

2021-2027年中国互联网+ 教育机器人市场前景研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+教育机器人市场前景研究与发展趋势研究报告》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/R05/R0502/202105/26-409199.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

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

国内机器人教育适龄人数近2亿。考虑到高中阶段学生的升学压力，机器人教育市场主要的适龄学员是3-14岁少儿，截止2018年，我国3-14岁人口数量高达1.96亿人；

2018年中国3-14岁少儿人口数量规模及比例单位：万人

机器人教育课程推广进校，“特长加分”是教育机器人培训的重要驱动力。通过机器人比赛获奖可以为升学加分：2018年，北京、南京、广州等城市纷纷将编程列入中考特招项目。目前北京市开设“机器人”相关课程的中小学达到200余所，其中海淀区约有60所。2018年4月，南京市教育局将编程纳入南京中考特招生的考试范畴。2018年9月，重庆发布了《关于加强中小学编程教育的通知》，将编程教育课程纳为中小学必修科目。

2018年海淀区初中入学科技特长生招生计划

学校名称 招生专业 招生人数

五十七中 机器人、无线电测向、天文、DI创新思维、OM头脑奥林匹克 15

理工附中（东校区）天文、无线电测向、DI创新思维、OM头脑奥林匹克、科技创新、机器人、单片机（智能控制） 15

交大附中 机器人、航空航天模型、无线电测向、科技创新、金鹏科技论坛、天文、信息技术 13

八一学校 机器人、DI创新思维、科技创新、金鹏科技论坛、航空航天模型 12

中关村中学 单片机（智能控制）、机器人、无线电测向、科技创新、金鹏科技论坛、信息技术、航海模型、建筑模型、DI创新思维、OM头脑奥林匹克 16

十九中 无线电测向、业余电台、机器人、天文、电子技术、信息技术、建筑模型、航空航天模型 11

科大附中 无线电测向、天文、单片机（智能控制）、机器人、DI创新思维、OM头脑奥林匹克 17

一〇一中 科技创新、金鹏科技论坛、信息技术、机器人、天文、DI创新思维、OM头脑奥林匹克、航空航天模型、航海模型 29

北京市第二十中学 机器人、无线电测向、单片机（智能控制）、科技创新、金鹏科技论坛、信息技术、OM头脑奥林匹克 6

农大附中 科技制作、机器人、天文 10

人大附中 信息技术、机器人、科技创新、金鹏科技论坛 9

北航实验学校 科技创新、机器人、航空航天模型 8

首师大附中 信息技术、天文、科技创新 8

上地实验学校 科技创新、天文、单片机（智能控制）、机器人、DI创新思维、OM头脑奥林匹克、金鹏科技论坛、信息技术、建筑模型、航空航天模型、航海模型、无线电测向、皮影 44

中法实验学校 单片机（智能控制）、天文、纸飞机 19

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国互联网+教育机器人市场前景研究与发展趋势研究报告》共八章。首先介绍了中国互联网+教育机器人行业市场发展环境、互联网+教育机器人整体运行态势等，接着分析了中国互联网+教育机器人行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+教育机器人市场竞争格局。随后，报告对互联网+教育机器人做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+教育机器人行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+教育机器人产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+教育机器人行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下教育机器人行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下教育机器人行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网教育机器人行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 教育机器人与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 教育机器人所属行业发展现状分析

第一节 教育机器人所属行业发展现状分析

- 一、教育机器人行业产业政策分析
- 二、教育机器人行业发展现状分析
- 三、教育机器人行业主要企业分析
- 四、教育机器人行业市场规模分析

2012年中国教育机器人市场规模仅仅达1.86亿元。2016年中国教育机器人市场规模达到4.78亿元，同比增长31.32%。截止至2017年中国教育机器人市场规模增长至5.79亿元，同比增长21.13%。进入2018年中国教育机器人市场规模约为7.5亿元，较上年增长29.53%，近5年来，中国教育机器人市场始终保持20%以上增速快速增长。

2012-2018年中国教育机器人市场规模及增长

第二节 教育机器人所属行业市场前景分析

- 一、教育机器人行业发展机遇分析
- 二、教育机器人行业市场规模预测
- 三、教育机器人行业发展前景分析

第四章 教育机器人所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 教育机器人电商所属行业市场规模与渗透率

- 一、教育机器人电商总体开展情况
- 二、教育机器人电商交易规模分析
- 三、教育机器人电商渠道渗透率分析

第二节 教育机器人电商所属行业盈利能力分析

- 一、教育机器人电子商务发展有利因素
- 二、教育机器人电子商务发展制约因素
- 三、教育机器人电商行业经营成本分析
- 四、教育机器人电商行业盈利模式分析
- 五、教育机器人电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、教育机器人电商行业市场空间测算
- 二、教育机器人电商市场规模预测分析
- 三、教育机器人电商发展趋势预测分析

第五章 教育机器人企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 教育机器人企业转型电商构建分析

一、教育机器人电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、教育机器人企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节 教育机器人企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 教育机器人企业转型电商平台选择分析

一、教育机器人企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

- (一) 电商平台的优劣势
- (二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

- (一) 电商服务外包的优势
- (二) 电商服务外包可行性
- (三) 电商服务外包前景

五、教育机器人企业电商平台选择策略

第六章 教育机器人行业电子商务运营模式分析

第一节 教育机器人电子商务B2B模式分析

- 一、教育机器人电子商务B2B市场概况
- 二、教育机器人电子商务B2B盈利模式
- 三、教育机器人电子商务B2B运营模式
- 四、教育机器人电子商务B2B的供应链

第二节 教育机器人电子商务B2C模式分析

- 一、教育机器人电子商务B2C市场概况
- 二、教育机器人电子商务B2C市场规模
- 三、教育机器人电子商务B2C盈利模式
- 四、教育机器人电子商务B2C物流模式
- 五、教育机器人电商B2C物流模式选择

第三节 教育机器人电子商务C2C模式分析

- 一、教育机器人电子商务C2C市场概况
- 二、教育机器人电子商务C2C盈利模式
- 三、教育机器人电子商务C2C信用体系
- 四、教育机器人电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 教育机器人电子商务O2O模式分析

- 一、教育机器人电子商务O2O市场概况
- 二、教育机器人电子商务O2O优势分析
- 三、教育机器人电子商务O2O营销模式
- 四、教育机器人电子商务O2O潜在风险

第七章 教育机器人主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第二节 网站B

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 教育机器人企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 教育机器人企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 教育机器人企业转型电商物流投资分析

- 一、教育机器人企业电商自建物流分析

(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、教育机器人企业电商外包物流分析

第三节 教育机器人企业电商市场策略分析

图表目录（部分）：

图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统教育机器人消费存在的“痛点”

图表 教育机器人电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年教育机器人电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年教育机器人电商市场渗透率趋势图

图表 2021-2027年教育机器人电商交易规模预测趋势图

图表 2021-2027年教育机器人电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202105/26-409199.html>