

2017-2022年中国教育产品 行业深度调研与市场供需预测报告

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

《2017-2022年中国教育产品行业深度调研与市场供需预测报告》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/jiaoyupeixun/l58532YYXS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

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。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。

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、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节高等教育出版社

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节外语教学与研究出版社

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节商务印书馆

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节北京金远见电脑技术有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节北京金洪恩电脑有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节香港伟易达公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节华夏爱婴教育集团

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

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（ZY LT）

图表目录：

图表12015年季度国内生产总值

图表22001-2015年国内生产总值增长率

图表3社会消费品零售总额

图表42015年中国居民消费价格指数同比

图表52015年全国居民消费价格涨跌幅

图表62015年12月份规模以上工业生产主要数据

图表7规模以上工业增加值增速（%）
图表8东、中、西部规模以上工业增加值增速（%）
图表92015年我国发电量
图表102015年我国钢材产量
图表112015年我国水泥产量
图表132015年十种有色金属产量
图表142015年我国乙烯产量
图表152015年我国汽车产量
图表162015年我国轿车产量
图表172015年房地产开发投资情况
图表182015年房地产开发投资完成额情况
图表192015年中国制造业PMI指数
图表202015年12月份制造业PMI指标（%）
图表21第三代教育电子产品的特征
图表222005-2015年中国教育电子产品市场规模统计及预测
图表23中国教育电子产品的分类与特点
图表24教育电子产品主要企业情况
图表25中国教育电子产品行业存在的问题
图表26中国教育电子产品的影响分析
图表272013-2016年中国教育电子产品市场供给分析
图表282013-2016年中国教育电子产品市场需求分析
图表292013-2016年中国教育电子产品市场需求特点分析
图表302013-2016年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/l58532YYXS.html>