

2016-2022年中国在线教育 市场现状研究及未来前景趋势预测报告

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

《2016-2022年中国在线教育市场现状研究及未来前景趋势预测报告》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/X05043OVC5.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

前言

2014年全球在线教育产业规模为1577亿美元，行业实现23%的年复合增长率。其中高等在线教育规模，未来五年年复合增长率为25%，预计2017年行业规模将达到1500亿美元，基础教育（K-12）的增长速度最快，未来五年年复合增长率高达30%，2017年有望实现700亿的市场规模。此外，亚洲是全球在线教育市场增长最快的地区，其增长速度高达17.3%。

2016-2022年中国在线教育行业市场规模预测数据来源：智研数据研究中心整理

2014年在线教育用户规模为7796.9万人，同比增长16.03%。随着互联网普及、用户使用习惯的形成、企业的市场推广等原因，未来几年，在线教育用户规模将保持15%以上的速度继续增长。在线教育处于发展初期，用户市场有待培养，目前只有少于三成的网民使用过在线教育；未使用过在线教育的人数占71.2%，而其中有近42.1%的网民有购买在线教育的计划。网民不选择在线教育的原因主要是对在线教育不了解和参加传统培训，这两类用户占68%。而不喜欢这种模式的人占比也达到15.4%。

2016-2022年中国在线教育行业用户规模预测数据来源：智研数据研究中心整理

中国在线教育仍然处于蓝海阶段，发展空间巨大。一些教育领域细分市场如K12、职业培训教育属刚需型市场，用户需求近年来一直在稳步提高；同时，伴随移动互联网的快速发展，互联网用户投入到碎片化学习时间逐渐增多，这也促使移动教育市场用户规模增长迅速。但要注意的是，如何准确定位、获得盈利是目前国内在线教育企业面临的最主要问题。

2013年以来，BAT三巨头也先后加入战局，再加上大量风投与PE的推动，整个行业进入白热化竞争时代。未来中国在线教育将百花齐放。一、二线省会以上城市略占优势，但三、四线城市是非常大的增量市场。三、四线城市的用户他们对于教学资源的需求更迫切，因为三、四线城市的教学资源更薄弱，而在线教育没有这个地域的限制。在线教育可以实现教育民主化。

预计在未来3-5年内，在整个教育培训行业，线上将占据四成份额。而传统的线下教育也正在进入市场调整阶段。新东方和学大教育等国内连锁教育培训机构目前正在尝试将线上和线下教育资源进行整合，在发展传统线下教育的同时，在线上教育领域成立专门的机构从而加强线上教育资源范围的扩大。通过线上与线下的双线整合，各大培训机构都力图将教育资源进行系统整合，而目的是为在激烈的培训市场竞争中赢得更多的生存空间。

本在线教育行业研究报告共二十章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表

向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。在线教育行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询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行业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：

第一部分产业环境透视

第一章在线教育定义及其相关要素1

第一节在线教育定义及其特征1

一、在线教育定义1

二、在线教育的定位1

三、在线教育的特点2

四、在线教育的组织3

五、在线教育行业结构4

第二节在线教育的模式4

一、在线教育的主要模式4

二、远程教育的教学模式6

三、远程教育的运营模式7

四、在线教育市场的几种主要业务模式8

第三节在线远程教育中的师生角色及其交互关系9

一、在线远程教育中的教学主体——教师9

二、在线远程教育中的学习主体——学生11

三、在线远程教育中的师生交互主体性关系12

四、在线教育重构师生关系12

五、在线环境下的师生交互策略15

第四节在线教育经济性和教育性17

一、在线教育的经济学分析17

二、在线教育的经济意义21

三、在线教育的教育性22

第二章中国在线教育发展环境分析28

第一节在线教育发展环境PEST分析28

一、在线教育发展政策环境分析28

1、在线教育政府监管28

2、在线教育主要政策及法律法规29

3、在线教育政策环境分析32

二、在线教育发展用户环境分析35

1、中国互联网网民规模35

2、学生是中国在线用户的主体40

三、在线教育发展经济环境分析42

1、GDP运行情况42

2、财政收入分析43

3、居民收入分析46

四、在线教育发展社会环境分析47

1、教育行业发展现状47

2、国民教育支出水平52

3、对在线教育认识的变化53

五、在线教育发展技术环境分析55

1、基于Internet的网上教育的实现55

2、数字化技术的飞速发展56

3、在线教育专利技术分析58

第二节在线教育总体发展状况60

一、在线教育发展概况60

1、在线教育发展迅速60

2、开展在线教育学校与水平上升62

二、在线教育发展规模分析62

- 1、在线教育市场规模分析62
- 2、在线教育用户规模分析63
- 三、在线教育竞争格局分析64
 - 1、在线教育整体市场格局64
 - 2、K-12在线教育65
 - 3、在线高等学历教育66
 - 4、职业培训类在线教育67

第三章国际在线教育发展现状及经验借鉴68

第一节全球在线教育发展概况68

- 一、国际在线教育技术标准68
- 二、全球在线教育发展现状72
 - 1、发展规模分析72
 - 2、开展情况分析73

第二节美国在线教育发展分析75

- 一、美国在线教育介绍75
 - 1、在线教育的目的75
 - 2、在线教育的内容76
 - 3、在线教育资源条件76
- 二、美国在线教育发展现状79
 - 1、美国在线教育概况79
 - 2、美国在线教育规模80
 - 3、提供在线教育的学校类型82
 - 4、美国在线教育实例介绍82
 - 5、在线教育政策分析84
- 三、美国在线教育的启示与借鉴85
 - 1、政府宏观调整、科学制定政策85
 - 2、资格认证和质量监控法制化86
 - 3、合理建立各级在线教育政策86
 - 4、促进社会资金和资源整合86
 - 5、促进多种技术的综合运用87

第三节英国在线教育发展分析87

- 一、英国在线教育发展概况87
 - 1、英国在线教育研究情况87
 - 2、英国在线教育开展状况88
 - 3、英国在线教育实例介绍91
- 二、英国在线教育发展现状92
- 三、英国在线教育的启示94
- 第四节韩国在线教育发展分析96
 - 一、韩国在线教育发展概况96
 - 二、韩国在线教育的启示97

第二部分行业深度分析

第四章我国在线教育行业运行现状分析98

第一节我国在线教育行业发展状况分析98

- 一、我国在线教育行业发展阶段98
- 二、我国在线教育行业发展总体概况100
- 三、我国在线教育行业发展特点分析101
- 四、我国在线教育行业商业模式分析103
 - 1、B2C103
 - 2、O2O105
 - 3、C2C106
 - 4、MOOC106
 - 5、OCWC110
 - 6、其他类110

第二节2013-2014年在线教育行业发展现状112

第三节2013-2014年在线教育市场情况分析113

- 一、2013-2014年中国在线教育市场总体概况113
- 二、2013-2014年中国在线教育产品市场发展分析115

第四节我国在线教育市场价格走势分析117

- 一、在线教育市场定价机制组成117
- 二、在线教育市场价格影响因素118
- 三、2013-2014年在线教育产品价格走势分析119
- 四、2016-2022年在线教育产品价格走势预测119

第五章我国在线教育行业整体运行指标分析120

第一节2013-2014年中国在线教育行业总体规模分析120

一、企业数量结构分析120

二、人员规模状况分析121

三、行业资产规模分析121

第二节2013-2014年中国在线教育行业财务指标分析122

一、行业盈利能力分析122

二、行业偿债能力分析123

三、行业营运能力分析124

四、行业发展能力分析124

第三部分市场全景调研

第六章中国高等在线教育的发展126

第一节高等在线教育发展概述126

一、在线高等教育的优势126

二、发展高等在线教育的现实意义127

三、在线高等教育致力于资源公平化128

第二节国外高等在线教育发展及启示分析130

一、世界远程高等教育概况130

二、美国远程高等教育发展的基本态势分析132

三、美国国家技术大学远程教育经验借鉴135

四、国外高校网上教学案例解析138

第三节2013-2014年高等在线教育发展状况144

一、我国在线远程教育学校发展状况144

二、中国高等在线教育学生年龄段分布147

三、中国在线高等教育理论与实践的差异148

四、高等在线教育存在的问题及对策分析149

五、我国强化在线高等学历教育管理152

六、中国远程高等教育尚未成为主流153

七、面向在线高等教育的信息素质教育154

第四节2013-2014年中国普通高等院校在线教育分析156

- 一、2014年在线高等学历教育招生的试点高校156
- 二、我国普通高校在线教育取得的成就157
- 三、普通高校在线教育发展的主要经验157
- 四、普通高校在线教育管理措施的加强158
- 五、中国普通高等院校在线教育的发展趋势158
- 第五节2013-2014年高等职业院校的在线教育159
 - 一、在线教学在高等职业教育中的应用159
 - 二、高等职业院校实施在线教育是现代教育的必然要求160
 - 三、高等职业院校在线教育的环境模式分析160
 - 四、高等职业院校在线化教育环境建设基本原则161
 - 五、高等职业院校在线教育教学组织162

第七章中小学在线教育的发展165

- 第一节中小学在线教育资源的现状和运用165
 - 一、中小学在线资源现状165
 - 二、中小学教育获取在线资源途径168
 - 三、中小学在线教育资源的存储和使用169
- 第二节2013-2014年中国中小学在线教育发展状况170
 - 一、中小学在线教育与传统教育的比较分析170
 - 二、中国中小学在线教育的定位170
 - 三、中国中小学在线教育状况172
 - 四、我国中小学在线教育市场发展173
 - 五、中小学在线教育亟欲解决的问题175
 - 六、中小学在线教育开展的建议175
 - 七、对中小学生学习网建设的思考176
- 第三节2013-2014年农村中小学在线教育发展分析179
 - 一、农村中小学在线远程教育发展综述179
 - 二、农村中小学在线远程教育亟须解决的问题181
 - 三、完善农村中小学在线远程教育体系建设182
- 第四节中小学在线教育的负面影响及其对策182
 - 一、在线环境对学生心理健康的不良影响182
 - 二、在线环境对学生心理健康产生影响的原因183

三、发挥学校教育的优势对学生正确引导184

四、加强在线道德教育和抵制不良信息186

第八章其他在线教育分析187

第一节企业E-Learning在线教育187

一、E-Learning的发展和应⽤187

二、我国企业E-learning发展现状189

三、我国企业E-Learning制约因素分析189

四、中国企业E-Learning实施策略分析190

五、企业E-Learning应⽤及技术趋势192

六、企业E-Learning未来发展趋势分析200

第二节职业与认证培训在线教育202

一、多媒体远程职业教育的模式分析202

二、多媒体远程职业教育系统的特征206

三、职业及认证培训在线教育市场发展趋势207

第三节幼儿及学前在线教育207

一、基本服务模式207

二、简析儿童在线教育的特点208

三、信息时代幼儿教师角色的转变209

四、信息时代对幼儿教师的建议212

五、幼儿和学前在线教育产业发展障碍因素214

六、幼儿和学前在线教育发展趋势特征214

第九章我国在线教育行业营销趋势及策略分析215

第一节在线教育行业销售渠道分析215

一、营销分析与营销模式推荐215

1、渠道构成215

2、销售贡献比率216

3、覆盖率217

4、销售渠道效果217

5、价值流程结构217

6、渠道建设方向217

- 二、在线教育营销环境分析与评价217
 - 1、国际环境下的在线教育217
 - 2、企事业需求下的在线教育218
 - 3、我国在线教育市场整体环境218
- 三、销售渠道存在的主要问题219
- 四、营销渠道发展趋势与策略219
- 第二节在线教育行业营销策略分析220
 - 一、中国在线教育营销概况220
 - 二、在线教育营销策略探讨220
 - 1、中国在线教育产品营销策略浅析220
 - 2、在线教育新产品的市场推广策略222
 - 3、在线教育细分产品营销策略分析224
 - 第三节在线教育营销的发展趋势225
 - 一、未来在线教育市场营销的出路225
 - 二、中国在线教育营销的趋势预测225
 - 第四节在线教育市场营销模式与面临的挑战226
 - 一、在线教育市场营销模式226
 - 二、在线教育市场营销模式面临的挑战227

第四部分竞争格局分析

第十章2016-2022年在线教育行业竞争形势及策略229

第一节行业总体市场竞争状况分析229

- 一、在线教育行业竞争结构分析229
 - 1、现有企业间竞争229
 - 2、潜在进入者分析230
 - 3、替代品威胁分析231
 - 4、供应商议价能力232
 - 5、客户议价能力233
 - 6、竞争结构特点总结234
- 二、在线教育行业企业间竞争格局分析234
 - 1、不同地域企业竞争格局234
 - 2、不同规模企业竞争格局235

- 3、不同所有制企业竞争格局236
- 三、在线教育行业集中度分析237
 - 1、市场集中度分析237
 - 2、企业集中度分析237
 - 3、区域集中度分析238
 - 4、各子行业集中度239
 - 5、集中度变化趋势239
- 四、在线教育行业SWOT分析239
 - 1、在线教育行业优势分析239
 - 2、在线教育行业劣势分析240
 - 3、在线教育行业机会分析240
 - 4、在线教育行业威胁分析241
- 第二节中国在线教育行业竞争格局综述242
 - 一、在线教育行业竞争概况242
 - 1、中国在线教育行业品牌竞争格局242
 - 2、在线教育业未来竞争格局和特点242
 - 二、中国在线教育行业竞争力分析243
 - 1、我国在线教育行业竞争力剖析243
 - 2、我国在线教育企业市场竞争的优势245
 - 3、民企与外企比较分析245
 - 4、国内在线教育企业竞争能力提升途径246
 - 三、中国在线教育竞争力优势分析247
 - 1、整体产品竞争力评价247
 - 2、产品竞争力评价结果分析249
 - 3、竞争优势评价及构建建议249
 - 四、在线教育行业主要企业竞争力分析250
 - 1、重点企业资产总计对比分析250
 - 2、重点企业从业人员对比分析251
 - 3、重点企业营业收入对比分析251
 - 4、重点企业利润总额对比分析252
 - 5、重点企业综合竞争力对比分析252
- 第三节2013-2014年在线教育行业竞争格局分析252

- 一、2013-2014年国内主要在线教育企业动向252
- 二、2013-2014年国内在线教育企业拟在建项目分析253

第四节在线教育行业并购重组分析254

- 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析254
- 二、本土企业投资兼并与重组分析254
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析255

第五节在线教育市场竞争策略分析256

第十一章2016-2022年在线教育行业领先企业经营形势分析257

第一节深圳市方直科技股份有限公司257

- 一、企业发展概述分析257
- 二、企业经营情况分析259
- 三、企业经济指标分析260
- 四、企业盈利能力分析261
- 五、企业偿债能力分析262
- 六、企业运营能力分析263
- 七、企业成本费用分析263
- 八、企业发展战略分析263
- 九、企业最新动态分析265

第二节北京立思辰科技股份有限公司265

- 一、企业发展概述分析265
- 二、企业经营情况分析266
- 三、企业经济指标分析267
- 四、企业盈利能力分析268
- 五、企业偿债能力分析269
- 六、企业运营能力分析270
- 七、企业成本费用分析270
- 八、企业新业务动向分析270
- 九、企业发展战略分析272

第三节焦点科技股份有限公司273

- 一、企业发展概述分析273
- 二、企业营销模式分析274

- 三、企业经济指标分析276
- 四、企业主要开发方向分析277
- 五、企业最新动态分析278
- 第四节广东全通教育股份有限公司279
 - 一、企业发展概述分析279
 - 二、企业经济指标分析280
 - 三、企业营销渠道分析283
 - 四、企业扩张规划分析286
 - 五、企业发展前景288
- 第五节拓维信息系统股份有限公司290
 - 一、企业发展概述分析290
 - 二、企业经济指标分析291
 - 三、企业开发实力分析295
 - 四、企业服务涉及领域分析295
 - 五、企业品牌影响力分析296
 - 六、企业投资效益分析298
 - 七、企业发展方向分析300
- 第六节上海新南洋股份有限公司301
 - 一、企业发展概述分析301
 - 二、企业经营情况分析303
 - 三、企业服务市场定位分析307
 - 四、企业品牌效益分析307
 - 五、企业主要产品分析308
 - 六、企业最新发展动态308
- 第七节宁波GQY视讯股份有限公司308
 - 一、企业发展概述分析308
 - 二、企业盈利能力分析310
 - 三、企业运营能力分析311
 - 四、企业偿债能力分析312
 - 五、企业发展能力分析312
 - 六、企业开发实力分析312
 - 七、企业新业务动向分析313

八、企业发展不利因素分析315

第八节上海同济科技实业股份有限公司316

一、企业发展概述分析316

二、企业经济指标分析318

三、企业发展目标分析320

四、企业扩张规划分析320

五、企业行业影响力分析321

第九节百视通新媒体股份有限公司321

一、企业发展基本情况321

二、企业经营情况分析323

三、企业经济指标分析323

四、企业盈利能力分析325

五、企业偿债能力分析326

六、企业运营能力分析327

七、企业成本费用分析327

八、企业竞争优势分析327

第十节北外在线（北京）教育科技有限公司329

一、企业发展概述分析329

二、企业产品分析329

三、企业经营业务分析331

四、企业行业竞争力分析331

五、企业品牌影响力分析331

六、企业最新动态分析332

第十一节赛尔互联（北京）教育科技有限公司332

一、企业发展概述分析332

二、企业营销模式分析333

三、企业品牌影响力分析333

四、企业行业竞争力分析334

第十二节北京尖峰合讯科技有限公司335

一、企业发展概述分析335

二、企业开发实力分析335

三、企业服务涉及领域分析335

四、企业品牌影响力分析338

第十三节北京ABC教育集团339

一、企业发展概述分析339

二、企业较小特色分析339

三、企业发展目标分析342

四、企业扩张规划分析342

五、企业行业影响力分析342

第十四节奥鹏远程教育中心343

一、企业发展概况343

二、企业经营范围分析343

三、在线教育业务分析345

四、企业竞争优势分析346

第十五节江苏春雨教育集团有限公司350

一、企业发展概述分析350

二、企业投资效益分析351

三、企业市场影响力分析352

四、企业服务市场定位分析352

五、企业品牌效益分析353

六、企业开发实力分析353

七、企业主要产品分析354

第十六节北京安博教育集团354

一、企业发展概述分析354

二、企业经营情况分析355

三、企业开发实力分析355

四、企业行业竞争力分析355

五、企业品牌影响力分析356

六、企业最新动态分析357

第十七节正保远程教育358

一、企业基本情况358

二、培训内容分析359

三、商业模式分析359

四、网络教学规模360

五、集团竞争力分析360

第十八节北京麦课在线教育技术有限公司360

一、企业发展概述分析360

二、企业产品分析361

三、企业开发实力分析361

四、企业新业务动向分析361

第十九节易学国际362

一、企业整体概况362

二、业务范围分析362

三、教学内容分析363

四、师资力量分析366

五、综合竞争力分析366

第二十节北京新东方教育科技（集团）有限公司367

一、企业发展概述分析367

二、企业投资效益分析367

三、企业市场影响力分析368

四、企业服务市场定位分析369

五、企业品牌效益分析370

六、企业开发实力分析370

七、企业主要产品分析370

第二十一节上海昂立教育集团371

一、企业发展概述分析371

二、企业业务体系371

三、企业品牌影响力分析374

四、企业主要开发方向分析374

第二十二节上海互加文化传播有限公司374

一、企业发展概述分析374

二、企业经营情况分析375

三、企业开发实力分析376

四、企业行业竞争力分析376

五、企业品牌影响力分析377

第二十三节决胜网378

- 一、企业发展概述分析378
- 二、企业经济指标分析378
- 三、企业品牌影响力分析378
- 四、企业发展方向分析379
- 第二十四节时代光华379
 - 一、企业基本情况379
 - 二、培训内容分析380
 - 三、商业模式分析381
 - 四、网络教学规模388
 - 五、集团竞争力分析388
- 第二十五节传课网390
 - 一、企业发展概述分析390
 - 二、企业开发实力分析391
 - 三、企业服务涉及领域分析391
 - 四、企业品牌影响力分析394
- 第二十六节北京创新伙伴教育科技有限公司396
 - 一、企业发展概述分析396
 - 二、企业经营情况分析397
 - 三、企业开发实力分析399
 - 四、企业发展战略分析400
 - 五、企业最新动态分析400
- 第二十七节VIPABC集团403
 - 一、企业发展概述分析403
 - 二、企业投资效益分析403
 - 三、企业市场影响力分析404
 - 四、企业服务市场定位分析405
 - 五、企业开发实力分析405
 - 六、企业主要产品分析405
- 第二十八节北京沃赢科技有限公司406
 - 一、企业发展概述分析406
 - 二、企业营销模式分析407
 - 三、企业品牌影响力分析407

四、企业行业竞争力分析408

第二十九节上海爱乐奇网络科技有限公司409

一、企业发展概述分析409

二、企业开发实力分析409

三、企业服务涉及领域分析409

四、企业发展方向分析411

第二十节中国教育联盟413

一、基本概况分析413

二、业务范围分析413

三、教学内容分析414

四、竞争力优势414

第五部分发展前景展望

第十二章在线教育行业“十二五”规划研究416

第一节“十一五”在线教育行业发展回顾416

一、“十一五”在线教育行业运行情况416

二、“十一五”在线教育行业发展特点417

第二节在线教育行业“十二五”总体规划417

一、在线教育行业“十二五”规划纲要417

二、在线教育行业“十二五”规划指导思想418

三、在线教育行业“十二五”规划主要目标419

第三节“十二五”规划解读420

一、“十二五”规划的总体战略布局420

二、“十二五”规划的主要精神解读422

第四节“十二五”时期在线教育行业热点问题研究423

一、行业技术发展热点问题423

二、产业增长方式转型问题425

三、行业产业链延伸问题425

四、产业转移及承接问题426

第十三章2016-2022年在线教育行业前景及趋势预测428

第一节2016-2022年在线教育市场发展前景428

- 一、2016-2022年在线教育市场发展潜力428
- 二、2016-2022年在线教育市场发展前景展望428
- 三、2016-2022年在线教育细分行业发展前景分析429

第二节2016-2022年在线教育市场发展趋势预测432

- 一、2016-2022年在线教育行业发展趋势432
 - 1、技术发展趋势分析432
 - 2、服务应用趋势分析432
- 二、2016-2022年在线教育市场规模预测433
- 三、2016-2022年在线教育行业应用趋势预测434
- 四、2016-2022年细分市场发展趋势预测436

第三节2016-2022年中国在线教育行业供需预测437

- 一、2016-2022年中国在线教育行业需求预测437
- 二、2016-2022年中国在线教育行业供需平衡预测437

第四节影响企业生产与经营的关键趋势437

- 一、市场整合成长趋势437
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测438
- 三、企业区域市场拓展的趋势439
- 四、科研开发趋势及替代技术进展440
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势440

第十四章2016-2022年在线教育行业投资价值评估分析441

第一节在线教育行业投资特性分析441

- 一、在线教育行业进入壁垒分析441
- 二、在线教育行业盈利因素分析442
- 三、在线教育行业盈利模式分析442

第二节2016-2022年在线教育行业发展的影响因素444

- 一、有利因素444
- 二、不利因素445

第三节2016-2022年在线教育行业投资价值评估分析446

- 一、行业投资效益分析446
- 二、产业发展的空白点分析446
- 三、投资回报率比较高的投资方向446

四、新进入者应注意的障碍因素446

第十五章在线教育商业模式及关键成功要素分析448

第一节在线教育行业商业模式分析448

一、在线教育价值链与产业链分析448

1、在线教育价值链分析448

2、在线教育产业链分析451

二、在线教育行业商业模式分析452

1、在线教育行业商业模式概述452

2、在线教育三种典型商业模式457

三、在线教育行业商业模式创新空间459

第二节在线教育行业关键成功要素分析460

一、在线教育成功之认识因素460

二、在线教育成功之技术因素463

1、在线教育学习技能要求463

2、在线教育平台功能需求464

3、在线教育平台趋势分析466

三、在线教育成功之教学因素467

四、在线教育成功之环境因素473

1、在线教育公共支持服务体系473

2、在线教育校外学习中心设置473

第十六章中国在线教育行业投资分析及预测477

第一节在线教育行业投资分析477

一、中国创投市场教育行业投资规模分析477

二、在线教育行业投资兼并与收购分析481

三、在线教育行业投资兼并SCP分析484

四、在线教育行业IPO分析486

第二节在线教育行业投资机会与风险分析487

一、在线教育行业投资机会分析487

二、在线教育行业投资风险分析488

1、政策风险488

2、知识产权风险490

第三节在线教育行业投资建议492

一、学前在线教育492

1、学前在线教育发展环境492

2、学前在线教育市场定位496

3、学前在线教育市场规模497

4、学前在线教育市场容量498

5、学前在线教育市场潜力498

二、中小学在线教育499

1、中小学在线教育资源状况499

2、中小学在线教育市场定位502

3、中小学在线教育市场规模503

4、中小学在线教育供需缺口503

5、中小学在线教育市场容量504

6、中小学在线教育市场潜力504

三、职业认证在线教育504

四、企业E-Learning507

1、企业E-Learning应用现状507

2、企业E-Learning研发模式508

3、企业E-Learning发展优势509

4、企业E-Learning应用领域512

5、企业E-Learning发展趋势520

五、在线教育行业投资建议523

第六部分发展战略研究

第十七章中国在线教育发展存在的问题及建议526

第一节在线教育发展存在的问题526

一、中国在线教育体系存在的制约因素分析526

二、中国在线教育市场政策和资源分配存在挑战527

三、中国在线教育发展的瓶颈530

四、中国在线教育模式的误区分析531

五、在线教育类网站运营推广面对的迷途536

第二节在线教育发展的对策537

一、发展中国在线教育主要对策537

二、发展完善在线教育的教学模式对策539

三、在线教育实施需要转变教育思想观念540

四、在线教育优势凸显网站访问是保障541

第三节在线教育从“信息传递”走向“知识建构”探讨542

一、对“信息传递”式在线教育的反思542

二、实施“知识建构”的在线教育策略543

三、构建积极互动的在线学习共同体546

第四节在线教育企业的办学定位存在的问题及对策547

一、在线教育企业在办学过程中出现的问题547

二、在线教育企业办学定位的意义549

三、在线教育企业办学定位应着重提高教育质量550

四、在线教育企业办学定位的终极取向552

第五节在线教育的创新教育功能及其对策553

一、创新教育的任务和目标553

二、在线教育具有独特有效的创新教育功能553

三、强化在线教育的创新教育功能的若干对策556

第十八章在线教育行业案例分析研究559

第一节在线教育行业并购重组案例分析559

一、在线教育行业并购重组成功案例分析559

二、在线教育行业并购重组失败案例分析560

三、经验借鉴561

第二节在线教育行业经营管理案例分析561

一、在线教育行业经营管理成功案例分析561

二、在线教育行业经营管理失败案例分析563

三、经验借鉴564

第三节在线教育行业营销案例分析564

第十九章在线教育行业发展战略研究566

第一节在线教育行业发展战略研究566

- 一、战略综合规划566
- 二、技术开发战略567
- 三、产业战略规划570
- 四、营销品牌战略571
- 五、竞争战略规划572
- 第二节对我国在线教育品牌的战略思考575
 - 一、在线教育品牌的重要性575
 - 二、在线教育实施品牌战略的意义576
 - 三、在线教育企业品牌的现状分析578
 - 四、我国在线教育企业的品牌战略578
 - 五、在线教育品牌战略管理的策略580
- 第三节在线教育经营策略分析581
 - 一、产品设计策略分析581
 - 1、用户筛选沉淀581
 - 2、移情分析581
 - 二、在线教育平台推广策略583
 - 1、社交闭环583
 - 2、名师公开课583
 - 3、校企联盟583
 - 4、平台联合584
 - 5、OO转化584
- 第四节在线教育行业投资战略研究585
 - 一、2014年在线教育行业投资战略585
 - 二、2016-2022年在线教育行业投资战略585
 - 三、2016-2022年细分行业投资战略586
- 第二十章研究结论及投资建议588
 - 第一节在线教育行业研究结论及建议588
 - 第二节在线教育子行业研究结论及建议590 (ZYXZX)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/X05043OVC5.html>