



— 2019 —
教育行业人才需求趋势报告

Education industry talent demand trend report

版权及免责声明

本研究成果属于才鹿（上海毓新企业管理咨询有限公司）所有，未经书面许可，任何机构不得以任何形式翻版、复制和发布，如引用发布，需注明出处。

调研报告中所涉及的数据、信息与建议，仅供读者传阅与参考。

© 2019版权归 才鹿 所有

报告导读

为了帮助您更好地使用本报告，才鹿为您精心准备导读内容

扫码添加才鹿鹿，回复“导读”，将加您入群，3月25日晚8点为您精彩呈现。



才鹿鹿微信二维码

前言

“需求升级,回归本质,发展融合,理性前行”

2014年11月,跟随教育市场的创业与资本热潮,才鹿创始。我们相信,一个行业的发展,需要优秀企业的兴起,需要优秀人才的协力创造,需要资本、技术、政策的鼎力加持。作为一家行业性人力资源服务机构,我们专注地秉承“让合适的人才为教育企业创造价值”的使命,希望通过行业研究、数据驱动与服务创新,来更好、更快、更多、更省地支持教育企业的成长。“行业研究”是我们交付力提升与数据化驱动的基础,也是我们为行业打造的理解教育市场、企业与职能发展趋势的窗口。

2017年,才鹿发起第一次面向教育创企的招聘趋势调研,188家企业参调,报告成果获得超过10万次传播转阅。2019年年初,我们发起第二次更大规模的面向教育行业招聘趋势调研,500家企业参调,覆盖26个省市与10大赛道。两年间,我们见证了独角兽们的诞生,目睹过增长泡沫的消逝,亲历过政策带来的动荡。2019年冰雪消融之际,通过本次调研,我们欣喜地见证了教育消费的“需求升级”带来素质教育的“百花齐放”;清晰地感知到线下培训的复苏与线上的融合带来教育本质的回归;冷静地认知到本质与利润驱动带来理性的增长预期。

今年,基于更细部的数据解构,我们从2019年教育市场的活跃度分布、整体增减员趋势、职能需求与薪酬趋势以及重点赛道分析四大维度理解并深入分析了调研数据。我们希望这份招聘趋势报告可以支持教育企业在2019年有一个更清晰的相同赛道或关注赛道的组织发展蓝图,制定合理的人才招聘计划,做好吸引合适人才的充分准备。我们也希望这份报告支持行业人才在2019年更清晰地看到企业需求的变化而带来的职能要求变化,合理定位自身优劣势,找到更有发展潜力的“线面体”,进行有前瞻性的生涯规划,为职业跃升铺平道路。

特别鸣谢

参与调研企业

才鹿在此,感谢所有参与2019年行业招聘趋势调研并提供有效调研数据的企业HR管理者。感谢你们的宝贵时间与对组织和人才发展的重视,得以支持才鹿产出这份趋势报告,为行业提供有益、有价值的团队组建、市场趋势等参考,助力各位2019的成长。

参与调研问卷推广和报告发布的合作伙伴(按拼音排序)

才鹿在此,感谢本次行研发起、组织、发布过程中,全力支持我们的合作伙伴。他们与才鹿一样,在教育市场利用自己的优势,提供有竞争力的服务,推动行业的发展。期待才鹿能与更多上下游企业建立共赢合作,为行业创造更多高品质的服务与产品。



目录

06	01 企业画像分析	07	1.1 参调企业活跃度与中国教培企业分布活跃度基本一致
		08	1.2 「素质教育」超越「K12学科」,「语培」声量式微
		11	1.3 小规模企业依旧是市场主力,资本化与规模化空间可期
		13	1.4 “线下培训”一定比例回归,「教育综合体」与“内容产品”增长
15	02 2019整体趋势	16	2.1 「青少语培」、中型营收规模企业“裁员”指数较高
		18	2.2 三成企业“真裁员”,一线人才“先挨刀”
		19	2.3 「综合品类」与「素质教育」扩增明显,3万主管级别人才需求待补
22	03 职能分析	23	高管篇
			3.1 驱动业务的副总裁最受热捧,总经理需求位列第二
		29	教学教研篇
			3.2 2019年需求之最,“教研产品经理”是跨赛道刚需
		33	销售市场篇
			3.3 电销与校长并驾齐驱,渠道销售是2019热点
		40	互联网与综合职能篇
			3.4 互联网线产品与运营为主流,综合职能HR人才热度更高

目录

42	04	赛道剖析	43	素质教育
			4.1	素质教育天时地利, 成长潜力快速增长
			54	K12培训
			4.2	K12赛道进入整顿, 国际K12成新增长点
			64	教育综合体
			4.3	重新认识教育综合体
68	05	2019展望		
71	06	实用工具	72	薪酬速查表使用说明
77	07	才鹿简介	78	才鹿——让优秀的人才为教育企业创造价值
			79	才鹿——让教育人才在合适的企业发挥价值
81	08	附件	82	附件1:参调企业营收规模与融资阶段对比分析图
			83	附件2:参调企业赛道与企业营收规模分析图
84	09	鸣谢		

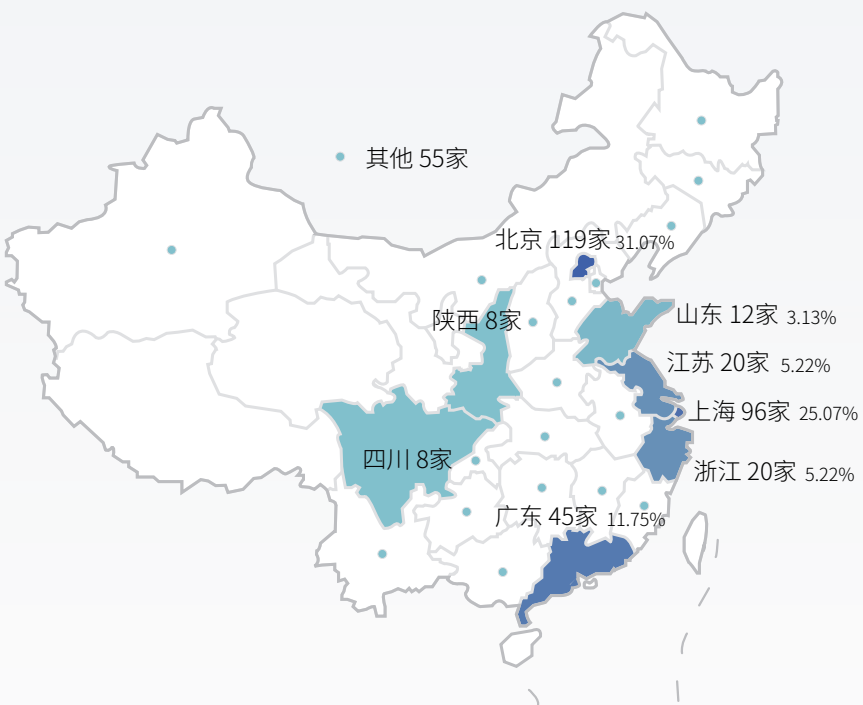
Part 1

企业画像

2019年,才鹿主办的教育行业人才招聘需求调研,于2019年1月7日正式启动,1月31日截止,历时24天。才鹿收集到由企业提交的问卷为500份(家),经过数据清洗与筛选,保留383份(家)问卷数据做进一步分析与解读,尽可能实现样本数据的有效性,供读者参考。

1.1 参调企业活跃度与中国教培企业分布活跃度基本一致

本次参调企业来自全国26个省(直辖市),相比2017年调研,覆盖区域增加了13%。参调量前五的省份(直辖市)依次为北京、上海、广东省、江苏省与浙江省。



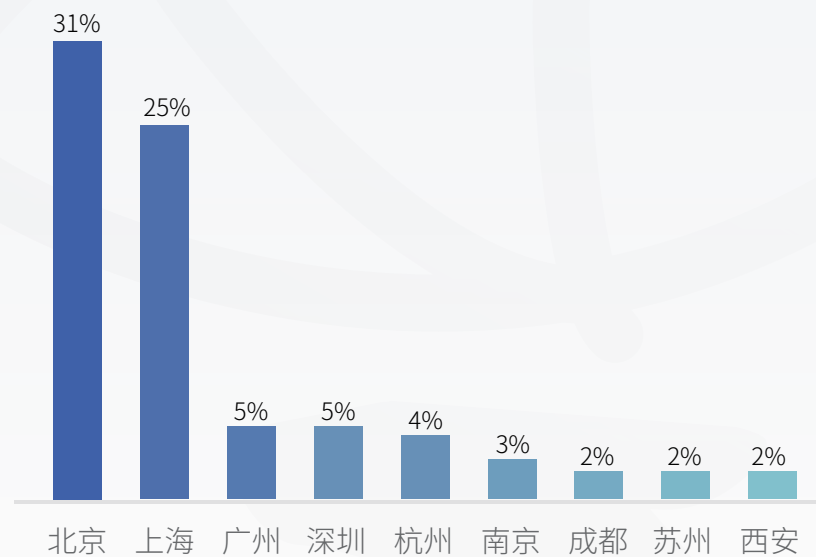
全国参调企业地域分布图

注1: 2017年调研是指才鹿《2017教育创业企业招聘趋势手册》;

注2: 企业数据来自383份样本。

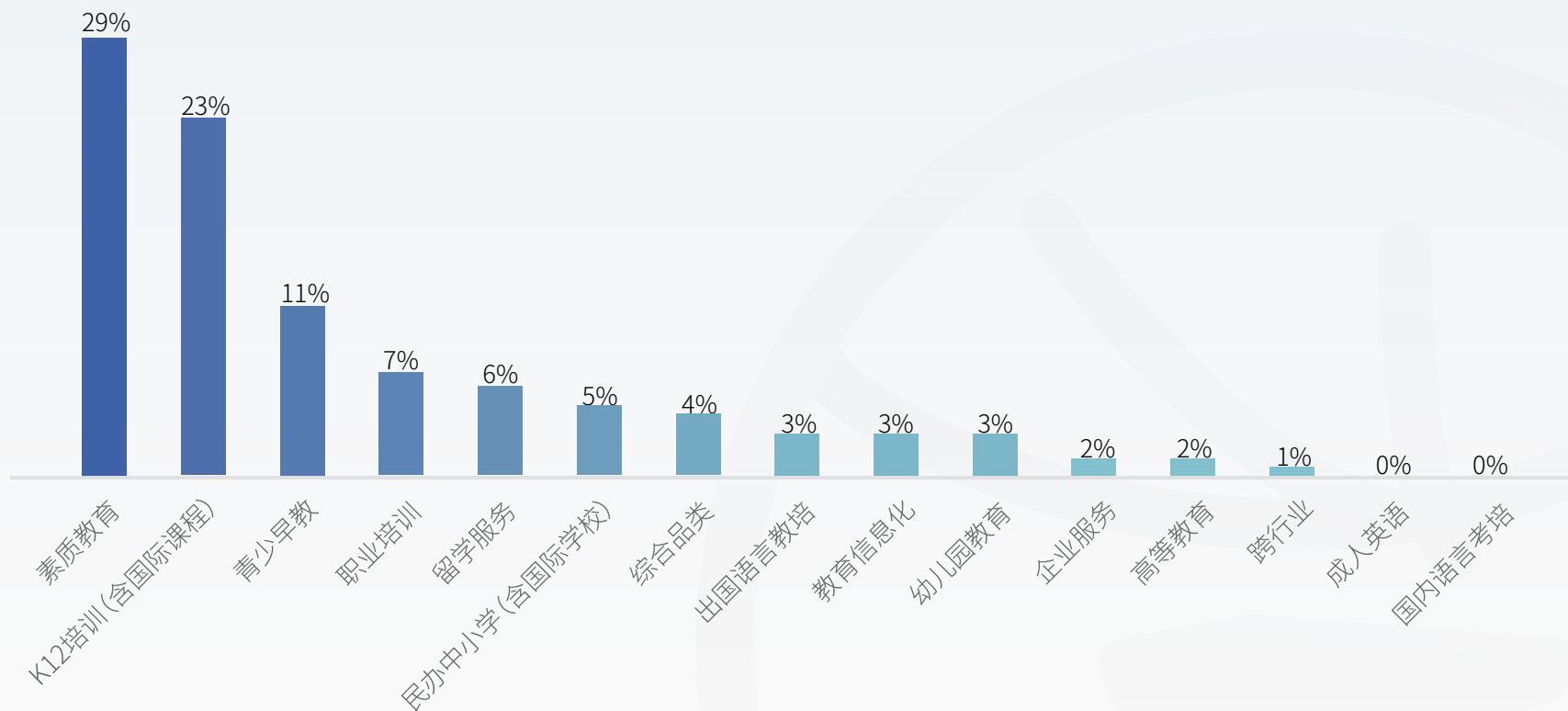
从本次调研中,我们可以看到的是,中国教育市场活跃的企业分布在以下重点城市:

北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、成都、苏州、西安。



参调企业热门城市分布图

1.2 「素质教育」超越「K12学科」,「语培」声量式微



参调企业赛道分布图

本次参调企业的赛道分布,相较于2017年有非常大的变化,集中体现为素质教育赛道的企业参调占比达到第一,反超「K12培训(含国际课程)」赛道,「青少早教」赛道位列榜单第三。语培方向,「语言考培」参调量较少,「成人语培」参调企业为零。

赛道分布变化图



对比一下2017年的调研报告，参调企业的赛道分布呈现出显著的变化。

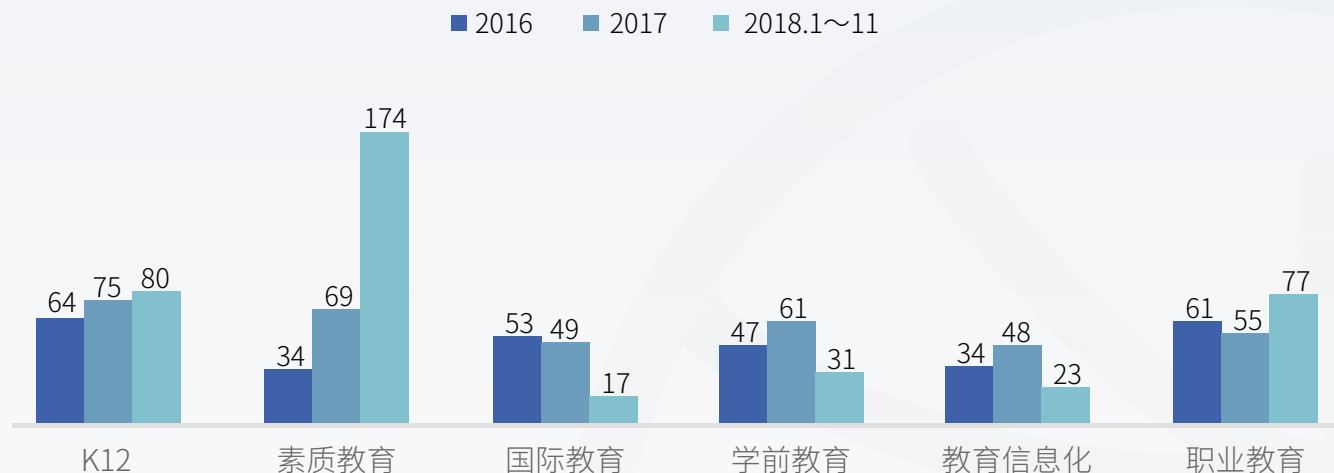
因市场方向垂直化和差异化的发展，关于赛道名称的定义，2019年相较于2017年做了更细的划分（其中尚未明确的部分，将在赛道篇中做更进一步的讨论）。

2017年，「青少语培」被归入语培赛道，因为年龄段与「K12」相近，近年来「青少语培」也曾被归入「K12」赛道。到了2018年，「青少语培」向3-6岁的低年龄段拓展，较多企业将其归入「青少早教」赛道。

注1: 本次调研报告中，「青少语培」与「早教亲子」企业合并为「青少早教」，「语培」仅包含「出国语培」、「国内考培」与「成人语培」。

素质教育赛道

「素质教育」在本次调研中,包含了「艺术体能」、「STEM」、「游学营地」三个方向,总参调企业数量为110家,在本次参调企业有效样本数据中,高于一向在市场份额与创业活跃度更高的「K12」赛道。



2016-2018.11 细分行业融资情况图(单位:家)

数据来源:IT橘子,教育创新趋势研究院整理,刊于多鲸资本《2018教育行业投融资报告》

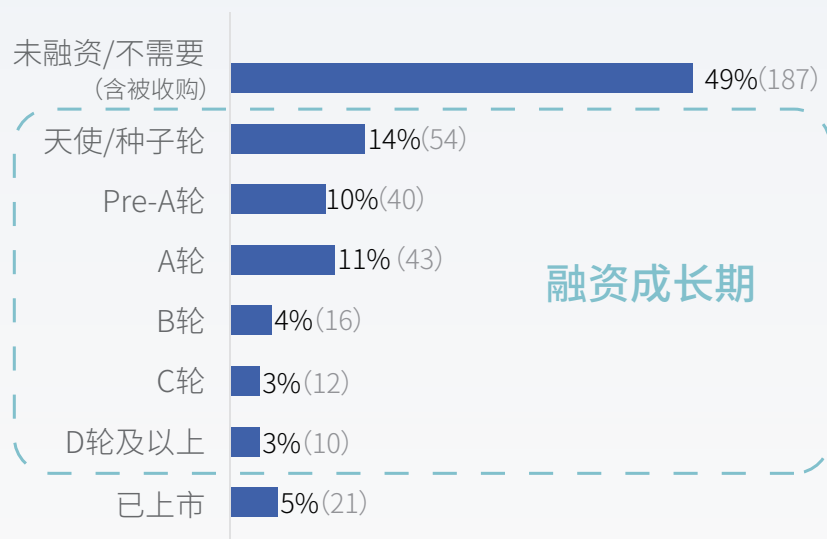
这其中,有两大重要影响因素,一是发布本次调研的合作伙伴中有素质教育平台——睿艺,他们拥有非常集中的素质教育企业群体,故参调比例可能因发布渠道而有数量差异;二是「素质教育」赛道的企业活跃度从2017年开始就有非常高的提升,而且在多个细分领域全面开花,且融资吸金能力也十分强劲,从投融资报告中可以看出,其排名与本次报告的参调企业活跃度排名基本一致:2018年,「素质教育」赛道融资数量首次超过「K12」赛道。

注1:本次调研对素质教育细分赛道企业采取分别收集、合并统计的方法;

注2:素质教育中的「游学营地」、「艺术体能」、「STEM」的参调企业数量分别为14、56、40份(家)。

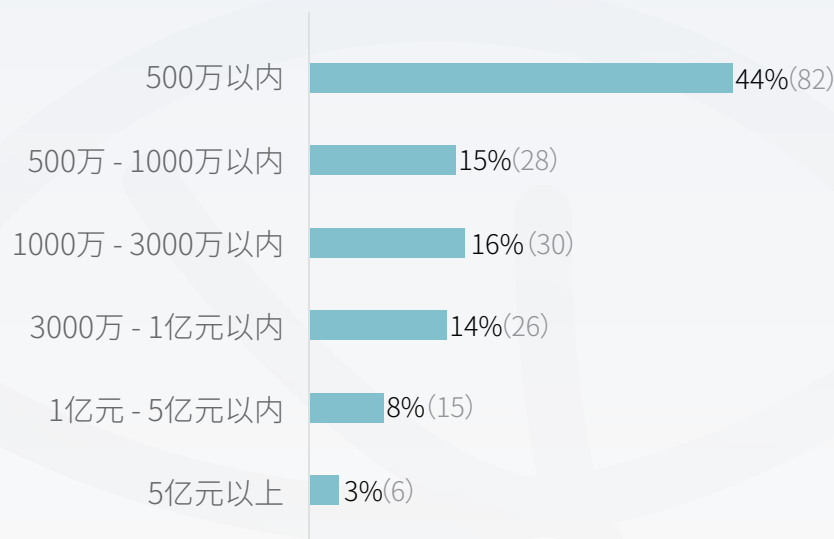
1.3 小规模企业依旧是市场主力, 资本化与规模化空间可期

参调企业融资阶段分布图



本次参调企业中, 48.8%的企业处于“未融资/不需要融资”的阶段, 45.7%的参调企业处于融资成长期, 其中天使轮-A轮企业占大多数比例, 有21家上市公司, 占比5%。

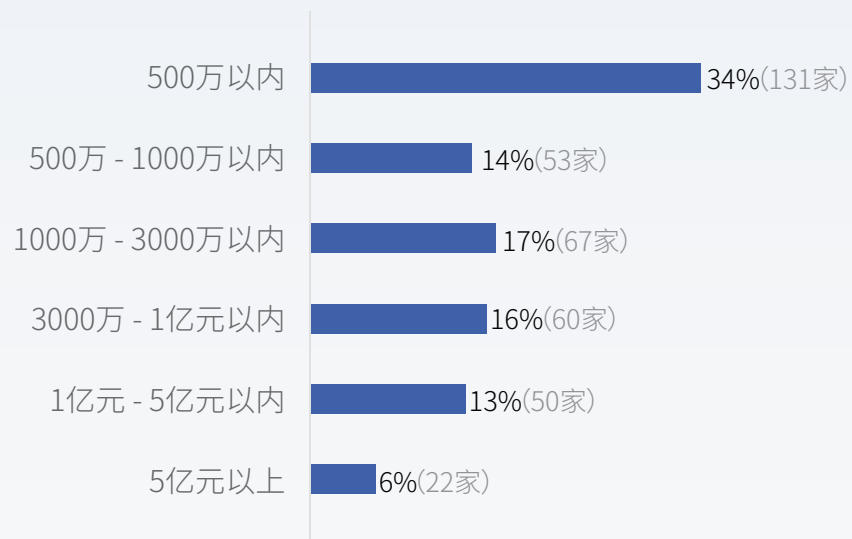
“未融资/不需要融资”企业营收范围分布图



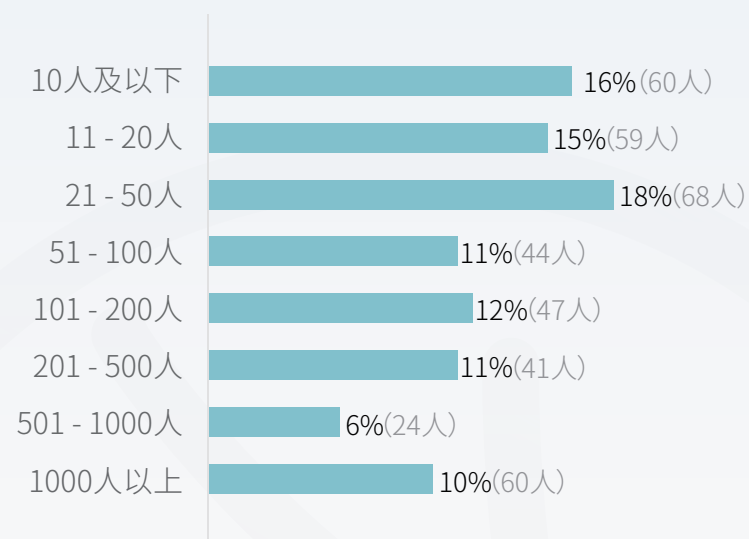
“未融资/不需要融资”企业指其未参与资本化, 但并不代表是初创型企业。在187家未融资企业中, 有77家企业营收超千万, 有21家企业营收过亿。

注1: “未融资/不需要融资”企业指其未参与资本化, 但并不代表其是初创型企业。

企业营收范围分布图



团队规模分布图



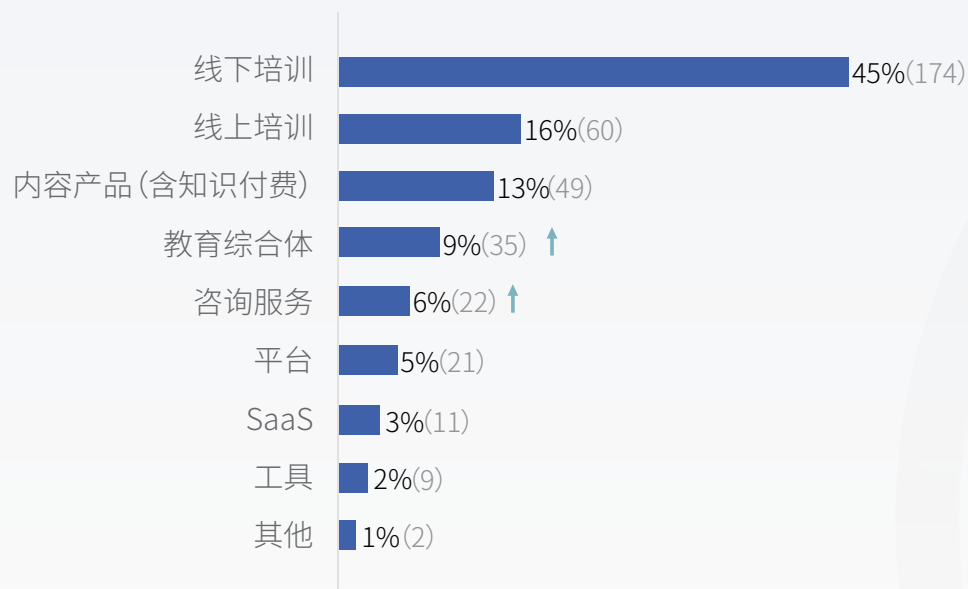
本次参调的383家企业中：

- 48%的企业营收规模在千万级别以下，34.2%的企业营收低于500万；
- 33.2%的企业营收在数千万量级，18.8%的企业在亿元量级，其中包括了22家营收5亿元以上的企业；
- 48.83%的企业团队规模在50人以下，其中20-50人规模的占比相对较高；
- 34.46%的企业团队规模在100-500人，团队规模在千人以上的企业比例为10.44%。

1.4 “线下培训”一定比例回归,「教育综合体」与“内容产品”增长

本次调研中,我们对产品形态做了细部的划分,包含线下培训、线上培训、内容产品(含知识付费)、平台、SaaS、工具、咨询服务、教育综合体等。

产品形态分布图



本次参调企业中, **45.43%**的产品形态为主流的线下培训机构,线上模式(培训服务、内容产品、平台)的企业占比**36.29%**。相比于2017年,我们看到“线下培训”模式的企业有近1倍的增长,与之关联的是2014年开始教育企业产品模式线上化增速稳定, **教育企业回归线下场景的比例逐渐增高。**

值得关注的是,本次参调企业中, **有35家企业选择「教育综合体」来定义自身的产品形态**,有49家企业选择了“内容产品(含知识付费)”的类型。

自2017年开始,以喜马拉雅、得到、凯叔讲故事为代表的知识付费类企业数量持续地成长。**知识付费与在线教育的融合,是2019年更进一步的业态趋势。**

注1: 2017年参调企业中,线下培训占比25%、线上培训占比22%、内容与平台占比16%;

注2: 「教育综合体」的概念自2017年兴起,作为一种教育企业新兴的产品形态,业内对教育综合体的认知仍是较为模糊的,在「赛道篇」中,我们会对「教育综合体」做多维度的讨论,探索更清晰的行业定义。

活跃企业画像组合



素质教育
赛道

+



线下培训/内容产品
产品模式

+

B2B2C

B2B2C
商业模式

在参调企业当中, **60%的商业模式为B2C, 共有230家企业。另有15%的企业标注自己的商业模式为B2B2C, 即通过上下游或者企业客户渠道来获取并转化C端客户。**

在B2C模式下, 企业们投入大量的营销费用, 不断调整营销方式以期更好获客, 随着获客成本快速增长, 不能支撑的“烧钱企业”, 正在寻求新的方式接近客户实现产品价值。

对于B2B2C的新创业者, 投入更多精力用于高质量内容、教研、产品的开发, 找到相匹配上下游的合作渠道, 通过优势互补更有可能获得生机。

注1: 其他参调企业的商业模式分布为: B2B模式48家占13%, B2S (进校类) 24家占6%、B2F (加盟类) 24家占6%。

Part 2

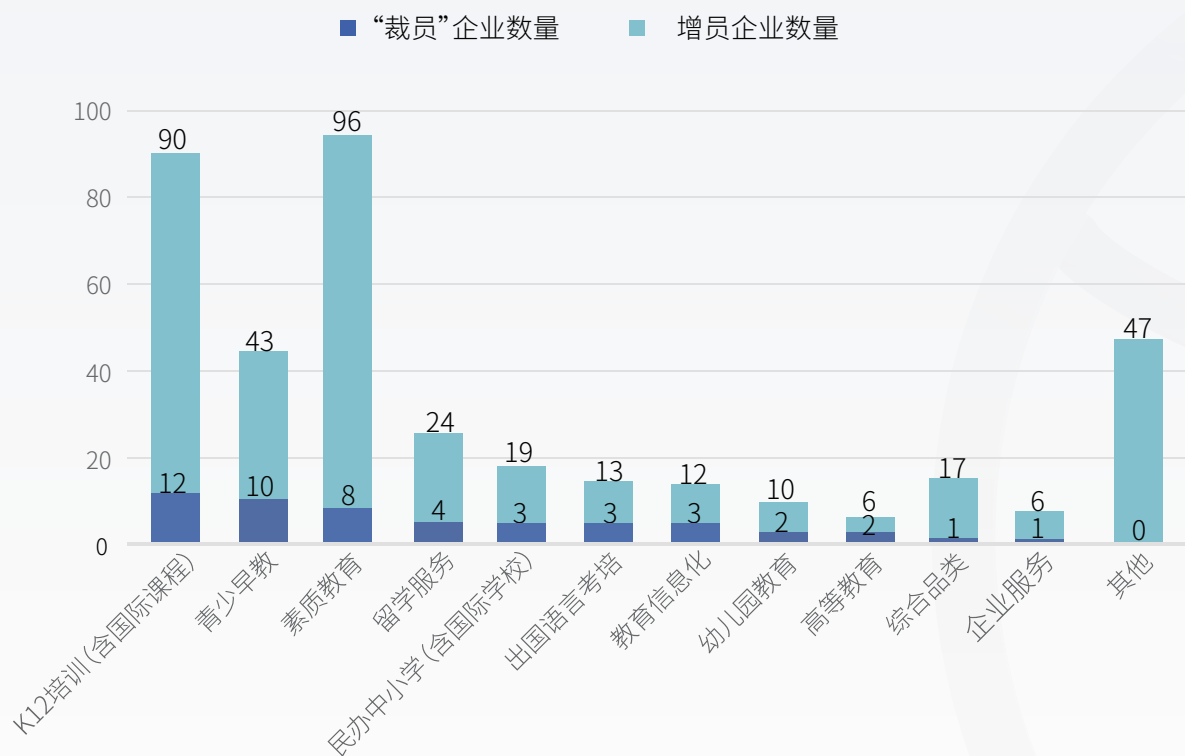
2019整体趋势

在参调的383家企业中,有12.79%的企业有裁员计划,其中主体是3000万-1亿元规模企业,经过深度访谈,企业普遍裁员的原因是组织调整和盈利规模不及预期。在69%的增员企业中,「综合品类」和「素质教育」赛道贡献了较大力量。从职能维度来看,企业最需要的三个职能分别为:销售市场、教学教研、高级管理。

2.1 「青少语培」、中型营收规模企业“裁员”指数较高

在参调有效数据的383家企业中,49家企业说明自己有“裁员计划”,占参调企业的12.79%

“裁、增员”企业赛道分布图(单位:家)

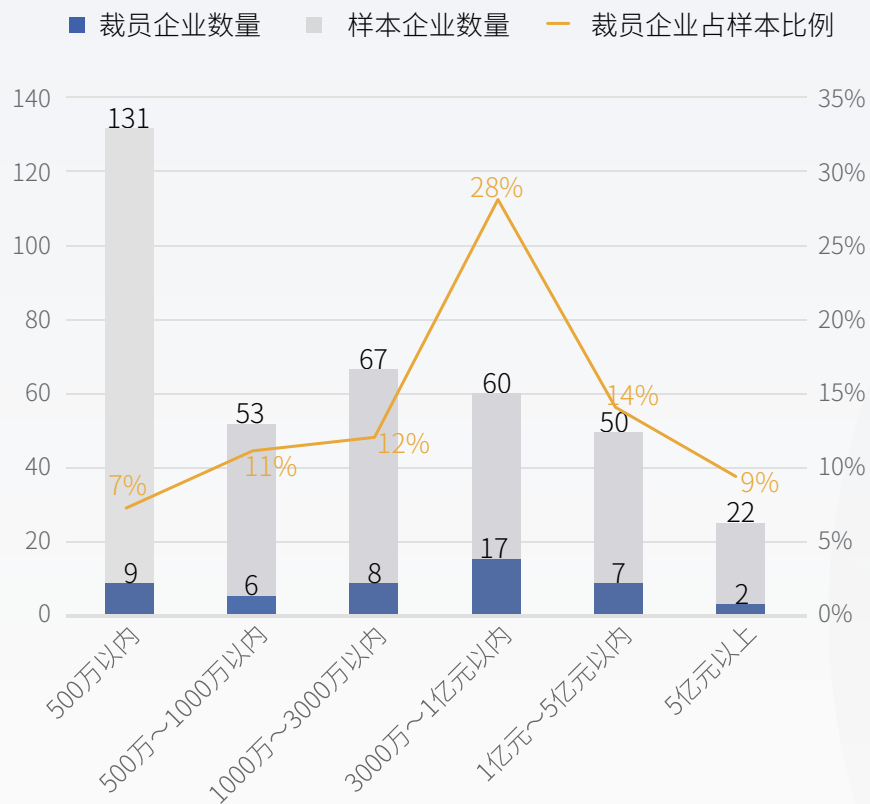


从赛道维度分析,49家有“裁员计划”的企业中,12家来自「K12培训」,10家来自「青少早教」。因「青少早教」赛道企业总数教小,整体“裁员”比例高达23%,10家裁员的「青少早教」公司中有包含了6家「青少语培」企业。

「青少语培」赛道自2016年开始兴起,2017年成为规模化重地,2018年布局「在线小班」同时向低龄化发展,但随着扩张过度,资本寒冬,竞争白热化,新模式业绩未达预期,这些因素都让“裁员”成为企业保存根本、因时而动之策。

注1: 本次调研中关于“裁员”问题,设计目的是为了了解哪些企业在2019年会进行一定程度的“缩编”。但实际填写问卷过程中,部分参调人员理解“裁员计划”是指今年有一定的人员优化计划或调整人才结构。故该模块的数据分析仅供读者参考,不能仅通过“裁员计划”的企业类型分析,来直接预测“缩编”结果。

“裁员”企业营收规模分布图(单位:家)



从营收维度分析,49家有“裁员计划”的企业中,17家企业营收规模处于3000万-1亿元阶段,占“裁员”企业总数的35%,而在该阶段总计60家企业样本中,其“裁员”比高达28%,远高于其他营收规模的企业。

在1-5亿元营收规模的企业中,“裁员”率为14%,比例较高。值得关注的是,营收规模最少的500万以下企业和营收规模最高的5亿元以上企业,“裁员”率在同类规模企业中的占比均低于10%,分别为7%和9%。

由此可见,3000万量级以上的企业进入快速增长的阶段,在人员增加、市场投入、业务版图扩张上都较为激进,若不能较好平衡发展节奏、获得充足的融资保障,就会有较大的裁员风险。

2.2 三成企业“真裁员”，一线人才“先挨刀”

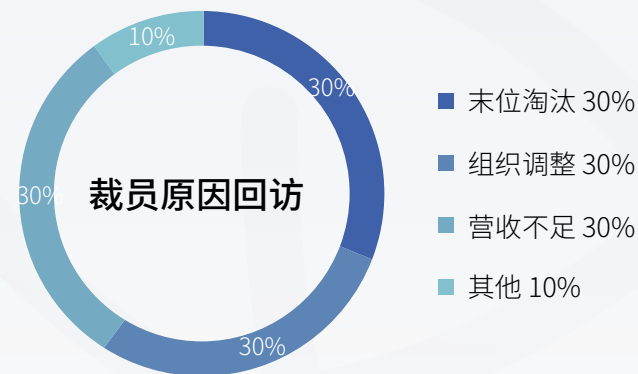
为了深入了解裁员的原因和裁员岗位类型，才鹿对问卷中填写了“裁员”的13家企业做了回访，得到以下结果：

裁员的主要原因有哪些？

在回访的企业中，有近30%的企业并非真正“裁员”（即组织缩编），而是因人员的末位淘汰从而有劝退动作。

另外70%的企业确实有一定的人员裁减。其中一半的企业负责人表示，“裁员”是因为战略方向调整、部门整合、组织优化，所以会有一些数量的成员会被辞退，并非大规模减员；另一半负责人则表示，是因为企业营收较低，所以将又直接减员的计划和行动。

但在问到“减员同时是否还在招人”时，受访者一致表示，企业依然还在进行人才招聘。



裁员的主要岗位类型有哪些？

对于30%末位淘汰的企业而言，裁员对象主要是一线人员，同时也会涉及到主管级和经理级人才。

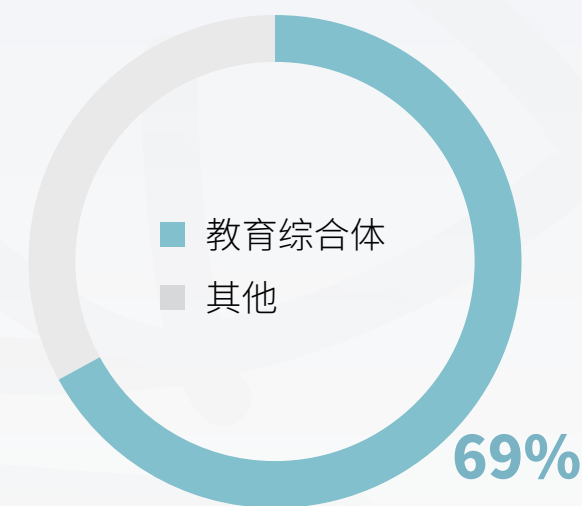
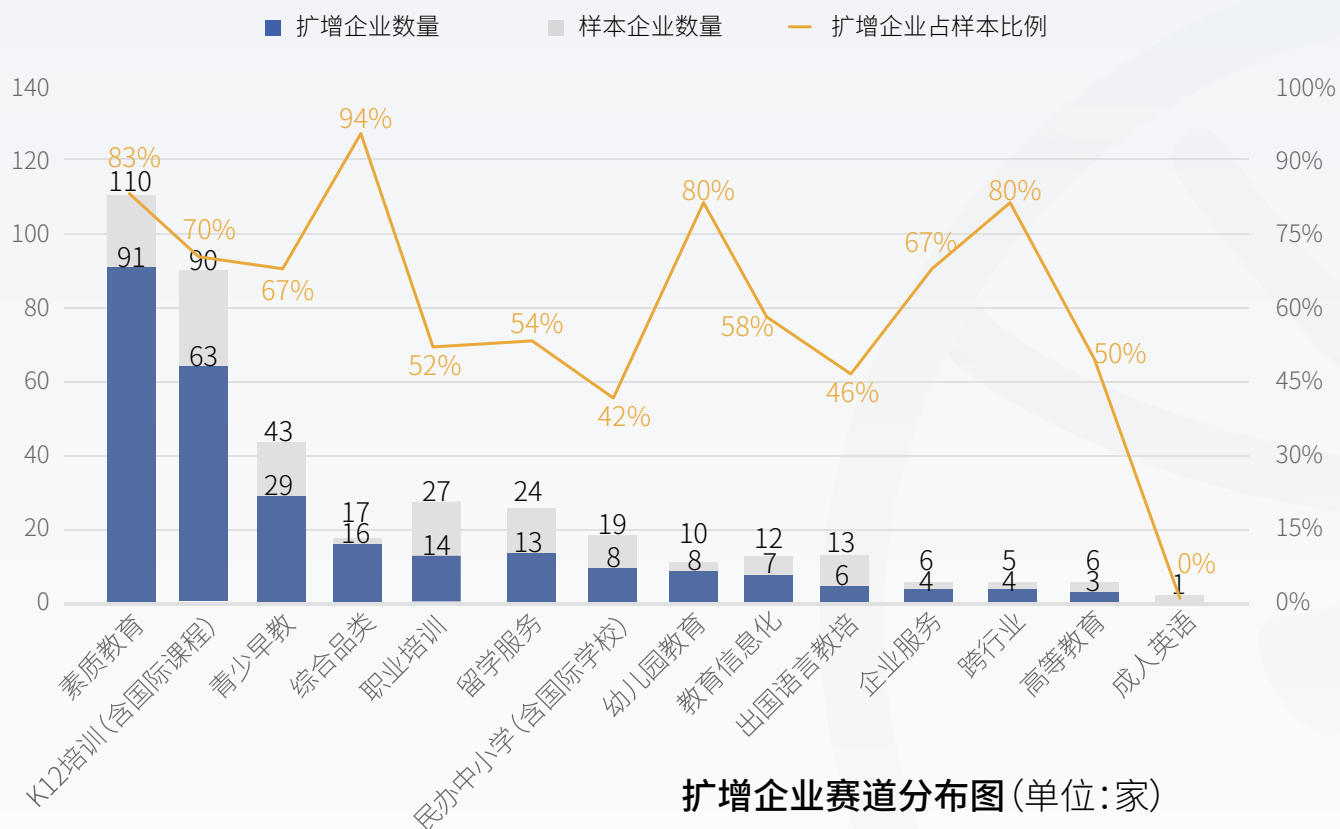
对于因组织优化而“裁员”的企业，其对象从专员到经理级的人才都会涉及，以一线人员居多。

对于因营收较低而裁员的企业，一致将一线人员列为最主要的裁员目标。

注1: 鉴于回访的样本量较小，回访所得的数值比例并不具有代表性，仅供企业参考。

2.3 「综合品类」与「素质教育」扩增明显, 3万主管级别人才需求待补

调研结果显示, 383家参调企业中, 266家在2019年招聘的人数比2018年多, 占比69%。为方便表述, 我们将2019年比2018年招聘量增加的企业称为“扩增企业”。



从赛道维度分析, “扩增企业”比例最高的赛道是「综合品类」, 94%的综合品类企业在2019有扩增计划。「综合品类」赛道的企业特点是拥有较多学科, 包括「K12、素质教育」等, 其中69%企业的产品形态为「教育综合体」。

扩增比例第二高的是“素质教育”企业, 83%的「素质教育」企业相比2018年要招聘更多人才。



关注才鹿公众号, 回复“1”即可查看更多