

2009-2012年中国电子教育行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

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年中国电子教育行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/wentiule/5797157971.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介

目前，随着语音技术的不断发展，智能语音操控技术与低价位彩屏机成为电子教育产品研发趋势；人机互动性及智能网络化成为新一代电子教育产业产品的基本结构。市场需要统一标准，电子教育产品渴望一场技术性革命。新一代电子教育产业，已经从盲目的狂热期过渡到理性的思考期。2009-2012年，随着电子教育用户规模的扩张，整个产业链实现分工整合成为大势所趋。以学校和出版社主导的内容提供商、以技术研发和产品创新为主的软硬件解决方案提供商、以品牌和市场运作为主的终端厂商以及书店等零售商将会基于自身的优势进行纵向分工，并依托强势厂商进行必要的整合，最终形成上下游协同合作的大产业。目前，电子教育产品同质化现象较严重，厂商期望通过新技术来创新产品功能和卖点，谋求电子教育市场更大的份额。数码学习机发展到多功能集成时代，在核心功能上有效整合了复读机、单词机、电子辞典、电子书、U盘、MP3、录音笔、读卡器等多种功能，全面兼容网络学习、情景教学、随身外教、单词联想记忆、同步教材讲解、互动全真题库、权威辞典、在线图书馆等多种模式，以及内存自由扩充功能。2009-2012年市场，智能语音操控技术、全屏触摸输入和新一代手写输入技术也将成为市场主流。

2009-2012年，电子教育产品的功能主要靠企业的技术来实现，而技术恰恰是企业综合实力最直接的体现。技术研发决定了电子教育产品的硬件水平，对消费者而言最直观的体验是，课件的展示方式。2009-2012年的数码学习产品在功能上具有娱乐性、互动性的发展趋势，在产品外观设计上具有时尚色彩、造型美观、个性化的特征需求，“互动性”是将消费者与电子教育产品紧密联系在一起的重要功能，是体现产品个性化的重要功能。对于电子教育产品来说，“互动性”将是改变目前学习机产品的“教”与“学”的生硬方式，解决教与学双向沟通问题的重要因素。2009-2012年，电子教育产品的销售渠道将继续多元化的发展趋势，书店、家电连锁、商场、IT卖场、专业电器店、网上商城等销售渠道各具优劣势，各自互为补充，相得益彰。随着厂商向各个渠道的拓展，电子教育产品在商场的比重将会逐步下降，在家电连锁的销售比重则逐步提高，主要与家电连锁的拓展速度和消费者的购买习惯的变化有关系。随着电子教育产品定位的逐步清晰，在IT卖场的比重将会逐步走低，但是IT渠道在相当长一段时间内仍将占据相当的比重。书店具有目标消费群集中、购买环境较好、品类众多的优势，在2009-2012年将仍然居主流渠道地位，中国电子教育市场的渠道结构多元化趋势更加明显，传统渠道和新兴渠道进一步融合，差异将缩小。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家海关总署、文化办公设备制造行业协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对国内电子教育行业的发展状况进行了深入透彻地研究，并对我国电子教育主要市场发展情况、细分行业发展状况、竞争策略、投资机会作了详尽分析。报告重点分析了国内

重点电子教育企业及2009-2012年电子教育行业发展趋势，是电子教育及相关制造企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国电子教育市场发展动态，把握电子教育行业发展方向和投资机会，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 电子教育行业发展概述 1

第一节 电子教育行业的界定 1

一、电子教育产品定义 1

二、主要细分行业 1

第二节 行业发展历程 1

一、行业发展周期分析 1

二、电子教育行业发展历程 3

第二章 我国电子教育行业发展分析 7

第一节 我国电子教育行业发展概况 7

一、电子教育产品销售情况 7

二、中国的电子教育产品市场现状分析 10

三、电子教育行业广告市场发展现状 13

四、电子教育行业销售热点 15

五、电子教育行业技术发展现状 16

第二节 我国电子教育行业发展存在的问题 19

一、电子教育行业的发展困境 19

二、电子教育行业存在的问题 22

第三节 2008年中国电子教育行业发展状况 30

一、2008年电子教育产品品牌分析 30

二、2008年电子教育产品市场经济运行情况 31

三、2008年电子教育市场发展现状 32

四、2008-2009年电子教育行业发展状况 33

第四节 2009年中国电子教育行业发展情况 35

一、2009年电子教育行业发展前景 35

二、2009年电子教育行业技术发展分析 40

三、2009年电子教育行业发展方向 43

第五节 中国电子教育市场营销分析 44

一、2009年电子教育产品营销标杆分析 44

二、电子教育产业营销战略分析 52

三、电子教育产品的终端营销策略分析 58

四、电子教育行业品牌厂家掌握市场渠道的策略 62

第二部分 行业细分市场分析

第三章 电子教育细分市场之点读机分析 65

第一节 点读机市场发展概况 65

一、2008-2009年点读机创新营销分析 65

二、点读机市场发展概况 69

第二节 点读机市场发展现状 71

一、2009年点读机市场发展前景 71

二、2009年点读机市场发展方向 72

三、2009年点读机市场竞争趋势 74

第四章 电子教育细分市场之数码学习机分析 78

第一节 数码学习机市场发展概况 78

一、数码学习机市场发展概况 78

二、数码学习机市场发展特点 80

第二节 数码学习机市场发展现状 81

一、2008年数码学习机市场发展现状 81

二、学习机市场竞争分析 82

三、学习机市场技术壁垒分析 83

四、数码学习机市场亟待规范 85

五、数码学习机整体市场规模分析 89

第五章 电子教育细分市场之电子词典分析 90

第一节 电子词典市场发展概况 90

一、电子辞典功能简述 90

二、电子辞典历史与发展 93

第二节 电子词典市场发展现状 94

一、电子词典市场发展现状 94

二、电子词典市场容量分析 97

三、电子词典市场竞争分析 100

第六章 电子教育细分市场之复读机分析 104

第一节 复读机市场发展概况 104

一、复读机简介 104

二、复读机标准解读 104

三、复读机标准强制统一 106

第二节 复读机市场发展现状 107

一、中国复读机市场竞争分析 107

- 二、复读机产业的发展危机 109
- 三、复读机市场产销量分析 113
- 第三部分 行业进出口及消费分析
- 第七章 我国电子教育产业进出口分析 117
- 第一节 2008年电子教育产品进出口分析 117
- 一、2008年电子教育产品进口数据 117
- 二、2008年电子教育产品出口数据 120
- 第二节 2009年我国电子信息产业进出口分析 124
- 一、2009年1-4月进出口基本情况 124
- 二、2009年1-4月进出口产品结构 124
- 三、2009年1-4月贸易方式结构 128
- 四、2009年1-4月经济类型结构 129
- 五、2009年1-4月国别和地区结构 129
- 六、2009年1-4月进出口区域结构 130
- 第八章 电子教育需求与消费者偏好调查 133
- 第一节 青少年的消费行为及消费心理的分析 133
- 一、青少年的消费行为及消费心理研究背景 133
- 二、青少年的消费行为及消费心理研究方法 133
- 三、青少年的消费行为及消费心理研究结果 134
- 四、青少年消费心理的特征及影响因素 140
- 第二节 电子教育品牌产品消费情况 143
- 一、国内儿童电子教育产品消费情况 143
- 二、电子教育产品的消费日趋理性 147
- 三、英语电子产品的教育消费需求 150
- 四、高端教育产品消费行为对品牌偏好的影响研究 151
- 第四部分 行业竞争格局
- 第九章 电子教育企业竞争策略分析 159
- 第一节 领先者市场竞争策略 159
- 一、维护高质量形象 159
- 二、扩大市场需求总量 159
- 三、保护市场份额 160
- 四、扩大市场份额 160
- 第二节 挑战者市场竞争策略 161
- 一、正面进攻 161
- 二、侧翼攻击 161

- 三、包围进攻 161
- 四、迂回攻击 162
- 五、游击战 162
- 第十章 主要电子教育品牌竞争分析 163
- 第一节 步步高 163
 - 一、企业概况 163
 - 二、步步高复读机发展现状 166
 - 三、2009年公司产品动态 169
- 第二节 诺亚舟 171
 - 一、企业概况 171
 - 二、诺亚舟的优势 173
 - 三、2009年公司动态 175
- 第三节 文曲星 178
 - 一、企业概况 178
 - 二、文曲星发展情况 179
- 第四节 好记星 180
 - 一、企业概况 180
 - 二、2009年公司动态 182
- 第五节 卡西欧 183
 - 一、企业概况 183
 - 二、卡西欧教育产品的中国营销策略 185
- 第六节 名人 187
 - 一、企业概况 187
 - 二、名人策略竞合思维模式 188
- 第七节 好易通 192
 - 一、企业概况 192
 - 二、好易通产品发展情况 193
- 第八节 快易典 196
 - 一、企业概况 196
 - 二、快易典产品发展情况 198
- 第九节 康明 203
 - 一、企业概况 203
 - 二、康明产品发展情况 204
 - 三、2009年公司动态 206
- 第十节 快译通 207

第五部分 行业发展趋势

第十一章 2009-2013年电子教育业发展预测 209

第一节 2009年电子教育产品市场趋势 209

一、2009年中国家长的教育趋势 209

二、2009年中国人的教育消费调查 209

三、2009年电子教育产品的发展趋势 210

第二节 2009-2019年数码学习机市场发展趋势 210

一、2009-2012年数码学习机整合趋势 211

二、2009-2012年数码学习机产业链发展趋势 211

三、2009-2012年数码学习机渠道发展趋势 212

四、2009-2012年数码学习机营销趋势 212

五、2009-2013年数码学习产品销售趋势 213

第三节 2009-2012年电子教育行业发展趋势 215

一、2009-2012年资源整合趋势 215

二、2009-2012年核心功能集成发展化趋势 215

三、2009-2012年娱乐、互动性成发展趋势 215

四、2009-2012年渠道发展趋势 216

第六部分 行业投资情况分析

第十二章 电子教育相关行业分析 217

第一节 教育行业发展分析 217

一、我国少儿英语教育行业现状及趋势分析 217

二、教育的投资回报率分析 218

三、教育信息化与信息技术教育发展分析 218

四、中国教育信息化的发展目标和基本对策 227

五、2009年教育行业投资机会及策略 236

第二节 电子行业发展分析 252

一、2009年电子信息产业的危机与转机 252

二、2009年1-4月电子制造业运行情况 255

三、2009年1-4月电子信息产业固定资产投资分析 262

四、2009年电子行业发展预测 266

五、2009-2011年电子信息产业调整和振兴规划 268

第十三章 电子教育行业投资环境分析 277

第一节 经济发展环境分析 277

一、2008年宏观经济发展情况分析 277

二、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 294

- 三、2009年我国宏观经济运行分析 302
- 四、2009-2010年中国经济增长分析预测 317
- 第二节 政策法规环境分析 322
- 第三节 社会发展环境分析 325
 - 一、2009年全国居民收入情况分析 325
 - 二、2009年全国社会消费品零售总额 326
 - 三、2009年全国居民消费价格分析 327
- 第四节 2009-2011年轻工业调整和振兴规划 331
 - 一、轻工业现状及面临的形势 332
 - 二、指导思想、基本原则和目标 333
 - 三、产业调整和振兴的主要任务 335
 - 四、政策措施 340
 - 五、规划实施 342
- 第十四章 电子教育行业投资机会与风险 343
- 第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 343
 - 一、为享受调控政策带来机遇 343
 - 二、为搞好战略转型带来机遇 343
 - 三、为吸引国际投资带来机遇 344
 - 四、为招聘高端人才带来机遇 344
 - 五、为实施战略重组带来机遇 345
 - 六、为降低制造成本带来机遇 345
- 第二节 金融危机下我国企业面临的风险分析 346
 - 一、金融危机下我国企业面临的风险分析 346
 - 二、金融危机给我国中小企业带来的风险 347
- 第三节 电子教育企业战略规划不确定性风险分析 348
 - 一、客观事件的不确定性风险 349
 - 二、市场的不确定性风险 349
 - 三、行业发展的不确定性风险 349
 - 四、技术发展的不确定性风险 350
 - 五、战略规划者的主观不确定性风险 350
 - 六、执行过程的不确定性风险 351
 - 七、工具方法的局限性风险 351
 - 八、战略规划系统的不确定性风险 352
- 第四节 电子教育行业投资风险及控制策略分析 352
 - 一、电子教育行业市场投资商机 352

- 二、2009年点读机的投资机会 355
- 三、学习机市场投资机会及策略 356
- 四、风险投资商投资电子教育案例评述 360
- 第五节 2009-2012年我国电子教育企业发展策略 361

- 一、坚守核心主业 361
- 二、构建优质渠道 361
- 三、整合优质资源 362
- 四、提升经营能力 363
- 五、明确品牌形象 363
- 六、调整市场策略 364

图表目录：

- 图表：2008年五大复读机品牌排名 30
- 图表：2008年七大点读机品牌排名 30
- 图表：2008年十大学习机品牌排名 31
- 图表：2008年十大电子词典品牌排名 31
- 图表：2006-2008年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 32
- 图表：2003-2009年电子教育市场发展轨迹分析 34
- 图表：2008年1月复读机等声音重放设备进口数据 117
- 图表：2008年2月复读机等声音重放设备进口数据 117
- 图表：2008年3月复读机等声音重放设备进口数据 117
- 图表：2008年1季度复读机等声音重放设备进口数据 117
- 图表：2008年4月复读机等声音重放设备进口数据 118
- 图表：2008年5月复读机等声音重放设备进口数据 118
- 图表：2008年6月复读机等声音重放设备进口数据 118
- 图表：2008年2季度复读机等声音重放设备进口数据 118
- 图表：2008年7月复读机等声音重放设备进口数据 118
- 图表：2008年8月复读机等声音重放设备进口数据 119
- 图表：2008年9月复读机等声音重放设备进口数据 119
- 图表：2008年3季度复读机等声音重放设备进口数据 119
- 图表：2008年10月复读机等声音重放设备进口数据 119
- 图表：2008年11月复读机等声音重放设备进口数据 119
- 图表：2008年12月复读机等声音重放设备进口数据 120
- 图表：2008年4季度复读机等声音重放设备进口数据 120
- 图表：2008年1-12月复读机等声音重放设备进口数据 120
- 图表：2008年1月复读机等声音重放设备出口数据 120

- 图表：2008年2月复读机等声音重放设备出口数据 120
- 图表：2008年3月复读机等声音重放设备出口数据 121
- 图表：2008年1季度复读机等声音重放设备出口数据 121
- 图表：2008年4月复读机等声音重放设备出口数据 121
- 图表：2008年5月复读机等声音重放设备出口数据 121
- 图表：2008年6月复读机等声音重放设备出口数据 121
- 图表：2008年2季度复读机等声音重放设备出口数据 122
- 图表：2008年7月复读机等声音重放设备出口数据 122
- 图表：2008年8月复读机等声音重放设备出口数据 122
- 图表：2008年9月复读机等声音重放设备出口数据 122
- 图表：2008年3季度复读机等声音重放设备出口数据 122
- 图表：2008年10月复读机等声音重放设备出口数据 123
- 图表：2008年11月复读机等声音重放设备出口数据 123
- 图表：2008年12月复读机等声音重放设备出口数据 123
- 图表：2008年4季度月复读机等声音重放设备出口数据 123
- 图表：2008年1-12月复读机等声音重放设备出口数据 123
- 图表：2009年3月出口额前10位的电子信息产品情况 125
- 图表：2009年3月进口额前5位的电子信息产品情况 126
- 图表：2009年1-4月出口额前10位的电子信息产品情况 127
- 图表：2009年1-4月进口额前5位的电子信息产品情况 128
- 图表：2009年4月电子信息产业进出口情况 131
- 图表：2009年1-4月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况 132
- 图表：调查青少年零用钱的统计结果 135
- 图表：调查青少年消费行为的统计结果 136
- 图表：2009-2013年中国市场数码学习设备销售额的预测 213
- 图表：2009-2011年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 216
- 图表：2009年1-2月各类型软件收入占比情况 256
- 图表：2009年1-2月各地区规模以上电子信息制造业发展情况 256
- 图表：2008年7月-2009年2月规模以上电子信息制造业与全国工业销售产值增速对比 257
- 图表：2008年7月-2009年4月规模以上电子信息制造业与全国工业销售产值月度增速对比 257
- 图表：2008年9月-2009年3月规模以上制造业出口交货值月度增速情况 258
- 图表：2009年1-4月各类型软件收入占比情况 259
- 图表：2009年1-4月各地区规模以上电子信息制造业发展情况 260
- 图表：2009年1-4月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（一） 260

- 图表：2009年1-4月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（二） 261
- 图表：2009年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（三） 261
- 图表：2008-2009年1-4月部分行业完成投资增速对比情况 263
- 图表：2009年1-4月电子信息产业固定资产投资完成情况（一） 264
- 图表：2009年1-4月电子信息产业固定资产投资完成情况（二） 265
- 图表：2009年1-4月电子信息产业固定资产投资完成情况（三） 266
- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 277
- 图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 278
- 图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 278
- 图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 279
- 图表：2004-2008年年末国家外汇储备 279
- 图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 280
- 图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 281
- 图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 282
- 图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 283
- 图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 284
- 图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 284
- 图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 285
- 图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 286
- 图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 286
- 图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 287
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 288
- 图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 288
- 图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 289
- 图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 289
- 图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 290
- 图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 290
- 图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 291
- 图表：2008年人口数及其构成 292
- 图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 292
- 图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 293
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 294
- 图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 294
- 图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 295
- 图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 295

- 图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 296
- 图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 296
- 图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 297
- 图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 297
- 图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 298
- 图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 298
- 图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 299
- 图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 299
- 图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 300
- 图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 300
- 图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2008-2009年3月国房景气指数 303
- 图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 304
- 图表：2008-2009年2月国家货币供应量 304
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 305
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 305
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 306
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 306
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 307
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 307
- 图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 308
- 图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 308
- 图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 309
- 图表：教育电子政务公文与信息交换网络框架 323
- 图表：WATM网络应用流量管理器在教育系统部署 324
- 图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 329

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/5797157971.html>