

2016-2022年中国在线教育市场深度分析与发展前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国在线教育市场深度分析与发展前景研究报告》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.chyxx.com/research/201607/428803.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

在线教育指的是通过应用信息科技和互联网技术进行内容传播和快速学习的方法。与传统教育机构的教育方式相比，在线教育具有效率高、方便(打破了时空限制，可碎片化学习)、低门槛、教学资源丰富的特点。基于上述特点，再加上“互联网+”推动，在线教育平台兴起，规模逐渐打开，并获得了资本市场青睐。

随着智能手机和4G网络的普及，在线教育类的APP也渐渐成为学习“神器”，未来将受到更多年轻用户的喜爱。因此，未来几年，在线教育用户规模将有望保持15%以上的速度继续增长，到2021年预计突破2亿人;而随着在线教育用户群体的不断扩大，在线教育的市场规模还将有更大的发展，预计到2021年达2830亿。

智研咨询发布的《2016-2022年中国在线教育市场深度分析与发展前景研究报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：在线教育行业发展综述

1.1 在线教育行业基本概念

1.1.1 行业相关定义与概念

1.1.2 中国教育体系流程图

1.1.3 在线教育行业的特点

1.2 在线教育行业产业链分析

1.2.1 在线教育产业链地图

1.2.2 行业产业链参与方分析

(1) 课程内容生产方分析

(2) 平台资源整合方分析

(3) 工具产品提供方分析

(4) 技术设备提供方分析

(5) 行业监管机构分析

1.3 在线教育行业发展环境分析

1.3.1 教育支出占GDP比重分析

1.3.2 家庭可支配收入和教育支出占比

1.3.3 移动互联网带来的技术影响

1.3.4 人口代际拐点带来的影响

第2章：在线教育行业市场现状分析

2.1 在线教育行业市场规模分析

2.1.1 行业用户规模分析

2.1.2 行业市场规模分析

2.1.3 行业增长速度分析

2.2 在线教育行业市场竞争分析

2.2.1 行业市场竞争特点分析

2.2.2 行业市场竞争格局分析

2.2.3 行业市场竞争热点分析

2.3 在线教育行业用户需求分析

2.3.1 行业不同用户群体痛点分析

2.3.2 行业不同产品用户体验分析

2.3.3 行业不同产品可复制性分析

2.3.4 行业不同产品用户获取成本

2.3.5 行业不同产品单个用户价值

2.3.6 行业不同产品用户需求分析

2.4 在线教育行业投资并购分析

2.4.1 教育产业投融资演进路线

2.4.2 不同阶段的投资特点分析

(1) 投资对象对比

(2) 投资机构对比

(3) 投资金额对比

(4) 融资轮次对比

(5) 融资用途对比

2.4.3 行业热点投资领域

2.4.4 行业投资规模分析

2.4.5 行业投资结构分析

2.4.6 行业投资趋势分析

2.5 在线教育行业招生渠道分析

2.5.1 行业视频招生分析

2.5.2 行业QQ群营销分析

2.5.3 行业微博营销分析

2.5.4 行业微信营销分析

第3章：在线教育行业细分市场分析

3.1 中美在线教育细分市场结构对比

3.2 学前在线教育市场分析

3.2.1 市场发展驱动因素

3.2.2 用户学习特点分析

3.2.3 产品生命周期分析

3.2.4 细分市场规模分析

3.2.5 主流商业模式分析

3.3 企业E-learning市场分析

3.3.1 市场发展驱动因素

3.3.2 用户学习特点分析

3.3.3 产品生命周期分析

3.3.4 细分市场规模分析

3.3.5 主流商业模式分析

3.4 中小学在线教育市场分析

3.4.1 市场发展驱动因素

3.4.2 用户学习特点分析

3.4.3 产品生命周期分析

3.4.4 细分市场规模分析

3.4.5 主流商业模式分析

3.5 职业在线教育市场分析

3.5.1 市场发展驱动因素

3.5.2 用户学习特点分析

3.5.3 产品生命周期分析

3.5.4 细分市场规模分析

3.5.5 主流商业模式分析

3.6 高等学历在线教育市场分析

3.6.1 市场发展驱动因素

3.6.2 用户学习特点分析

3.6.3 产品生命周期分析

3.6.4 细分市场规模分析

3.6.5 主流商业模式分析

3.7 语言培训市场分析

3.7.1 市场发展驱动因素

3.7.2 用户学习特点分析

3.7.3 产品生命周期分析

3.7.4 细分市场规模分析

3.7.5 主流商业模式分析

3.8 MOOC市场分析

3.8.1 市场发展驱动因素

3.8.2 用户学习特点分析

3.8.3 产品生命周期分析

3.8.4 细分市场规模分析

3.8.5 主流商业模式分析

第4章：在线教育网站运营策略分析

4.1 K12在线教育网站分析

4.1.1 起作业

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.1.2 提分网

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.1.3 猿题库

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.1.4 快乐学

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.1.5 菁优网

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.2 高等教育在线网站分析

4.2.1 啄木鸟教育

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.2.2 万门大学

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.2.3 决胜网

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.2.4 泡面吧

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.2.5 盈禾优仕

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.3 职业教育在线网站分析

4.3.1 开课吧

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.3.2 沪江网

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.3.3 无忧英语

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.3.4 奇迹曼特

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

4.3.5 学尔森教育

(1) 网站发展概况分析

(2) 网站运营指标分析

(3) 网站发展优劣势分析

第5章：上市教育企业在线教育业务分析

5.1 全通教育

5.1.1 企业概况与发展背景

5.1.2 企业主要经营业绩分析

5.1.3 在线教育业务发展策略

5.1.4 在线教育业务布局分析

5.1.5 在线教育业务发展前景

5.2 正保教育

5.2.1 企业概况与发展背景

5.2.2 企业主要经营业绩分析

5.2.3 在线教育业务布局分析

5.2.4 在线教育业务最新进展

5.2.5 在线教育业务长期战略

5.3 达内科技

5.3.1 企业概况与发展背景

5.3.2 企业主要经营业绩分析

5.3.3 在线教育业务发展策略

5.3.4 在线教育业务布局分析

5.3.5 在线教育业务发展前景

5.4 好未来

5.4.1 企业概况与发展背景

5.4.2 企业主要经营业绩分析

5.4.3 在线教育业务发展策略

5.4.4 在线教育业务布局分析

5.4.5 在线教育业务发展前景

第6章：国际在线教育企业经验借鉴

6.1 Minerva公司

6.1.1 企业主要发展概况

6.1.2 企业商业模式分析

6.1.3 企业发展历程分析

6.1.4 企业可借鉴经验分析

6.2 Knewton公司

6.2.1 企业主要发展概况

6.2.2 企业商业模式分析

6.2.3 企业发展历程分析

6.2.4 企业可借鉴经验分析

6.3 Lynda公司

6.3.1 企业主要发展概况

6.3.2 企业商业模式分析

6.3.3 企业发展历程分析

6.3.4 企业可借鉴经验分析

6.4 ATA公司

6.4.1 Ren企业主要发展概况

6.4.2 企业商业模式分析

6.4.3 企业发展历程分析

6.4.4 企业可借鉴经验分析

6.5 aissance公司

6.5.1 企业主要发展概况

6.5.2 企业商业模式分析

6.5.3 企业发展历程分析

6.5.4 企业可借鉴经验分析

6.6 U公司

6.6.1 企业主要发展概况

6.6.2 企业商业模式分析

6.6.3 企业发展历程分析

6.6.4 企业可借鉴经验分析

6.7 培生集团

6.7.1 C企业主要发展概况

6.7.2 企业商业模式分析

6.7.3 企业发展历程分析

6.7.4 企业可借鉴经验分析

6.8 oursera公司

6.8.1 企业主要发展概况

6.8.2 企业商业模式分析

6.8.3 企业发展历程分析

6.8.4 企业可借鉴经验分析

6.9 Edmodo公司

6.9.1 企业主要发展概况

6.9.2 企业商业模式分析

6.9.3 企业发展历程分析

6.9.4 企业可借鉴经验分析

6.10 Udemy网站

6.10.1 企业主要发展概况

6.10.2 企业商业模式分析

6.10.3 企业发展历程分析

6.10.4 企业可借鉴经验分析

第7章：在线教育行业发展趋势

7.1 行业市场规模预测分析

7.1.1 教育产业规模预测分析

7.1.2 在线教育市场规模预测分析

7.1.3 细分在线教育市场规模预测分析

7.2 行业发展趋势预测

7.2.1 多渠道学习趋势

7.2.2 按需学习趋势

7.2.3 游戏化学习趋势

7.2.4 视频学习趋势

7.3 行业投资机会与对策建议

7.3.1 行业投资门槛分析

7.3.2 行业投资热点分析

7.3.3 行业投资潜力分析

7.3.4 行业投资对策建议

第8章 电商行业发展分析

8.1 电子商务发展分析

8.1.1 电子商务定义及发展模式分析

8.1.2 中国电子商务行业政策现状

8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

8.2 “互联网+”的相关概述

8.2.1 “互联网+”的提出

8.2.2 “互联网+”的内涵

8.2.3 “互联网+”的发展

8.2.4 “互联网+”的评价

8.2.5 “互联网+”的趋势

8.3 电商市场现状及建设情况

8.3.1 电商总体开展情况

8.3.2 电商案例分析

8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

8.4 电商行业未来前景及趋势预测

8.4.1 电商市场规模预测分析

8.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：中国教育体系流程图

图表2：在线教育行业的特点

图表3：在线教育产业链地图

图表4：行业产业链参与方

图表5：教育支出占GDP比重

图表6：家庭可支配收入和教育支出占比

图表7：移动互联网带来的技术影响

图表8：人口代际拐点带来的影响

图表9：在线教育行业市场规模

图表10：在线教育行业用户规模

图表11：在线教育行业市场规模

图表12：在线教育行业增长速度

图表13：在线教育市场竞争特点

图表14：在线教育市场竞争格局

图表15：在线教育市场竞争热点

图表16：在线教育行业不同用户群体痛点

图表17：在线教育行业不同产品用户体验

图表18：在线教育行业不同产品可复制性

图表19：在线教育行业不同产品用户获取成本

图表20：在线教育行业不同产品单个用户价值

图表21：在线教育行业不同产品用户需求

图表22：教育商业模式的演进路线

图表23：标的矩阵：A股K12信息化，美股线下培训，创业多为纯线上

图表24：投资对象对比

图表25：投资机构对比

图表26：投资金额对比

图表27：融资轮次对比

- 图表28：融资用途对比
- 图表29：热点投资领域
- 图表30：在线教育行业投资规模
- 图表31：在线教育行业投资结构
- 图表32：在线教育行业投资趋势
- 图表33：学前在线教育市场市场发展驱动因素
- 图表34：学前在线教育市场用户学习特点
- 图表35：学前在线教育市场产品生命周期
- 图表36：学前在线教育市场细分市场规模
- 图表37：企业E-learning市场市场发展驱动因素
- 图表38：企业E-learning市场用户学习特点
- 图表39：企业E-learning市场产品生命周期
- 图表40：企业E-learning市场细分市场规模
- 图表41：企业E-learning市场主流商业模式
- 图表42：中小学在线教育市场市场发展驱动因素
- 图表43：中小学在线教育市场用户学习特点
- 图表44：中小学在线教育市场产品生命周期
- 图表45：中小学在线教育市场细分市场规模
- 图表46：中小学在线教育市场主流商业模式
- 图表47：职业在线教育市场市场发展驱动因素
- 图表48：职业在线教育市场用户学习特点
- 图表49：职业在线教育市场产品生命周期
- 图表50：职业在线教育市场细分市场规模
- 图表51：职业在线教育市场主流商业模式
- 图表52：高等学历在线教育市场市场发展驱动因素
- 图表53：高等学历在线教育市场用户学习特点
- 图表54：高等学历在线教育市场产品生命周期
- 图表55：高等学历在线教育市场细分市场规模
- 图表56：高等学历在线教育市场主流商业模式
- 图表57：语言培训市场市场发展驱动因素
- 图表58：语言培训市场用户学习特点
- 图表59：语言培训市场产品生命周期
- 图表60：语言培训市场细分市场规模
- 图表61：语言培训市场主流商业模式
- 图表62：MOOC市场市场发展驱动因素

图表63：MOOC市场用户学习特点

图表64：MOOC市场产品生命周期

图表65：MOOC市场细分市场规规模

图表66：MOOC市场主流商业模式

图表67：一起作业发展概况

图表68：一起作业运营指标

图表69：一起作业盈利模式

图表70：一起作业发展优劣势

图表71：一起作业最新投融资动向

图表72：提分网发展概况

图表73：提分网运营指标

图表74：提分网盈利模式

图表75：提分网发展优劣势

图表76：提分网最新投融资动向

图表77：猿题库发展概况

图表78：猿题库运营指标

图表79：猿题库盈利模式

图表80：猿题库发展优劣势

图表81：猿题库最新投融资动向

图表82：快乐学发展概况

图表83：快乐学运营指标

图表84：快乐学盈利模式

图表85：快乐学发展优劣势

图表86：快乐学最新投融资动向

图表87：菁优网发展概况

图表88：菁优网运营指标

图表89：菁优网盈利模式

图表90：菁优网发展优劣势

图表91：菁优网最新投融资动向

图表92：菁优网高等教育在线

图表93：啄木鸟教育发展概况

图表94：啄木鸟教育运营指标

图表95：啄木鸟教育盈利模式

图表96：啄木鸟教育发展优劣势

图表97：啄木鸟教育最新投融资动向

- 图表98：万门大学发展概况
- 图表99：万门大学运营指标
- 图表100：万门大学盈利模式
- 图表101：万门大学发展优劣势
- 图表102：万门大学最新投融资动向
- 图表103：决胜网发展概况
- 图表104：决胜网运营指标
- 图表105：决胜网盈利模式
- 图表106：决胜网发展优劣势
- 图表107：决胜网最新投融资动向
- 图表108：泡面吧发展概况
- 图表109：泡面吧运营指标
- 图表110：泡面吧盈利模式
- 图表111：泡面吧发展优劣势
- 图表112：泡面吧最新投融资动向
- 图表113：盈禾优仕发展概况
- 图表114：盈禾优仕运营指标
- 图表115：盈禾优仕盈利模式
- 图表116：盈禾优仕发展优劣势
- 图表117：盈禾优仕最新投融资动向
- 图表118：开课吧发展概况
- 图表119：开课吧运营指标
- 图表120：开课吧盈利模式
-略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/428803.html>