

2020年中国在线教育市场分析报告- 市场深度调研与未来趋势研究

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《2020年中国在线教育市场分析报告-市场深度调研与未来趋势研究》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/475153475153.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 在线教育行业发展综述

1.1 在线教育行业基本概念

1.1.1 行业相关定义与概念

1.1.2 中国教育体系流程图

1.1.3 在线教育行业的特点

1.2 在线教育行业产业链分析

1.2.1 在线教育产业链

1.2.2 行业产业链参与方分析

(1) 课程内容生产方分析

(2) 平台资源整合方分析

(3) 工具产品提供方分析

(4) 技术设备提供方分析

(5) 行业监管机构分析

1.3 在线教育行业发展环境分析

1.3.1 教育支出占GDP比重分析

1.3.2 中国家庭教育支出规模

1.3.3 移动互联网带来的技术影响

1.3.4 人口代际拐点带来的影响

1.3.5 家校互动信息服务行业初具规模

1.3.6 在线教育享受政策红利

1.4 在线教育行业主要商业模式分析

第二章 在线教育行业市场现状分析

2.1 在线教育行业市场规模分析

2.1.1 行业用户规模分析

2.1.2 行业市场规模分析

2.1.3 细分行业增长速度分析

2.2 在线教育行业市场竞争分析

2.2.1 行业市场竞争特点分析

(1) 互联网巨头积极布局

(2) 传统教育机构开始涉足

2.2.2 行业市场竞争格局分析

2.2.3 行业市场竞争热点分析

2.3 在线教育行业用户需求分析

2.3.1 行业不同用户群体痛点分析

2.3.2 行业不同产品用户体验分析

2.3.3 行业不同产品可复制性分析

2.3.4 行业不同产品用户获取成本

2.3.5 行业不同产品单个用户价值

2.4 在线教育行业投资并购分析

2.4.1 教育产业投融资演进路线

(1) 教育产业投融资阶段划分

(2) 教育产业投融资规模分析

2.4.2 不同阶段的投资特点分析

(1) 投资对象对比

(2) 投资机构对比

(3) 投资金额对比

(4) 融资轮次对比

(5) 融资用途对比

2.4.3 行业投资并购情况分析

2.5 在线教育行业招生渠道分析

2.5.1 行业视频招生分析

2.5.2 行业QQ群营销分析

2.5.3 行业微博营销分析

2.5.4 行业微信营销分析

第三章 在线教育行业细分市场分析

3.1 中美在线教育细分市场结构对比

3.1.1 美国的在线教育市场结构

3.1.2 中国的在线教育市场结构

3.2 学前在线教育市场分析

3.2.1 市场发展驱动因素

3.2.2 用户学习特点分析

3.2.3 产品生命周期分析

3.2.4 细分市场规模分析

3.2.5 主流商业模式分析

3.3 企业E-learning市场分析

3.3.1 市场发展驱动因素

3.3.2 用户学习特点分析

3.3.3 产品生命周期分析

3.3.4 细分市场规模分析

3.3.5 主流商业模式分析

3.4 中小学在线教育市场分析

3.4.1 市场发展驱动因素

3.4.2 用户学习特点分析

3.4.3 产品生命周期分析

3.4.4 细分市场规模分析

3.4.5 主流商业模式分析

3.5 职业在线教育市场分析

3.5.1 市场发展驱动因素

3.5.2 用户学习特点分析

3.5.3 产品生命周期分析

3.5.4 细分市场规模分析

3.5.5 主流商业模式分析

3.6 高等学历在线教育市场分析

3.6.1 市场发展驱动因素

3.6.2 用户学习特点分析

3.6.3 产品生命周期分析

3.6.4 细分市场规模分析

3.6.5 主流商业模式分析

3.7 语言培训市场分析

3.7.1 市场发展驱动因素

3.7.2 用户学习特点分析

3.7.3 产品生命周期分析

3.7.4 细分市场规模分析

3.7.5 主流商业模式分析

3.8 MOOC市场分析

3.8.1 市场发展驱动因素

3.8.2 用户学习特点分析

3.8.3 产品生命周期分析

3.8.4 细分市场规模分析

3.8.5 主流商业模式分析

第四章 在线教育网站运营策略分析

4.1 K12在线教育网站分析

4.1.1 一起作业

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.1.2 轻轻家教

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.1.3 猿题库

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.1.4 菁优网

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.2 高等教育在线网站分析

4.2.1 啄木鸟教育

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.2.2 万门大学

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.2.3 决胜网

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.2.4 盈禾优仕

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.3 职业教育在线网站分析

4.3.1 开课吧

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.3.2 沪江网

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.3.3 无忧英语

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.3.4 奇迹曼特

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析
- (4) 网站竞争优势分析

4.3.5 学尔森教育

- (1) 网站发展简况分析
- (2) 网站产品服务分析
- (3) 网站发展现状分析

(4) 网站竞争优势分析

第五章 上市教育企业在线教育业务分析

5.1 全通教育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

5.2 正保教育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

5.3 达内科技

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

5.4 好未来

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第六章 国际在线教育企业经验借鉴

6.1 Minerva公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2 Knewton公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.3 Lynda公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.4 ATA公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.5 Renaissance Learning公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.6 2U公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.7 培生集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.8 Coursera公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.9 Edmodo公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.10 Udemy网站

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第七章 在线教育行业发展前景及投资建议

7.1 行业市场规模预测分析

7.1.1 教育产业规模预测分析

7.1.2 在线教育市场规模预测分析

- (1) 用户规模预测
- (2) 市场规模预测

7.1.3 在线教育细分市场预测分析

7.2 行业发展趋势预测

7.2.1 教育行业头部机构与互联网巨头持续涌入布局

7.2.2 在线教育与知识付费相结合

7.2.3 用户下沉至三四线城市且细分领域与学习场景两端延伸

7.2.4 “直播+AI”逐渐成为未来商业模式

7.3 国内在线教育盈利模式分析

7.3.1 收费模式

- (1) 内容收费
- (2) 服务收费

7.3.2 平台模式

- (1) 平台佣金
- (2) 广告费用

7.3.3 免费模式

7.4 行业投资机会与对策建议

7.4.1 行业投资门槛分析

- (1) 资金门槛
- (2) 资源门槛

7.4.2 行业投资现状分析

7.4.3 行业投资热点分析

7.4.4 行业投资潜力分析

7.4.5 行业发展对策建议

图表目录

图表1：在线教育行业的特点介绍

图表2：在线教育产业链图

图表3：2017-2020年我国教育行业国家财政支出占GDP比重（单位：%）

图表4：2020年中国家庭学前和中小学教育阶段生均家庭教育支出情况（单位：元）

图表5：2017-2020年我国网民数量及互联网普及率（单位：亿人，%）

图表6：2017-2020年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）

图表7：各年代人口互联网化时间与对应教育阶段（单位：年）

图表8：80、90、00后教育互联网化需求依次爆发

图表9：90后职业教育、00后高等教育、10后K12教育互联网化将依次兴起

图表10：教育行业涉及的主要法律法规及政策性文件

图表11：在线教育行业主要商业模式对比

图表12：2017-2020年在线教育/手机在线教育用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表13：2017-2020年在线教育行业市场规模（单位：亿元，%）

图表14：2017-2020年在线教育细分行业增长速度（单位：%）

图表15：传统线下教育机构的线上教育布局

图表16：各细分行业代表企业

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国在线教育市场分析报告-市场深度调研与未来趋势研究》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。

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家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、PEST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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/475153475153.html>