

2017-2022年中国在线视频 培训市场深度调查与投资战略咨询报告

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年中国在线视频培训市场深度调查与投资战略咨询报告》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/T61651XUR3.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

2015年中国在线视频用户付费市场规模为51.3亿元，同比增长率为270.3%，付费用户规模达到2,884.1万人，同比增幅达到264.1%。然而，2015年付费用户在整体在线视频用户中占比仅为6%，付费用户渗透率较低，未来用户付费市场发展潜力巨大。

中国在线视频付费市场规模及预测

中国在线视频付费用户规模及预测

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线视频培训市场深度调查与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了在线视频培训相关概念及发展环境，接着分析了中国在线视频培训规模及消费需求，然后对中国在线视频培训市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线视频培训面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线视频培训有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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 2014-2016年中国在线视频培训运行环境解析

第一节 2014-2016年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

2016年上半年国内生产总值34.06万亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2008-2016年上半年中国GDP增长趋势（单位：亿元，%）

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节 2014-2016年中国在线视频培训政策环境分析

一、2014-2016年教育政策回顾

二、教育政策的取向演变

三、教育政策实施中存在的失效问题

四、“新助学政策”为教育发展助力

五、中国家教辅导监管处理空白

第三节 2014-2016年中国在线视频培训社会环境分析

一、中国的教育体制

二、中国人口规模及结构分析

三、中国人口学历现状

四、社会环境对中国在线视频培训行业发展的影响

1、在线视频培训灵活的授课方式将满足社会不同需求

2、消费者理性选择趋势将促进在线视频培训行业的发展

五、经济一体化使得学习英语的人数逐年增加

第四节 近几年中国就业形势分析

一、中国就业形势严峻

二、中国失业情况

三、中国就业计划指标情况

四、中国就业完成计划指标的政策措施

第五节 2014-2016年中国在线视频培训技术环境及影响分析

一、网络技术将给在线视频培训业带来新的变化

二、混合式教学模式将得到有利的发展

第二章 2014-2016年中国线培训行业运行新形势透析

第一节 2014-2016年中国在线辅导市场运行总况

一、尚停留在将传统教育资源照搬到网络上的阶段

二、中国K12在线辅导行业整体处于发展的低潮期

三、应试与实用在线视频培训平分天下

四、在线视频培训产品组合多元化

第二节 2014-2016年中国K12在线辅导三大矛盾及策略分析

- 一、长线资金投入与短期盈利之间的矛盾
- 二、引入有资金实力商家，以保证内部建设的完整与系统性
- 三、多纲多本的新课标与建立普遍适用的综合性平台的矛盾
- 四、就不同的大纲依托教学经验制作相应的教育教学资源
- 五、局部区域竞争过热与广大地区乏人问津的矛盾
- 六、扭转优势教育资源区域不平衡，扩展用户基数最大化地拓展市场

第三章 2014-2016年中国在线视频培训市场运行态势分析

第一节 2014-2016年中国在线视频培训市场现状综述

- 一、在线视频培训市场规模稳步增长
- 二、需求空间继续增长，在线高端消费市场初步形成
- 三、区域差异较大，企业竞争加剧
- 四、需求产品多样化，供应服务应配套

第二节 2014-2016年中国在线视频培训动因分析

- 一、中国“校园网”的全面建设促使在线辅导市场规模增长
- 二、中国网络教育用户规模逐年增长，市场消费需求旺盛

第三节 2014-2016年中国K12在线辅导市场供需分析

- 一、线上线下相结合的混合式教育得到更多消费者的青睐
- 二、课件资源、技术支持平台成为在线视频培训发展的最大障碍

第四章 2016年中国在线视频培训行业竞争新格局透析

第一节 2016年中国在线视频培训竞争总况

- 一、在线视频培训产业竞争研究
- 二、品牌竞争分析
- 三、在线视频培训市场需要建立公平竞争平台

第二节 2016年中国在线视频培训机构集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节 2017-2022年中国在线视频培训竞争趋势探析

第五章 2014-2016年中国在线视频培训行业区域市场运行分析

第一节 东北地区在线视频培训市场发展状况研究

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

三、发展趋势分析

四、区域标杆企业

1、品牌企业

2、企业综合竞争力分析

第二节 华北地区在线视频培训市场发展状况研究

第三节 华东地区在线视频培训市场发展状况研究

第四节 华中地区在线视频培训市场发展状况研究

第五节 华南地区在线视频培训市场发展状况研究

第六节 西部地区在线视频培训市场发展状况研究

第七节 中国在线视频培训行业各区域市场发展状况对比研究

一、市场规模对比分析

二、竞争格局对比分析

三、发展趋势对比分析

四、标杆企业对比分析

第六章 2014-2016年中国在线视频培训市场消费者需求特征分析

第一节 2014-2016年中国在线视频培训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 2014-2016年中国在线视频培训市场消费者需求调查分析

一、不同收入家庭消费者需求分析

二、不同地区消费者需求分析

三、不同学习阶段消费者需求分析

第三节 2014-2016年中国在线视频培训市场消费者甄选培训机构因素分析

一、培训质量

二、费用的高低

三、机构品牌

四、网络速度

第四节 2014-2016年中国在线视频培训消费者辅导机构的认知途径分析

一、广告引导

二、亲友介绍

三、网络资源

四、教育机构工作人员推介

第七章 2014-2016年中国在线视频培训行业市场竞争状况分析

第一节 2014-2016年中国在线视频培训行业竞争格局现状分析

一、品牌培训机构在线视频培训竞争力优势明显

二、在线视频培训将成为培训机构快速扩张的最佳选择

第二节 2014-2016年中国在线视频培训行业市场竞争模式分析

一、师资竞争

二、价格竞争

三、品牌竞争

四、教学模式竞争

五、网络资源竞争

第三节 中国在线视频培训行业市场竞争策略分析

一、品牌战

二、服务战

三、加盟战

四、扩张战

五、差异化营销战

第八章 2014-2016年中国在线视频培训行业投融资并购特征与案例研究

第一节 中国在线视频培训行业投融资并购特征研究

一、投资规模分析

二、投资特点分析

三、投资区域及回报分析

四、投资方式及渠道分析

五、投资趋势分析

第二节 中国在线视频培训行业投融资并购案例研究

一、华威集团等投资说宝堂案例研究（820万美元）

- 1、投资方背景研究
- 2、融资方背景研究
- 3、案例动因与过程研究
- 4、投融资价值与发展战略研究
- 5、点评：投融资案例启示

二、智基创投投资一百易案例研究（300万美元）

- 1、投资方背景研究
- 2、融资方背景研究
- 3、案例动因与过程研究
- 4、投融资价值与发展战略研究
- 5、点评：投融资案例启示

第九章 2016年中国职业培训行业国际主体企业综合竞争力分析

第一节 美国阿波罗教育集团

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第二节 美国开普兰（KAPLAN）

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第三节 美国华尔街

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第四节 瑞典EF

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第五节 加拿大达内科技

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第六节 英国金融培训公司

- 一、企业整体概况
- 二、企业竞争力分析
- 三、未来发展战略分析

第十章 2014-2016年中国在线视频培训行业国内主体企业综合竞争力研究

第一节 企业一

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析（BCG分析法）
- 四、教学内容分析
- 五、师资力量分析
- 六、市场策略分析
- 七、发展战略分析
- 八、综合竞争力分析（SWOT分析法）

第二节 企业二

第三节 企业三

第四节 企业四

第五节 企业五

第十一章 2017-2022年中国在线视频培训行业发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国在线视频培训行业前景预测分析

- 一、教育电子商务将成为在线视频培训行业发展趋势
- 二、在线视频培训升级将引发新一轮的竞争
- 三、中国网络教育产业的快速发展将带动在线视频培训市场规模的增长

第二节 2017-2022年中国在线视频培训新趋势探析

- 一、在线视频培训市场消费者需求趋势分析
- 二、在线视频培训连锁加盟成未来趋势
- 三、线上线下同步教育成为发展趋势

第三节 2017-2022年中国在线视频培训市场竞争趋势分析

第四节 2017-2022年中国在线视频培训行业企业发展策略分析——人性化在线视频培训

- 一、主动性，充分体现在线视频培训的人文交互性，提高品牌忠诚度
- 二、自主性，提供给学生自主选择方向，自主选择培训课程
- 三、线上线下结合，满足各类双向互动的培训需求

第十二章 2014-2016年中国在线视频培训行业市场投资前景分析（ZY ZM）

第一节 2014-2016年中国在线视频培训投资概况

- 一、在线培训投资特性
- 二、在线视频培训投资环境分析

第二节 2017-2022年中国在线视频培训投资机会分析

- 一、区域投资潜力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2017-2022年中国在线视频培训投资风险预警

- 一、网络技术风险分析
- 二、竞争风险分析
- 三、市场需求风险分析
- 四、经营风险分析
- 五、其他风险分析

第四节 权威专家投资建议

图表目录：

图表：2014-2016年世界经济增长趋势：%

图表：2014-2016年世界贸易增长趋势：%

图表：2014-2016年主要发达经济体失业率：%

图表：2014-2016年主要经济体政府债务率：%

图表：2012-2016年主要发达经济体消费物价增长率：%

图表：2012-2016年在线视频培训相关专利申请数量变化走势图：个

图表：2012-2016年在线视频培训相关专利申请数量年度统计表：个

图表：2012-2016年在线视频培训相关专利公开数量变化走势图：个

图表：2012-2016年在线视频培训相关专利公开数量年度统计表：个

图表：在线视频培训相关专利申请人构成表：个
图表：在线视频培训相关专利技术构成表：个
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012-2016年世界经济增长趋势：%
图表：2012-2016年中国GDP经济增长趋势：%
图表：2012-2016年在线视频培训相关专利申请数量变化走势图：个
图表：在线视频培训产业链结构示意图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/T61651XUR3.html>