

2016-2022年中国教育电子 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国教育电子市场监测及投资前景研究报告》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/qitawenjiao1511/057504XKEI.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】 2015-11-19

【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

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国教育电子产品市场监测及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了教育电子行业相关概述、中国教育电子产品运行环境、分析了中国教育电子行业的现状、中国教育电子产品竞争格局、对中国教育电子产品做了重点企业经营状况分析及中国教育电子产品发展前景与投资预测。您若想对教育电子产品有个系统的了解或者想投资教育电子产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前，中国数码学习机产业依然是终端厂商的“独角戏”。整个产业关注的重点基本上局限于终端产品环节，而作为教育电子产品的内容服务仅仅是作为终端的附庸存在，尚未作为一个独立的环节。而数码学习机终端厂商在内容制造上并不具备足够的经验，课程资料质量不高影响了数码学习机的应用效果。预计未来几年，随着数码学习机用户规模的扩张，产业链将会实现上下游的分工整合。以学校和出版社主导的内容提供商、以技术研发和产品创新为主的软硬件解决方案提供商、以品牌和市场运作为主的终端厂商以及书店等零售商将会基于自身的优势进行纵向分工，并依托强势厂商进行必要的整合，最终形成上下游协同合作的大产业。在此过程中，数码学习机厂商将从营销、渠道、产品等单一环节的竞争，走向资源整合能力之争。

报告目录：

第一章2016-2022年中国教育电子产品市场运行环境解析18

第一节2016-2022年中国宏观经济环境分析18

一、中国GDP分析18

二、中国工业发展形势19

三、消费价格指数分析20

四、城乡居民收入分析23

五、社会消费品零售总额24

六、全社会固定资产投资营销渠道26

七、进出口总额及增长率分析27

七、存贷款利率变化29

八、财政收支状况29

第二节2016-2022年中国教育电子产品运行环境解析31

一、产业政策分析	31
二、行业准入政策分析	31
三、相关行业政策影响分析	32
第三节2016-2022年中国教育电子产品行业技术环境分析	34
一、电子技术应用	34
二、网络技术应用	37
三、语音技术应用	38
第四节2016-2022年中国教育电子产品行业社会环境分析	40
一、中国人口规模及结构分析	40
二、居民消费观念	42
三、教育观念	43
第二章2016-2022年中国教育电子产品行业运行新形势分析	49
第一节2016-2022年中国教育电子产品产业动态分析	49
一、凤凰出版传媒携手台企开发“电子书包”	49
二、教育电子产品质量国家监督抽查结果	49
第二节2016-2022年中国教育电子产品产业现状综述	55
一、中国教育电子产品行业洗牌已经开始	55
二、科学技术在新型教育电子产品的应用	56
三、教育需求对教育电子产品市场拉动	57
四、中国教育电子产品市场消费问题突出	58
第三节2016-2022年中国教育电子产品热点问题探讨	59
一、市场“鱼龙混杂”，假冒产品众多	59
二、宣传夸大其词，产品性价比不高	59
三、技术侵权问题尤为严重	60
四、研发投入明显不足	60
五、市场开发形式单一	60
六、对消费者缺乏研究	60
七、产品售后问题突出	61
第四节2016-2022年中国教育电子产品行业应对策略分析	61
第三章2016-2022年中国教育电子产品行业市场运行态势分析	63

第一节2016-2022年中国教育电子产品行业运行概况63

一、中国教育电子产品市场规模63

二、四川:英语学习步入“点读时代”;64

三、教育电子产品行业市场渠道分析65

第二节2016-2022年10月中国教育电子产品品牌销售份额67

一、总销量前五名品牌占市场份额比重67

二、诺亚舟68

三、文曲星70

四、步步高72

五、好记星73

六、e百分74

第三节2016-2022年中国教育电子产品行业市场运营分析76

一、市场供给分析76

二、市场需求分析76

三、市场经营特点分析77

第四节2016-2022年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析77

第四章2016-2022年中国教育电子产品细分行业市场分析——数码学习机78

第一节2016-2022年中国数码学习机行业发展综述78

一、数码学习机行业特点分析78

二、数码学习机成本价格构成79

三、埋藏在数码学习机里的版权“地雷”;80

第二节2016-2022年中国数码学习机行业市场运行分析80

一、市场规模分析80

二、竞争格局分析81

第三节2016-2022年中国,数码学习机发展运行态势81

第五章2016-2022年中国教育电子产品细分行业市场分析——电子辞典82

第一节2016-2022年中国电子辞典行业运行情况分析82

一、电子辞典行业特点分析82

二、电子辞典主要产品价格走势分析82

三、电子辞典发展技术分析83

第二节2016-2022年中国电子辞典行业市场运行分析84

一、市场规模分析84

二、竞争格局分析84

三、主体企业分析85

第三节2016-2022年中国,电子辞典发展运行态势85

第六章2016-2022年中国教育电子产品细分行业市场分析——复读机86

第一节2016-2022年中国复读机行业发展概况86

一、运行特点分析86

二、主要产品价格走势分析86

三、有关复读机资讯87

第二节2016-2022年中国复读机行业市场运行分析87

一、市场规模分析87

二、市场竞争格局分析88

第三节2016-2022年中国,复读机行业发展运行态势89

第七章2016-2022年中国教育电子产品行业市场消费者调查分析91

第一节中国教育电子产品行业市场消费者需求变量分析91

一、人口统计变量分析91

二、地理变量分析93

三、心理变量分析93

四、社会环境变量分析94

第二节2016-2022年中国教育电子产品行业市场消费者偏好调查94

一、消费产品偏好94

二、消费品牌偏好95

三、消费渠道偏好95

四、消费环境偏好97

五、消费影响因素97

第三节2016-2022年中国,教育电子产品行业市场消费者需求运行态势98

第八章2016-2022年中国教育电子产品行业市场竞争格局透析103

第一节2016-2022年中国教育电子产品市场竞争总况103

一、中国教育电子产品市场竞争激烈	103
二、万利达强势进入教育电子行业	103
三、中国教育电子产品竞争力体现	105
第二节2016-2022年中国教育电子产品行业市场集中度分析	106
一、市场集中度分析	106
二、区域集中度分析	106
第三节2016-2022年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析	107

第九章2016-2022年中国教育电子产品细分区域市场竞争格局分析108

第一节东北地区教育电子产品市场发展状况分析	108
第二节华北地区教育电子产品市场发展状况分析	108
第三节华东地区教育电子产品市场发展状况分析	109
第四节华中地区教育电子产品市场发展状况分析	109
第五节华南地区教育电子产品市场发展状况分析	110
第六节西北地区教育电子产品市场发展状况分析	110
第七节西南地区教育电子产品市场发展状况分析	111
第八节2016-2022年中国教育电子产品行业区域市场对比分析	111

第十章2016-2022年中国教育电子产品行业主体企业综合竞争力分析113

第一节创新诺亚舟电子有限公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	115
五、企业运营能力分析	117
六、企业成长能力分析	120
七、人力资源及广告投入分析	120
八、业务范围及产品分析	121
九、核心竞争力分析	122
第二节上海好记星数码科技有限公司	122
一、企业概况	122
二、企业主要经济指标分析	123

三、企业盈利能力分析	123
四、企业偿债能力分析	124
五、企业运营能力分析	126
六、企业成长能力分析	129
七、人力资源及广告投入分析	130
八、业务范围及产品分析	130
九、核心竞争力分析	131
第三节英村科技有限公司	131
一、企业概况	131
二、企业主要经济指标分析	132
三、企业盈利能力分析	132
四、企业偿债能力分析	133
五、企业运营能力分析	135
六、企业成长能力分析	138
七、人力资源及广告投入分析	138
八、业务范围及产品分析	139
九、核心竞争力分析	139
第四节北京金远见电脑技术有限公司（文曲星）	140
一、企业概况	140
二、企业主要经济指标分析	141
三、企业盈利能力分析	142
四、企业偿债能力分析	143
五、企业运营能力分析	145
六、企业成长能力分析	147
七、人力资源及广告投入分析	148
八、业务范围及产品分析	148
九、核心竞争力分析	148
第五节上海荟能企业发展有限公司（e百分）	149
一、企业基本概况	149
二、核心竞争力分析	149
三、企业未来发展战略	150
四、企业盈利能力分析	150

五、企业偿债能力分析151

六、企业运营能力分析153

第六节中恒兴业科技集团156

一、企业概况156

二、企业主要经济指标分析157

三、企业盈利能力分析157

四、企业偿债能力分析158

五、企业运营能力分析160

六、企业成长能力分析163

七、人力资源及广告投入分析164

八、业务范围及产品分析164

九、核心竞争力分析164

第七节东莞市步步高教育电子产品有限公司165

一、企业概况165

二、企业主要经济指标分析165

三、企业盈利能力分析165

四、企业偿债能力分析166

五、企业运营能力分析168

六、企业成长能力分析171

七、人力资源及广告投入分析171

八、业务范围及产品分析172

九、核心竞争力分析173

第八节权智掌上电脑有限公司(快译通)174

一、企业基本概况174

二、业务范围及主要产品174

三、企业盈利能力分析175

四、企业偿债能力分析176

五、企业运营能力分析178

六、核心竞争力分析180

七、企业未来发展战略181

第十一章2016-2022年中国教育电子产品行业市场投融资与并购特征及运行态势182

第一节2016-2022年中国数码学习机市场投融资与并购状况分析182

一、投资规模分析182

二、投资热点分析182

三、投资区域分析183

四、投资方式及渠道分析183

五、投资回报分析183

六、投资运行态势184

第二节2016-2022年中国电子辞典市场投融资与并购状况分析184

一、投资规模分析184

二、投资热点分析184

三、投资区域分析185

四、投资方式及渠道分析185

五、投资回报分析185

六、投资运行态势185

第三节2016-2022年中国复读机市场投融资与并购状况分析186

一、投资规模分析186

二、投资热点分析186

三、投资区域分析187

四、竞争运行态势187

五、投资回报分析187

六、投资运行态势187

七、存在的问题188

第十二章2016-2022年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析189

第一节2016-2022年中国教育电子产品行业发展运行态势189

一、2016-2022年中国教育电子产品行业市场竞争策略189

二、2016-2022年中国教育电子产品行业技术开发方向189

第二节2016-2022年教育电子细分产品行业市场前景预测192

一、数码数习机192

二、复读机192

三、电子辞典193

第三节2016-2022年中国教育电子产品行业盈利能力预测193

第十三章 博思数据对中国教育电子产品行业投资前景预测195

第一节2016-2022年中国教育电子产品行业投资环境分析195

第二节2016-2022年中国教育电子产品行业投资机会分析195

一、中国教育电子产品投资热点分析195

二、中国教育电子产品区域市场投资潜力197

三、与产业政策调整相关的投资机会分析198

第三节2016-2022年中国教育电子产品行业投资风险分析199

一、市场竞争风险199

二、金融风险分析200

三、技术风险分析201

四、政策和体制风险202

第四节专家投资建议203

图表目录：

图表11998年I季度—2015年II季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 18

图表22000年10月—2015年10月工业增加值月度同比增长率（%） 20

图表32000年10月—2015年10月居民消费价格指数（上年同月=100） 22

图表42006-2015年农村居民人均纯收入及其增长速度23

图表52006-2015年城镇居民人均可支配收入及其增长速度24

图表62000年10月—2015年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 25

图表72001年1-10月—2015年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 26

图表82000年10月—2015年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 28

图表9中国人民银行人民币存贷款基准利率历次调整一览表29

图表102015年中央财政收入结构30

图表112006-2015年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数43

图表12手持式个人信息处理设备产品质量国家监督抽查产品及其企业名单50

图表132006-2015年我国教育电子产品行业市场规模及增长情况63

图表142006-2015年我国教育电子产品行业市场规模及增长对比63

图表152016-2022年10月中国教育电子产品总销量前五名品牌占市场份额比重67

图表162016-2022年10月诺亚舟销售份额占市场份额比重68

图表172016-2022年10月文曲星销售份额占市场份额比重70

图表182016-2022年10月步步高销售份额占市场份额比重72

图表192016-2022年10月好记星销售份额占市场份额比重73

图表202016-2022年10月e百分销售份额占市场份额比重74

图表21中国教育电子产品消费影响因素97

图表222015年-2015年10月我国教育电子产品行业区域市场对比111

图表23近3年创新诺亚舟电子有限公司销售毛利率变化情况114

图表24近3年创新诺亚舟电子有限公司资产负债率变化情况115

图表25近3年创新诺亚舟电子有限公司产权比率变化情况116

图表26近3年创新诺亚舟电子有限公司固定资产周转次数情况117

图表27近3年创新诺亚舟电子有限公司流动资产周转次数变化情况118

图表28近3年创新诺亚舟电子有限公司总资产周转次数变化情况119

图表29近3年上海好记星数码科技有限公司销售毛利率变化情况124

图表30近3年上海好记星数码科技有限公司资产负债率变化情况125

图表31近3年上海好记星数码科技有限公司产权比率变化情况126

图表32近3年上海好记星数码科技有限公司固定资产周转次数情况126

图表33近3年上海好记星数码科技有限公司流动资产周转次数变化情况127

图表34近3年上海好记星数码科技有限公司总资产周转次数变化情况128

图表35近3年英华达（上海）科技有限公司销售毛利率变化情况132

图表36近3年英华达（上海）科技有限公司资产负债率变化情况133

图表37近3年英华达（上海）科技有限公司产权比率变化情况134

图表38近3年英华达（上海）科技有限公司固定资产周转次数情况135

图表39近3年英华达（上海）科技有限公司流动资产周转次数变化情况136

图表40近3年英华达（上海）科技有限公司总资产周转次数变化情况137

图表41近3年北京金远见电脑技术有限公司销售毛利率变化情况142

图表42近3年北京金远见电脑技术有限公司资产负债率变化情况143

图表43近3年北京金远见电脑技术有限公司产权比率变化情况144

图表44近3年北京金远见电脑技术有限公司固定资产周转次数情况145

图表45近3年北京金远见电脑技术有限公司流动资产周转次数变化情况146

图表46近3年北京金远见电脑技术有限公司总资产周转次数变化情况147

图表47近3年上海荟能企业发展有限公司销售毛利率变化情况150

图表48近3年上海荟能企业发展有限公司资产负债率变化情况151

图表49近3年上海荟能企业发展有限公司产权比率变化情况	152
图表50近3年上海荟能企业发展有限公司固定资产周转次数情况	153
图表51近3年上海荟能企业发展有限公司流动资产周转次数变化情况	154
图表52近3年上海荟能企业发展有限公司总资产周转次数变化情况	155
图表53近3年中恒兴业科技集团销售毛利率变化情况	157
图表54近3年中恒兴业科技集团资产负债率变化情况	158
图表55近3年中恒兴业科技集团产权比率变化情况	159
图表56近3年中恒兴业科技集团固定资产周转次数情况	160
图表57近3年中恒兴业科技集团流动资产周转次数变化情况	161
图表58近3年中恒兴业科技集团总资产周转次数变化情况	162
图表59近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司销售毛利率变化情况	166
图表60近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司资产负债率变化情况	167
图表61近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司产权比率变化情况	167
图表62近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司固定资产周转次数情况	168
图表63近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司流动资产周转次数变化情况	169
图表64近3年东莞市步步高教育电子产品有限公司总资产周转次数变化情况	170
图表65近3年香港权智集团（中国）分公司销售毛利率变化情况	175
图表66近3年香港权智集团（中国）分公司资产负债率变化情况	176
图表67近3年香港权智集团（中国）分公司产权比率变化情况	177
图表68近3年香港权智集团（中国）分公司固定资产周转次数情况	178
图表69近3年香港权智集团（中国）分公司流动资产周转次数变化情况	179
图表70近3年香港权智集团（中国）分公司总资产周转次数变化情况	180
图表712016-2022年中国,教育电子产品行业利润总额预测图	193
图表722016-2022年教育电子产品行业同业竞争风险及控制策略	199

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitawenjiao1511/057504XKEI.html>