

# 2017-2022年中国在线教育市场发展现状及发展策略分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国在线教育市场发展现状及发展策略分析报告》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/jiadianchanye/285468285468.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

2014年，中国在线教育市场规模达到大约283.7亿元，比2013年增长了17.8%左右。2015年，市场规模达到了399亿元，有了明显的提高。拥有庞大的市场规模的新兴行业总是会吸引企业的目光。截至去年年底，我国在线教育企业数量达到9500家左右。其中，K12互联网教育领域的企业在2200至2400家之间，而从业人员则多达30万。在线教育行业的热度，由此可见一斑。

政策红利带动婴儿潮时代，幼儿教育快速发展。2013年我国正式开始实施单独二胎政策，2015年10月十八大宣布全面实施二孩政策。根据《人口政策变化下基于生育意愿的人口预测研究》的统计，从生育意愿来看，目前未生育或已有一子的人仍有较高的生育意愿，未生育的人群中超过90%的人更希望育有至少两个孩子，已生育1个孩子的对应比例则达80%以上。

2005-2015年0-14岁人口占总人口比率

2002-2015年我国人口出生率变化

中国报告网发布的《2017-2022年中国在线教育市场发展现状及发展策略分析报告》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。

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。

### 第一章 在线教育行业发展综述

#### 第一节 在线教育行业定义及分类

##### 一、行业定义

##### 二、行业主要分类

#### 第二节 在线教育行业盈利模式分析

##### 一、内容收费

##### 二、增值服务

三、一次性收费

四、平台佣金

五、广告模式

第三节 在线教育行业特性分析

一、赢利性

二、行业成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

第四节 在线教育行业条件成熟

一、互联网普及程度

二、网速提升

三、在线教育认可度

第二章 国内外在线教育行业发展运行分析

第一节 国外在线教育行业发展分析

一、美国在线教育发展分析

二、韩国在线教育发展分析

第二节 我国在线教育行业发展状况分析

一、我国在线教育行业发展阶段

二、我国在线教育行业发展总体概况

三、我国在线教育行业商业模式分析

四、互联网对教育的贡献和价值

第三节 2016年在线教育行业发展现状

一、2016年我国在线教育用户规模情况

二、2016年我国在线教育行业市场规模

三、2016年在线教育市场规模影响因素

第四节 在线教育对线下教育的冲击

一、线下教育和线上教育的成本对比

二、线下教育机构名师转战线上教育

三、线上教育对学生的分流情况

四、线上教育知识免费产品推出

第三章 我国在线职业教育市场发展分析

第一节 职业认证培训在线教育培训发展分析

一、职业认证培训在线教育发展现状

- 二、职业认证培训在线教育市场规模
- 三、职业认证培训在线教育定位分析
- 第二节 职业认证培训在线教育细分领域
  - 一、财会领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 二、医药领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 三、建筑领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 四、外语领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 五、法律领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 六、IT领域在线教育市场分析
    - (一) 职业资格种类
    - (二) 在线教育需求
  - 七、公务员领域在线教育市场分析
    - (一) 岗位招考情况
    - (二) 在线教育需求

#### 第四章 我国在线高等教育市场发展分析

- 第一节 高校在线教育市场分析
  - 一、高校在线教育发展趋势
  - 二、高校在线教育市场规模
  - 三、高校在线教育市场特色
    - (一) 高校在线教育定位分析
    - (二) 高校在线教育教学模式
    - (三) 高校在线教育主要功能
- 第二节 高校在线教育细分市场分析
  - 一、普通高等院校在线教育分析

## 二、高等职业院校在线教育分析

### 第五章 中国K12在线教育市场发展分析

#### 第一节 中小学在线教育市场分析

##### 一、中小学在线教育发展状况

##### 二、中小学在线教育市场定位

##### 三、中小学在线教育市场规模

##### 四、中小学在线教育市场容量

#### 第二节 学前在线教育市场分析

##### 一、学前在线教育发展环境

##### 二、学前在线教育市场定位

##### 三、学前在线教育市场规模

### 第六章 中国其他在线教育市场发展分析

#### 第一节 兴趣在线教育市场分析

##### 一、兴趣在线教育发展环境

##### 二、兴趣在线教育遵循原则

##### 三、兴趣在线教育市场规模

##### 四、兴趣在线教育市场潜力

#### 第二节 企业E-learning发展分析

##### 一、企业E-Learning应用现状

##### 二、企业E-Learning研发模式

##### 三、企业E-Learning发展优势

##### 四、企业E-Learning应用领域

##### 五、企业E-Learning发展趋势

### 第七章 中国在线教育行业产业链分析

#### 第一节 在线教育上游行业分析

##### 一、互联网技术发展情况

###### (一) 互联网技术加速发展

###### (二) 云计算技术加速发展

##### 二、网络普及应用情况

###### (一) 总体网民规模

###### (二) 手机网民规模

###### (三) 分省网民规模

### 三、硬件设备产销及普及情况

- (一) 计算机产品市场情况
- (二) 移动终端产品产销规模
- (三) 手机规模统计

### 第二节 在线教育下游行业分析

#### 一、职业培训行业发展情况

- (一) 职业培训行业现状
- (二) 参加职业培训人数

#### 二、高等教育发展情况分析

- (一) 高等教育机构数量
- (二) 高等教育机构招生人数
- (三) 高等教育机构在校生数

#### 三、中小学教育发展情况分析

- (一) 中小学教育机构数量
- (二) 中小学在校学生数量
- (三) 中小学教育机构招生人数

#### 四、学前教育发展情况分析

- (一) 学前教育机构数量
- (二) 学前教育机构在园幼儿情况

## 第八章 中国在线教育行业竞争形势及策略

### 第一节 在线教育行业竞争结构分析

- 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 在线教育市场竞争格局分析

### 第三节 在线教育行业SWOT分析

### 第四节 2016年全球及中国在线教育风险投资情况

- 一、全球在线教育风险投资概况
- 二、中国在线教育风险投资概况

## 第九章 在线教育行业领先企业经营形势分析

### 第一节 在线教育运营企业

## 一、焦点科技股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

## 二、科大讯飞教育发展有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

## 三、广东全通教育股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

## 四、奥鹏远程教育中心

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

## 五、VIPABC

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

## 第二节 网络教育软件开发企业

### 一、深圳市方直科技股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况
- (四) 公司优劣势分析

### 二、北京立思辰科技股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 主营产品概况
- (三) 公司运营情况



(四) 公司优劣势分析

三、百视通新媒体股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

四、华平信息技术股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

五、上海新南洋股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 主营产品概况

(三) 公司运营情况

(四) 公司优劣势分析

第十章 2017-2022年中国网络教育行业发展前景预测

第一节 教育事业前景及规划

一、教育事业主要发展目标

二、人才培养结构调整趋势

三、教育信息化发展主要目标

四、教育信息化发展行动计划

第二节 网络教育行业趋势分析

一、网络教育发展趋势分析

(一) 网络教育产业环境趋势

(二) 网络教育办学定位趋势

(三) 网络教教学模式趋势

(四) 网络教支持服务趋势

(五) 网络教教学技术趋势

二、网教教学系统发展趋势

第三节 网络教育行业发展影响因素

一、网络教育的定位因素

(一) 网络教育本质的把握

(二) 网络教育现实的认识

(三) 网络教育定位的策略

二、网络教育的支撑体系

(一) 网络教育公共服务体系

(二) 网络教育校外学习中心

(三) 网络教育课程开发设置

第十一章 2017-2022年在线教育行业投资前景

第一节 2017-2022年在线教育市场发展前景

第二节 2017-2022年在线教育细分行业发展前景分析

一、中小学网络教育的市场规模

二、在线职业培训市场发展规模

三、企业在线培训市场发展规模

第三节 2017-2022年在线教育市场规模预测

第十二章 2017-2022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

(一) 教育部办公厅关于进一步加强高校网络教育规范管理的通知

(二) 教育部办公厅关于进一步加强高校网络教育规范管理的通知

(三) 教育部“数字化学习示范中心建设”项目启动

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、全球经济前景预测分析

二、国内宏观经济形势分析

(一) 中国GDP增长情况分析

(二) 城乡居民收入增长分析

(三) 居民消费总额变化分析

第三节 在线教育行业社会环境分析

一、教育环境分析

二、文化环境分析

三、居民文教娱乐支出

第十三章 2017-2022年在线教育行业投资机会与风险

第一节 中国教育行业投融资情况

## 一、2016年教育行业投资现状

## 二、教育培训行业兼并收购情况

### 第二节 中国在线教育领域投资动态

#### 一、爱乐奇获高通等千万级美金投资

#### 二、国内首个“互联网教育创业基地”落地张江

#### 三、厚持资本投资“鸚鵡螺”云教室

### 第三节 2017-2022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

## 第十四章 2017-2022年在线教育行业投资建议

### 第一节 在线教育行业投资价值评估

### 第二节 在线教育产业链投资建议

#### 一、内容模式

##### （一）学习视频

##### （二）文档资料

##### （三）教育工具

#### 二、平台模式

##### （一）B2C型

##### （二）C2C型

#### 三、技术提供商

## 第十五章 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、网络教育的品牌建设的必要性
- 二、网络教育的品牌的内涵
  - (一) 网络教育属性层面
  - (二) 网络教育质量层面
  - (三) 网络教育信誉层面
  - (四) 网络教育品牌效应层面
- 三、网络教育的品牌建设策略
  - (一) 品牌定位，找准“品牌着力点”
  - (二) 品牌规划，打造“品牌主推力”
  - (三) 品牌形象，做好“品牌宣传”
  - (四) 品牌扩张，形成“品牌效应”

### 第三节 在线教育经营策略分析

- 一、产品设计策略分析
  - (一) 用户筛选沉淀
  - (二) 移情分析
- 二、在线教育平台推广策略
  - (一) 社交闭环
  - (二) 名师公开课
  - (三) 校企联盟
  - (四) 平台联合
  - (五) O2O转化

## 第十六章 中国网络教育企业投融资及IPO上市策略指导

### 第一节 网络教育企业境内IPO上市目的及条件

- 一、网络教育企业境内上市主要目的
- 二、网络教育企业上市需满足的条件
  - (一) 企业境内主板IPO主要条件
  - (二) 企业境内中小板IPO主要条件
  - (三) 企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

### 第二节 网络教育企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备

- (一) 企业上市前综合评估
- (二) 企业的内部规范重组
- (三) 选择并配合中介机构
- (四) 进行改制、改组及制度设计

### 第三节 网络教育企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

### 第四节 网络教育企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程图
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

部分图表目录：

图表 1 在线教育行业主要分类

图表 2 中国在线教育市场规模增速

图表 3 2005-2016年中国网民规模及互联网普及率

图表 4 2016年第全国网速平均速率状况

图表 5 2016年第各省网络平均可用下载速率

图表 6 美国K21教育两次浪潮

图表 7 美国在线大学排名

图表 8 我国在线教育行业发展阶段

图表 9 我国各年龄段人口构成

图表 10 中、美家庭教育占收入占比

图表 11 职教培训投入金额占比情况

图表 12 通过视频学习的人群构成情况

图表 13 现有典型的在线教育商业模式

图表 14 YY教育平台解析

图表 15 谷歌在线教育helpouts

图表 16 国外MOOC模式合作示意图

图表 17 一起作业网页

图表 18 梯子网

图表 19 猿题库

图表 20 中国在线教育用户规模

图表 21 中国在线教育市场规模

( GYZX )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/285468285468.html>