

# 2011-2015年中国教育产品 行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国教育产品行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaoyu1105/Z651043Q7D.html>

【报告价格】纸介版**6500**元 电子版**6800**元 纸介+电子**7000**元

【出版日期】2011-05-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国教育产品行业市场分析与投资前景研究报告》对我国教育产品的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对教育产品行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

近几年国家提倡素质教育，很多家长开始重视早教，每个家长都希望自己的孩子能赢在起跑线上，比别人更胜一筹。所以基于这个教育趋势，早教产品是教育产品中风险最低的。

据统计，目前中国3-12岁儿童的父母，90%为70后、80后。这些年轻的父母文化高，教育意识强，大部分地区小孩每月消费占家庭总收入的25%；44.29%的家庭每月用于孩子的费用在400-2000元之间。中国目前有2.3亿儿童，且每小时就有2000多名婴儿诞生。据调查，平均每个家庭为孩子教育投资每年超过3000元。也就是说，我国至少存在着一个3000亿元的教育市场。但目前全国早教产品的年销售额只有数十亿元左右。

## 第一章2010-2011年中国教育产品行业运行环境分析

### 第一节 2010-2011年中国教育电子产品经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、中国CPI指数分析

#### 三、中国汇率调整分析

#### 四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

### 第二节 2010-2011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 2010-2011年中国教育产品社会环境分析

#### 一、中国人口规模及结构分析

#### 二、就业与人才分析

#### 三、居民消费观念

### 第四节 2010-2011年中国教育电子产品行业技术环境分析

## 第二章 2010-2011年中国教育产品行业运行新形势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国教育电子产品行业应对策略分析

## 第三章 2010-2011年中国教育产品行业市场运行态势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国教育电子产品ELP营销战略分析

## 第四章 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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、中国民办教育的未来新增亮点

### 第三节 2010-2011年中国教辅市场面临的机遇与挑战

一、整体格局混乱

二、同质化严重

## 第五章 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2011-2015年中国教育电子类产品发展趋势分析

第六章2010-2011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 2010-2011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2010-2011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 2010-2011年中国教育软件行业市场供需分析

第四节 2011-2015年中国教育软件类产品行业发展趋势分析

第七章2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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 2011-2015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 2010-2011年中国教育电子产品行业市场竞争态势分析

### 第一节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析

### 第四节 2011-2015年中国教育电子产品竞争趋势分析

## 第十章 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011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&hellip;&hellip;

## 第十三章 2010-2011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 2010-2011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 2011-2015年中国教育电子产品行业投资机会与风险分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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、金融风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 权威专家投资建议

第十五章2011-2015年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国教育电子产品行业发展趋势分析

一、2011-2015年中国教育电子产品设计研发能力预测分析

二、2011-2015年中国教育电子产品行业技术开发方向

第二节 2011-2015年教育电子产品行业市场预测分析

一、2011-2015年中国教育电子产品市场供应预测

二、2011-2015年中国教育电子产品市场需求预测

第三节 2011-2015年中国教育电子产品行业盈利能力预测

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010-2011年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010-2011年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日人民币利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 第三代教育电子产品的特征

图表 2005-2012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 2010-2011年中国教育电子产品市场供给分析

图表 2010-2011年中国教育电子产品市场需求分析

图表 2010-2011年中国教育电子产品市场需求特点分析

图表 2010-2011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 2010-2011年中国教育电子产品消费产品偏好

图表 2010-2011年中国教育电子产品消费品牌偏好

图表 2010-2011年中国教育电子产品消费渠道偏好

图表 2010-2011年中国教育电子产品消费环境偏好

图表 2010-2011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

图表 人民教育出版社业务范围及产品内容分析

图表 高等教育出版社业务范围及产品内容分析

图表 外语教学与研究出版社业务范围及产品内容分析

图表 商务印书馆业务范围及产品内容分析

图表 北京金远见电脑技术有限公司业务范围及产品内容分析

图表 北京金洪恩电脑有限公司业务范围及产品内容分析

图表 香港伟易达公司业务范围及产品内容分析

图表 华夏爱婴教育集团业务范围及产品内容分析

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利指标情况

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司资产负债能力指标分析

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利能力情况

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司销售收入情况

图表 创新诺亚舟电子（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表 上海好记星数码科技有限公司盈利指标情况

图表 上海好记星数码科技有限公司资产运行指标状况

图表 上海好记星数码科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 上海好记星数码科技有限公司盈利能力情况

图表 上海好记星数码科技有限公司销售收入情况

图表 上海好记星数码科技有限公司成本费用构成情况

图表 英村科技有限公司盈利指标情况

图表 英村科技有限公司资产运行指标状况

图表 英村科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 英村科技有限公司盈利能力情况

图表 英村科技有限公司销售收入情况

图表 英村科技有限公司成本费用构成情况

图表 北京金远见电脑技术有限公司盈利指标情况

图表 北京金远见电脑技术有限公司资产运行指标状况

图表 北京金远见电脑技术有限公司资产负债能力指标分析

图表 北京金远见电脑技术有限公司盈利能力情况  
图表 北京金远见电脑技术有限公司销售收入情况  
图表 北京金远见电脑技术有限公司成本费用构成情况  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司盈利指标情况  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司资产运行指标状况  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司资产负债能力指标分析  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司盈利能力情况  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司销售收入情况  
图表 北京中恒兴业科技集团有限公司成本费用构成情况  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利指标情况  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司资产运行指标状况  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司资产负债能力指标分析  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利能力情况  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司销售收入情况  
图表 东莞市步步高教育电子产品有限公司成本费用构成情况  
图表 2011-2015年教育电子产品价格走势预测分析  
图表 2011-2015年中国教育电子产品行业市场供给预测分析  
图表 2011-2015年中国教育电子产品行业市场需求预测分析  
图表 2011-2015年中国教育电子产品行业市场竞争预测分析  
图表 2011-2015年中国教育电子产品行业市场盈利预测分析  
图表 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

通过《2011-2015年中国教育产品行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaoyu1105/Z651043Q7D.html>