

2018-2024年中国教育电子产品行业市场调研与发展趋势预测报告

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

《2018-2024年中国教育电子产品行业市场调研与发展趋势预测报告》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/dianzi/668477EB17.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

2016年研究生教育招生66.7万人，在学研究生198.1万人，毕业生56.4万人。普通本专科招生748.6万人，在校生2695.8万人，毕业生704.2万人。中等职业教育招生593.3万人，在校生1599.1万人，毕业生533.7万人。普通高中招生802.9万人，在校生2366.6万人，毕业生792.4万人。初中招生1487.2万人，在校生4329.4万人，毕业生1423.9万人。普通小学招生1752.5万人，在校生9913.0万人，毕业生1507.4万人。特殊教育招生9.2万人，在校生49.2万人，毕业生5.9万人。学前教育在园幼儿4413.9万人。九年义务教育巩固率为93.4%，高中阶段毛入学率为87.5%。

2012-2016年我国教育行业招生人数（单位：万人）数据来源：国家统计局 2015年全国教育经费总投入为36129.19亿元，比上年的32806.46亿元增长10.13%。2016年全国教育经费总投入为38866亿元，比上年增长7.57%。其中，国家财政性教育经费为31373亿元，比上年增长7.36%。教育经费总投入在学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育和其他教育间的分配占比分别为7.21%、45.29%、15.84%、26.01%，5.65%。

2016年全国幼儿园、普通小学、普通初中、普通高中、中等职业学校、普通高等学校生均教育经费总支出均比上年有所增长，增幅分别为：15.97%、8.88%、10.50%、11.34%、8.03%、3.35%。

2012-2016年我国教育经费投入（单位：亿元）数据来源：教育部 随着人们经济水平的不断提高，对于教育也越来越重视。据专家预测，二胎政策放开将带来每年500-600万的新增出生人口，这将带来千亿的消费市场，充分打开了幼儿教育市场巨大的发展空间。“不让孩子输在起跑线上”的观念仍然牢牢占据着家长心智。据统计，教育支出在中国已经超过其他生活费用成为仅次于食物的第二大日常支出，很多家长甚至愿意为了孩子的教育投资下“血本”，随着我国教育事业的发展，教育电子产品市场将有广阔的发展前景。

报告目录：第一章 2015-2017年中国教育电子产品市场运行环境解析 第一节 2015-2017年中国宏观经济环境分析一、中国GDP分析二、中国工业发展形势三、消费价格指数分析四、城乡居民收入分析五、社会消费品零售总额六、全社会固定资产投资分析七、进出口总额及增长率分析八、存贷款利率变化九、财政收支状况 第二节 2015-2017年中国教育电子产品运行环境解析一、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 2015-2017年中国教育电子产品行业技术环境分析一、电子技术应用二、网络技术应用三、语音技术应用 第四节 2015-2017年中国教育电子产品行业社会环境分析一、中国人口规模及结构分析二、居民消费观念三、教育观念 第二章 2015-2017年中国教育电子产品行业运行新形势分析 第一节 2015-2017年中国教育电子产品产业动态分析一、凤凰出版传媒携手台企开发"电子书包"二、教育电子产品质量国家监督抽查结果 第二节 2015-2017年中国教育电子产品产业现状综述一、中国教育电子产品行业洗牌已经开始二、科学技术在新型教育电子产品的应用三、教育需求对教育电子

产品市场拉动四、中国教育电子产品市场消费问题突出第三节 2015-2017年中国教育电子产品热点问题探讨一、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四节 2015-2017年中国教育电子产品行业应对策略分析 第三章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场运行态势分析第一节 2015-2017年中国教育电子产品行业运行概况一、中国教育电子产品市场规模二、四川:英语学习步入“点读时代”三、教育电子产品行业市场渠道分析第二节 2015-2017年一季度中国教育电子产品品牌销售份额一、总销量前五名品牌占市场份额比重二、诺亚舟三、文曲星四、步步高五、好记星六、e百分第三节 2015-2017年中国教育电子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、市场经营特点分析第四节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析 第四章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——数码学习机第一节 2015-2017年中国数码学习机行业发展综述一、数码学习机行业特点分析二、数码学习机成本价格构成三、埋藏在数码学习机里的版权“地雷”第二节 2015-2017年中国数码学习机行业市场运行分析一、市场规模分析二、竞争格局分析第三节 2018-2024年中国数码学习机发展趋势分析 第五章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——电子辞典第一节 2015-2017年中国电子辞典行业运行情况一、电子辞典行业特点分析二、电子辞典主要产品价格走势分析三、电子辞典发展技术分析第二节 2015-2017年中国电子辞典行业市场运行分析一、市场规模分析二、竞争格局分析三、主体企业分析第三节 2018-2024年中国电子辞典发展趋势分析 第六章 2015-2017年中国教育电子产品细分行业市场分析——复读机第一节 2015-2017年中国复读机行业发展概况一、运行特点分析二、主要产品价格走势分析三、有关复读机资讯第二节 2015-2017年中国复读机行业市场运行分析一、市场规模分析二、市场竞争格局分析第三节 2018-2024年中国复读机行业发展趋势分析 第七章 2015-2017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、社会环境变量分析第二节 2015-2017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 2018-2024年中国教育电子产品行业市场消费者需求趋势分析 第八章 2015-2017年中国教育电子产品行业市场竞争格局透析第一节 2015-2017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激烈二、万利达强势进入教育电子行业三、中国教育电子产品竞争力体现1、技术竞争分析2、品牌竞争分析3、价格竞争分析第二节 2015-2017年中国教育电子产品行业市场集中度分析一、市场集中度分析二、区域集中度分析第三节 2015-2017年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析 第九章 2015-2017年中国教育电子产品细分区域市场竞

争格局分析第一节 东北地区教育电子产品市场发展状况分析第二节 华北地区教育电子产品市场发展状况分析第三节 华东地区教育电子产品市场发展状况分析第四节 华中地区教育电子产品市场发展状况分析第五节 华南地区教育电子产品市场发展状况分析第六节 西部地区教育电子产品市场发展状况分析第七节 2015-2017年中国教育电子产品行业区域市场对比分析 第十章 2015-2017年中国教育电子产品行业主体企业综合竞争力分析第一节 创新诺亚舟电子有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第二节 上海好记星数码科技有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第三节 英村科技有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第四节 北京金远见电脑技术有限公司(文曲星)一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第五节 上海荟能公司(e百分)一、企业基本概况二、核心竞争力分析三、企业未来发展战略第六节 中恒兴业科技集团一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第七节 东莞市步步高教育电子产品有限公司一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析七、人力资源及广告投入分析八、业务范围及产品分析九、核心竞争力分析第八节 权智掌上电脑有限公司(快译通)一、企业基本概况二、业务范围及主要产品三、核心竞争力分析四、企业未来发展战略 第十一章 2015-2017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 2015-2017年中国数码学习机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 2015-2017年中国电子词典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、投资趋势分析第三节 2015-2017年中国复读机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、竞争趋势分析五、投资回报分析六、投资趋势分析七、存在的问题 第十二章 2018-2024年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析第一节 2018-2024年中国教育电子产品行业发展趋势分析一、2018-2024年中国教育电子产品行业发展分析二、2018-2024年中国教

育电子产品行业技术开发方向第二节 2018-2024年教育电子细分产品行业市场前景预测一、数码数习机二、复读机三、电子辞典第三节 2018-2024年中国教育电子产品行业盈利能力预测 第十三章 2018-2024年中国教育电子产品行业投资前景预测第一节 2015-2017年中国教育电子产品行业投资环境分析第二节 2018-2024年中国教育电子产品行业投资机会分析一、中国教育电子产品投资热点分析二、中国教育电子产品区域市场投资潜力三、与产业政策调整相关的投资机会分析第三节 2018-2024年中国教育电子产品行业投资风险分析一、市场竞争风险二、金融风险三、技术风险分析
四、政策和体制风险 第四节 专家投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/668477EBI7.html>