

2020-2025年中国在线教育行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国在线教育行业发展潜力分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/edu/603348.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

在线教育，或称远程教育、在线学习，是指依托云计算、大数据挖掘、多媒体等信息技术，以互联网为载体来进行学习与教学的一种跨时空的生活、工作和学习方式。与传统教育相比，在线教育使知识获取的方式发生了根本变化，教与学可以不受时间、空间和地点条件的限制，知识获取渠道灵活与多样化，为用户提供更加丰富的学习内容，满足人们不同的学习需求。

数据显示，截至2019年6月，我国在线教育用户规模达2.32亿，较2018年底增长3122万，占网民整体的27.20%。手机在线教育用户规模达1.99亿，较2018年底增长530万，占手机网民的23.6%。

2016年6月-2019年6月中国在线教育用户规模及使用率

2016年6月-2019年6月中国手机在线教育用户规模及使用率

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 在线教育行业发展综述

第一节 在线教育行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 在线教育行业特征分析

一、产业链分析

二、在线教育行业在国民经济中的地位

三、在线教育行业生命周期分析

第三节 最近3-5年中国在线教育行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 我国在线教育行业运行分析

第一节 我国在线教育行业发展状况分析

一、我国在线教育行业发展阶段

二、我国在线教育行业发展总体概况

三、我国在线教育行业发展特点分析

四、我国在线教育行业商业模式分析

第二节 2015-2019年在线教育行业发展现状调研

一、2015-2019年我国在线教育行业市场规模

二、2015-2019年我国在线教育行业发展分析

2014-2018年中国在线教育投融资规模快速增长，尤其是2018年投资数量达到18起，投资规模达12.50亿元，2019年我国在线教育投资数量明显下降，但投资规模却有所扩大，截至2019年11月，中国在线教育投资数量为9起，投资规模为18.07亿元。

2014-2019年11月中国在线教育投资情况

三、2015-2019年中国在线教育企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体状况分析

二、2015-2019年重点省市市场分析

三、2015-2019年重点城市市场分析

第四节 在线教育细分市场分析

一、细分市场特色

二、2015-2019年细分市场规模及增速

三、重点细分市场前景预测分析

第三章 我国在线教育行业供求分析

第一节 国内市场需求分析

一、需求规模

二、需求结构

三、区域市场

第二节 国内市场供给分析

一、供给规模

二、供给结构

第四章 在线教育行业产业结构分析

第一节 在线教育产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例

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

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测分析

- 一、产业相关政策方向分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国在线教育行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第五章 我国在线教育行业产业链分析

第一节 在线教育行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 在线教育上游行业分析

- 一、在线教育成本构成
- 二、2020-2025年上游行业发展现状调研
- 三、2020-2025年上游行业发展趋势预测分析
- 四、上游行业对在线教育行业的影响

第三节 在线教育下游行业分析

- 一、在线教育下游行业分布
- 二、2020-2025年下游行业发展现状调研
- 三、2020-2025年下游行业发展趋势预测分析
- 四、下游需求对在线教育行业的影响

第六章 我国在线教育行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、在线教育行业竞争结构分析
 - 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力

二、在线教育行业企业间竞争格局分析

三、在线教育行业集中度分析

四、在线教育行业swot分析

第二节 中国在线教育行业竞争格局综述

一、在线教育行业竞争概况

二、中国在线教育行业竞争力分析

三、在线教育市场竞争策略分析

第七章 在线教育行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市方直科技股份有限公司（300235）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第二节 北京立思辰科技股份有限公司（300010）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第三节 焦点科技股份有限公司（002315）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第四节 百视通新媒体股份有限公司（600637）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第五节 上海新南洋股份有限公司（600661）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第六节 科大讯飞教育发展有限公司（002230）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第七节 华平信息技术股份有限公司（300074）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第八节 广东全通教育股份有限公司（300359）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第九节 武汉天喻信息产业股份有限公司（300205）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第十节 拓维信息系统股份有限公司（002261）

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营情况分析

第八章 2020-2025年在线教育行业投资前景

第一节 2020-2025年在线教育市场发展前景

一、2020-2025年在线教育市场发展潜力

二、2020-2025年在线教育市场发展前景展望

三、2020-2025年在线教育细分行业发展前景预测

1、高等网络教育

2、在线职业培训

3、企业在线培训

第二节 2020-2025年在线教育市场发展趋势预测分析

一、2020-2025年在线教育行业发展趋势预测分析

二、2020-2025年在线教育市场规模预测分析

三、2020-2025年细分市场发展趋势预测分析

第三节 2020-2025年中国在线教育行业供需预测分析

一、2020-2025年中国在线教育行业供给预测分析

二、2020-2025年中国在线教育行业需求预测分析

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势预测分析

一、市场整合成长趋势预测分析

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测分析

三、影响生产经营的变革

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

第九章 2020-2025年在线教育行业投资环境分析

第一节 在线教育行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业相关法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 在线教育行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 在线教育行业社会环境分析

一、在线教育产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、在线教育产业发展的意义

第十章 2020-2025年在线教育行业投资机会与风险

第一节 在线教育行业投融资状况分析

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

第二节 2020-2025年在线教育行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

第三节 2020-2025年在线教育行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、市场风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、资金短缺风险及防范

五、其他风险及防范

第十一章 在线教育行业投资战略研究

第一节 在线教育行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国在线教育品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 在线教育经营策略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 在线教育行业研究结论

第二节 在线教育行业投资价值评估

第三节 在线教育行业投资建议

一、行业发展策略建议「AK LWY」

二、行业投资方向建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/edu/603348.html>