

2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）市场运行状况与投资咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）市场运行状况与投资咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/3124531245.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国便携式电子学习产品市场运行环境分析

第一节 2008年中国便携式数码学习产品市场运行经济环境分析

一、中国GDP增长状况分析

二、中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数分析

第二节 2008年中国便携式数码学习产品市场运行社会环境分析

一、国家对基础教育的重视

二、中小學生、家长对学习英语的重视程度越来越高

第三节 2008年中国便携式数码学习产品市场运行技术环境分析

第二章 2008年中国便携式电子学习产品市场发展状况分析

第一节 2008年中国便携式数码学习产品市场总体发展状况分析

一、2008年中国ELP行业发状况综合分析

二、2008年中国ELP产业链整合步入理性消费时代

三、2008年中国ELP市场洗牌在即

第二节 2008年中国便携式数码学习产品市场焦点及动向分析

一、ELP差异化策略谋求新生

二、ELP百亿市场凸显“替代热潮”

三、ELP遭遇产业升级难题

四、ELP产品着严重的同质化问题

五、以科技为核心打造ELP业的王牌

第三节 2008年中国便携式数码学习产品市场特点分析

一、礼品市场和學生群体带动市场季节性销售明显

二、同行并购，大厂进入，行业前景被看好

三、市场和消费者日益成熟

第四节 2008年中国便携式数码学习产品市场存在问题分析

一、ELP快速发展遭遇“成长烦恼”

二、ELP市场火爆背后的危机

三、ELP行业标准不规范

四、ELP市场怪状解析

第三章 2008年中国便携式数码学习产品细分市场运行状况研究——数码学习机

第一节 2008年中国数码学习机行业发展环境分析

一、数码学习机在英语学习中的应用分析

二、中国数码学习机大市场逐步成形

三、数码学习机行业新标准呼之欲出

第二节 2008年中国数码学习机市场发展状况分析

- 一、中国学习机市场规模状况
- 二、数码学习机市场火热
- 三、数码学习机品牌集中阶段
- 四、中国数码学习机市场回顾与发展
- 五、数码学习机开始内容收费

第三节 2008年中国数码学习机市场营销分析

- 一、数码学习机产品的消费者分析
- 二、数码学习机中国特色产品营销解析
- 三、数码电子学习机市场营销全面透析
- 四、中国数码学习机产品的营销危机分析
- 五、学习机市场要警惕“数码保健品”营销模式

第四节 2008年中国数码学习机市场面临的挑战及对策分析

- 一、数码学习机发展中的问题
- 二、数码学习机市场鱼龙混杂
- 三、数码学习机遭遇“版权门”事件
- 四、数码学习机命的危机及发展对策

第五节 2009-2012年中国数码学习机市场发展趋势分析

- 一、数码学习机行业展望
- 二、数码学习机的内容发展方向分析
- 三、数码学习机技术发展态势分析
- 四、数码学习机的市场发展趋势

第四章 2008年中国ELP细分市场运行状况研究——电子词典及复读机

第一节 电子词典的概念及特点

- 一、电子词典的概念
- 二、电子词典的特点
- 三、电子词典与传统纸张词典对比分析

第二节 2008年中国电子词典的发展综合分析

- 一、电子词典市场走向衰落
- 二、电子词典存在技术瓶颈
- 三、电子词典业的广告乱战
- 四、电子词典市场发展展望

第三节 2008年中国复读机发展形势分析

- 一、复读机概念特性
- 二、复读机市场政策效果不明

三、复读机业面临灭顶之灾

四、复读机市场发展对策解析

第五章 2008年中国便携式电子学习产品消费者调查分析

第一节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者类型分析

一、学生

二、成人

第二节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者品牌倾向研究

第三节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者产品功能需求研究

第四节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望研究

第五节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道研究

第六节 2008年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素分析

一、品牌知名度

二、价格

三、产品准确、快速和方便度

第七节 2008年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道研究

一、电视购物

二、网络购物

三、超市专柜

四、专卖店

第六章 2008年中国便携式数码学习产品行业市场竞争状况分析

第一节 2008年中国便携式数码学习产品行业整体竞争格局分析

一、中低端ELP市场竞争格局

二、高端ELP市场竞争格局

第二节 2008年中国便携式数码学习产品行业竞争策略分析

一、价格战

二、营销战

第三节 2008年中国便携式数码学习产品行业理性竞争策略分析

一、成人市场，ELP行业的新蓝海

二、学生是“学导向”，成人则是“用导向”

第四节 2008年中国便携式数码学习产品企业获取市场份额的途径分析

一、渠道实力

二、研发实力

三、大量的宣传攻势

第七章 2008年中国便携式数码学习产品行业重点企业发展态势分析

第一节 好记星

- 一、好记星营销及发展历程全面分析
- 二、好记星领军数码学习机行业的良性竞争
- 三、好记星创新科技打造品牌
- 四、好记星携手名人引领市场拐点
- 五、好记星打造数码学习机市场标准

第二节 步步高

- 一、步步高公司简介
- 二、步步高企业三大事业体系解析
- 三、步步高电子的创新战略解析

第三节 诺亚舟

- 一、诺亚舟公司介绍
- 二、诺亚舟学习机的优势分析
- 三、诺亚舟服务体系介绍
- 四、诺亚舟在中国ELP市场发展状况
- 五、诺亚舟“搜学引擎”平台引发行业革命
- 六、诺亚舟在纽约交易所挂牌上市

第四节 文曲星

- 一、金远见公司简介
- 二、文曲星以诚信打造品牌
- 三、文曲星的七种市场营销武器
- 四、文曲星MyET软件热销市场

第五节 快译通

- 一、权智（国际）有限公司简介
- 二、快译通市场推进中的问题及对策
- 三、电子词典市场缩水逼迫快译通转型
- 四、快译通发力掌上电脑市场

第八章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业发展趋势预测分析

第一节 2008年中国便携式数码学习产品行业发展趋势分析

- 一、国内ELP市场的增长主要将是来自学习机的增长
- 二、“技术主导，内容制胜”，是学习机行业发展的未来趋势
- 三、除了中小学生群体外，成年人也将是学习机行业的一个潜在市场
- 四、专业人士的专业学习机，有可能是学习机市场的一个新增长点
- 五、学习与通讯结合是今后学习机发展的新潮流

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业竞争趋势分析

- 一、学习机市场将向一线品牌集中

- 二、竞争将回归到产品技术和品质
- 三、同步辅导课件是学习机竞争关键
- 四、未来的学习机市场竞争是“内容为王”

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业市场发展预测分析

- 一、2009-2012年中国ELP市场规模预测分析
- 二、2009-2012年中国ELP市场结构预测分析
- 三、2009-2012年中国ELP市场产品发展趋势预测分析

第九章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资前景分析

第一节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资机会分析

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业进入壁垒分析

- 一、硬件设计
- 二、软件开发
- 三、资料处理
- 四、产品测试

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资风险分析

- 一、技术风险分析
- 二、竞争风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、金融风险分析
- 五、其他风险分析

第四节 HJSD建议

图表目录：（部分）

图表：中国GDP增长状况

图表：中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表：2008年中国便携式数码学习产品产业链

图表：电子词典与传统纸张词典对比

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者类型

图表：不同消费者对复读机的品牌倾向

图表：不同消费者对电子词典的品牌倾向

图表：不同消费者对数码学习机的品牌倾向

图表：不同消费者对复读机功能需求

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道

图表：2008年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道
略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/3124531245.html>