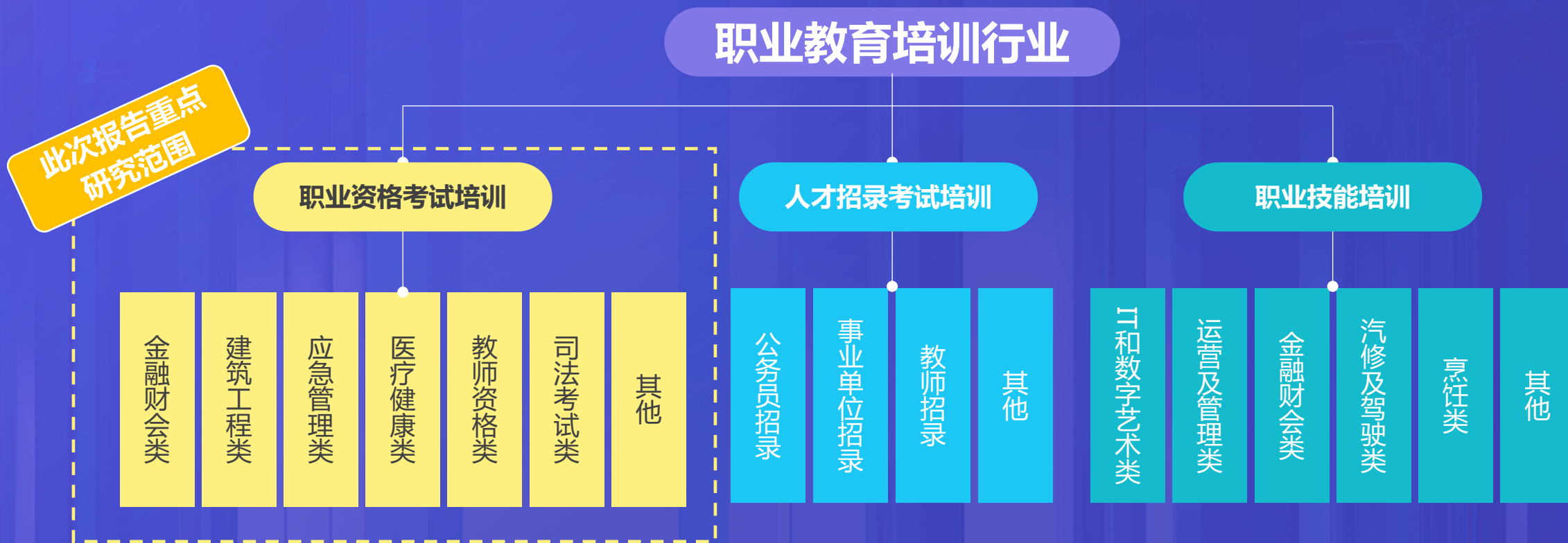


驰骋职场 育见未来

2022百度职业资格考试培训行业洞察

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

User decision path analysis

04

百度营销策略&案例

Baidu marketing strategy & Cases



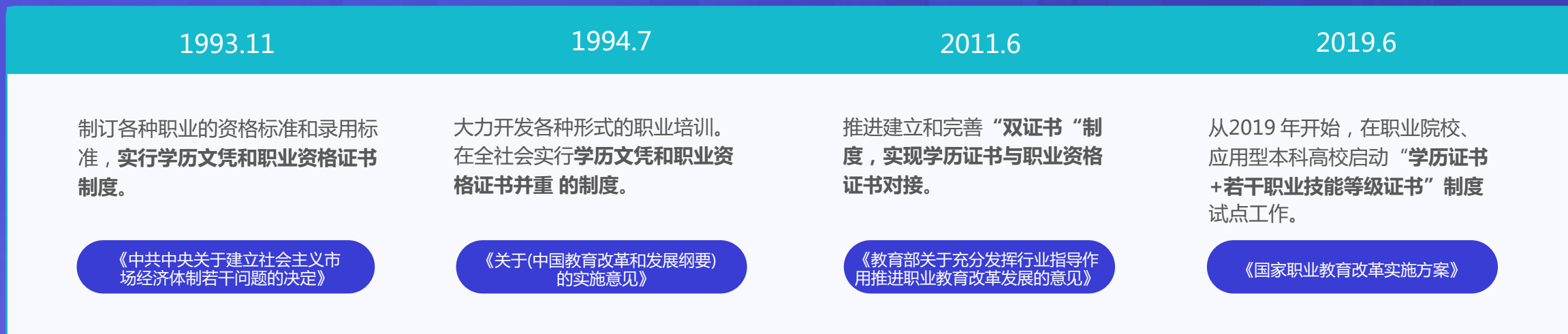
PART1

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

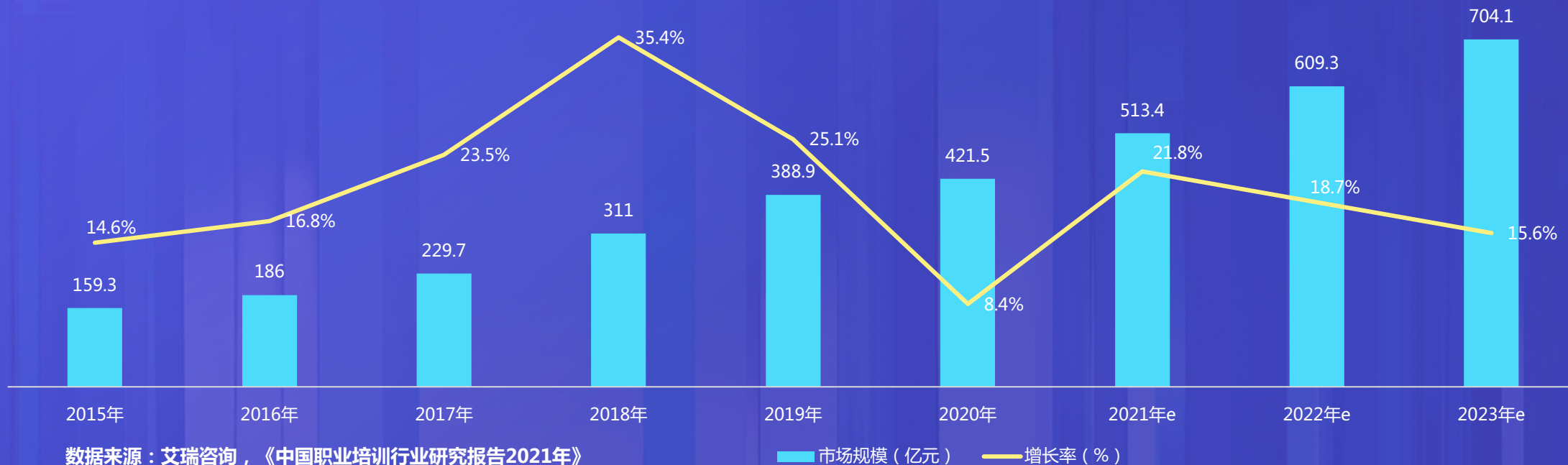
为弥合专业和职业间的鸿沟，形成了我国职业学校教育和职业培训并存的职业教育体系，为了进一步提升人才培养质量，学历证书和职业资格证书“双证书”制度进一步建立并演进为现在的“1+X”证书体系。“1+X”证书制度进一步扩大职业技能的范围，促进职业院校与职业培训机构和企业深度合作，形成利益共同体，切实提升学生多样职业技能，进而提升市场适应能力，对接科技发展趋势和市场需求。

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

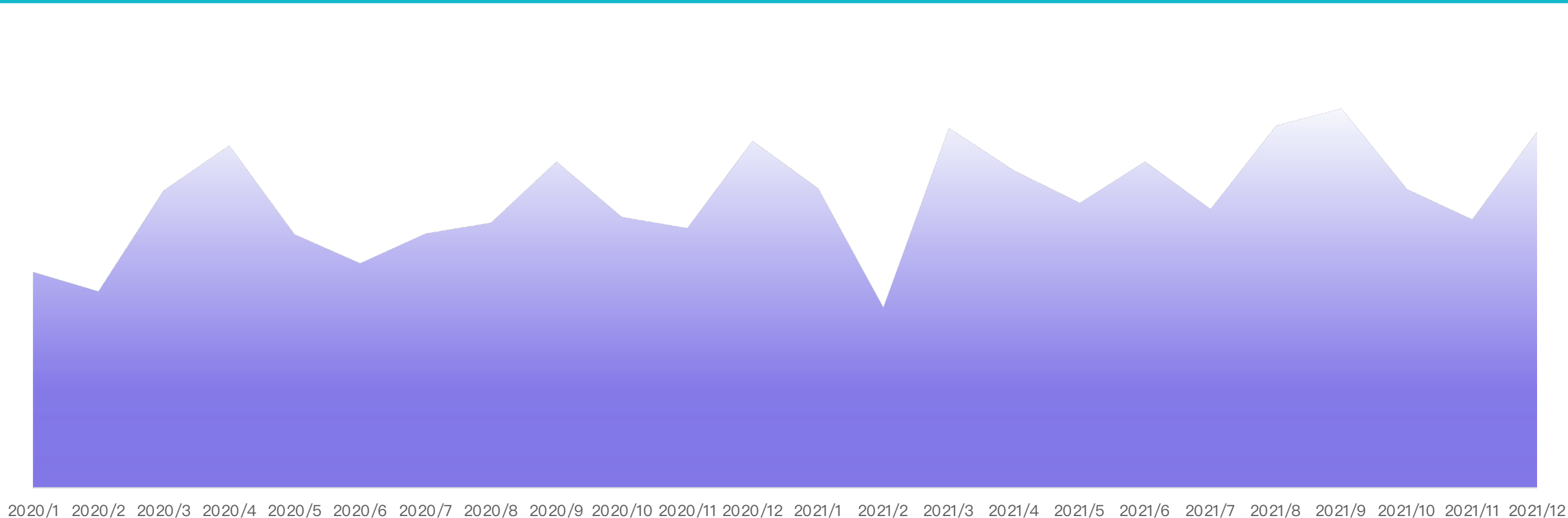
- **金融财经类证书考试培训**：近几年，头部玩家开始加快业务扩张步伐，迅速抢占市场份额；
- **建筑工程类证书考试培训**：建工类证书分类多，赛道比较分散，市场集中度不高；
- **医疗健康类证书考试培训**：疫情后，头部机构加速布局，行业集中度在提升；
- **应急管理类证书考试培训**：在市场营销催生大量需求的情况下，大量小型机构蜂拥挤进市场，市场集中度较低；
- **司法考试类证书考试培训**：市场集中度相对较高，且在2016年之后，法考培训行业从“小而美”进入到激烈交锋。

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

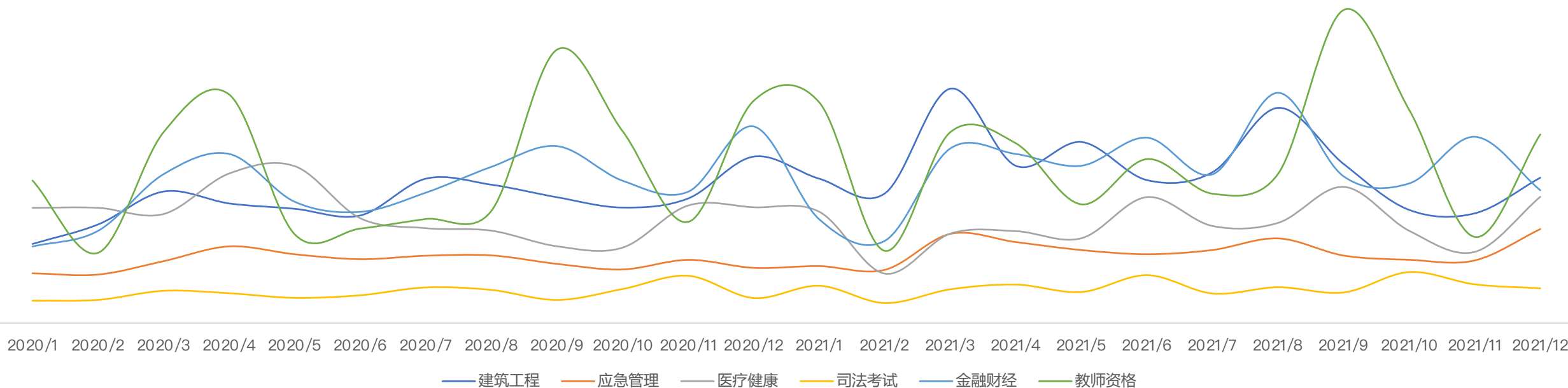
2020-2021年百度职业考证培训行业需求趋势



- 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

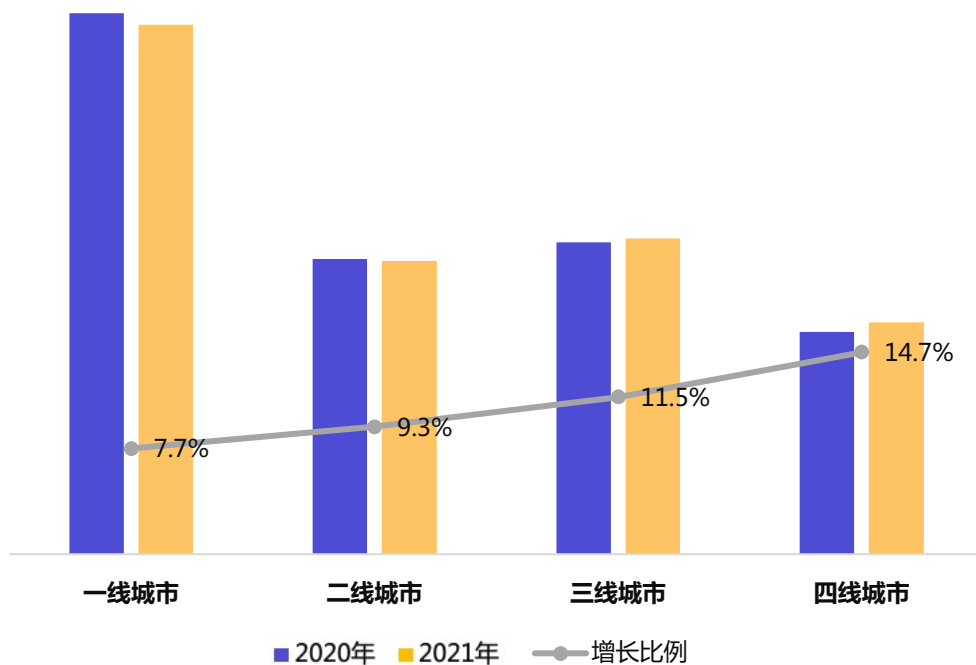


- 结合各类证书的报名、考试等节点不同，职业考证行业六个类别的需求峰值时间节点不同；
- 因2020年疫情影响，部分证书上半年考试取消，如教师资格证、注会等，在下半年考试节点需求激增，出现明显的线上检索高峰；
- 对比2020年，2021年建筑工程、金融财经及司法考试都有着较大的增长，而医疗健康需求同比小幅下降。

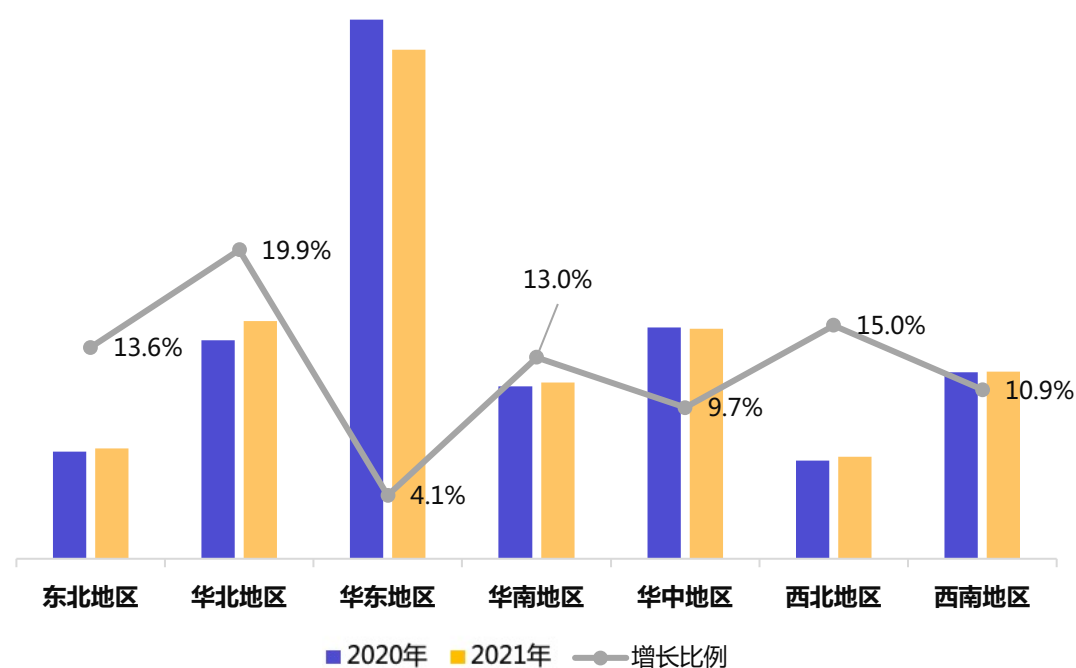
地域趋势：行业需求主阵地在经济发达的一线城市、华东地区

- 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

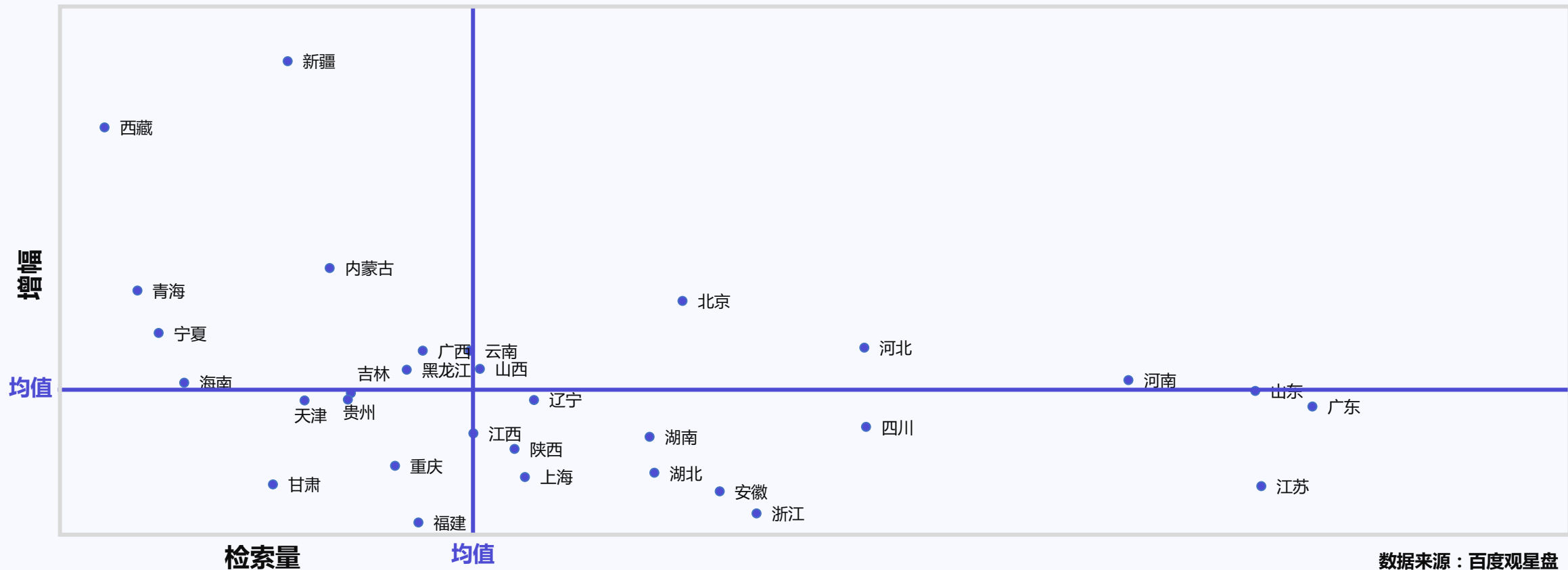


不同区域整体需求同比变化



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。





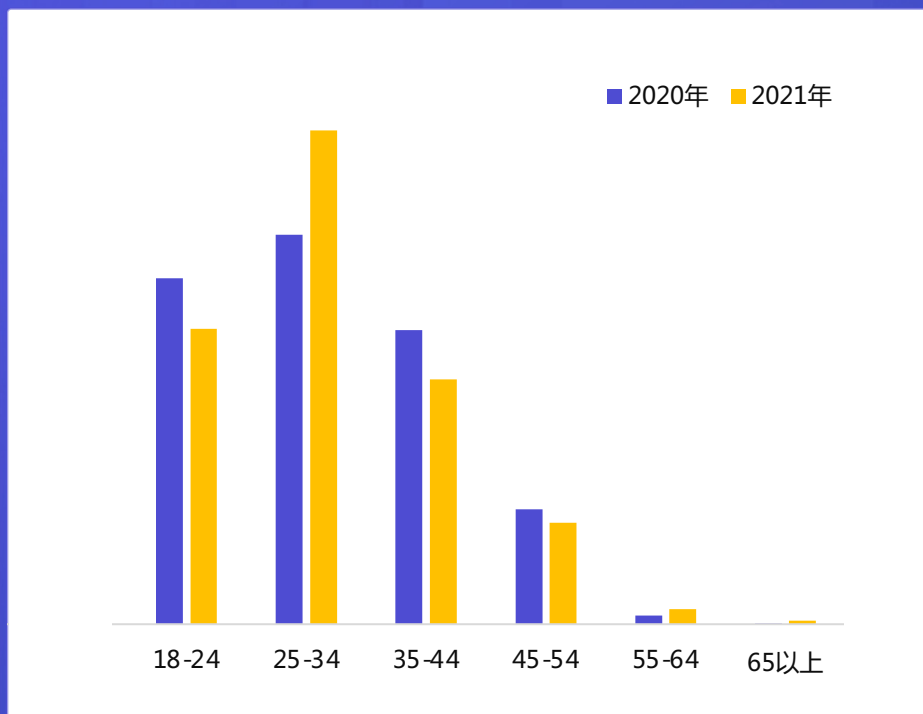
PART2

用户需求洞察

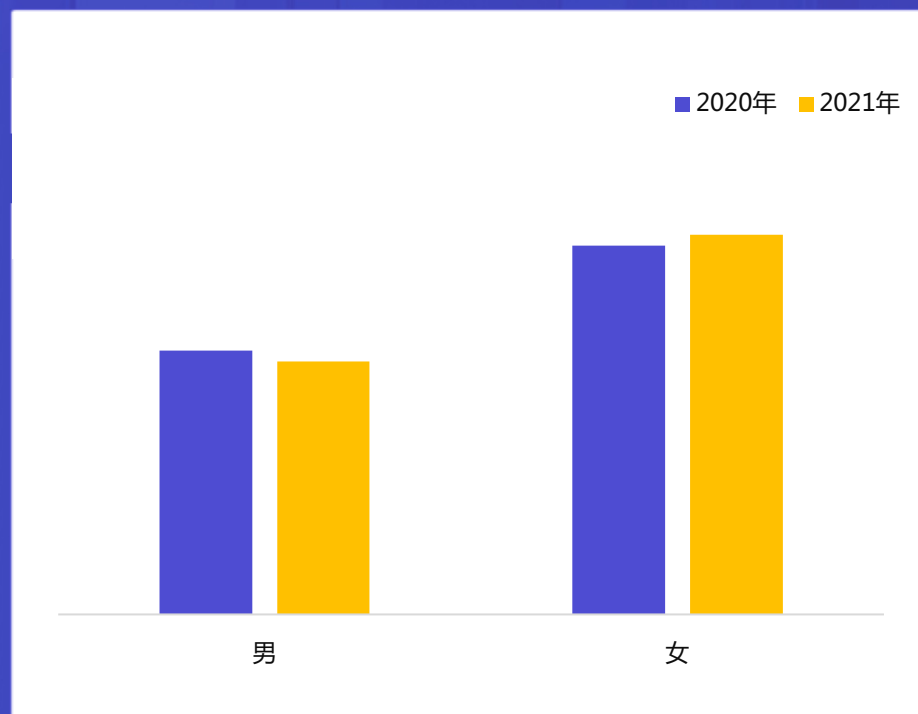
年龄/性别需求：职业考证成中青年上班族提升竞争力的“新宠”

- 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



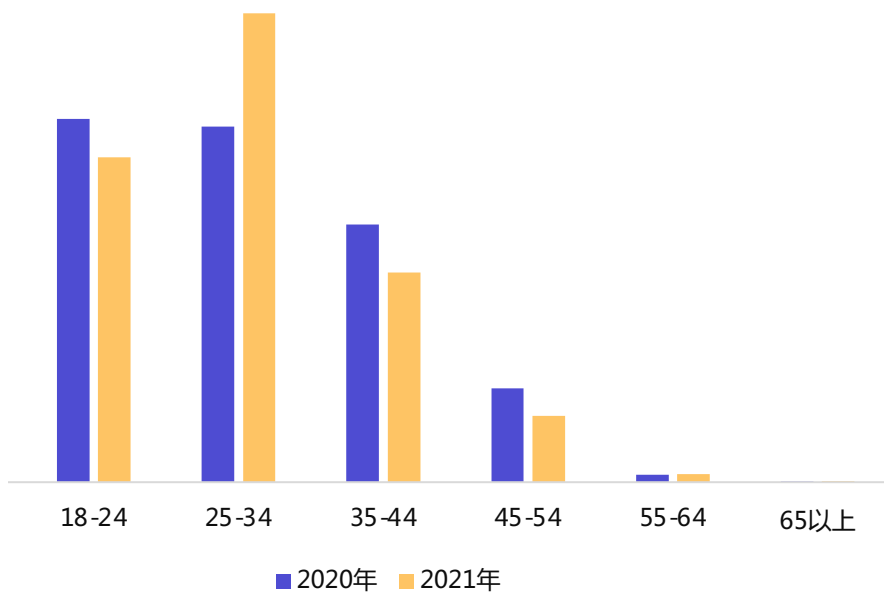
2020年VS2021年用户性别分布



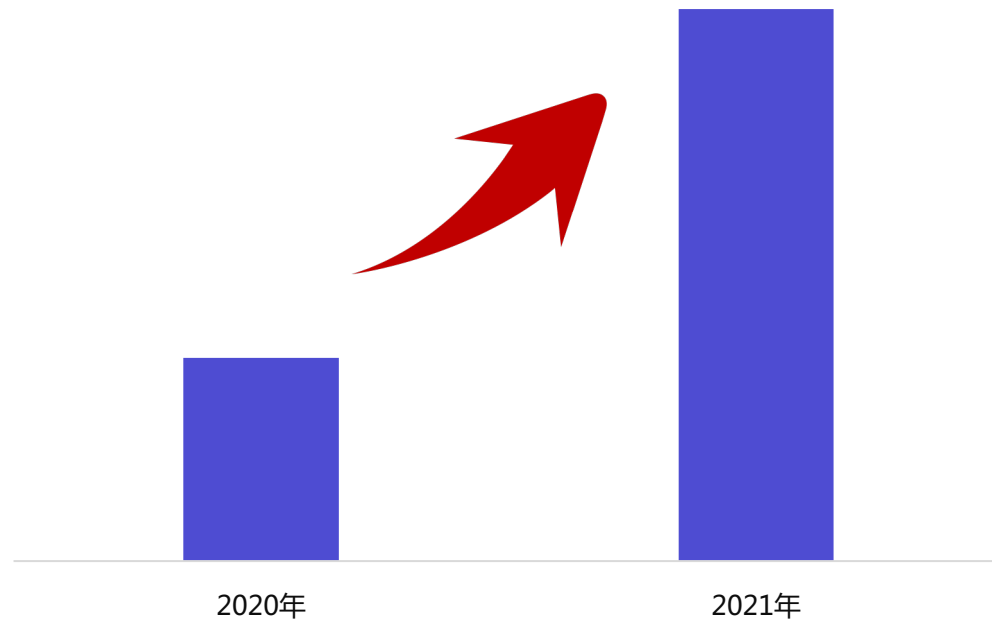
女性用户需求：职业考证行业职场女性需求崛起

- 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



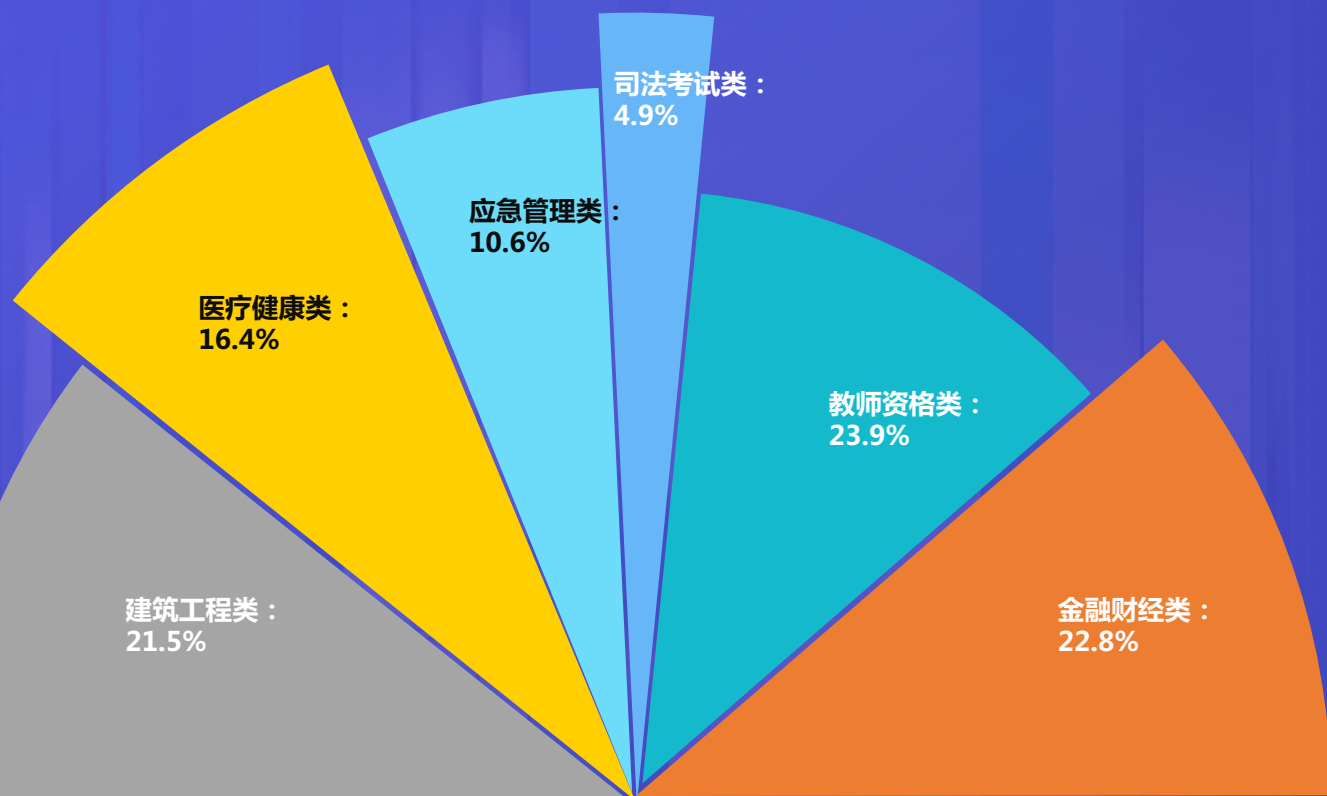
2021年VS2020年已婚女性用户占比



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

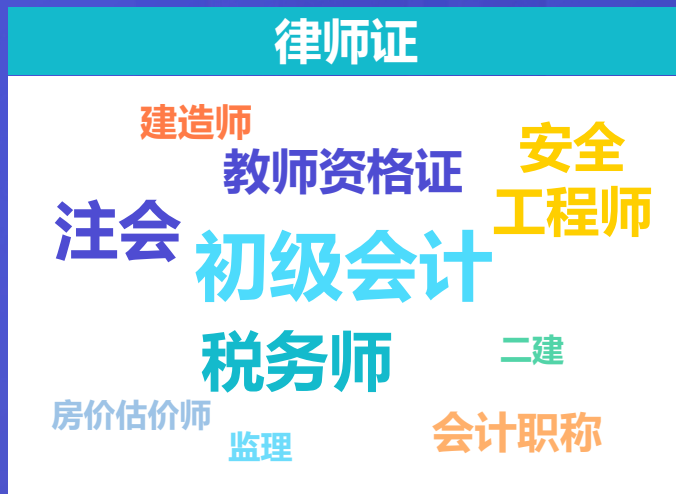


2021年考证用户需求增长TOP10证书



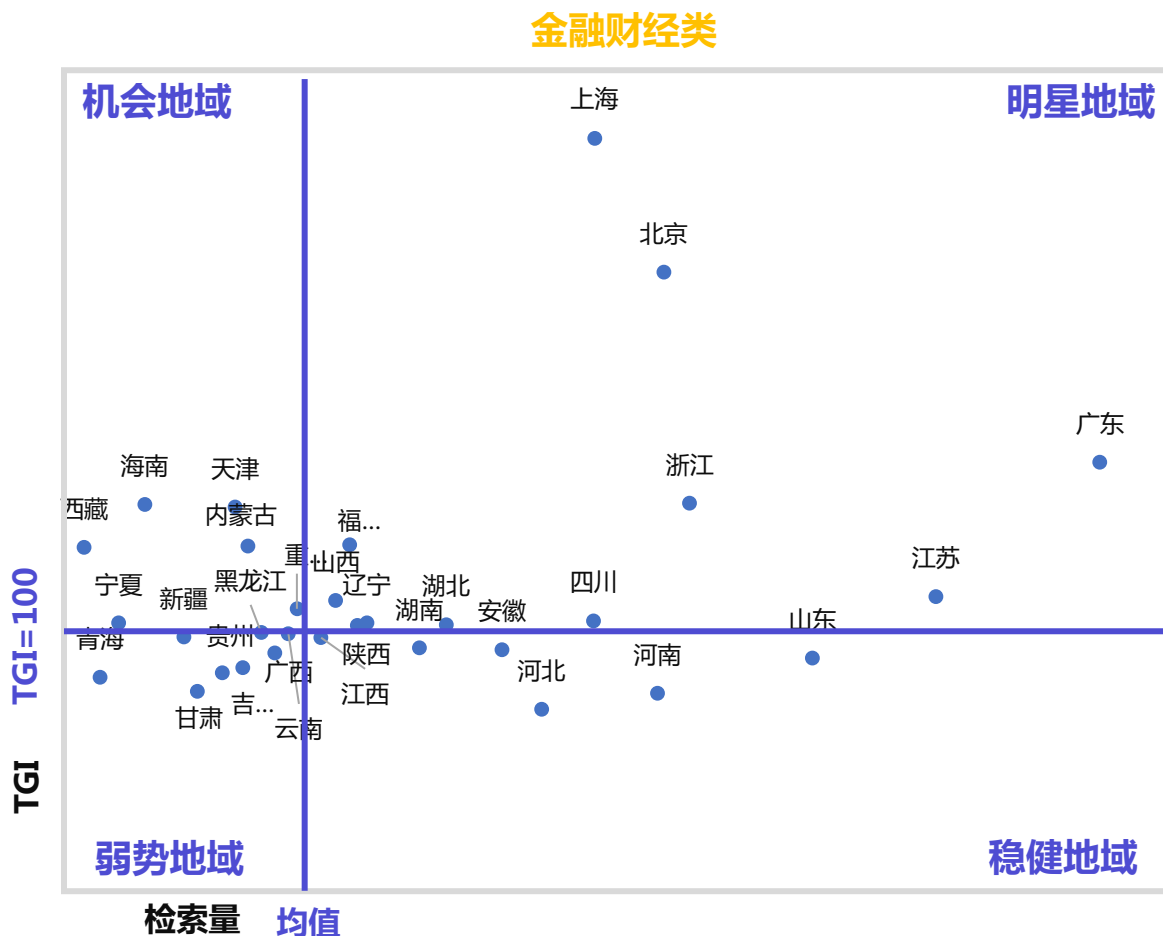
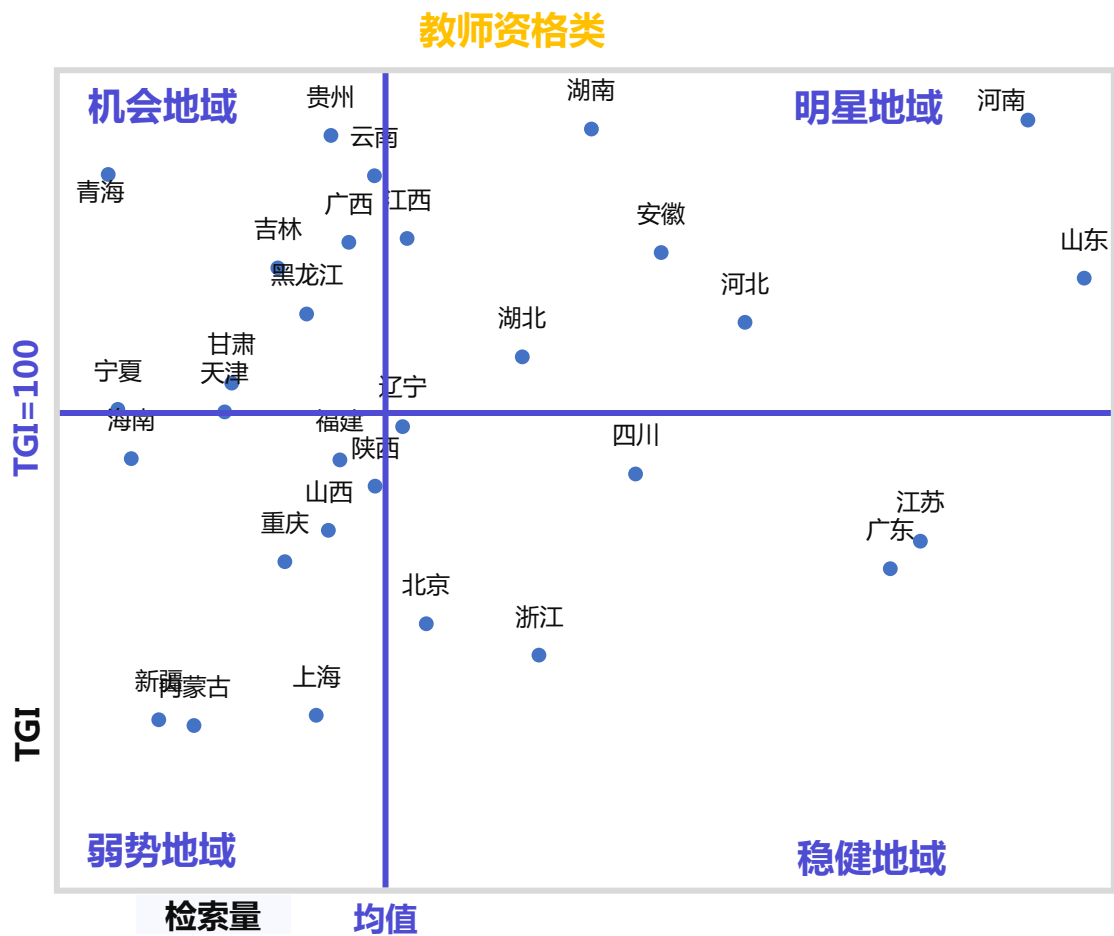
证书需求重合度：在考试难度低、相关性强证书之间，需求重合度较高

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』。



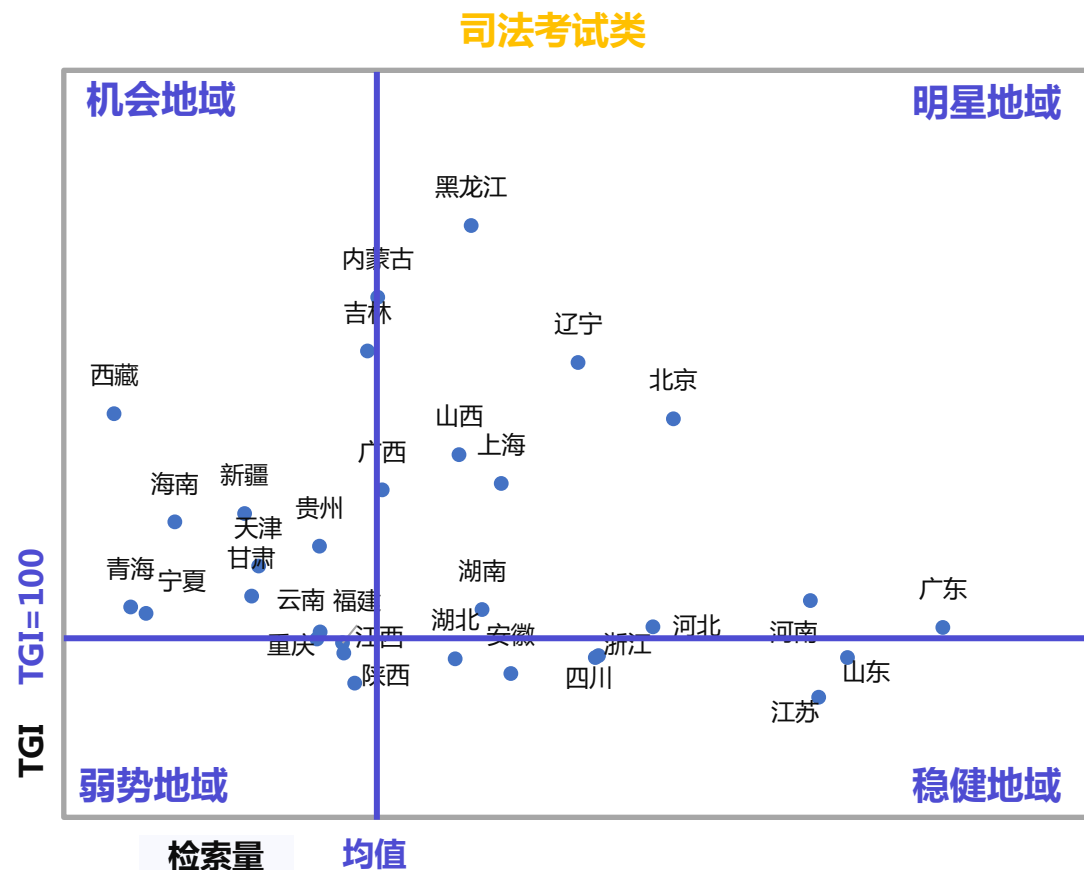
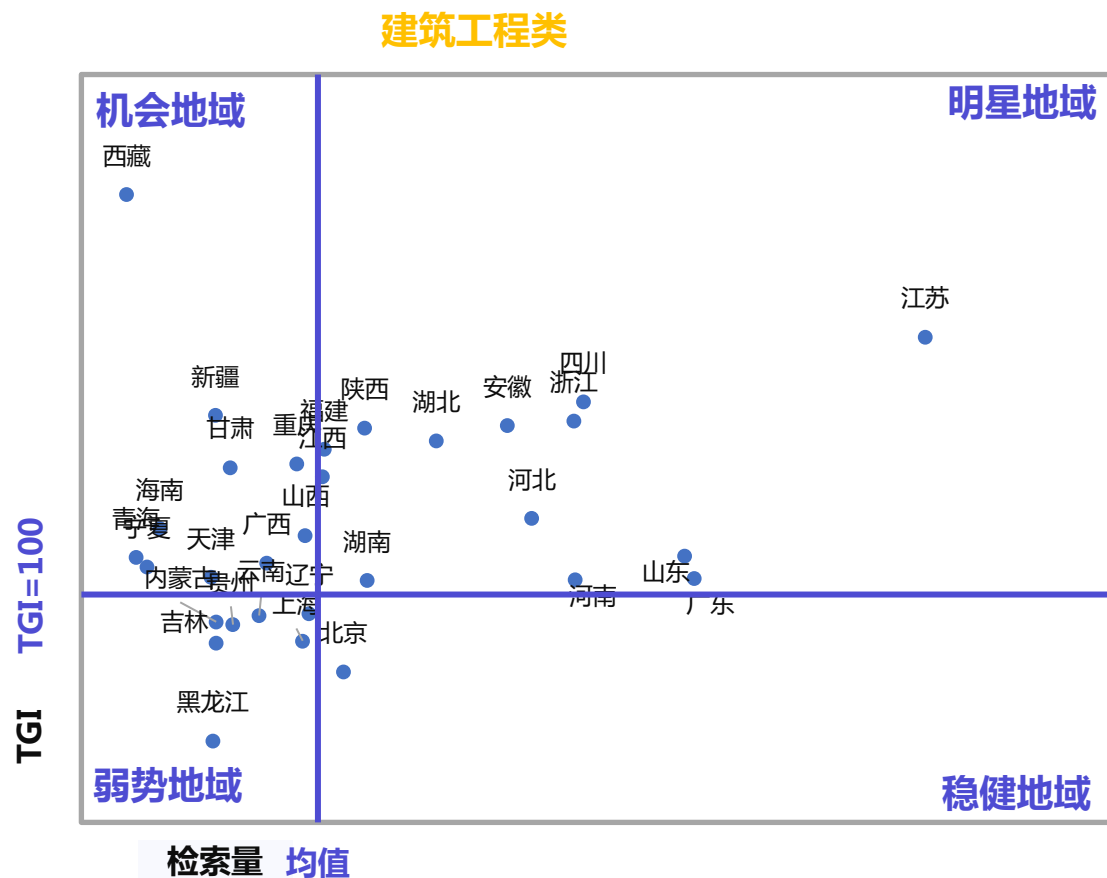
- 同类别证书之间的需求重合度较高，如关注考消防工程师的用户可能同时关注安全工程师、二建证等证书。
- 在考试难度低、入门级的证书之间，需求重合度较高，如关注考律师证的用户同时也会关注初级会计证或教师资格证。

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。

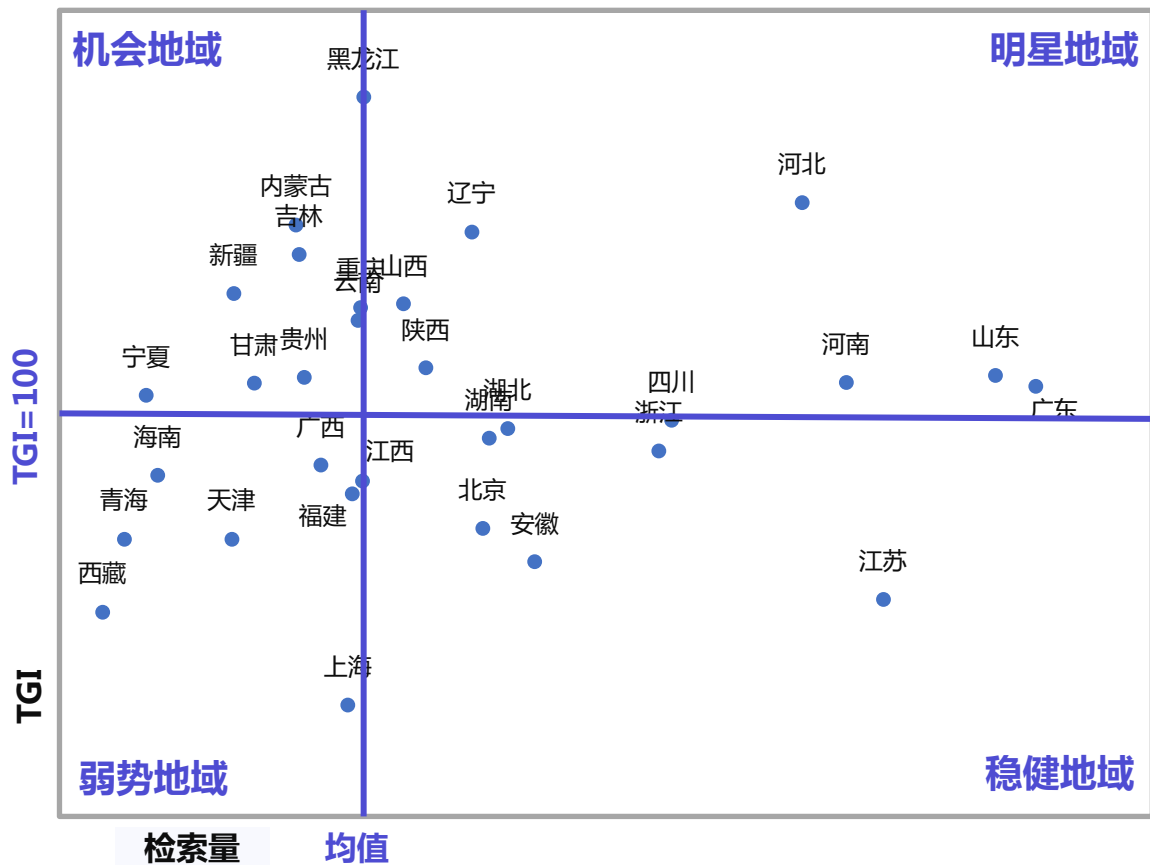


地域需求显著度 (TGI) = (该省份该类目的搜索指数 / 该省份考证行业的搜索指数) ÷ (该类目的检索指数 / 考证行业搜索指数) * 100%

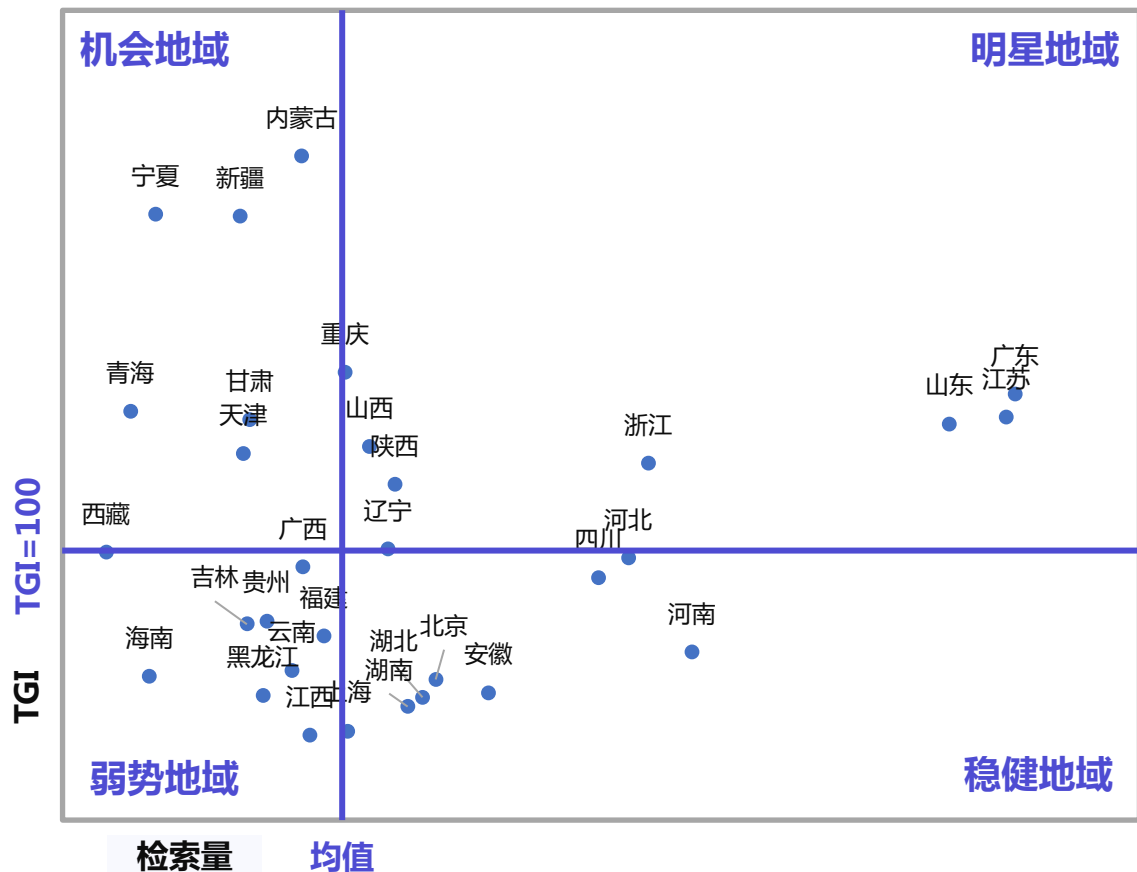
- 建筑工程类目：江苏省是建筑工程显著度及检索需求量双高的明星省份；
- 司法考试类目：东北如内蒙、黑吉辽等省偏爱司法考试，而人口大省（江苏、山东）检索需求量虽高，但对于司法考试无明显偏好。

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 and 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

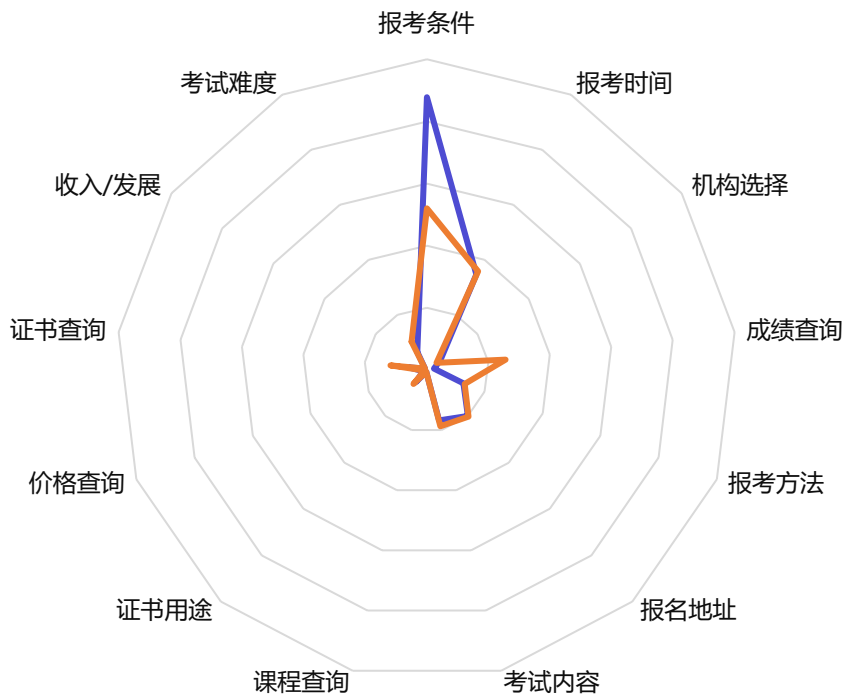
六大类别证书用户主要关注点



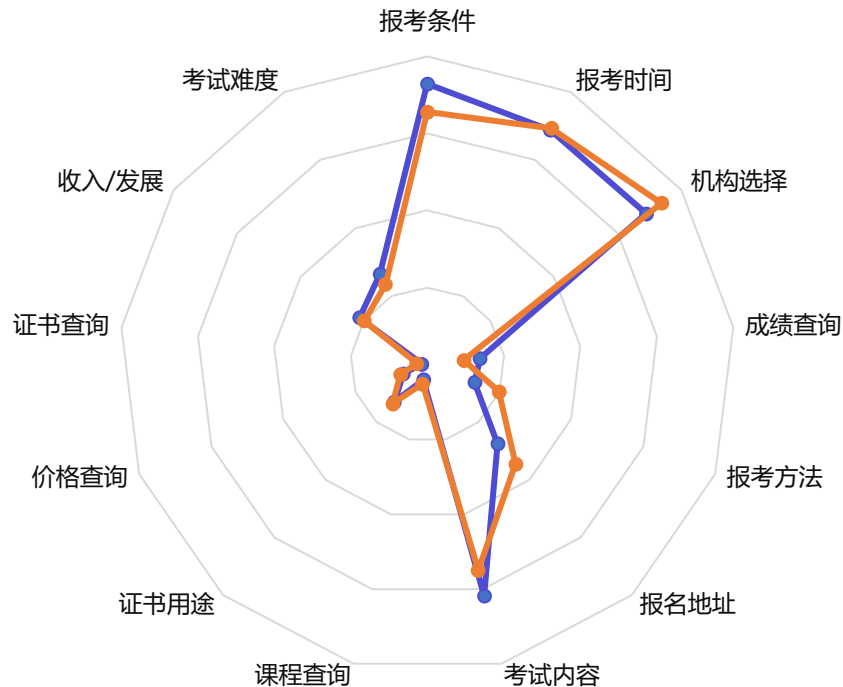
- 六大类别证书的用户对考试时的关注点存在差异。报考门槛和考试难度越高，用户越关注机构。
- 如：司法考试考试难度高，用户大多选择报班，关注度集中于机构选择和报考条件。用户搜索如『法考哪个培训机构好』、『法考培训机构排行榜』。

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



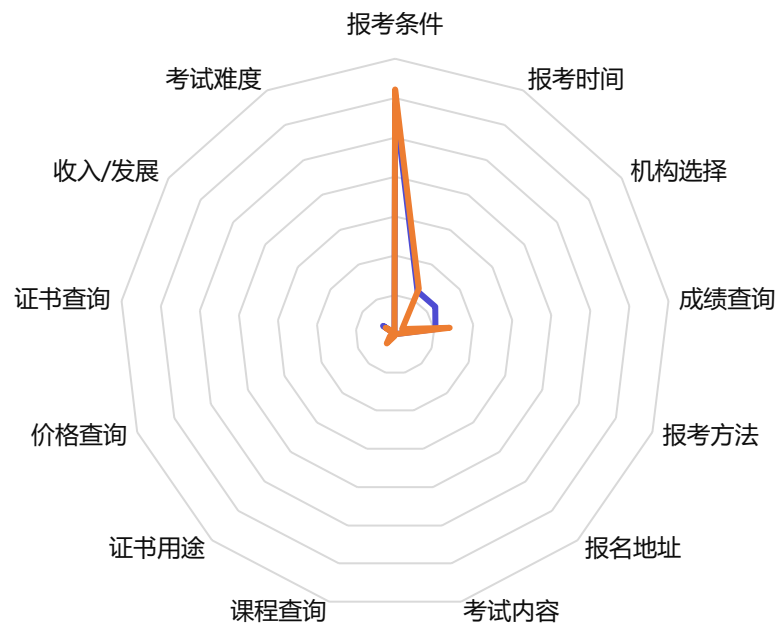
— 2020年 — 2021年

- 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**”！

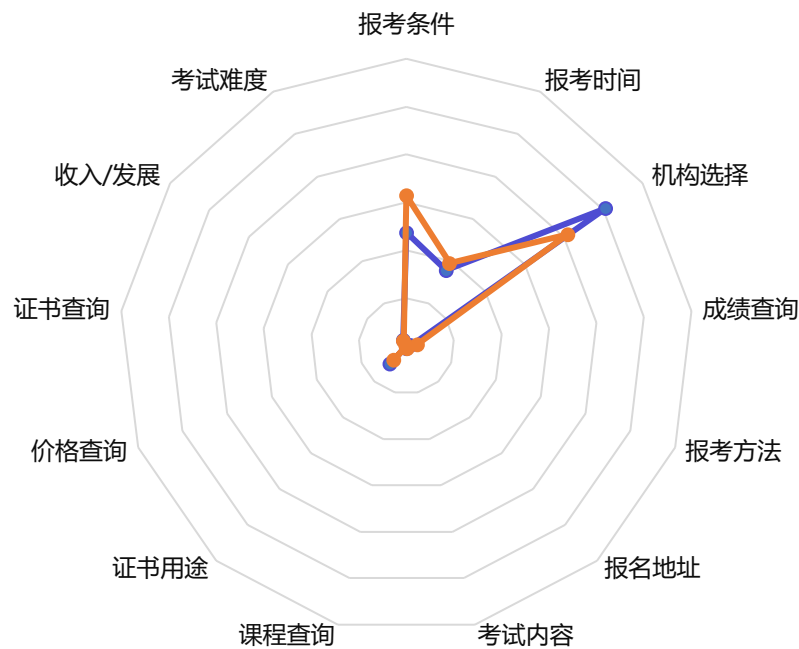
用户关注点-2：建工类考试最关注报考条件，司考则更关注机构选择

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**”、报名时间“**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！

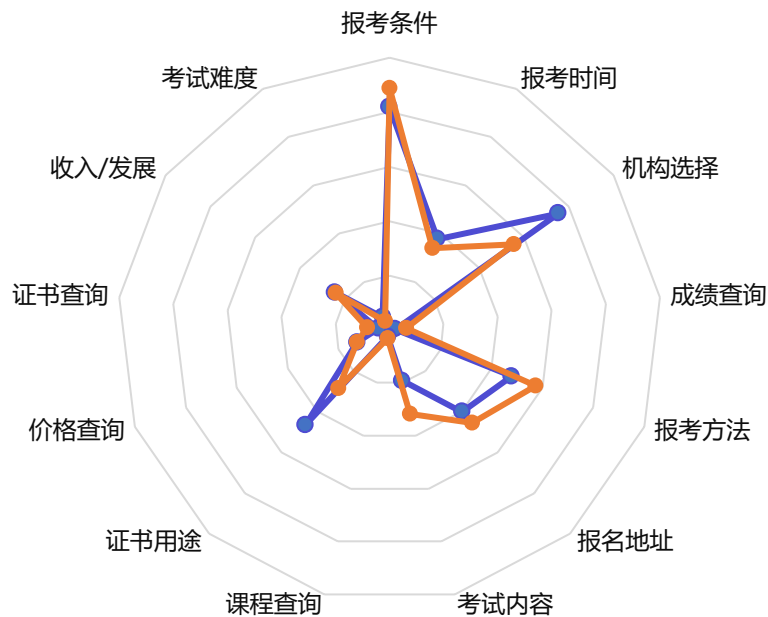
司法考试类考试用户关注点



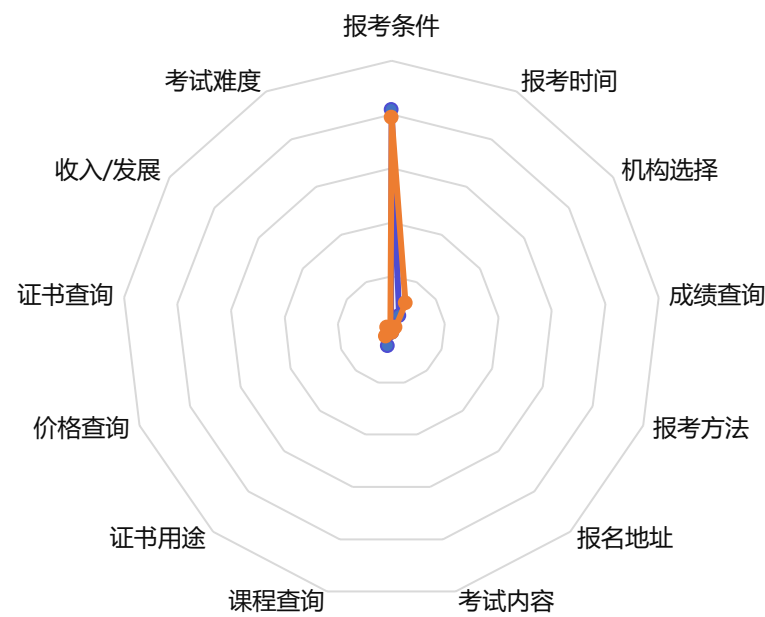
- 司法考试用户因难度高竞争激烈，考生出于提高胜算、降低焦虑等因素选择报班学习，行业参培率同时快速提升，对机构的检索需求占比明显，如“**法考哪个培训机构好**”、“**法考培训机构排行榜**”。

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



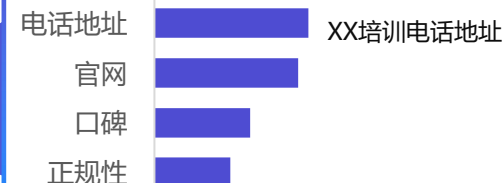
司法考试类



建筑工程类



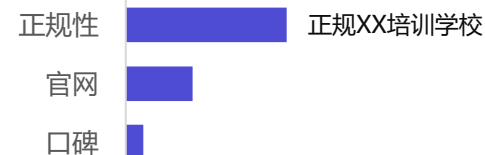
金融财经类



医疗健康类

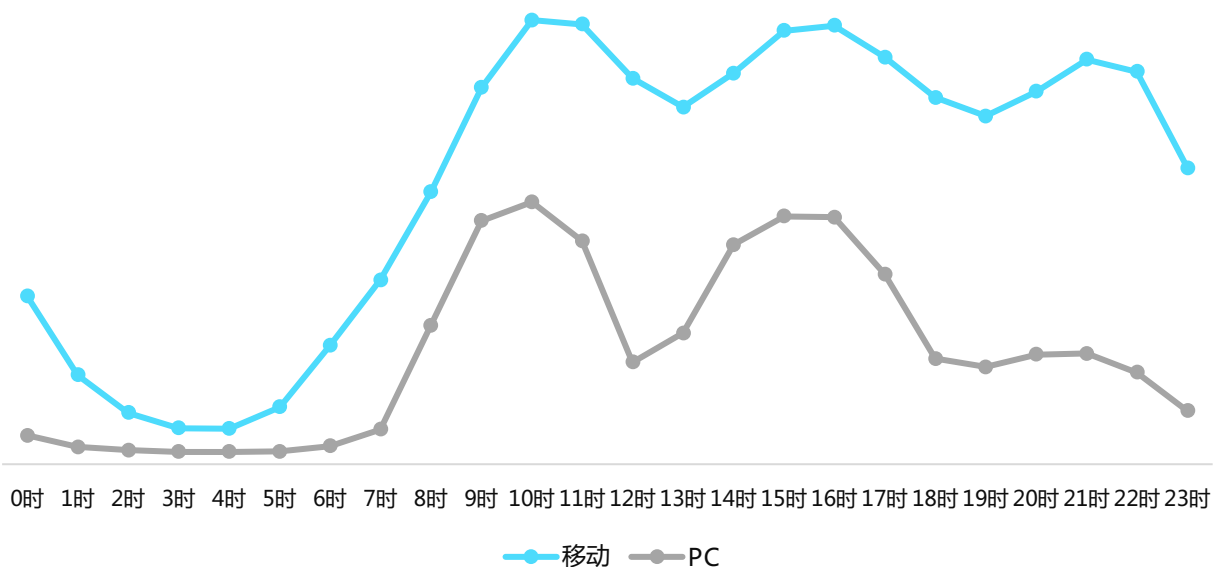


应急管理类

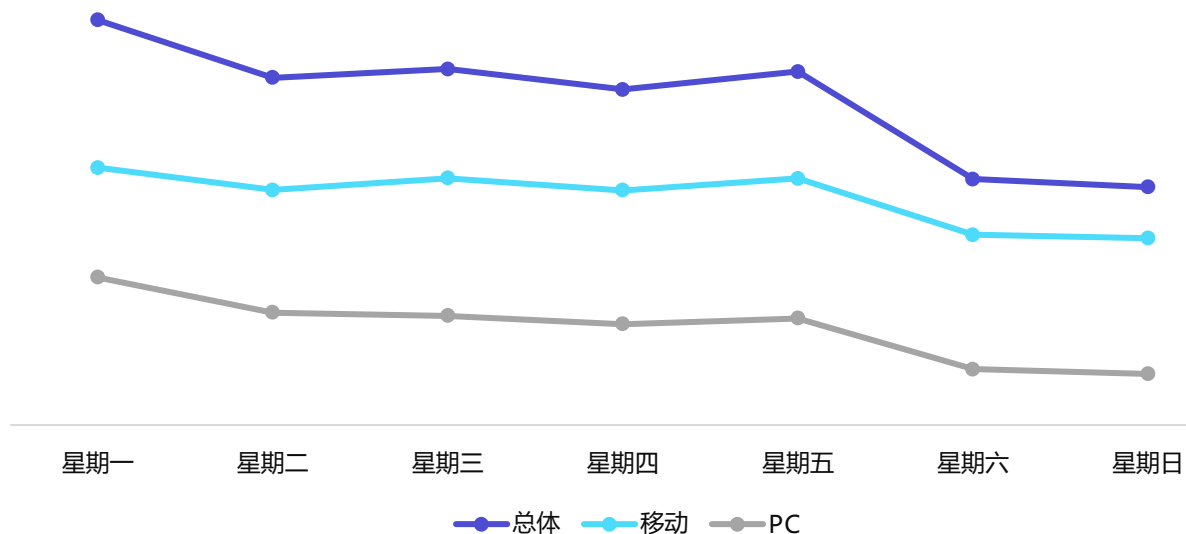


检索时间：工作日10点和15点左右检索需求旺盛，晚上9点尚有小高峰

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



百度 支付宝 微信

安装TGI TOP3



百度网盘 网易云音乐 小红书

金融财经类

安装比例TOP3



百度 支付宝 微信

安装TGI TOP3



百度网盘 小红书 哔哩哔哩

建筑工程类

安装比例TOP3



百度 支付宝 微信

安装TGI TOP3



百度网盘 交管12123 WPS

司法考试类

安装比例TOP3



百度 支付宝 微信

安装TGI TOP3



百度网盘 闲鱼 哔哩哔哩

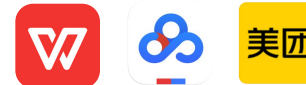
医疗健康类

安装比例TOP3



百度 微信 支付宝

安装TGI TOP3



WPS 百度网盘 美团

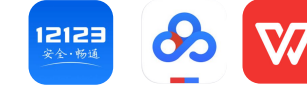
应急管理类

安装比例TOP3



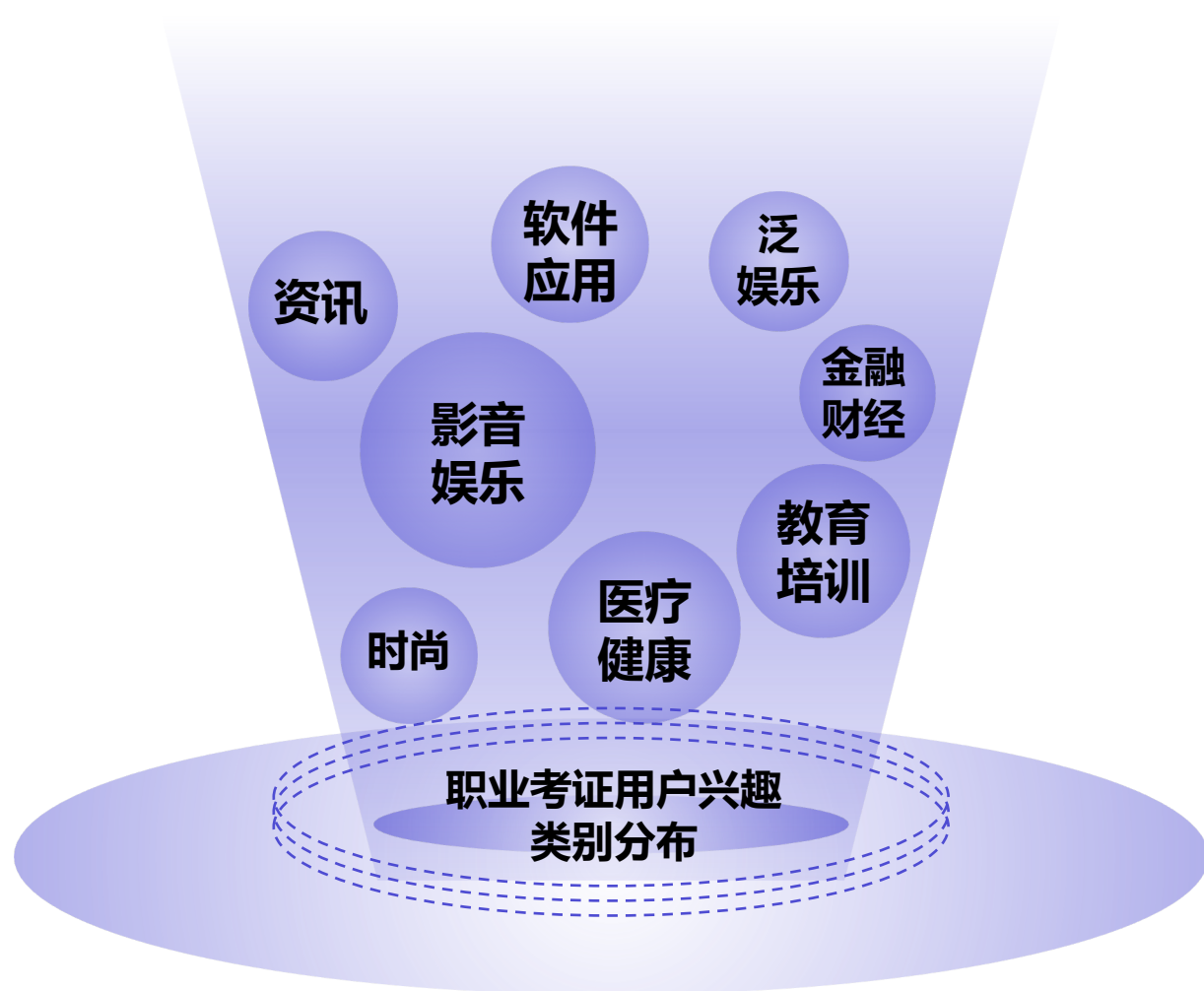
百度 支付宝 微信

安装TGI TOP3

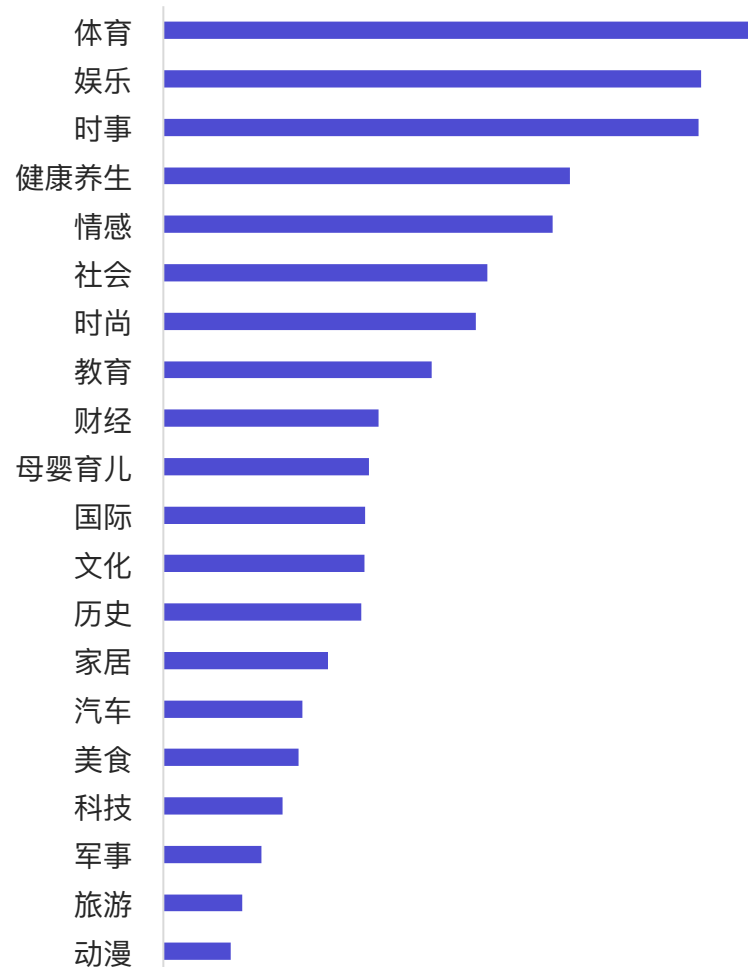


交管12123 百度网盘 WPS

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。



The background image shows a classroom setting with a blue overlay. In the foreground, a male student is smiling while looking at a laptop. Behind him, a female teacher or tutor is smiling. To the left, another male student is writing in a notebook, and a female student is visible in the background.

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

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
.....

消费者主
要关注点

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%

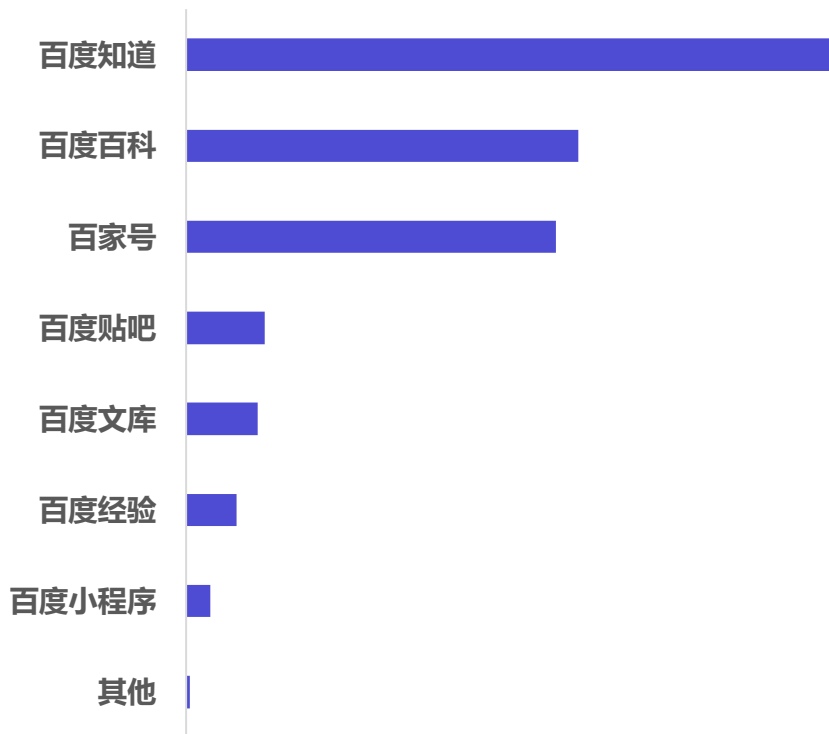
如何备考？
开始寻找培训机构

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

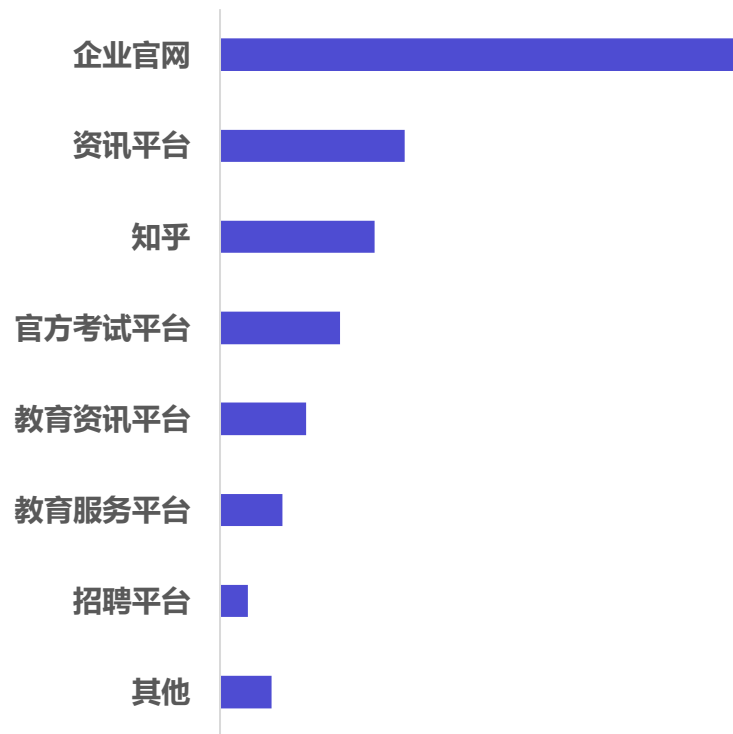
百度知道、百度百科是用户在百度站内获取信息的主要途径



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；

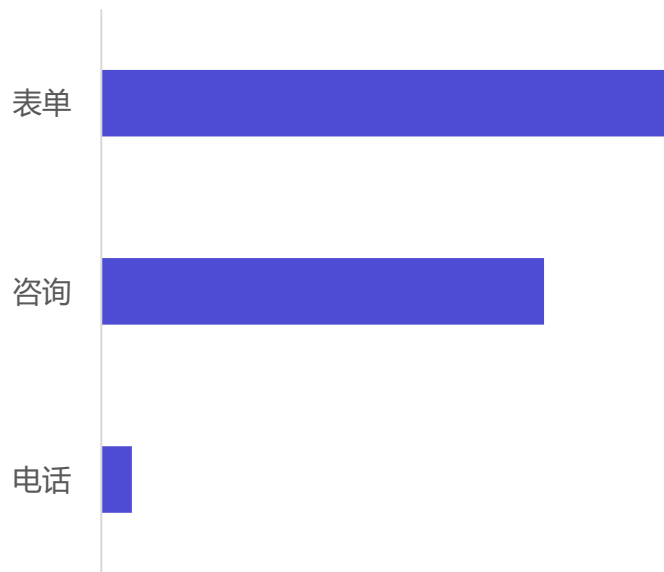
官方考试平台：如国家普通话报考平台等；

教育服务平台：如知了好学/培训通等；

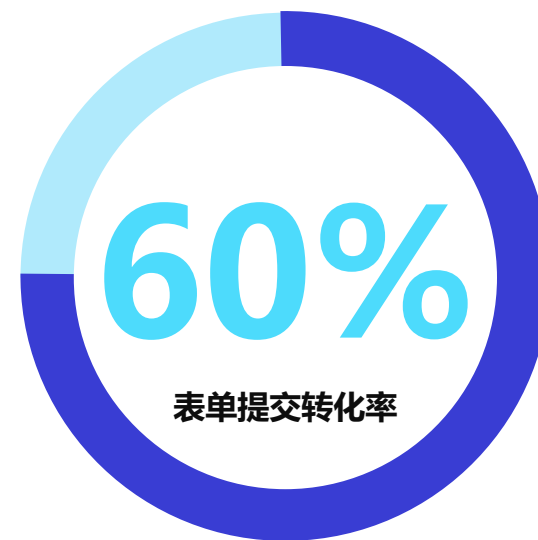
教育资讯平台：如帮考网/营养师网等；

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%。



The background image shows a classroom setting with a blue tint. In the foreground, a male student is smiling at the camera while sitting at a desk with a laptop. To his left, another male student is focused on writing in a notebook. In the background, a female student is smiling. The overall atmosphere is positive and educational.

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

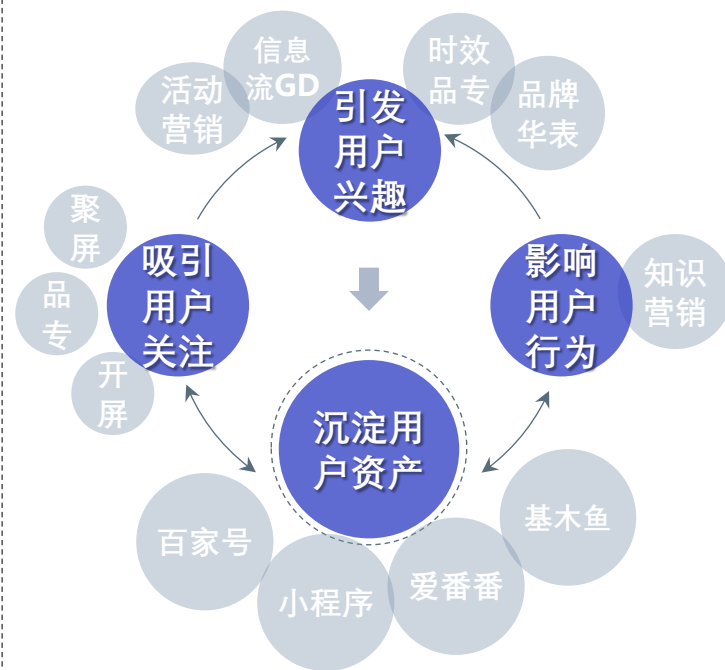
2

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



秒懂视频软植入-百科共建

知识营销-CPC

知道合伙人

知识闪电

文库-频道共建

品牌loft

智慧锦囊

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



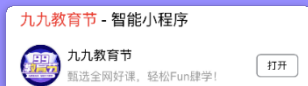
学习后的成果展示



『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

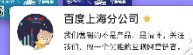
话题酝酿 蓄势待发



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

互动答题

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

