

# 中国在线教育市场现状调研与发展前景预测报告

## ( 2014-2019 )

### 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《中国在线教育市场现状调研与发展前景预测报告（2014-2019）》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/186835186835.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

在线教育即e-Learning，或称远程教育、在线学习，现行概念中一般指的是指一种基于网络的学习行为，与网络培训概念相似。

在线教育即E-Learning，其通行概念约在10年之前提出来，知行堂的学习教练肖刚将E-Learning定义为：通过应用信息科技和互联网技术进行内容传播和快速学习的方法。E-Learning的“E”代表电子化的学习、有效率的学习、探索的学习、经验的学习、拓展的学习、延伸的学习、易使用的学习、增强的学习。美国是e-Learning的发源地，有60%的企业通过网络的形式进行员工培训。1998年以后，e-Learning在世界范围内兴起，从北美、欧洲迅速扩展到亚洲地区。越来越多的国内企业对e-Learning表示了浓厚兴趣，并开始实施e-Learning解决方案。

在线教育顾名思义，是以网络为介质的教学方式，通过网络，学员与教师即使相隔万里也可以开展教学活动；此外，借助网络课件，学员还可以随时随地进行学习，真正打破了时间和空间的限制，对于工作繁忙，学习时间不固定的职场人而言网络远程教育是最方便不过的学习方式。在线教育的形式较多，比如：环球职业网校，游学网，101网校，北京四中网校，黄冈网校，新华网校、华图网校、新东方网校、中华会计网校、东奥会计在线等是针对在校学生，上网人员进行技术学习，而一些会计网则是代替课堂教育。对于网校，利用好就是自己的财富，利用不当，便是浪费资源。选择网校，一定要选择那些比较著名的网校，切不可因贪图便宜而上当受骗。

虽然我国在线教育近几年发展迅速，但和西方发达国家相比，仍处于起步阶段。以美国为例，美国不仅在线教育机构数量众多，且中学后传统教育机构在互联网上开展在线教育的情况也十分普遍。2012

年起，美国顶尖大学也陆续设立网络学习平台，MOOC ( Massive Open Online Course , 大规模开放网络课程 ) 以教育“平台”方式在美国爆发，美国高校学生的在线注册率已经从2012 年的9.6%上升到2011 年的30%左右。与此同时，美国学术界对在线教育的态度也不断转变，目前，在美国超过2800

所大学中，超过70%的学术领袖认为在线教育与面授教育效果一样或更好。

目前无论是大洋彼岸的美国还是在中国，在线教育都热的发烫，各种各样的在线教育探索模式层出不穷，令人眼花缭乱。我们认为，在线教育的发展将有三个阶段：第一阶段是试错阶段，第二阶段是认同阶段，第三阶段是发展阶段。

当下，在线教育正处于第一个阶段。这个阶段大概需要三年左右时间（2015年末是个时间节点）。从2015年末到2020年将是认同阶段，以后就会进入第三个阶段——在线教育发展阶段。

近年来，随着我国信息化程度的不断提高，在线教育市场规模呈现加速增长的态势。

数据显示，2009年，我国在线教育市场规模约431亿元，2013年已达到981亿元，实

现了21.2%的年均复合增长率。

中国报告网发布的《中国在线教育市场现状调研与发展前景预测报告（2014-2019）》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、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研究分析。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。

报告目录：

第一部分 在线教育产业深度分析 1

第一章 在线教育行业发展综述 1

第一节 在线教育行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要分类 2

第二节 在线教育行业特征分析 2

一、产业链分析 2

二、在线教育行业在国民经济中的地位 5

三、在线教育行业生命周期分析 5

第三节 最近3-5年中国在线教育行业经济指标分析 6

一、赢利性 6

二、成长速度 7

三、附加值的提升空间 7

四、进入壁垒 / 退出机制 7

五、风险性 8

六、行业周期 8

七、竞争激烈程度指标 8

第二章 我国在线教育行业运行分析 10

第一节 我国在线教育行业发展状况分析 10

一、我国在线教育行业发展阶段 10

二、我国在线教育行业发展总体概况 11

三、我国在线教育行业发展特点分析 13

四、我国在线教育行业商业模式分析 13

第二节 2012-2014年在线教育行业发展现状 21

一、2012-2014年我国在线教育行业市场规模 21

二、2012-2014年我国在线教育行业发展分析 22

三、2012-2014年中国在线教育企业发展分析 22

第三节 区域市场分析 27

一、区域市场分布总体情况 27

二、2012-2014年重点省市市场分析 27

三、2012-2014年重点城市市场分析 27

第四节 在线教育细分市场分析 28

一、细分市场特色 28

二、2012-2014年细分市场规模及增速 29

三、重点细分市场前景预测 29

第三章 我国在线教育行业供求分析 30

第一节 国内市场需求分析 30

一、需求规模 30

二、需求结构 32

三、区域市场 32

第二节 国内市场供给分析 33

一、供给规模 33

二、供给结构 35

三、区域分布 36

第二部分 在线教育产业结构分析 38

第四章 在线教育行业产业结构分析 38

第一节 在线教育产业结构分析 38

一、市场细分充分程度分析 38

二、各细分市场领先企业排名 41

三、各细分市场占总市场的结构比例 42

第二节 产业链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 43

一、产业链条的构成 43

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 44

第三节 产业结构发展预测 45

- 一、产业相关政策方向分析 45
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 46
- 三、中国在线教育行业参与国际竞争的战略市场定位 47
- 四、产业结构调整方向分析 48

## 第五章 我国在线教育行业产业链分析 50

### 第一节 在线教育行业产业链分析 50

- 一、产业链结构分析 50
  - 二、主要环节的增值空间 50
  - 三、与上下游行业之间的关联性 51
- 第二节 在线教育上游行业分析 52
- 一、在线教育成本构成 52
  - 二、2012-2014年上游行业发展现状 53
  - 三、2014-2019年上游行业发展趋势 53
  - 四、上游行业对在线教育行业的影响 55

### 第三节 在线教育下游行业分析 55

- 一、在线教育下游行业分布 55
- 二、2012-2014年下游行业发展现状 56
- 一、我国学前教育发展现状
- 三、2014-2019年下游行业发展趋势 59
- 四、下游需求对在线教育行业的影响 62

## 第三部分 单位在线教育行业竞争格局分析 63

## 第六章 我国在线教育行业竞争形势及策略 63

### 第一节 行业总体市场竞争状况分析 63

- 一、在线教育行业竞争结构分析 63
  - 1、现有企业间竞争 63
  - 2、潜在进入者分析 63
  - 3、替代品威胁分析 64
  - 4、供应商议价能力 64
  - 5、客户议价能力 65
- 二、在线教育行业企业间竞争格局分析 65
- 三、在线教育行业集中度分析 65
- 四、在线教育行业SWOT分析 66

### 第二节 中国在线教育行业竞争格局综述 68

- 一、在线教育行业竞争概况 68

二、中国在线教育行业竞争力分析 68

三、在线教育市场竞争策略分析 70

第七章 在线教育行业领先企业经营形势分析 71

第一节 深圳市方直科技股份有限公司（300235） 71

一、企业概况 71

二、企业优势分析 71

三、2012-2014年经营状况 72

第二节 北京立思辰科技股份有限公司（300010） 76

一、企业概况 76

二、企业优势分析 77

三、2012-2014年经营状况 78

第三节 焦点科技股份有限公司（002315） 82

一、企业概况 82

二、企业优势分析 82

三、2012-2014年经营状况 83

第四节 百视通新媒体股份有限公司（600637） 87

一、企业概况 87

二、企业优势分析 87

三、2012-2014年经营状况 88

第五节 上海新南洋股份有限公司（600661） 92

一、企业概况 92

二、企业优势分析 93

三、2012-2014年经营状况 93

第六节 科大讯飞教育发展有限公司（002230） 98

一、企业概况 98

二、企业优势分析 99

三、2012-2014年经营状况 99

第七节 华平信息技术股份有限公司（300074） 103

一、企业概况 103

二、企业优势分析 104

三、2012-2014年经营状况 104

第八节 广东全通教育股份有限公司（300359） 109

一、企业概况 109

二、企业优势分析 109

三、2012-2014年经营状况 109

第九节 武汉天喻信息产业股份有限公司(300205) 114

一、企业概况 114

二、企业优势分析 115

三、2012-2014年经营状况 115

第十节 拓维信息系统股份有限公司(002261) 119

一、企业概况 119

二、企业优势分析 120

三、2012-2014年经营状况 120

第八章 2014-2019年在线教育行业投资前景 125

第一节 2014-2019年在线教育市场发展前景 125

一、2014-2019年在线教育市场发展潜力 125

二、2014-2019年在线教育市场发展前景展望 126

三、2014-2019年在线教育细分行业发展前景分析 127

1、高等网络教育 127

2、在线职业培训 129

3、企业在线培训 129

第二节 2014-2019年在线教育市场发展趋势预测 130

一、2014-2019年在线教育行业发展趋势 130

二、2014-2019年在线教育市场规模预测 130

三、2014-2019年细分市场发展趋势预测 130

第三节 2014-2019年中国在线教育行业供需预测 131

一、2014-2019年中国在线教育行业供给预测 131

二、2014-2019年中国在线教育行业需求预测 132

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 132

一、市场整合成长趋势 132

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 133

三、影响生产经营的变革 134

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势 134

第九章 2014-2019年在线教育行业投资环境分析 135

第一节 在线教育行业政治法律环境分析 135

一、行业管理体制分析 135

二、行业相关法律法规 137

### 三、行业相关发展规划 139

#### 第二节 在线教育行业经济环境分析 140

##### 一、国际宏观经济形势分析 140

##### 二、国内宏观经济形势分析 142

##### 三、产业宏观经济环境分析 144

#### 第三节 在线教育行业社会环境分析 145

##### 一、在线教育产业社会环境 145

##### 二、社会环境对行业的影响 159

##### 三、在线教育产业发展的意义 161

## 第十章 2014-2019年在线教育行业投资机会与风险 162

### 第一节 在线教育行业投融资情况 162

#### 一、行业资金渠道分析 162

#### 二、固定资产投资分析 163

### 第二节 2014-2019年在线教育行业投资机会 166

#### 一、产业链投资机会 166

#### 二、细分市场投资机会 167

### 第三节 2014-2019年在线教育行业投资风险及防范 167

#### 一、政策风险及防范 167

#### 二、市场风险及防范 167

#### 三、宏观经济波动风险及防范 167

#### 四、资金短缺风险及防范 168

#### 五、其他风险及防范 168

## 第十一章 在线教育行业投资战略研究 169

### 第一节 在线教育行业发展战略研究 169

#### 一、战略综合规划 169

#### 二、技术开发战略 169

#### 三、业务组合战略 169

#### 四、区域战略规划 169

#### 五、产业战略规划 170

#### 六、营销品牌战略 170

#### 七、竞争战略规划 171

### 第二节 对我国在线教育品牌的战略思考 171

#### 一、品牌的重要性 171

二、实施品牌战略的意义 174

三、企业品牌的现状分析 174

四、企业的品牌战略 175

五、品牌战略管理的策略 175

第三节 在线教育经营策略分析 177

一、市场细分策略 177

二、市场创新策略 177

三、品牌定位与品类规划 177

四、新产品差异化战略 177

第十二章 研究结论及投资建议 179

第一节 在线教育行业研究结论 179

第二节 在线教育行业投资价值评估 180

第三节 在线教育行业投资建议 180

一、行业发展策略建议 180

二、行业投资方向建议 182

图表略 • • • • •

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影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/186835186835.html>