

2022-2028年中国教育O2O 行业分析与产业竞争格局报告

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

《2022-2028年中国教育O2O行业分析与产业竞争格局报告》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/202112/254409.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

O2O在教育领域，实质上是将“摸不着看不到的教学场景，转化为现实中的真人见面”。目前，百度、阿里巴巴、腾讯、YY、奇虎360等互联网公司纷纷通过资本运作试水在线教育O2O。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国教育O2O行业分析与产业竞争格局报告》共九章。首先介绍了教育O2O行业市场发展环境、教育O2O整体运行态势等，接着分析了教育O2O行业市场运行的现状，然后介绍了教育O2O市场竞争格局。随后，报告对教育O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了教育O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对教育O2O产业有个系统的了解或者想投资教育O2O行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 教育O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国教育O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国教育O2O行业运行现状分析

第一节 我国教育O2O行业发展状况分析

一、我国教育O2O行业发展历程和阶段

二、我国教育O2O行业发展概况及特点

第二节 2015-2019年教育O2O行业运行现状分析

一、我国教育O2O行业资产规模分析

二、我国教育O2O行业市场规模分析

三、中国教育O2O行业市场发展特点

第三节 2015-2019年教育O2O市场经营情况分析

一、中国教育O2O行业交易总额分析

二、中国教育O2O行业利润总额分析

第四节 2015-2019年中国教育O2O所属行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、网络平台数量分析

四、从业人员数量分析

第五节 2015-2019年中国教育O2O所属行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 教育O2O行业发展存在的问题及对策

第一节 教育O2O行业发展存在的问题

一、仅靠“烧钱”难以维系长久

二、缺乏盈利模式步履维艰

三、K12线上教育存在“错位”

第二节 教育O2O行业问题解决对策

一、教育类App收费

二、以小城市为突破口

三、优质内容切K12蛋糕

第五章 我国教育培训市场分析

第一节 我国学生资源分析

一、我国各学段学生人数统计

二、我国各学段学生结构分析

三、我国学生区域分布情况

四、我国学生接受家教或教育培训数量分析

第二节 我国学生接受教育培训分析

- 一、各学段家长对教育培训的态度分析
- 二、各学段学生接受教育培训的时间分析
- 三、我国教育培训市场区域分析

第三节 我国教育培训消费分析

- 一、一般家庭消费水平分析
- 二、消费层次及结构分析
- 三、所接受培训科目或项目分析
- 四、学生对培训人员的要求分析

第四节 影响家长选择的因素分析

- 一、教师资质
- 二、培训方式
- 三、收费标准
- 四、反馈效果

第三部 行业竞争格局

第六章 教育O2O行业主要区域发展分析

第一节 上海

- 一、上海学生上培训班的人数分析
- 二、上海在线教育市场规模分析
- 三、上海教育O2O体验店数量分析
- 四、上海教育O2O市场覆盖人群分析
- 五、上海教育O2O市场发展趋势

第二节 北京

- 一、北京学生上培训班的人数分析
- 二、北京在线教育市场规模分析
- 三、北京教育O2O体验店数量分析
- 四、北京教育O2O市场覆盖人群分析
- 五、北京教育O2O市场发展趋势

第三节 武汉

- 一、武汉学生上培训班的人数分析

二、武汉在线教育市场规模分析

三、武汉教育O2O体验店数量分析

四、武汉教育O2O市场覆盖人群分析

五、武汉教育O2O市场发展趋势

第四节 广州

一、广州学生上培训班的人数分析

二、广州在线教育市场规模分析

三、广州教育O2O体验店数量分析

四、广州教育O2O市场覆盖人群分析

五、广州教育O2O市场发展趋势

第五节 深圳

一、深圳学生上培训班的人数分析

二、深圳在线教育市场规模分析

三、深圳教育O2O体验店数量分析

四、深圳教育O2O市场覆盖人群分析

五、深圳教育O2O市场发展趋势

第六节 南京

一、南京学生上培训班的人数分析

二、南京在线教育市场规模分析

三、南京教育O2O体验店数量分析

四、南京教育O2O市场覆盖人群分析

五、南京教育O2O市场发展趋势

第七节 苏州

一、苏州学生上培训班的人数分析

二、苏州在线教育市场规模分析

三、苏州教育O2O体验店数量分析

四、苏州教育O2O市场覆盖人群分析

五、苏州教育O2O市场发展趋势

第七章 教育O2O成功案例分析

第一节 好学网

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第二节 一起作业网

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第三节 请他教

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第四节 决胜网

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第五节 清大世纪

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第六节 好未来

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第七节 跟谁学

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第八节 安博教育

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第九节 环球雅思

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第十节 学大教育

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

第四部分 投资发展前景

第八章 2022-2028年教育O2O行业投资发展前景

第一节 2015-2019年教育O2O投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资结构分析

三、重点投资区域分析

第二节 2022-2028年教育O2O行业投资机会分析

一、行业投资模式分析

二、行业细分领域投资分析

三、行业区域投资分析

第三节 2022-2028年教育O2O行业发展前景分析

一、行业发展趋势分析

二、行业市场规模预测

三、行业市场需求规模预测

四、行业市场整合趋势预测

第九章 2022-2028年教育O2O行业投资机会与风险防范（ ）

第一节 中国教育O2O行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国教育O2O行业投资风险

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险
- 三、行业技术风险
- 四、行业其他风险

第三节 教育O2O行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第四节 教育O2O行业投资战略及建议

- 一、2022-2028年行业投资战略
- 二、2022-2028年行业投资方式建议
- 三、2022-2028年行业投资方向建议（ ）

图表目录：

图表：教育O2O行业产品的分类结构

图表：教育O2O行业成长周期图

图表：2019年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2015-2019年我国GDP季度累计增长图

图表：2019年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2019年我国居民人均收入情况

图表：2015-2019年我国居民恩格尔系数情况

图表：2019年我国居民可支配收入情况

图表：2015-2019年我国对外贸易进出口情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/254409.html>