

2020-2026年中国在线教育 市场深度分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国在线教育市场深度分析与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/164897.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2012-2016年间，中国在线教育用户规模快速发展，从2012年5957万人增长至2016年的1.12亿人，年均复合增长率达到17.18%。2016年在线教育用户规模为1.12亿人，同比增长19.8%。预计2019年中国在线教育用户规模将达到1.35亿人，到2019年用户规模将超1.6亿人。2012-2019年中国在线教育市场用户规模及增长率走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国在线教育市场深度分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国在线教育行业市场发展环境、在线教育整体运行态势等，接着分析了中国在线教育行业市场运行的现状，然后介绍了在线教育市场竞争格局。随后，报告对在线教育做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线教育行业发展趋势与投资预测。您若想对在线教育产业有个系统的了解或者想投资中国在线教育行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业基本现状

第一章 中国教育体系概述

第一节 中国教育体系概述

第二节 中国在线教育概述

一、在线教育定义

二、在线教育属性

三、在线教育所具备的特点

四、在线教育分类

第三节 中国在线教育各领域概述

一、课程内容提供方

二、技术设备提供方

三、工具产品提供方

第四节 平台资源整合方

第五节 行业监管机构

第二章 中国在线教育市场环境分析

第一节 中国在线教育政策分析

第二节 中国在线教育经济环境分析

一、贫富差距仍然巨大

二、中国教育财政支出情况

三、中国家庭教育支出情况

第三节 中国在线教育社会环境分析

一、学校环境分析

二、用户环境分析

第四节 中国在线教育技术环境分析

第二部分 行业市场分析

第三章 在线教育市场分析

第一节 海外在线教育市场分析

一、海外在线教育发展现状

二、海外教育投资环境分析

第二节 中国在线教育市场分析

一、中国在线教育现状

二、中国在线教育用户规模

三、2015-2019年中国在线教育市场规模 2012-2016年间，中国在线教育市场规模快速发展，从2012年697.8亿元增长至2016年的1853.4亿元，年均复合增长率达到27.66%，增长十分迅速。2016年在线教育市场规模达到1853.4亿元，与上年同期相比增长27.7%。预计未来五年中国在线教育市场将继续保持高速增长，2019年中国在线教育市场规模预计达到2402亿元，2019年将有望突破3000亿元。2012-2019年中国在线教育市场规模及增长率走势

四、2015-2019年中在线教育细分市场分析

五、中国教育行业投资环境分析

第三节 所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第四章 在线教育各细分领域分析

第一节 中国学前在线教育市场分析

一、2015-2019年中国学前在线教育市场规模

二、2015-2019年中国学前在线教育用户规模

三、中国学前在线教育创业投资热潮

四、中国学前在线教育产品特点

第二节 中国中小学在线教育市场分析

一、2015-2019年中国中小学在线教育市场规模

二、2015-2019年中国中小学在线教育用户规模

三、中小学在线教育市场特点

第三节 中国高等学历在线教育市场分析

一、2015-2019年中国高等学历在线教育市场规模

二、2015-2019年中国高等学历在线教育用户规模

三、高等学历在线教育市场特点

第五章 我国在线教育行业产业链分析

第一节 在线教育行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 在线教育上游行业分析

一、在线教育成本构成

二、2015-2019年上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游行业对在线教育行业的影响

第三节 在线教育下游行业分析

一、在线教育下游行业分布

二、2015-2019年下游行业发展现状

三、2020-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对在线教育行业的影响

第三部分 行业竞争格局

第六章 我国在线教育行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、在线教育行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、在线教育行业企业间竞争格局分析

三、在线教育行业集中度分析

四、在线教育行业SWOT分析

第二节 中国在线教育行业竞争格局综述

一、在线教育行业竞争概况

二、中国在线教育行业竞争力分析

三、在线教育市场竞争策略分析

第七章 “互联网+”背景下在线教育行业的机会与挑战

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 “互联网+”在线教育行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 “互联网+”在线教育行业的改造与重构

一、互联网改变生产厂商营销模式

二、互联网导致行业利益重新分配

三、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 在线教育与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第八章 各地区市场竞争分析

第一节 华北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第四节 中南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第五节 西南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年市场潜在需求分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第九章 在线教育行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市方直科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第二节 北京立思辰科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第三节 焦点科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第四节 百视通新媒体股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第五节 上海新南洋股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第六节 科大讯飞教育发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第七节 华平信息技术股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第八节 广东全通教育股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第九节 武汉天喻信息产业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第十节 拓维信息系统股份有限公司

- 一、企业概况

- 二、企业优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展机遇

第十章 2020-2026年在线教育行业投资前景

第一节 2020-2026年在线教育市场发展前景

- 一、2020-2026年在线教育市场发展潜力
- 二、2020-2026年在线教育市场发展前景展望
- 三、2020-2026年在线教育细分行业发展前景分析
 - 1、高等网络教育
 - 2、在线职业培训
 - 3、企业在线培训

第二节 2020-2026年在线教育市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年在线教育行业发展趋势
- 二、2020-2026年在线教育市场规模预测
- 三、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国在线教育行业规模预测

- 一、2020-2026年中国在线教育行业投资规模预测
- 二、2020-2026年中国在线教育行业用户规模预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、影响生产经营的变革
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2020-2026年在线教育行业投资环境分析

第一节 在线教育行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业相关法律法规
- 三、行业相关发展规划

第二节 在线教育行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 在线教育行业社会环境分析

一、在线教育产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、在线教育产业发展的意义

第四部分 行业投资分析

第十二章 2020-2026年在线教育行业投资机会与风险

第一节 在线教育行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

第二节 2020-2026年在线教育行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

第三节 2020-2026年在线教育行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、市场风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、资金短缺风险及防范

五、其他风险及防范

第十三章 在线教育行业投资战略研究

第一节 在线教育行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国在线教育品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略
- 第三节 在线教育经营策略分析
- 一、市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 第一节 家用在线教育行业研究结论
- 第二节 家用在线教育行业投资价值评估
- 第三节 在线教育行业投资建议
- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：2019年我国在线教育市场规模
- 图表：2015-2019年我国教育培训行业投资统计
- 图表：在线教育在教育培训行业投总额占比分析
- 图表：在线教育行业集中度分析
- 图表：在线教育重点品牌
- 图表：在职人员学习时间段与时长
- 图表：父母对子女在线教育意愿
- 图表：在线教育重点区域市场
- 图表：2019年我国互联网教育市场分布
- 图表：我国教育行业上市公司概况
- 图表：我国各级各类学校数和在校学生数
- 图表：2015-2019年我国出国留学人数

图表：影响网络教学平台使用的因素

图表：未来在线教育趋势分析

图表：在线平台产业链

图表：在线教育产业链分析

图表：传统培训机构成本构成

图表：在线教育成本构成

图表：移动学习与网络学习的关系

图表：目前移动APP的用户数

图表：对移动教学APP系统的要求

图表：影响移动学习APP使用的因素

图表：对移动平台及课程的特性需求

图表：困扰移动学习的最大问题

图表：企业员工培训费用

图表：企业员工个人培训费用对工资总额占比

图表：培训手段中e-learning的占比

图表：远程教育模式及相关技术

图表：我国电子商务环境分析

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164897.html>