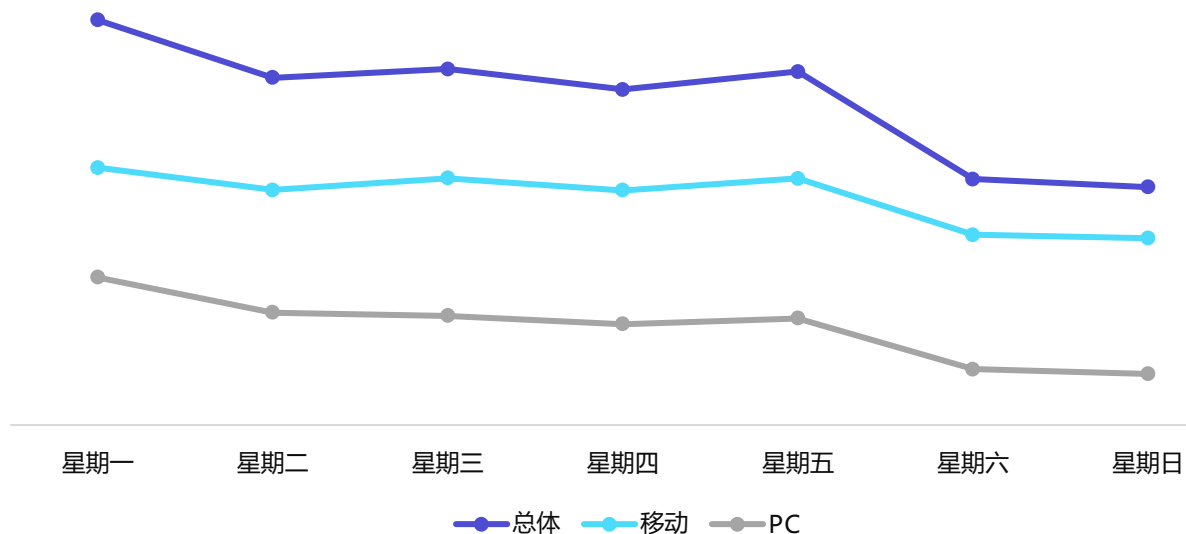


检索时间：工作日10点和15点左右检索需求旺盛，晚上9点尚有小高峰

职业考证用户24h流量趋势分析



职业考证用户一周流量趋势分析



- 从24H流量趋势分析可知，用户在日间9:00-11:00&14:00-15:00检索需求旺盛，而在夜间20:00-22:00，移动端的流量同样不可忽视；
- 从一周流量趋势分析，职业考证流量主要分布在工作日，周一达到需求高峰，周末的流量集中于移动端稍高。

用户兴趣偏好-1：除国民级APP，百度网盘是职业考证用户装机必备

职业考证用户使用设备分布



职业考证用户APP安装偏好



六类别职业考证用户APP偏好

教师资格类

安装比例TOP3



安装TGI TOP3



金融财经类

安装比例TOP3



安装TGI TOP3



建筑工程类

安装比例TOP3



安装TGI TOP3



司法考试类

安装比例TOP3



安装TGI TOP3



医疗健康类

安装比例TOP3



安装TGI TOP3



应急管理类

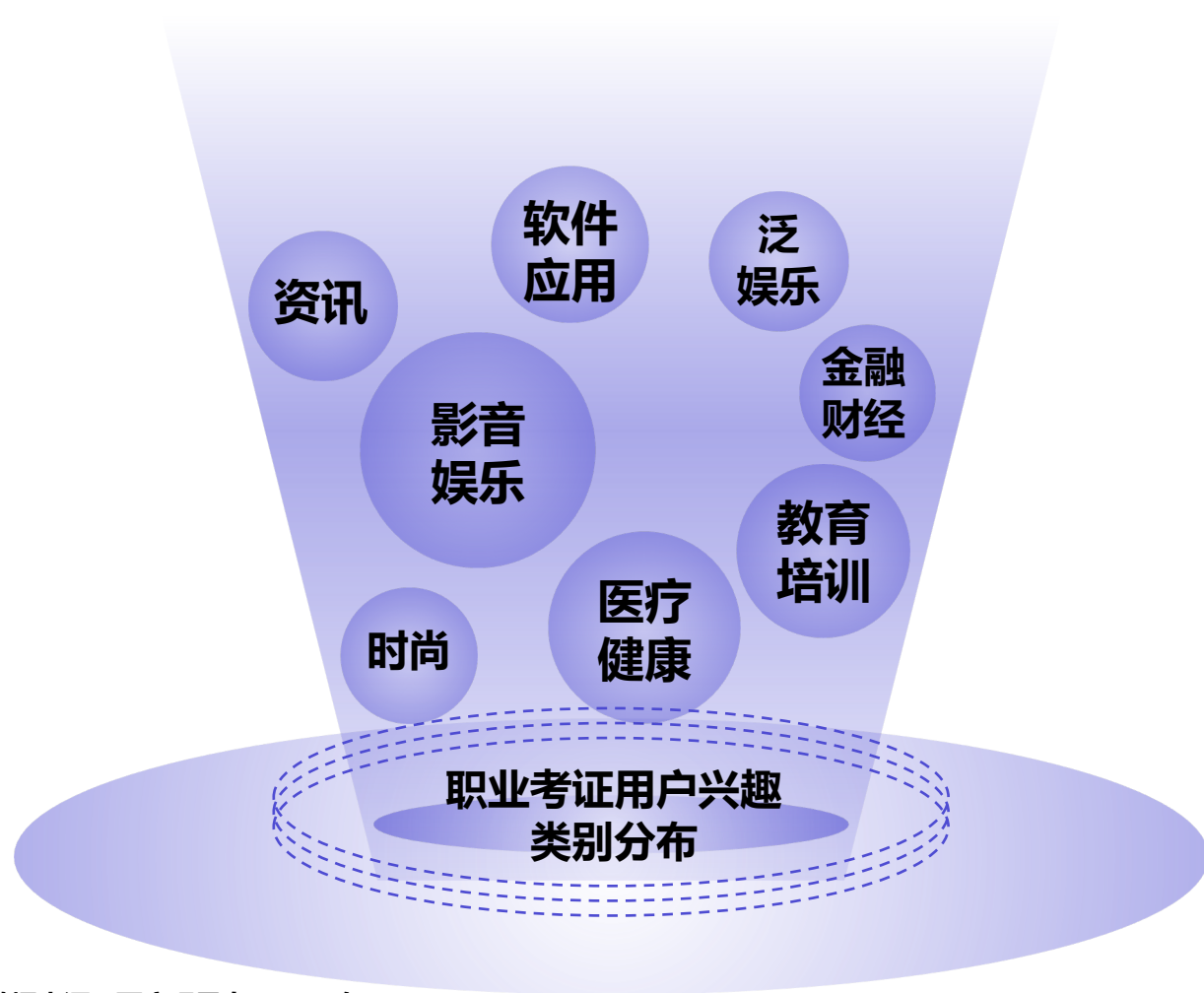
安装比例TOP3



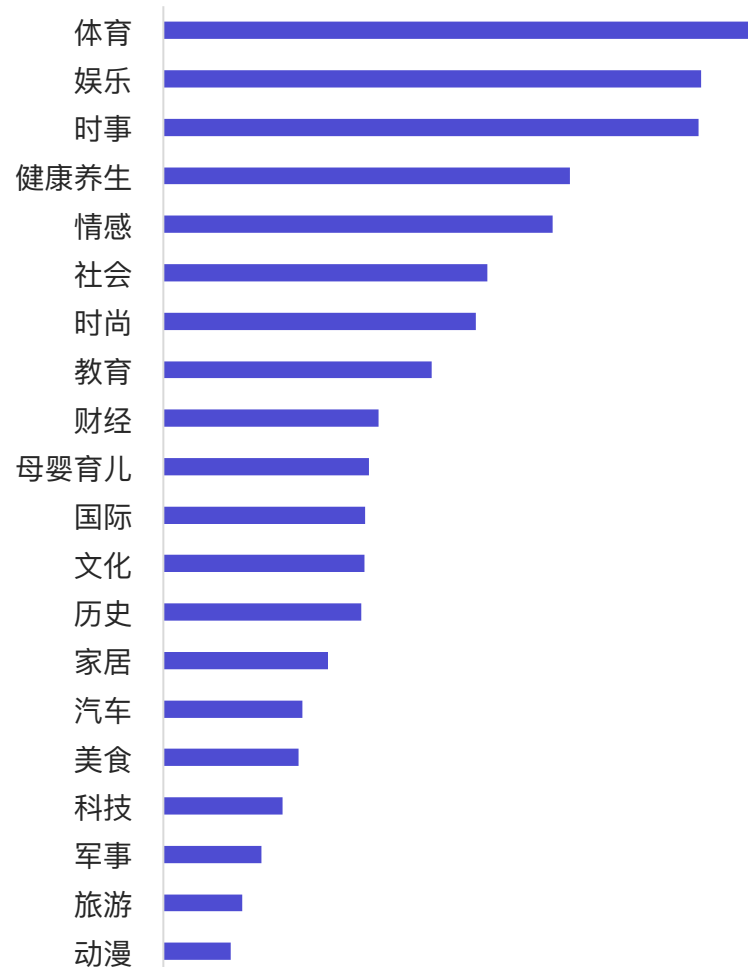
安装TGI TOP3



用户兴趣偏好-2：劳逸结合，影音娱乐和体育同样是考证人的最爱



职业考证用户信息流阅读偏好



用户需求洞察小结

用户特征

职业考证成中青年上班族提升竞争力的“新宠”；
职业考证行业职场已婚女性需求崛起。

考证需求

教师资格类、金融财经及建筑工程类需求量大；在低门槛、同类别证书之间，用户可能会切换或同时报考；
各地经济、人文等条件不同，考证需求也存在一定差异。

考证关注点

报考条件和报考时间是用户考证的最关注因素；
口碑和正规性是用户选择培训机构的共同关注，培训机构品牌口碑建设不容忽视。

兴趣偏好

工作日10点和15点左右检索需求旺盛；
百度网盘是职业资格考证用户装机必备，影音娱乐和体育同样是考证人的最爱。





PART3

用户决策路径

用户决策路径：决策周期3.78天，平均搜索次数4.94次

职业考证
决策路径

*圆的面积代表搜索量

平均
搜索次数

消费者主
要关注点

犹豫
阶段

7.44次
9.2%

犹豫要不要考？
主要关注证书用途

心理咨询师证书含金量高吗
考中级经济师有什么用
健康管理师证书用途
注册会计师难考吗
健康管理师就业方向
精算师就业前景怎样
.....

确定
阶段

3.87次
33.5%

确定能不能考？
主要关注报考条件

一级建造师报考条件
心理咨询师证书怎么考取
学前教育可以考小学教师资格证吗
法考时间2021报名条件及时间
非师范类怎么考教师证
工程造价师报考条件和专业限制
.....

行动
阶段

4.66次
57.3%

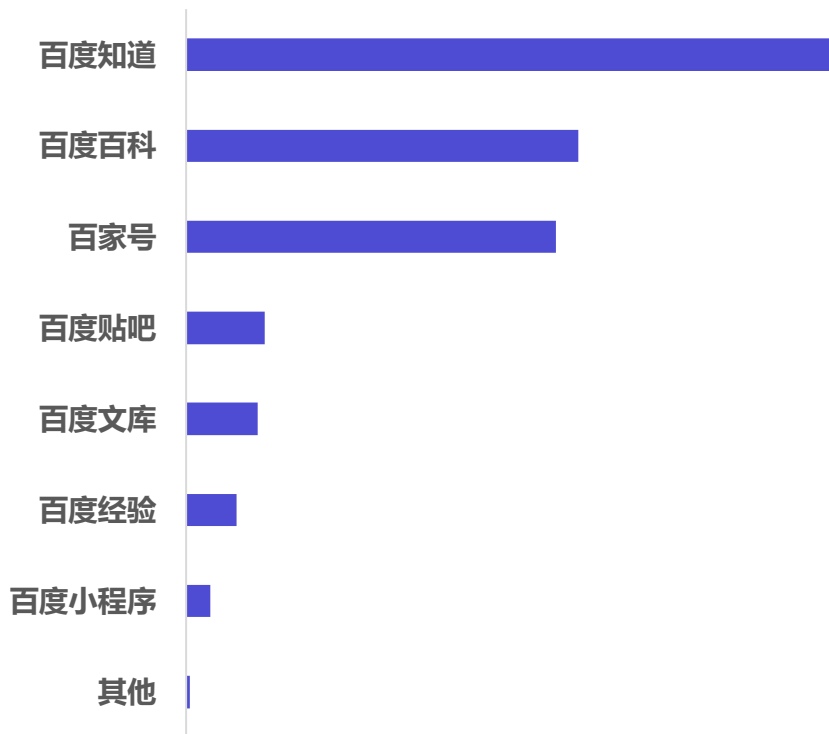
如何备考？
开始寻找培训机构

教师资格证需要准备多长时间
教师资格证报名入口
消防工程师报名时间2021官网
法考哪个培训机构好
经济师培训网站
环球网校怎么样靠谱吗
.....

用户点击去向：百度知道、百度百科和企业官网是主要信息获取平台

用户百度站内点击分布

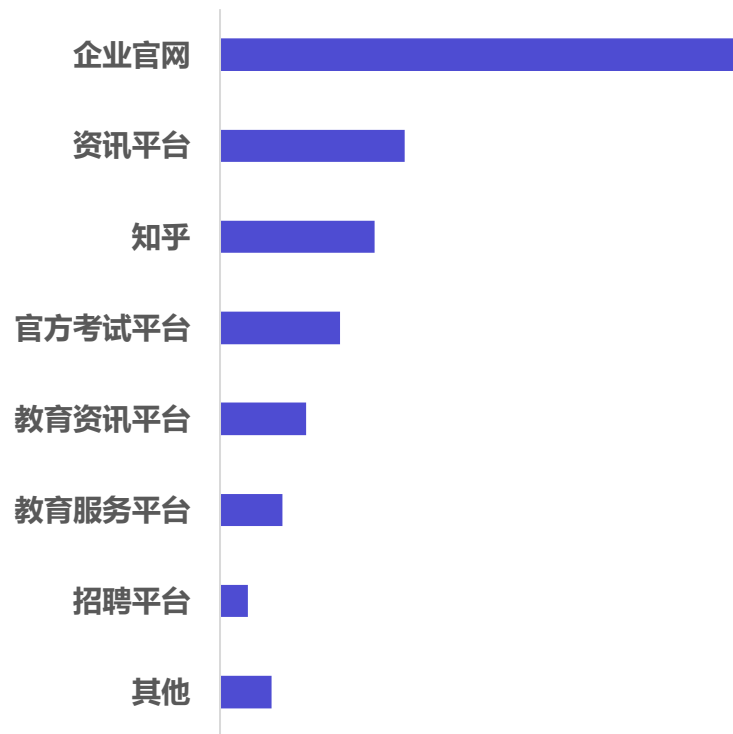
百度知道、百度百科是用户在百度站内获取信息的主要途径



其他包含：百度基木鱼、宝宝知道、百度视频等

用户百度站外点击分布

企业官网、资讯平台和知乎是用户主要获取信息的平台



资讯平台：如搜狐/网易/一点资讯等；

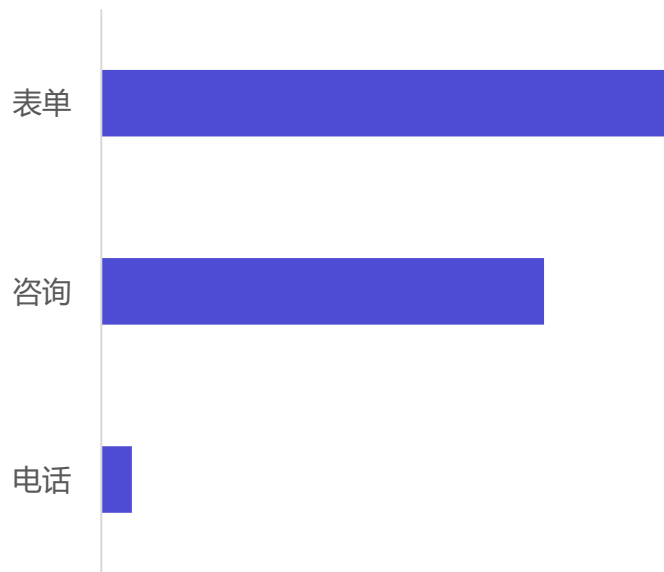
官方考试平台：如国家普通话报考平台等；

教育服务平台：如知了好学/培训通等；

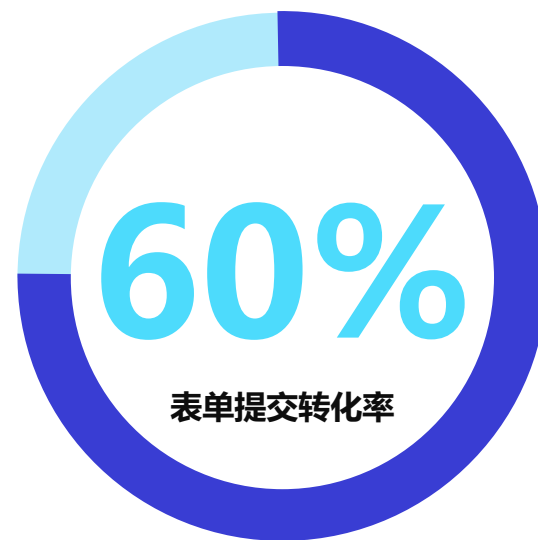
教育资讯平台：如帮考网/营养师网等；

用户转化方式：职业考证推广中，转化方式以表单和咨询为主

职业考证用户转化类型分布



电话：电话拨打按钮点击
咨询：咨询按钮点击
表单：表单按钮点击



职业考证行业商家进行广告推广时，以在线咨询、线索收集转化方式为主，其中表单转化占50%以上，表单按钮从点击到提交转化率约60%。

用户决策路径分析

决策路径

用户决策周期平均为3.78天，
平均搜索次数4.94次；
通过百度搜索不断寻求对相关信息，从决策犹豫期到做出行动决策。

点击去向

百度站内：百度百科、百度知道、
百家号是用户在百度站内获取信息的主要途径；
百度站外：企业官网、官方考试网及资讯网是用户最关注的平台。

转化方式

职业考证推广中，转化方式以
表单和咨询为主；
表单提交转化率高达60%。





PART4

百度营销策略

全场景、全链路影响TA，实现职业资格考试培训行业品效合一

百度有效果

线上线下全方位、高频次覆盖，实现对目标受众的饱和打击

百度有到店

引导当地人群到店消费，提升商家店铺热度和销售额

百度有知识

百度为用户提供最专业的『问答场所』，用知识激发“考生”认同

百度有内容

通过优质的口碑内容及形象建设，提升品牌美誉度和用户信任感

百度有热点

旺季节点打造专属IP，沉淀目标受众的长期好感

『百度有效果』 百度做到即刻需求即刻满足，引领用户决策关键时刻

1

搜索+推荐信息流，双引擎推动



人群洞察全知道



搜索过【会计培训】
的人群在哪里出没？



历史到访兴趣 历史到访门店类型

周边目标定位 当前位置附近门店

到访重定向 曾经到访地点

常驻地址 家或公司

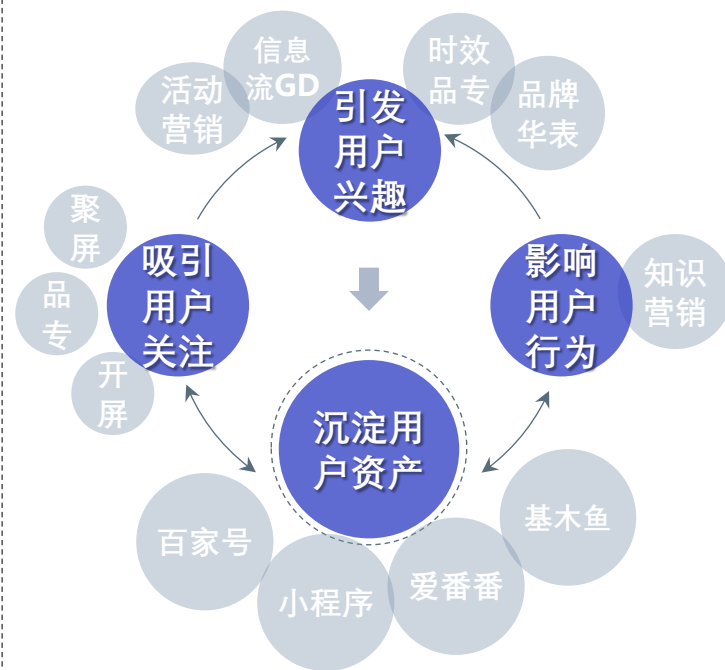
2

用户从认知到认同再到信赖



3

让客户进入品牌最后的包围圈



『百度有到店』全链路智能门店营销推广解决方案，提高转化效率



三大核心价值

1. 线上线下用户闭环运营

2. 分商圈阵地精准经营

3. 提升区域用户到店率

四大核心场景全面开放，为职培客户打通流量地图

百度搜索



本地直接相关搜索
日均2亿PV

百度信息流



本地类兴趣浏览
日均15亿推送

百度地图



打通地图POI流量
日活6000万+

知了好学
(NEV)



日均展现量
3000w+

『百度有知识』 百度提供最专业的“问答场所” 用内容激发考生认同

[以恰当的时机，为考生提供建议]

20.4亿
日均知识检索量

3.4亿
日均知识访问用户

6.3亿分钟
知识浏览时长

认识

认知

认可

认购

认同

品类需求

品牌认知

产品决策

行动转化

口碑沉淀

秒懂视频软植入-百科共建

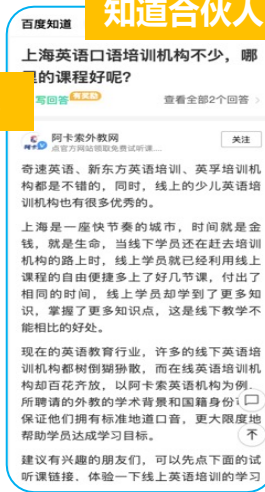


知识营销-CPC

知识闪电



知道合伙人



文库-频道共建



品牌故事





『百度有内容』KOC广泛发声，从价格、体验各角度分享经验，实现种草

原生征文任务（视频/话题）+好看挑战赛

发布任务，由创作者自行围绕任务发布原创内容。全网铺开，并可制作成专题或者话题页，沉淀内容！



内容沉淀在定制话题内



试听体验课经验分享



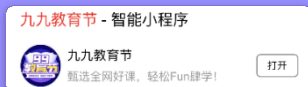
学习后的成果展示



『百度有热点』99开学季，超长活动战线，助力品牌“赢”销开学季

Step 1 预热期

话题酝酿 蓄势待发



活动小程序上线
汇聚0元好课



联名病毒海报首宣
朋友圈造势预热



内外部
公众号同步推送

Step 2 狂欢期

矩阵传播 引爆热度



开屏/搜索/信息流/
聚屏引流造势



直播探店与用户深度互动

Step 3 延续期

线下延展 影响升级



高人气商圈

舞台互动直播

互动答疑

品牌专属展位

缤纷好礼



THANKS



百度营销
微信服务号



百度营销
微信订阅号



百度营销
百家号

