

# 2016-2022年中国在线教育 市场全景调查与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国在线教育市场全景调查与前景趋势报告》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/L850436CH7.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

我国学龄人口数量庞大，教育消费占到中国社会中坚阶层家庭收入的1/7，并且该比例预期还将持续增长。

中国人重视教育，教育支出是我国居民家庭的主要消费性支出之一。近十年来，中国家庭教育支出规模年均复合增速为10.7%。美国投行Jefferies的调查显示，2014年我国家庭的教育支出规模在万亿元以上。

近几年，子女教育占家庭消费比重在不断上升，同时线上教育相对线下教育的比重也在上升。根据国家教育部《全国教育事业发展统计公报》，未来5-10年教育培训市场的规模将达到5000亿。

总体而言，2004年，我国网络教育市场规模约143亿元，2012年已达到723亿元，实现了22.5%的年均复合增长率，2013年为981亿元，2014年国内在线教育市场规模增长至1275亿元。未来，高等教育、职教培训、学前教育和K12教育将会是增长最快，市场规模最大的市场。

《2016-2022年中国在线教育市场全景调查与前景趋势报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了在线教育行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国在线教育做了重点企业经营状况分析，并分析了中国在线教育行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

|                |    |
|----------------|----|
| 第一部分在线教育产业深度分析 | 15 |
| 第一章在线教育行业发展综述  | 5  |
| 第一节在线教育行业定义及分类 | 5  |
| 一、行业定义         | 5  |
| 二、行业主要分类       | 5  |
| 第二节在线教育行业特征分析  | 6  |
| 一、产业链分析        | 6  |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 二、在线教育行业在国民经济中的地位       | 5 6 |
| 三、在线教育行业生命周期分析          | 5 6 |
| 第三节最近3-5年中国在线教育行业经济指标分析 | 6 6 |
| 一、赢利性                   | 6 6 |
| 二、成长速度                  | 7 6 |
| 三、附加值的提升空间              | 7 6 |
| 四、进入壁垒 / 退出机制           | 7 6 |
| 五、风险性                   | 8 7 |
| 六、行业周期                  | 8 7 |
| 七、竞争激烈程度指标              | 8 7 |

## 第二章我国在线教育行业运行分析10 8

### 第一节我国在线教育行业发展状况分析10 8

|                  |      |
|------------------|------|
| 一、我国在线教育行业发展阶段   | 10 8 |
| 二、我国在线教育行业发展总体概况 | 11 8 |
| 三、我国在线教育行业发展特点分析 | 13 8 |
| 四、我国在线教育行业商业模式分析 | 13 8 |

### 第二节2012-2014年在线教育行业发展现状21 8

|                          |      |
|--------------------------|------|
| 一、2012-2014年我国在线教育行业市场规模 | 21 8 |
| 二、2012-2014年我国在线教育行业发展分析 | 22 8 |
| 三、2012-2014年中国在线教育企业发展分析 | 22 9 |

### 第三节区域市场分析27 9

|                      |      |
|----------------------|------|
| 一、区域市场分布总体情况         | 27 9 |
| 二、2012-2014年重点省市市场分析 | 27 9 |
| 三、2012-2014年重点城市市场分析 | 27 9 |

### 第四节在线教育细分市场分析28 9

|                       |      |
|-----------------------|------|
| 一、细分市场特色              | 28 9 |
| 二、2012-2014年细分市场规模及增速 | 29 9 |
| 三、重点细分市场前景预测          | 29 9 |

## 第三章我国在线教育行业供求分析30 10

### 第一节国内市场需求分析30 10

## 一、需求规模30 10

## 二、需求结构32 12

2014年我国学前教育在线市场规模为28亿元，占比为2.2%；K12教育在线市场规模为270亿元，占比为21.2%；高等教育在线市场规模为537亿元，占比为42.1%。

## 三、区域市场32 12

### 第二节国内市场供给分析33 13

#### 一、供给规模33 13

我国的在线教育行业最早可以追溯到1998年，一直到2012年，共有各类在线教育机构约500家。到了2013年，突然迎来创业爆发期，平均每天诞生2.6家机构，一年就增加了近千家，可以说仅2013年一年新增的在线教育机构即为前15年的两倍。

随着在线教育市场的走俏，目前各类创业团队、互联网企业、风险投资也纷纷瞄准了这一市场，在线教育领域的投资热度持续升温。据不完全统计2013年大约共有23家公司获得了几百万到上千万美元不等的风险投资。互联网教育迎来了投融资的高峰。

其中，创新的在线教育服务方式层出不穷。猿题库是智能在线题库的巅峰之作，目前为国内最大的在线高考试题机构，已经有超过19万用户。它专注于K12领域高考题库和公务员考试、司法考试等多个职业类考试题库。它会根据用户在题库上做题的历史记录，为用户提供难度符合其水平的题目，引导客户在能力范围内通过做题不断提高，并提供错汇总、笔记批注等全套服务。同时基于对用户大数据分析，还能预测用户参加高考等考试的分数。猿题库于8月获得700万美元的B轮融资。

魔方英语则是在线英语趣味教学。其创新之处在于“看电影，学英语”。这家创业公司通过提供经典的英语电影短片，让用户进行跟读模仿、词汇测试、造句练习和听力练习。此外用户还可以通过“魔方秀PK”功能进行相互比拼口语、词汇，增加学习的竞争感和乐趣。这种视屏短片在流量充裕的4G年将更受用户欢迎。魔方英语的视屏点击量已超过10万次，于10月份获得了800万元人民币的融资。

截止2014年11月，外语教育类投融资案例为11例，投资总额超过20.48亿元；K12教育类投融资案例为12例，投资总额超过4.69亿元；早期教育类投融资案例为4例，投资总额超过3亿元；IT教育类投融资案例6个，投资总额超过4.44亿元；职业教育类投融资案例为7例，投资总额超过9.26亿元；出国留学类投融资案例为4例，投资总额超过0.66亿元；平台类4例，投资总额超过2亿元。

#### 二、供给结构35 17

### 三、区域分布36 19

## 第二部分在线教育产业结构分析38 20

### 第四章在线教育行业产业结构分析38 20

#### 第一节在线教育产业结构分析38 20

##### 一、市场细分充分程度分析38 20

##### 二、各细分市场领先企业排名41 20

##### 三、各细分市场占总市场的结构比例42 20

#### 第二节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析43 20

##### 一、产业价值链的构成43 20

##### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析44 20

#### 第三节产业结构发展预测45 21

##### 一、产业相关政策方向分析45 21

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素46 21

##### 三、中国在线教育行业参与国际竞争的战略市场定位47 21

##### 四、产业结构调整方向分析48 21

## 第五章我国在线教育行业产业链分析50 22

### 第一节在线教育行业产业链分析50 22

#### 一、产业链结构分析50 22

#### 二、主要环节的增值空间50 22

#### 三、与上下游行业之间的关联性51 22

### 第二节在线教育上游行业分析52 22

#### 一、在线教育成本构成52 22

#### 二、2012-2014年上游行业发展现状53 22

#### 三、2016-2022年上游行业发展趋势53 22

#### 四、上游行业对在线教育行业的影响55 23

### 第三节在线教育下游行业分析55 23

#### 一、在线教育下游行业分布55 23

#### 二、2012-2014年下游行业发展现状56 23

#### 三、2016-2022年下游行业发展趋势59 23

#### 四、下游需求对在线教育行业的影响62 23

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 第三部分单位在线教育行业竞争格局分析63     | 24    |
| 第六章我国在线教育行业竞争形势及策略63     | 24    |
| 第一节行业总体市场竞争状况分析63        | 24    |
| 一、在线教育行业竞争结构分析63         | 24    |
| 二、在线教育行业企业间竞争格局分析65      | 25    |
| 三、在线教育行业集中度分析65          | 25    |
| 四、在线教育行业SWOT分析66         | 25    |
| 第二节中国在线教育行业竞争格局综述68      | 25    |
| 一、在线教育行业竞争概况68           | 25    |
| 二、中国在线教育行业竞争力分析68        | 25    |
| 三、在线教育市场竞争策略分析70         | 25    |
| 第七章在线教育行业领先企业经营形势分析71    | 26    |
| 第一节深圳市方直科技股份有限公司(300235) | 71 26 |
| 一、企业概况71                 | 26    |
| 二、企业优势分析71               | 26    |
| 三、2012-2014年经营状况72       | 26    |
| 第二节北京立思辰科技股份有限公司(300010) | 76 26 |
| 一、企业概况76                 | 26    |
| 二、企业优势分析77               | 26    |
| 三、2012-2014年经营状况78       | 26    |
| 第三节焦点科技股份有限公司(002315)    | 82 27 |
| 一、企业概况82                 | 27    |
| 二、企业优势分析82               | 27    |
| 三、2012-2014年经营状况83       | 27    |
| 第四节百视通新媒体股份有限公司(600637)  | 87 27 |
| 一、企业概况87                 | 27    |
| 二、企业优势分析87               | 27    |
| 三、2012-2014年经营状况88       | 27    |
| 第五节上海新南洋股份有限公司(600661)   | 92 27 |
| 一、企业概况92                 | 27    |

|                            |     |    |
|----------------------------|-----|----|
| 二、企业优势分析                   | 93  | 28 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 93  | 28 |
| 第六节科大讯飞教育发展有限公司（002230）    | 98  | 28 |
| 一、企业概况                     | 98  | 28 |
| 二、企业优势分析                   | 99  | 28 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 99  | 28 |
| 第七节华平信息技术股份有限公司（300074）    | 103 | 28 |
| 一、企业概况                     | 103 | 28 |
| 二、企业优势分析                   | 104 | 28 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 104 | 29 |
| 第八节广东全通教育股份有限公司（300359）    | 109 | 29 |
| 一、企业概况                     | 109 | 29 |
| 二、企业优势分析                   | 109 | 29 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 109 | 29 |
| 第九节武汉天喻信息产业股份有限公司（300205）  | 114 | 29 |
| 一、企业概况                     | 114 | 29 |
| 二、企业优势分析                   | 115 | 29 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 115 | 29 |
| 第十节拓维信息系统股份有限公司（002261）    | 119 | 30 |
| 一、企业概况                     | 119 | 30 |
| 二、企业优势分析                   | 120 | 30 |
| 三、2012-2014年经营状况           | 120 | 30 |
| 第八章2016-2022年在线教育行业投资前景    | 125 | 31 |
| 第一节2016-2022年在线教育市场发展前景    | 125 | 31 |
| 一、2016-2022年在线教育市场发展潜力     | 125 | 31 |
| 二、2016-2022年在线教育市场发展前景展望   | 126 | 31 |
| 三、2016-2022年在线教育细分行业发展前景分析 | 127 | 31 |
| 第二节2016-2022年在线教育市场发展趋势预测  | 130 | 32 |
| 一、2016-2022年在线教育行业发展趋势     | 130 | 32 |
| 二、2016-2022年在线教育市场规模预测     | 130 | 32 |
| 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测     | 130 | 32 |



### 第三节2016-2022年中国在线教育行业供需预测131 32

#### 一、2016-2022年中国在线教育行业供给预测131 32

#### 二、2016-2022年中国在线教育行业需求预测132 32

### 第四节影响企业生产与经营的关键趋势132 32

#### 一、市场整合成长趋势132 32

#### 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测133 33

#### 三、影响生产经营的变革134 33

#### 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势134 33

## 第九章2016-2022年在线教育行业投资环境分析135 34

### 第一节在线教育行业政治法律环境分析135 34

#### 一、行业管理体制分析135 34

#### 二、行业相关法律法规137 34

#### 三、行业相关发展规划139 34

### 第二节在线教育行业经济环境分析140 34

#### 一、国际宏观经济形势分析140 34

#### 二、国内宏观经济形势分析142 34

#### 三、产业宏观经济环境分析144 34

### 第三节在线教育行业社会环境分析145 35

#### 一、在线教育产业社会环境145 35

#### 二、社会环境对行业的影响159 35

#### 三、在线教育产业发展的意义161 35

## 第十章2016-2022年在线教育行业投资机会与风险162 36

### 第一节在线教育行业投融资情况162 36

#### 一、行业资金渠道分析162 36

#### 二、固定资产投资分析163 36

### 第二节2016-2022年在线教育行业投资机会166 36

#### 一、产业链投资机会166 36

#### 二、细分市场投资机会167 36

### 第三节2016-2022年在线教育行业投资风险及防范167 36

#### 一、政策风险及防范167 36

|                   |               |    |
|-------------------|---------------|----|
| 二、市场风险及防范         | 167           | 37 |
| 三、宏观经济波动风险及防范     | 167           | 37 |
| 四、资金短缺风险及防范       | 168           | 37 |
| 五、其他风险及防范         | 168           | 37 |
| <br>              |               |    |
| 第十一章在线教育行业投资战略研究  | 169 ( zyyzg ) | 38 |
| 第一节在线教育行业发展战略研究   | 169           | 38 |
| 一、战略综合规划          | 169           | 38 |
| 二、技术开发战略          | 169           | 38 |
| 三、业务组合战略          | 169           | 38 |
| 四、区域战略规划          | 169           | 38 |
| 五、产业战略规划          | 170           | 38 |
| 六、营销品牌战略          | 170           | 38 |
| 七、竞争战略规划          | 171           | 38 |
| 第二节对我国在线教育品牌的战略思考 | 171           | 39 |
| 一、品牌的重要性          | 171           | 39 |
| 二、实施品牌战略的意义       | 174           | 39 |
| 三、企业品牌的现状分析       | 174           | 39 |
| 四、企业的品牌战略         | 175           | 39 |
| 五、品牌战略管理的策略       | 175           | 39 |
| 第三节在线教育经营策略分析     | 177           | 39 |
| 一、市场细分策略          | 177           | 39 |
| 二、市场创新策略          | 177           | 39 |
| 三、品牌定位与品类规划       | 177           | 40 |
| 四、新产品差异化战略        | 177           | 40 |
| <br>              |               |    |
| 第十二章研究结论及投资建议     | 179           | 41 |
| 第一节在线教育行业研究结论     | 179           | 41 |
| 第二节在线教育行业投资价值评估   | 180           | 41 |
| 第三节在线教育行业投资建议     | 180           | 41 |
| 一、行业发展策略建议        | 180           | 41 |
| 二、行业投资方向建议        | 182           | 41 |

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/L850436CH7.html>