**2024-2029年中国在线教育市场格局分析报告**

**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。

随着新一代80后90后父母教育意识的升级和消费能力的提高、新一代00后10后孩子对互联网的天然熟悉，叠加2020年年初的新冠疫情加快了在线教育的宣传推广，K12家长及学生群体对在线教育的接受度正在快速增长，2019年，K12教育的占比已提升到21.3%，而高等教育及职业培训的占比下降到75%的水平。

2020年7月15日，国家发展和改革委等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6月1日，国家市场监督管理总局召开新闻发布会，强化校外培训机构市场监管。对全国规模较大、知名度较高、投诉举报较多的校外培训机构突击开展现场检查，已对新东方、学而思、精锐教育、掌门1对1、华尔街英语、哒哒英语、卓越等15家校外培训机构处以顶格罚款共计3650万元。市场监管部门表示，将构建长效机制，持续加大校外培训市场监管力度，坚决查处违法违规行为，并会同有关部门完善校外培训机构的行为规范和监管原则。

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。由于2020新冠疫情的正面刺激，中国在线教育行为和习惯得以普及。2020上半年在线教育融资数49起，同比下降40.96%。但融资金额方面，2020上半年在线教育融资总金额达143.4亿元，同比增长48.3%，为近五年同期最高，且已超2019全年融资总额，在线教育展现出巨大的市场前景。

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。本报告对国内外行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、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**

**第一部分 行业基本现状**

**第一章 中国教育体系概述**

第一节 中国教育体系概述

第二节 中国在线教育概述

一、在线教育定义

二、在线教育属性

三、在线教育所具备的特点

四、在线教育分类

第三节 中国在线教育各领域概述

一、课程内容提供方

二、技术设备提供方

三、工具产品提供方

第四节 平台资源整合方

第五节 行业监管机构

**第二章 中国在线教育市场环境分析**

第一节 中国在线教育政策分析

第二节 中国在线教育经济环境分析

一、贫富差距仍然巨大

二、中国教育财政支出情况

三、中国家庭教育支出情况

第三节 中国在线教育社会环境分析

一、学校环境分析

二、用户环境分析

第四节 中国在线教育技术环境分析

**第二部分 行业市场分析**

**第三章 在线教育市场分析**

第一节 海外在线教育市场分析

一、海外在线教育发展现状

二、海外教育投资环境分析

第二节 中国在线教育市场分析

一、中国在线教育现状

二、中国在线教育用户规模

三、2019-2023年中国在线教育市场规模

四、2019-2023年中在线教育细分市场分析

五、中国教育行业投资环境分析

第三节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

**第四章 在线教育各细分领域分析**

第一节 中国学前在线教育市场分析

一、2019-2023年中国学前在线教育市场规模

二、2019-2023年中国学前在线教育用户规模

三、中国学前在线教育创业投资热潮

四、中国学前在线教育产品特点

第二节 中国中小学在线教育市场分析

一、2019-2023年中国中小学在线教育市场规模

二、2019-2023年中国中小学在线教育用户规模

三、中小学在线教育市场特点

第三节 中国高等学历在线教育市场分析

一、2019-2023年中国高等学历在线教育市场规模

二、2019-2023年中国高等学历在线教育用户规模

三、高等学历在线教育市场特点

**第五章 我国在线教育行业产业链分析**

第一节 在线教育行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 在线教育上游行业分析

一、在线教育成本构成

二、2019-2023年上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游行业对在线教育行业的影响

第三节 在线教育下游行业分析

一、在线教育下游行业分布

二、2019-2023年下游行业发展现状

三、2024-2029年下游行业发展趋势

四、下游需求对在线教育行业的影响

**第三部分 行业竞争格局**

**第六章 我国在线教育行业竞争形势及策略**

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、在线教育行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、在线教育行业企业间竞争格局分析

三、在线教育行业集中度分析

四、在线教育行业SWOT分析

第二节 中国在线教育行业竞争格局综述

一、在线教育行业竞争概况

二、中国在线教育行业竞争力分析

三、在线教育市场竞争策略分析

**第七章 “互联网+”背景下在线教育行业的机会与挑战**

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 “互联网+”在线教育行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 “互联网+”在线教育行业的改造与重构

一、互联网改变生产厂商营销模式

二、互联网导致行业利益重新分配

三、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 在线教育与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

**第八章 各地区市场竞争分析**

第一节 华北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第四节 中南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第五节 西南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年市场潜在需求分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

**第九章 在线教育行业领先企业经营形势分析**

第一节 深圳市方直科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第二节 北京立思辰科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第三节 焦点科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第四节 百视通新媒体股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第五节 上海新南洋股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第六节 科大讯飞教育发展有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第七节 华平信息技术股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第八节 广东全通教育股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第九节 武汉天喻信息产业股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

第十节 拓维信息系统股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展机遇

**第十章 2024-2029年在线教育行业投资前景**

第一节 2024-2029年在线教育市场发展前景

一、2024-2029年在线教育市场发展潜力

二、2024-2029年在线教育市场发展前景展望

三、2024-2029年在线教育细分行业发展前景分析

1、高等网络教育

2、在线职业培训

3、企业在线培训

第二节 2024-2029年在线教育市场发展趋势预测

一、2024-2029年在线教育行业发展趋势

二、2024-2029年在线教育市场规模预测

三、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国在线教育行业规模预测

一、2024-2029年中国在线教育行业投资规模预测

二、2024-2029年中国在线教育行业用户规模预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、影响生产经营的变革

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

**第十一章 2024-2029年在线教育行业投资环境分析**

第一节 在线教育行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业相关法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 在线教育行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 在线教育行业社会环境分析

一、在线教育产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、在线教育产业发展的意义

**第四部分 行业投资分析**

**第十二章 2024-2029年在线教育行业投资机会与风险**

第一节 在线教育行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

第二节 2024-2029年在线教育行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

第三节 2024-2029年在线教育行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、市场风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、资金短缺风险及防范

五、其他风险及防范

**第十三章 在线教育行业投资战略研究**

第一节 在线教育行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国在线教育品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 在线教育经营策略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化战略

**第十四章 研究结论及投资建议**

第一节 家用在线教育行业研究结论

第二节 家用在线教育行业投资价值评估

第三节 在线教育行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

**图表目录**

图表：2019-2023年我国在线教育市场规模

图表：2019-2023年我国教育培训行业投资统计

图表：在线教育在教育培训行业投总额占比分析

图表：在线教育行业集中度分析

图表：在线教育重点品牌

图表：在职人员学习时间段与时长

图表：父母对子女在线教育意愿

图表：在线教育重点区域市场

图表：2019-2023年我国互联网教育市场分布

图表：我国教育行业上市公司概况

图表：我国各级各类学校数和在校学生数

图表：2019-2023年我国出国留学人数

图表：影响网络教学平台使用的因素

图表：未来在线教育趋势分析

图表：在线平台产业链

图表：在线教育产业链分析

图表：传统培训机构成本构成

图表：在线教育成本构成

图表：移动学习与网络学习的关系

图表：目前移动APP的用户数

图表：对移动教学APP系统的要求

图表：影响移动学习APP使用的因素

图表：对移动平台及课程的特性需求

图表：困扰移动学习的最大问题

图表：企业员工培训费用

图表：企业员工个人培训费用对工资总额占比

图表：培训手段中e-learning的占比

图表：远程教育模式及相关技术

图表：我国电子商务环境分析

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：四种基本的品牌战略

**把握投资 决策经营！**  
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**  
本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170216/45671.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/bg/20170216/45671.shtml)