

## 2026-2031年中国在线教育行业竞争格局分析及发展前景预测报告

### 报告简介

在线教育是指依托云计算、大数据挖掘、多媒体等信息技术，以互联网为载体，来进行学习与教学的教育形式。与传统教育相比，在线教育能够突破时空限制，降低教育门槛，为用户提供丰富的学习内容，满足人们不同的学习需求。

在线教育已成为教育和互联网领域的热门产业。2020年中国在线教育市场规模约为4328亿元，同比2019年3468亿元增加24.79%。预计2021年市场规模突破5000亿元，达5230亿元，同比增长20.84%。

截至2020年12月，我国在线教育用户规模达3.42亿，较2020年3月减少8125万，占网民整体的34.6%；手机在线教育用户规模达3.41亿，较2020年3月减少7950万，占手机网民的34.6%。下半年，随着疫情防控取得积极进展，大中小学基本都恢复了正常的教学秩序，在线教育用户规模进一步回落，但较疫情之前(2019年6月)仍增长了1.09亿，行业发展态势良好。

2020年7月15日，国家发展和改革委员会等13部门联合印发了《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，其中提到大力发展融合化在线教育，构建线上线下教育常态化融合发展机制，形成良性互动格局。2021年3月10日，教育部印发《关于加强新时代教育管理信息化工作的通知》，要求加强教育管理信息化统筹协调，优化信息系统供给模式，提高教育数据管理水平，促进管理服务流程再造，提高基础设施支撑能力，以信息化支撑教育治理体系和治理能力现代化。

近年来，在线教育市场红利吸引了越来越多的投资注入，2019年，中国在线教育行业共发生融资事件150起，融资总额达115亿元。2020年，中国在线教育融资笔数53比，与上一年持平。头部吸金、中小企业融资难。猿辅导、作业帮等学科辅导类在线教育机构巨额融资，不断刷新国内在线教育企业单笔融资榜单，仅猿辅导一家2020年融资总额就达到35亿美元。市场呈现出两极分化的趋势，加剧了行业的马太效应。2021年1-5月，中国在线教育投融资数量为48起，已透露金额总计91.2亿元。

在线教育行业研究报告主要分析了在线教育行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、在线教育行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国在线教育行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外在线教育行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国在线教育行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对在线教育行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握在线教育行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

## **报告目录**

### **第一章 在线教育基本概述**

#### **1.1 在线教育相关概念介绍**

##### **1.1.1 在线教育**

##### **1.1.2 K12教育**

##### **1.1.3 职业教育**

##### **1.1.4 行业分类**

#### **1.2 在线教育产业链分析**

##### **1.2.1 产业链构成**

1.2.2 内容提供商

1.2.3 平台提供商

1.2.4 技术提供商

1.2.5 资源提供方

## **第二章 在线教育行业PEST分析**

2.1 政策环境(Political)

2.1.1 教育发展规划

2.1.2 教育法案修订

2.1.3 教育信息化政策

2.2 经济环境(Economic)

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业运行情况

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 宏观经济展望

2.3 社会环境(Social)

2.3.1 二胎政策开放

2.3.2 教育投入加大

2.3.3 教育支出增加

2.3.4 互联网普及率高

2.4 技术环境(Technological)

2.4.1 云计算

#### 2.4.2 大数据

#### 2.4.3 物联网

#### 2.4.4 其他技术

### 第三章 中国在线教育发展分析

#### 3.1 中国在线教育发展概况

##### 3.1.1 发展历程

##### 3.1.2 产品模式

##### 3.1.3 产业流程

##### 3.1.4 发展优劣势

#### 3.2 中国在线教育市场分析

##### 3.2.1 市场规模

##### 3.2.2 市场结构

##### 3.2.3 竞争格局

##### 3.2.4 核心竞争力

#### 3.3 中国在线教育用户分析

##### 3.3.1 用户规模分析

##### 3.3.2 用户特征结构

##### 3.3.3 关注领域分布

##### 3.3.4 认知渠道分布

##### 3.3.5 选择影响因素

##### 3.3.6 使用终端分布

#### 3.4 中国在线教育商业模式分析

### 3.4.1 商业模式总体分析

### 3.4.2 B2C模式

### 3.4.3 C2C模式

### 3.4.4 B2C+O2O

### 3.4.5 混合型模式

## 3.5 MOOC模式分析

### 3.5.1 MOOC起源

### 3.5.2 MOOC特点

### 3.5.3 MOOC优势

### 3.5.4 MOOC发展

### 3.5.5 与网络公开课区别

## 第四章 学前在线教育发展分析

### 4.1 中国学前教育发展态势

#### 4.1.1 产业链分析

#### 4.1.2 商业模式分析

#### 4.1.3 行业供需分析

#### 4.1.4 盈利模式分析

### 4.2 中国学前在线教育发展态势

#### 4.2.1 互联网需求分析

#### 4.2.2 早教APP分析

#### 4.2.3 线上渠道分析

### 4.3 中国学前在线教育市场分析

#### 4.3.1 市场规模

#### 4.3.2 用户规模

#### 4.3.3 竞争格局

#### 4.4 学前在线教育发展挑战及机遇

##### 4.4.1 行业存在挑战

##### 4.4.2 行业发展机遇

##### 4.4.3 行业发展空间

### **第五章 K12在线教育发展分析**

#### 5.1 国外K12在线教育发展经验借鉴

##### 5.1.1 国外发展状况

##### 5.1.2 美国经验借鉴

##### 5.1.3 日本经验借鉴

#### 5.2 K12在线教育发展综述

##### 5.2.1 行业领域分类

##### 5.2.2 行业发展阶段

##### 5.2.3 行业竞争主体

##### 5.2.4 行业驱动因素

#### 5.3 K12在线教育市场分析

##### 5.3.1 市场规模

##### 5.3.2 用户规模

##### 5.3.3 竞争格局

##### 5.3.4 投融资情况

## 5.4 K12在线教育细分领域商业模式分析

### 5.4.1 找家教平台

### 5.4.2 在线教学

### 5.4.3 在线答疑

### 5.4.4 题库

## 5.5 K12在线教育存在问题及对策建议

### 5.5.1 行业存在问题

### 5.5.2 细分领域问题

### 5.5.3 行业发展建议

## 第六章 职业在线教育发展分析

### 6.1 中国职业教育发展态势

#### 6.1.1 行业发展分类

#### 6.1.2 国外经验借鉴

#### 6.1.3 发展需求分析

#### 6.1.4 培养模式探索

### 6.2 中国职业在线教育发展综述

#### 6.2.1 行业发展特点

#### 6.2.2 政策大力扶持

#### 6.2.3 MOOC发展

#### 6.2.4 行业发展前景

### 6.3 中国职业在线教育市场分析

#### 6.3.1 市场规模

### 6.3.2 用户规模

### 6.3.3 市场格局

### 6.3.4 投融资情况

## 6.4 中国职业在线教育用户分析

### 6.4.1 主要学习方式

### 6.4.2 期望服务方向

### 6.4.3 授课方式偏好

### 6.4.4 课程花费时间

### 6.4.5 用户付费意愿

## 第七章 其它在线教育细分领域发展分析

### 7.1 高等学历在线教育市场分析

#### 7.1.1 市场规模

#### 7.1.2 用户规模

#### 7.1.3 竞争态势

### 7.2 企业E-Learning发展态势

#### 7.2.1 行业发展特点

#### 7.2.2 市场规模分析

#### 7.2.3 行业用户规模

#### 7.2.4 发展趋势分析

### 7.3 语言在线教育发展态势

#### 7.3.1 市场规模分析

#### 7.3.2 行业用户规模



### 7.3.3 细分市场分析

### 7.3.4 行业竞争力分析

### 7.3.5 行业发展趋势

## 第八章 教育信息化发展分析

### 8.1 教育信息化发展概述

#### 8.1.1 技术特征

#### 8.1.2 发展阶段

#### 8.1.3 驱动因素

### 8.2 国外教育信息化经验借鉴

#### 8.2.1 美国

#### 8.2.2 韩国

#### 8.2.3 新加坡

### 8.3 教育信息化产业链分析

#### 8.3.1 产业链构成

#### 8.3.2 电信运营商

#### 8.3.3 技术提供商

#### 8.3.4 内容提供商

### 8.4 教育信息化发展态势

#### 8.4.1 建设发展成果

#### 8.4.2 三通两平台进展

#### 8.4.3 投资结构升级

#### 8.4.4 市场发展空间

## 8.5 教育信息化发展路径

### 8.5.1 计算机辅助教学阶段

### 8.5.2 计算机辅助学习阶段

### 8.5.3 信息技术与课程融合阶段

## 第九章 中国在线教育典型平台发展分析

### 9.1 沪江

#### 9.1.1 平台发展概况

#### 9.1.2 网站发展历程

#### 9.1.3 公司产品架构

#### 9.1.4 企业转型升级

### 9.2 跟谁学

#### 9.2.1 平台发展概况

#### 9.2.2 企业发展架构

#### 9.2.3 投融资动态

### 9.3 一起作业网

#### 9.3.1 平台发展概况

#### 9.3.2 网站发展定位

#### 9.3.3 网站业务模式

#### 9.3.4 发展态势

### 9.4 猿题库

#### 9.4.1 平台发展概况

#### 9.4.2 网站盈利模式

#### 9.4.3 业务范围拓展

#### 9.4.4 投融资动态

### 9.5 腾讯课堂

#### 9.5.1 平台发展概况

#### 9.5.2 网站发展优势

#### 9.5.3 网站发展布局

#### 9.5.4 网站发展态势

## 第十章 中国在线教育重点企业经营状况

### 10.1 好未来

#### 10.1.1 企业发展概况

#### 10.1.2 经营状况分析

### 10.2 新东方

#### 10.2.1 企业发展概况

#### 10.2.2 经营状况分析

### 10.3 全通教育

#### 10.3.1 企业发展概况

#### 10.3.2 经营效益分析

#### 10.3.3 业务经营分析

#### 10.3.4 财务状况分析

#### 10.3.5 核心竞争力分析

#### 10.3.6 公司发展战略

#### 10.3.7 未来前景展望

## 10.4 正保远程教育

### 10.4.1 企业发展概况

### 10.4.2 经营状况分析

## 第十一章 在线教育行业投资潜力及风险预警

### 11.1 全球在线教育行业总体投资状况

#### 11.1.1 投资规模

#### 11.1.2 领域分布

#### 11.1.3 区域分布

### 11.2 全球在线教育行业重点领域投资状况

#### 11.2.1 IT/配套服务

#### 11.2.2 技能教育

#### 11.2.3 基础教育

### 11.3 中国在线教育行业投资状况

#### 11.3.1 行业投资规模

#### 11.3.2 投资结构分析

#### 11.3.3 投资领域对比

#### 11.3.4 行业投资现状

### 11.4 在线教育行业投资风险预警

#### 11.4.1 市场风险

#### 11.4.2 监管风险

#### 11.4.3 竞争风险

## 第十二章 在线教育发展前景及趋势分析

## 12.1 在线教育行业发展前景展望

### 12.1.1 教育培训前景

### 12.1.2 行业前景展望

### 12.1.3 细分市场前景

## 12.2 在线教育行业发展趋势

### 12.2.1 行业发展趋势

### 12.2.2 行业发展方向

### 12.2.3 线上线下融合

## 图表目录

图表 物联网教育应用分类

图表 中国在线教育发展历程

图表 中国在线教育产业流程图

图表 在线教育优劣势分析

图表 2021-2026年中国在线教育市场结构

图表 中国在线教育竞争格局

图表 2021-2026年中国在线教育用户规模

图表 中国在线教育用户年龄

图表 中国在线教育用户学历

图表 中国在线教育用户类型

图表 中国在线教育用户关注度分布

图表 中国在线教育用户认知渠道分布

图表 中国在线教育用户选择课程主要考虑因素

图表 中国在线教育用户使用终端分布

图表 中国在线教育主要商业模式

图表 中国在线教育主要营收手段

图表 纯C2C平台的劣势

图表 MOOC三大代表平台

图表 MOOC平台一般特征

图表 学前教育产业链构成

图表 学前教育商业模式

图表 学前教育供需不匹配

图表 学前教育赢利点分析配

图表 2021-2026年学前在线教育市场规模

图表 2021-2026年学前在线教育用户规模

hellip;hellip;

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)   Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

报告编号：12530

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12530.shtml>

在线订购：[点击这里](#)