

2019-2025年中国慕课行业 市场调研与发展战略研究报告

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

《2019-2025年中国慕课行业市场调研与发展战略研究报告》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/224128PHIN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

报告目录：

第一章 慕课行业相关概述

1.1 慕课及慕课行业定义

1.1.1 狭义慕课行业

1.1.2 广义慕课行业

1.1.3 教育形式发展历程

1.2 慕课课程的形式

1.2.1 xMOOC

1.2.2 cMOOC

1.2.3 不同慕课课程形式对比

1.3 慕课的特征

1.4 慕课行业细分领域分布

1.5 慕课的价值

1.5.1 社会价值

1.5.2 行业价值

第二章 慕课行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2017年中国慕课行业发展环境分析

3.1 慕课行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 教育信息化“十三五”规划

3.1.4 在线开放课程建设意见

3.2 慕课行业经济环境分析（E）

3.2.1 国民经济运行综述

3.2.2 新经济迅速发展

3.2.3 服务行业发展提速

3.2.4 宏观经济发展走势

3.3 慕课行业社会环境分析（S）

3.3.1 居民收入水平分析

3.3.2 居民消费水平分析

3.3.3 国内教育普及环境

3.3.4 知识型分享经济环境

3.4 慕课行业技术环境分析（T）

3.4.1 慕课技术分析

3.4.2 慕课技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

3.5 在线教育行业环境

3.5.1 在线教育产业链分析

3.5.2 在线教育行业规模

3.5.3 在线教育行业格局

3.5.4 行业投融资情况分析

3.5.5 行业发展主流趋势

第四章 全球慕课行业发展概述

4.1 全球慕课行业发展综述

4.1.1 全球慕课技术发展历程

4.1.2 慕课对美国教育的影响

4.1.3 英国慕课行业发展概况

4.2 2015-2017年全球慕课行业兴起的逻辑分析

4.2.1 社会环境的影响逻辑

4.2.2 社会扁平化发展态势

4.2.3 信息技术与教育的融合

4.2.4 商业资本趋利性的推动

4.3 2015-2017年全球慕课行业发展现状

4.3.1 全球慕课行业发展分析

4.3.2 全球慕课市场分布现状

4.3.3 国外慕课业产业链现状

4.3.4 国外主要慕课平台介绍

第五章 中国慕课行业发展概述

5.1 国内慕课行业发展综述

5.1.1 国内慕课相关技术分析

5.1.2 国内主流慕课平台介绍

5.1.3 基础教育慕课走向“2.0”

5.1.4 慕课对高等教育的影响

5.2 2015-2017年国内慕课行业发展分析

5.2.1 慕课助力教育改革

5.2.2 国内行业PEST分析

5.2.3 行业发展现状分析

5.2.4 国内行业产业链现状

5.3 2015-2017年国内慕课行业用户分析

5.3.1 慕课用户规模

5.3.2 用户画像分析

5.3.3 用户来源分析

5.3.4 用户偏好分析

1、学习慕课的动机

2、关注要素

3、课程类型偏好

4、单门课程偏好时长

5.3.5 付费意愿分析

5.4 2015-2017年国内慕课平台建设分析

5.4.1 平台课程设计分析

5.4.2 平台学习考量情况

5.4.3 高校平台建设态度

5.4.4 高校平台建设动机

5.4.5 平台证书认定问题

5.5 慕课行业面临的挑战

5.5.1 关于教育本质的挑战

5.5.2 关于学习方式的挑战

5.5.3 关于课程完成度的挑战

5.5.4 可持续性发展的挑战

第六章 中国慕课行业市场运行分析

6.1 2015-2017年中国慕课行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2017年中国慕课行业市场供需分析

6.2.1 中国慕课行业供给分析

6.2.2 中国慕课行业需求分析

6.2.3 中国慕课行业供需平衡

6.3 2015-2017年中国慕课行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 2015-2017年慕课行业商业模式分析

7.1 2015-2017年国外慕课网站商业模式借鉴分析

7.1.1 商业模式分析框架

7.1.2 Coursera商业模式

7.1.3 Udacity商业模式

7.1.4 edX商业模式分析

7.1.5 P2PU商业模式分析

7.1.6 商业模式对比分析

7.2 2015-2017年共享经济视角下的慕课商业模式分析

7.2.1 知识共享背景

7.2.2 挖掘知识产能

7.2.3 分享优质资源

7.2.4 商业模式的完善

7.3 2015-2017年高校视角下的慕课商业模式分析

7.3.1 要素分析

7.3.2 职业服务

7.3.3 认证服务

7.3.4 课堂替代

7.3.5 品牌提升

7.3.6 重点关注

7.3.7 南大案例

7.4 2015-2017年慕课成本与盈亏平衡分析

7.4.1 成本与盈亏测算基础

7.4.2 一般慕课成本分析

7.4.3 慕课盈亏平衡分析

7.5 慕课行业商业模式设计建议

7.5.1 针对性分析客户群体

7.5.2 建立合理的客户关系

7.5.3 设计合理的盈利模式

7.5.4 打造网站的核心资源

7.5.5 选择恰当的合作伙伴

7.6 慕课行业经典案例

7.6.1 国内典型案例

1、学堂在线

2、中国大学MOOC

3、MOOC学院

7.6.2 国外典型案例

1、Coursera

2、edX

7.6.3 国内外慕课平台对比分析

第八章 2015-2017年慕课行业细分领域发展分析

8.1 2015-2017年慕课行业英语教育领域发展分析

8.1.1 大学英语慕课建设概况

8.1.2 英语慕课设计案例分析

8.1.3 英语慕课互动模式案例

8.1.4 考试类英语慕课发展动态

8.2 2015-2017年慕课行业IT教育领域发展分析

8.2.1 慕课在计算机教育中的适用性

8.2.2 高校计算机教育慕课联盟计划

8.2.3 高校计算机教育慕课发展现状

8.2.4 慕课行业IT教育领域企业动态

8.3 2015-2017年慕课行业旅游教育领域发展分析

8.3.1 发展历程分析

8.3.2 全球发展现状

8.3.3 国内发展现状

8.3.4 发展动态分析

8.4 2015-2017年慕课行业职业教育领域拓展分析

8.4.1 龙头企业布局职业教育领域

8.4.2 职业教育类慕课教学内容分析

8.4.3 职业教育类慕课课程形式分析

8.4.4 职业教育类慕课后续服务分析

第九章 2015-2017年慕课模式在企业培训领域中的应用分析

9.1 慕课行业企业培训领域发展综述

9.1.1 企业培训的发展态势分析

9.1.2 企业培训类慕课的发展潮流

9.1.3 企业培训类慕课的价值分析

9.1.4 传统培训与企业慕课的对比

9.1.5 企业慕课的设计策略分析

9.2 国内外企业培训类慕课的经典案例分析

9.2.1 雅虎案例分析

9.2.2 美国银行案例分析

9.2.3 中国银行案例分析

9.2.4 案例借鉴总结分析

9.3 2015-2017年国内“慕课+企培”领域的企业发展动态

9.3.1 云学堂乐才

9.3.2 一学时

9.3.3 企慕课堂

9.4 慕课在知识型企业培训中的应用分析

9.4.1 知识型企业培训相关概述

9.4.2 慕课在知识型企业培训中的适用性

9.4.3 慕课在知识型企业培训中的应用策略

9.4.4 知识型企业构建慕课培训系统的方法

9.5 企业培训中慕课的应用局限与建议分析

9.5.1 慕课行业的自身局限分析

9.5.2 企业自身资源的局限分析

9.5.3 企业培训中慕课的应用建议

第十章 中国慕课行业市场竞争格局分析

10.1 中国慕课行业竞争格局分析

10.1.1 慕课行业区域分布格局

10.1.2 慕课行业企业规模格局

- 10.1.3 慕课行业企业性质格局
- 10.2 中国慕课行业竞争五力分析
 - 10.2.1 慕课行业上游议价能力
 - 10.2.2 慕课行业下游议价能力
 - 10.2.3 慕课行业新进入者威胁
 - 10.2.4 慕课行业替代产品威胁
 - 10.2.5 慕课行业现有企业竞争
- 10.3 中国慕课行业竞争SWOT分析
 - 10.3.1 慕课行业优势分析（S）
 - 10.3.2 慕课行业劣势分析（W）
 - 10.3.3 慕课行业机会分析（O）
 - 10.3.4 慕课行业威胁分析（T）
- 10.4 中国慕课行业投资兼并重组整合分析
- 10.5 中国慕课行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国慕课行业领先企业竞争力分析

- 11.1 顶你学堂
 - 11.1.1 企业发展基本情况
 - 11.1.2 企业主要产品分析
 - 11.1.3 企业竞争优势分析
 - 11.1.4 企业经营状况分析
 - 11.1.5 企业最新发展动态
 - 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 果壳网MOOC学院
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业主要产品分析
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 开课吧
 - 11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业主要产品分析

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 Coursera Zone

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业主要产品分析

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 学堂在线

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业主要产品分析

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.5.5 企业最新发展动态

11.5.6 企业发展战略分析

11.6 中国大学MOOC

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业主要产品分析

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.6.5 企业最新发展动态

11.6.6 企业发展战略分析

11.7 好大学在线 (CNMOOC)

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业主要产品分析

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 慕课网

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业主要产品分析

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.8.5 企业最新发展动态

11.8.6 企业发展战略分析

11.9 MOOC中国

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业主要产品分析

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.9.5 企业最新发展动态

11.9.6 企业发展战略分析

11.10 爱课程

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业主要产品分析

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业最新发展动态

11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2019-2025年中国慕课行业发展趋势与前景分析

12.1 基于慕课的未来学习方式展望

12.1.1 慕课愿景与学习方式的关联

12.1.2 慕课（MOOCs）愿景分析

12.1.3 学习方式相关要素的变革

12.1.4 未来高等教育模式的变革

12.2 2019-2025年慕课行业的发展趋势

12.2.1 行业规模的扩大趋势

12.2.2 To B+To C价值共同扩展

- 12.2.3 线上线下教育融合
- 12.2.4 完善教育体制
- 12.2.5 新技术优化教育体验
- 12.2.6 成为智能教育的基础
- 12.3 2019-2025年国内慕课行业发展前景展望
 - 12.3.1 慕课平台发展前景
 - 12.3.2 慕课内容发展路径
 - 12.3.3 智能教育前景展望
- 12.4 2019-2025年中国慕课行业供需预测
 - 12.4.1 2019-2025年中国慕课行业供给预测
 - 12.4.2 2019-2025年中国慕课行业需求预测
 - 12.4.3 2019-2025年中国慕课供需平衡预测

第十三章 2019-2025年中国慕课行业投资前景

- 13.1 慕课行业投资现状分析
 - 13.1.1 慕课行业投资规模分析
 - 13.1.2 慕课行业投资资金来源构成
- 13.2 慕课行业投资特性分析
 - 13.2.1 慕课行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 慕课行业盈利模式分析
 - 13.2.3 慕课行业盈利因素分析
- 13.3 慕课行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 细分市场投资机会
 - 13.3.3 重点区域投资机会
 - 13.3.4 产业发展的空白点分析
- 13.4 慕课行业投资风险分析
 - 13.4.1 慕课行业政策风险
 - 13.4.2 宏观经济风险
 - 13.4.3 市场竞争风险
 - 13.4.4 关联产业风险
 - 13.4.5 产品结构风险

13.4.6 技术研发风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 慕课行业投资潜力与建议

13.5.1 慕课行业投资潜力分析

13.5.2 慕课行业最新投资动态

13.5.3 慕课行业投资机会与建议

第十四章 研究结论及建议（ZY ZM）

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：狭义的慕课行业示意图

图表：广义的慕课行业示意图

图表：xMOOC教学流程示意图

图表：cMOOC教学流程示意图

图表：cMOOC与xMOOC运营形式对比分析

图表：慕课特征的对比分析

图表：慕课对教育行业的价值分析

图表：慕课行业基本产业链示意图

图表：慕课行业细分领域示意图

图表：2001-2017年全球慕课行业发展历程

图表：2017年全球慕课平台分布示意图

图表：2017年国外慕课行业产业链图谱

图表：国内在线教育产业链示意图

图表：2017年在线教育用户终端分布图

图表：2017年用户对移动教育产品的付费意愿

图表：2017年移动端学习类应用的下载情况

图表：慕课行业相关技术示意图

图表：国内主要慕课平台及网址

图表：2017年国内慕课行业PEST分析

图表：2017年国内慕课行业产业链图谱

图表：2015-2017年国内慕课行业用户规模

图表：国内慕课行业用户属性特征分析

图表：国内慕课行业用户行为特征分析

图表：2015-2017年国内用户接触慕课的渠道分析

图表：2015-2017年国内慕课用户学习动机分析

图表：2015-2017年国内慕课用户选择平台的关注要素

图表：2015-2017年国内慕课用户课程类型偏好分析

图表：2015-2017年国内慕课用户课程时长偏好分析

图表：2015-2017年国内慕课用户付费比例分析

图表：2015-2017年国内慕课用户付费金额分析

图表：国内慕课平台课程设计分析图

图表：国内慕课平台学习评价分析图

图表：国内高校建设慕课平台的态度分析

图表：国内高校建设慕课平台的动机分析

图表：国内慕课平台证书与学习考量方式的关系

图表：九要素商业模式分析框架图

图表：Coursera商业模式分析

图表：Udacity商业模式分析

图表：edX商业模式分析

图表：P2PU商业模式分析

图表：国外知名MOOCs网站商业模式要素综合

图表：优质资源的共享模型

图表：MOOCs盈利途径分析

图表：教学形式的创新发展趋势

图表：大数据优化教学体验示意图

图表：混合式教学框架示意图

图表：慕课平台B、C端发展前景示意图

图表：教育发展路径分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/224128PHIN.html>