

2017-2022年中国在线视频 行业市场监测与投资战略研究报告

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

《2017-2022年中国在线视频行业市场监测与投资战略研究报告》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/chuanmei/Q361895VUG.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

2011-2016年在线视频市场规模（亿元）及增速 智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线视频行业市场监测与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了中国在线视频行业市场发展环境、中国在线视频整体运行态势等，接着分析了中国在线视频行业市场运行的现状，然后介绍了中国在线视频市场竞争格局。随后，报告对中国在线视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线视频行业发展趋势与投资预测。您若想对在线视频产业有个系统的了解或者想投资在线视频行业，本报告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 2012-2018年中国在线视频运行环境解析第一节 2012-2018年中国经济环境分析一、国民经济运行情况GDP二、消费价格指数CPI、PPI三、全国居民收入情况四、恩格尔系数五、工业发展形势六、固定资产投资情况七、财政收支状况八、社会消费品零售总额九、对外贸易&进出口第二节 2012-2018年中国在线视频政策环境分析一、1978-2014年教育政策回顾二、教育政策的取向演变三、教育政策实施中存在的失效问题四、“新助学政策”为教育发展助力五、中国家教辅导监管处理空白第三节 2012-2018年中国在线视频社会环境分析一、中国的教育体制二、中国人口规模及结构分析三、中国人口学历现状四、社会环境对中国在线视频行业发展的影响1、在线视频灵活的授课方式将满足社会不同需求2、消费者理性选择趋势将促进在线视频行业的发展五、经济一体化使得学习英语的人数逐年增加第四节 近几年中国就业形势分析一、中国就业形势严峻二、中国失业情况三、中国就业计划指标情况四、中国就业完成计划指标的政策措施第五节 2012-2018年中国在线视频技术环境及影响分析一、网络技术将给在线视频业带来新的变化二、混合式教学模式将得到有利的发展 第二章 2012-2018年中国线培训行业运行新形势透析第一节 2012-2018年中国在线辅导市场运行总况一、尚停留在将传统教育资源照搬到网络上的阶段二、中国K12在线辅导行业整体处于发展的低潮期三、应试与实用在线视频平分天下四、在线视频产品组合多元化第二节 2012-2018年中国K12在线辅导三大矛盾及策略分析一、长线资金投入与短期盈利之间的矛盾二、引入有资金实力商家，以保证内部建设的完整与系统性三、多纲多本的新课标与建立普遍适用的综合性平台的矛盾四、就不同的大纲依托教学经验制作相应的教育教学资源五、局部区域竞争过热与广大地区乏人问津的矛盾六、扭转优势教育资源区域不平衡，扩展用户基数最大化地拓展市场 第三章 2012-2018年中国在线视频市场运行态势分析第一节 2012-2018年中国在线视频市场现状综述一、在线视频市场规模稳步增长二、需求空间继续增长，在线高端消费市场初步形成三、区域差异较大，企业竞争加剧四、需求产品

多样化，供应服务应配套

第二节 2012-2018年中国在线视频动因分析

一、中国“校园网”的全面建设促使在线辅导市场规模增长

二、中国网络教育用户规模逐年增长，市场消费需求旺盛

第三节 2012-2018年中国K12在线辅导市场供需分析

一、线上线下相结合的混合式教育得到更多消费者的青睐

二、课件资源、技术支持平台成为在线视频发展的最大障碍

第四章 2014年中国在线视频行业竞争新格局透析

第一节 2014年中国在线视频竞争总况

一、在线视频产业竞争研究

二、品牌竞争分析

三、在线视频市场需要建立公平竞争平台

第二节 2014年中国在线视频机构集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2017-2022年中国在线视频竞争趋势探析

第五章 2012-2018年中国在线视频行业区域市场运行分析

第一节 东北地区在线视频市场发展状况研究

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

三、发展趋势分析

四、区域标杆企业

1、品牌企业

2、企业综合竞争力分析

第二节 华北地区在线视频市场发展状况研究

第三节 华东地区在线视频市场发展状况研究

第四节 华中地区在线视频市场发展状况研究

第五节 华南地区在线视频市场发展状况研究

第六节 西部地区在线视频市场发展状况研究

第七节 中国在线视频行业各区域市场发展状况对比研究

一、市场规模对比分析

二、竞争格局对比分析

三、发展趋势对比分析

四、标杆企业对比分析

第六章 2012-2018年中国在线视频市场消费者需求特征分析

第一节 2012-2018年中国在线视频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、行为变量分析

第二节 2012-2018年中国在线视频市场消费者需求调查分析

一、不同收入家庭消费者需求分析

二、不同地区消费者需求分析

三、不同学习阶段消费者需求分析

第三节 2012-2018年中国在线视频市场消费者甄选培训机构因素分析

一、培训质量

二、费用的高低

三、机构品牌

四、网络速度

第四节 2012-2018年中国在线视频消费者辅导机构的认知途径分析

一、广告引导

二、亲友介绍

三、网络资源

四、教育机构工作人员推介

第七章 2012-2018年中国在线视频行业市场竞争状况分析

第一节 2012-2018年中国在线视频行业竞争格局现状分析

一、品牌培训机构在线视频竞争力优势明显

二、在线视频将成为培训机构快速扩张的最佳选择

第二节 2012-2018年中国在线视频行业市场竞争模式分析

一、师资竞争

二、价格竞争

三、品牌竞争

四、教学模式竞争

五、网络资源竞争

第三节 中国在线视频行业市场竞争策略分析

一、品牌战

二、服务战

三、加盟战

四、扩张战

五、差异化营销战

第八章 2012-2018年中国在线视频行业投融资并购特征与案例研究

第一节 中国在线视频行业投融资并购特征研究

一、投资规模分析

二、投资特点分析

三、投资区域及回报分析

四、投资方式及渠道分析

五、投资趋势分析

第二节 中国在线视频行业投融资并购案例研究

一、华威集团等投资说宝堂案例研究（820万美元）

1、投资方背景研究

2、融资方背景研究

3、案例动因与过程研究

4、投融资价值与发展战略研究

5、点评：投融资案例启示

二、智基创投投资一百易案例研究（300万美元）

1、投资方背景研究

2、融资方背景研究

3、案例动因与过程研究

4、投融资价值与发展战略研究

5、点评：投融资案例启示

第九章 2014年中国职业培训行业国

际主体企业综合竞争力分析第一节 美国阿波罗教育集团一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第二节 美国开普兰（KAPLAN）一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第三节 美国华尔街一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第四节 瑞典EF一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第五节 加拿大达内科技一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第六节 英国金融培训公司一、企业整体概况二、企业竞争力分析三、未来发展战略分析第七节 略……第十章 2012-2018年中国在线视频行业国内主体企业综合竞争力研究（企业可自选）第一节 企业一一、企业整体概况二、营业规模分析三、业务范围分析（BCG分析法）四、教学内容分析五、师资力量分析六、市场策略分析七、发展战略分析八、综合竞争力分析（SWOT分析法）第二节 企业二第三节 企业三第四节 企业四第五节 企业五第六节 企业六第七节 企业七第八节 企业八第十一章 2017-2022年中国在线视频行业发展趋势预测分析第一节 2017-2022年中国在线视频行业前景预测分析一、教育电子商务将成为在线视频行业发展趋势二、在线视频升级将引发新一轮的竞争三、中国网络教育产业的快速发展将带动在线视频市场规模的增长第二节 2017-2022年中国在线视频新趋势探析一、在线视频市场消费者需求趋势分析二、在线视频连锁加盟成未来趋势三、线上线下同步教育成为发展趋势第三节 2017-2022年中国在线视频市场竞争趋势分析第四节 2017-2022年中国在线视频行业企业发展策略分析——人性化在线视频一、主动性，充分体现在线视频的人文交互性，提高品牌忠诚度二、自主性，提供给学生自主选择方向，自主选择培训课程三、线上线下结合，满足各类双向互动的培训需求第十二章 2017-2022年中国在线视频行业市场投资前景分析（ZYF）第一节 2012-2018年中国在线视频投资概况一、在线培训投资特性二、在线视频投资环境分析第二节 2017-2022年中国在线视频投资机会分析一、区域投资潜力分析二、与产业链相关的投资机会分析第三节 2017-2022年中国在线视频投资风险预警一、网络技术风险分析二、竞争风险三、市场需求风险分析四、经营风险分析五、其他风险分析第四节 专家投资建议略…..

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Q361895VUG.html>