

2018年中国教育市场分析报告- 行业深度分析与投资前景研究

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《2018年中国教育市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》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/wentibangong/324755324755.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

（1）线上线下加速融合

随着行业的发展，我们看到的是一些传统的线下机构开始构建自身的在线教育体系，而原本的纯线上教育机构在发展到一定程度后也开始探索线下课程。与线上教育相比，传统线下模式由于具备沉浸式教学、及时的师生互动等优势，难以被直接取缔。然而，较高的培训成本以及跨地域扩张受到限制等使得线下企业难以呈现爆发式的增长，而互联网职业教育的出现降低了人们接受教育的成本，同时具有数据化、个性化和便利化等优势，在各个运营环节（用户获取、跨地域教学等）都比线下高效，可以实现低成本跨区域快速扩张，线上线下资源的有效结合有助于线下教育突破扩张瓶颈。我们认为，“线上”、“线下”只是教育的方式，而教育的核心在于内容。随着在线教育资本市场热度逐渐回归理性，未来的发展方向将是线上线下不断有机融合。

图：线上线下互相渗透，拟补自身不足

双师模式作为在线教学工具与线下教学内容的有机契合，较大程度上缓和了行业名师资源紧缺、异地扩张难的问题。我们认为，随着技术的逐渐成熟，简单的“远程教学+线下辅导”双师模式作为线下与线上的初代融合产物将持续升级，发展成为一个涵盖教学、教研、辅导、教务一体化的线上与线下高度融合的教学体系平台。教研实力积淀深厚的机构将利用双师教学平台实现优质教学资源的大规模且成本可控的异地扩张，实现优质教学资源的异地标准化输出，不断提升整个市场的集中度。就目前而言，IT培训赛道的头部机构普遍采取双师模式，而达内科技已经对自身的双师授课平台完成了多轮升级。其余职教赛道中的优质企业开始时逐步构建自身的双师课程体系，例如财会培训龙头恒企教育也在今年设立子品牌学来学往发力双师课堂。

（2）跨赛道发展：龙头共识，如何扩张成为重点

单一的职业考试市场总量有限，天花板效应明显。内容驱动型的职业培训机构进行横向资源整合，跨赛道发展，拓展自身市场份额。优质企业跨赛道发展成为共识，而具体的扩张方式各异。线下拥抱线上华图教育设立华图网校、华图在线、砖题库、砖文库、投资腰果公考。恒企会计借中大网校导流，发力线上培训，成立子品牌学来学往发力双师课堂。达内科技、火星时代等IT培训机构采取双师模式进行教学，异地输出高质量教学内容。线上探索线下粉笔公考2017年一季度其开设线下的面试班，试运行两个月营收3000万。邢帅教育设立企业内训事业部，从线上IT培训踏入线下的企业培训领域。中华会计网校、东奥会计推进校企合

作，以专业共建的模式进行线下教学。

按照跨赛道的内容划分，我们可以将各个龙头企业的跨赛道发展行为概括为考试类培训赛道的横跨、考试类培训赛道向技能类赛道的延伸、技能类培训赛道的横跨，难度依次增大。整体而言，资格认证类考试、人才招聘类考试的商业模式相对较为简单，评价标准清晰（考试是否通过），且不同类型的考试从招生、培训方式上跨度不大，因此从考试类向考试类的扩张难度相对较低。而考试类向技能类延伸时，两者商业模式上有所区别，考试类培训在产业链延伸上更轻，而技能类培训往往在包括院校合作、企业合作上涉足更深，因此在这类的发展过程中更看重企业在自身培训领域的教研实力积累。相比之下，技能类之间横跨难度最大：一方面，由于技能类培训模式较重，涉及的产业链环节较深，包括前端的院校合作及后端的就业卡位，不同的技能类培训赛道商业模式区别较大。另一方面，在培训内容上，技能类培训和对应的行业相关性较强，强调更多的实操性，不同的赛道之间的教研内容相差较大。

图：按照内容可划分为：考证之间横跨，考证向技能延伸，技能之间横跨

资料来源：观研天下整理

从横跨的方式上来看，我们可以概括为内生孵化新赛道和外延并购进入新赛道两种方式。总结龙头企业的选择上来看，选择内部孵化新赛道的例如华图教育（内部设立事业部孵化新赛道，2017H1的金融、教师、医疗、部队等事业部收款分别提升47%，81%，67%，59%）、达内科技（2014年开始增加会计类培训，商业模式复制其IT领域的模式）；选择外延并购企业来进入新赛道的例如恒企教育（并购广州多迪进入IT培训领域、并购天琥设计进入设计类培训领域）、文都教育（并购敏行法硕和中律司考进入法律培训领域）。从结果上来看，内部孵化新的考试科目的华图教育效果较好；恒企教育、文都教育等外延并购进入新领域，在借助自身在原有领域的深度品牌积累，与新的领域形成较强的协同效应，而安博教育进行高速异地扩张的结果则不达预期。我们认为，企业内部孵化新赛道时跨度不能过大，与原生领域差距过大的更适宜通过外部并购来进入。而对于外延并购而言，更需要强势的母品牌作为支撑，这样更易产生协同效应。

观研天下发布的《2018年中国教育市场分析报告-行业深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、教育T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国教育行业发展概述

第一节 教育行业发展情况概述

- 一、教育行业相关定义
- 二、教育行业基本情况介绍
- 三、教育行业发展特点分析

第二节 中国教育行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、教育行业产业链条分析
- 三、中国教育行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国教育行业生命周期分析

- 一、教育行业生命周期理论概述
- 二、教育行业所属的生命周期分析

第四节 教育行业经济指标分析

- 一、教育行业的赢利性分析
- 二、教育行业的经济周期分析
- 三、教育行业附加值的提升空间分析

第五节 国中教育行业进入壁垒分析

- 一、教育行业资金壁垒分析

- 二、教育行业技术壁垒分析
- 三、教育行业人才壁垒分析
- 四、教育行业品牌壁垒分析
- 五、教育行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球教育行业市场发展现状分析

第一节 全球教育行业发展历程回顾

第二节 全球教育行业市场区域分布情况

第三节 亚洲教育行业地区市场分析

- 一、亚洲教育行业市场现状分析
- 二、亚洲教育行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲教育行业市场前景分析

第四节 北美教育行业地区市场分析

- 一、北美教育行业市场现状分析
- 二、北美教育行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美教育行业市场前景分析

第五节 欧盟教育行业地区市场分析

- 一、欧盟教育行业市场现状分析
- 二、欧盟教育行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟教育行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界教育行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球教育行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国教育产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国教育行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国教育产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国教育行业运行情况

第一节 中国教育行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国教育行业市场规模分析

第三节 中国教育行业供应情况分析

第四节 中国教育行业需求情况分析

第五节 中国教育行业供需平衡分析

第六节 中国教育行业发展趋势分析

第五章 中国教育所属行业运行数据监测

第一节 中国教育所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国教育所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国教育所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国教育市场格局分析

第一节 中国教育行业竞争现状分析

- 一、中国教育行业竞争情况分析
- 二、中国教育行业主要品牌分析

第二节 中国教育行业集中度分析

- 一、中国教育行业市场集中度分析
- 二、中国教育行业企业集中度分析

第三节 中国教育行业存在的问题

第四节 中国教育行业解决问题的策略分析

第五节 中国教育行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国教育行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国教育行业消费特点

第二节 中国教育行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 教育行业成本分析

第四节 教育行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国教育行业价格现状分析

第六节 中国教育行业平均价格走势预测

- 一、中国教育行业价格影响因素
- 二、中国教育行业平均价格走势预测
- 三、中国教育行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国教育行业区域市场现状分析

第一节 中国教育行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地教育市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区教育市场规模分析
- 四、华东地区教育市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区教育市场规模分析
- 四、华中地区教育市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区教育市场规模分析

第九章 2015-2017年中国教育行业竞争情况

第一节 中国教育行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国教育行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国教育行业竞争环境分析（教育T）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 教育行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国教育行业发展前景分析与预测

第一节 中国教育行业未来发展前景分析

一、教育行业国内投资环境分析

二、中国教育行业市场机会分析

三、中国教育行业投资增速预测

第二节 中国教育行业未来发展趋势预测

第三节 中国教育行业市场发展预测

一、中国教育行业市场规模预测

二、中国教育行业市场规模增速预测

三、中国教育行业产值规模预测

四、中国教育行业产值增速预测

五、中国教育行业供需情况预测

第四节 中国教育行业盈利走势预测

一、中国教育行业毛利润同比增速预测

二、中国教育行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国教育行业投资风险与营销分析

第一节 教育行业投资风险分析

- 一、教育行业政策风险分析
- 二、教育行业技术风险分析
- 三、教育行业竞争风险分析
- 四、教育行业其他风险分析

第二节 教育行业企业经营发展分析及建议

- 一、教育行业经营模式
- 二、教育行业销售模式
- 三、教育行业创新方向

第三节 教育行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国教育行业发展策略及投资建议

第一节 中国教育行业品牌战略分析

- 一、教育企业品牌的重要性
- 二、教育企业实施品牌战略的意义
- 三、教育企业品牌的现状分析
- 四、教育企业的品牌战略
- 五、教育品牌战略管理的策略

第二节 中国教育行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国教育行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国教育行业发展策略及投资建议

第一节 中国教育行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国教育行业定价策略分析

第二节 中国教育行业营销渠道策略

一、教育行业渠道选择策略

二、教育行业营销策略

第三节 中国教育行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国教育行业重点投资区域分析

二、中国教育行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/324755324755.html>