

# 2017-2022年中国教育产品 市场深度评估与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国教育产品市场深度评估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.chinairr.org/report/R13/R1303/201611/15-218732.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

教育产品是指教育部门和教育单位所提供的产品，这种产品又称教育服务[1]。教育这种产品，在消费上具有特殊性，即消费效用有直接效用与间接效用之分。

教育的直接消费效用，是受教育者在接受教育后知识、能力的增长，品行和价值观念的养成等，这属于教育的内部产出或内部效益。教育的间接消费效用，是指由于知识、能力的增长及良好的品行、价值观等内部产出，提高了受教育者的生产能力、创造能力和文明程度，使受教育者在劳动力市场和社会活动中获得更高的收入和地位，促进社会经济增长、社会和谐。这种效应属于教育的外部产出或外部效益。

报告目录：

### 第一章2013-2016年中国教育产品行业运行环境分析

#### 第一节 2013-2016年中国教育电子产品经济环境分析

##### 第一节2013-2016年中国经济环境分析

###### 一、国民经济增长

###### 二、中国居民消费价格指数

###### 三、工业生产运行情况

###### 四、房地产业投资情况

###### 五、中国制造业采购经理指数

#### 第二节 2013-2016年中国教育产品行业发展政策环境分析

##### 一、产业政策分析

##### 二、行业准入政策分析

##### 三、相关行业政策影响分析

#### 第三节 2013-2016年中国教育产品社会环境分析

### 第二章 2013-2016年中国教育产品行业运行新形势分析

#### 第一节 2013-2016年中国教育产品发展特征分析

##### 一、教育产业化对教育产品的影响分析

##### 二、教育电子产品行业研发成本压力分析

##### 三、中国教育电子产品行业洗牌已经开始

##### 四、教育电子产品研发力度加大

#### 第二节 2013-2016年中国教育产品行业存在问题分析

- 一、市场“鱼龙混杂”，假冒产品众多
- 二、宣传夸大其词，产品性价比不高
- 三、技术侵权问题尤为严重
- 四、研发投入明显不足
- 五、市场开发形式单一
- 六、对消费者缺乏研究
- 七、产品售后问题突出

### 第三节 2013-2016年中国教育电子产品行业应对策略分析

## 第三章 2013-2016年中国教育产品行业市场运行态势分析

### 第一节 2013-2016年中国教育产品市场动态分析

- 一、三菱LCD教育电子产品名冠国内市场
- 二、教育电子产品展会雅图产品倍受欢迎

### 第二节 2013-2016年中国教育产品市场分析

- 一、教育电子产品行业市场特点分析
- 二、教育电子产品行业市场渠道分析
- 三、高端教育电子产品消费行为对品牌偏好的影响研究

### 第三节 2013-2016年中国教育产品市场相关机构的诉求

- 一、出版发行机构
- 二、经销商
- 三、终端客户

### 第四节 2013-2016年中国教育产品行业市场运营分析

- 一、市场供给分析
- 二、市场需求分析
- 三、影响市场供需的因素分析

### 第五节 2013-2016年中国教育电子产品ELP营销战略分析

## 第四章 2013-2016年中国教育电子产品细分行业市场分析--教育出版类产品

### 第一节 2013-2016年中国图书出版行业运行综述

- 一、中国图书出版业的阶段性跨越
- 二、图书出版业组织结构分析
- 三、图书出版的板块结构分析

#### 四、图书出版业改革的重点

#### 第二节2013-2016年中国教辅市场发展现状分析

##### 一、非国有教辅书业酝酿变局

##### 二、以科学发展观统领教辅出版业发展

##### 三、教辅类报纸发展壮大的突破口

##### 四、中国民办教育的未业新增亮点

#### 第三节2013-2016年中国教辅市场面临的机遇与挑战

##### 一、机遇

##### 二、挑战

### 第五章2013-2016年中国教育电子产品细分行业市场分析--教育电子类产品

#### 第一节 2013-2016年中国教育电子类产品行业运行情况分析

##### 一、教育电子类产品行业特点分析

##### 二、教育电子类产品设计分析

##### 三、教育电子类产品市场规模分析

#### 第二节 2013-2016年中国教育电子类产品细分市场分析

##### 一、数码学习机

##### 二、电子辞典

##### 三、复读机

#### 第三节 2013-2016年中国教育电子类产品重点企业

##### 一、创新诺亚舟电子有限公司

##### 二、上海好记星数码科技有限公司

##### 三、英村科技有限公司

##### 四、北京金远见电脑技术有限公司（文曲星）

##### 五、上海荟能公司（e百分）

##### 六、东莞市步步高教育电子产品有限公司

##### 七、权智掌上电脑有限公司(快译通)

#### 第四节 2017-2022年中国教育电子类产品发展趋势分析

### 第六章2013-2016年中国教育电子产品细分行业市场分析--教育软件类产品

#### 第一节 2013-2016年中国教育软件行业运行现状综述

##### 一、教育软件是中国软件行业的新“宠儿”

二、已与办公软件、财务软件形成中国软件业三分天下格局

三、中国教育软件市场巨大，商机众多

四、中国教育软件发展到智能与网络结合阶段

五、中国教育软件市场呼唤精品

第二节2013-2016年中国教育软件行业市场规模分析

一、教育软件市场总体规模逐渐扩大，产品更加丰富

二、“校校通”等工程为教育软件提供了广阔市场

三、国家政策环境良好，网络教育平台等直接拉动教育软件需求

第三节 2013-2016年中国教育软件行业市场供需分析

第四节 2017-2022年中国教育软件类产品行业发展趋势分析

第七章2013-2016年中国教育电子产品细分行业市场分析--教育益智类产品

第一节 2013-2016年中国教育益智产品行业发展特征分析

一、教育益智产品行业发展有利促进中国素质教育开展

二、中国教育益智产品市场需求与开发价值巨大

三、DIY教育益智产品受到消费者青睐

四、中国教育益智产品行业市场日益细分

五、优秀外资企业进入中国教育益智产品市场

第二节 2013-2016年中国教育益智产品行业现状综述

一、市场发展处于初级阶段，未形成规模化区域或企业

二、缺乏相关标准，产品质量难以保证

三、DIY教育益智产品是目前市场热点

第三节2013-2016年中国教育益智产品行业供求格局分析

一、国内企业普遍规模较小，缺乏竞争力

二、市场整体需求旺盛，但有效供给不足

三、教育益智产品连锁加盟投资方式最具活力

第四节 2013-2016年中国教育益智产品行业存在问题分析

一、行业缺乏相关知识产权标准及制度

二、生产企业缺乏对教育培训产业的认知

三、生产企业研发能力明显不足

四、市场缺乏成熟的商业模式

## 第八章 2013-2016年中国教育电子产品行业市场消费者调查分析

### 第一节 中国教育电子产品行业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 2013-2016年中国教育电子产品行业市场消费者偏好调查

#### 一、消费产品偏好

#### 二、消费品牌偏好

#### 三、消费渠道偏好

#### 四、消费环境偏好

#### 五、消费影响因素

### 第三节 2017-2022年中国教育电子产品行业市场消费者需求趋势分析

## 第九章 2013-2016年中国教育电子产品行业市场竞争态势分析

### 第一节 2013-2016年中国教育电子产品市场竞争总况

#### 一、中国教育电子产品市场竞争显白热化

#### 二、教育电子产品技术竞争分析

#### 三、教育电子产品品牌竞争分析

#### 四、教育电子产品价格竞争分析

### 第二节 2013-2016年中国教育电子产品行业市场集中度分析

#### 一、区域集中度分析

#### 二、市场集中度分析

### 第三节 2013-2016年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析

### 第四节 2017-2022年中国教育电子产品竞争趋势分析

## 第十章 2013-2016年中国提高教育电子产品市场竞争力的策略分析

### 第一节 树立竞争意识和观念

### 第二节 建立完善增强教育电子产品竞争力的组织与机制

#### 一、建立健全组织机构

#### 二、构建有利于增强产品竞争力的管理模式

#### 三、增强激励机制

### 第三节 强化技能考核

- 一、制定考核目标和考核计划，重视考核管理
- 二、认真制定考核方案，加大考核力度
- 三、强化教学中心的意识，走质量内涵发展道路

## 第十一章 2013-2016年中国教育电子产品行业国际主体企业综合竞争力分析

### 第一节 英国培生教育出版集团

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析（SWOT分析法）

### 第二节 美国麦格劳 - 希尔

### 第三节 德国贝塔斯曼集团

### 第四节 Riverdeep

### 第五节 美国LeapFrog

## 第十二章 2013-2016年中国教育电子产品行业国内主体企业综合竞争力分析

### 第一节 人民教育出版社

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

### 第二节 高等教育出版社

- 一、企业概况及营业规模分析
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、人力资源分析
- 四、市场策略分析
- 五、综合竞争力分析

### 第三节 外语教学与研究出版社

- 一、企业概况及营业规模分析



二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

#### 第四节 商务印书馆

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

#### 第五节 北京金远见电脑技术有限公司

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

#### 第六节 北京金洪恩电脑有限公司

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

#### 第七节 香港伟易达公司

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

四、市场策略分析

五、综合竞争力分析

#### 第八节 华夏爱婴教育集团

一、企业概况及营业规模分析

二、业务范围及产品内容分析

三、人力资源分析

#### 四、市场策略分析

#### 五、综合竞争力分析

#### 第九节 略.....

### 第十三章 2013-2016年中国教育电子产品行业市场投融资与并购特征及趋势分析

#### 第一节 2013-2016年中国教育出版类产品市场投融资与并购状况分析

##### 一、投资规模分析

##### 二、投资热点分析

##### 三、投资区域分析

##### 四、投资方式及渠道分析

##### 五、投资回报分析

##### 六、投资趋势分析

#### 第二节 中国教育电子类产品市场投融资与并购状况分析

#### 第三节 中国教育软件类产品市场投融资与并购状况分析

#### 第四节 中国教育益智类产品市场投融资与并购状况分析

### 第十四章 2017-2022年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析

#### 第一节 2017-2022年中国教育电子产品行业发展趋势分析

##### 一、2017-2022年中国教育电子产品设计研发能力预测分析

##### 二、2017-2022年中国教育电子产品行业技术开发方向

#### 第二节 2017-2022年教育电子产品行业市场预测分析

##### 一、2017-2022年中国教育电子产品市场供应预测

##### 二、2017-2022年中国教育电子产品市场需求预测

#### 第三节 2017-2022年中国教育电子产品行业盈利能力预测

### 第十五章 2017-2022年中国教育电子产品行业投资机会与风险分析

#### 第一节 2017-2022年中国教育电子产品行业投资概况

##### 一、教育电子产品投资特性

##### 二、教育电子产品投资价值研究

##### 三、教育电子产品投资环境分析

#### 第二节 2017-2022年中国教育电子产品行业投资机会分析

##### 一、中国教育电子产品热点分析

##### 二、中国教育电子产品区域投资潜力分析

### 第三节 2017-2022年中国国教育产品行业发展战略及策略建议

#### 一、对行业发展形势的总体判断

#### 二、发展战略及市场策略分析

部分图表目录：

图表：第三代教育电子产品的特征

图表：2005-2015年中国教育电子产品市场规模统计及预测

图表：中国教育电子产品的分类与特点

图表：教育电子产品主要企业情况

图表：中国教育电子产品行业存在的问题

图表：中国教育电子产品的影响分析

图表：2013-2016年中国教育电子产品市场供给分析

图表：2013-2016年中国教育电子产品市场需求分析

图表：2013-2016年中国教育电子产品市场需求特点分析

图表：2013-2016年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析

图表：中国教育电子产品行业消费者人口统计变量分析

图表：中国教育电子产品行业消费者地理统计变量分析

图表：中国教育电子产品行业消费者心理统计变量分析

图表：中国教育电子产品行业消费者行为统计变量分析

图表：2013-2016年中国教育电子产品消费产品偏好

图表：2013-2016年中国教育电子产品消费品牌偏好

图表：2013-2016年中国教育电子产品消费渠道偏好

图表：2013-2016年中国教育电子产品消费环境偏好

图表：2013-2016年中国教育电子产品消费影响因素

图表：中国教育电子产品市场消费者需求趋势

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201611/15-218732.html>