2017-2022年中国在线教育行业竞争态势及十三五发展策略研究报告

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年中国在线教育行业竞争态势及十三五发展策略研究报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/274746274746.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2014年全球在线教育产业规模为1577亿美元，行业实现23%的年复合增长率。其中高等在线教育规模，未来五年年复合增长率为25%,预计2017年行业规模将达到1500亿美元，基础教育（K-12）的增长速度最快，未来五年年复合增长率高达30%,2017年有望实现700亿的市场规模。此外，亚洲是全球在线教育市场增长最快的地区，其增长速度高达17.3%.

2014年在线教育用户规模为7796.9万人，同比增长16.03%.随着互联网普及、用户使用习惯的形成、企业的市场推广等原因，未来几年，在线教育用户规模将保持15%以上的速度继续增长。在线教育处于发展初期，用户市场有待培养，目前只有少于三成的网民使用过在线教育；未使用过在线教育的人数占71.2%,而其中有近42.1%的网民有购买在线教育的计划。网民不选择在线教育的原因主要是对在线教育不了解和参加传统培训，这两类用户占68%.而不喜欢这种模式的人占比也达到15.4%。

自2013年起，在线教育用户数量增速开始加快。2013年之前在线教育用户规模每年增长率都在20%以下，2013年用户增长率仅有8.6%。2014年起用户规模增长率持续上涨，今年达到9640万人，预计2016年在线教育用户将突破1.2亿。届时，传统教育机构的变革速度逐渐加快，在互联网的飞速发展下在线教育方式覆盖率快速提高，除了一些营利性机构或产品外，学校或一些官方教育机构，也将在互联网的大潮下，加快进行线上教育的建设。

中国在线教育仍然处于蓝海阶段，发展空间巨大。一些教育领域细分市场如K12、职业培训教育属刚需型市场，用户需求近年来一直在稳步提高；同时，伴随移动互联网的快速发展，互联网用户投入到碎片化学习时间逐渐增多，这也促使移动教育市场用户规模增长迅速。但要注意的是，如何准确定位、获得盈利是目前国内在线教育企业面临的最主要问题。

2013年以来，BAT三巨头也先后加入战局，再加上大量风投与PE的推动，整个行业进入白热化竞争时代。未来中国在线教育将百花齐放。一、二线省会以上城市略占优势，但三、四线城市是非常大的增量市场。三、四线城市的用户他们对于教学资源的需求更迫切，因为三、四线城市的教学资源更薄弱，而在线教育没有这个地域的限制。在线教育可以实现教育民主化。

预计在未来3-5年内，在整个教育培训行业，线上将占据四成份额。而传统的线下教育也正在进入市场调整阶段。新东方和学大教育等国内连锁教育培训机构目前正在尝试将线上和线下教育资源进行整合，在发展传统线下教育的同时，在线上教育领域成立专门的机构从而加强线上教育资源范围的扩大。通过线上与线下的双线整合，各大培训机构都力图将教育资源进行系统整合，而目的是为在激烈的培训市场竞争中赢得更多的生存空间。

截至2015年12月，我国网民规模达6.88亿，全年共计新增网民3951万人。互联网普及率为50.3%，较2014年底提升了2.4个百分点。

截至2015年12月，我国手机网民规模达6.20亿，较2014年底增加6303万人。网民中

使用手机上网人群的占比由2014年85.8%提升至90.1%，手机依然是拉动网民规模增长的首要设备。仅通过手机上网的网民达到1.27亿，占整体网民规模的18.5%。

中国报告网发布的《2017-2022年中国在线教育行业竞争态势及十三五发展策略研究报告》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。

第一部分在线教育产业环境透视
第一章在线教育定义及其相关要素
第一节在线教育定义及其特征
一、在线教育定义
二、在线教育的定位
三、在线教育的特点
四、在线教育的组织
五、在线教育行业结构
第二节在线教育的模式
一、在线教育的主要模式
二、远程教育的教学模式
三、远程教育的运营模式
四、在线教育市场的几种主要业务模式
第三节在线远程教育中的师生角色及其交互关系
一、在线远程教育中的教学主体—教师
二、在线远程教育中的学习主体—学生
三、在线远程教育中的师生交互主体性关系
四、在线教育重构师生关系
五、在线环境下的师生交互策略
第四节在线教育经济性和教育性

一、在线教育的经济学分析
二、在线教育的经济意义
三、在线教育的教育性
第二章中国在线教育发展环境分析
第一节在线教育发展环境PEST分析
一、在线教育发展政策环境分析
1、在线教育政府监管
2、在线教育主要政策及法律法规
3、在线教育政策环境分析
二、在线教育发展用户环境分析
1、中国互联网网民规模
2、学生是中国在线用户的主体
三、在线教育发展经济环境分析
1、GDP运行情况
2、财政收入分析
3、居民收入分析
四、在线教育发展社会环境分析
1、教育行业发展现状
2、国民教育支出水平
3、对在线教育认识的变化
五、在线教育发展技术环境分析
1、基于Internet的网上教育的实现
2、数字化技术的飞速发展
3、在线教育专利技术分析
第二节在线教育总体发展状况
一、在线教育发展概况
1、在线教育发展迅速
2、开展在线教育学校与水平上升
二、在线教育发展规模分析
1、在线教育市场规模分析
2、在线教育用户规模分析
三、在线教育竞争格局分析
1、在线教育整体市场格局
2、K-12在线教育
3、在线高等学历教育

4、职业培训类在线教育
第三章国际在线教育发展现状及经验借鉴
第一节全球在线教育发展概况
一、国际在线教育技术标准
二、全球在线教育发展现状
1、发展规模分析
2、开展情况分析
第二节美国在线教育发展分析
一、美国在线教育介绍
1、在线教育的目的
2、在线教育的内容
3、在线教育资源条件
二、美国在线教育发展现状
1、美国在线教育概况
2、美国在线教育规模
3、提供在线教育的学校类型
4、美国在线教育实例介绍
5、在线教育政策分析
三、美国在线教育的启示与借鉴
1、政府宏观调整、科学制定政策
2、资格认证和质量监控法制化
3、合理建立各级在线教育政策
4、促进社会资金和资源整合
5、促进多种技术的综合运用
第三节英国在线教育发展分析
一、英国在线教育发展概况
1、英国在线教育研究情况
2、英国在线教育开展状况
3、英国在线教育实例介绍
二、英国在线教育发展现状
三、英国在线教育的启示
第四节韩国在线教育发展分析
一、韩国在线教育发展概况
二、韩国在线教育的启示
第二部分在线教育行业深度分析

第四章我国在线教育行业运行现状分析
第一节我国在线教育行业发展状况分析
一、我国在线教育行业发展阶段
二、我国在线教育行业发展总体概况
三、我国在线教育行业发展特点分析
四、我国在线教育行业商业模式分析
1、B2C
2、O2O
3、C2C
4、MOOC
5、OCWC
6、其他类
第二节2015年在线教育行业发展现状
第三节2015年在线教育市场情况分析
一、2015年中国在线教育市场总体概况
二、2015年中国在线教育产品市场发展分析
第四节我国在线教育市场价格走势分析
一、在线教育市场定价机制组成
二、在线教育市场价格影响因素
三、2013-2015年在线教育产品价格走势分析
四、2017-2022年在线教育产品价格走势预测
第五章我国在线教育行业整体运行指标分析
第一节2013-2015年中国在线教育行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、人员规模状况分析
三、行业资产规模分析
第二节2013-2015年中国在线教育行业财务指标分析
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
第三部分在线教育市场全景调研
第六章中国高等在线教育的发展
第一节高等在线教育发展概述
一、在线高等教育的优势

二、发展高等在线教育的现实意义
三、在线高等教育致力于资源公平化
第二节国外高等在线教育发展及启示分析
一、世界远程高等教育概况
二、美国远程高等教育发展的基本态势分析
三、美国国家技术大学远程教育经验借鉴
四、国外高校网上教学案例解析
第三节2015年高等在线教育发展状况
一、我国在线远程教育学校发展状况
二、中国高等在线教育学生年龄段分布
三、中国在线高等教育理论与实践的差异
四、高等在线教育存在的问题及对策分析
五、我国强化在线高等学历教育管理
六、中国远程高等教育尚未成为主流
七、面向在线高等教育的信息素质教育
第四节2015年中国普通高等院校在线教育分析
一、在线高等学历教育招生的试点高校
二、我国普通高校在线教育取得的成就
三、普通高校在线教育发展的主要经验
四、普通高校在线教育管理措施的加强
五、中国普通高等院校在线教育的发展趋势
第五节2015年高等职业院校的在线教育
一、在线教学在高等职业教育中的应用
二、高等职业院校实施在线教育是现代教育的必然要求
三、高等职业院校在线教育的环境模式分析
四、高等职业院校在线化教育环境建设基本原则
五、高等职业院校在线教育教学组织
第七章中小学在线教育的发展
第一节中小学在线教育资源的现状和运用
一、中小学在线资源现状
二、中小学教育获取在线资源途径
三、中小学在线教育资源的存储和使用
第二节2015年中国中小学在线教育发展状况
一、中小学在线教育与传统教育的比较分析
二、中国中小学在线教育的定位

三、中国中小学在线教育状况
四、我国中小学在线教育市场发展
五、中小学在线教育亟欲解决的问题
六、中小学在线教育开展的建议
七、对中小学生教育网建设的思考
第三节2015年农村中小学在线教育发展分析
一、农村中小学在线远程教育发展综述
二、农村中小学在线远程教育亟须解决的问题
三、完善农村中小学在线远程教育体系建设
第四节中小学在线教育的负面影响及其对策
一、在线环境对学生心理健康的不良影响
二、在线环境对学生心理健康产生影响的原因
三、发挥学校教育的优势对学生正确引导
四、加强在线道德教育和抵制不良信息
第八章其他在线教育分析
第一节企业E-Learning在线教育
一、E-Learning的发展和应用
二、我国企业E-learning发展现状
三、我国企业E-Learning制约因素分析
四、中国企业E-Learning实施策略分析
五、企业E-Learning应用及技术趋势
六、企业E-Learning未来发展趋势分析
第二节职业与认证培训在线教育
一、多媒体远程职业教育的模式分析
二、多媒体远程职业教育系统的特征
三、职业及认证培训在线教育市场发展趋势
第三节幼儿及学前在线教育
一、基本服务模式
二、简析儿童在线教育的特点
三、信息时代幼儿教师角色的转变
四、信息时代对幼儿教师的建议
五、幼儿和学前在线教育产业发展障碍因素
六、幼儿和学前在线教育发展趋势特征
第九章我国在线教育行业营销趋势及策略分析
第一节在线教育行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐
1、渠道构成
2、销售贡献比率
3、覆盖率
4、销售渠道效果
5、价值流程结构
6、渠道建设方向
二、在线教育营销环境分析与评价
1、国际环境下的在线教育
2、企事业需求下的在线教育
3、我国在线教育市场整体环境
三、销售渠道存在的主要问题
四、营销渠道发展趋势与策略
第二节在线教育行业营销策略分析
一、中国在线教育营销概况
二、在线教育营销策略探讨
1、中国在线教育产品营销策略浅析
2、在线教育新产品的市场推广策略
3、在线教育细分产品营销策略分析
第三节在线教育营销的发展趋势
一、未来在线教育市场营销的出路
二、中国在线教育营销的趋势预测
第四节在线教育市场营销模式与面临的挑战
一、在线教育市场营销模式
二、在线教育市场营销模式面临的的的挑战
第四部分在线教育行业竞争格局分析
第十章2017-2022年在线教育行业竞争形势及策略
第一节行业总体市场竞争状况分析
一、在线教育行业竞争结构分析
1、现有企业间竞争
2、潜在进入者分析
3、替代品威胁分析
4、供应商议价能力
5、客户议价能力
6、竞争结构特点总结

二、在线教育行业企业间竞争格局分析
1、不同地域企业竞争格局
2、不同规模企业竞争格局
3、不同所有制企业竞争格局
三、在线教育行业集中度分析
1、市场集中度分析
2、企业集中度分析
3、区域集中度分析
4、各子行业集中度
5、集中度变化趋势
四、在线教育行业SWOT分析
1、在线教育行业优势分析
2、在线教育行业劣势分析
3、在线教育行业机会分析
4、在线教育行业威胁分析
第二节中国在线教育行业竞争格局综述
一、在线教育行业竞争概况
1、中国在线教育行业品牌竞争格局
2、在线教育业未来竞争格局和特点
二、中国在线教育行业竞争力分析
1、我国在线教育行业竞争力剖析
2、我国在线教育企业市场竞争的优势
3、民企与外企比较分析
4、国内在线教育企业竞争能力提升途径
三、中国在线教育竞争力优势分析
1、整体产品竞争力评价
2、产品竞争力评价结果分析
3、竞争优势评价及构建建议
四、在线教育行业主要企业竞争力分析
1、重点企业资产总计对比分析
2、重点企业从业人员对比分析
3、重点企业营业收入对比分析
4、重点企业利润总额对比分析
5、重点企业综合竞争力对比分析
第三节2015年在线教育行业竞争格局分析

一、2015年国内主要在线教育企业动向
二、2015年国内在线教育企业拟在建项目分析
第四节在线教育行业并购重组分析
一、跨国公司在华投资兼并与重组分析
二、本土企业投资兼并与重组分析
三、行业投资兼并与重组趋势分析
第五节在线教育市场竞争策略分析
第十一章2015年在线教育行业领先企业经营形势分析
第一节深圳市方直科技股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二节北京立思辰科技股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第三节焦点科技股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第四节广东全通教育股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第五节拓维信息系统股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第六节上海新南洋股份有限公司
（1）企业概况

（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第七节宁波GQY视讯股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第八节上海同济科技实业股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第九节百视通新媒体股份有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十节北外在线（北京）教育科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十一节赛尔互联（北京）教育科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十二节北京尖峰合讯科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十三节北京ABC教育集团
（1）企业概况

（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十四节奥鹏远程教育中心
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十五节江苏春雨教育集团有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十六节北京安博教育集团
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十七节正保远程教育
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十八节北京麦课在线教育技术有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第十九节易学国际
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十节北京新东方教育科技（集团）有限公司
（1）企业概况

（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十一节上海昂立教育集团
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十二节上海互加文化传播有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十三节决胜网
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十四节时代光华
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十五节传课网
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十六节北京创新伙伴教育科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十七节VIPABC集团
（1）企业概况

（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十八节北京沃赢科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十九节上海爱乐奇网络科技有限公司
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第二十节中国教育联盟
（1）企业概况
（2）主营产品概况
（3）公司运营情况
（4）公司优劣势分析
第五部分在线教育行业发展前景展望
第十二章在线教育行业“十二五”规划研究
第一节“十一五”在线教育行业发展回顾
一、“十一五”在线教育行业运行情况
二、“十一五”在线教育行业发展特点
第二节在线教育行业“十二五”总体规划
一、在线教育行业“十二五”规划纲要
二、在线教育行业“十二五”规划指导思想
三、在线教育行业“十二五”规划主要目标
第三节“十二五”规划解读
一、“十二五”规划的总体战略布局
二、“十二五”规划的主要精神解读
第四节“十二五”时期在线教育行业热点问题研究
一、行业技术发展热点问题
二、产业增长方式转型问题
三、行业产业链延伸问题
四、产业转移及承接问题

第十三章2017-2022年在线教育行业前景及趋势预测
第一节2017-2022年在线教育市场发展前景
一、2017-2022年在线教育市场发展潜力
二、2017-2022年在线教育市场发展前景展望
三、2017-2022年在线教育细分行业发展前景分析
第二节2017-2022年在线教育市场发展趋势预测
一、2017-2022年在线教育行业发展趋势
1、技术发展趋势分析
2、服务应用趋势分析
二、2017-2022年在线教育市场规模预测
三、2017-2022年在线教育行业应用趋势预测
四、2017-2022年细分市场发展趋势预测
第三节2017-2022年中国在线教育行业供需预测
一、2017-2022年中国在线教育行业需求预测
二、2017-2022年中国在线教育行业供需平衡预测
第四节影响企业生产与经营的关键趋势
一、市场整合成长趋势
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
三、企业区域市场拓展的趋势
四、科研开发趋势及替代技术进展
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
第十四章2017-2022年在线教育行业投资价值评估分析
第一节在线教育行业投资特性分析
一、在线教育行业进入壁垒分析
二、在线教育行业盈利因素分析
三、在线教育行业盈利模式分析
第二节2017-2022年在线教育行业发展的影响因素
一、有利因素
二、不利因素
第三节2017-2022年在线教育行业投资价值评估分析
一、行业投资效益分析
二、产业发展的空白点分析
三、投资回报率比较高的投资方向
四、新进入者应注意的障碍因素
第十五章在线教育商业模式及关键成功要素分析

第一节在线教育行业商业模式分析
一、在线教育价值链与产业链分析
1、在线教育价值链分析
2、在线教育产业链分析
二、在线教育行业商业模式分析
1、在线教育行业商业模式概述
2、在线教育三种典型商业模式
三、在线教育行业商业模式创新空间
第二节在线教育行业关键成功要素分析
一、在线教育成功之认识因素
二、在线教育成功之技术因素
1、在线教育学习技能要求
2、在线教育平台功能需求
3、在线教育平台趋势分析
三、在线教育成功之教学因素
四、在线教育成功之环境因素
1、在线教育公共支持服务体系
2、在线教育校外学习中心设置
第十六章中国在线教育行业投资分析及预测
第一节在线教育行业投资分析
一、中国创投市场教育行业投资规模分析
二、在线教育行业投资兼并与收购分析
三、在线教育行业投资兼并SCP分析
四、在线教育行业IPO分析
第二节在线教育行业投资机会与风险分析
一、在线教育行业投资机会分析
二、在线教育行业投资风险分析
1、政策风险
2、知识产权风险
第三节在线教育行业投资建议
一、学前在线教育
1、学前在线教育发展环境
2、学前在线教育市场定位
3、学前在线教育市场规模
4、学前在线教育市场容量

5、学前在线教育市场潜力
二、中小学在线教育
1、中小学在线教育资源状况
2、中小学在线教育市场定位
3、中小学在线教育市场规模
4、中小学在线教育供需缺口
5、中小学在线教育市场容量
6、中小学在线教育市场潜力
三、职业认证在线教育
四、企业E-Learning
1、企业E-Learning应用现状
2、企业E-Learning研发模式
3、企业E-Learning发展优势
4、企业E-Learning应用领域
5、企业E-Learning发展趋势
五、在线教育行业投资建议
第六部分在线教育行业发展战略研究
第十七章中国在线教育发展存在的问题及建议
第一节在线教育发展存在的问题
一、中国在线教育体系存在的制约因素分析
二、中国在线教育市场政策和资源分配存在挑战
三、中国在线教育发展的瓶颈
四、中国在线教育模式的误区分析
五、在线教育类网站运营推广面对的迷途
第二节在线教育发展的对策
一、发展中国在线教育主要对策
二、发展完善在线教育的教学模式对策
三、在线教育实施需要转变教育思想观念
四、在线教育优势凸显网站访问是保障
第三节在线教育从“信息传递”走向“知识建构”探讨
一、对“信息传递”式在线教育的反思
二、实施“知识建构”的在线教育策略
三、构建积极互动的在线学习共同体
第四节在线教育企业的办学定位存在的问题及对策
一、在线教育企业在办学过程中出现的问题

二、在线教育企业办学定位的意义
三、在线教育企业办学定位应着重提高教育质量
四、在线教育企业办学定位的终极取向
第五节在线教育的创新教育功能及其对策
一、创新教育的任务和目标
二、在线教育具有独特有效的创新教育功能
三、强化在线教育的创新教育功能的若干对策
第十八章在线教育行业案例分析研究
第一节在线教育行业并购重组案例分析
一、在线教育行业并购重组成功案例分析
二、在线教育行业并购重组失败案例分析
三、经验借鉴
第二节在线教育行业经营管理案例分析
一、在线教育行业经营管理成功案例分析
二、在线教育行业经营管理失败案例分析
三、经验借鉴
第三节在线教育行业营销案例分析
第十九章在线教育行业发展战略研究
第一节在线教育行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、产业战略规划
四、营销品牌战略
五、竞争战略规划
第二节对我国在线教育品牌的战略思考
一、在线教育品牌的重要性
二、在线教育实施品牌战略的意义
三、在线教育企业品牌的现状分析
四、我国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
第三节在线教育经营策略分析
一、产品设计策略分析
1、用户筛选沉淀
2、移情分析
二、在线教育平台推广策略

1、社交闭环
2、名师公开课
3、校企联盟
4、平台联合
5、OO转化
第四节在线教育行业投资战略研究
一、2015年在线教育行业投资战略
二、2017-2022年在线教育行业投资战略
三、2017-2022年细分行业投资战略
第二十章研究结论及投资建议
第一节在线教育行业研究结论及建议
第二节在线教育子行业研究结论及建议
图表目录：
图表：在线教育行业结构
图表：在线教育的主要教学模式
图表：远程教育的运营模式
图表：国内在线教育业务模式分类
图表：2010-2015年中国网民规模和互联网普及率
图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率
图表：2010-2015年中国手机网民规模及其占网民比例
图表：2013-2015年中国网民性别结构
图表：2013-2015年中国网民年龄结构
图表：2013-2015年中国网民学历结构
图表：2015年城镇、农村新增学生网民年龄结构
图表：2015年中国网民职业结构
图表：2011-2015年中国国内生产总值及其增长速度
图表：2011-2015年中国城乡居民人均收入
图表：2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
图表：2010-2015年中国家庭教育支出统计
图表：2012-2015年教学系统专利公开数量
图表：教学系统专利技术构成
图表：2013-2015年我国在线教育市场规模
图表：2013-2015年我国在线教育用户规模
图表：2013-2015年中国高等学历在线教育市场占有率
图表：IEEE1484标准体系

图表：IEEE1484学习技术系统的整体架构
图表：2012-2015年全球在线教育发展规模
图表：各国教育支出占GDP比值
图表：各国在线教育增长速度
图表：2012-2015年全球高等在线教育市场规模
图表：2012-2015年全球K12在线教育市场规模
图表：2012-2015年全球E-learning在线教育市场规模
图表：2015年美国VC投资领域分析
图表：2012-2015年美国在线教育行业课程注册人数规模增长统计
图表：2012-2015年美国在线教学质量不低于面授教学质量比例调查
图表：Coursera学习
图表：韩国教育金字塔——不同学习方式24H后的记忆力比较
图表：韩国在线教学设备统计
图表：我国在线教育发展阶段
图表：2013-2015年中国在线教育细分市场规模统计
图表：2013-2015年中国在线教育行业企业数量分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业人员规模分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业资产规模分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业营业净利率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业总资产利润率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业资产负债率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业流动比率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业总资产周转率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业总资产增长率分析
图表：2013-2015年中国在线教育行业净利润增长率分析
图表：在一所普通高校内建立专门的网络教学机构的失败案例
图表：联合办学的失败案例
图表：国外高校网上教学成功的案例
图表：2015年在线高等学历教育招生的试点高校
图表：2013-2015年中国中小学在线教育市场规模统计
图表：2013-2015年企业E-Learning应用市场规模
图表：2015年不同规模企业竞争格局
图表：2015年不同所有制企业竞争格局
图表：2015年在线教育企业集中度
图表：2015年中国在线教育行业区域集中度

图表：2015年重点企业资产总计对比分析
图表：2015年重点企业从业人员对比分析
图表：2015年重点企业营业收入对比分析
图表：2015年重点企业利润总额对比分析
图表：深圳市方直科技股份有限公司组织构件图
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司经营情况分析
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司财务报表摘要
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司盈利能力
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司偿还能力
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司运营能力分析
图表：2013-2015年深圳市方直科技股份有限公司费用分析
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司经营情况分析
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司主要财务指标
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司盈利能力
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司偿还能力
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司营运能力
图表：2013-2015年北京立思辰科技股份有限公司费用分析
图表：2013-2015年焦点科技股份有限公司主要经济指标
图表：2013-2015年焦点科技股份有限公司盈利能力指标
图表：2013-2015年焦点科技股份有限公司偿债能力指标
图表：2013-2015年焦点科技股份有限公司营运能力指标
图表：2013-2015年全通教育主要财务指标
图表：2013-2015年全通教育主要财务指标盈利能力
图表：2013-2015年全通教育偿还能力
图表：2013-2015年全通教育营运能力分析
图表：2013-2015年拓维信息系统股份有限公司
图表：2013-2015年拓维信息系统股份有限公司主要财务指标
图表：2013-2015年拓维信息系统股份有限公司
图表：2013-2015年拓维信息系统股份有限公司偿还能力
图表：2013-2015年拓维信息系统股份有限公司营运能力
图表：2013-2015年上海新南洋股份有限公司
图表：2013-2015年上海新南洋股份有限公司主要财务指标
图表：2013-2015年上海新南洋股份有限公司盈利能力
图表：2013-2015年上海新南洋股份有限公司偿还能力
图表：2013-2015年上海新南洋股份有限公司营运能力指标

图表：2013-2015年宁波GQY视讯股份有限公司主要财务指标
图表：2013-2015年宁波GQY视讯股份有限公司盈利能力指标
图表：2013-2015年宁波GQY视讯股份有限公司营运能力指标
图表：2013-2015年宁波GQY视讯股份有限公司偿债能力指标
图表：2013-2015年宁波GQY视讯股份有限公司成长能力指标
图表：上海同济科技实业股份有限公司组织构件图
图表：2013-2015年上海同济科技实业股份有限公司主要经济指标
图表：2013-2015年上海同济科技实业股份有限公司盈利能力指标
图表：2013-2015年上海同济科技实业股份有限公司营运能力指标
图表：2013-2015年上海同济科技实业股份有限公司偿债能力指标
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司净利润
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司主要财务指标
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司盈利能力
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司偿还能力
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司运营能力
图表：2013-2015年百视通新媒体股份有限公司
图表：赛尔互联（北京）教育科技有限公司产品服务模式
图表：江苏春雨教育集团有限公司
图表：2017-2022年中国在线教育行业用户规模预测
图表：2017-2022年中国在线教育行业市场规模预测
图表：在线教育盈利模式类型
图表：在线教育内容提供商各种形式
图表：在线教育平台提供商两种模式
图表：在线教育平台功能
图表：2015年全球在线教育风险投资领域分布
图表：2015年国内在线教育融资数据统计表（截止到2015年）
图表：2013-2015年学前在线教育市场规模
图表：2013-2015年学前在线教育市场容量
图表：2013-2015年中国中小学在线教育市场规模统计
图表：2013-2015年企业E-Learning应用市场规模
图表：企业E-Learning比传统培训方式的优势
（GYZX）
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：https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/274746274746.html