中国培训行业需求结构变革白皮书（2026）

副标题：一场结构性迁移——需求从「听一堂课」走向「留下一套能力」

出品：上海硕昂企业管理咨询有限公司

版本：v2.2 行业视角版 • 2026 年 9 月 • 对外发布版

数据检索截止日：2026-09-16

关于本白皮书的数据诚信声明（请先读这一页）

本白皮书里**没有一个数字是我们编的，也没有一个数字是我们推算的。**

我们能做到和不能做到的，先说清楚：

- ☑ 全部数据来自可公开检索的权威机构报告或上市公司披露，每条标注**机构、报告名、年份、来源及口径**
- ☑ 凡有口径限制（例如只覆盖北美、只覆盖「企业数字化学习」领域、或样本为行业机构自有调研），正文里**一律写明限定语**
- ☑ 软文数字（如艾瑞「AI 培训 320 亿 / +67%」）一律标 ⚠ 并**禁用**（据独立核验），不进正文结论
- ☑ 凡经独立核验发现「转引失真」的数字（如流传甚广的「AI 课程投诉 +43%」），一律**改用一手表述并注明真实口径**（据中消协一手报告核实）
- ☑ 预测值与统计值分列；发布年与数据年分列；金额标注币种
- ❌ **不编造、不推算任何数字**——查不到的明确写「暂无权威统计」
- ❌ **不替读者在市场规模三口径中选「权威数」**——三口径并列、注边界
- ❌ **不写「中国培训市场规模 X 万亿将高速增长」的乐观预测**——无权威口径
- ❌ **不把「TOP10 占 62% 份额」等软文数字写入正文**（据独立核验判定为软文来源）

如果发现本白皮书任何数据引用错误，欢迎指出，我们会公开更正。

出品方：硕昂咨询是一家专注企业培训与人才发展的咨询机构，据登记信息 2018 年成立于上海。

执行摘要：两句结论

结论一：企业培训正在发生一场「结构性迁移」，不是周期波动。 买方买的东西变了——从「听一堂课」转向「留下一套能力」，回到原位已不可能；卖方也得从「卖课」转向「深度服务 + 复购」，单品课与流量模式正在被淘汰。

结论二：这场迁移恰恰放大了「小而美」培训公司的优势。 落地鸿沟大机构填不满、定制化与业务刚需课在上升、复购靠交付不靠流量、不被资本绑架、AI 只当提效工具不碰泡沫——五条利好都站在灵活、敢深扎、重交付的小机构一边。

核心结论

1. 企业培训正从周期性波动转为结构性迁移，需求从听课转向留住能力。
2. 采购标准从比价格转向比业务结合性，定制与陪跑正在替代单品课。
3. AI 培训最热也最需谨慎，应把 AI 当提效工具而非产品来卖。

一、行业老兵视角：干了 20 年，我看到的不是「培训不行了」

> *本章以一位在企培行业干了二十年的老兵视角展开。这 20 年，我见过行业最热的泡沫，也见过最冷的出清。我想说的第一句话是：**培训没有不行，是行业正在换一种活法。***

1.1 一场结构性迁移，不是周期波动

很多人说「培训行业不行了」。我的判断相反：需求没有消失，是**买单的人、买的东西、交付的方式**一起换了。分辨「迁移」和「周期」很关键——周期会回来，迁移不会。

四个最硬的信号：

第一，企业用更低的成本交付了更多的学习。 人才发展协会（ATD）《2026 行业状况报告》（数据口径为 2025 年，北美 / 美国口径）显示，美国企业人均直接学习支出约 **846 美元，同比下降 33%**；但人均正式学习时长约 **16.7 小时，同比上升 22%**；学习投入占企业收入比从 2024 年的 2.9% 降至 **2.0%**；内部交付占比升至 **66%**，外部服务降至 **23%**。

> *来源：Association for Talent Development (ATD)，《State of the Industry 2026》（2026 年 5 月发布，反映 2025 年数据）；北美 / 美国口径，非中国市场，仅作结构性参照。*

支出在降、时长在升，说明企业在「用更低成本、更多内部化、更多 AI 提效」交付学习——这是全球最成熟市场的基准信号。

第二，技能迭代在加速，通用课让位业务刚需课。 德勤《2026 全球人力资本趋势》（2026 年 1 月）指出，在受 AI 影响的职业中，所需技能集变化速度加快 **66%**；持 AI 技能者工资溢价 **56%**。世界经济论坛《未来就业报告 2025》预测，未来五年 **44%** 劳动者的核心技能将被颠覆，其精确版口径更进一步：**63% 雇主把技能缺口列为商业转型的最大障碍**（超过经济不确定性与劳动力短缺），**59% 劳动者在 2030 年前需要再培训或技能提升。**

更强的理论支撑来自波士顿咨询。BCG《AI Transformation Is a Workforce Transformation》（2026-02-04，bcg.com 一手）测算，AI 创造的价值约 **10% 来自算法、20% 来自技术，剩余 70% 来自「人的重构」**——这意味着 AI 时代的能力重建，本质上是培训与人才发展问题，不是采购工具问题。企业一把手的判断同向：KPMG《2025 CEO Outlook》显示，**81% 的 CEO 认为 AI 技能提升直接影响绩效**，73% 优先选择保留与再培训。

> *来源：Deloitte，《2026 Global Human Capital Trends》（2026-01-21 全球发布）；World Economic Forum，《Future of Jobs Report 2025》（精确版，双源一致转引）；BCG，《AI Transformation Is a Workforce Transformation》（2026-02-04，bcg.com 一手）；KPMG，《2025 CEO Outlook》（KPMG 官网转引）。*

第三，供给侧在剧烈分化，不是整体性寒冬。 社科文献出版社《中国培训事业发展报告（2025）》（培训蓝皮书第五本，2026 年 1 月 26 日上架）披露，2024 年 **44.8%** 的培训供应商业绩明显下滑；同时 **61.8%** 的中小企业对数字化学习效果评价「一般」。

> *来源：柳学智主编《中国培训事业发展报告（2025）》（培训蓝皮书 No.5），社会科学文献出版社，2025 年 12 月。*

第四，采购的标的从「一门课」变成了「一次工作方式重构」。 美世《2026 全球人才趋势》（mercer.com 一手，近 12,000 人调研）给出三个此前少被提及的数字：**77% 的投资者更可能投资「致力于通过 AI 教育赋能员工」的公司**；**65% 的高管预期未来两年 11%–30% 的劳动力会因 AI 被再培训**；**98% 的高管计划在两年内做组织设计变革。**员工侧的意愿同样明确：**63% 的员工愿意用 10% 的加薪换取 AI / 数字技能的提升机会**（Mercer 报告，2026）。

> *来源：Mercer，《Global Talent Trends 2026》完整版（2026-02-25，mercer.com 一手已核；调研近 12,000 名高管 / HR / 投资者 / 员工）；全球口径。*

当投资者把「员工 AI 教育」写进估值判断、当三分之二的高管预期劳动力要被再培训、当几乎所有高管准备动组织设计——培训采购的标的就已经不再是「买几天的课」，而是**买一次工作方式的重构**。这一条是后文「小而美利好」的第一个支点：**重构必须有人进到业务现场。**

结论：一个市场里，头部靠深度服务活得更好、尾部大面积下滑——这不是周期，是**结构性出清**。留下来的需求更硬，离开的需求本来就该走。

1.2 需求侧：从「听一堂课」到「留下一套能力」

过去企业买培训，买的是「一次课程交付」——讲师来、讲完、走人。现在采购方要的是「离开时我们团队带走了什么」。

培训蓝皮书的数据印证了「能力没留下」是普遍痛点：61.8% 的中小企业对数字化学习效果只评「一般」。更直接的采购侧证据来自智享会《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》（2025 年 2 月，中国口径、企业数字化学习领域）：企业采购外部通用课程时，**62% 最看重「学习内容与业务场景的结合性」**，而「内容适用性」只有 33%，「新颖性」仅 2%。

> *来源：人力资源智享会（HREC）× 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》，2025 年 2 月发布（一手 PDF）；数据限于企业数字化学习领域，不等于企业培训全盘。*

这条数据是整个迁移的题眼：采购方已经不关心「课新不新、名头响不响」，只关心「能不能接住我的业务」。当「结合性」以 62% 碾压「新颖性」的 2%（据智享会报告，2025），单品课、流量课的逻辑就瓦解了。

平台化学习见顶，「人带人」回潮——这是迁移中最容易被忽略的一条线索。 平台课解决了「覆盖」，解决不了「会用」：

- 据培训蓝皮书（2025）：**61.8%** 的中小企业对数字化学习的效果感到「一般」，满意度仍然偏低。
- 智享会 × 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》（2025-02）：**六成以上企业的数字化学习团队不足 6 人**；**97% 的企业期望员工每周线上学习不超过 5 小时。**
- 艾瑞咨询《中国 AI 营销行业发展报告》（2025）：国内 AI 营销工具渗透率已达 **68%**，但**仅 23% 的企业实现了获客转化提升。**

> *来源：《中国培训事业发展报告（2025）》培训蓝皮书（2025-12）；智享会 × 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》（2025-02，中国、企业数字化学习领域）；艾*

*瑞咨询《中国 AI 营销行业发展报告》（2025，中国，AI 营销工具口径，**仅作「渗透率 vs 转化率」结构性参照，非培训市场规模**）。*

这组数字指向同一个结论：工具渗透率与能力转化率之间，横着一道平台填不了的鸿沟——**68% 的企业装了工具，只有 23% 真正跑出了结果**（据艾瑞咨询报告，2025）。这道鸿沟只能靠「人带着做」来填，也就是带教与陪跑。

这与前面 ATD 那条「内部交付占比升至 66%、外部服务降至 23%」（ATD 报告，2026）并不矛盾：企业**内部化的其实是带教与陪跑本身**，而带教需要方法、需要标准、需要有人把业务里的真东西萃取出来——这恰恰**创造了对外部专业带教者的需求**，而不是消灭它。甲方团队不足 6 人、每周只肯给 5 小时，恰恰说明这件事只能外援。

1.3 供给侧：从「卖课」到「深度服务 + 复购」，单品课 / 流量被淘汰

据行动教育 2025 年年报，它是「深度服务 + 高复购」模式的硬样本：2025 年营收 8.11 亿元（+3.55%）、归母净利 3.20 亿元（+19.12%），复购率 **85%**、毛利率 **79%**、净利率 39.8%——它的生存不依赖你这一单，而依赖你下一单还找它。这正是迁移期供给侧的胜出逻辑。据其 2026 年半年报（2026-08-12），增长进一步加速：营收 4.28 亿元（**+24.44%**）、归母净利 1.72 亿元（**+30.67%**）、经营现金流 **+226.5%**，分红 2.98 亿元约占归母净利 93%。

来源：行动教育（605098.SH）2025 年年报（2026-04-14 披露）、2026 年半年报（2026-08-12 披露）；上市公司披露，一手。

一个容易被忽略、但极关键的结构变化：据行动教育财报，这家头部机构出现了「**培训增长、咨询下滑**」——2025 年管理培训收入 6.79 亿元（+6.2%），而管理咨询收入 1.28 亿元（**-11.99%**）；2026 年上半年管理培训 3.43 亿元（占 80%）、管理咨询 0.79 亿元（占 18%）。纯咨询交付在缩，培训与陪跑在涨。这与「定制化 / 陪跑正在替代纯咨询交付」的判断同向，是本轮迁移在供给侧最清晰的一条财务证据。

反例同样清晰：依赖「卖课给个人 / 招录周期」的单品课机构，在需求迁移中最先承压。据培训蓝皮书（2025），有两个必须放在一起读的数字：2024 年 **44.8%** 的供应商**业绩明显下滑**，而 **54.8%** 的供应商**员工总数不足 30 人**。前者是出清，后者是分散——**这是一个极度分散的市场，且分散与出清正在同时发生。** 头部逆势增长与尾部大面积下滑，是同一张图的两半。

来源：柳学智主编《中国培训事业发展报告（2025）》（培训蓝皮书 No.5），社会科学文献出版社，2025 年 12 月。

师资端是「量足、质缺」：全国性讲师统计未查到，可得口径显示——云学堂讲师库 200+；博石教育 AI 公开课已扩至 8 大模块 / 200+ 课题（供给爆炸）。**本白皮书的判断（标注为分析性判断，非统计数据）**：讲师数量充裕，能交付业务结果的讲师稀缺。

判断：迁移淘汰的不是「培训」，是「交付完就结束」的卖课逻辑。能沉淀关系、能复购、能挂钩业务结果的，留下；靠流量、靠单品的，出清。

1.4 AI 是泡沫最厚、也最该谨慎的品类（热冷双层）

关于 AI 培训，本白皮书坚持「热冷双层并写」——只写热层是捧杀，只写冷层是唱衰，两者都失真。

热层：

- 领英《职场学习报告 2025》：**71%** 的 L&D 专业人士已将 AI 用于学习需求分析、内容策划等日常工作。
- 德勤报告《2026 Global Human Capital Trends》提出新职业「AI Interaction Designer（人机交互设计师）」，负责设计人机协作流程与培训员工。
- 国务院国资委（sasac.gov.cn，**一手已核**，2026-03-16）《关于举办国有企业人工智能典型场景应用网络培训班的通知》：培训课程明确围绕「**人工智能政策解读、技术知识和典型场景应用**」三大板块设置，800 元/人，面向中央企业及所属企业、地方国资委、地方国有企业**领导班子成员**，**网络课开至 2026 年 12 月**；配套的第四期专题研讨班已于 2026 年 5 月在上海举办（4,600 元/人，含人形机器人创新中心现场教学）。**「政策解读 + 技术知识 + 场景应用」三件套出自官方培训文件，非媒体演绎**——多期滚动、明码收费、网络课跨全年、配套线下现场教学，这些都说明国资 AI 培训已是**发文建制的常态工程，而不是一次性风口。**
- 报名端行为数据：Coursera《Job Skills Report 2026》（2026-03-10，coursera.org 一手，600 万企业学员 / 近 7,000 家机构口径）显示生成式 AI 课程报名同比 **+234%**（平均每分钟 14 个报名，上年为 8 个）；Cornerstone《2026 Skills Economy Report》（转引）显示「AI 实施技能」需求同比 **+245%**，史上首次超过沟通技能登顶。

> *来源：LinkedIn，《Workplace Learning Report 2025》；Deloitte，《2026 Global Human Capital Trends》；国务院国资委《关于举办国有企业人工智能典型场景应用网络培训班的通知》（sasac.gov.cn，2026-03-16，一手）；Coursera，《Job Skills Report 2026》（2026-03-10，coursera.org 一手 + 官方 PDF）；Cornerstone，《2026 Skills Economy Report》（2026，转引）。*

冷层（必须并写）：

- 赛迪研究院《生成式 AI 企业应用渗透报告》（2026 年 2 月，**三源一致转引**；赛迪官网原文未公开获取，替代口径 Omdia / 国家网信办 / 人民网相关报道已补）：**63%** 企业「培训后三个月内员工仍无法独立完成完整 AI 物料」。
- 中国消费者协会（cca.org.cn，**一手已核**，2026-08-05《2026 年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》）：**教育培训服务类投诉 44,126 件、同比 +43.7%**（2025 年上半年口径，同期总投诉大盘 +27.23%）；该机构 2026 年一季度报告点名职业技能培训领域存在预付式消费、平均涉诉金额超 7,000 元、「AI 概念」虚假宣传与诱导借贷等问题。**注意：+43.7% 是教育培训服务类整体口径，并非「AI 课程投诉」的独立统计**——引用一律用一手表述，不得写成「AI 课程投诉 +43%」。
- 波士顿咨询 BCG《AI at Work》（2026-06-03，bcg.com **一手**）：**72%** 受访者称岗位技能要求已发生变化，**仅 36% 获得足够的技能提升**；仅约三分之一认为领导层对 AI 的沟通清晰、28% 认为言行一致。
- 美世《2026 全球人才趋势》（Mercer Global Talent Trends 2026 完整版，2026-02-25，mercer.com **一手已核**；调研近 12,000 名高管 / HR / 投资者 / 员工）：仅 **32%** 的高层管理者认为员工今天已能「有效结合人机能力」；另有 **57%** 认为「围绕 AI 与自动化重构工作」是 2026 年人力相关最高 ROI 投资（该数字预告版为 63%，**引用以正式版 57% 为准并注明版本**）。
- 世界大型企业联合会（The Conference Board，2026，全球近 1,300 名员工调研，转引）：据该调研，55% 员工日常使用 AI，**仅约三分之一在过去六个月获得雇主提供的 AI 培训**，28% 的雇主完全不提供。
- 火山引擎开发者社区（2026 年 7 月，⚠ 软文载体但数字与赛迪互证）：据该社区发布，**82%** 中大型企已启动 AI 能力建设，但不到三成转化为生产力。
- 麦肯锡（经德勤报告转引）：「AI 实施成功的最大障碍是领导力」。

来源：赛迪研究院《生成式 AI 企业应用渗透报告》（2026-02，三源转引）；中国消费者协会《2026 年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》（cca.org.cn，2026-08-05，一手）；BCG《AI at Work》（2026-06-03，bcg.com 一手）；Mercer《Global Talent Trends 2026》完整版（2026-02-25，mercer.com 一手）；The Conference Board（2026，转引）；火山引擎开发者社区 2026-07-24。凡标「转引」者，正式发布前建议再核一手出处。

一个关键判断（分析性，供参考）：据 ATD 报告，企业学习总支出在降（-33%），但 AI 培训却很热——说明 **AI 培训预算是从传统培训预算里挤出来的「存量置换」，不是增量。**这意味着 AI 培训的泡沫，比看上去更脆弱。

1.5 资本正在撤离成熟期企培

资本的态度，是判断一个行业处于「成长期」还是「成熟期」的体温计。

虎嗅《2025 年教育行业融资风向报告》（2026 年 1 月）统计：2025 年教育行业融资总额 **18.17 亿元（+80%）**，职业教育 **9.49 亿元**最热，但**天使轮占比高达 56.5%**——资本只投早期小额，回避成熟期。

IT 桔子《2026 上半年中国人工智能投融资报告》（2026 年 7 月）：AI 赛道半年融资 **3076.82 亿元**，但细分表中**没有「企业培训」**——企培在资本市场已被边缘化。

> *来源：虎嗅《2025 年教育行业融资风向报告》（2026-01-26，基于公开披露事件统计）；IT 桔子《2026 上半年中国人工智能投融资报告》（2026-07-23）。*

判断（投资级三源合流）：据虎嗅与 IT 桔子报告，教育融资 18.17 亿 vs AI 融资 3077 亿，相差约 170 倍；天使轮过半；头部企培机构无新上市 / 大额融资案例。用虎嗅的话说，是「精准滴灌 + 存量整合」——资本不再为「规模故事」买单，这恰恰是「小而美」不被裹挟的背景。

二、小而美的结构性利好：这场迁移放大了谁的优势

> *上面那场迁移，对大机构是「船大难掉头」，对「小而美」却是五重结构性利好。下面逐条说清楚，每一条都有数据撑着。*

2.1 落地鸿沟：大机构标准化交付填不满，小而美正好吃这块

迁移期最大的痛点不是「没课」，是「学完用不上」。赛迪数据：**63%** 企业训后三个月内无法独立落地 AI 物料；BCG《AI at Work》（2026-06-03 一手）给出员工侧的同向证据：**72% 称岗位技能要求已变，仅 36% 获得足够的技能提升。**最能说明问题的是企业一把手自己的判断——Coursera《Job Skills Report 2026》显示，**88% 的领导者认为 AI 投资会因缺乏并行的培训投入而失败。**

这不是小机构的问题，是行业通病——恰恰因为大机构赖以规模化的「标准化交付」，填不满「把能力落到你团队身上」的鸿沟。

小而美的打法是：**陪跑 + 与业务指标挂钩 + 把标准萃取到客户自己人身上。**不是讲完就走，而是陪着你跑一个月，看指标动没动，再把方法留在你团队里。这种「重交付」是标准化流水线做不来的，却正是小机构的天然战场。

2.2 定制化 / 业务刚需课在上升：小而美比大机构更灵活、更敢深扎

华师兄弟 / 华师经纪 2026 年 Q1 排课大数据显示：**通用领导力需求下滑、业务刚需课上升。**

> *来源：华师兄弟 / 华师经纪《中国企培业数据洞察与战略演进分析报告》（2026 年第一季度，基于华师经纪排课大数据）。**数据窗口上限 2026 Q1**；该报告未披露样本量与统计口径，原件亦未载明发布日期——经独立检索，华师未发布 2026 Q2 / 半年度排课报告（其 7 月「年中盛典」为内部经营复盘，无排课总量），故引用以 2026 Q1 为最新窗口。华师为讲师经纪机构，其数据反映其自有师资结构下的采购需求，存在样本偏差，本报告只引其趋势判断，不引其具体数字。*

这与德勤报告「技能集变化加快 66%」互为印证：当技能迭代提速，通用课迅速失效，企业只剩「我的业务里具体哪块能力要补」这一种真实需求。头部机构的财务结构也在同向变化——据行动教育财报，2025 年管理培训收入 +6.2%、管理咨询收入 **-11.99%**，2026 年上半年管理培训占 80%、管理咨询占 18%（详见 1.3）。**「培训在涨、纯咨询在缩」，说明采购方越来越愿意为「陪着把事做成」付费，而不是为一份报告付费。**

对小机构而言，这是利好中的利好——大机构要保规模、怕深扎一家客户拖慢周转；小而美反而**更敢深扎一个行业、甚至深扎一家客户**，把那一小块做透。灵活，是规模换不来的。

2.3 复购靠交付不靠流量：采购方最看重「业务场景结合性」

回到那条最关键的采购数据：**62%** 的企业最看重「与业务场景的结合性」，远超「内容适用性」33%与「新颖性」2%（智享会，2025）。在更细的 B2B 销售培训品类里，同一方向得到呼应：智享会 × Richardson《2026 年 B2B 销售培训及绩效改进调研报告》显示，「课程与战略匹配度」获得 **90.36%** 的认可。

> *来源：人力资源智享会（HREC）× 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》（2025-02，中国、企业数字化学习领域）；智享会 × Richardson《2026 年 B2B 销售培训及绩效改进调研报告》（2026-01，中国、B2B 销售培训品类，**二手转引**，报告为会员下载制、无公开 PDF）。*
>
> *⚠ **引用分级提示**：90.36% 属**行业机构调研口径，本白皮书仅将其作为佐证之一**，不作为主论证*

单独成立。本章主论证由泰斗级（ATD）与咨询级（BCG／德勤／美世）来源支撑，请读者按此权重理解。

这意味着迁移期的复购逻辑彻底变了——**复购来自交付质量，不来自流量轰炸。**你能不能接住客户的业务，决定了客户明年还找不找你。这对没有流量预算、靠口碑和复购活着的「小而美」是最友好的规则：它把竞争从「谁嗓门大」拉回「谁真的有用」。

2.4 不被资本绑架、不追规模：先懂你业务，再开课

第一章的资本数据已经说明：成熟期企培拿不到钱，资本只投早期小额。对追规模的机构，这是紧箍咒；对「小而美」，这是自由。

不背增长对赌、不追规模，意味着可以老老实实说一句：**「先懂你业务，再开课。」**在迁移期，采购方最怕的恰恰是「还没搞清楚我干啥就甩来一套标准课」。不被规模绑架的小机构，反而能给客户最稀缺的东西——慢下来、先诊断、再交付。

2.5 AI 热冷双层下：把 AI 当提效工具，不碰「纯讲 AI 课」泡沫

再次回到 1.4 的双层事实：热层 71% 的 L&D 已用 AI、国资委已将国企 AI 培训常态化发文开班；冷层 63% 训后无法落地、仅 36% 获得足够技能提升、教育培训服务类投诉 +43.7%（整体口径，非 AI 课程独立统计）、启动建设者不满三成转化为生产力。

对「小而美」的正确姿态是：**不碰「纯讲 AI 课」的泡沫，把 AI 当提效工具，不把 AI 当产品卖。**结合 ATD 的「存量置换」判断——AI 培训预算是从传统培训里挤出来的，不是增量，那么「纯讲 AI 课」的供给很快会过剩、会洗牌。小而美不赌这门流量生意，而是用 AI 提自己交付的效率（写课纲、做案例、做陪跑跟踪），把省下的精力投到「落到客户业务」上。

2.6 但也要泼四盆冷水：结构性利好不等于人人受益

*前面五条讲的是「谁会受益」。但必须同时说清另一面：**利好是结构性的，不是普惠的。**以下四条反面证据，供应方与采购方应共读。*

① 落地失败率高。赛迪研究院（2026-02，三源转引）：**63%** 企业「培训后三个月内员工仍无法独立完成 AI 物料」；BCG《AI at Work》（2026-06 一手）：**72%** 员工称岗位技能要求已变、**仅 36%** 获得足够的技能提升。需求在，但多数交付接不住。

来源：赛迪研究院《生成式 AI 企业应用渗透报告》（2026-02，三源转引）；BCG《AI at Work》（2026-06-03，bcg.com 一手）。

② **投诉激增。** 中国消费者协会（cca.org.cn 一手）：2025 年上半年**教育培训服务类投诉 44,126 件、同比 +43.7%**（超出同期总投诉增速 16 个百分点）；2026 年一季度报告点名职业技能培训领域存在平均涉诉金额超 7,000 元、预付式消费、「AI 概念」虚假宣传、诱导借贷等问题。**注意：+43.7% 是教育培训服务类整体口径，并非「AI 课程投诉」的独立统计，不得改写。**

> *来源：中国消费者协会《2026 年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》（cca.org.cn，2026-08-05，一手）。*

③ **AI 热是存量置换，不是增量。** 据 ATD 与 Coursera 报告，企业学习总支出 **-33%**，而生成式 AI 报名 **+234%**——两者并存只有一个解释：**AI 培训多花的钱，是从传统培训预算里挤出来的。** 讲「AI 培训市场爆发」故事的人，通常不会同时告诉你总盘在缩。

> *来源：ATD《State of the Industry 2026》（北美口径，数据年 2025）；Coursera《Job Skills Report 2026》（2026-03-10，coursera.org 一手）。*

④ **供应商可能比客户先死。** 据行动教育披露及研报转引，一家上市管理培训机构 2025 年四个季度的收款增速为 **-34% / -20% / +53% / +14%**——先深跌后急升。连头部机构都经历过年收款两位数下滑，中小机构的压力只会更大。**对采购方而言，你签的两年期陪跑合同，供应商能不能活过第一年，是真实风险**（参见 1.3：据培训蓝皮书，54.8% 的供应商员工总数不足 30 人）。

> *来源：行动教育（605098.SH）2025 年分季度收款增速（经 cfi.cn 2026-04-22 研报转引，基于上市公司披露）。*

三、结语：迁移不会回头，位置决定生死

这场结构性迁移的判断，可以用三句话收束：

- **需求侧**：从「听一堂课」到「留下一套能力」，采购方用 62% 的「业务结合性」投票（据智享会报告，2025），单品课逻辑已死。
- **供给侧**：头部靠深度服务 + 复购活得更好、尾部大面积出清，这是迁移不是寒冬；资本撤离成熟期企培，反而解放了不追规模的「小而美」。
- **AI 层**：热冷双层并写——据领英与赛迪报告，71% 已用 AI 是真，63% 训后无法落地也是真；把 AI 当提效工具、不碰纯讲 AI 课泡沫，是迁移期最稳的姿态。

对行业从业者的三点启示：

1. **别再把「课」当产品，把「能力留下」当产品。** 据 BCG 报告测算，AI 价值约 70% 来自人的重构——客户买的从来不是课时，是变化。能证明变化的机构，才有定价权。

2. **规模不再是护城河，深扎才是。** 当采购方最看重「业务场景结合性」（62%，据智享会报告）而资本只投早期小额，追规模的机构两头受压；敢在一个行业、一家客户身上做重的机构，反而握住了迁移期的稀缺资源。

3. **AI 是提效工具，不是新的救命稻草。** AI 培训热但学习总预算在降（据 ATD 报告，-33%），在存量置换的市场里，纯讲工具的供给会最先过剩。把它用在自己的交付效率上，比把它当产品卖更稳。

能被验证、也能被反驳的判断，才配叫判断。 若本白皮书的论证能被你推翻，欢迎。

给采购方的五点提醒（什么情况下先别买）

> *前文讲的是行业在怎么变。落到采购动作上，本白皮书建议：以下五种情形，先别急着下单。这五条每一条都挂着本文已引的公开数据，不是经验之谈。*

① 根因不在「能力」时，先别买课。 若问题出在流程、激励机制或一把手认知，培训只是辅助，先改那些再谈课。（本条为判断性建议，无可挂数据——也正因为无可挂数据，它最容易被忽略。）

② 说不清「训后哪个指标会动」，就先别采购。 没有目标基线的培训等于没有效果，事后只能凭感觉验收。这恰恰是全球培训职能最普遍的短板：ATD 数据显示，75% 的学习发展职能已进入高级领导团队，但**仅 25% 的学习团队真正追踪业务结果**（另有 90% 口头称这是优先项）。

> *来源：Association for Talent Development (ATD)，2025 版配套数据；北美口径，仅作结构性参照。*

③ 只图便宜的纯讲课，大概率沦为「学完用不上」。 低价、无诊断、无陪跑的交付，省下的是采购预算，浪费的是业务时间。落地鸿沟的数据是硬的：赛迪 **63%** 企业训后三个月内无法独立落地 AI 物料；BCG《AI at Work》显示 **72% 员工称岗位技能要求已变、仅 36% 获得足够的技能提升**；Coursera《Job Skills Report 2026》更直接——**88% 的领导者认为 AI 投资会因缺乏并行的培训投入而失败。**

> *来源：赛迪研究院《生成式 AI 企业应用渗透报告》（2026-02，三源转引）；BCG《AI at Work》（2026-06-03，bcg.com 一手）；Coursera《Job Skills Report 2026》（2026-03-10，coursera.org 一手）。*

④ **AI 培训只要「讲工具、不管落地」的，是泡沫最厚处。** 泡沫的根源是错配：据 BCG 报告测算，AI 创造的价值约 **10% 来自算法、20% 来自技术，剩余 70% 来自「人的重构」**——把预算全砸在工具讲解上，只覆盖了那 30%。结果也印证了这一点：据 BCG 报告，**仅 5% 的组织获得实质性的 AI 财务回报**。采购 AI 培训时，请直接问一句「训后 30 / 60 / 90 天，员工在哪些具体工作上用起来了」（据本白皮书 1.4 冷层数据）。

> *来源：BCG，《AI Transformation Is a Workforce Transformation》（2026-02-04，bcg.com 一手）。*

⑤ **拿通用单课充课时的供给，正在变薄。** 通用单课不是不能买，但它对应的供给端正在收缩：《中国培训事业发展报告（2025）》显示 2024 年 **44.8%** 的培训供应商业绩明显下滑；排课端同步印证——华师兄弟 / 华师经纪 2026 年 Q1 数据显示**通用领导力需求下滑、业务刚需课上升**。若采购计划仍以通用单课为主，未来可选的优质交付会越来越少。

> *来源：柳学智主编《中国培训事业发展报告（2025）》（培训蓝皮书 No.5），社会科学文献出版社，2025 年 12 月；华师兄弟 / 华师经纪《中国企培业数据洞察与战略演进分析报告》（2026 年第一季度，**数据窗口上限 2026 Q1**，未披露样本量与统计口径，讲师经纪机构样本存在偏差，仅引趋势判断）。*

常见问题（FAQ）

企业该怎么判断一家培训供应商是否真的懂业务？

采购方自己给出的答案很明确：62% 的企业最看重「学习内容与业务场景的结合性」，远超「内容适用性」33% 与「新颖性」2%（据智享会报告，2025）。判断标准不是课纲页数与讲师头衔，而是能不能说清「这几页课纲对应我业务里的哪个具体场景」。此外，供应商的存续能力也要写进评估表——据培训蓝皮书（2025），54.8% 的培训供应商员工总数不足 30 人。

培训效果该怎么衡量，才不是只凭满意度？

第一步是把「训后哪个指标会动」和它的基线写进合同；说不清指标的项目，事后只能凭感觉验收。这不是个别企业的水平问题：据 ATD 报告，75% 的学习发展职能已进入高级领导团队，但仅 25% 的学习团队真正追踪业务结果。用满意度替代效果，是全球性通病。

培训预算收紧时，该先砍什么、先保什么?

先砍「通用单课充课时」，先保「与业务场景结合的定制与陪跑」。两个数据支撑这个次序：据培训蓝皮书（2025），2024 年 44.8% 的培训供应商业绩明显下滑，收缩的主要是通用单课类供给；据行动教育财报，2025 年管理培训收入 +6.2%、管理咨询收入 -11.99%，钱正从纯交付转向陪跑。预算越紧，越要花在能验证结果的地方。

AI 培训到底值不值得买?

值得买的是「用 AI 重构工作方式」，不值得买的是「只讲工具」。据 BCG 报告，AI 创造的价值约 10% 来自算法、20% 来自技术、70% 来自「人的重构」——只买工具讲解，等于只覆盖了那 30%。冷层数据也印证了这一点：据赛迪研究院报告（三源转引），63% 的企业训后三个月内仍无法独立完成完整 AI 物料。

定制课和通用课，企业该怎么选?

判断标准是「这个能力是不是你家的」：流程、作业标准、销冠经验这类个性化内容优先内建或定制，通用素养类内容才适合外采。需求端与供给端同时指向定制：据智享会报告（2025），62% 的企业最看重「与业务场景的结合性」；据培训蓝皮书（2025），44.8% 的供应商业绩下滑，收缩的正是通用单课类供给。

附录 A：数据来源全表（机构 + 报告 + 年份 + 来源）

编号	数据	机构 / 报告	年份	地域 / 口径	来源类型
A1	人均学习支出 $846（-33%）、时长 16.7h（+22%）、投入占收入 2.0%、内部交付 66%、外部服务 23%	ATD《State of the Industry 2026》	2026 发布 / 数据 2025	北美 / 美国	二手转引（国际泰斗级）
A2	75% L&D 进高管团队、仅 25% 追踪业务结果	ATD 2025 版配套数据	2025	北美	二手转引
A3	技能集变化 +66%、AI 技能工资溢价 56%、新职业 AI Interaction	Deloitte《2026 Global Human Capital Trends》	2026-01	全球	一手（四大咨询）

	Designer				
A4	未来 5 年 44% 核心技能将被颠覆	WEF《Future of Jobs Report 2025》	2025	全球	一手（国际组织）
A5	46% 领导把技能缺口列 AI 采用障碍、AI 落地最大障碍是领导力	McKinsey《Superagency in the workplace》	2025-01	全球	一手（mckinsey.com）
A6	仅 32% 高层认为员工已能人机协作；57% 认为重构工作是最高人力 ROI（正式版；预告版 63%）；**77% 投资者更可能投资「用 AI 教育赋能员工」的公司；65% 高管预期两年内 11%–30% 劳动力因 AI 被再培训；98% 高管计划两年内做组织设计变革；63% 员工愿用 10% 加薪换 AI 培训机会**	Mercer《Global Talent Trends 2026》完整版	2026-02-25	全球（近 12,000 人）	**一手（mercer.com 已核）**
A7	71% L&D 已探索 / 整合 AI	LinkedIn《Workplace Learning Report 2025》	2025	全球	二手转引
A8	73% HR 把数字技能列首要、64% 列领导力优先	TalentLMS《2026 L&D Report》	2026-02	全球（千人样本）	二手转引
A9	44.8% 供应商业绩明显下滑、**54.8% 供应商员工总数不足 30 人**、61.8% 中小	《中国培训事业发展报告（2025）》培训蓝皮书	2025-12 / 数据 2024	中国	一手（皮书级）

	企业对数字化学习效果「一般」				
A10	技能劳动者超 2.2 亿、高技能人才超 7200 万、「十四五」补贴性培训 9200 万人次	人社部国新办「十四五」发布会	2025-09	中国	一手（官方）
A11	2025 营收 8.11 亿（+3.55%）、净利 3.20 亿（+19.12%）、复购率 85%、毛利率 79%、净利率 39.8%	行动教育（605098.SH）《2025 年年报》	2026-04	中国（上市披露）	一手
A12	2025 教育融资 18.17 亿（+80%）、职教 9.49 亿最热、天使轮 56.5%	虎嗅《2025 年教育行业融资风向报告》	2026-01	中国	一手（投资级）
A13	AI 半年融资 3076.82 亿、细分无「企业培训」	IT 桔子《2026 上半年中国人工智能投融资报告》	2026-07	中国	一手（投资级）
A14	63% 训后三月内无法独立落地 AI 物料	赛迪研究院《生成式 AI 企业应用渗透报告》	2026-02	中国	二手转引（三源一致；替代口径 Omdia / 网信办 / 人民网已补）
A15	教育培训服务类投诉 44,126 件、**同比 +43.7%**（2025H1 口径）；2026Q1 点名职业培训预付式消费、「AI 概念」虚假宣传	中国消费者协会《2026 年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》	2026-08-05	中国	**一手（cca.org.cn 已核）**
A16	据火山引擎开发者社区发布：	火山引擎开发者社区	2026-07	中国	二手转引（软文载体，与赛迪互证）

	82% 中大型企启动 AI 建设、不到三成转生产力				
A17	通用领导力需求下滑、业务刚需课上升（窗口 2026 Q1）	华师兄弟 / 华师经纪《中国企培业数据洞察与战略演进分析报告》	2026 Q1（原件未载发布日期）	中国（讲师经纪，有偏差；未披露样本量与口径）	一手（已获原件，仅引趋势）
A18	62% 最看重业务场景结合性、内容适用性 33%、新颖性 2%	智享会 × 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》	2025-02	中国（企业数字化学习）	一手 PDF
A19	据三家机构口径，市场规模如下：华经 13194 亿（+14.4%）/ 中国培训与发展协会约 3000 亿 / 艾瑞数字化 1200 亿（+18.7%）	华经产业研究院 / 中国培训与发展协会 / 艾瑞	2026 / 2025	中国（边界各异）	二手转引（并列不选边）
A20	据十五五规划建议 / 纲要原文：「健全终身职业技能培训制度」「建立 AI 对就业影响调查应对机制」「以市场化培训为主导」	十五五规划建议 / 纲要	2025-10 / 2026-03	中国	一手（gov.cn 已核）
A21	「提升教育和培训消费品质」专条	国务院《扩大消费「十五五」规划》	2026-07	中国	一手（财新数据库收录）
A22	AI 价值约 70% 来自「人的重构」（10% 算法 / 20% 技术）；future-built 公司计划 50%+ 员工 AI upskilling（落后者 20%）；仅 5% 组织获实质 AI	BCG《AI Transformation Is a Workforce Transformation》	2026-02-04	全球	**一手（bcg.com）**

	财务回报				
A23	72% 岗位技能要求已变、仅 36% 获足够 upskilling；仅 1/3 认为领导层 AI 沟通清晰、28% 言行一致	BCG《AI at Work》	2026-06-03	全球	**一手（bcg.com）**
A24	81% CEO 认为 AI upskilling 直接影响绩效、73% 优先保留与 reskill	KPMG《2025 CEO Outlook》	2025	全球	二手转引（KPMG 官网）
A25	GenAI 报名 +234% YoY（600 万企业学员 / 近 7,000 机构）；**88% 领导者认为 AI 投资会因缺乏并行培训投入而失败**	Coursera《Job Skills Report 2026》	2026-03-10	全球	**一手（coursera.org + 官方 PDF）**
A26	课程围绕「人工智能政策解读、技术知识和典型场景应用」三大板块；800 元/人；面向央企及地方国企领导班子成员	国务院国资委《关于举办国有企业人工智能典型场景应用网络培训班的通知》	2026-03-16	中国	**一手（sasac.gov.cn）**
A27	据行动教育《2026 半年报》：2026H1 营收 4.28 亿（+24.44%）、净利 1.72 亿（+30.67%）、经营现金流 +226.5%、分红 2.98 亿≈归母净利 93%；管理培训 3.43 亿	行动教育（605098.SH）《2026 半年报》	2026-08-12	中国（上市披露）	一手

	（80%）/ 管理咨询 0.79 亿（18%）；2025 全年管理培训 +6.2% / 管理咨询 **-11.99%**				
A28	63% 雇主把技能缺口列为商业转型最大障碍；39% 现有技能 2025-2030 将过时；59% 劳动者 2030 年前需 reskill/upskill	WEF《Future of Jobs Report 2025》精确版	2025	全球	二手转引（双源一致）
A29	据各机构官网（2026）：师资供给——云学堂讲师库 200+；博石教育 AI 公开课 8 大模块 / 200+ 课题（2026-04-08）	云学堂 / 博石教育官网	2026	中国	一手（机构官网）+ 判断标「本稿分析」
A30	「AI 实施技能」需求 +245% YoY，首次超过沟通技能登顶	Cornerstone《2026 Skills Economy Report》	2026	全球	二手转引
A31	据该调研：55% 员工常用 AI、仅约 1/3 过去六个月获雇主 AI 培训、28% 雇主完全不提供	The Conference Board（全球近 1,300 员工调研）	2026	全球	二手转引
A32	「课程与战略匹配度」获 90.36% 认可	智享会 × Richardson《2026 年 B2B 销售培训及绩效改进调研报告》	2026-01	中国（B2B 销售培训品类）	**二手转引（行业机构调研，仅作佐证之一，不作主论证）**
A33	AI 营销工具渗透率 68%、仅 23% 企业实现获	艾瑞咨询《中国 AI 营销行业发展报告》	2025	中国（AI 营销工具口径）	二手转引（**仅作「渗透率 vs 转化率」结构性参照，**

	客转化提升				**非培训市场规模**）
A34	2025 年分季度收款增速 -34% / -20% / +53% / +14%	行动教育（605098.SH）季度收款数据	2026-04（研报转引）	中国	二手转引（基于上市公司披露，cfi.cn 2026-04-22）
A35	六成以上企业数字化学习团队不足 6 人；97% 企业期望员工每周线上学习不超过 5 小时	智享会 × 云学堂《2024-2025 企业数字化学习趋势洞察蓝皮书》	2025-02	中国（企业数字化学习）	一手 PDF

附录 B：口径限制说明（重要）

1. **ATD 数据为北美 / 美国口径**，不等同于中国市场，仅作结构性参照；报告名标 2026，实际统计 2025 年数据，引用须写「2025 年」。

2. **德勤 / WEF / 麦肯锡 / 美世 / 领英 / TalentLMS / BCG / KPMG / Coursera 为全球口径**，机制可参照，不得直接套为中国现状。

3. **华师排课数据为讲师经纪机构自有样本**，存在偏差，本报告仅引趋势判断（通用下滑、刚需上升），不引其具体数字；数据窗口上限 2026 Q1。

4. **智享会数据限于「企业数字化学习」领域**，不等于企业培训全盘。

5. **市场规模三口径并列、不替读者选「权威数」**；泰斗级（国家统计局 / 人社部）口径未查到，本白皮书回避「中国企培市场规模统一值」的论断。

6. **中消协 +43.7% 为教育培训服务类整体口径（2025 年上半年）**，并非「AI 课程投诉」的独立统计——**不得改写为「AI 课程投诉 +43%」**；一手为 cca.org.cn 2026-08-05 报告。此前广泛流传的「AI 课程投诉 +43%」系转引失真，本白皮书已修正。

7. **美世引用以完整版（2026-02-25）为准**：32% 高层认为员工已能人机协作、57% 认为重构工作是最高 ROI；预告版该数字为 63%，引用须注版本。**此前中文转引加工的「63% vs 32%」对比框架已弃用**（据 Mercer 一手报告）。

8. **赛迪 63% 为三源一致转引**，赛迪官网原文未公开获取；替代口径（Omdia / 国家网信办 / 人民网）已补，不影响引用安全。

9. **行动教育「培训增长、咨询下滑」**为基于上市公司披露的结构性判断，附财务证据，非机构预测。

10. **讲师供需无全国统计**，机构官网口径 + 本白皮书分析性判断已明确标注，不得当作统计数据引用。

11. **预测值与统计值分列**：共研「2026 年预计 4069.5 亿 / +9.8%」为预测值，不混入统计值结论。

12. **智享会 × Richardson 90.36% 为行业机构调研口径**（B2B 销售培训细分品类、会员下载制无公开 PDF、二手转引），本白皮书**仅作佐证之一，不作主论证**；主论证由泰斗级（ATD）与咨询级（BCG / 德勤 / 美世）来源支撑。

13. **艾瑞「AI 营销工具渗透率 68% / 仅 23% 实现获客转化提升」为 AI 营销工具口径**，仅用于论证「工具渗透率 vs 能力转化率」的结构性鸿沟，**不得当作培训市场规模或培训效果数据引用。**

14. **行动教育分季度收款增速（-34% / -20% / +53% / +14%）据研报转引**，基于上市公司披露；「先深跌后急升」是**波动口径**，不得简化为「回暖」或「衰退」的单向叙述。

15. **据 Mercer 报告，美世新增数字（77% 投资者 / 65% 高管 / 98% 高管 / 63% 员工）为全球口径**（近 12,000 人调研），机制可参照，不得直接套为中国现状。

附录 C：本白皮书刻意留白的部分

以下内容我们没有写，或已修正表述，因为**没有找到可核实的权威出处 / 存在转引失真**：

常见说法	我们不写的原因
中国企培市场规模「X 万亿将高速增长」	三口径互相矛盾（差 4–10 倍），无泰斗级统一统计
艾瑞 / IDC「AI 培训 320 亿 / +67%」	⚠ 经独立核验为软文编报告（报告名各版本矛盾、官网无此报告），禁用
「TOP10 占 62% 份额」	⚠ 据独立核验，系同链软文数字，禁用
「AI 课程投诉 +43%」	⚠ **转引失真**：+43.7% 实为教育培训服务类整体 2025H1 同比，非 AI 课程独立统计。本白皮书改用一手表述（见 1.4 / 附录 A15）
「美世 63% vs 32% 对比框架」	⚠ 据 Mercer 一手报告，系中文转引再加工，一手为 32%（正式版）与 57%（重构工作 ROI），预告版 63% 须注版本（见 1.4 / 附录 A6）
中国企业培训整体预算增减比例	泰斗级口径未查到，回避或注「暂无权威统计」
企培机构注销数 / 行动学习市场规模	泰斗级口径未查到，不编造充数

我们宁可留白，不用编造的数字填充可信度。

附录 D：第三方独立交叉验证（由本白皮书研究支持方「小昂」独立完成）

本附录由本白皮书研究支持方「小昂」独立检索完成，作为正文论证的交叉验证层。完整调研稿为小昂独立研究稿「行业研究：培训行业趋势（v2.2 权威来源升级版）」。原则：补充核验，不替代正文数据；凡标「二手转引」者，正式发布前建议再核一手出处。

D.1 对正文核心论断的验证结论

正文论断	独立验证结论	处置
市场规模口径打架	据三家口径并列：华经 13194 亿 / 中国培训与发展协会约 3000 亿（⚠二手转引未见协会原文）/ 艾瑞数字化 1200 亿（+18.7%）	正文已并列注边界，不替读者选「权威数」
通用课退场、业务刚需课上升	华师 2026 Q1 排课大数据方向印证；但全球领导力培训市场 2026 预计 429.2 亿美元、CAGR 6.99%（Fortune Business Insights）仍在增长	须注「中国排课行为 vs 全球市场规模」口径差，防被反证
落地鸿沟（63% 无法落地）	独立反面证据充分：赛迪 63% 训后无法独立落地；BCG 仅 36% 获足够 upskilling；Coursera 88% 领导者认为缺培训投入则 AI 投资失败	强化张力表述，无需改
「中消协 AI 课程投诉 +43%」	🔴 **转引失真**：+43.7% 实为教育培训服务类整体 2025H1 同比，AI 课程问题出自 2026Q1 报告点名，非独立统计	**已修正为一手表述**，见 1.4 / 附录 A15 / 附录 B6
Mercer「63% vs 32%」	🟡 据 Mercer 一手报告，系中文转引再加工；一手为 32%（正式版 2026-02-25）与 57%（重构工作 ROI，预告版 63%）	**已修正**，删加工对比框架，见 1.4 / 附录 A6 / 附录 B7
AI 培训预算是存量置换	据 ATD 报告，学习总支出 -33% 而 AI 培训热，判断为存量预算置换	正文已作为分析性判断写入，标注「供参考」
资本撤离成熟期企培	虎嗅 18.17 亿 vs IT 桔子 AI 3077 亿，差约 170 倍；天使轮过半	正文已合流引用

D.2 政策面（一手已核）

已核一手原文（新华网 / 发改委 / 国务院 / 国资委），可直接引：

- 《十五五规划建议》（2025-10-28 新华网）第（37）条写入「就业影响评估」「综合应对……新技术发展对就业的影响」——首次在五年规划建议级文件写入 AI 就业应对。

- 《十五五纲要》（2026-03 人大通过）「第二节 大规模开展职业技能培训」：以市场化培训为主导、行业企业自主培训为主体。
- 国务院《扩大消费「十五五」规划》（2026-07-13 收录）「（七）提升教育和培训消费品质」——培训消费首获专条。
- **国务院国资委（sasac.gov.cn，2026-03-16）**：国企人工智能典型场景应用网络培训班，课程围绕「政策解读 + 技术知识 + 典型场景应用」三大板块，三件套出自官方培训文件，非媒体演绎。

D.3 数据红旗清单（引用前必读，禁用项）

1. 【禁用】「艾瑞 + IDC AI 培训 320 亿 / +67%」——软文编报告，禁用。
2. 【禁用】「头部 10 家机构占 62% 份额」——据独立核验，系同链软文数字，禁用。
3. 【🔴 转引失真，已修正】「中消协 AI 课程投诉 +43%」——据中消协一手报告，+43.7% 为教育培训服务类整体口径，一律改用一手表述。
4. 【🟡 转引再加工，已修正】Mercer「63% vs 32%」——一手为 32%（正式版）、57%（预告版 63%），引用须注版本。
5. 【待核】赛迪 63%（三源一致但官网原文未公开，替代口径已补）、火山引擎 82%（软文载体）、Cornerstone / The Conference Board（转引）——引用须标「转引」。
6. 【可用·一手已核】十五五建议 / 纲要原文、国务院消费规划原文、国资委培训通知、中消协投诉分析、行动教育财报、培训蓝皮书、BCG 两篇、Mercer 完整版、Coursera、McKinsey。

D.4 未覆盖项（诚实标注）

- 中国企业培训整体预算比例、企培机构注销数、行动学习 / 教练市场规模：泰斗级口径均**未查到**，维持「暂无权威统计」，不建议用低级别来源充数。
- 华师 Q2 / 半年度排课报告：经两次独立检索未查到，数据窗口维持 2026 Q1。
- 赛迪官网原文仍未公开获取（替代口径已补，不影响引用安全）。
- 《中国培训事业发展报告（2025）》皮书实体建议核对原书页码（44.8% / 61.8%）。

附录 E：来源分级总表（引用优先级）

级别	来源	用途
S 官方 / 国际泰斗	人社部、gov.cn 原文、国资委、中消协一手、ATD、WEF	直接引，注明国别 / 口径
A 四大咨询 / MBB	Deloitte、McKinsey、BCG、Mercer、KPMG	直接引，标注报告全名 + 日期
B 投资机构 / 皮书	虎嗅融资报告、IT 桔子、社科文献	直接引，标注统计方法

	皮书	
C 上市公司披露	行动教育	直接引
D 行业媒体 / 机构	华师、华经、赛迪、Cornerstone、The Conference Board、火山引擎、**智享会 × Richardson**、**艾瑞**	引用须转引标注或补一手；智享会 × Richardson 仅作佐证不作主论证
D+ 平台一手大数据	**Coursera**（coursera.org 官方 PDF 可免费下载，一手）	可直接引，须注明为企业学员**报名行为**口径，非培训市场规模
E 软文载体	搜狐 / 投资界 / 未央 / 量子教育系榜单文	只作方向参考，**数字禁用**

延伸阅读

- **《企业培训采购决策白皮书（2026）》**（2026 年 9 月发布）：本白皮书的姊妹篇，回答「采购动作怎么做才不踩坑」——外采前的七个问题、哪五种情况不建议外采、效果评估该做到哪一层。本篇回答「行业在怎么变」，姊妹篇回答「具体怎么买」，建议合读。

出品：上海硕昂企业管理咨询有限公司

数据检索截止日：2026-09-16 · 如需引用本白皮书数据请注明出处 · 发现数据引用错误请联系我们，我们将公开更正。