

# 2020年中国教育电子产品行业分析报告- 市场运营态势与未来规划分析

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《2020年中国教育电子产品行业分析报告-市场运营态势与未来规划分析》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/dianzishebei/438389438389.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

早在互联网时代来临之前，教育类电子产品就已经出现多种形式，最早的时候小霸王学习机曾一度风靡全国，到后来分门类的专业化教育电子产品，如电子词典、复读机、点读机等相继上市，成为市场上的爆款产品。而随着互联网时代的来临，各种教育电子产品又从分化走向了统一，几乎都是各类学习机，通过开放的操作平台和互联网来完成各类学习。当前我国教育电子产品市场份额集中度挺高的，由于该类产品的软件及内容门槛非常高，山寨类产品和潜在进入者并不是很容易进入到市场中来，使得市场上强者恒强，常见的几个品牌牢牢占据着市场上的份额。

当前市场上典型的教育电子品牌有：步步高、诺亚舟、读书郎和快易典等。

**步步高：**步步高学习机是广东步步高电子工业有限公司的一品牌产品。步步高学习机采用兴趣激励法，就是用生动、有趣的内容和功能激励孩子爱学习的方法。生动有趣的内容包括：兴趣数学、兴趣物理、兴趣化学等，用动手做实验的方式，调动孩子学习兴趣，使抽象的数理化，一看就懂，一学就会。同时，孩子在使用机器学习时可以获得金币，这些金币一方面用来养电子宠物，一方面作为娱乐的开销，用孩子感兴趣的东西去激励他学习，让学习变得更有吸引力。

**诺亚舟：**诺亚舟教育控股有限公司研发的学习机，类似平板电脑的教育辅助电子产品，是“云学习”技术平台和应用终端，目的是为了给学生的学习减负。2000年，诺亚舟推出国内第一款在发音技术上拥有自主知识产权的电子词典NH2000，2011年，它上市了第一款学生平板电脑诺亚舟U5，到2014年2月，共有包括U6、U7、U12、U18、U18S、U20、U6S、U28、U30、U21、U19在内的17个型号。

**读书郎：**读书郎教育科技有限公司始建于1999年，是一家以科技创新、科技开发为导向的新兴电子产品制造企业。公司致力于教育科技产品的研发、制造、销售事业，主要产品有学生平板、儿童平板、智能手表、电子书包、智能点读机等产品系列。读书郎产品在教育电子领域处于领先地位，是国内最具实力和品牌影响力的教育科技企业之一。

**快易典：**快易典是一家专注做极致化教育产品、坚持创新的国家高新技术企业，自2002年成立，以来致力于成为用户信赖的中国一流教育企业，公司以“做有品质的教育产品”为使命，积极构建与研发自主教育资源体系。公司旗下推出“快易典”和“kimikids”两大自主品牌，专注为0-18岁孩子提供智能家教机、何秋光早教电脑、点读笔、电子书包等系列教育产品，教育内容及服务。

快易典自主化教育资源不断积累、沉淀，并极具战略性地选择数学领域为自身发展方向。2017年，国内顶级学前数学教育专家何秋光老师战略加盟奇米幼教，双方开发并构筑具有国际视野的奇米幼儿数学思维教学体系，在市场上引起广泛反响。2018年，与国内顶尖教育专家黄东坡等老师在中小学数学领域进行深度合作，逐步打造具有高度竞争力的快易

典中小学数学自主教育资源体系。

当前我国适龄教学儿童数量众多，不过近年来由于人口增长放缓，在校人数也逐渐走向平缓的阶段。根据教育部最新统计公报显示，截止到2017年，全国共有义务教育阶段学校21.89万所，招生3313.78万人，在校生1.45亿人，专任教师949.36万人，九年义务教育巩固率93.8%。

1、小学 资料来源：教育部 2、初中

全国共有初中学校5.19万所（含职业初中15所），比上年减少224所，下降0.43%。招生1547.22万人，比上年增加60.05万人，增长4.04%；在校生4442.06万人，比上年增加112.69万人，增长2.60%；毕业生1397.47万人，比上年减少26.40万人，下降1.85%。初中阶段毛入学率103.5%。 资料来源：教育部 3、高中

全国高中阶段教育[13]共有学校2.46万所，比上年减少93所，下降0.38%；招生1382.49万人，比上年减少13.78万人，下降0.99%；在校学生3970.99万人，比上年增加0.93万人，增长0.02%。高中阶段毛入学率88.3%，比上年提高0.8个百分点。 其中全国普通高中1.36万所，比上年增加172所，增长1.29%；招生800.05万人，比上年减少2.87万人，下降0.36%；在校生2374.55万人，比上年增加7.90万人，增长0.33%；毕业生775.73万人，比上年减少16.62万人，下降2.10%。（YM）

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年中国教育电子产品行业分析报告-市场运营态势与未来规划分析》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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国教育电子产品行业发展概述

#### 第一节 教育电子产品行业发展情况概述

- 一、教育电子产品行业相关定义
- 二、教育电子产品行业基本情况介绍
- 三、教育电子产品行业发展特点分析

#### 第二节 中国教育电子产品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、教育电子产品行业产业链条分析
- 三、中国教育电子产品行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国教育电子产品行业生命周期分析

- 一、教育电子产品行业生命周期理论概述
- 二、教育电子产品行业所属的生命周期分析

#### 第四节 教育电子产品行业经济指标分析

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

#### 第五节 中国教育电子产品行业进入壁垒分析

- 一、教育电子产品行业资金壁垒分析
- 二、教育电子产品行业技术壁垒分析
- 三、教育电子产品行业人才壁垒分析
- 四、教育电子产品行业品牌壁垒分析
- 五、教育电子产品行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球教育电子产品行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球教育电子产品行业发展历程回顾

#### 第二节 全球教育电子产品行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲教育电子产品行业地区市场分析

- 一、亚洲教育电子产品行业市场现状分析
- 二、亚洲教育电子产品行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲教育电子产品行业市场前景分析

#### 第四节 北美教育电子产品行业地区市场分析

##### 一、北美教育电子产品行业市场现状分析

##### 二、北美教育电子产品行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美教育电子产品行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟教育电子产品行业地区市场分析

##### 一、欧盟教育电子产品行业市场现状分析

##### 二、欧盟教育电子产品行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟教育电子产品行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界教育电子产品行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球教育电子产品行业市场规模预测

### 第三章 中国教育电子产品产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品教育电子产品总额

##### 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 中国教育电子产品行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国教育电子产品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 中国教育电子产品行业运行情况

#### 第一节 中国教育电子产品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 中国教育电子产品行业市场规模分析

第三节 中国教育电子产品行业供应情况分析

第四节 中国教育电子产品行业需求情况分析

第五节 中国教育电子产品行业供需平衡分析

第六节 中国教育电子产品行业发展趋势分析

第五章 中国教育电子产品所属行业运行数据监测

第一节 中国教育电子产品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 中国教育电子产品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国教育电子产品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 2017-2020年中国教育电子产品市场格局分析

第一节 中国教育电子产品行业竞争现状分析

一、中国教育电子产品行业竞争情况分析

二、中国教育电子产品行业主要品牌分析

第二节 中国教育电子产品行业集中度分析

一、中国教育电子产品行业市场集中度分析

二、中国教育电子产品行业企业集中度分析

第三节 中国教育电子产品行业存在的问题

第四节 中国教育电子产品行业解决问题的策略分析

第五节 中国教育电子产品行业竞争力分析

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 2017-2020年中国教育电子产品行业需求特点与动态分析

## 第一节 中国教育电子产品行业消费市场动态情况

## 第二节 中国教育电子产品行业消费市场特点分析

### 一、需求偏好

### 二、价格偏好

### 三、品牌偏好

### 四、其他偏好

## 第三节 教育电子产品行业成本分析

## 第四节 教育电子产品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 中国教育电子产品行业价格现状分析

## 第六节 中国教育电子产品行业平均价格走势预测

### 一、中国教育电子产品行业价格影响因素

### 二、中国教育电子产品行业平均价格走势预测

### 三、中国教育电子产品行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国教育电子产品行业区域市场现状分析

## 第一节 中国教育电子产品行业区域市场规模分布

## 第二节 中国华东地区教育电子产品市场分析

### 一、华东地区概述

### 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区教育电子产品市场规模分析

### 四、华东地区教育电子产品市场规模预测

## 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、华中地区教育电子产品市场规模分析

### 四、华中地区教育电子产品市场规模预测

## 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、华南地区教育电子产品市场规模分析

### 四、华南地区教育电子产品市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国教育电子产品行业竞争情况



## 第一节 中国教育电子产品行业竞争结构分析（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 中国教育电子产品行业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 中国教育电子产品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 教育电子产品行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

### 三、发展现状

### 四、优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国教育电子产品行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国教育电子产品行业未来发展前景分析

##### 一、教育电子产品行业国内投资环境分析

##### 二、中国教育电子产品行业市场机会分析

##### 三、中国教育电子产品行业投资增速预测

#### 第二节 中国教育电子产品行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国教育电子产品行业市场发展预测

##### 一、中国教育电子产品行业市场规模预测

##### 二、中国教育电子产品行业市场规模增速预测

##### 三、中国教育电子产品行业产值规模预测

##### 四、中国教育电子产品行业产值增速预测

##### 五、中国教育电子产品行业供需情况预测

#### 第四节 中国教育电子产品行业盈利走势预测

##### 一、中国教育电子产品行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国教育电子产品行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国教育电子产品行业投资风险与营销分析

#### 第一节 教育电子产品行业投资风险分析

##### 一、教育电子产品行业政策风险分析

##### 二、教育电子产品行业技术风险分析

##### 三、教育电子产品行业竞争风险

##### 四、教育电子产品行业其他风险分析

#### 第二节 教育电子产品行业企业经营发展分析及建议

##### 一、教育电子产品行业经营模式

##### 二、教育电子产品行业销售模式

##### 三、教育电子产品行业创新方向

#### 第三节 教育电子产品行业应对策略

##### 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 2021-2026年中国教育电子产品行业发展战略及规划建议

##### 第一节 中国教育电子产品行业品牌战略分析

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

##### 第二节 中国教育电子产品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 中国教育电子产品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 2021-2026年中国教育电子产品行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国教育电子产品行业产品策略分析

- 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 中国教育电子产品行业定价策略分析

##### 第三节 中国教育电子产品行业营销渠道策略

- 一、教育电子产品行业渠道选择策略
- 二、教育电子产品行业营销策略

##### 第四节 中国教育电子产品行业价格策略

##### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国教育电子产品行业重点投资区域分析
- 二、中国教育电子产品行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishebei/438389438389.html>