

2009-2012年中国电子词典 行业投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国电子词典行业投资分析及深度研究咨询报告》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.cction.com/report/201006/42892.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 电子词典行业发展概况 1

第一节 电子词典行业发展综述 1

一、电子词典 1

二、电子词典类型 1

三、电子词典词汇量 1

第二节 电子词典种类及结构分析 2

一、电子词典的种类 2

二、电子词典的内部结构 3

三、电子词典的界面结构 5

第三节 电子词典的现状与展望 7

一、电子词典共有的功能 7

二、词典功能的比较 7

三、展望与建议 9

第二章 我国电子词典行业发展现状 12

第一节 电子词典市场发展分析 12

一、我国电子词典行业发展分析 12

二、电子词典市场发展现状分析 13

三、2005年-2010年电子词典市场分析 13

第二节 电子词典市场发展态势分析 14

一、电子词典市场走势分析 14

二、科技翻译对电子词典的需求分析 14

三、奥运会、世博会对电子词典的带动 15

四、“开学经济”对电子词典的带动分析 15

第三章 电子词典生产存在的问题及建议 16

第一节 电子词典生产存在问题分析 16

一、电子词典生产主体问题 16

二、内容合法性存在的问题 16

三、内容质量上存在的问题 17

第二节 对电子词典规范管理的建议 18

一、制定电子词典内容质量标准	18
二、进一步明确监管部门	18
三、实行行业准入制度	19
第四章 电子词典消费者偏好调查	20
第一节 青少年消费行为及消费心理的分析	20
一、青少年消费行为及消费心理研究	20
二、青少年消费心理的特征及影响因素	20
第二节 电子词典产品消费情况分析	21
一、电子词典产品的消费行为分析	21
二、电子词典产品的消费需求分析	22
三、2005年-2010年电子词典消费分析	22
第五章 电子词典行业发展前景分析	23
第一节 电子词典市场容量分析	23
一、英语学习、热情不减	23
二、从学生群体分析市场容量	24
三、从英语爱好者人数分析市场容量	24
第二节 电子词典行业发展前景分析	24
一、电子词典行业发展现状	25
二、电子词典行业前景展望	25
三、电子词典业需多方努力	25
第二部分 市场竞争格局与形势	
第六章 电子词典行业竞争格局分析	27
第一节 电子词典行业竞争格局	27
一、电子词典第一阵营竞争分析	27
二、电子词典第二阵营竞争分析	27
三、电子词典第三阵营竞争分析	27
第二节 电子词典行业竞争分析	28
一、电子词典市场竞争核心	28
二、电子词典市场竞争情况分析	28
三、英语学习机市场竞争分析	29
第七章 电子词典竞争产品发展分析	30
第一节 电子教育行业发展分析	30

一、2010年电子教育产品品牌分析	30
二、2010年电子教育市场发展现状	31
第二节 点读机市场发展分析	32
一、点读机市场发展分析	32
二、2010年点读机市场发展方向	32
第三节 数码学习机市场分析	33
第四节 复读机市场发展分析	34
第八章 2010年-2014年中国电子词典行业发展形势分析	35
第一节 电子词典的特点与存在问题	35
一、不同电子词典主要特点	35
二、电子辞典行业存在的问题	37
三、电子辞典行业存在的弊端	37
四、电子词典国际化问题分析	37
第二节 电子词典行业发展形势分析	38
一、电子词典行业发展形势	38
二、2010年整体经营环境分析	39
三、2010年商家盈利形势分析	39
四、2010年消费者购买力走势	40
五、2010年-2014年商家应对新形势的选择	40
六、2010年-2014年厂家应对新形势的选择	40
第三部分 赢利水平与企业分析	
第九章 中国电子词典行业整体运行指标分析	41
第一节 行业产销分析	41
一、发展前景分析	41
二、产销情况分析	42
三、市场容量与增长速度	42
第二节 市场规模分析	42
一、电子词典市场规模分析	42
二、学习机市场规模分析	43
三、ELP市场规模分析	43
第十章 电子词典行业赢利水平分析	44
第一节 成本分析	44

一、电子词典软件成本	44
二、电子词典成本分析	44
第二节 盈利水平分析	45
一、电子词典价格走势	45
二、电子词典效益分析	45
三、电子词典利润分析	45
第十一章 电子词典重点企业发展分析	46
第一节 步步高	46
第二节 诺亚舟	46
第三节 文曲星	48
第四节 好记星	49
第五节 卡西欧	50
第六节 名人	51
第七节 好易通	52
第八节 快易典	53
第九节 康明	54
第十节 快译通	56
第四部分 投资策略与风险预警	
第十二章 电子词典行业投资策略分析	57
一、电子词典行业投资背景	57
二、电子词典行业投资分析	59
三、电子词典店面选址分析	59
四、电子词典行业投资策略	60
第十三章 电子词典行业投资风险预警	62
一、电子词典投资风险预测	62
二、竞争对手模仿风险及对策	63
三、非市场因素风险分析	63
四、经营风险防范分析	64
第五部分 发展趋势与规划建议	
第十四章 电子词典行业发展趋势分析	65
第一节 电子辞典行业发展趋势展望	65
一、电子辞典的功能发展趋势	65

二、电子辞典行业品牌竞争趋势	65
三、内置专业词典版权趋势分析	66
第二节 2010年-2014年电子词典行业发展趋势	66
一、2010年-2014年资源整合趋势	66
二、2010年-2014年核心功能集成发展化趋势	66
三、2010年-2014年娱乐、互动性成发展趋势	66
四、2010年-2014年渠道发展趋势分析	67
第三节 未来电子词典的发展趋势分析	68
一、多媒体技术	68
二、多窗口操作	69
三、多色彩图标	69
四、多入口检索	69
五、多层次显示	69
六、多角度参见	69
七、多功能编辑	70
八、多元化载体	70
九、多界面悬挂	70
十、全方位信息	70
第十五章 电子词典企业管理策略建议	71
第一节 电子词典现状与问题	71
一、发展策略的问题	71
二、技术策略的问题	72
第二节 电子词典的发展策略	73
一、提高认识，加强合作	73
二、明确宗旨，突出特色	74
三、着眼未来，立足当前	74
第十六章 电子词典市场营销策略分析	76
第一节 中国电子词典市场营销分析	76
一、电子词典产品营销标杆分析	76
二、电子词典产业营销战略分析	81
三、品牌厂家掌握市场渠道的策略	83
第二节 电子词典产品的终端营销策略	86

一、产品销售旺季的营销策略 86

二、新产品上市的营销策略 87

三、提升品牌形象的营销策略 88

图表目录

图表：2005年-2010年中国便携式电子学习产品市场规模及增长率 12

图表：2010年五大复读机品牌排名 30

图表：2010年七大点读机品牌排名 30

图表：2010年十大学习机品牌排名 30

图表：2010年十大电子词典品牌排名 31

图表：2005年-2010年电子教育市场发展轨迹分析 31

图表：2010年-2014年中国便携式电子学习产品市场销售量及其发展速度预测 67

图表：2010年-2014年中国市场数码学习设备销售额的预测 68

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201006/42892.html>