

2016-2022年中国在线教育 市场深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国在线教育市场深度研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/2241281YCN.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

在线教育指的是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。与传统教育机构的教育方式相比，在线教育具有效率高、方便(打破了时空限制，可碎片化学习)、低门槛、教学资源丰富的特点。基于上述特点，再加上“互联网+”推动，在线教育平台兴起，规模逐渐打开，并获得了资本市场青睐。

在传统的PC时代，虽然出现了网络教育形式，但是真正的所谓在线教育仍然是在2011年左右开始爆发的，这与移动互联网爆发的时间点吻合。

行业规模上，自2010年以来，我国在线教育用户保持着10%以上速度高速增长。2014年在线教育用户规模为7796.90万人，同比增长16.03%，在线教育市场规模达到998.00亿，同比增长速度为18.85%。

格局上，三类主要的在线教育平台已经形成，分别是K12教育平台、职业教育平台。

融资上，在线教育平台受到资本高度热捧。2015年前11个月，在线教育融资已经接近18亿美元，在线教育资本盛宴已然开启。众多细分领域中，K12、早教、职业培训、语言培训与出国留学是资本关注的热点。

随着智能手机和4G网络的普及，在线教育类的APP也渐渐成为学习“神器”，未来将受到更多年轻用户的喜爱。因此，未来几年，在线教育用户规模将有望保持15%以上的速度继续增长，到2021年预计突破2亿人;而随着在线教育用户群体的不断扩大，在线教育的市场规模还将有更大的发展，预计到2021年达2830亿。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国在线教育市场深度研究与发展趋势研究报告》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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 在线教育基本概述

1.1 在线教育相关概念介绍

- 1.1.1 在线教育
- 1.1.2 K12教育
- 1.1.3 职业教育
- 1.1.4 行业分类
- 1.2 在线教育产业链分析
 - 1.2.1 产业链构成
 - 1.2.2 内容提供商
 - 1.2.3 平台提供商
 - 1.2.4 技术提供商
 - 1.2.5 资源提供方

第二章 2014-2016年在线教育行业PEST分析

- 2.1 政策环境 (Political)
 - 2.1.1 教育发展规划
 - 2.1.2 教育法案修订
 - 2.1.3 教育信息化政策
- 2.2 经济环境 (Economic)
 - 2.2.1 国民经济发展态势
 - 2.2.2 居民收入稳定增长
 - 2.2.3 网络经济发展迅速
 - 2.2.4 宏观经济发展走势
- 2.3 社会环境 (Social)
 - 2.3.1 二胎政策开放
 - 2.3.2 教育投入加大
 - 2.3.3 教育支出增加
 - 2.3.4 互联网普及率高
- 2.4 技术环境 (Technological)
 - 2.4.1 云计算
 - 2.4.2 大数据
 - 2.4.3 物联网
 - 2.4.4 其他技术

第三章 2014-2016年中国在线教育发展分析

3.1 中国在线教育发展概况

3.1.1 发展历程

3.1.2 产品模式

3.1.3 产业流程

3.1.4 发展优劣势

3.2 中国在线教育市场调研

3.2.1 市场规模

3.2.2 市场结构

3.2.3 竞争格局

3.2.4 核心竞争力

3.3 中国在线教育用户分析

3.3.1 用户规模分析

3.3.2 用户特征结构

3.3.3 关注领域分布

3.3.4 认知渠道分布

3.3.5 选择影响因素

3.3.6 使用终端分布

3.4 中国在线教育商业模式分析

3.4.1 商业模式总体分析

3.4.2 B2C模式

3.4.3 C2C模式

3.4.4 B2C+O2O

3.4.5 混合型模式

3.5 MOOC模式分析

3.5.1 MOOC起源

3.5.2 MOOC特点

3.5.3 MOOC优势

3.5.4 MOOC发展

3.5.5 与网络公开课区别

第四章 2014-2016年学前在线教育发展分析

- 4.1 中国学前教育发展态势
 - 4.1.1 产业链分析
 - 4.1.2 商业模式分析
 - 4.1.3 行业供需分析
 - 4.1.4 盈利模式分析
- 4.2 中国学前在线教育发展态势
 - 4.2.1 互联网需求分析
 - 4.2.2 早教APP分析
 - 4.2.3 线上渠道分析
- 4.3 2014-2016年中国学前在线教育市场调研
 - 4.3.1 市场规模
 - 4.3.2 用户规模
 - 4.3.3 竞争格局
- 4.4 学前在线教育发展挑战及机遇
 - 4.4.1 行业存在挑战
 - 4.4.2 行业发展机遇
 - 4.4.3 行业发展空间

第五章 2014-2016年K12在线教育发展分析

- 5.1 国外K12在线教育发展经验借鉴
 - 5.1.1 国外发展状况
 - 5.1.2 美国经验借鉴
 - 5.1.3 日本经验借鉴
- 5.2 K12在线教育发展综述
 - 5.2.1 行业领域分类
 - 5.2.2 行业发展阶段
 - 5.2.3 行业竞争主体
 - 5.2.4 行业驱动因素
- 5.3 2014-2016年K12在线教育市场调研
 - 5.3.1 市场规模
 - 5.3.2 用户规模
 - 5.3.3 竞争格局

- 5.3.4 投融资情况
- 5.4 K12在线教育细分领域商业模式分析
 - 5.4.1 找家教平台
 - 5.4.2 在线教学
 - 5.4.3 在线答疑
 - 5.4.4 题库
- 5.5 K12在线教育存在问题及对策建议
 - 5.5.1 行业存在问题
 - 5.5.2 细分领域问题
 - 5.5.3 行业发展建议

第六章 2014-2016年职业在线教育发展分析

- 6.1 中国职业教育发展态势
 - 6.1.1 行业发展分类
 - 6.1.2 国外经验借鉴
 - 6.1.3 发展需求分析
 - 6.1.4 培养模式探索
- 6.2 中国职业在线教育发展综述
 - 6.2.1 行业发展特点
 - 6.2.2 政策大力扶持
 - 6.2.3 MOOC发展
 - 6.2.4 行业趋势预测
- 6.3 2014-2016年中国职业在线教育市场调研
 - 6.3.1 市场规模
 - 6.3.2 用户规模
 - 6.3.3 市场格局
 - 6.3.4 投融资情况
- 6.4 中国职业在线教育用户分析
 - 6.4.1 主要学习方式
 - 6.4.2 期望服务方向
 - 6.4.3 授课方式偏好
 - 6.4.4 课程花费时间

6.4.5 用户付费意愿

第七章 2014-2016年其它在线教育细分领域发展分析

7.1 2014-2016年高等学历在线教育市场调研

7.1.1 市场规模

7.1.2 用户规模

7.1.3 竞争力分析

7.2 2014-2016年企业E-Learning发展态势

7.2.1 行业发展特点

7.2.2 市场规模分析

7.2.3 行业用户规模

7.2.4 发展趋势分析

7.3 2014-2016年语言在线教育发展态势

7.3.1 市场规模分析

7.3.2 行业用户规模

7.3.3 细分市场调研

7.3.4 行业竞争力分析

7.3.5 行业发展趋势

第八章 2014-2016年教育信息化发展分析

8.1 教育信息化发展概述

8.1.1 技术特征

8.1.2 发展阶段

8.1.3 驱动因素

8.2 国外教育信息化经验借鉴

8.2.1 美国

8.2.2 韩国

8.2.3 新加坡

8.3 教育信息化产业链分析

8.3.1 产业链构成

8.3.2 电信运营商

8.3.3 技术提供商

- 8.3.4 内容提供商
- 8.4 教育信息化发展态势
 - 8.4.1 建设发展成果
 - 8.4.2 “三通两平台”进展
 - 8.4.3 投资结构升级
 - 8.4.4 市场发展空间
- 8.5 教育信息化发展路径
 - 8.5.1 计算机辅助教学阶段
 - 8.5.2 计算机辅助学习阶段
 - 8.5.3 信息技术与课程融合阶段

第九章 2014-2016年中国在线教育典型平台发展分析

- 9.1 沪江
 - 9.1.1 平台发展概况
 - 9.1.2 网站发展历程
 - 9.1.3 公司产品架构
 - 9.1.4 企业转型升级
- 9.2 跟谁学
 - 9.2.1 平台发展概况
 - 9.2.2 企业发展架构
 - 9.2.3 投融资动态
- 9.3 一起作业网
 - 9.3.1 平台发展概况
 - 9.3.2 网站发展定位
 - 9.3.3 网站业务模式
 - 9.3.4 发展态势
- 9.4 猿题库
 - 9.4.1 平台发展概况
 - 9.4.2 网站盈利模式
 - 9.4.3 业务范围拓展
 - 9.4.4 投融资动态
- 9.5 腾讯课堂

- 9.5.1 平台发展概况
- 9.5.2 网站发展优势
- 9.5.3 网站发展布局
- 9.5.4 网站发展态势

第十章 2014-2016年中国在线教育重点企业经营状况

10.1 学大教育

- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 2014年经营状况分析
- 10.1.3 2015年经营状况分析
- 10.1.4 2016年经营状况分析
- 10.1.5 投资前景分析

10.2 好未来

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 2014年经营状况分析
- 10.2.3 2015年经营状况分析
- 10.2.4 2016年经营状况分析

10.3 新东方

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 2014年经营状况分析
- 10.3.3 2015年经营状况分析
- 10.3.4 2016年经营状况分析

10.4 全通教育

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 经营效益分析
- 10.4.3 业务经营分析
- 10.4.4 财务状况分析
- 10.4.5 投资前景分析

10.5 正保教育

- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 2014年经营状况分析
- 10.5.3 2015年经营状况分析

10.5.4 2016年经营状况分析

第十一章 在线教育行业投资潜力及风险预警

11.1 全球在线教育行业总体投资状况

11.1.1 投资规模

11.1.2 领域分布

11.1.3 区域分布

11.2 全球在线教育行业重点领域投资状况

11.2.1 IT/配套服务

11.2.2 技能教育

11.2.3 基础教育

11.3 中国在线教育行业投资状况

11.3.1 行业投资规模

11.3.2 投资结构分析

11.3.3 投资领域对比

11.3.4 行业投资现状

11.4 在线教育行业投资前景预警

11.4.1 市场风险

11.4.2 监管风险

11.4.3 竞争风险

第十二章 在线教育趋势预测及趋势分析

12.1 在线教育行业趋势预测展望

12.1.1 教育培训前景

12.1.2 行业前景展望

12.1.3 细分市场前景

12.2 在线教育行业发展趋势

12.2.1 行业发展趋势

12.2.2 行业发展方向

12.2.3 线上线下融合

附录

附录一：中华人民共和国教育法

附录二：国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）

图表目录：

图表：中国K12教育阶段

图表：在线教育行业分类

图表：在线教育产业链图谱

图表：中国教育信息化政策汇总

图表：2016年国内生产总值及增速

图表：2012-2016年国内生产总值环比和同比增速比较（分季度）

图表：2016年规模以上工业增加值同比增速

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2016年社会消费品零售总额分月同比增速

图表：2016年居民消费价格涨跌幅

图表：2016年工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2012-2020年中国网络经济市场规模级预测

图表：2000-2016年国家财政性教育经费

图表：2008-2016年城镇家庭文教娱乐支出及增长率

图表：中国网民规模和互联网普及率

图表：中国手机网民规模机器网民比例

图表：物联网教育应用分类

图表：中国在线教育发展历程

图表：中国在线教育产业流程图

图表：在线教育优劣势分析

图表：2016-2022年中国在线教育市场规模及预测

图表：2016-2022年中国在线教育市场结构及预测

图表：中国在线教育竞争格局

图表：2016-2022年中国在线教育用户规模及预测

图表：2016年中国在线教育各领域用户使用率

图表：中国在线教育用户年龄

图表：中国在线教育用户学历

图表：中国在线教育用户类型

图表：中国在线教育用户关注度分布
图表：中国在线教育用户认知渠道分布
图表：中国在线教育用户选择课程主要考虑因素
图表：中国在线教育用户使用终端分布
图表：中国在线教育主要商业模式
图表：中国在线教育主要营收手段
图表：纯C2C平台的劣势
图表：MOOC三大代表平台
图表：MOOC平台一般特征
图表：学前教育产业链构成
图表：学前教育商业模式
图表：学前教育供需不匹配
图表：学前教育赢利点分析配
图表：2016年0-6岁中国家长获取教育资讯的网络媒体渠道
图表：2016年中国孩子使用电子产品终端情况
图表：2016年中国父母对孩子接触电子产品年龄的态度
图表：2016年中国父母对孩子使用电子产品的态度
图表：早教APP分类
图表：早教APP分类
图表：学前教育线上渠道分析
图表：2016-2022年学前在线教育市场规模
图表：2016-2022年学前在线教育用户规模
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/2241281YCN.html>