

# 2021年中国在线教育行业分析报告- 市场竞争现状与盈利前景预测

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《2021年中国在线教育行业分析报告-市场竞争现状与盈利前景预测》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/547087547087.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

在线教育是通过计算机互联网，或是通过手机无线网络，在一个网络虚拟教室与教师进行网络授课、学习的方式。在线教育首先在航空公司飞行员培训领域开展应用。2014年以后，依托移动互联网的爆发式增长，移动端在线课程出现并且市场份额增长迅速。

在线教育行业发展历程 资料来源：观研天下整理

目前，在线教育主要在培训机构和学校机构间展开。在线教育行业的产业链主要包括内容提供商，技术提供商，平台供应三部分。

在线教育行业产业链 资料来源：观研天下整理

随着互联网技术不断渗入各个领域，也为传统教育改革与发展提供了一个强大的动力，加快了教育的信息化进程，推动了在线教育的发展。根据数据显示，2019年我国在线教育市场规模达3468亿元，同比增长21.47%。

2015-2019年我国在线教育行业市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

### 一、 供应商的议价能力

对某一行业来说,供应商竞争力量的强弱,主要取决于供应商行业的市场状况以及他们所提供物品的重要性。原材料价格的波动就是典型一例,富有讨价还价能力而成交力强的供方,也会造成对企业的竞争威胁。正因如此,供方的讨价还价能力也成为行业竞争的结构要素之一。在线教育行业的主要供应商内容提供商,其中版权方的议价能力较强,内容制作者中的大咖议价能力较强,普通制作者的议价能力就较弱了。

### 二、 购买者的议价能力

经销商、渠道商主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力,来影响行业中现有企业的盈利能力。在线教育行业的最终消费者就是消费者,根据数据显示,2019年我国在线教育用户规模达2.69亿人,同比增长33.83%;据预测,2020年我国在线教育用户规模将突破3亿人。由此可见,我国用户规模的逐步上升,行业的议价能力也将逐渐上升。

2016-2020年我国在线教育行业用户规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

### 三、 新进入者的威胁

根据数据显示,在线教育行业巨大的发展潜力吸引了大量的资本入局,2020年上半年,在线教育行业共发生投融资数量为49起,投融资金额达143.4亿元,同比增长48.29%。

2016-2020年H1我国在线教育行业投融资金额及增速 数据来源：观研天下整理

2016-2020年H1我国在线教育行业投融资数量及增速 数据来源：观研天下整理

### 四、 替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业,可能会由于所生产的产品是互为替代品,从而在它们之间产生相互竞争行为,这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。严格的意义上来讲,每件产品都会有相应的替代品。随着互联网技术不断渗入各个领域,也为传统教育改革与发展提供了一个强大的动力,加快了教育的信息化进程,推动

了在线教育的发展。传统教育对于在线教育威胁性不大。

五、 同业竞争者的竞争程度 由于在线教育行业市场竞争愈发激烈，各大平台为抢占用户纷纷加大营销推广力度，2020年在线教育平台开始大量尝试直播卖课，同时课程价格下探幅度加大，较低的体验价格吸引了更多的用户体验在线教育，随着课程质量的提升，服务体验的提高，在线教育机构的转化率及续班率有所提升，目前行业的平均转化率为20%，其中跟谁学的转化率较高，达30%，续班率各大机构差别不大，均在70%左右。

2020年我国部分在线教育机构转化率和续班率情况分析 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国从事在线教育的机构主要有新东方在线、学而思网校、沪江网校、作业帮、猿辅导等优秀机构。（TJL）

我国在线教育行业主要机构概述

机构名称

概述

新东方在线

新东方在线是新东方教育科技集团(NYSE:EDU)旗下专业的在线教育网站，是国内较早专业在线教育网站之一，依托新东方强大师资力量与教学资源，拥有先进的教学内容开发与制作团队，致力于为广大用户提供个性化、互动化、智能化的卓越在线学习体验。课程涵盖出国考试、国内考试、职业教育、英语学习、多种语言、K12教育等6大类，共计近3000门课程。目前，新东方在线网站个人注册用户已逾1500万，移动学习用户超过5280万。

学而思网校

学而思网校成立于2008年，是好未来教育集团（原学而思，2010年纽交所上市）旗下发展历史较久的中小学在线教育品牌，也是国内较早整合“互联网”与“教育”两大领域的中小学在线学习平台之一。学而思网校拥有强大的教学实力，尤其在教研和师资方面积累深厚。课程覆盖小学、初中、高中的包括语文、数学、英语、物理、化学、生物在内的所有主要学科。师资方面，采取统一选聘、严格培训的制度，引入“授课老师+辅导老师”的双师模式，授课老师团队对课堂负责，辅导老师团队对学习效果负责。

沪江网校

由上海互加文化传播有限公司运营的沪江网是国内最大的外语学习门户网站，提供包括国内领先的外语互联网门户媒体、B2C电子商务、网络SNS学习社区、外语互联网学习工具在内的全套外语数字教育网络服务。

作业帮

作业帮是面向全国中小学生的移动学习平台，也是习题搜索、课程直播和1对1辅导的综合学习工具。截至2016年9月，作业帮用户量突破1.75亿，占据拍照答题市场60%的份额。在作业帮，学生可以通过拍照、语音迅速得到难题的解析步骤、考点答案；可以迅速发现自己的知识薄弱点，准而精的练习补充；可以观看课程直播，手机互动学习；也可以与全国众多名校老师在线一对一答疑解惑；学习之余还能与全国同龄学生一起交流，讨论学习生活中的趣

事。

### 猿辅导

具有学生足不出户/手机联网就可以上课/尽享全国范围的教师资源的特点，学生可针对自己的特点/或查漏补缺/或培优拔高猿辅导的特色在于：学生足不出户，手机联网就可以上课，尽享全国范围的教师资源。针对自己的特点，或查漏补缺，或培优拔高。猿辅导将利用猿题库用户的海量练习数据，以及在数据挖掘和人工智能上的技术积累，实现每一个学生每堂课的课件都是基于真实能力定制，包括课堂上的例题和练习题均和学生当前的能力水平直接相关，从而真正的实现因材施教。

猿辅导目前提供小学英语、奥数 and 初中、高中全学科的课程。

### 小象在线教育

小象在线教育是广州小象文化科技有限公司旗下的在线教育技术服务商，致力于为从事教育的企业和个人提供基于OMO商业模式的全新在线教育方案。小象在线教育能为企业和个人打造教育服务“线上一移动一线下”三位一体全时空营销，使企业与用户能够通过各种载体及终端进行交易和消费。让从事教育的机构或个人都能通过我们的解决方案，有效顺应教育市场的发展和用户需求的变化，扩大其商品和服务的展示面，让用户能随时随地地接触企业、了解企业，从而购买或订阅企业的商品和服务。

### VIPKID

VIPKID是一家在线少儿英语教育公司，专注于4-12岁小朋友，提供北美外教1对1在线学科英语课程。旨在为4-12岁孩子带去纯正的英语语言学习及美式教育。在VIPKID，除了语言同样注重培养孩子的创造力，表达力，以及独立思考的能力。

### 一起作业

一起作业是K12智能教育平台一起科技针对学校场景推出的教育科技品牌。怀着为老师和学生减负、增效的初心，一起作业提供了一整套以优质教学内容和数据分析为核心，智能、高效的教学解决方案，并实现了K12阶段的全学段、全学科覆盖。以作业为纽带，一起作业串联起了老师、学生、家长三方人群，并有效地促进了师生、家校、亲子间的互动。在平台上，老师可以根据本地的教学需求，选择适合的作业类型，高效批改阅卷，即时掌握学情，便捷地获取丰富的教学资源。

### 达内Tedu

达内时代科技集团有限公司成立于2002年9月。2014年4月3日成功在美国纳斯达克上市，融资1亿3千万美元。成为中国赴美国上市的职业教育公司，也是引领行业的职业教育公司。达内集团以中关村为依托，目前已在北京、上海、广州、深圳、大连、南京、武汉、杭州、西安、苏州、成都、沈阳等60个大中城市成立了200家学习中心，拥有员工近10000人，截至目前培训量累计达近60万人次。达内集团凭借雄厚的技术研发实力、过硬的教学质量、成熟的就业服务体系，在用人企业中树立了良好的口碑。

### 正保远程教育

北京东大正保科技有限公司，中国十大教育培训机构，北京市高新技术企业，中国领先的网络教育机构，远程教育行业的领跑者，经教育部批准开展远程教育的专业公司。始终坚持“学员利益至上，一切为学员服务”，汇聚天下名师，自主建设智能交互远程教育平台，采用高清视频课件并结合手机移动课堂，为学员提供高质量的课程。资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国在线教育行业分析报告-市场竞争现状与盈利前景预测》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国在线教育行业发展概述

#### 第一节 在线教育行业发展情况概述

- 一、在线教育行业相关定义
- 二、在线教育行业基本情况介绍
- 三、在线教育行业发展特点分析
- 四、在线教育行业经营模式
- 1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、在线教育行业需求主体分析

第二节 中国在线教育行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、在线教育行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国在线教育行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国在线教育行业生命周期分析

一、在线教育行业生命周期理论概述

二、在线教育行业所属的生命周期分析

第四节 在线教育行业经济指标分析

一、在线教育行业的赢利性分析

二、在线教育行业的经济周期分析

三、在线教育行业附加值的提升空间分析

第五节 中国在线教育行业进入壁垒分析

一、在线教育行业资金壁垒分析

二、在线教育行业技术壁垒分析

三、在线教育行业人才壁垒分析

四、在线教育行业品牌壁垒分析

五、在线教育行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球在线教育行业市场发展现状分析

第一节 全球在线教育行业发展历程回顾

第二节 全球在线教育行业市场区域分布情况

第三节 亚洲在线教育行业地区市场分析

一、亚洲在线教育行业市场现状分析

二、亚洲在线教育行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲在线教育行业市场前景分析

第四节 北美在线教育行业地区市场分析

- 一、北美在线教育行业市场现状分析
- 二、北美在线教育行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美在线教育行业市场前景分析
- 第五节 欧洲在线教育行业地区市场分析
  - 一、欧洲在线教育行业市场现状分析
  - 二、欧洲在线教育行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲在线教育行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界在线教育行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球在线教育行业市场规模预测

### 第三章 中国在线教育产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
  - 一、中国GDP增长情况分析
  - 二、工业经济发展形势分析
  - 三、社会固定资产投资分析
  - 四、全社会消费品在线教育总额
  - 五、城乡居民收入增长分析
  - 六、居民消费价格变化分析
  - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国在线教育行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国在线教育产业社会环境发展分析
  - 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、文化环境分析
  - 四、生态环境分析
  - 五、消费观念分析

### 第四章 中国在线教育行业运行情况

- 第一节 中国在线教育行业发展状况情况介绍
  - 一、行业发展历程回顾
  - 二、行业创新情况分析
    - 1、行业技术发展现状
    - 2、行业技术专利情况

### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

##### 第二节 中国在线教育行业市场规模分析

##### 第三节 中国在线教育行业供应情况分析

##### 第四节 中国在线教育行业需求情况分析

##### 第五节 我国在线教育行业进出口形势分析

###### 1、进口形势分析

###### 2、出口形势分析

###### 3、进出口价格对比分析

##### 第六节、我国在线教育行业细分市场分析

###### 1、细分市场一

###### 2、细分市场二

###### 3、其它细分市场

##### 第七节 中国在线教育行业供需平衡分析

##### 第八节 中国在线教育行业发展趋势分析

## 第五章 中国在线教育所属行业运行数据监测

### 第一节 中国在线教育所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国在线教育所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国在线教育所属行业财务指标分析

#### 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

## 第六章 2017-2021年中国在线教育市场格局分析

### 第一节 中国在线教育行业竞争现状分析

#### 一、中国在线教育行业竞争情况分析

## 二、中国在线教育行业主要品牌分析

### 第二节 中国在线教育行业集中度分析

#### 一、中国在线教育行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国在线教育行业市场集中度分析

### 第三节 中国在线教育行业存在的问题

### 第四节 中国在线教育行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国在线教育行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国在线教育行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国在线教育行业消费市场动态情况

### 第二节 中国在线教育行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 在线教育行业成本结构分析

### 第四节 在线教育行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国在线教育行业价格现状分析

### 第六节 中国在线教育行业平均价格走势预测

#### 一、中国在线教育行业价格影响因素

#### 二、中国在线教育行业平均价格走势预测

#### 三、中国在线教育行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国在线教育行业区域市场现状分析

### 第一节 中国在线教育行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区在线教育市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区在线教育市场规模分析
- 四、华东地区在线教育市场规模预测
- 第三节 华中地区市场分析
  - 一、华中地区概述
  - 二、华中地区经济环境分析
  - 三、华中地区在线教育市场规模分析
  - 四、华中地区在线教育市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
  - 一、华南地区概述
  - 二、华南地区经济环境分析
  - 三、华南地区在线教育市场规模分析
  - 四、华南地区在线教育市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国在线教育行业竞争情况

### 第一节 中国在线教育行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国在线教育行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国在线教育行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 在线教育行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国在线教育行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国在线教育行业未来发展前景分析

#### 一、在线教育行业国内投资环境分析

#### 二、中国在线教育行业市场机会分析

#### 三、中国在线教育行业投资增速预测

### 第二节 中国在线教育行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国在线教育行业市场发展预测

- 一、中国在线教育行业市场规模预测
- 二、中国在线教育行业市场规模增速预测
- 三、中国在线教育行业产值规模预测
- 四、中国在线教育行业产值增速预测
- 五、中国在线教育行业供需情况预测

### 第四节 中国在线教育行业盈利走势预测

- 一、中国在线教育行业毛利润同比增速预测
- 二、中国在线教育行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国在线教育行业投资风险与营销分析

### 第一节 在线教育行业投资风险分析

- 一、在线教育行业政策风险分析
- 二、在线教育行业技术风险分析
- 三、在线教育行业竞争风险分析
- 四、在线教育行业其他风险分析

### 第二节 在线教育行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国在线教育行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国在线教育行业品牌战略分析

- 一、在线教育企业品牌的重要性
- 二、在线教育企业实施品牌战略的意义
- 三、在线教育企业品牌的现状分析
- 四、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

### 第二节 中国在线教育行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国在线教育行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第十四章 2021-2026年中国在线教育行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国在线教育行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

##### 第二节 中国在线教育行业营销渠道策略

- 一、在线教育行业渠道选择策略
- 二、在线教育行业营销策略

##### 第三节 中国在线教育行业价格策略

##### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国在线教育行业重点投资区域分析
- 二、中国在线教育行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/547087547087.html>