

2017-2022年中国教育产品市场动向调研及十三五投资价值分析报告

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《2017-2022年中国教育产品市场动向调研及十三五投资价值分析报告》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/wentibangong/262870262870.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国教育产品市场动向调研及十三五投资价值分析报告》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。

报告目录：

第一章2014-2016年中国教育产品行业运行环境分析

第一节2014-2016年中国教育产品经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、中国汇率调整分析

四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

七、殴债危机对中国经济的影响

第二节2014-2016年中国教育产品行业发展政策环境分析

一、产业政策分析

二、行业准入政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节2014-2016年中国教育产品社会环境分析

一、就业与人才分析

二、中国人口规模及结构分析

三、居民消费观念

第四节2014-2016年中国教育产品行业技术环境分析

第二章2014-2016年中国教育产品行业发展形势分析

第一节2014-2016年中国教育产品发展特征分析

一、教育产业化对教育产品的影响分析

二、教育产品行业研发成本压力分析

三、中国教育产品行业洗牌已经开始

四、教育产品研发力度加大

第二节2016年中国教育电子产品行业存在问题分析

一、市场“鱼龙混杂”，假冒产品众多

二、宣传夸大其词，产品性价比不高

三、技术侵权问题尤为严重

四、研发投入明显不足

五、市场开发形式单一

六、对消费者缺乏研究

七、产品售后问题突出

第三节2014-2016年中国教育产品行业应对策略分析

第三章2014-2016年中国教育产品行业市场供需分析

第一节2014-2016年中国教育产品市场动态分析

一、三菱LCD教育产品名冠国内市场

二、教育产品展会雅图产品倍受欢迎

第二节2014-2016年中国教育产品市场

一、教育产品行业市场特点分析

二、教育产品行业市场渠道分析

三、高端教育产品消费行为对品牌偏好的影响研究

第三节2014-2016年中国教育产品市场相关机构的诉求

一、出版发行机构

二、经销商

三、终端客户

第四节2014-2016年中国教育产品行业市场运营分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

三、影响市场供需的因素分析

第五节2014-2016年中国教育产品ELP营销战略分析

第四章2014-2016年中国教育产品细分行业市场分析——教育出版类产品

第一节2014-2016年中国图书出版行业运行综述

一、中国图书出版业的阶段性跨越

二、图书出版业组织结构分析

三、图书出版的板块结构分析

四、图书出版业改革的重点

第二节2014-2016年中国教辅市场发展现状分析

一、2016年非国有教辅书业酝酿变局

二、以科学发展观统领教辅出版业发展

三、教辅类报纸发展壮大的突破口

四、中国民办教育的未业新增强点

第三节2014-2016年中国教辅市场面临的机遇与挑战

一、整体格局混乱

二、同质化严重

第五章2014-2016年中国教育产品细分行业市场分析——教育电子类产品

第一节2014-2016年中国教育电子类产品行业运行情况分析

一、教育电子类产品行业特点分析

二、教育电子类产品设计分析

三、教育电子类产品市场规模分析

第二节2014-2016年中国教育电子类产品细分市场分析

一、数码学习机

二、电子辞典

三、复读机

第三节2014-2016年中国教育电子类产品重点企业

一、创新诺亚舟电子有限公司

二、上海好记星数码科技有限公司

三、英村科技有限公司

四、北京金远见电脑技术有限公司（文曲星）

五、上海荟能公司（e百分）

六、东莞市步步高教育电子产品有限公司

七、权智掌上电脑有限公司(快译通)

第四节2014-2016年中国教育电子类产品发展趋势分析

第六章2014-2016年中国教育产品细分行业市场分析——教育软件类产品

第一节2014-2016年中国教育软件行业运行现状综述

一、教育软件是中国软件行业的新“宠儿”

二、已与办公软件、财务软件形成中国软件业三分天下格局

三、中国教育软件市场巨大，商机众多

四、中国教育软件发展到智能与网络结合阶段

五、中国教育软件市场呼唤精品

第二节2014-2016年中国教育软件行业市场规模分析

一、教育软件市场总体规模逐渐扩大，产品更加丰富

二、校校通等工程为教育软件提供了广阔市场

三、国家政策环境良好，网络教育平台等直接拉动教育软件需求

第三节2014-2016年中国教育软件行业市场供需分析

第四节2014-2016年中国教育软件类产品行业发展趋势分析

第七章2014-2016年中国教育产品细分行业市场分析——教育益智类产品

第一节2014-2016年中国教育益智产品行业发展特征分析

一、教育益智产品行业发展有利促进中国素质教育开展

二、中国教育益智产品市场需求与开发价值巨大

三、DIY教育益智产品受到消费者青睐

四、中国教育益智产品行业市场日益细分

五、优秀外资企业进入中国教育益智产品市场

第二节2014-2016年中国教育益智产品行业现状综述

一、市场发展处于初级阶段，未形成规模化区域或企业

二、缺乏相关标准，产品质量难以保证

三、DIY教育益智产品是目前市场热点

第三节2014-2016年中国教育益智产品行业供求格局分析

一、国内企业普遍规模较小，缺乏竞争力

二、市场整体需求旺盛，但有效供给不足

三、教育益智产品连锁加盟投资方式最具活力

第四节2014-2016年中国教育益智产品行业存在问题分析

一、行业缺乏相关知识产权标准及制度

二、生产企业缺乏对教育培训产业的认知

三、生产企业研发能力明显不足

四、市场缺乏成熟的商业模式

第八章2014-2016年中国教育产品行业市场消费者调查分析

第一节中国教育产品行业市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节2014-2016年中国教育产品行业市场消费者偏好调查

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第三节2014-2016年中国教育产品行业市场消费者需求趋势分析

第九章2014-2016年中国教育产品行业市场竞争格局分析

第一节2014-2016年中国教育产品市场竞争总况

一、中国教育产品市场竞争显白热化

二、教育产品技术竞争分析

三、教育产品品牌竞争分析

四、教育产品价格竞争分析

第二节2014-2016年中国教育产品行业市场集中度分析

一、区域集中度分析

二、市场集中度分析

第三节2014-2016年影响中国教育产品市场竞争因素分析

第四节2014-2016年中国教育产品竞争趋势分析

第十章2014-2016年中国提高教育产品市场竞争力的策略分析

第一节树立竞争意识和观念

第二节建立完善增强教育产品竞争力的组织与机制

一、建立健全组织机构

二、构建有利于增强产品竞争力的管理模式

三、增强激励机制

第三节强化技能考核

一、制定考核目标和考核计划，重视考核管理

二、认真制定考核方案，加大考核力度

三、强化教学中心的意识，走质量内涵发展道路

第十一章2014-2016年中国教育产品行业国际主体企业综合竞争力分析

第一节英国培生教育出版集团

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析（SWOT分析法）

第二节美国麦格劳-希尔

第三节德国贝塔斯曼集团

第四节Riverdeep

第五节美国LeapFrog

第十二章2014-2016年中国教育产品行业国内主体企业综合竞争力分析

第一节人民教育出版社

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

第二节高等教育出版社

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

第三节外语教学与研究出版社

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

第四节商务印书馆

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

第五节北京金远见电脑技术有限公司

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

第六节北京金洪恩电脑有限公司

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

第七节香港伟易达公司

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

第八节华夏爱婴教育集团

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

第九节略……

第十三章2014-2016年中国教育产品行业市场投融资与并购特征及趋势分析

第一节2014-2016年中国教育出版类产品市场投融资与并购状况分析

一、投资规模分析

二、投资热点分析

三、投资区域分析

四、投资方式及渠道分析

五、投资回报分析

六、投资趋势分析

第二节中国教育电子类产品市场投融资与并购状况分析

第三节中国教育软件类产品市场投融资与并购状况分析

第四节中国教育益智类产品市场投融资与并购状况分析

第十四章2017-2022年中国教育产品行业发展趋势预测分析

第一节2017-2022年中国教育产品行业发展趋势分析

一、2017-2022年中国教育产品设计研发能力预测分析

二、2017-2022年中国教育产品行业技术开发方向

第二节2017-2022年教育产品行业市场预测分析

一、2017-2022年中国教育产品市场供应预测

二、2017-2022年中国教育产品行业现状分析

第三节2017-2022年中国教育产品行业盈利能力预测

第十五章2017-2022年中国教育产品行业投资机会与风险分析

第一节2017-2022年中国教育产品行业投资概况

- 一、教育产品投资特性
- 二、教育产品投资价值研究
- 三、教育产品投资环境分析

第二节2017-2022年中国教育产品行业投资机会分析

- 一、中国教育产品热点分析
- 二、中国教育产品区域投资潜力分析

第三节2017-2022年中国教育产品行业投资前景分析

- 一、市场竞争风险
- 二、金融风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节专家投资建议

图表目录：

图表：中国GDP分析

图表：物价指数分析

图表：存贷款利率变化

图表：财政收支状况

图表：第三代教育产品的特征

图表：2014-2016年中国教育产品市场规模统计及预测

图表：中国教育产品的分类与特点

图表：教育产品主要企业情况

图表：中国教育产品行业存在的问题

图表：中国教育产品的影响分析

图表：2014-2016年中国教育产品市场供给分析

图表：2014-2016年中国教育产品市场需求分析

图表：2014-2016年中国教育产品市场需求特点分析

图表：2014-2016年中国教育产品行业市场供需平衡分析

图表：中国教育产品行业消费者人口统计变量分析

图表：中国教育产品行业消费者地理统计变量分析

图表：中国教育产品行业消费者心理统计变量分析

图表：中国教育产品行业消费者行为统计变量分析

图表：2014-2016年中国教育产品消费产品偏好

图表：2014-2016年中国教育产品消费品牌偏好

图表：2014-2016年中国教育产品消费渠道偏好

图表：2014-2016年中国教育产品消费环境偏好

图表：2014-2016年中国教育产品消费影响因素

图表：中国教育产品市场消费者需求趋势

图表：人民教育出版社业务范围及产品内容分析

图表：高等教育出版社业务范围及产品内容分析

图表：外语教学与研究出版社业务范围及产品内容分析

图表：商务印书馆业务范围及产品内容分析

图表：北京金远见电脑技术有限公司业务范围及产品内容分析

图表：北京金洪恩电脑有限公司业务范围及产品内容分析

图表：香港伟易达公司业务范围及产品内容分析

图表：华夏爱婴教育集团业务范围及产品内容分析

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司销售收入情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利指标情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利能力情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司资产负债能力指标分析

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司人力资源分布情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司人力资源对比情况

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司广告费用对比表

图表：创新诺亚舟电子（深圳）有限公司广告费用对比图

图表：上海好记星数码科技有限公司销售收入情况

图表：上海好记星数码科技有限公司盈利指标情况

图表：上海好记星数码科技有限公司盈利能力情况

图表：上海好记星数码科技有限公司资产运行指标状况

图表：上海好记星数码科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：上海好记星数码科技有限公司成本费用构成情况

图表：上海好记星数码科技有限公司从业人员对比表

图表：上海好记星数码科技有限公司从业人员对比图

图表：上海好记星数码科技有限公司广告费用对比表

图表：上海好记星数码科技有限公司广告费用对比图

图表：上海好记星数码科技有限公司广告费占营业费用比例

图表：英村科技有限公司销售收入情况

图表：英村科技有限公司盈利指标情况

图表：英村科技有限公司盈利能力情况

图表：英村科技有限公司资产运行指标状况

图表：英村科技有限公司资产负债能力指标分析

图表：英村科技有限公司成本费用构成情况

图表：英村科技有限公司从业人数对比分析表

图表：英村科技有限公司从业人数对比分析图

图表：英村科技有限公司从业人数不同性别对比情况

图表：英村科技有限公司广告费用对比情况

图表：英村科技有限公司广告费用对比图

图表：英村科技有限公司广告费用占营业费用比例情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司销售收入情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司盈利指标情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司盈利能力情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司资产运行指标状况

图表：北京金远见电脑技术有限公司资产负债能力指标分析

图表：北京金远见电脑技术有限公司成本费用构成情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司从业人数对比分析表

图表：北京金远见电脑技术有限公司从业人数对比分析图

图表：北京金远见电脑技术有限公司不同性别员工比例图

图表：北京金远见电脑技术有限公司广告费用对比情况

图表：北京金远见电脑技术有限公司广告费用对比表

图表：北京金远见电脑技术有限公司广告费用占营业费用比例情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司销售收入情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司盈利指标情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司盈利能力情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司资产运行指标状况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司成本费用构成情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司从业人数对比表

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司从业人数对比图

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司不同性别比例情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司广告费用对比情况

图表：北京中恒兴业科技集团有限公司广告费用对比图

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司销售收入情况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利指标情况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利能力情况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司资产运行指标状况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司资产负债能力指标分析

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司成本费用构成情况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司从业人数对比分析表

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司从业人数对比分析图

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司不同性别比例分布情况

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司广告费用对比表

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司广告费用对比图

图表：东莞市步步高教育电子产品有限公司广告费用占营业费用比例

图表：2017-2022年教育产品价格走势预测分析

图表：2017-2022年中国教育产品行业市场供给预测分析

图表：2017-2022年中国教育产品行业行业现状分析分析

图表：2017-2022年中国教育产品行业市场竞争预测分析

图表：2017-2022年中国教育产品行业市场盈利预测分析

(GYZT)

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/wentibangong/262870262870.html>