

2018-2024年中国教育电子产品行业发展现状及前景战略咨询报告

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

《2018-2024年中国教育电子产品行业发展现状及前景战略咨询报告》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/dianzi/K771618MBV.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

2016年研究生教育招生66.7万人，在学研究生198.1万人，毕业生56.4万人。普通本专科招生748.6万人，在校生2695.8万人，毕业生704.2万人。中等职业教育招生593.3万人，在校生1599.1万人，毕业生533.7万人。普通高中招生802.9万人，在校生2366.6万人，毕业生792.4万人。初中招生1487.2万人，在校生4329.4万人，毕业生1423.9万人。普通小学招生1752.5万人，在校生9913.0万人，毕业生1507.4万人。特殊教育招生9.2万人，在校生49.2万人，毕业生5.9万人。学前教育在园幼儿4413.9万人。九年义务教育巩固率为93.4%，高中阶段毛入学率为87.5%。

2012-2016年我国教育行业招生人数（单位：万人）数据来源：国家统计局

2015年全国教育经费总投入为36129.19亿元，比上年的32806.46亿元增长10.13%。2016年全国教育经费总投入为38866亿元，比上年增长7.57%。其中，国家财政性教育经费为31373亿元，比上年增长7.36%。教育经费总投入在学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育和其他教育间的分配占比分别为7.21%、45.29%、15.84%、26.01%，5.65%。

2016年全国幼儿园、普通小学、普通初中、普通高中、中等职业学校、普通高等学校生均教育经费总支出均比上年有所增长，增幅分别为：15.97%、8.88%、10.50%、11.34%、8.03%、3.35%。

2012-2016年我国教育经费投入（单位：亿元）数据来源：教育部

随着人们经济水平的不断提高，对于教育也越来越重视。据专家预测，二胎政策放开将带来每年500-600万的新增出生人口，这将带来千亿的消费市场，充分打开了幼儿教育市场巨大的发展空间。“不让孩子输在起跑线上”的观念仍然牢牢占据着家长心智。据统计，教育支出在中国已经超过其他生活费用成为仅次于食物的第二大日常支出，很多家长甚至愿意为了孩子的教育投资下“血本”，随着我国教育事业的发展，教育电子产品市场将有广阔的发展前景。

报告目录：

第一章 2015-2017年中国教育电子产品市场运行环境解析

第一节 2015-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国工业发展形势

- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析
- 八、存贷款利率变化
- 九、财政收支状况

第二节 2015-2017年中国教育电子产品运行环境解析

- 一、产业政策分析
- 二、行业准入政策分析
- 三、相关行业政策影响分析

第三节 2015-2017年中国教育电子产品行业技术环境分析

- 一、电子技术应用
- 二、网络技术应用
- 三、语音技术应用

第四节 2015-2017年中国教育电子产品行业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、居民消费观念
- 三、教育观念

第二章 2015-2017年中国教育电子产品行业运行新形势分析

第一节 2015-2017年中国教育电子产品产业动态分析

- 一、凤凰出版传媒携手台企开发“电子书包”
- 二、教育电子产品质量国家监督抽查结果

第二节 2015-2017年中国教育电子产品产业现状综述

- 一、中国教育电子产品行业洗牌已经开始
- 二、科学技术在新型教育电子产品的应用
- 三、教育需求对教育电子产品市场拉动
- 四、中国教育电子产品市场消费问题突出

第三节 2015-2017年中国教育电子产品热点问题探讨

- 一、市场“鱼龙混杂”，假冒产品众多
- 二、宣传夸大其词，产品性价比不高

三、技术侵权问题尤为严重

四、研发投入明显不足

五、市场开发形式单一

六、对消费者缺乏研究

七、产品售后问题突出

第四节 2015-2017年中国教育电子产品行业应对策略分析

第三章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场运行态势分析

第一节 2015-2017年中国教育电子产品行业运行概况

一、中国教育电子产品市场规模

二、四川:英语学习步入“点读时代”;

三、教育电子产品行业市场渠道分析

第二节 2015-2017年一季度中国教育电子产品品牌销售份额

一、总销量前五名品牌占市场份额比重

二、诺亚舟

三、文曲星

四、步步高

五、好记星

六、e百分

第三节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场运营分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

三、市场经营特点分析

第四节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析

第四章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——数码学习机

第一节 2015-2017年中国数码学习机行业发展综述

一、数码学习机行业特点分析

二、数码学习机成本价格构成

三、埋藏在数码学习机里的版权“地雷”;

第二节 2015-2017年中国数码学习机行业市场运行分析

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

第三节 2018-2024年中国数码学习机发展趋势分析

第五章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——电子辞典

第一节 2015-2017年中国电子辞典行业运行情况分析

一、电子辞典行业特点分析

二、电子辞典主要产品价格走势分析

三、电子辞典发展技术分析

第二节 2015-2017年中国电子辞典行业市场运行分析

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

三、主体企业分析

第三节 2018-2024年中国电子辞典发展趋势分析

第六章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——复读机

第一节 2015-2017年中国复读机行业发展概况

一、运行特点分析

二、主要产品价格走势分析

三、有关复读机资讯

第二节 2015-2017年中国复读机行业市场运行分析

一、市场规模分析

二、市场竞争格局分析

第三节 2018-2024年中国复读机行业发展趋势分析

第七章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场消费者调查分析

第一节 中国教育电子产品行业市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、社会环境变量分析

第二节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场消费者偏好调查

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第三节 2018-2024年中国教育电子产品行业市场消费者需求趋势分析

第八章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场竞争格局透析

第一节 2015-2017年中国教育电子产品市场竞争总况

一、中国教育电子产品市场竞争激烈

二、万利达强势进入教育电子行业

三、中国教育电子产品竞争力体现

1、技术竞争分析

2、品牌竞争分析

3、价格竞争分析

第二节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2015-2017年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析

第九章 2015-2017年中国教育电子产品细分区域市场竞争格局分析

第一节 东北地区教育电子产品市场发展状况分析

第二节 华北地区教育电子产品市场发展状况分析

第三节 华东地区教育电子产品市场发展状况分析

第四节 华中地区教育电子产品市场发展状况分析

第五节 华南地区教育电子产品市场发展状况分析

第六节 西部地区教育电子产品市场发展状况分析

第七节 2015-2017年中国教育电子产品行业区域市场对比分析

第十章 2015-2017年中国教育电子产品行业主体企业综合竞争力分析

第一节 创新诺亚舟电子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第二节 上海好记星数码科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第三节 英村科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第四节 北京金远见电脑技术有限公司（文曲星）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第五节 上海荟能公司 (e百分)

- 一、企业基本概况
- 二、核心竞争力分析
- 三、企业未来发展战略

第六节 中恒兴业科技集团

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第七节 东莞市步步高教育电子产品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、人力资源及广告投入分析
- 八、业务范围及产品分析
- 九、核心竞争力分析

第八节 权智掌上电脑有限公司(快译通)

- 一、企业基本概况
- 二、业务范围及主要产品

三、核心竞争力分析

四、企业未来发展战略

第十一章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场投融资与并购特征及趋势分析

第一节 2015-2017年中国数码学习机市场投融资与并购状况分析

一、投资规模分析

二、投资热点分析

三、投资区域分析

四、投资方式及渠道分析

五、投资回报分析

六、投资趋势分析

第二节 2015-2017年中国电子辞典市场投融资与并购状况分析

一、投资规模分析

二、投资热点分析

三、投资区域分析

四、投资方式及渠道分析

五、投资回报分析

六、投资趋势分析

第三节 2015-2017年中国复读机市场投融资与并购状况分析

一、投资规模分析

二、投资热点分析

三、投资区域分析

四、竞争趋势分析

五、投资回报分析

六、投资趋势分析

七、存在的问题

第十二章 2018-2024年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析

第一节 2018-2024年中国教育电子产品行业发展趋势分析

一、2018-2024年中国教育电子产品行业发展分析

二、2018-2024年中国教育电子产品行业技术开发方向

第二节 2018-2024年教育电子细分产品行业市场前景预测

一、数码数习机

二、复读机

三、电子辞典

第三节 2018-2024年中国教育电子产品行业盈利能力预测

第十三章 2018-2024年中国教育电子产品行业投资前景预测

第一节 2015-2017年中国教育电子产品行业投资环境分析

第二节 2018-2024年中国教育电子产品行业投资机会分析

一、中国教育电子产品投资热点分析

二、中国教育电子产品区域市场投资潜力

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2018-2024年中国教育电子产品行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、金融风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

第四节 专家投资建议——ZYCY

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/K771618MBV.html>