



中国外语培训市场系列调查报告

市场总体情况

调查派独立调研报告

2011年11月

目录

一、调查背景：	4
1.1 中国外语培训市场规模	4
1.2 中国外语培训市场发展的刺激因素及构成	4
1.3 关于中国外语培训市场系列调研	5
二、调查方法	5
三、主要结论	6
四、报告正文	8
4.1 外语培训接触程度及概况	8
4.2 消费者的外语培训计划	14
4.3 不同外语培训机构的品牌认知及定位	20
五、样本构成：	23
附：调查派(diaochapai.com)介绍	24
图表 1 中国外语培训市场发展规模	4
图表 2 外语培训参与状况	8
图表 3 目前参与的语言培训类型	8
图表 4 不同年龄被访者的外语选择	9
图表 5 参加外语培训的主要目的	9
图表 6 选择外语培训机构的主要困扰	10
图表 7 不同收入被访者参加外语培训的困扰	11
图表 8 目前参加外语培训机构	11
图表 9 对参加的外语培训效果的满意程度	12
图表 10 参加不同外语培训机构的被访者对培训的满意程度	12
图表 11 外语培训机构需要改进的地方	13
图表 12 是否有计划继续参加外语培训	13
图表 13 计划参与的语言培训类型	14
图表 14 不同年龄被访者计划参加的外语培训	14
图表 15 计划参加外语培训的主要目的	15

图表 16	不同年龄被访者打算学习外语的目的.....	15
图表 17	不同省市被访者打算学习外语的目的.....	16
图表 18	希望参加的外语培训课程.....	16
图表 19	不同年龄被访者希望参加的外语培训课程.....	17
图表 20	希望的课程培训时段	17
图表 21	希望的课程培训周期	18
图表 22	每年在外语培训上的预期投入金额	18
图表 23	不同收入被访者每年在外语培训上的预期投入金额	19
图表 24	选择外语培训机构的考虑因素	19
图表 25	不同收入被访者选择的外语培训机构的考虑因素	20
图表 26	计划选择的外语培训机构.....	20
图表 27	对外语培训机构的了解程度	21
图表 28	不同培训机构的学员年龄构成	21
图表 29	不同培训机构的学员个人月收入构成.....	22
图表 30	选择的培训机构与其学习外语的目的.....	22

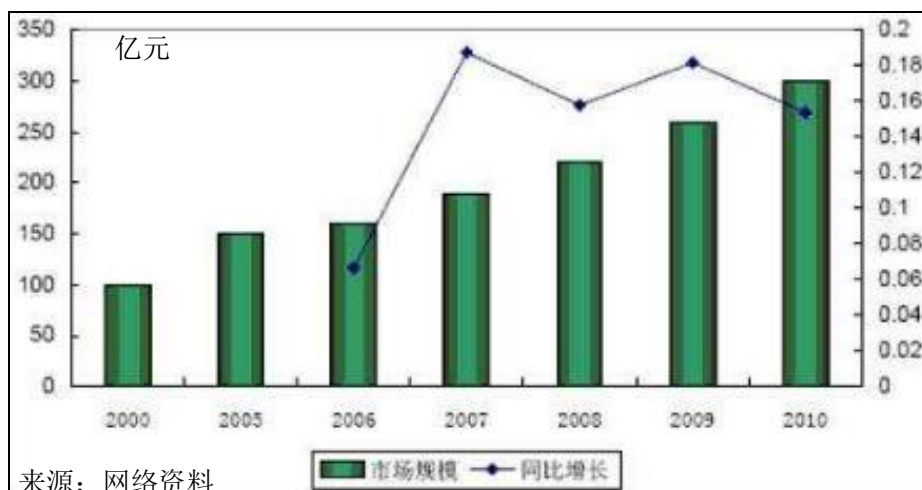
一、调查背景：

1.1 中国外语培训市场规模

当 1993 年那个冬天，俞敏洪在北京街头贴出第一张新东方的招生宣传单时，他肯定没有想到中国外语培训市场在今后的近 20 年以来会有如此迅速而庞大的发展。仅他所创立的新东方集团，2011 财年，共有分校和学习中心 487 家，培训学生 210 万人，净营收达 5.58 亿美元。

据资料显示，2010 年，中国外语培训市场规模保守估计已达 300 亿元人民币，外语培训机构超过 5 万家，外语学习人群超过 3 亿。并且预计未来 5 到 10 年，中国教育培训市场的潜在规模更将达到 5000 亿元，而其中外语培训将仍然扮演主要角色。

图表 1 中国外语培训市场发展规模



1.2 中国外语培训市场发展的刺激因素及构成

“全球经济一体化”无疑是中国外语培训市场高速增长的主要动因。伴随着经济全球化的进程，外语学习对于中国人来说变得越来越重要。一方面，应试外语市场规模不断扩大。无论是以留学、移民为目的，还是为考研升学为目的，准备各种外语考试的人增长迅速，而应试外语培训也成为外语培训市场的重要组成部分；另一方面，外语能力在职场方面的重要性也越来越被人们所重视。外资企业在华投资不断增加和中国对外贸易的发展，对语言和专业能力兼具的复合型人才需求不断增加，越来越多的职场人士重新“回炉”锤炼外语来适应这一社会现状。同时，随着中国在世界政治经济地位的提升，中国承办了越来越多的世界性活动，如“2008年北京奥运会”、“2010年上海世博会”和“2010年广州亚运会”等，使普通老百姓也有了

更多与世界相接触的机会，从而激发了普通老百姓外语学习的热情。另外，面向儿童的少儿外语培训，尤其是英语培训，在近些年也发展迅速。年轻父母为了“不让孩子输在起跑线上”，在孩子外语基础培训方面投入巨大，使少儿外语培训成为外语培训市场中的一支独立分支，并且潜力巨大。

面对庞大的市场需求，各方面资本纷纷注入外语培训市场，促进了市场的迅速扩大，使中国外语培训市场呈现多元化发展的态势。以新东方、疯狂英语为代表的民营机构起步较早，在消费者中具有较强的认知基础，并且分校及培训点分布较广，因此构成外语培训市场主导力量。受中国市场潜力的吸引，很多国际化的外语培训机构也扎堆中国，其中的代表性机构英孚教育和华尔街英语都很早开始进入中国市场，它们普遍定位较高，采用国际化的教学方法，在高端人群中具有一定认可度。同时受利益驱动，各地也存在很多良莠不齐的中小型外语培训机构，它们依靠低廉的价格，或者独特的教学方式等定位优势，也悄然在市场中占据了一席之地。

1.3 关于中国外语培训市场系列调研

在中国外语培训市场如火如荼发展的同时，也不可避免地存在这样那样的问题，调查派（<http://www.diaochapai.com>）希望通过对成人外语培训市场的系列调研，从消费者的角度对这个市场进行较为全面的探究和梳理，希望能够发现其中存在的机会和问题，进而为众多外语培训机构的良性发展起到一定的帮助作用。

本次调查作为本系列调查的第一篇，着力点在于了解市场总体状况，消费者对市场的初步体验等方面情况，在后续调查中，我们还将深入了解消费者课程选择行为习惯及相关信息接触习惯、各培训机构的知名度及优势特征、消费者课业学习要求及习惯和外语培训市场的地域性特征等方面内容。

二、调查方法

本调查为调查派（<http://www.diaochapai.com>）的独立调查项目，采用调查派（<http://www.diaochapai.com>）在线调研系统制作问卷，并在调查派（<http://www.diaochapai.com>）网站及 30 余个合作网站和微博上发布调查信息。

调查时间：2011 年 10 月 14 日-11 月 9 日；

数据处理：访问过程中通过调查派调研系统进行逻辑控制，后期对部分无效问卷数据进行人工剔除；

样本量：共回收问卷 1693 份，其中有效问卷 1641 份；

样本说明：本次调查不对样本的分布和性别、年龄等做配额限制，以便了解自然人群的外语培训接触情况，但调查样本实际构成受到调查发布网站用户构成的影响。因此调查结果仅代表参与调查样本的实际情况，不具有普遍的推广性。

三、主要结论

- 中国外语培训市场潜力巨大，约 **65%的人有外语培训需求**，且多数人认识到外语培训是一个长期的过程，不可一蹴而就，因而会保持对此市场的长期投入；
- **英语培训是外语培训的的基础**，同时小语种培训业方兴未艾，很多人都对日、法、韩、德的充满兴趣；
- 外语学习具有较强的现实需求，如**工作需要、职业发展、留学移民**等，但也有很多人将外语学习变成了个人的兴趣所在；
- 消费者在选择外语培训机构时最主要的困扰在于：**培训机构太多而无从选择，培训费用过高和课程安排的枯燥性**。市场上主要外语培训机构的定位有所差异，但对消费者来说，除了显而易见的价格差异、规模差异等，他们对各机构的内在特点并不能有很好的区隔，这也造成了他们在选择外语培训机构时的迷茫。高收入人士在选择培训机构时，对课程设置的个性化及教学水平更为关注；
- 无论是实际选择的培训机构，还是计划选择的机构，**新东方都占有较大的市场份额，其次是疯狂英语**，而这两个机构也是消费者认知度和了解度最高的外语培训机构；**计划参加华尔街和环球英语培训的人与实际参加的人相比比例有明显提升**，说明在消费者的计划和现实之间存在诸如价格、地域等各种阻隔；
- 对于已经参加了外语培训的人来说，**目前的总体培训效果一般**。他们认为外语培训机构最需要在教学方法方面进行改进，希望能形成轻松活跃的课堂学习气氛，克服外语学习的枯燥性；由于各个学员的基础水平存在差异，很多人希望能够实现个性化教学，或者具有针对性的课程安排计划，从而提升学习效果；提升教师水平、采用小班教学和降低学习费用也是消费者的主要需求；

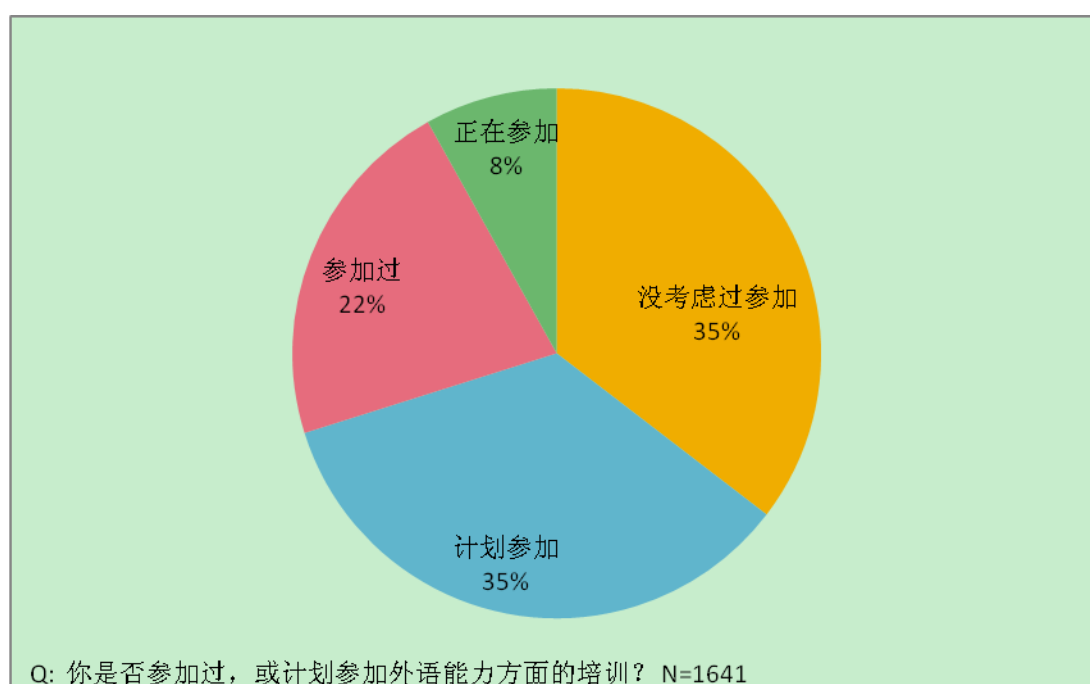
- 消费者学习外语主要是为了满足现实的工作需求，因此**听说口语相关培训尤为重要**；而对于以学生为主的来说，**语法词汇**相关的基础培训和**应试辅导**也是关注的重点；
- 多数被访者**希望利用周末时间参加外语培训**，学习时间的集中对培训机构的师资力量和规模都提出了较高的要求；同时多数人也**希望能够在半年以内的中短期中看到切实的效果**，这也会在一定程度上影响到他们下一步的培训计划；
- 学生群体的外语培训费用主要由父母承担，因此他们的预期年投入金额受家庭总体收入水平影响；而对于参加工作的人来说，**中等收入消费者的年外语培训费用通常能够接受的水平是略高于一个月的工资**；对于高收入人士，外语培训有可能为他们带来更好的回报，因此他们愿意接受更高的培训用费；
- 在各培训机构的现实学员构成方面，受样本量所限，仅新东方和疯狂英语可以做有代表性的进一步分析，如新东方学员中有近一半为**19-24岁**的年轻人；疯狂英语的学员的学习动力更偏向个人兴趣和结交朋友，而新东方则通过不同产品线满足消费者的不同需求。更为详细的培训机构的定位差异性结果还需要进一步的调查和分析

四、报告正文

4.1 外语培训接触程度及概况

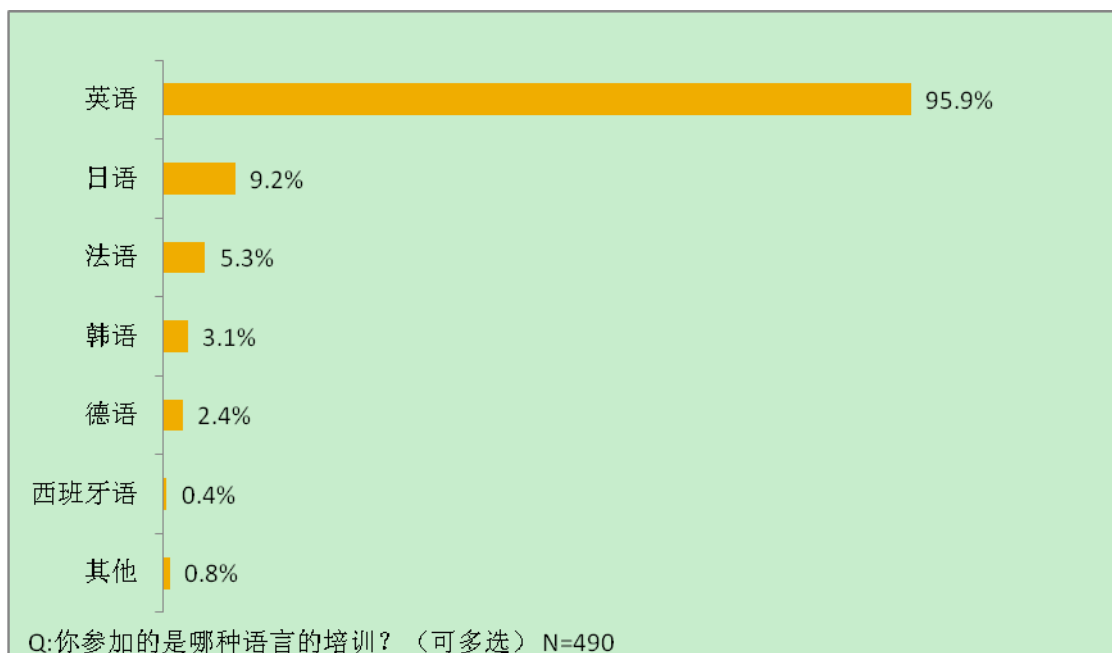
参与调查的 1641 个样本中，只有 35% 表示目前没有考虑参加外语培训项目，而有 30% 的人已经将外语培训付诸实践，或者正在参与（8%）或者曾经参加过（22%）。可见外语培训对与多数消费者来说都具有较强的现实需求，在此庞大需求的推动下，中国外语培训市场的迅速发展也就不足为奇。

图表 2 外语培训参与状况



英语无疑是外语培训市场的绝对重头，96% 的被访者参加的是英语相关培训。其次是日语和法语相关培训，作为第二外语或者作为出国的语言准备也受到了一些被访者的关注。同时，从此多选题的回答频次也可以看出，有部分消费者甚至同时在进修不只一门的外语。分年龄来看，对于 19-30 岁的年轻人来说，日语的学习比例更高；18 岁以下和 31-35 岁的人中学习德语的比例更高。

图表 3 目前参与的语言培训类型

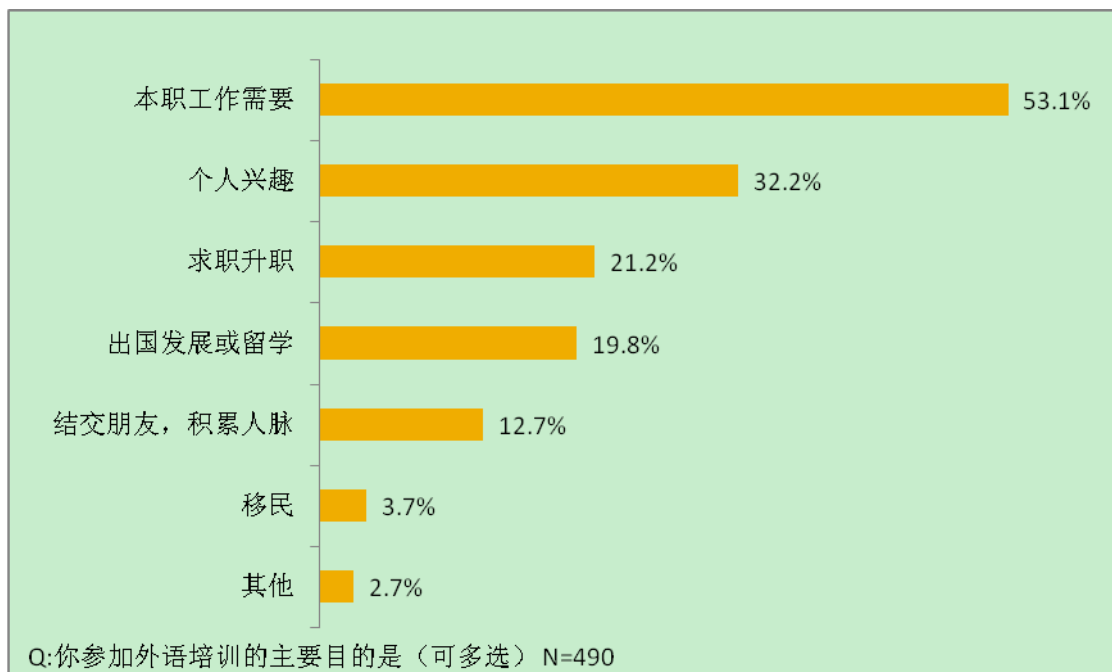


图表 4 不同年龄被访者的外语选择

	18岁以下	19-24岁	25-30岁	31-35岁	36岁以上
英语	94.7%	94.6%	98.7%	98.0%	97.8%
日语	4.4%	10.7%	14.5%	8.0%	6.5%
韩语	3.5%	2.9%	3.9%	4.0%	0.0%
法语	6.2%	5.9%	5.3%	6.0%	0.0%
德语	3.5%	2.0%	1.3%	4.0%	2.2%
西班牙语	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%
其他:	0.9%	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%
N	113	205	76	50	46

人们学习外语，一方面主要是为了工作，包括本职工作的需要（53%）和为了求职升职（21%），另一方面也有 32% 的表示学习外语是个人兴趣的一种表现。同时 20% 的被访者表示自己是为了出国发展或者留学而在学习外语。

图表 5 参加外语培训的主要目的



当被问及选择外语培训机构时所遇到的主要困扰时，39%的被访者都表达了面对众多培训机构时的无所适从。同时，费用过高（31%）和课程的枯燥死板（30%）也曾经让被访者迟疑。不同收入人群在选择培训机构时的考虑因素略有差异，总体上，高收入人群更加注意课程指导的针对性和授课教师的水平，而在费用方面敏感度较低。

图表 6 选择外语培训机构的主要困扰

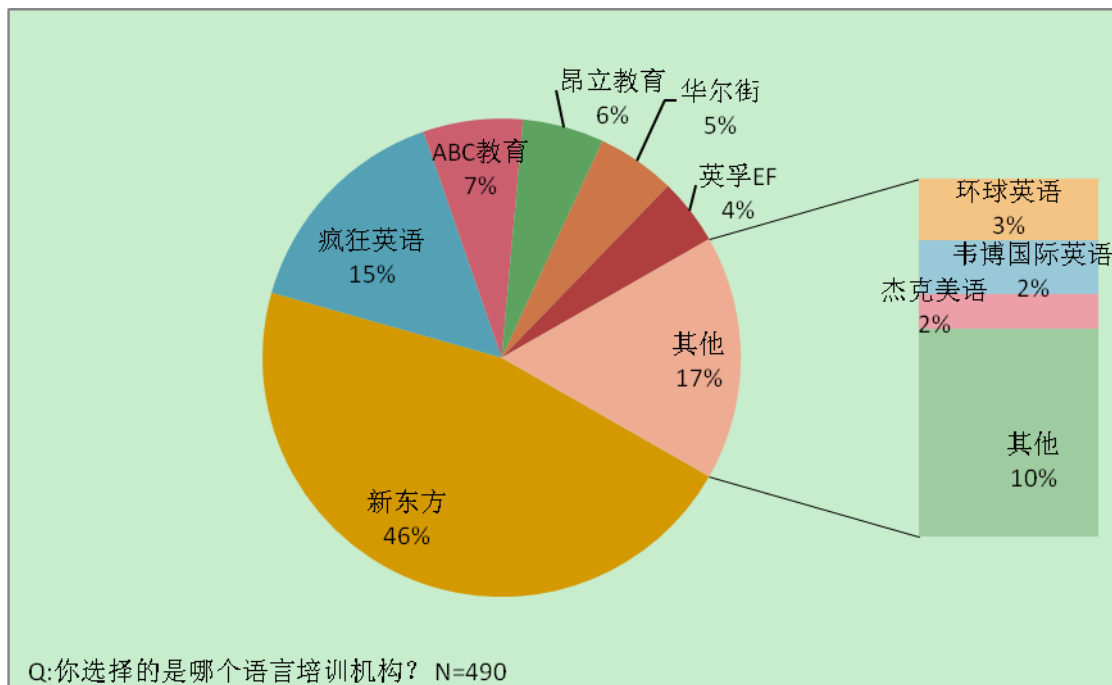


图表 7 不同收入被访者参加外语培训的困扰

	1000 元 以下	1000-2000 元	2000-4000 元	4000-8000 元	8000 元 以上
大量的培训机构，难以选择	36.3%	42.7%	30.2%	54.2%	59.5%
缺少课程选择指导，找不到适合的课程	18.9%	22.5%	23.8%	31.3%	40.5%
授课教师水平不高	17.4%	18.0%	15.1%	27.1%	37.8%
培训效果不明显	21.1%	27.0%	31.7%	31.3%	27.0%
课程枯燥，难以坚持	32.1%	25.8%	30.2%	33.3%	24.3%
大班教学，影响效果	18.9%	27.0%	23.8%	27.1%	24.3%
培训费用过高	32.6%	33.7%	30.2%	33.3%	10.8%
其他：	2.1%	3.4%	1.6%	2.1%	0.0%
N	190	89	126	48	37

从被访者参加过或正在参加的外语培训机构情况看，价格相对便宜、培训更有针对性和分校更多的民营培训机构占据绝大多数市场份额。从全国范围看，新东方在处于显著的优势地位，占 46% 的市场份额，其次是李阳的疯狂英语，市场份额达到 15%。以交际英语培训为主的国际连锁培训机构，如华尔街和英孚等，普遍收费较高，可承受人群相对较小，但市场份额也达到了 4%-5%。

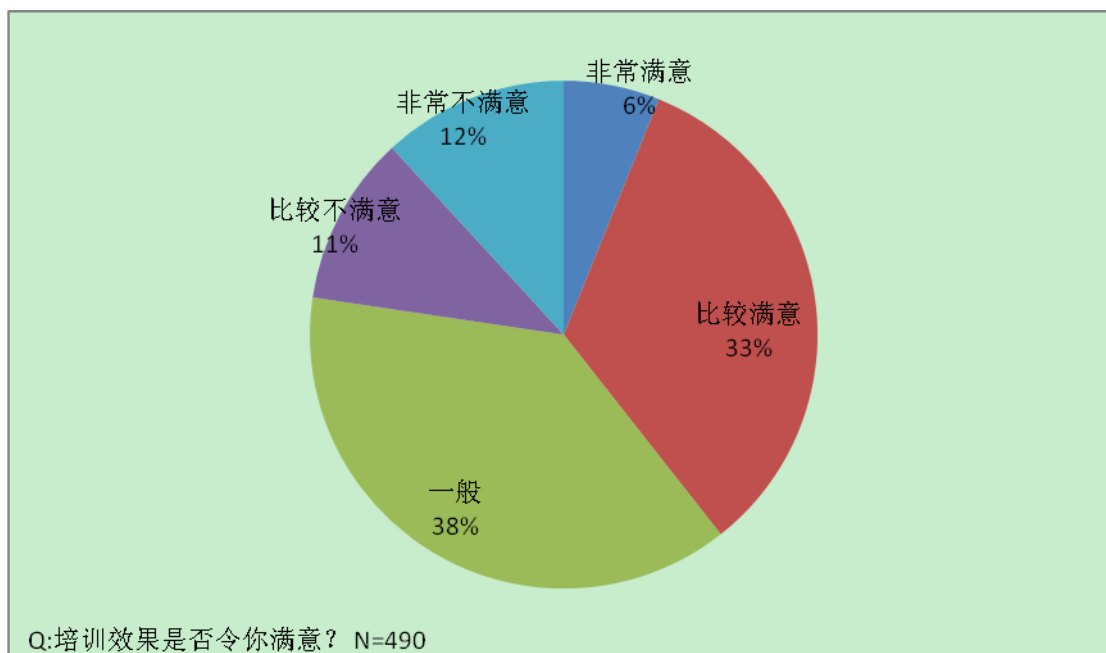
图表 8 目前参加外语培训机构



从培训效果看，有 39% 的被访者对培训效果表示满意，38% 的人认为一般。对于参加了不同培训机构的外语培训的被访者来说，总体上他们认为培训效果一般（3.1 分）。参加过英孚

英语培训的人总体满意度最高（3.5分），有18%的人表示非常满意；41%的人对昂立教育的培训效果表示非常不满意，其满意度总评分仅为2.3分。

图表 9 对参加的外语培训效果的满意程度



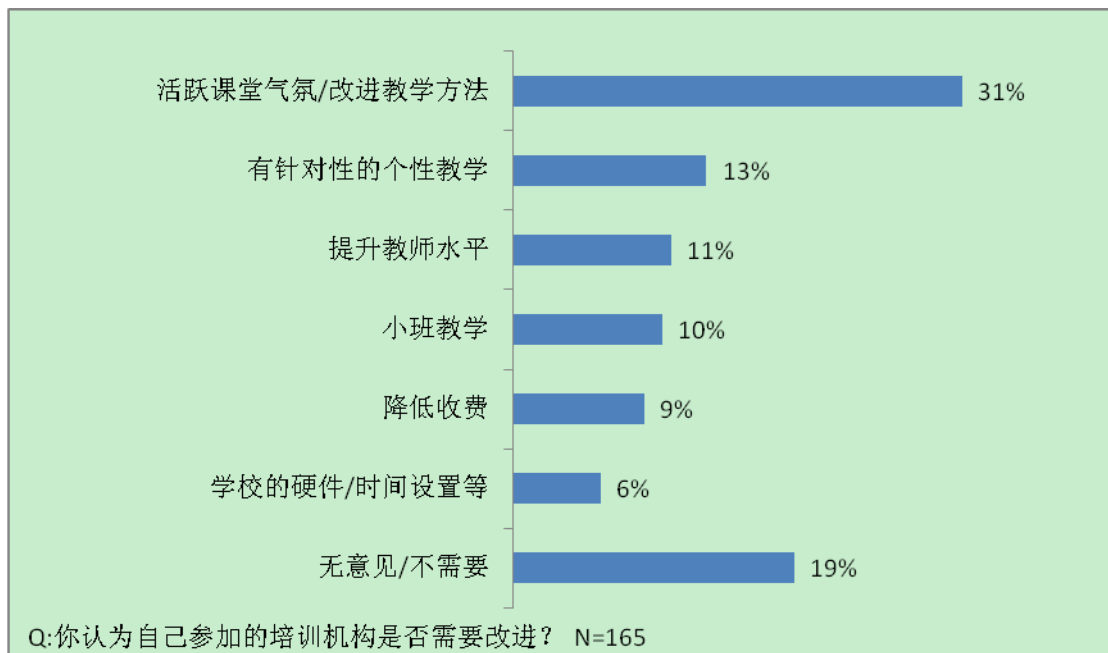
图表 10 参加不同外语培训机构的被访者对培训的满意程度

	非常满意 (5分)	比较满意 (4分)	一般 (3分)	比较不满意 (2分)	非常不满意 (1分)	平均满意度 分值
新东方	4.9%	36.3%	34.1%	10.6%	14.2%	3.1
华尔街	3.8%	26.9%	57.7%	7.7%	3.8%	3.2
英孚 EF	18.2%	36.4%	31.8%	9.1%	4.5%	3.5
昂立教育	0.0%	22.2%	25.9%	11.1%	40.7%	2.3
环球英语*	7.1%	28.6%	21.4%	14.3%	28.6%	2.7
韦博国际英语*	0.0%	25.0%	66.7%	0.0%	8.3%	3.1
ABC 教育	9.1%	30.3%	39.4%	15.2%	6.1%	3.2
杰克美语*	25.0%	12.5%	37.5%	25.0%	0.0%	3.4
疯狂英语	5.3%	36.0%	45.3%	8.0%	5.3%	3.3
其他	8.5%	31.9%	40.4%	14.9%	4.3%	3.3
合计	6.1%	33.3%	38.0%	10.8%	11.8%	3.1

*注: 样本量较少, 仅供参考

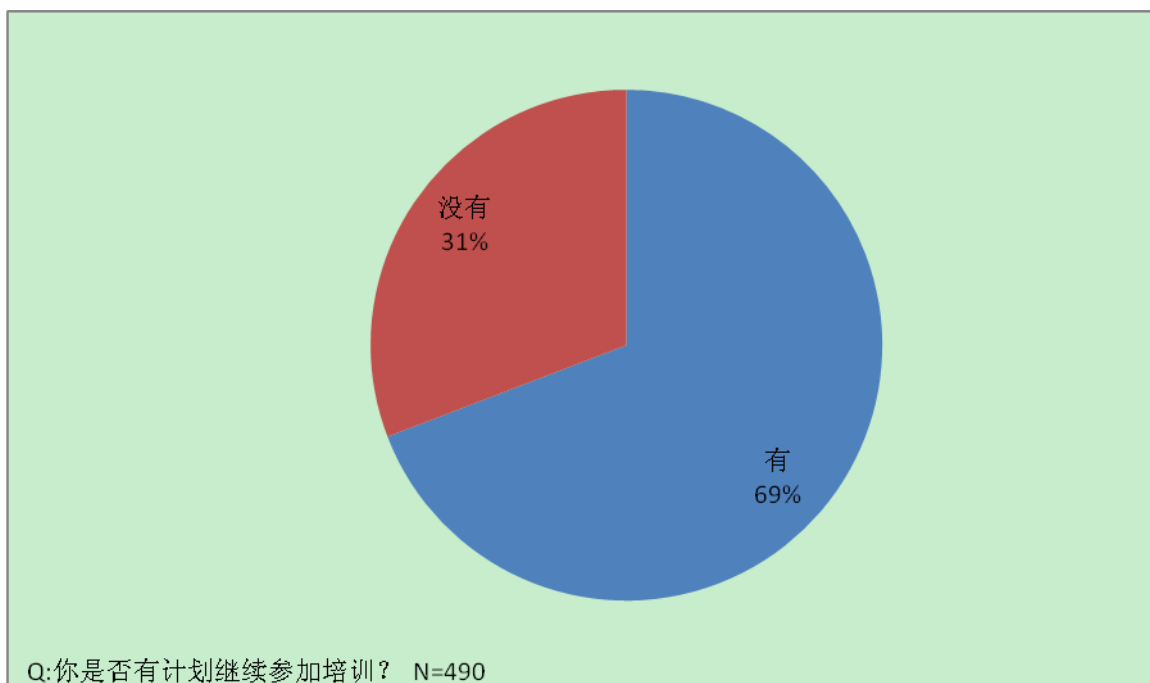
谈到外语培训机构的改进, 被访者最主要的要求在于能够改变目前呆板的教学模式, 活跃课堂气氛, 寓教于乐, 充分调动起学员的主动性和学习兴趣。个性化教学也是被访者的主要需求之一, 他们希望培训机构能够更多地考虑到他们自身特点并设计专属化的教学模式, 使学习更有针对性。

图表 11 外语培训机构需要改进的地方



69%的被访者表示会继续参加外语培训，表明他们认同外语学习是一个长期积累的过程，这也是外语培训市场的长期稳定发展的前提。

图表 12 是否有计划继续参加外语培训

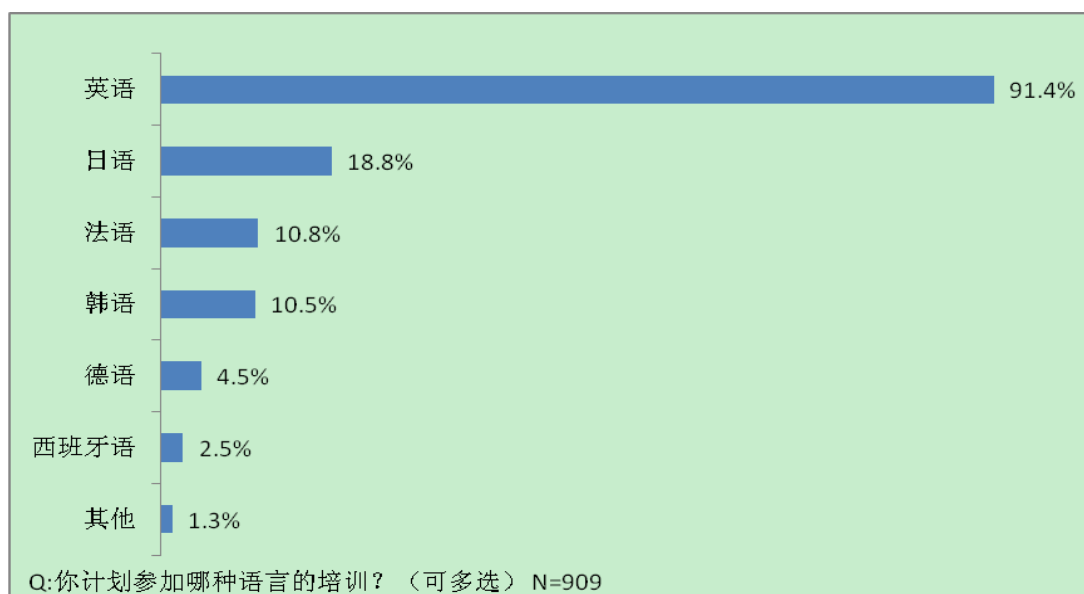


4.2 消费者的外语培训计划

调查中，计划参加外语培训及已经参加过但表示会继续参加的被访者共有 909 人，占总样本的 55.4%，显示了外语培训市场强劲的市场潜力。

在被访者计划参与的语言培训类型中，英语仍然占据绝对主要地位，有 91% 的人打算学习英语。但与被访者参加过的语言培训类型相比，小语种的比例有明显提升，计划参加日语、法语和韩语培训的被访者都超过了 10%。说明小语种培训对于消费者有较强的吸引力，但在实际选择中，由于各种原因限制消费者的实际行动。

图表 13 计划参与的语言培训类型



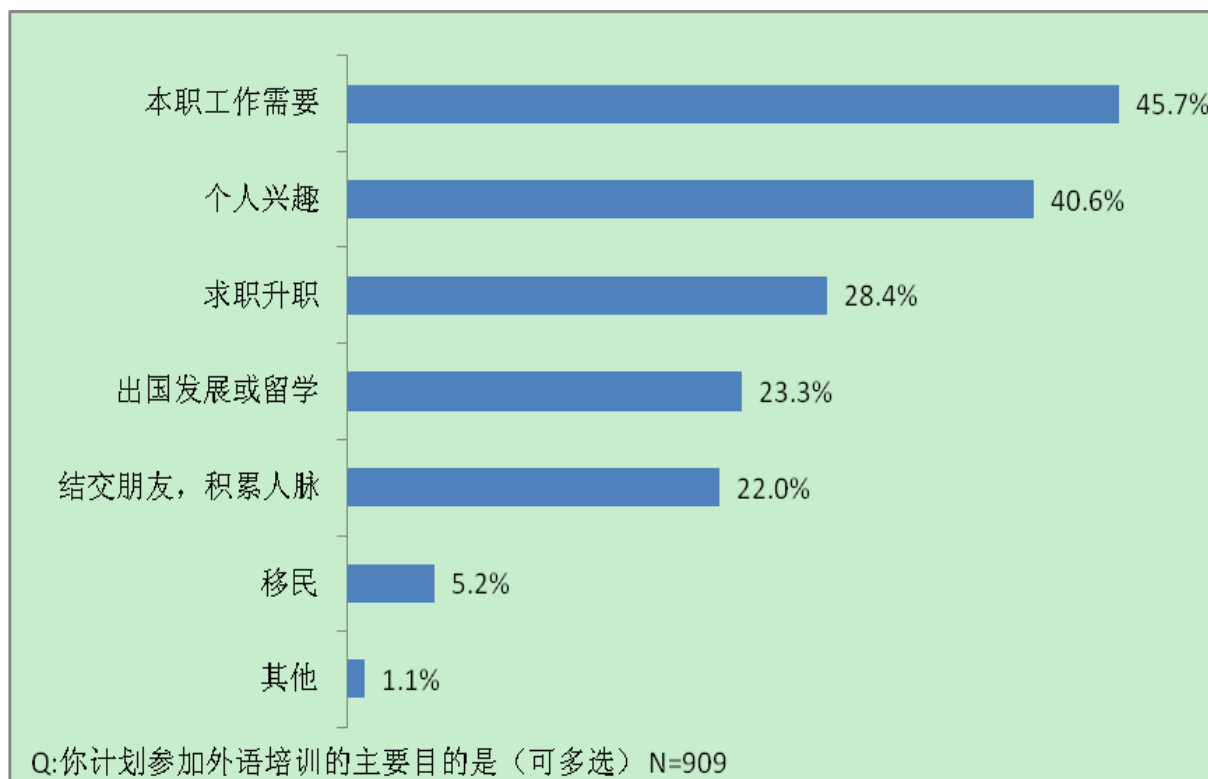
分年龄看，不同年龄段的消费者对语言的偏向性略有差异，36 岁以上的大龄人士突出地以英语为主，19-30 岁的青年人对日语和韩语的兴趣均较于其他年龄段，而 24 岁以下的年轻人对法语的兴趣也较高。

图表 14 不同年龄被访者计划参加的外语培训

	18 岁以下	19-24 岁	25-30 岁	31-35 岁	36 岁以上
英语	90.8%	90.2%	92.1%	92.9%	98.1%
日语	15.5%	20.3%	23.6%	15.3%	7.4%
韩语	9.8%	11.2%	14.0%	7.1%	0.0%
法语	17.8%	10.5%	6.7%	8.2%	7.4%
德语	5.2%	4.8%	3.4%	5.9%	1.9%
西班牙语	2.3%	2.2%	3.4%	3.5%	1.9%
其他	1.7%	1.9%	0.6%	0.0%	0.0%
N	174	418	178	85	54

工作需要仍然是促使消费者学习外语的主要动因。与正在参加和参加过外语培训的人相比，更多的人因为个人兴趣而打算学习外语，希望通过外语学习来结交朋友的人也明显增加。

图表 15 计划参加外语培训的主要目的



对于 30 岁以上的人，学习外语主要是为了满足本职工作的需要；19-30 岁的青年人则希望外语学习对自己的求职和升职能起到一定的帮助作用；对于 24 岁以下的年轻学生，他们学习外语一方面是为了结交更多的朋友，也有很多人是为了出国留学做准备；而对于 36 岁以上希望学习外语的人，个人兴趣更为重要。分不同层级的省市看，一类省市的消费者在外语学习方面更积极，多种原因都刺激他们加强自身的外语水平。

图表 16 不同年龄被访者打算学习外语的目的

	18 岁以下	19-24 岁	25-30 岁	31-35 岁	36 岁以上
本职工作需要	38.5%	46.2%	42.7%	58.8%	53.7%
求职升职	15.5%	34.2%	38.2%	17.6%	9.3%
结交朋友, 积累人脉	25.9%	24.6%	18.5%	15.3%	11.1%
出国发展或留学	36.8%	24.4%	18.5%	9.4%	9.3%
移民	6.9%	5.7%	5.1%	2.4%	0.0%
个人兴趣	40.2%	36.8%	40.4%	47.1%	61.1%
其他	0.0%	1.4%	0.6%	3.5%	0.0%
N	174	418	178	85	54

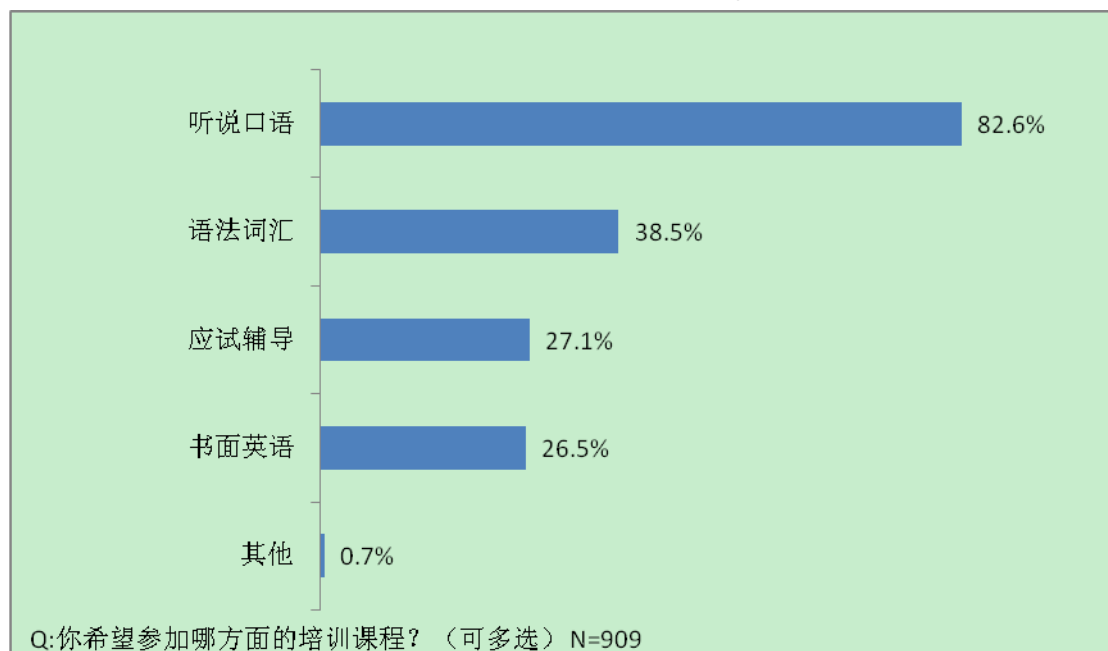
图表 17 不同省市被访者打算学习外语的目的

	一类省市	二类省市	三类省市
本职工作需要	47.0%	42.9%	47.9%
求职升职	32.0%	29.1%	25.2%
结交朋友，积累人脉	29.2%	23.9%	15.0%
出国发展或留学	26.5%	22.8%	21.8%
移民	6.8%	6.0%	3.1%
个人兴趣	38.8%	43.1%	39.0%
其他	0.9%	0.3%	2.1%
N	219	364	326

注：省市划分主要依据各省市的总体经济状况及人均经济状况，一类省市：北京/上海/天津/广东省；二类省市：福建/河北/湖北/江苏/辽宁/山东/浙江/重庆；三类省市：其他省自治区

83%的消费者最希望参加的是“听说口语”方面的外语培训，一方面，中式的外语“应试教育”造成中国人在外语口语方面的欠缺，另一方面，“听说口语”也是对实际工作生活帮助最大的部分。39%的消费者希望在“语法词汇”方面有所提升，夯实自身的外语学习基础。针对性很强的“应试辅导”对于面临考试的消费者而言非常重要。“书面英语”也是一些消费者，尤其是职场人士希望能够得到提升的方面。

图表 18 希望参加的外语培训课程



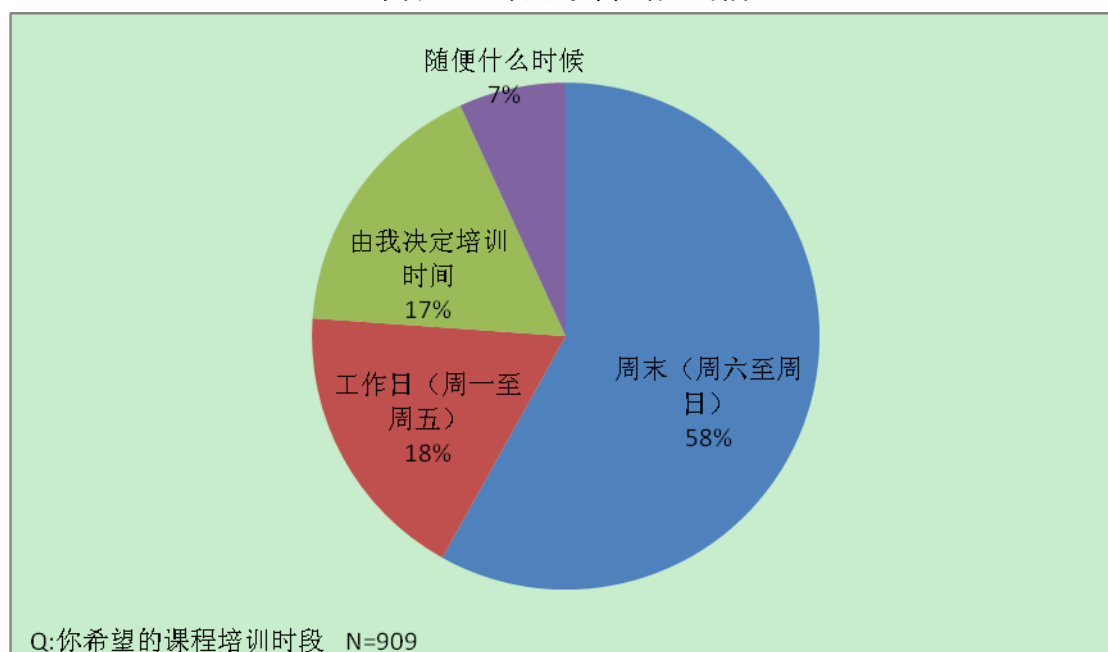
不同年龄段的消费者关注的外语学习因素略有差异，25-35岁的职场人士着重关注听说口语方面的培训，以学生为主的24岁以下年轻人相比来说更关注语法词汇这些基础知识，另外应试辅导也是他们需要着重关注的方面。

图表 19 不同年龄被访者希望参加的外语培训课程

	18岁以下	19-24岁	25-30岁	31-35岁	36岁以上
听说口语	71.8%	82.3%	92.7%	90.6%	74.1%
语法词汇	43.7%	41.1%	30.9%	31.8%	37.0%
书面英语	26.4%	27.5%	24.2%	25.9%	27.8%
应试辅导	27.0%	30.1%	23.6%	20.0%	25.9%
其他:	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%
N	174	418	178	85	54

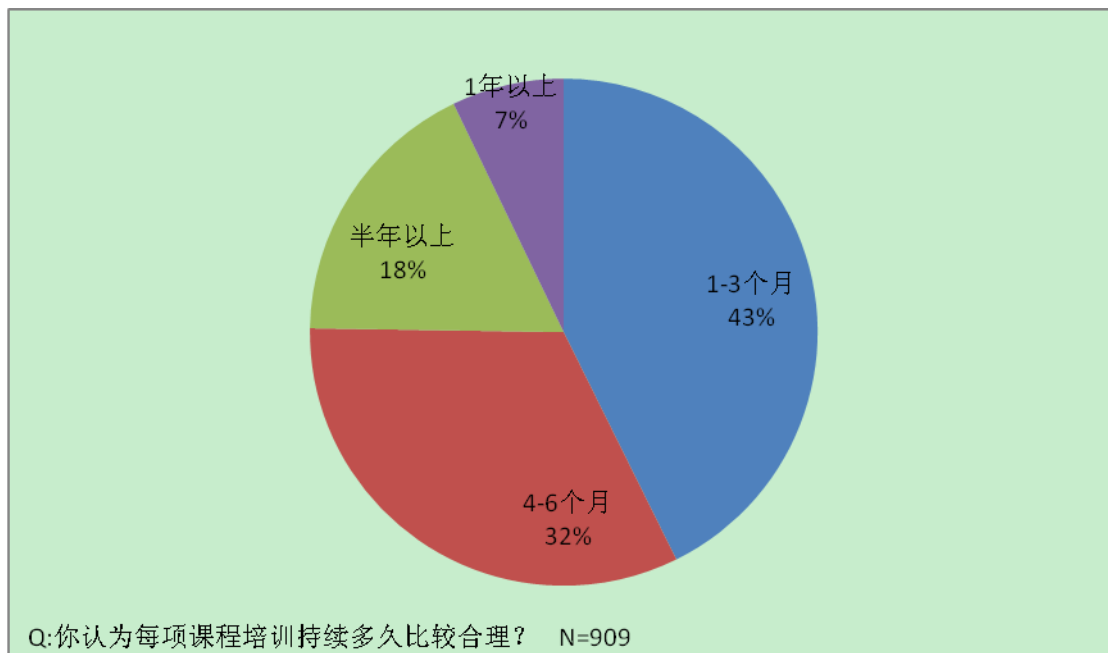
58%的被访者愿意拿出周末的时间进行外语学习，时间选择的趋同对培训机构的规模和师资力量具有一定挑战性。同时有17%的消费者希望能够自主决定培训时间，对培训提出更为个性化的需求。

图表 20 希望的课程培训时段



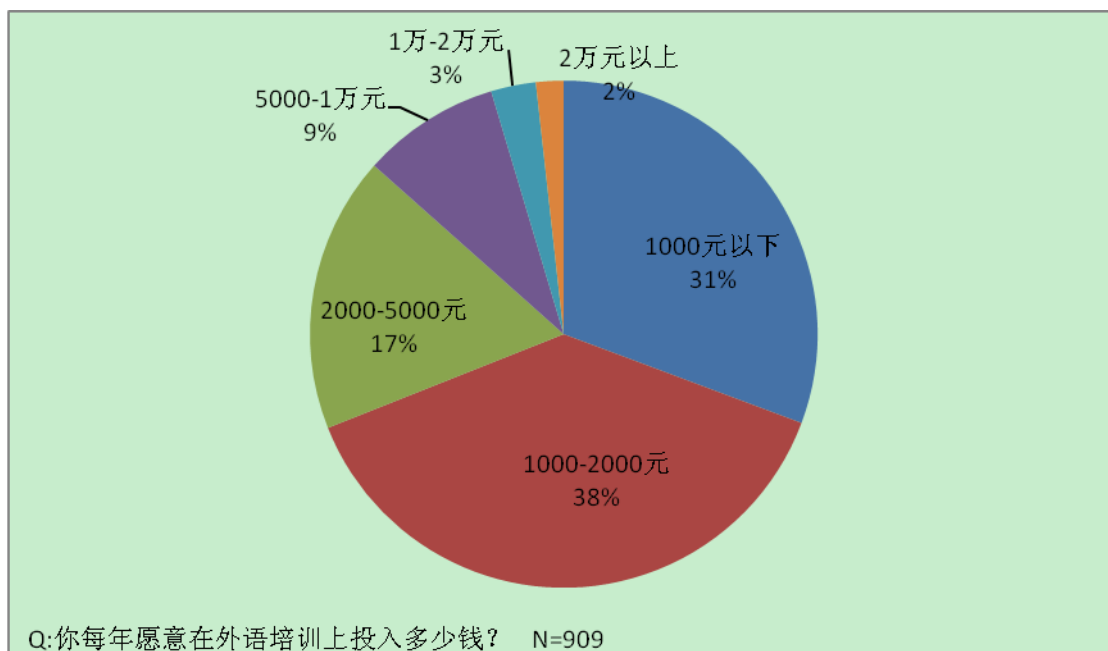
1-3个月的短期培训，对于43%的被访者来说是更为适合的培训周期；32%的被访者倾向于选择4-6个月的中等时间长度的培训项目；选择1年以上的长期培训项目的被访者很少，仅占7%。说明多数消费者希望能够在中短期内提升自己的语言能力。

图表 21 希望的课程培训周期



近 70% 的被访者每年计划在外语培训方面的投入不超过 2000 元，平均年计划投入金额为 2873 元。分收入来看，收入 1000 元以下的多为由父母付费的学生群体，他们平均预期花费 2311 元。对于有独立收入的人来说，收入越高，预期投入金额就越高，尤其是针对收入在 8000 元以上的人群，平均预期投入金额超过 9000 元。总体来看，工作的人可以接受的每年外语投入金额为自己的一个月工资或略高。

图表 22 每年在外语培训上的预期投入金额

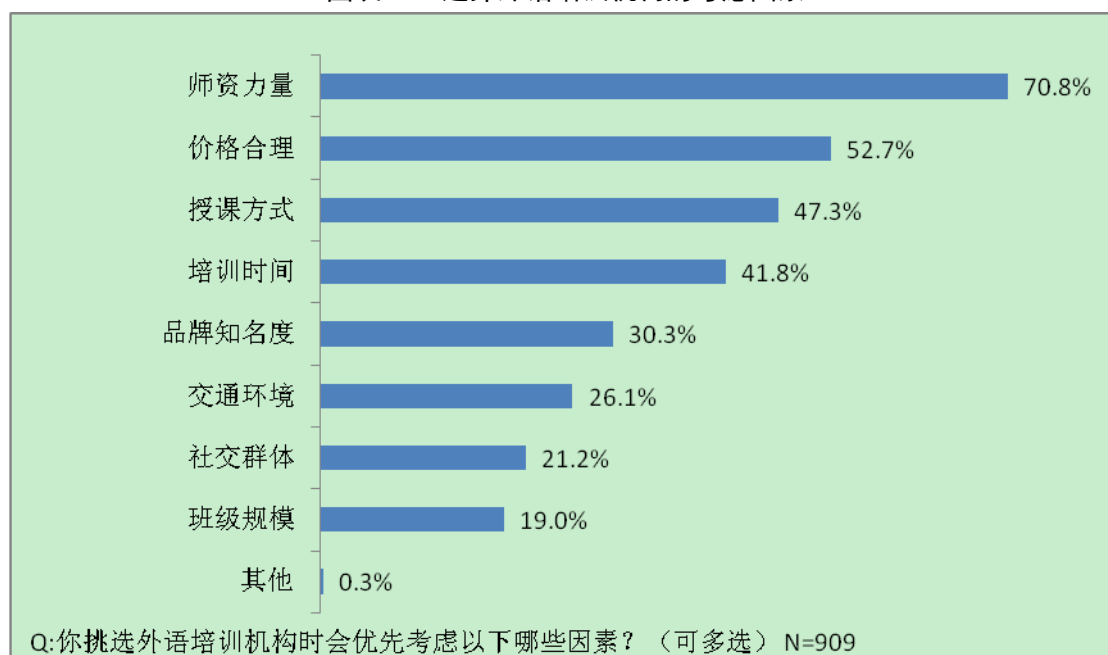


图表 23 不同收入被访者每年在外语培训上的预期投入金额

收入 \ 投入	1000 元以下	1000-2000 元	2000-4000 元	4000-8000 元	8000 元以上
1000 元以下	43.9%	36.0%	21.8%	11.5%	5.1%
1000-2000 元	33.5%	49.7%	40.6%	37.5%	18.6%
2000-5000 元	12.5%	7.1%	28.8%	25.0%	25.4%
5000-1 万元	6.4%	6.1%	5.2%	25.0%	18.6%
1 万-2 万元	2.4%	1.0%	2.6%	1.0%	15.3%
2 万元以上	1.2%	0.0%	0.9%	0.0%	16.9%
平均预期投入(元)	2311	1784	2731	3526	9119
N	328	197	229	96	59

“师资力量”、“价格合理”、“授课方式”和“培训时间”是消费者在选择外语培训机构时最主要考虑四个因素，比例均超过 40%。说明消费在选择培训机构时，更关注的是培训的“性价比”，并尽可能地保证自己在时间上的“可参加性”。与这些因素相比，消费者对培训机构“品牌知名度”的关注度仅为 30%。

图表 24 选择外语培训机构的考虑因素



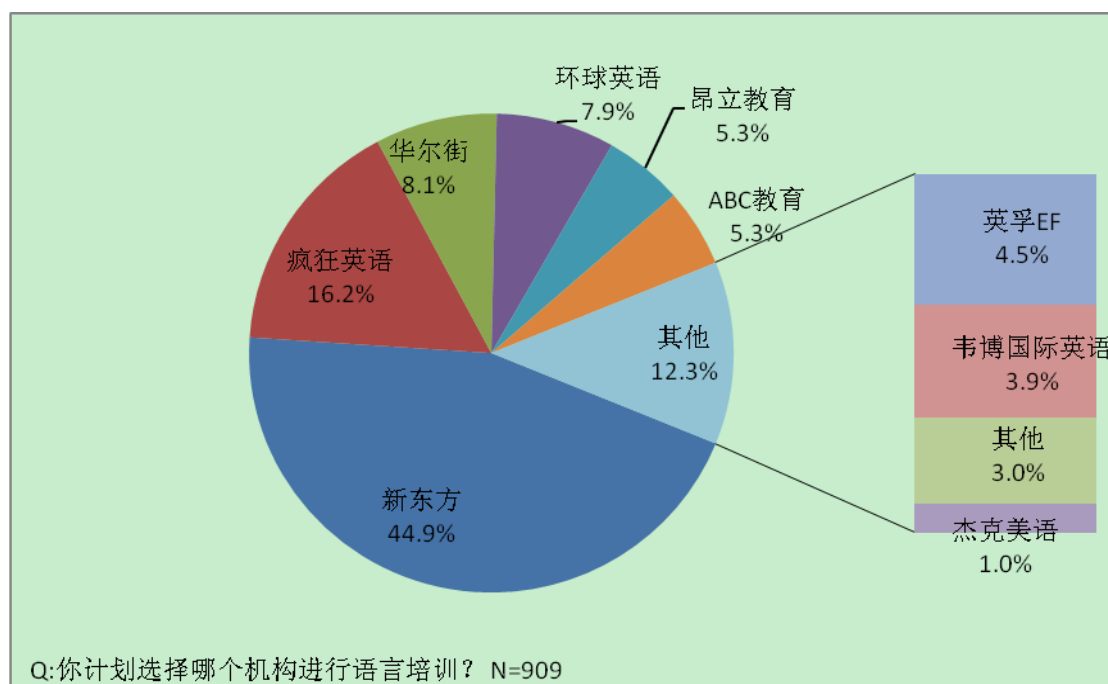
与其他收入段的人相比，高收入的人更关注培训机构的品牌知名度，中等收入的人更关注采取的授课方式。月收入 8000 元以上的人在价格方面的关注度最低，但他们比较在意“同学”的整体素质。

图表 25 不同收入被访者选择的外语培训机构的考虑因素

	1000 元以下	1000-2000 元	2000-4000 元	4000-8000 元	8000 元以上
师资力量	72.9%	65.0%	76.0%	68.8%	62.7%
品牌知名度	28.4%	25.4%	29.3%	43.8%	39.0%
交通环境	23.5%	27.9%	24.0%	38.5%	22.0%
价格合理	53.7%	56.3%	54.1%	51.0%	32.2%
培训时间	35.1%	46.7%	42.4%	55.2%	39.0%
授课方式	44.2%	55.8%	51.5%	37.5%	35.6%
班级规模	21.6%	19.8%	14.0%	18.8%	22.0%
社交群体	20.4%	22.3%	18.3%	22.9%	30.5%
其他	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%
N	328	197	229	96	59

在计划选择的外语培训机构中，新东方仍然位居首位，占 45% 的预购市场份额，其次是占 16.2% 的疯狂英语。与实际参加了外语培训的人相比，希望参加华尔街和环球英语培训的人的比例明显增加，说明这两个培训机构对消费者来说有较强的好感度和吸引力，但最终是否会参与其中，则还需要考虑价格、时间等多方面因素。

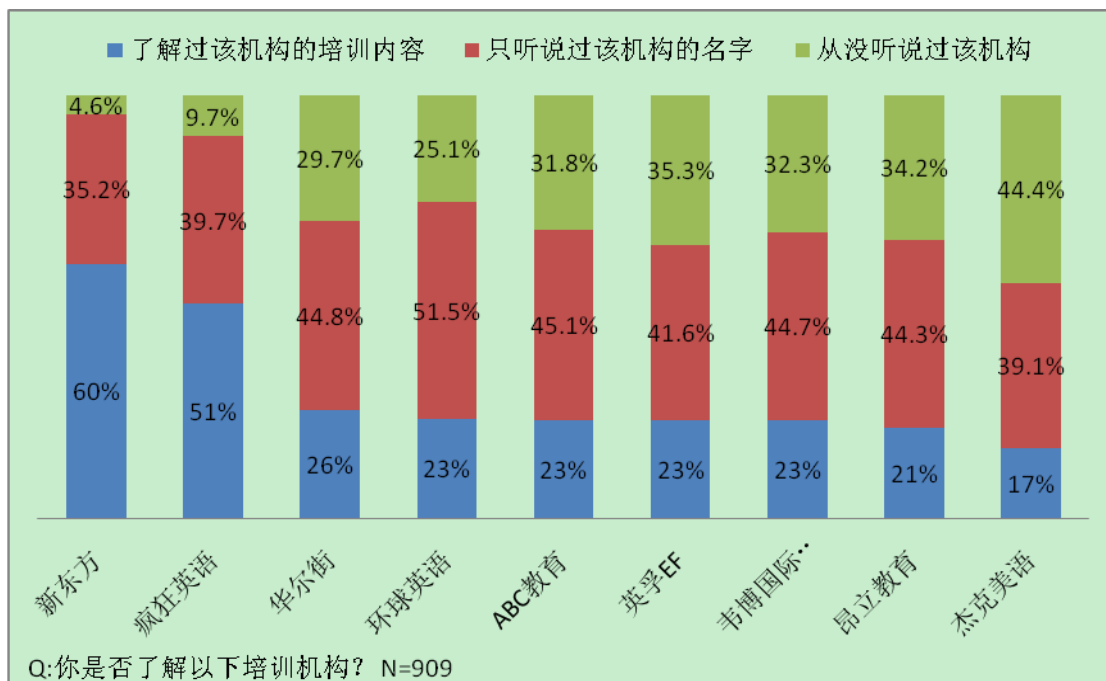
图表 26 计划选择的外语培训机构



4.3 不同外语培训机构的品牌认知及定位

从调查样本所代表的人群看，新东方和疯狂英语的品牌认知度最高，均有 50% 以上的人表示了解该机构的培训内容，而其他培训机构在品牌的认知和了解程度方面差异不大。

图表 27 对外语培训机构的了解程度



不同培训机构的学员年龄构成略有差异。新东方和华尔街都有 50%左右的学员年龄在 19-24 岁；英孚 EF 的学员分布较平均，25-35 岁的学员比例高于其他培训机构；31-35 岁人群对昂立教育的倾向性较高；ABC 教育对低年龄组和高年龄组的吸引力都较大。

图表 28 不同培训机构的学员年龄构成

	18 岁以下	19-24 岁	25-30 岁	31-35 岁	36 岁以上
新东方	19.0%	49.1%	18.1%	7.5%	6.2%
华尔街	26.9%	53.8%	11.5%	3.8%	3.8%
英孚 EF	18.2%	31.8%	22.7%	22.7%	4.5%
昂立教育	22.2%	29.6%	18.5%	25.9%	3.7%
环球英语*	42.9%	28.6%	7.1%	7.1%	14.3%
韦博国际英语*	8.3%	41.7%	41.7%	8.3%	0.0%
ABC 教育	39.4%	21.2%	6.1%	12.1%	21.2%
杰克美语*	37.5%	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%
疯狂英语	24.0%	38.7%	12.0%	12.0%	13.3%
样本总体	23.1%	41.8%	15.5%	10.2%	9.4%

*注: 样本量较少, 仅供参考

在收入方面，华尔街的学员中月收入 8000 元以上的人所占比例远高于总体水平；收入在 4000-8000 元的学员在英孚和昂立教育学员中所占比重都高于样本总体水平，反映了他们在选择培训机构时的倾向性。

图表 29 不同培训机构的学员个人月收入构成

	1000 元以下	1000-2000 元	2000-4000 元	4000-8000 元	8000 元以上
新东方	41.6%	16.8%	26.5%	9.3%	5.8%
华尔街	23.1%	23.1%	19.2%	7.7%	26.9%
英孚 EF	27.3%	18.2%	27.3%	18.2%	9.1%
昂立教育	25.9%	22.2%	18.5%	25.9%	7.4%
环球英语*	57.1%	21.4%	0.0%	0.0%	21.4%
韦博国际英语*	16.7%	41.7%	16.7%	8.3%	16.7%
ABC 教育	33.3%	21.2%	30.3%	6.1%	9.1%
杰克美语*	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%
疯狂英语	45.3%	14.7%	30.7%	9.3%	0.0%
样本总体	38.8%	18.2%	25.7%	9.8%	7.6%

*注：样本量较少，仅供参考

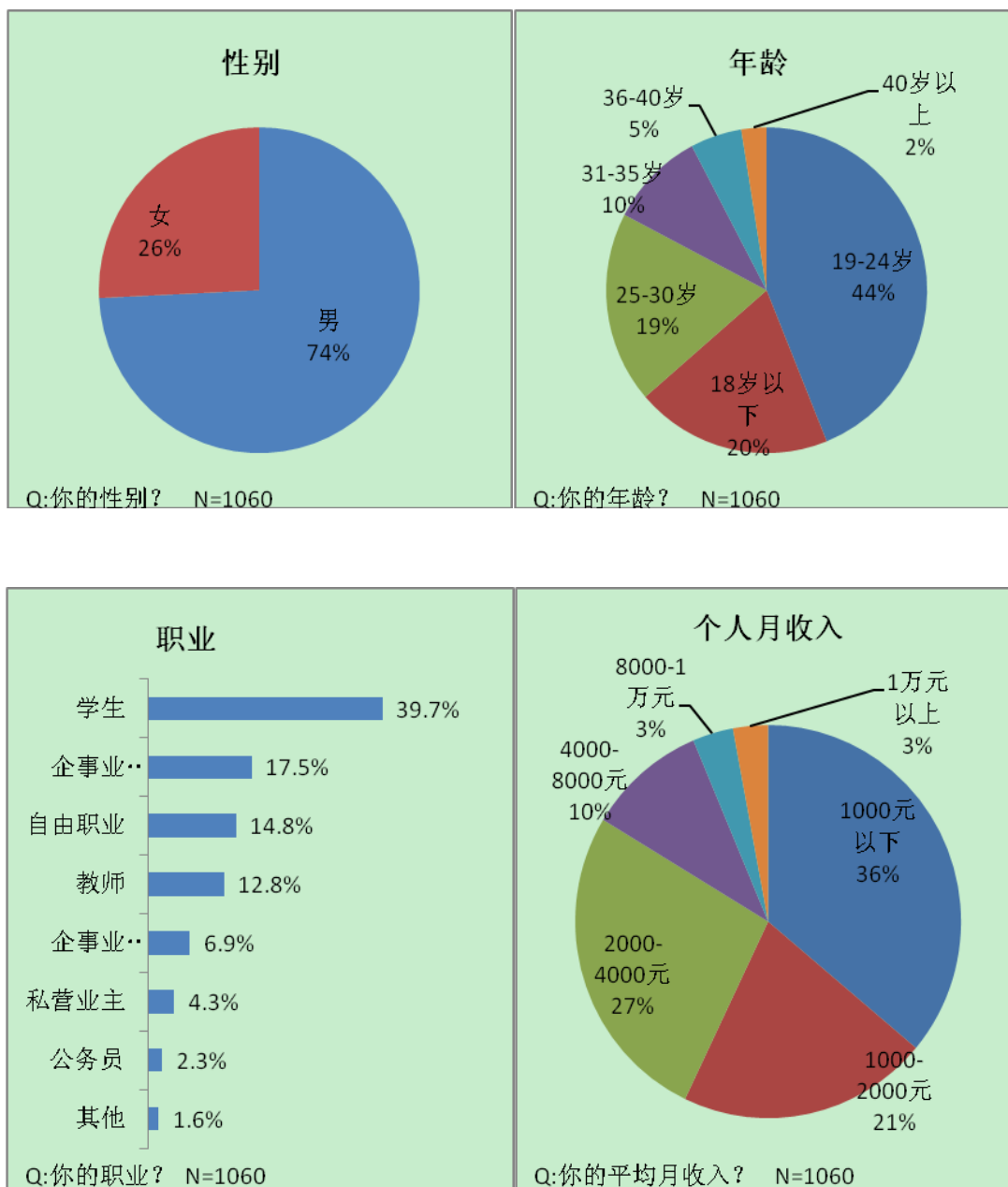
外语学习的目的不同，消费者在选择外语培训机构时也会有所差异，如下表所示，与其他培训机构相比，选择疯狂英语的人，主要是为了满足个人学习兴趣，并希望能够结交朋友；华尔街英语的学员相比来说更多的希望能够出国发展或留学；英孚 EF 的学员学习外语则主要是为了工作的需要；昂立教育的学员学习外语的目的则突出地以满足本职工作需要和出国发展为主。

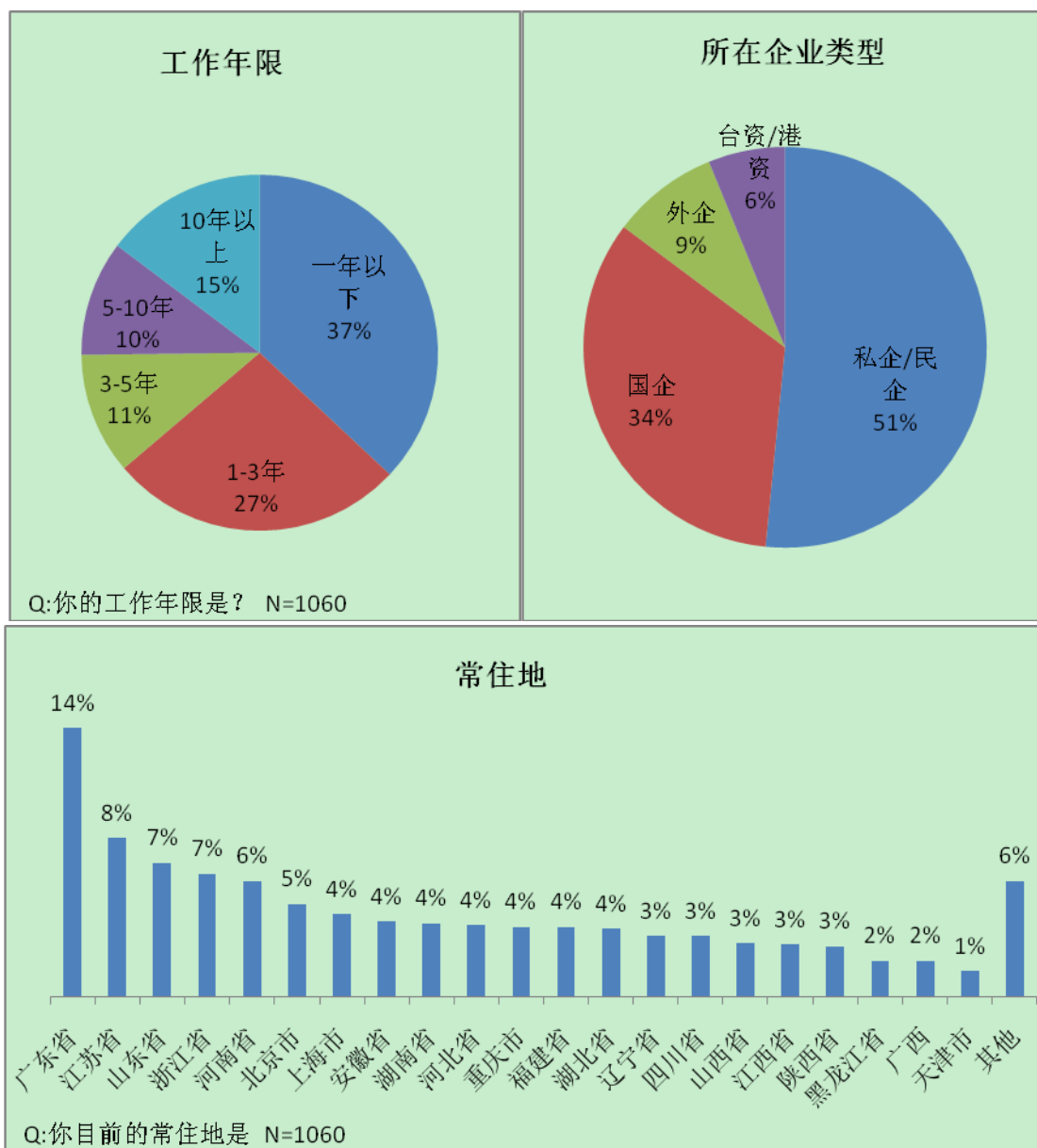
图表 30 选择的培训机构与其学习外语的目的

	新东方	疯狂英语	华尔街	英孚 EF	昂立教育	环球英语*	韦博国际英语*	ABC 教育	杰克美语*
本职工作需要	57.1%	42.7%	42.3%	68.2%	66.7%	42.9%	25.0%	54.5%	50.0%
个人兴趣	28.3%	49.3%	26.9%	31.8%	7.4%	42.9%	50.0%	27.3%	25.0%
求职升职	20.4%	20.0%	30.8%	59.1%	11.1%	7.1%	33.3%	15.2%	12.5%
结交朋友，积累人脉	8.8%	24.0%	3.8%	22.7%	3.7%	21.4%	8.3%	15.2%	25.0%
出国发展或留学	15.9%	17.3%	30.8%	22.7%	55.6%	14.3%	16.7%	21.2%	37.5%
移民	2.7%	1.3%	7.7%	4.5%	0.0%	7.1%	0.0%	9.1%	37.5%
其他	1.8%	1.3%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
N	226	75	26	22	27	14	12	33	8

*注：样本量较少，仅供参考

五、样本构成：





附：调查派（www.diaochapai.com）介绍

调查派自主开发的在线调查系统，以简单好用、功能强大的显著优势，迅速领跑国内在线调查市场，至今已为超过 1000 万海内外用户提供自助式在线调查服务。

基于对自身海量数据的挖掘，调查派以特有的用户行为数据追踪和挖掘分析模式，为各行各业提供全方位行业分析，以数据驱动未来。