

2017-2022年中国教育市场需求调研及投资规划研究报告

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年中国教育市场需求调研及投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/285466285466.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

目前中国教育市场整体规模庞大，增速稳定。2015年中国教育市场规模已达到1.64万亿，较2010年7800亿水平CAGR达到16.1%，预计2020年将达到2.92万亿，五年间CAGR达到12.2%，较前一阶段稍有下降但总体仍保持稳定增长态势。

中国教育市场总规模（单位：亿元）

中国报告网发布的《2017-2022年中国教育市场需求调研及投资规划研究报告》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。

第一章 2016年中国教育产品行业运行环境分析

第一节 2016年中国教育电子产品经济环境分析

- 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、金融危机对中国经济的影响

第二节 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 2016年中国教育产品社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、就业与人才分析

三、居民消费观念

四、中国教育观念

五、教育环境分析

六、文化环境分析

第四节 2016年中国教育电子产品行业技术环境分析

第二章 2016年中国教育产品行业运行新形势分析

第一节 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、教育电子产品行业研发成本压力分析

三、中国教育电子产品行业洗牌已经开始

四、教育电子产品研发力度加大

第二节 2016年中国教育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 2016年中国教育电子产品行业应对策略分析

第三章 2016年中国教育产品行业市场运行态势分析

第一节 2016年中国教育产品市场动态分析

一、三菱LCD教育电子产品名冠国内市场

二、教育电子产品展会雅图产品倍受欢迎

第二节 2016年中国教育产品市场分析

一、教育电子产品行业市场特点分析

二、教育电子产品行业市场渠道分析

三、高端教育电子产品消费行为对品牌偏好的影响研究

第三节 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 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 2016年中国教育电子产品ELP营销战略分析

第四章 2016年中国教育电子产品细分行业市场分析——教育出版类产品

第一节 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 2016年中国教辅市场发展现状分析

一、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 2016年中国教辅市场面临的机遇与挑战

一、机遇

二、挑战

第五章 2016年中国教育电子产品细分行业市场分析——教育电子类产品

第一节 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 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 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 2017-2022年中国教育电子类产品发展趋势分析

第六章 2016年中国教育电子产品细分行业市场分析——教育软件类产品

第一节 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 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 2016年中国教育软件行业市场供需分析

第四节 2017-2022年中国教育软件类产品行业发展趋势分析

第七章 2016年中国教育电子产品细分行业市场分析——教育益智类产品

第一节 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 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 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 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 2016年中国教育电子产品行业市场消费者调查分析

第一节 中国教育电子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 2016年中国教育电子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 2017-2022年中国教育电子产品行业市场消费者需求趋势分析

第九章 2016年中国教育电子产品行业市场竞争态势分析

第一节 2016年中国教育电子产品市场竞争总况

- 一、中国教育电子产品市场竞争显白热化
- 二、教育电子产品技术竞争分析
- 三、教育电子产品品牌竞争分析
- 四、教育电子产品价格竞争分析

第二节 2016年中国教育电子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 2016年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析

第四节 2017-2022年中国教育电子产品竞争趋势分析

第十章 2016年中国提高教育电子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 建立完善增强教育电子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

第十一章中国教育电子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

第十二章中国教育电子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
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 高等教育出版社

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

第三节 外语教学与研究出版社

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

第四节 商务印书馆

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 北京金远见电脑技术有限公司

第十三章 中国教育电子产品行业市场投融资与并购特征及趋势分析

第一节 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年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国教育电子产品行业发展趋势分析

一、2017-2022年中国教育电子产品设计研发能力预测分析

二、2017-2022年中国教育电子产品行业技术开发方向

第二节 2017-2022年教育电子产品行业市场预测分析

一、2017-2022年中国教育电子产品市场供应预测

二、2017-2022年中国教育电子产品市场需求预测

第三节 2017-2022年中国教育电子产品行业盈利能力预测

第十五章 2017-2022年中国教育电子产品行业投资机会与风险分析

第一节 2017-2022年中国教育电子产品行业投资概况

一、教育电子产品投资特性

二、教育电子产品投资价值研究

三、教育电子产品投资环境分析

第二节 2017-2022年中国教育电子产品行业投资机会分析

一、中国教育电子产品热点分析

二、中国教育电子产品区域投资潜力分析

第三节 2017-2022年中国教育电子产品行业投资风险分析

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 权威专家投资建议

图表目录：

图表：中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：中国CPI、PPI月度走势图

图表：我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：中国工业增加值增长趋势图

图表：我国社会固定资产投资额走势图

图表：我国城乡固定资产投资额对比图

图表：我国财政收入支出走势图

图表：人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年人民币汇率中间价对照表

图表：中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：中国货币供应量的增速走势图

图表：中国外汇储备走势图

图表：中国外汇储备及增速变化图

图表：央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：我国货物进出口总额走势图

图表：中国货物进口总额和出口总额走势图

(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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/285466285466.html>