

2017-2022年中国在线教育 市场分析预测及前景趋势报告

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

《2017-2022年中国在线教育市场分析预测及前景趋势报告》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/B88477ZC0D.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。

所有人离不开教育：早期教育、课外辅导、少儿英语、职业教育、出国留学、商学院、移民服务……而在信息化爆发式发展的趋势下，在线教育越来越凸显出优势：1、在线教育可以突破时间和空间的限制，提升了学习效率；2、在线教育可以跨越因地域等方面造成的教育资源不平等分配，使教育资源共享化，降低了学习的门槛。

基于在线教育的特点和优势，网络学校受到越来越多人的认可，各类新兴的网校及相关网站也越来越多不断涌现，比如三条杠网、91外教网、伯瑞英语等等。显然，这代表着网校已经逐渐走进大众的生活并成为一种学习的主流趋势。因此很多人开始选择在线教育，特别是白领一族和大学生们。仅2012年一年，中国在线教育市场份额已经达到723亿元，且在线教育用户呈规模性放大。

中国在线教育用户数量与增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线教育市场分析预测及前景趋势报告》共十七章。首先介绍了在线教育相关概念及发展环境，接着分析了中国在线教育规模及消费需求，然后对中国在线教育市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线教育面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线教育有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可

或缺的重要工具。

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。

报告目录：

| | |
|---------------------|----|
| 第一章 在线教育行业发展综述 | 18 |
| 第一节 在线教育行业定义及分类 | 18 |
| 一、行业定义 | 18 |
| 二、行业主要分类 | 18 |
| 第二节 在线教育行业盈利模式分析 | 19 |
| 一、内容收费 | 19 |
| 二、增值服务 | 19 |
| 三、一次性收费 | 19 |
| 四、平台佣金 | 19 |
| 五、广告模式 | 19 |
| 第三节 在线教育行业特性分析 | 20 |
| 一、赢利性 | 20 |
| 二、行业周期性 | 20 |
| 三、附加值的提升空间 | 21 |
| 四、进入壁垒/退出机制 | 21 |
| 五、在线教育行业在国民经济中的地位 | 22 |
| 第四节 在线教育行业条件成熟 | 22 |
| 一、互联网普及程度 | 22 |
| 二、网速提升 | 23 |
| 三、在线教育认可度 | 23 |
| 第二章 国内外在线教育行业发展运行分析 | 25 |
| 第一节 国外在线教育行业发展分析 | 25 |
| 一、美国在线教育发展分析 | 25 |
| 二、韩国在线教育发展分析 | 26 |

第二节 我国在线教育行业发展状况分析 26

- 一、我国在线教育行业发展阶段 26
- 二、我国在线教育行业发展总体概况 27
- 三、我国在线教育行业商业模式分析 28
 - (一) B2C 28
 - (二) O2O 28
 - (三) C2C 28
 - (四) MOOC 29
 - (五) OCWC 29
 - (六) 其他类 29

四、互联网对教育的贡献和价值 29

第三节 2015年在线教育行业发展现状 31

- 一、2015年我国在线教育用户规模情况 31
- 二、2015年我国在线教育行业市场规模 31
- 三、2015年在线教育市场规模影响因素 32

第四节 在线教育对线下教育的冲击 33

- 一、线下教育和线上教育的成本对比 33
- 二、线下教育机构名师转战线上教育 34
- 三、线上教育对学生的分流情况 36
- 四、线上教育知识免费产品推出 36

第三章 我国在线职业教育市场发展分析 37

第一节 职业认证培训在线教育发展分析 37

- 一、职业认证培训在线教育发展现状 37
- 二、职业认证培训在线教育定位分析 37
- 三、职业认证培训在线教育教学模式 38

第二节 职业认证培训在线教育细分领域 38

一、财会领域在线教育市场分析 38

- (一) 职业资格种类 38
- (二) 在线教育需求 39

二、医药领域在线教育市场分析 40

- (一) 职业资格种类 40

- (二) 在线教育需求 41
- 三、建筑领域在线教育市场分析 42
 - (一) 职业资格种类 42
 - (二) 在线教育需求 42
- 四、外语领域在线教育市场分析 43
 - (一) 职业资格种类 43
 - (二) 在线教育需求 43
- 五、法律领域在线教育市场分析 44
 - (一) 职业资格种类 44
 - (二) 在线教育需求 45
- 六、IT领域在线教育市场分析 45
 - (一) 职业资格种类 45
 - (二) 在线教育需求 46
- 七、公务员领域在线教育市场分析 47
 - (一) 岗位招考情况 47
 - (二) 在线教育需求 48

第四章 我国在线高等教育市场发展分析 49

第一节 高校在线教育市场分析 49

- 一、高校在线教育发展现状 49
- 二、高校在线教育市场特色 50
 - (一) 高校在线教育定位分析 50
 - (二) 高校在线教育教学模式 51
 - (三) 高校在线教育主要功能 51

第二节 高校在线教育细分市场分析 52

- 一、普通高等院校在线教育分析 52
- 二、高等职业院校在线教育分析 53

第五章 中国K12在线教育市场发展分析 55

第一节 中小学在线教育市场分析 55

- 一、中小学在线教育资源状况 55
- 二、中小学在线教育市场定位 55

三、中小学在线教育供需缺口 55

四、中小学在线教育市场容量 56

五、中小学在线教育市场潜力 56

第二节 学前在线教育市场分析 56

一、学前在线教育发展环境 56

二、学前在线教育市场定位 56

三、学前在线教育市场容量 57

四、学前在线教育市场潜力 57

第六章 中国其他在线教育市场发展分析 59

第一节 兴趣在线教育市场分析 59

一、兴趣在线教育发展环境 59

二、兴趣在线教育遵循原则 59

三、兴趣在线教育市场供需 60

四、兴趣在线教育市场容量 61

五、兴趣在线教育市场潜力 61

第二节 企业E-learning发展分析 61

一、企业E-Learning应用现状 61

二、企业E-Learning研发模式 61

三、企业E-Learning发展优势 62

四、企业E-Learning应用领域 64

五、企业E-Learning发展趋势 65

第七章 中国在线教育行业产业链分析 66

第一节 在线教育上游行业分析 66

一、互联网技术发展情况 66

(一) 互联网技术加速发展 66

(二) 云计算技术加速发展 67

二、网络普及应用情况 69

(一) 总体网民规模 69

(二) 手机网民规模 70

(三) 分省网民规模 71

三、硬件设备产销及普及情况 73

(一) 计算机产品市场情况 73

(二) 移动终端产品产销规模 73

(三) 手机用户规模统计 75

第二节 在线教育下游 行业分析 76

一、职业培训行业发展情况 76

(一) 职业培训行业现状 76

(二) 参加职业培训人数 77

二、高等教育发展情况分析 78

(一) 高等教育机构数量 78

(二) 高等教育机构招生人数 78

(三) 高等教育机构在校生数 78

三、中小学教育发展情况分析 79

(一) 中小学教育机构数量 79

(二) 中小学在校学生数量 79

(三) 中小学教育机构招生人数 80

四、学前教育发展情况分析 80

(一) 学前教育机构数量 80

(二) 学前教育机构招生情况 81

第八章 中国在线教育行业竞争形势及策略 82

第一节 在线教育行业竞争结构分析 82

一、现有企业间竞争 82

二、潜在进入者分析 82

三、替代品威胁分析 82

四、供应商议价能力 83

五、客户议价能力 83

第二节 在线教育市场竞争格局分析 83

第三节 在线教育行业SWOT分析 84

一、在线教育行业发展优势 84

二、在线教育行业发展劣势 85

三、在线教育行业发展机会 85

| | |
|--------------------------|----|
| 四、在线教育行业发展威胁 | 86 |
| 第四节 2015年全球及中国在线教育风险投资情况 | 87 |
| 一、全球在线教育风险投资概况 | 87 |
| 二、中国在线教育风险投资概况 | 91 |

第九章 在线教育行业领先企业经营形势分析 93

第一节 在线教育运营企业 93

一、焦点科技股份有限公司 93

- (一) 企业发展基本情况 93
- (二) 企业经营情况分析 93
- (三) 企业经济指标分析 95
- (四) 企业盈利能力分析 96
- (五) 企业偿债能力分析 96
- (六) 企业运营能力分析 96
- (七) 企业成本费用分析 97
- (八) 企业竞争优势分析 97

二、科大讯飞教育发展有限公司 98

- (一) 企业发展概况 98
- (二) 企业经营范围分析 98
- (三) 在线教育业务分析 98
- (四) 企业竞争优势分析 99

三、广东全通教育股份有限公司 99

- (一) 企业发展基本情况 99
- (二) 企业经营情况分析 99
- (三) 企业经济指标分析 104
- (四) 企业盈利能力分析 105
- (五) 企业偿债能力分析 105
- (六) 企业运营能力分析 106
- (七) 企业成本费用分析 106
- (八) 企业发展战略分析 106

四、奥鹏远程教育中心 107

- (一) 企业发展概况 107

- (二) 企业经营范围分析 107
- (三) 在线教育业务分析 107
- (四) 企业竞争优势分析 107
- 五、VIPABC 108
 - (一) 企业发展概况 108
 - (二) 企业经营范围分析 108
 - (三) 在线教育业务分析 108
 - (四) 企业竞争优势分析 109
- 六、新东方教育科技集团 109
 - (一) 企业基本情况 109
 - (二) 培训内容分析 111
 - (三) 商业模式分析 113
 - (四) 网络教学规模 114
 - (五) 集团竞争力分析 115
- 七、弘成教育 117
 - (一) 企业基本情况 117
 - (二) 培训内容分析 117
 - (三) 商业模式分析 118
 - (四) 网络教学规模 119
 - (五) 集团竞争力分析 119
- 八、时代光华 119
 - (一) 企业基本情况 119
 - (二) 培训内容分析 119
 - (三) 商业模式分析 120
 - (四) 网络教学规模 121
 - (五) 集团竞争力分析 121
- 九、英孚教育 121
 - (一) 网校发展简况 121
 - (二) 培训内容分析 122
 - (三) 商业模式分析 123
 - (四) 网络教学规模 124
 - (五) 培训特色分析 124

十、环球网校 125

(一) 网校发展简况 125

(二) 培训内容分析 125

(三) 商业模式分析 125

(四) 网络教学规模 125

(五) 培训特色分析 126

十一、中华会计网校 126

(一) 网校发展简况 126

(二) 培训内容分析 126

(三) 商业模式分析 127

(四) 网络教学规模 127

(五) 培训特色分析 127

十二、环球雅思 128

(一) 企业整体概况 128

(二) 营业规模分析 128

(三) 业务范围分析 128

(四) 教学内容分析 128

(五) 综合竞争力分析 129

十三、易学国际 129

(一) 企业整体概况 129

(二) 业务范围分析 129

(三) 教学内容分析 129

(四) 师资力量分析 130

(五) 综合竞争力分析 130

十四、洪恩在线 130

(一) 企业整体概况 130

(二) 发展历程分析 131

(三) 业务范围分析 131

(四) 教学内容分析 131

(四) 师资力量分析 132

十五、学而思 132

(一) 企业基本情况 132

- (二) 培训内容分析 133
- (三) 商业模式分析 133
- (四) 网络教学规模 133
- (五) 集团竞争力分析 134

十六、安博教育集团 134

- (一) 企业整体概况 134
- (二) 业务范围分析 135
- (三) 教学内容分析 135
- (四) 师资力量分析 135
- (五) 综合竞争力分析 135

十七、YY教育 136

- (一) 企业发展概况 136
- (二) 在线教育业务分析 136
- (三) 企业竞争优势分析 136

十八、淘宝同学 136

- (一) 企业发展概况 136
- (二) 企业经营范围分析 136
- (三) 企业经营指标统计 137
- (四) 企业竞争优势分析 137

十九、正保远程教育 137

- (一) 企业基本情况 137
- (二) 培训内容分析 138
- (三) 商业模式分析 138
- (四) 网络教学规模 138
- (五) 集团竞争力分析 138

二十、中国教育联盟 139

- (一) 基本概况分析 139
- (二) 经营规模分析 139
- (三) 业务范围分析 139
- (四) 教学内容分析 140
- (五) 竞争力优势 140

第二节 网络教育软件开发企业 141

一、深圳市方直科技股份有限公司 141

- (一) 企业基本情况 141
- (二) 企业经营情况分析 141
- (三) 企业经济指标分析 143
- (四) 企业盈利能力分析 143
- (五) 企业偿债能力分析 144
- (六) 企业运营能力分析 144
- (七) 企业成本费用分析 144

二、北京立思辰科技股份有限公司 145

- (一) 企业基本情况 145
- (二) 企业经营情况分析 145
- (三) 企业经济指标分析 147
- (四) 企业盈利能力分析 147
- (五) 企业偿债能力分析 148
- (六) 企业运营能力分析 148
- (七) 企业成本费用分析 148

三、百视通新媒体股份有限公司 149

- (一) 企业基本情况 149
- (二) 企业经营情况分析 150
- (三) 企业经济指标分析 151
- (四) 企业盈利能力分析 152
- (五) 企业偿债能力分析 152
- (六) 企业运营能力分析 152
- (七) 企业成本费用分析 153

四、华平信息技术股份有限公司 153

- (一) 企业基本情况 153
- (二) 企业经营情况分析 154
- (三) 企业经济指标分析 155
- (四) 企业盈利能力分析 156
- (五) 企业偿债能力分析 156
- (六) 企业运营能力分析 156
- (七) 企业成本费用分析 157

五、上海新南洋股份有限公司 157

- (一) 企业基本情况 157
- (二) 企业经营情况分析 158
- (三) 企业经济指标分析 159
- (四) 企业盈利能力分析 159
- (五) 企业偿债能力分析 160
- (六) 企业运营能力分析 160
- (七) 企业成本费用分析 160

六、武汉天喻信息产业股份有限公司 161

- (一) 企业基本情况 161
- (二) 企业经营情况分析 162
- (三) 企业经济指标分析 163
- (四) 企业盈利能力分析 164
- (五) 企业偿债能力分析 164
- (六) 企业运营能力分析 164
- (七) 企业成本费用分析 165

七、拓维信息系统股份有限公司 166

- (一) 企业基本情况 166
- (二) 企业经营情况分析 166
- (三) 企业经济指标分析 168
- (四) 企业盈利能力分析 168
- (五) 企业偿债能力分析 169
- (六) 企业运营能力分析 169
- (七) 企业成本费用分析 169

第十章 2017-2022年中国在线教育行业发展前景预测 171

第一节 教育事业前景及规划 171

- 一、教育事业主要发展目标 171
- 二、人才培养结构调整趋势 172
- 三、教育信息化发展主要目标 176
- 四、教育信息化发展行动计划 177

第二节 在线教育行业趋势分析 181

| | |
|------------------------------|-----|
| 一、在线教育发展趋势分析 | 181 |
| (一) 在线教育产业环境趋势 | 181 |
| (二) 在线教育办学定位趋势 | 182 |
| (三) 网络教学模式趋势 | 182 |
| (四) 网络教学支持服务趋势 | 183 |
| (五) 网络教学技术趋势 | 184 |
| (六) 网络教学资源趋势 | 184 |
| (七) 网络教学运营管理趋势 | 185 |
| 二、网教教学系统发展趋势 | 186 |
| 第三节 在线教育行业发展影响因素 | 186 |
| 一、在线教育的定位因素 | 186 |
| (一) 在线教育本质的把握 | 186 |
| (二) 在线教育现实的认识 | 187 |
| (三) 在线教育定位的策略 | 187 |
| 二、在线教育的技术因素 | 188 |
| (一) 在线教育技术要求特征 | 188 |
| (二) 在线教育学习技能要求 | 189 |
| (三) 在线教育平台功能需求 | 190 |
| (四) 在线教育平台发展趋势 | 191 |
| 三、在线教育的教学因素 | 191 |
| (一) 在线教育的教学要求 | 191 |
| (二) 在线教育的教学资源 | 191 |
| (三) 教学质量的影响程度 | 191 |
| 四、在线教育的支撑体系 | 194 |
| (一) 在线教育公共服务体系 | 194 |
| (二) 在线教育校外学习中心 | 195 |
| (三) 在线教育课程开发设置 | 197 |
| | |
| 第十一章 2017-2022年在线教育行业投资前景 | 199 |
| 第一节 2017-2022年在线教育市场发展前景 | 199 |
| 第二节 2017-2022年在线教育细分行业发展前景分析 | 200 |
| 一、中小学在线教育的市场前景 | 200 |

二、在线职业培训市场发展前景 200

三、企业在线培训市场发展前景 200

第三节 2017-2022年在线教育市场规模预测 201

截至 2015 年，在线教育市场规模约为 1000 亿，其中在线职业教育市场规模为 291 亿元，渗透率超过了 40%，占整个在线教育的 29%，为行业内较高板块。职业在线教育的市场规模从 2010 年至 2015 年分 CAGR 约为 19.1%。因宏观经济环境在未来 5 年的悲观预期，在线职业教育市场增速会有所升高，超过目前的水平。

中国在线教育细分市场规模（亿）

第十二章 2017-2022年在线教育行业投资环境分析 203

第一节 在线教育行业政治法律环境分析 203

一、行业管理体制分析 203

二、行业相关政策分析 203

（一）国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年） 204

（二）教育信息化十年发展规划(2011-2020年) 204

（三）关于加快推进教育信息化当前几项重点工作的通知 212

（四）国家教育资源公共服务平台规模化应用试点实施方案 212

（五）中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定 213

（六）关于加快发展现代职业教育的决定 213

（七）关于加强高等学校在线开放课程建设应用与管理的意见 215

三、行业相关发展规划—教育信息化十年发展规划(2011-2020年) 217

第二节 在线教育行业经济环境分析 225

一、全球经济前景预测分析 225

二、国内宏观经济形势分析 227

（一）中国GDP增长情况分析 227

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。

过去 10 年中国 GDP 增速情况（%）

(二) 工业经济发展形势分析 228

(三) 社会固定资产投资分析 229

2015年，全社会固定资产投资562000亿元，比上年增长9.8%，扣除价格因素，实际增长11.8%。其中，固定资产投资（不含农户）551590亿元，增长10.0%。分区域看，东部地区投资232107亿元，比上年增长12.4%；中部地区投资143118亿元，增长15.2%；西部地区投资140416亿元，增长8.7%；东北地区投资40806亿元，下降11.1%。

2011-2015年全社会固定资产投资规模（单位：亿元）

(四) 全社会消费品零售总额 230

(五) 城乡居民收入增长分析 231

(六) 居民消费价格变化分析 232

(七) 对外贸易发展形势分析 233

第三节 在线教育行业社会环境分析 234

一、教育环境分析 234

二、文化环境分析 235

三、居民文教娱乐支出 236

第十三章 2017-2022年在线教育行业投资机会与风险 237

第一节 中国教育行业投融资情况 237

一、教育行业投资现状 237

二、教育培训行业兼并收购情况 239

第二节 中国在线教育领域投资动态 239

一、51Talk获\$5500万C轮融资 239

二、K12在线教育平台“学乐”完成1亿元B轮融资 240

第三节 2017-2022年在线教育行业投资风险及防范 240

一、政策风险及防范 240

二、市场风险及防范 240

三、在线教育品牌风险 241

四、资金短缺风险及防范 241

五、其他风险及防范 241

第十四章 2017-2022年在线教育行业投资建议 242

第一节 在线教育行业投资价值评估 242

第二节 在线教育产业链投资建议 242

一、内容模式 242

(一) 学习视频 242

(二) 文档资料 243

(三) 教育工具 243

二、平台模式 243

(一) B2C型 243

(二) C2C型 243

三、技术提供商 244

第十五章 2017-2022年中国在线教育行业投资要点及策略分析 245

第一节 在线教育行业投资环境 245

一、教育VC/PE投资规模分析 245

二、教育培训连锁行业投资规模 248

三、教育企业IPO投资现状分析 248

第二节 在线教育行业投资方向 250

一、网络课程投资热点 250

二、盈利模式投资方向 251

第三节 在线教育行业投资策略 252

一、在线教育行业政策把握策略 252

二、在线教育商业模式创新策略 252

三、在线教育线下支撑体系打造 252

四、在线教育行业风险规避策略 253

第十六章 在线教育行业投资战略研究 254

第一节 在线教育行业发展战略研究 254

一、战略综合规划 254

二、技术开发战略 254

三、产业战略规划 255

四、营销品牌战略 255

五、竞争战略规划 256

第二节 对我国在线教育品牌的战略思考 257

一、在线教育的品牌建设的必要性 257

二、在线教育的品牌的内涵 257

(一) 在线教育属性层面 257

(二) 在线教育质量层面 258

(三) 在线教育信誉层面 258

(四) 在线教育品牌效应层面 259

三、在线教育的品牌建设策略 259

(一) 品牌定位，找准“品牌着力点” 259

(二) 品牌规划，打造“品牌主推力” 259

(三) 品牌形象，做好“品牌宣传” 260

(四) 品牌扩张，形成“品牌效应” 260

第三节 在线教育经营策略分析 260

一、产品设计策略分析 260

(一) 用户筛选沉淀 260

(二) 移情分析 261

二、在线教育平台推广策略 262

(一) 社交闭环 262

(二) 名师公开课 263

(三) 校企联盟 263

(四) 平台联合 263

(五) O2O转化 263

第十七章 中国在线教育企业投融资及IPO上市策略指导 264 (ZY ZM)

第一节 在线教育企业境内IPO上市目的及条件 264

一、在线教育企业境内上市主要目的 264

二、在线教育企业上市需满足的条件 265

(一) 企业境内主板IPO主要条件 265

(二) 企业境内中小板IPO主要条件 266

(三) 企业境内创业板IPO主要条件 267

三、企业改制上市中的关键问题 268

第二节 在线教育企业IPO上市的相关准备 269

| | |
|----------------------|-----|
| 一、企业该不该上市 | 269 |
| 二、企业应何时上市 | 269 |
| 三、企业应何地上市 | 269 |
| 四、企业上市前准备 | 270 |
| (一) 企业上市前综合评估 | 270 |
| (二) 企业的内部规范重组 | 270 |
| (三) 选择并配合中介机构 | 270 |
| (四) 应如何选择中介机构 | 270 |
| 第三节 在线教育企业IPO上市的规划实施 | 271 |
| 一、上市费用规划和团队组建 | 271 |
| 二、尽职调查及问题解决方案 | 274 |
| 三、改制重组需关注重点问题 | 278 |
| 四、企业上市辅导及注意事项 | 280 |
| 五、上市申报材料制作及要求 | 282 |
| 六、网上路演推介及询价发行 | 284 |
| 第四节 企业IPO上市审核工作流程 | 285 |
| 一、企业IPO上市基本审核流程 | 285 |
| 二、企业IPO上市具体审核环节 | 286 |
| 三、与发行审核流程相关的事项 | 289 |

图表目录：

| | |
|--------------------------------------|----|
| 图表 1 中国在线教育细分门类情况 | 19 |
| 图表 2 2013-2015年中国在线教育行业相关企业销售毛利率情况对比 | 20 |
| 图表 3 在线教育行业生命周期各阶段特点 | 21 |
| 图表 4 2013-2015年中国在线教育市场规模在GDP中的占比情况 | 22 |
| 图表 5 2013-2015年中国互联网普及率变化趋势图 | 23 |
| 图表 6 中国在线教育发展历程示意图 | 27 |
| 图表 7 互联网对教育的价值示意图 | 30 |
| 图表 8 2013-2015年中国在线教育用户规模统计 | 31 |
| 图表 9 2013-2015年中国在线教育市场规模增长趋势图 | 32 |
| 图表 10 传统培训机构的成本构成情况 | 34 |
| 图表 11 在线教育机构成本构成情况 | 34 |

- 图表 12 选择教育培训机构关注点 35
- 图表 13 师资是选择教育培训机构的主要关注点 35
- 图表 14 中国职业培训涵盖内容 38
- 图表 15 中国财会行业主要职业资格种类 39
- 图表 16 中国医药卫生行业主要职业资格种类 40
- 图表 17 中国生化与药品行业主要职业资格种类 41
- 图表 18 中国土木建筑行业主要职业资格种类 42
- 图表 19 中国英语行业主要职业资格种类 43
- 图表 20 中国法律行业主要职业资格种类 45
- 图表 21 中国司法考试网上辅导班级收费情况 45
- 图表 22 中国IT行业主要职业资格种类 46
- 图表 23 2013-2015年中国公务员计划招考人数统计 48
- 图表 24 高等学历教育涵盖内容 50
- 图表 25 2013-2015年中国学前教育学校及中国少儿在校人数统计 57
- 图表 26 2013-2015年中国网民数量增长趋势图 70
- 图表 27 2013-2015年中国手机网民规模及其占网民比例 71
- 图表 28 2013-2015年中国内地各省（市、自治区）网民规模和互联网普及率 72
- 图表 29 2015年全球PC出货量TOP5 73
- 图表 30 2013-2015年中国手机产量统计图 74

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/B88477ZC0D.html>