

2009-2012年中国电子词典 行业发展前景预测及投资风险研究报告

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发展前景预测及投资风险研究报告》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.cction.com/report/201006/42895.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、电子词典发音技术 4

三、电子词典词汇量 5

四、电子词典发展 5

第二节 电子词典种类及结构分析 6

一、电子词典的种类 7

二、电子词典的内部结构 8

三、电子词典的界面结构 11

四、电子词典的发展 13

第三节 袖珍电子词典的现状与展望 14

一、电子词典对纸质词典的选用 14

二、电子词典共有的功能 20

三、词典功能的比较 21

四、展望与建议 24

第二章 我国电子词典行业发展现状 27

第一节 电子词典市场发展分析 27

一、电子词典市场发展现状 27

二、2010年电子词典市场现状分析 29

三、2010年电子词典市场现状分析 30

四、2010年电子辞典手机市场分析 30

五、2010年-2014年电子词典市场趋势 32

第二节 我国电子词典行业发展分析 34

一、我国电子词典行业发展分析 34

二、电子词典市场竞争情况分析 36

三、科技翻译急需权威电子词典 39

四、电子词典行业发展动态分析 40

第三节 电子词典市场发展态势分析 42

一、电子词典市场现状	42
二、2010年学生最喜爱的电子学习产品	42
三、2010年北京奥运对电子词典的带动	53
四、2005年-2010年开学经济对电子词典的带动	54
五、2010年电子学习产品销售情况分析	57
第三章 电子词典生产存在的问题及建议	59
第一节 电子词典生产存在问题分析	59
一、电子词典认识上的误区	59
二、电子词典生产主体问题	60
三、内容合法性存在的问题	60
四、内容质量上存在的问题	61
五、国家标准书号条码问题	63
第二节 对电子词典规范管理的建议	63
一、制定电子词典内容质量标准	63
二、进一步明确监管部门	64
三、实行行业准入制度	64
第四章 电子词典消费者偏好调查	66
第一节 2009重点电子词典产品比较分析	66
一、外观与售价	66
二、版权词典	66
三、搜索功能	68
四、发音技术	70
五、下载功能	71
六、硬件及其他	72
第二节 青少年消费行为及消费心理的分析	74
一、青少年的消费行为及消费心理研究背景	74
二、青少年的消费行为及消费心理研究方法	74
三、青少年的消费行为及消费心理研究结果	75
四、青少年消费心理的特征及影响因素	81
第三节 电子教育产品消费情况分析	84
一、国内儿童电子教育产品消费情况	84
二、电子教育产品的消费日趋理性	88

- 三、英语电子产品的教育消费需求 90
- 四、高端教育产品消费行为对品牌偏好的影响研究 92

第五章 电子词典行业投资与发展前景分析 99

第一节 外语学习产品市场前景分析 99

- 一、英语学习、热情不减 99
- 二、英语学习、超大市场 100
- 三、数码可视英语学习机的替代优势 101

第二节 电子词典行业发展前景分析 103

- 一、电子词典行业发展现状 104
- 二、电子词典行业前景展望 105
- 三、电子词典业需多方努力 105

第三节 电子教育行业投资机会分析 106

- 一、电子教育业市场投资商机 106
- 二、2010年点读机的投资机会 109
- 三、学习机市场投资机会及策略 110
- 四、风险投资商投资电子教育案例评述 113

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 115

第一节 电子词典行业竞争结构分析 115

- 一、行业内现有企业的竞争 115
- 二、新进入者的威胁 116
- 三、替代品的威胁 117
- 四、供应商的讨价还价能力 117

五、购买者的讨价还价能力 118

第二节 电子词典行业竞争格局分析 118

- 一、电子词典第一阵营竞争分析 118
- 二、电子词典第二阵营竞争分析 119
- 三、电子词典第三阵营竞争分析 119

第三节 电子词典行业竞争分析 119

- 一、电子词典市场竞争核心 119
- 二、数码学习机市场竞争分析 121
- 三、英语学习机市场竞争分析 122

第四节 数码学习机市场竞争分析 123

一、电子词典 125

二、英语复读机 125

三、数码英语学习机 125

第七章 电子词典竞争产品发展分析 127

第一节 电子教育行业发展分析 127

一、2010年电子教育产品品牌分析 127

二、2010年电子教育市场发展现状 128

三、2010年电子教育行业发展前景 130

四、2010年全年消费电子出货预测 135

第二节 点读机市场发展分析 157

一、点读机市场发展概况 157

二、2010年点读机市场发展前景 159

三、2010年点读机市场发展方向 160

四、2010年点读机市场竞争趋势 162

第三节 数码学习机市场发展分析 165

一、数码学习机市场发展概况 165

二、2010年数码学习机市场发展现状 167

三、学习机市场技术壁垒分析 168

四、数码学习机市场亟待规范 171

第四节 复读机市场发展分析 174

一、复读机简介 174

二、复读机市场竞争分析 174

三、复读机产业的发展危机 176

四、复读机市场产销量分析 181

第八章 2010年-2014年中国电子词典行业发展形势分析 184

第一节 电子词典的特点与使用问题 184

一、教师对电子词典使用的态度 184

二、三类不同电子词典主要特点 185

三、电子词典的特点及应用分析 187

第二节 电子辞典市场存在的问题 188

一、电子辞典行业存在的问题 188

二、电子辞典行业存在的弊端	197
三、电子词典国际化问题分析	197
第三节 电子词典行业发展形势分析	200
一、电子词典行业发展形势	200
二、数码学习机行业发展形势	201
三、2010年整体经营环境分析	202
四、2010年商家盈利形势分析	202
五、2010年消费者购买力走势	202
六、2010年-2014年商家应对新形势的选择	203
七、2010年-2014年厂家应对新形势的选择	203
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	205
第一节 行业产销分析	205
一、发展前景分析	205
二、产销情况分析	208
三、市场容量与增长速度	208
第二节 市场规模分析	209
一、电子词典市场规模分析	209
二、电子图书市场规模分析	209
三、学习机市场规模分析	211
四、ELP市场规模分析	213
第十章 电子词典行业赢利水平分析	217
第一节 成本分析	217
一、电子词典软件成本	217
二、电子词典成本分析	218
第二节 盈利水平分析	219
一、电子词典价格走势	219
二、电子词典效益分析	220
三、电子词典利润分析	220
第十一章 电子词典重点企业发展分析	221
第一节 步步高	221
一、企业概况	221

二、步步高复读机发展现状	224
三、2010年公司产品动态	227
第二节 诺亚舟	229
一、企业概况	229
二、诺亚舟的优势	232
三、2010年经营状况	233
第三节 文曲星	236
一、企业概况	236
二、文曲星发展情况	237
第四节 好记星	238
一、企业概况	238
二、2010年公司动态	240
第五节 卡西欧	241
一、企业概况	241
二、卡西欧教育产品的中国营销策略	243
第六节 名人	244
一、企业概况	244
二、名人竞合思维模式	246
第七节 好易通	249
一、企业概况	249
二、好易通产品发展情况	250
第八节 快易典	253
一、企业概况	253
二、快易典产品发展情况	256
第九节 康明	261
一、企业概况	261
二、康明产品发展情况	262
三、2010年公司动态	264
第十节 快译通	265
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	267
第一节 电子词典行业投资策略	267

一、电子词典行业投资背景	267
二、电子词典行业投资分析	269
三、电子词典店面选址分析	269
四、电子词典行业投资策略	270
第二节 电子词典行业发展战略研究	271
一、技术开发战略	271
二、产业战略规划	273
三、业务组合战略	275
四、营销战略规划	277
五、区域战略规划	278
六、企业信息化战略规划	281
第十三章 电子词典行业投资风险预警	284
第一节 电子词典行业投资风险分析	284
一、电子词典投资风险预测	284
二、竞争对手模仿风险及对策	285
三、非市场因素风险分析	285
四、经营风险防范分析	286
第二节 金融危机下电子词典行业发展机遇分析	287
一、金融危机为电子词典企业提供了并购国外企业的机会	287
二、金融危机导致部分经营不善的电子词典企业退出市场	288
三、金融危机中我国电子词典企业发展机遇分析	289
第三节 2010年-2014年电子词典企业战略规划不确定性风险分析	289
一、客观事件的不确定性风险	290
二、市场的不确定性风险	290
三、行业发展的不确定性风险	291
四、技术发展的不确定性风险	291
五、战略规划者的主观不确定性风险	291
六、执行过程的不确定性风险	292
七、工具方法的局限性风险	292
八、战略规划系统的不确定性风险	293
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	295

第一节 电子辞典行业发展趋势展望 295

一、市场容量分析 295

二、电子辞典的功能发展趋势 295

三、电子辞典行业品牌竞争趋势 297

四、内置专业词典版权趋势分析 298

第二节 2010年-2014年电子教育行业发展趋势 298

一、2010年-2014年资源整合趋势 298

二、2010年-2014年核心功能集成发展化趋势 298

三、2010年-2014年娱乐、互动性成发展趋势 299

四、2010年-2014年渠道发展趋势分析 299

五、2010年-2014年数码学习机市场发展趋势 300

第三节 未来电子词典的发展趋势分析 302

一、多媒体技术 303

二、多窗口操作 303

三、多色彩图标 303

四、多入口检索 303

五、多层次显示 303

六、多角度参见 304

七、多功能编辑 304

八、多元化载体 304

九、多界面悬挂 304

十、全方位信息 305

第十五章 电子词典企业管理策略建议 306

第一节 对我国电子词典发展策略的思考 306

一、电子词典的发展分析 306

二、电子词典现状与问题 308

三、电子词典问题的思考 310

四、电子词典的发展策略 311

第二节 对我国电子词典品牌的战略思考 314

一、品牌的基本含义 315

二、品牌战略在企业发展中的重要性 315

三、电子词典品牌的特性和作用 316

四、电子词典品牌的价值战略	316
五、我国电子词典品牌竞争趋势	317
六、电子词典企业品牌发展战略	318
七、电子词典行业品牌竞争策略	319
第十六章 电子词典市场营销策略分析	321
第一节 电子词典等消费电子市场渠道分析	321
一、产业链渠道结构及变革	321
二、2010年零售商50强情况	326
三、2010年零售渠道趋势分析	328
第二节 中国电子词典市场营销分析	333
一、电子词典产品营销标杆分析	333
二、电子词典产业营销战略分析	341
三、品牌厂家掌握市场渠道的策略	347
第三节 电子词典产品的终端营销策略	349
一、产品销售旺季的营销策略	350
二、新产品上市的营销策略	351
三、提升品牌形象的营销策略	352
四、电子词典市场策略及建议	353

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	27
图表：2010年-2015年中国市场DLD销售额的预测	30
图表：2010年3月第3周最受用户关注的前十款支持电子辞典手机排行榜	31
图表：电子辞典手机具体产品主要参数及参考报价	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	33
图表：2010年四大品牌电子词典对比分析	73
图表：调查青少年零用钱的统计结果	76
图表：调查青少年消费行为的统计结果	77
图表：2010年五大复读机品牌排名	127
图表：2010年七大点读机品牌排名	127
图表：2010年十大学习机品牌排名	128
图表：2010年十大电子词典品牌排名	128
图表：2005年-2010年电子教育市场发展轨迹分析	129

图表：2010年1-12月移动电话机产量全国统计 136

图表：2010年1-12月移动电话机产量北京市统计 136

图表：2010年1-12月移动电话机产量天津市统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量辽宁省统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量吉林省统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量上海市统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量江苏省统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量浙江省统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量福建省统计 137

图表：2010年1-12月移动电话机产量江西省统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量山东省统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量湖北省统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量广东省统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量广西区统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量重庆市统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量四川省统计 138

图表：2010年1-12月移动电话机产量贵州省统计 138

图表：2010年1-12月电话单机产量全国合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量北京市合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量天津市合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量辽宁省合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量上海市合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量江苏省合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量浙江省合计 139

图表：2010年1-12月电话单机产量福建省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量江西省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量山东省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量河南省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量湖北省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量广东省合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量重庆市合计 140

图表：2010年1-12月电话单机产量四川省合计 140

图表：2010年1-12月传真机产量全国合计 141

图表：2010年1-12月传真机产量天津市合计 141

图表：2010年1-12月传真机产量上海市合计 141

图表：2010年1-12月传真机产量江苏省合计 141

图表：2010年1-12月传真机产量江西省合计 141

图表：2010年1-12月传真机产量广东省合计 141

图表：2010年1-12月照相机产量全国合计 141

图表：2010年1-12月照相机产量北京市合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量天津市合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量上海市合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量江苏省合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量浙江省合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量福建省合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量江西省合计 142

图表：2010年1-12月照相机产量湖北省合计 143

图表：2010年1-12月照相机产量广东省合计 143

图表：2010年1-5月彩色电视产量全国合计 143

图表：2010年1-5月彩色电视产量吉林合计 143

图表：2010年1-5月彩色电视产量江苏合计 143

图表：2010年1-5月彩色电视产量福建合计 143

图表：2010年1-5月彩色电视产量河南合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量广东合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量重庆合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量浙江合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量江西合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量四川合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量陕西合计 144

图表：2010年1-5月彩色电视产量天津合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量辽宁合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量上海合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量安徽合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量山东合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量湖南合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量贵州合计 145

图表：2010年1-5月彩色电视产量内蒙古合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量全国合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量天津合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量上海合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量江苏合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量浙江合计 146

图表：2010年1-5月组合音响产量福建合计 147

图表：2010年1-5月组合音响产量山东合计 147

图表：2010年1-5月组合音响产量广东合计 147

图表：2010年1-5月组合音响产量四川合计 147

图表：2010年1-5月激光视盘机产量全国合计 147

图表：2010年1-5月激光视盘机产量江苏合计 147

图表：2010年1-5月激光视盘机产量福建合计 148

图表：2010年1-5月激光视盘机产量广东合计 148

图表：2010年1-5月激光视盘机产量江西合计 148

图表：2010年1-5月激光视盘机产量四川合计 148

图表：2010年1-5月激光视盘机产量天津合计 148

图表：2010年1-5月激光视盘机产量辽宁合计 148

图表：2010年1-12月我国视听设备进口数据 149

图表：2010年1季度我国视听设备进口数据 149

图表：2010年1月我国视听设备进口数据 149

图表：2010年2月我国视听设备进口数据 149

图表：2010年3月我国视听设备进口数据 150

图表：2010年2季度我国视听设备进口数据 150

图表：2010年4月我国视听设备进口数据 150

图表：2010年5月我国视听设备进口数据 150

图表：2010年6月我国视听设备进口数据 151

图表：2010年3季度我国视听设备进口数据 151

图表：2010年7月我国视听设备进口数据 151

图表：2010年8月我国视听设备进口数据 151

图表：2010年9月我国视听设备进口数据 152

图表：2010年4季度我国视听设备进口数据 152

图表：2010年10月我国视听设备进口数据 152

图表：2010年11月我国视听设备进口数据 152

图表：2010年12月我国视听设备进口数据 153

图表：2010年1-12月我国视听设备出口数据 153

图表：2010年1季度我国视听设备出口数据 153

图表：2010年1月我国视听设备出口数据 153

图表：2010年2月我国视听设备出口数据 154

图表：2010年3月我国视听设备出口数据 154

图表：2010年2季度我国视听设备出口数据 154

图表：2010年4月我国视听设备出口数据 154

图表：2010年5月我国视听设备出口数据 155

图表：2010年6月我国视听设备出口数据 155

图表：2010年3季度我国视听设备出口数据 155

图表：2010年7月我国视听设备出口数据 155

图表：2010年8月我国视听设备出口数据 156

图表：2010年9月我国视听设备出口数据 156

图表：2010年4季度我国视听设备出口数据 156

图表：2010年10月我国视听设备出口数据 156

图表：2010年11月我国视听设备出口数据 157

图表：2010年12月我国视听设备出口数据 157

图表：区域发展战略咨询流程图 280

图表：区域SWOT战略分析图 281

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 300

图表：2010年-2014年中国市场数码学习设备销售额的预测 302

图表：2010年中国消费电子零售商50强（TOP50） 326

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201006/42895.html>