

2024-2030年中国在线教育 行业分析与投资前景预测报告

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

《2024-2030年中国在线教育行业分析与投资前景预测报告》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/202310/412547.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

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。

在国家政策支持、互联网繁荣发展，国民受教育意愿提升以及2020年在疫情推动下，在线教育需求激增，在线教育用户规模的快速增长。2020年中国在线教育行业用户规模达到3.42亿人，同比增长27.13%；2021年中国在线教育行业用户规模2.98亿人，较2020年有所下降。随着互联网的迅猛发展，在线教育行业也在逐步壮大，市场规模也明显上升。2020年中国在线教育市场规模增长至4328亿元，同比增长24.79%；2021年在线教育市场规模约3220亿元，同比下滑25.61%。

2020年中国在线教育行业融资事件111起，同比增长27.93%；2021年，为响应国家大力发展素质教育的部署和决心，作业帮等众多教育科技公司、互联网公司均率先进行了探索，推出了各自的素质教育业务，2021年中国在线教育行业融资事件127起，较2020年增长16起。

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。2021年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，着眼建设高质量教育体系，强化学校教育主体地位，深化校外培训机构治理，坚决制止侵害群众利益行为，有效缓解家长焦虑情绪，构建教育良好生态。

由于近年K12教育领域频频出现负面事件，导致针对义务教育阶段的相关监管政策趋严，K12在线教育领域的迅猛发展势头将受到限制，而职业教育依旧受到国家政策的大力支持。职业教育领域或将成为在线教育行业的下一个风口。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线教育行业分析与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了在线教育行业的概念和产业链，接着分析了在线教育行业的发展环境，然后分别介绍了在线教育行业发展情况、在线教育细分领域的发展态势、教育信息化发展进程，随后介绍了在线教育主要网站和上市企业经营状况，再介绍了在线教育行业的投资机会和风险，最后对在线教育行业的未来发展前景和趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、教育部、工信部、电子商务研究中心、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过

专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对在线教育有个系统深入的了解、或者想投资在线教育相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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

第二章 2021-2023年在线教育行业发展PEST分析

2.1 政策环境（Political）

2.1.1 行业健康发展指导

2.1.2 “教育APP”规范政策

2.1.3 教育现代化规划

2.1.4 教育管理信息化

2.1.5 教育新基建政策

2.1.6 义务教育双减政策

2.2 经济环境（Economic）

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 居民收入水平

2.2.3 数字经济规模

2.2.4 城镇化发展水平

2.2.5 宏观经济展望

2.3 社会环境（Social）

- 2.3.1 社会教育发展水平
- 2.3.2 教育经费执行情况
- 2.3.3 家庭教育支出状况
- 2.3.4 互联网普及水平
- 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 人工智能

第三章 2021-2023年全球在线教育行业发展状况

- 3.1 全球在线教育发展综述
- 3.1.1 全球加大教育投入力度
- 3.1.2 全球远程教育发展特点
- 3.1.3 全球主要在线教育平台
- 3.1.4 疫情助推教育信息化发展
- 3.2 欧洲
- 3.2.1 欧洲教育科技投融资情况
- 3.2.2 德国加快教育数字化发展
- 3.2.3 英国远程教育的发展现状
- 3.2.4 俄罗斯在线教育发展状况
- 3.2.5 法国教育信息化建设进展
- 3.2.6 欧洲教育区2025行动计划
- 3.3 亚洲
- 3.3.1 日本在线教育发展综况
- 3.3.2 韩国在线教育投资动态
- 3.3.3 印度在线教育投资热度
- 3.4 美国
- 3.4.1 美国教育科技发展现状
- 3.4.2 美国线上教育发展迅速
- 3.4.3 美国在线教育经验借鉴

第四章 2021-2023年中国在线教育行业发展分析

4.1 中国在线教育发展概况

4.1.1 发展阶段

4.1.2 发展模式

4.1.3 发展意义

4.2 2021-2023年中国在线教育市场运行状况

4.2.1 市场发展规模

4.2.2 行业竞争格局

4.2.3 企业布局分析

4.2.4 区域分布状况

4.3 2021-2023年中国在线教育用户分析

4.3.1 用户规模分析

4.3.2 用户群体结构

4.3.3 关注领域分布

4.3.4 信息传播渠道

4.3.5 教学阶段分布

4.4 中国在线教育商业模式分析

4.4.1 模式总体分析

4.4.2 B2C商业模式

4.4.3 C2C商业模式

4.4.4 O2O商业模式

4.4.5 B2B商业模式

4.4.6 B2B2C商业模式

4.5 MOOC模式分析

4.5.1 MOOC起源

4.5.2 MOOC特点

4.5.3 MOOC优势

4.5.4 MOOC现状

4.5.5 MOOC瓶颈

4.6 新冠肺炎疫情对在线教育行业影响分析

4.6.1 推动在线教育加速发展

4.6.2 影响在线教育市场竞争

- 4.6.3 影响在线教育相关企业
- 4.6.4 影响在线教育用户消费
- 4.6.5 影响在线教育教育发展
- 4.6.6 影响在线教育的产业链
- 4.6.7 后期在线教育发展方向

第五章 2021-2023年中国学前在线教育发展分析

- 5.1 2021-2023年中国学前教育发展态势
 - 5.1.1 商业模式分析
 - 5.1.2 行业政策支持
 - 5.1.3 市场发展现状
 - 5.1.4 行业发展规模
 - 5.1.5 市场竞争格局
 - 5.1.6 盈利模式分析
- 5.2 中国学前在线教育发展概述
 - 5.2.1 互联网作用分析
 - 5.2.2 产品销售渠道
 - 5.2.3 盈利模式分析
 - 5.2.4 教育APP类型
- 5.3 2021-2023年中国学前在线教育市场运行状况
 - 5.3.1 市场发展规模
 - 5.3.2 企业布局分析
 - 5.3.3 盈利模式分析
 - 5.3.4 市场发展机会
- 5.4 中国学前在线教育APP运行状况
 - 5.4.1 活跃用户规模
 - 5.4.2 主要平台介绍
 - 5.4.3 活跃用户分布
- 5.5 学前在线教育行业发展问题及对策
 - 5.5.1 信息化发展问题
 - 5.5.2 改革发展建议
 - 5.5.3 创新驱动策略

第六章 2021-2023年K12在线教育发展分析

6.1 国外K12在线教育发展经验借鉴

6.1.1 国外K12在线教育发展状况

6.1.2 美国K12在线教育建设标准

6.1.3 美国K12在线教育营利模式

6.1.4 印度K12在线教育投资状况

6.2 中国K12在线教育发展综述

6.2.1 行业领域分类

6.2.2 行业发展阶段

6.2.3 教学模式发展

6.3 2021-2023年中国K12在线教育市场运行状况

6.3.1 市场发展规模

6.3.2 市场用户规模

6.3.3 市场份额分析

6.3.4 市场竞争格局

6.3.5 市场融资情况

6.3.6 市场发展调整

6.4 中国K12在线教育用户调研分析

6.4.1 K12在线教育消费人群画像

6.4.2 K12在线教育用户偏好度

6.4.3 K12在线教育用户认可度

6.5 K12在线教育细分市场商业模式分析

6.5.1 找家教平台

6.5.2 在线教学

6.5.3 在线答疑

6.5.4 题库

第七章 2021-2023年高等在线教育发展分析

7.1 2021-2023年高等在线教育发展概述

7.1.1 在线高等教育教学模式

7.1.2 在线高等教育市场现状

- 7.1.3 在线高等教育发展挑战
- 7.1.4 在线高等教育发展建议
- 7.1.5 在线高等教育发展趋势
- 7.2 2021-2023年中国高校在线教育分析
 - 7.2.1 高校在线教育政策环境
 - 7.2.2 高校在线教育发展特征
 - 7.2.3 高校在线教育发展现状
 - 7.2.4 高校在线教育发展差距
 - 7.2.5 高校在线教育优化对策
- 7.3 2021-2023年中国高等职业院校在线教育分析
 - 7.3.1 高职院校在线教育发展形势
 - 7.3.2 高职院校在线教育需求规模
 - 7.3.3 云计算下的高校在线教育平台
 - 7.3.4 高职院校在线教育发展对策
 - 7.3.5 高职院校在线教育建设方向

第八章 2021-2023年在线职业教育发展分析

- 8.1 中国职业教育发展态势
 - 8.1.1 行业发展分类
 - 8.1.2 国外经验借鉴
 - 8.1.3 市场发展需求
 - 8.1.4 市场发展规模
 - 8.1.5 培养模式探索
- 8.2 中国在线职业教育发展综述
 - 8.2.1 市场基本分类
 - 8.2.2 行业发展特点
 - 8.2.3 市场驱动因素
 - 8.2.4 发展政策支持
- 8.3 2021-2023年中国职业在线教育市场分析
 - 8.3.1 市场发展规模
 - 8.3.2 市场用户规模
 - 8.3.3 市场竞争格局

- 8.3.4 市场渗透情况
- 8.3.5 市场投资情况
- 8.4 2021-2023年在线职业技能培训发展分析
 - 8.4.1 相关政策支持
 - 8.4.2 主要平台概况
 - 8.4.3 平台发展现状
 - 8.4.4 市场分布情况
- 8.5 中国在线职业教育用户调研分析
 - 8.5.1 用户基本画像
 - 8.5.2 用户需求分析
 - 8.5.3 用户选择关键
 - 8.5.4 用户偏好分析
 - 8.5.5 用户评价情况

第九章 2021-2023年中国教育信息化发展分析

- 9.1 中国教育信息化发展概述
 - 9.1.1 行业发展阶段
 - 9.1.2 技术融合特征
 - 9.1.3 发展驱动因素
- 9.2 国外教育信息化经验借鉴
 - 9.2.1 美国
 - 9.2.2 法国
 - 9.2.3 日本
- 9.3 中国教育信息化产业链分析
 - 9.3.1 产业链构成
 - 9.3.2 硬件生产商
 - 9.3.3 软件服务商
 - 9.3.4 内容供应商
 - 9.3.5 综合类服务供应商
 - 9.3.6 产业链发展建议
- 9.4 2021-2023年中国教育信息化市场运行状况
 - 9.4.1 重点工作进展

- 9.4.2 市场发展规模
- 9.4.3 行业竞争格局
- 9.4.4 资金投入分析
- 9.4.5 市场融资情况
- 9.4.6 发展面临挑战
- 9.4.7 创新发展建议
- 9.5 教育信息化发展路径分析
- 9.5.1 企业转向集成商发展
- 9.5.2 “马斯洛需求”的应用
- 9.5.3 拓展C端增值服务市场

第十章 2021-2023年中国在线教育典型平台发展分析

- 10.1 沪江
 - 10.1.1 平台发展概况
 - 10.1.2 平台产品体系
 - 10.1.3 CCtalk发展特点
 - 10.1.4 平台发展困境
- 10.2 一起作业网
 - 10.2.1 平台发展概况
 - 10.2.2 产品涵盖体系
 - 10.2.3 网站发展定位
 - 10.2.4 平台营收状况
- 10.3 猿辅导
 - 10.3.1 平台发展概况
 - 10.3.2 产品涵盖体系
 - 10.3.3 业务营收情况
 - 10.3.4 平台融资状况
- 10.4 腾讯课堂
 - 10.4.1 平台发展概况
 - 10.4.2 业务经营状况
 - 10.4.3 平台发展行动
 - 10.4.4 战略升级举措

10.4.5 智能教育解决方案

第十一章 2020-2023年中国在线教育重点企业经营状况

11.1 好未来教育集团

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 2021财年企业经营状况分析

11.1.3 2022财年企业经营状况分析

11.1.4 2023财年企业经营状况分析

11.2 新东方教育科技集团

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 2021财年企业经营状况分析

11.2.3 2022财年企业经营状况分析

11.2.4 2023财年企业经营状况分析

11.3 高途集团

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 2021年企业经营状况分析

11.3.3 2022年企业经营状况分析

11.3.4 2023年企业经营状况分析

11.4 全通教育集团（广东）股份有限公司

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 企业主要业务

11.4.3 经营效益分析

11.4.4 业务经营分析

11.4.5 财务状况分析

11.4.6 核心竞争力分析

11.4.7 公司发展战略

11.4.8 未来前景展望

11.5 中公教育科技有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 经营效益分析

11.5.3 业务经营分析

11.5.4 财务状况分析

- 11.5.5 核心竞争力分析
- 11.5.6 公司发展战略
- 11.5.7 未来前景展望

第十二章 2021-2023年在线教育行业投资潜力及风险预警

12.1 2021-2023年企业在线教育市场布局

- 12.1.1 网易促进在线教育市场新格局
- 12.1.2 华为与教育科技企业战略合作
- 12.1.3 BAT在线教育进入发展新阶段
- 12.1.4 K12在线教育机构进军智慧教育

12.2 2021-2023年中国在线教育行业投融资分析

- 12.2.1 投融资特点分析
- 12.2.2 投融资规模分析
- 12.2.3 投融资市场分析
- 12.2.4 平均融资额变化
- 12.2.5 投融资轮次分布
- 12.2.6 投融资区域分布
- 12.2.7 投融资领域分布

12.3 在线教育行业教育投资机会分析

- 12.3.1 教育科技领域机会显露
- 12.3.2 成人职业教育迎来利好
- 12.3.3 素质教育市场关注提升
- 12.3.4 高中辅导投资潜力显现

12.4 在线教育行业投资风险预警

- 12.4.1 产权风险
- 12.4.2 监管风险
- 12.4.3 师资风险
- 12.4.4 技术风险
- 12.4.5 宣传风险

12.5 在线教育行业投资建议

- 12.5.1 注重市场调研
- 12.5.2 产品差异化战略

12.5.3 与传统教育融合

12.5.4 平衡长短期效益

第十三章 对在线教育行业发展前景及趋势分析

13.1 在线教育行业发展前景展望

13.1.1 市场呈规范化发展态势

13.1.2 二胎政策利好在线教育

13.1.3 科技融合赋能在线教育

13.1.4 在线教育发展战略目标

13.1.5 在线职业教育发展前景

13.2 在线教育行业发展趋势分析

13.2.1 结合前沿技术

13.2.2 实现精准营销

13.2.3 走向下沉市场

13.2.4 线上线下融合

13.3 对2024-2030年中国在线教育行业预测分析

13.3.1 2024-2030年中国在线教育行业影响因素分析

13.3.2 2024-2030年中国在线教育行业市场规模预测

13.3.3 2024-2030年中国在线教育行业用户规模预测

图表目录

图表 中国K12教育阶段

图表 在线教育行业分类

图表 在线教育产业链图谱

图表 在线教育主要内容提供商

图表 在线教育主要平台提供商

图表 在线教育主要技术提供商

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数

图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2022年居民消费价格主要数据

图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 中国公有云IaaS市场TOP5服务商份额占比

图表 物联网教育应用分类

图表 各领域企业教育+人工智能实践

图表 教科文组织远程学习平台推荐名单（一）

图表 教科文组织远程学习平台推荐名单（二）

图表 教科文组织远程学习平台推荐名单（三）

图表 2014-2020年欧洲教育科技融资交易数量和数额

图表 2017-2021年美国教育科技公司融资金额

图表 在线教育主要市场参与者模式

图表 2016-2020年中国网络教育行业市场规模

图表 2015-2021年中国在线教育相关企业注册情况

图表 猿辅导产品布局

图表 好未来产品布局

图表 作业帮产品布局

图表 有道产品布局

图表 跟谁学产品布局

图表 VIP KID产品布局

图表 一起产品布局

图表 2020年中国各省、自治区、直辖市在线教育企业数量排行榜

图表 2018-2021年中国在线教育用户规模及使用率

图表 2020年在线教育关注用户性别占比

图表 2020年在线教育行业光柱用户年龄分布

图表 2020年在线教育行业信息量地域分布

图表 2020年在线教育用户选择原因热度对比

图表 2020年在线教育用户关注点热度对比

图表 2020年在线教育用户正面关注点热度对比

图表 2020年在线教育用户负面关注点热度对比

图表 2020年在线教育行业信息传播主要渠道分布

图表 2021年在线教育行业信息传播主要渠道分布

图表 2020年各教育阶段在线教育热度对比

图表 CCtalk服务体系

图表 MOOC平台一般特征

图表 2019-2020年主要慕课平台学习者人数

图表 2019-2020年主要慕课平台课程数量

图表 2017-2020年主要慕课平台在线学位数量

图表 2017-2020年慕课课程结构

图表 慕课模式健康运转图

图表 为抗击疫情提供免费在线教育的公司

图表 2020年疫情期间中国在线教育用户角色分布

图表 2020年疫情期间中国在线教育用户平台类型偏好调研

图表 2020年疫情期间中国在线教育用户选择平台影响因素调研

图表 2020年疫情期间中国在线教育用户付费增长调查

图表 疫情期间在线职业教育最受欢迎课程类目排行榜

图表 学前教育商业模式

图表 2015-2020年中国在园幼儿数及毛入园率

图表 2015-2020年中国学前教育经费总投入及其占比

图表 2015-2020年中国学前教育学校数量

图表 2020年亚太学前教育影响力50强名单

图表 学前教育赢利点分析配

图表 学前教育线上渠道分析

图表 中国互联网学前教育盈利模式分析

图表 学前教育APP分类

图表 2014-2020年中国在线学前教育市场交易规模

图表 学前在线教育相关企业布局领域

图表 中国互联网学前教育盈利模式分析

图表 新供给、新需求、新内容、新市场共同促进学前在线教育市场的发展

图表 2021年中国儿童教育APP的用户指标变化

图表 中国学前教育APP的用户规模量级分类

图表 中国主要学前教育APP

图表 2020年中国主要学前教育APP月活跃用户数

图表 K12在线教育细分领域

图表 K12在线教育生命周期

图表 2000-2019年K12在线教育课程班型变迁

图表 2017-2020年中国K12在线教育班型结构

图表 2016-2020年中国K12在线教育行业市场规模

图表 2015-2020年中国K12在线教育用户规模分析

图表 2020年中国K12在线教育行业市场规模分布

图表 中国K12在线教育品牌图谱

图表 2015-2020年中国国内K12教育投资情况

图表 2020年部分获投的中国K12在线教育企业

图表 K12在线教育消费人群年龄分布

图表 K12在线教育消费人群学历分布

图表 K12在线教育消费人群城市等级分布

图表 K12在线教育消费人群年收入分布

图表 K12在线教育学员家庭花费意愿

图表 K12在线教育消费人群购买渠道分布

图表 K12在线教育消费家长选择品牌看中平台因素情况

图表 K12在线教育授课模式家长偏好

图表 K12在线教育品牌用户使用度与意愿度

图表 在线学科辅导赛道用户认可度

图表 在线语培赛道用户认可度

图表 在线素质教育赛道用户认可度

图表 K12在线教育主要品牌师资特点

图表 K12在线教育主要品牌课堂监督涉及内容

图表 K12在线教育主要品牌教研团队建设情况

图表 K12在线教育主要品牌课堂体验打造

图表 K12在线教育主要品牌课堂周边增值服务设计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412547.html>