

2019年中国在线教育行业分析报告- 市场深度研究与未来商机分析

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《2019年中国在线教育行业分析报告-市场深度研究与未来商机分析》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/wentibangong/439091439091.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

一、行业监管体制与主要法规政策

教育行业主要法律法规及政策一览表

时间

政策

部门

内容

2013年7月

《关于进一步加强教育管理信息化工作的通知》

教育部、财政部、人力资源与社会保障部

2013年重点建设全国学生管理、教师管理和学生资助管理等信息系统，建成全国学生数据库和教师数据库；2014年重点建设全国学校经费、资产及办学条件管理等信息系统，建成全国学校经费、资产及办学条件数据库。

2013年11月

《关于全面深化改革若干重大问题的决定》

中共中央

大力促进教育公平，健全家庭经济困难学生资助体系，构建利用信息化手段扩大优质教育资源覆盖面的有效机制，逐步缩小区域、城乡、校际差距。

2013年

《2013年教育信息化工作要点》

教育部

实现全国50%以上的义务教育学校，并力争实现80%以上职业院校接入宽带网络并建成网络条件下的基本教学环境。

2014年1月

《国务院关于取消和下放一批行政审批项目的决定》国发〔2014〕5号

国务院

取消和下放利用网络实施远程高等学历教育的网校审批。

2014年3月

《2014年教育信息化工作要点》

教育部

加快缩小区域、城乡、校际间信息化基础设施差距。以改善义务教育学校基本办学条件为重点，完成8.5万所中西部中小学宽带网络接入，全国80%以上中小学基本实现“宽带网络校校通”。加快推进职业院校“宽带网络校校通”。

2015年5月

《关于加强高等学校在线开放课程建设应用与管理的意见》

教育部

建设一批以大规模在线开放课程为代表、课程应用与教学服务相融通的优质在线开放课程。支持具有学科专业优势和现代教育技术优势的高校，以大学生文化素质教育课、受众面广量大的公共课和专业核心课程为重点，建设适合网络传播和教学活动的內容质量高、教学效果好的在线开放课程。

2015年5月

《国务院办公厅关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》

国务院办公厅

各地区、各高校要加快创新创业教育优质课程信息化建设，推出一批资源共享的慕课、视频公开课等在线开放课程。建立在线开放课程学习认证和学分认定制度。

2015年12月

中华人民共和国教育法第二次修订

全国人大

推进教育改革，推动各级各类教育协调发展、衔接融通，完善现代国民教育体系，健全终身教育体系，提高教育现代化水平。

2016年2月

《教育部职业技术教育中心研究所2016年工作要点》

教育部

进一步加强中国职业教育与成人教育网建设，推动建设“中国职业技术教育数字化学习公共平台”，探索数字化教学资源的共建共享机制。

2016年3月

《政府工作报告》

国务院

大力发展现代职业教育，加快推进远程教育，扩大优质教育资源覆盖面。

2016年11月

《高等学历继续教育专业设置管理办法》

教育部

普通本科高校、高等职业学校须在本校已开设的全日制教育本、专科专业范围内设置高等学历继续教育本、专科专业，并可根据社会需求设置专业方向。

2016年12月

《教育部高教司关于公布有关企业支持的产学研协同育人项目立项名单（2016年第一批）的函》

教育部高等教育司

公布2017年第一批产学研协同育人项目指南，并指定华为、腾讯、弘成科技等89家单位

在各自优势领域为项目提供支持。

2017年10月

《习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》

中国共产党中央委员会

办好学前教育、特殊教育和网络教育，普及高中阶段教育；完善职业教育和培训体系，深化产教融合、校企合作。

2018年2月

《2018年教育信息化和网络安全工作要点》

教育部

引导数字校园和智慧校园建设。引导各级各类学校结合实际特色发展，开展数字校园、智慧校园建设与应用。推动数字教育资源公共服务体系建设与应用。

2018年4月

《教育信息化2.0行动计划》

教育部

继续深入推进“三通两平台”，实现三个方面普及应用。教育资源公共服务平台和教育管理公共服务平台实现融合发展。实现信息化教与学应用覆盖全体教师和全体适龄学生，数字校园建设覆盖各级各类学校。持续推动信息技术与教育深度融合，促进两个方面水平提高。促进教育信息化从融合应用向创新发展的高阶演进，信息技术和智能技术深度融入教育全过程，推动改进教学、优化管理、提升绩效。

2019年2月

《中国教育现代化2035》

中共中央、国务院

加快信息化时代教育变革。建设智能化校园，统筹建设一体化智能化教学、管理与服务平台。

信息来源：观研天下整理

二、在线教育行业发展概况

在线教育，或称远程教育、在线学习，是指依托云计算、大数据挖掘、多媒体等信息技术，以互联网为载体来进行学习与教学的一种跨时空的生活、工作和学习方式。与传统教育相比，在线教育使知识获取的方式发生了根本变化，教与学可以不受时间、空间和地点条件的限制，知识获取渠道灵活与多样化，为用户提供更加丰富的学习内容，满足人们不同的学习需求。

在线教育行业总体情况及本公司覆盖市场范围

信息来源：公开资料整理

随着越来越多的用户接受这种新型学习方式，在线教育将成为互联网时代下教育行业发展的必要趋势。目前，中国互联网教育市场主要分为以下几个细分领域：学前教育、K12教

育、高等教育、留学教育、职业教育、语言教育、兴趣教育以及综合平台。

传统教育与在线教育的对比分析情况

信息来源：公开资料整理

我国在线教育行业近年来呈现出持续升温的局面，市场规模和用户规模不断增长。艾瑞咨询数据显示，2017年在线教育市场规模达2,002.6亿元，同比增长27.9%。未来几年，中国在线教育的市场规模同比增长幅度持续降低但增长势头保持稳健，预计在2022年其市场规模将达5,433.5亿元。用户对在线教育的接受度不断提升、付费意识的觉醒以及线上学习丰富度的完善等是在线教育市场规模持续增长的主要原因。

2012-2022年中国在线教育市场规模及增长情况

数据来源：工信部

近几年，在技术、市场与政策的共同推进下，中国在线教育市场愈发活跃。2015年中国在线教育用户规模已达1.1亿人。并呈现逐年增长态势。到了2017年中国在线教育用户规模超1.5亿人。截止至2018年底中国在线教育用户规模达到1.79亿人。预测2019年中国在线教育用户规模将突破2亿人，达到2.13亿人。

2015-2019年中国在线教育用户规模统计情况及预测

数据来源：工信部

根据在线教育的直接服务对象或其商业模式的不同，在线教育可以分为“教育信息化”和“互联网教育”两大领域。教育在我国国家体系中处于重要位置，教育体系高度完备的组织性确立了我国庞大的教育体系。截止至2017年我国全国各阶段学校近50.14万所，合计在校学生人数达2.69亿人。

截止至2017年全国各阶段学校数量统计情况

数据来源：教育局

截止至2017年全国各阶段在校学生数量统计情况

数据来源：教育局

2009-2016年中国在线教育投融资事件不断增加，其中2016年达到巅峰，投融资事件共计130次，此后投融资频率有所下降。2017年共计64次，截至2018年8月在线教育投融资事件共有75次。从细分领域上来看，K12、职业培训、语言学习一直是最热的投资领域。

2013-2018年8月在线教育行业投融资事件数量情况

数据来源：教育局

未来将出一批专注于在线教育行业细分领域的龙头企回顾线下教育的发展历程，先后历经萌芽发展、政策资本扶持、深耕细分领域的三大阶段。预计在线教育将在未来3-5年内走向深耕细分领域的阶段。随着在线教育的模式逐步被大众所熟悉，投资者不再对“免费”、“流量”、“纯线上”、“自适应”、“VR”、“人工智能”等商业和科技概念怀有过高期望，不再盲目跟投。与此同时，行业内部市场逐渐细分，分别涌现行业龙头。（YZ）

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。《2019年中国在线教育行业分析报告-市场深度研究与未来商机分析》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 2016-2019年中国在线教育行业发展概述

第一节 在线教育行业发展情况概述

- 一、在线教育行业相关定义
- 二、在线教育行业基本情况介绍
- 三、在线教育行业发展特点分析

第二节 中国在线教育行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线教育行业产业链条分析
- 三、中国在线教育行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国在线教育行业生命周期分析

- 一、在线教育行业生命周期理论概述
- 二、在线教育行业所属的生命周期分析

第四节 在线教育行业经济指标分析

一、在线教育行业的赢利性分析

二、在线教育行业的经济周期分析

三、在线教育行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线教育行业进入壁垒分析

一、在线教育行业资金壁垒分析

二、在线教育行业技术壁垒分析

三、在线教育行业人才壁垒分析

四、在线教育行业品牌壁垒分析

五、在线教育行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球在线教育行业市场发展现状分析

第一节 全球在线教育行业发展历程回顾

第二节 全球在线教育行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线教育行业地区市场分析

一、亚洲在线教育行业市场现状分析

二、亚洲在线教育行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲在线教育行业市场前景分析

第四节 北美在线教育行业地区市场分析

一、北美在线教育行业市场现状分析

二、北美在线教育行业市场规模与市场需求分析

三、北美在线教育行业市场前景分析

第五节 欧盟在线教育行业地区市场分析

一、欧盟在线教育行业市场现状分析

二、欧盟在线教育行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟在线教育行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界在线教育行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球在线教育行业市场规模预测

第三章 中国在线教育产业发展环境分析

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、全社会消费品在线教育总额

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 中国在线教育行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国在线教育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 中国在线教育行业运行情况

第一节 中国在线教育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 中国在线教育行业市场规模分析

第三节 中国在线教育行业供应情况分析

第四节 中国在线教育行业需求情况分析

第五节 中国在线教育行业供需平衡分析

第六节 中国在线教育行业发展趋势分析

第五章 中国在线教育所属行业运行数据监测

第一节 中国在线教育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 中国在线教育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 中国在线教育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 2016-2019年中国在线教育市场格局分析

第一节 中国在线教育行业竞争现状分析

一、中国在线教育行业竞争情况分析

二、中国在线教育行业主要品牌分析

第二节 中国在线教育行业集中度分析

一、中国在线教育行业市场集中度分析

二、中国在线教育行业企业集中度分析

第三节 中国在线教育行业存在的问题

第四节 中国在线教育行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线教育行业竞争力分析

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 2016-2019年中国在线教育行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线教育行业消费市场动态情况

第二节 中国在线教育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 在线教育行业成本分析

第四节 在线教育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 中国在线教育行业价格现状分析

第六节 中国在线教育行业平均价格走势预测

一、中国在线教育行业价格影响因素

二、中国在线教育行业平均价格走势预测

三、中国在线教育行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国在线教育行业区域市场现状分析

第一节 中国在线教育行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线教育市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线教育市场规模分析

四、华东地区在线教育市场规模预测

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、华中地区在线教育市场规模分析

四、华中地区在线教育市场规模预测

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、华南地区在线教育市场规模分析

四、华南地区在线教育市场规模预测

第九章 2016-2019年中国在线教育行业竞争情况

第一节 中国在线教育行业竞争结构分析（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 中国在线教育行业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 中国在线教育行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 在线教育行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

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

第三节 企业

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

第四节 企业

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

第五节 企业

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

第十一章 2019-2025年中国在线教育行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线教育行业未来发展前景分析

- 一、在线教育行业国内投资环境分析
- 二、中国在线教育行业市场机会分析
- 三、中国在线教育行业投资增速预测

第二节 中国在线教育行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线教育行业市场发展预测

- 一、中国在线教育行业市场规模预测

二、中国在线教育行业市场规模增速预测

三、中国在线教育行业产值规模预测

四、中国在线教育行业产值增速预测

五、中国在线教育行业供需情况预测

第四节 中国在线教育行业盈利走势预测

一、中国在线教育行业毛利润同比增速预测

二、中国在线教育行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国在线教育行业投资风险与营销分析

第一节 在线教育行业投资风险分析

一、在线教育行业政策风险分析

二、在线教育行业技术风险分析

三、在线教育行业竞争风险分析

四、在线教育行业其他风险分析

第二节 在线教育行业企业经营发展分析及建议

一、在线教育行业经营模式

二、在线教育行业销售模式

三、在线教育行业创新方向

第三节 在线教育行业应对策略

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 2019-2025年中国在线教育行业发展战略及规划建议

第一节 中国在线教育行业品牌战略分析

一、在线教育企业品牌的重要性

二、在线教育企业实施品牌战略的意义

三、在线教育企业品牌的现状分析

四、在线教育企业的品牌战略

五、在线教育品牌战略管理的策略

第二节 中国在线教育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 中国在线教育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 2019-2025年中国在线教育行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线教育行业产品策略分析

- 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 中国在线教育行业定价策略分析

第三节 中国在线教育行业营销渠道策略

- 一、在线教育行业渠道选择策略
- 二、在线教育行业营销策略

第四节 中国在线教育行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国在线教育行业重点投资区域分析
- 二、中国在线教育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/wentibangong/439091439091.html>