

# 2009-2012年中国电子词典行业投资分析及深度研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国电子词典行业投资分析及深度研究咨询报告》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/7678576785.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

### 内容简介

电子辞典是一种将传统的印刷词典转成数码方式、进行快速查询的数字学习工具。电脑辞典以轻便易携、查询快捷、功能丰富等特点，成为21世纪学生学习生活、社会人士移动办公的掌上利器。电脑辞典主要有五大板块功能，分别为：辞典查询学习功能、电子记事功能、计算功能、参考资料功能以及数据传输功能。目前市场上的电子辞典内置的辞典有学习词典，也有专业词典如电子、医药等。不同的消费者应根据自己的实际情况选择最适合自己的电子辞典。词汇量是指电子辞典内置的所有词条统计数量，增加词汇量对电子辞典却并不是一件轻而易举的事情。当词汇量超过6-8万后，一般的纸介词典就不能完全囊括了，于是需要从更广泛的范畴中搜集整理，之后是大量的录入和校对工作，这些都需要人工处理，而且对校对人员的素质要求很高，这无疑增加了电子词典的软性成本，并且基数越大，扩充的难度和成本也就越高。目前市场上销售的电子辞典一般只有6-8万的词汇量，多一点的有11-12万。在硬性成本方面，词汇量的增加要求电子词典有更大的内存，这也会使成本增加。

在中国，电子词典的主要目标客户是英语学习人群，应该说，这个人群庞大的基数和每年数以千万计的增量，为电子词典市场提供了滚滚而来的商机和极其广阔的发展空间。在教育产业，英语启蒙日益向低龄化方向发展，有些地方在学前班就开始了英语教育，而一些望子成龙的家长甚至开始热衷于英语胎教。四六级、研究生入学考试、托福、GRE各种英语考试应接不暇，这预示着人们在英语学习方面的投入必将有一个惊人的增长。巨大的发展空间，为电子词典市场提供了广阔的前景，而国人学英语热情一浪高过一浪的态势又使这个前景变得更加光明。随着IT技术的不断提升，手机、电子词典这些本来使用功能单一的产品，功能越来越丰富化。手机不但可以打电话发短信，还可以拍照、摄像、上网，现在甚至可以看电视了。与手机相比，电子词典功能丰富化的起步显然略晚略慢了一点，但从目前市面上的热销产品中，也可窥到电子词典功能多方向发展的端倪。

电子词典、数码学习机等教育电子产品是当前极具潜力的市场消费热点之一。这一行业的迅速兴起和发展，吸引了社会各界的关注。从理论上讲，电子词典的潜在市场是很大的。然而，电子词典制作和市场销售方面的问题又制约了它的发展，因此我们必须要有清醒的认识，要正视存在的问题，寻求对策，改变目前的被动局面。中国便携式电子学习产品市场在经历了产品发展初期的市场混乱之后，各品牌厂商更为注重产品的市场推广和发展，中国便携式电子学习产品市场逐渐走向成熟与理性。2008年，中国便携式电子学习产品市场销量为622.8万台，同比增长为3.2%；销售额为44.0亿元，较2007年同期增长0.5%。2008年全年，中国便携式电子学习产品市场总体比较平稳，其中数码学习机市场较2007年同期有所下滑，而电子词典市场呈平稳增长之势。2009-2013年DLD销售额将从2008年时的7.494亿美元上升到11亿美元。在此期间，该市场的所有四个领域——电子词典，电子学习机，儿童学习机和光学识别设备，预计都将实现增长。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家海关总署、文化办公设备协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及电子词典科研单位等公布和提供的大量资料，结合对电子词典相关企业的实地调查，对我国电子词典行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了电子词典行业的前景与风险。报告揭示了电子词典市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 报告目录

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 电子词典行业发展概况 1

##### 第一节 电子词典行业发展综述 1

###### 一、电子词典 1

###### 二、电子词典类型 1

###### 三、电子词典词汇量 1

##### 第二节 电子词典种类及结构分析 2

###### 一、电子词典的种类 2

###### 二、电子词典的内部结构 3

###### 三、电子词典的界面结构 5

##### 第三节 电子词典的现状与展望 7

###### 一、电子词典共有的功能 7

###### 二、词典功能的比较 7

###### 三、展望与建议 9

#### 第二章 我国电子词典行业发展现状 12

##### 第一节 电子词典市场发展分析 12

###### 一、我国电子词典行业发展分析 12

###### 二、电子词典市场发展现状分析 13

###### 三、2008-2009年电子词典市场分析 13

##### 第二节 电子词典市场发展态势分析 14

###### 一、电子词典市场走势分析 14

###### 二、科技翻译对电子词典的需求分析 14

###### 三、奥运会、世博会对电子词典的带动 15

###### 四、“开学经济”对电子词典的带动分析 15

#### 第三章 电子词典生产存在的问题及建议 16

## 第一节 电子词典生产存在问题分析 16

一、电子词典生产主体问题 16

二、内容合法性存在的问题 16

三、内容质量上存在的问题 17

## 第二节 对电子词典规范管理的建议 18

一、制定电子词典内容质量标准 18

二、进一步明确监管部门 18

三、实行行业准入制度 19

## 第四章 电子词典消费者偏好调查 20

### 第一节 青少年消费行为及消费心理的分析 20

一、青少年消费行为及消费心理研究 20

二、青少年消费心理的特征及影响因素 20

### 第二节 电子词典产品消费情况分析 21

一、电子词典产品的消费行为分析 21

二、电子词典产品的消费需求分析 22

三、2008-2009年电子词典消费分析 22

## 第五章 电子词典行业发展前景分析 23

### 第一节 电子词典市场容量分析 23

一、英语学习、热情不减 23

二、从学生群体分析市场容量 24

三、从英语爱好者人数分析市场容量 24

### 第二节 电子词典行业发展前景分析 24

一、电子词典行业发展现状 25

二、电子词典行业前景展望 25

三、电子词典业需多方努力 25

## 第二部分 市场竞争格局与形势

## 第六章 电子词典行业竞争格局分析 27

### 第一节 电子词典行业竞争格局 27

一、电子词典第一阵营竞争分析 27

二、电子词典第二阵营竞争分析 27

三、电子词典第三阵营竞争分析 27

### 第二节 电子词典行业竞争分析 28

一、电子词典市场竞争核心 28

二、电子词典市场竞争情况分析 28

三、英语学习机市场竞争分析 29

第七章 电子词典竞争产品发展分析	30
第一节 电子教育行业发展分析	30
一、2008年电子教育产品品牌分析	30
二、2008年电子教育市场发展现状	31
第二节 点读机市场发展分析	32
一、点读机市场发展分析	32
二、2009年点读机市场发展方向	32
第三节 数码学习机市场分析	33
第四节 复读机市场发展分析	34
第八章 2009-2012年中国电子词典行业发展形势分析	35
第一节 电子词典的特点与存在问题	35
一、不同电子词典主要特点	35
二、电子辞典行业存在的问题	37
三、电子辞典行业存在的弊端	37
四、电子词典国际化问题分析	37
第二节 电子词典行业发展形势分析	38
一、电子词典行业发展形势	38
二、2009年整体经营环境分析	39
三、2009年商家盈利形势分析	39
四、2009年消费者购买力走势	40
五、2009-2012年商家应对新形势的选择	40
六、2009-2012年厂家应对新形势的选择	40
第三部分 赢利水平与企业分析	
第九章 中国电子词典行业整体运行指标分析	41
第一节 行业产销分析	41
一、发展前景分析	41
二、产销情况分析	42
三、市场容量与增长速度	42
第二节 市场规模分析	42
一、电子词典市场规模分析	42
二、学习机市场规模分析	43
三、ELP市场规模分析	43
第十章 电子词典行业赢利水平分析	44
第一节 成本分析	44
一、电子词典软件成本	44

二、电子词典成本分析	44
第二节 盈利水平分析	45
一、电子词典价格走势	45
二、电子词典效益分析	45
三、电子词典利润分析	45
第十一章 电子词典重点企业发展分析	46
第一节 步步高	46
第二节 诺亚舟	46
第三节 文曲星	48
第四节 好记星	49
第五节 卡西欧	50
第六节 名人	51
第七节 好易通	52
第八节 快易典	53
第九节 康明	54
第十节 快译通	56
第四部分 投资策略与风险预警	
第十二章 电子词典行业投资策略分析	57
一、电子词典行业投资背景	57
二、电子词典行业投资分析	59
三、电子词典店面选址分析	59
四、电子词典行业投资策略	60
第十三章 电子词典行业投资风险预警	62
一、电子词典投资风险预测	62
二、竞争对手模仿风险及对策	63
三、非市场因素风险分析	63
四、经营风险防范分析	64
第五部分 发展趋势与规划建议	
第十四章 电子词典行业发展趋势分析	65
第一节 电子辞典行业发展趋势展望	65
一、电子辞典的功能发展趋势	65
二、电子辞典行业品牌竞争趋势	65
三、内置专业词典版权趋势分析	66
第二节 2009-2012年电子词典行业发展趋势	66
一、2009-2012年资源整合趋势	66

二、2009-2012年核心功能集成发展化趋势 66

三、2009-2012年娱乐、互动性成发展趋势 66

四、2009-2012年渠道发展趋势分析 67

第三节 未来电子词典的发展趋势分析 68

一、多媒体技术 68

二、多窗口操作 69

三、多色彩图标 69

四、多入口检索 69

五、多层次显示 69

六、多角度参见 69

七、多功能编辑 70

八、多元化载体 70

九、多界面悬挂 70

十、全方位信息 70

第十五章 电子词典企业管理策略建议 71

第一节 电子词典现状与问题 71

一、发展策略的问题 71

二、技术策略的问题 72

第二节 电子词典的发展策略 73

一、提高认识，加强合作 73

二、明确宗旨，突出特色 74

三、着眼未来，立足当前 74

第十六章 电子词典市场营销策略分析 76

第一节 中国电子词典市场营销分析 76

一、电子词典产品营销标杆分析 76

二、电子词典产业营销战略分析 81

三、品牌厂家掌握市场渠道的策略 83

第二节 电子词典产品的终端营销策略 86

一、产品销售旺季的营销策略 86

二、新产品上市的营销策略 87

三、提升品牌形象的营销策略 88

图表目录

图表：2006-2008年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 12

图表：2008年五大复读机品牌排名 30

图表：2008年七大点读机品牌排名 30

图表：2008年十大学习机品牌排名 30

图表：2008年十大电子词典品牌排名 31

图表：2003-2009年电子教育市场发展轨迹分析 31

图表：2009-2011年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 67

图表：2009-2013年中国市场数码学习设备销售额的预测 68

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/7678576785.html>