

2018年中国互联网+教育行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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年中国互联网+教育行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/hulianwang/358617358617.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，互联网+教育行业也得到了快速发展，2016年我国互联网+教育行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，互联网+教育行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从互联网+教育行业企业区域分布情况来看，互联网+教育行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国互联网+教育行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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、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：中国互联网+教育行业发展综述

1.1 “互联网+教育”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵分析

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+教育”的定义

1.1.3 互联网+教育行业的分类

1.1.4 “互联网+教育”产业链分析

(1) “互联网+教育”产业链构成

(2) “互联网+教育”产业链重要环节

1.1.5 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+教育行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

(1) 行业管理体制分析

(2) 行业主要政策及法规

(3) 行业发展政策环境分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 经济环境分析

(1) 宏观经济运行分析

(2) 电子商务发展情况分析

(3) 经济环境对行业的影响

1.2.3 社会环境分析

(1) 中国教育行业发展现状

(2) 中国家庭教育支出规模分析

(3) 互联网普及情况分析

(4) 碎片化及泛娱乐的时代文化趋势

(5) 社会环境对行业的影响

1.2.4 技术环境分析

(1) 云计算技术发展现状及投资前景调研分析

(2) 物联网技术发展现状及投资前景调研分析

(3) 大数据产业发展现状及投资前景调研分析

(4) 技术环境对行业的影响

1.3 中国互联网+教育行业发展现状分析

1.3.1 互联网给教育行业带来的冲击和变革

- (1) 互联网给教育行业带来的价值分析
- (2) 互联网给教育行业带来的冲击分析
- (3) 互联网对教育行业的重构分析

1.3.2 中国互联网+教育行业发展历程及特点

- (1) 中国互联网+教育行业发展历程分析
- (2) 中国互联网+教育行业发展特点分析

1.3.3 中国互联网+教育行业市场现状分析

- (1) 中国互联网+教育投资情况
- (2) 中国互联网+教育用户行为
- (3) 中国互联网+教育市场规模分析

1.3.4 中国互联网+教育行业现存问题分析

- (1) 个性化学习与标准化教学之间的矛盾剖析
- (2) 碎片化时间与系统化学习之间的矛盾剖析
- (3) 学习长期性与应试短效性要求之间的矛盾剖析
- (4) 能力提升与难以获证之间的矛盾剖析

1.4 中国互联网+教育行业竞争力分析

1.4.1 中国互联网+教育行业竞争格局分析

1.4.2 中国互联网+教育行业波特五力分析

- (1) 现有竞争者之间的竞争分析
- (2) 供应商议价能力分析
- (3) 消费者议价能力分析
- (4) 替代品的威胁分析
- (5) 潜在进入者的威胁分析
- (6) 波特五力竞争分析总结

1.4.3 中国互联网+教育行业投资并购分析

- (1) 中国互联网+教育行业投资并购动机
- (2) 中国互联网+教育行业投资并购特点
- (3) 中国互联网+教育行业投资并购动向

第二章：中国互联网+教育行业商业模式创新策略

2.1 互联网+教育行业商业模式概述

2.1.1 商业模式的定义及核心要素

2.1.2 互联网+教育商业模式的定义

2.1.3 互联网+教育成功商业模式的特征

2.2 互联网+教育行业消费者特征分析

2.2.1 互联网+教育行业消费者核心需求分析

- (1) 教育培训效果需求分析
- (2) 教学服务质量需求分析
- (3) 消费者购买成本需求分析
- (4) 消费者购买价格需求分析

2.2.2 互联网+教育行业消费者代际总体分析

2.2.3 互联网+教育行业不同代际消费者消费痛点

- (1) 80+90后消费者消费痛点分析
- (2) 95后消费者消费痛点分析
- (3) 00后消费者消费痛点分析

2.3 互联网+教育行业盈利模式分析

2.3.1 互联网+教育行业盈利模式基本分析

- (1) 收入来源分析
- (2) 成本结构分析
- (3) 财务资源分析
- (4) 利润结构分析

2.3.2 互联网+教育行业盈利模式的实现途径

- (1) 核心项目的投资前景研究
- (2) 重要合作关系的建立策略
- (3) 获利渠道的构建策略

2.3.3 互联网+教育行业盈利模式构建注意事项

- (1) 合作伙伴之间利益的平衡问题
- (2) 学历认证及考试监督问题
- (3) 学习效果与学习费用的关系问题
- (4) 技术基础设施的配备问题

2.4 互联网+教育行业商业模式创新路径

2.4.1 互联网+教育行业产品或服务创新的基本路径

- (1) 互联网+教育行业产品或服务创新的基本路径概述
- (2) 互联网+教育行业产品或服务创新的优秀案例剖析

2.4.2 互联网+教育行业目标客户创新的基本路径

- (1) 互联网+教育行业目标客户创新的基本路径概述
- (2) 互联网+教育行业目标客户创新的优秀案例剖析

2.4.3 互联网+教育行业渠道创新路径分析

- (1) 互联网+教育行业渠道创新的基本路径概述
- (2) 互联网+教育行业渠道创新的优秀案例剖析
- 2.4.4 互联网+教育行业收益方式创新的基本路径
 - (1) 互联网+教育行业收益方式创新的基本路径概述
 - (2) 互联网+教育行业收益方式创新的优秀案例剖析
- 2.4.5 互联网+教育行业内部价值链创新的基本路径
 - (1) 互联网+教育行业内部价值链创新的基本路径概述
 - (2) 互联网+教育行业内部价值链创新的优秀案例剖析
- 2.4.6 互联网+教育行业合作网络创新的基本路径
 - (1) 互联网+教育行业合作网络创新的基本路径概述
 - (2) 互联网+教育行业合作网络创新的优秀案例剖析
- 2.4.7 互联网+教育行业要素间关系创新的基本路径
 - (1) 互联网+教育行业要素间关系创新的基本路径概述
 - (2) 互联网+教育行业要素间关系创新的优秀案例剖析
- 2.5 互联网+教育细分领域商业模式发展特征
 - 2.5.1 中国互联网+学前教育商业模式发展特征
 - (1) 中国互联网+学前教育市场发展概述
 - (2) 互联网+学前教育消费者消费痛点分析
 - (3) 互联网+学前教育产品及服务特征分析
 - (4) 互联网+学前教育盈利模式特征分析
 - 2.5.2 中国互联网+K12教育商业模式发展特征
 - (1) 中国互联网+K12教育市场发展概述
 - (2) 互联网+K12教育消费者消费痛点分析
 - (3) 互联网+K12教育产品及服务特征分析
 - (4) 互联网+K12教育盈利模式特征分析
 - 2.5.3 中国互联网+高等教育商业模式发展特征
 - (1) 中国互联网+高等教育市场发展概述
 - (2) 互联网+高等教育消费者消费痛点分析
 - (3) 互联网+高等教育产品及服务特征分析
 - (4) 互联网+高等教育盈利模式特征分析
 - 2.5.4 中国互联网+职业教育商业模式发展特征
 - (1) 中国互联网+职业教育市场发展概述
 - (2) 互联网+职业教育消费者消费痛点分析
 - (3) 互联网+职业教育产品及服务特征分析
 - (4) 互联网+职业教育盈利模式特征分析

2.6 国外互联网+教育行业商业模式创新经验借鉴

2.6.1 国外互联网+教育行业商业模式典型案例剖析

- (1) Coursera：开设专项课程认证的MOOC
- (2) eDX：独特课程设计与高校合作模式
- (3) Udacity：注重科技专业培训
- (4) 可汗学院：人人可为师
- (5) Renaissance Learning：因材施教，回归本质
- (6) Google Helpouts：C2C教育平台
- (7) Udemy：C2C教育平台
- (8) Lynda：付费订阅模式

2.6.2 国外互联网+教育行业商业模式创新经验借鉴

- (1) 教育产品内容设计创新经验借鉴
- (2) 教育模式设计创新经验借鉴
- (3) 盈利模式设计创新经验借鉴

第三章：中国互联网+教育典型商业模式及优秀案例

3.1 中国互联网+教育商业模式总体分析

3.2 MOOC平台模式及优秀案例分析

3.2.1 MOOC平台模式概述

3.2.2 MOOC平台的盈利模式分析

3.2.3 MOOC平台模式优秀案例剖析

3.2.4 MOOC平台模式的优劣势

3.3 B2B平台模式及优秀案例分析

3.3.1 B2B平台模式概述

3.3.2 B2B平台的盈利模式分析

3.3.3 B2B平台模式优秀案例剖析

3.3.4 B2B平台模式的优劣势分析

3.4 B2C平台模式及优秀案例分析

3.4.1 B2C平台模式概述

3.4.2 B2C平台的盈利模式分析

3.4.3 B2C平台模式优秀案例剖析

3.4.4 B2C平台模式的优劣势分析

3.5 C2C平台模式及优秀案例分析

3.5.1 C2C平台模式概述

3.5.2 C2C平台的盈利模式分析

3.5.3 C2C平台模式优秀案例剖析

3.5.4 C2C平台模式的优劣势

3.6 SNS平台模式及优秀案例分析

3.6.1 SNS平台模式概述

3.6.2 SNS平台的盈利模式分析

3.6.3 SNS平台模式优秀案例剖析

3.6.4 SNS平台模式的优劣势

3.7 O2O模式及优秀案例分析

3.7.1 O2O模式概述

3.7.2 O2O模式盈利模式分析

3.7.3 O2O模式优秀案例分析

3.7.4 O2O模式的优劣势分析

第四章：中国移动教育市场切入点及典型产品形式

4.1 中国移动教育兴起原因及发展现状

4.1.1 中国移动教育兴起的原因分析

- (1) 移动设备及网络的成熟
- (2) 用户移动学习行为习惯的形成
- (3) 教育资源的信息化

4.1.2 中国移动教育市场规模分析

4.1.3 中国移动教育用户规模分析

4.2 中国移动教育市场切入点分析

4.2.1 电子书切入模式

- (1) 电子书模式概述
- (2) 电子书模式的实现途径
- (3) 电子书模式优秀案例
- (4) 电子书模式优劣势分析

4.2.2 手机报切入模式

- (1) 手机报模式概述
- (2) 手机报模式的实现途径
- (3) 手机报模式优秀案例
- (4) 手机报模式优劣势分析

4.2.3 APP切入模式

- (1) APP模式概述
- (2) APP模式的实现途径

- (3) APP模式主要类别
- (4) APP模式优劣势分析
- 4.2.4 移动校园切入模式
 - (1) 移动校园模式概述
 - (2) 移动校园模式的实现途径
 - (3) 移动校园模式前景
 - (4) 移动校园模式优劣势分析
- 4.3 中国移动教育典型APP产品形式分析
 - 4.3.1 移动教育平台APP
 - (1) 移动教育平台APP概述
 - (2) 移动教育平台APP分类
 - (3) 移动教育平台APP优秀案例
 - 4.3.2 移动教育工具类APP
 - (1) 移动教育工具类APP概述
 - (2) 移动教育工具类APP优秀案例
 - 4.3.3 传统教育机构在移动端的拓展
 - (1) 传统教育机构在移动端的拓展现状
 - (2) 传统教育机构在移动端的拓展APP优秀案例
- 4.4 未来移动教育产品的发展趋势分析
 - 4.4.1 跨平台多端合一趋势分析
 - 4.4.2 情景式与互动式趋势分析
 - 4.4.3 基于大数据的产品/服务个性化趋势分析
 - 4.4.4 游戏化与娱乐化趋势分析
 - 4.4.5 碎片化与社交化趋势分析

第五章：中国互联网+教育商业模式创新优秀案例剖析

- 5.1 中国互联网+学前教育商业模式创新优秀案例剖析
 - 5.1.1 宝宝树
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品/服务分析
 - (4) 企业盈利模式分析
 - (5) 企业移动教育布局
 - (6) 企业商业模式评价
 - (7) 企业最新动向分析

5.1.2 贝瓦网

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品/服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业移动教育布局
- (6) 企业商业模式评价

5.1.3 网趣宝贝

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品/服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业移动教育布局
- (6) 企业商业模式评价

5.2 中国互联网+K12教育商业模式创新优秀案例剖析

5.2.1 学而思网校

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品/服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业移动教育布局
- (6) 企业商业模式评价

5.2.2 超级课堂

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品/服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业移动教育布局
- (6) 企业商业模式评价

5.2.3 1号教室

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品/服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

(7) 企业最新动向分析

5.2.4 一起作业网

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.2.5 微课网

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.3 中国互联网+高等/职业教育商业模式创新优秀案例剖析

5.3.1 优才学院

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.3.2 清源

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业商业模式评价

5.3.3 开课吧

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.3.4 决胜网

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

(7) 企业最新发展动向分析

5.3.5 北风网

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.3.6 第九课堂

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.4 中国互联网+语言培训教育商业模式创新优秀案例剖析

5.4.1 新东方在线

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.4.2 51Talk

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

5.4.3 VIPABC

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

(7) 企业最新发展动向分析

5.4.4 好外教

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品/服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业移动教育布局

(6) 企业商业模式评价

(7) 企业最新发展动向分析

第六章：中国互联网+教育行业市场前景及投资机会

6.1 中国互联网+教育行业发展趋势及前景

6.1.1 中国互联网+教育行业发展机遇剖析

6.1.2 中国互联网+教育行业发展瓶颈剖析

(1) 用户需求动机瓶颈分析

(2) 产品标准化瓶颈分析

6.1.3 中国互联网+教育行业发展趋势分析

6.1.4 中国互联网+教育行业市场趋势分析

6.2 中国互联网+教育行业投资特性及模式

6.2.1 互联网+教育行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 市场壁垒

(3) 技术壁垒

6.2.2 互联网+教育行业投资前景分析

6.2.3 互联网+教育行业投融资模式分析

6.3 中国互联网+教育行业投资机会及建议

6.3.1 中国互联网+教育行业投资机会

(1) 互联网+学前教育领域投资机会

(2) 互联网+K12教育领域投资机会

(3) 互联网+高等教育领域投资机会

(4) 互联网+职业教育领域投资机会

6.3.2 中国互联网+教育行业投资建议

第七章：中国大型企业互联网+教育业务投资布局分析

7.1 互联网+教育行业投资主体结构特征分析

7.2 教育培训集团“互联网+教育”投资布局分析

7.2.1 新东方教育科技集团

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.2 好未来国际教育集团

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.3 学尔森教育集团

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.4 正保远程教育

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.5 学大教育集团

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局
- (4) 企业互联网+教育产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.6 达内时代科技集团

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局
- (4) 企业互联网+教育产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.7 上海昂立教育科技有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局
- (4) 企业互联网+教育产品/服务分析

7.3 主要互联网企业“互联网+教育”投资布局分析

7.3.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局
- (4) 企业互联网+教育产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.3.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局
- (4) 企业互联网+教育产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.3.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.3.4 沪江

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.3.5 欢聚时代

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+教育投资布局

(4) 企业互联网+教育产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

图表目录

图表1：“互联网+”的主要特征

图表2：“互联网+教育”分类

图表3：“互联网+教育”行业产业链结构图

图表4：“互联网+教育”行业产业链重要环节

图表5：互联网教育管理体制

图表6：2016-2018年互联网教育主要政策及法律法规汇总

图表7：互联网教育政策环境分析

图表8：2016-2018年主要经济体宏观经济金融指标（单位：%）

图表9：2018年国际宏观经济预测（单位：%）

图表10：2016-2018年我国GDP及增速（单位：亿元，%）

图表11：2016-2018年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表12：2018-2024年中国电子商务市场交易额预测（单位：万亿元）

图表13：我国教育行业发展现状（单位：万所，万人）

图表14：中美家庭教育占收入比重（单位：%）

图表15：2016-2018年中国教育培训市场规模（单位：亿元）

图表16：2016-2018年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）

图表17：2016-2018年我国移动网民规模及增长速度（单位：万人，%）

图表18：2016-2018年中国网民各类网络应用用户规模及使用率情况（单位：万，%）

图表19：2016-2018年网络购物用户规模及使用率情况（单位：万人，%）

图表20：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析

- 图表21：中国云计算产业链企业潜在发展方向
- 图表22：2016-2024年中国云计算市场规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表23：中国物联网行业的发展趋势分析
- 图表24：2016-2024年中国物联网行业应用市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表25：2016-2024年中国大数据产业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表26：“互联网+教育”价值体现
- 图表27：互联网+教育价值分析
- 图表28：互联网+教育行业发展历程
- 图表29：互联网+教育行业发展特点
- 图表30：2016-2018年中国K12教育互联网教育创投事件
- 图表31：2016-2018年中国高等教育创投事件
- 图表32：2016-2018年中国职业教育创投事件（单位：万，%）
- 图表33：中国互联网教育用户学习形式（单位：%）
- 图表34：中国互联网教育用户学习设备（单位：%）
- 图表35：2016-2018年全球教育与互联网教育市场规模及预测（单位：亿美元，%）
- 图表36：2016-2018年全球互联网教育分类市场规模及预测（单位：亿美元）
- 图表37：2016-2018年中国互联网教育市场规模（单位：亿元，%）
- 图表38：互联网+教育行业竞争格局
- 图表39：中国互联网+教育行业现有竞争者之间的竞争分析
- 图表40：中国互联网+教育行业替代品的威胁分析
- 图表41：“互联网+教育”行业五力分析结论
- 图表42：2016-2018年互联网教育风险投资规模（单位：万美元，起）
- 图表43：2018年中国互联网+教育行业投资动向
- 图表44：商业模式的组成部分
- 图表45：商业模式的三大核心要素
- 图表46：互联网改造传统行业：纯线上、教育信息化、线下导流
- 图表47：商业模式的特征
- 图表48：互联网+教育成功商业模式的特征（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/358617358617.html>