



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国教育电子产品 市场竞争态势与投资前景

一、调研说明

《2009-2012年中国教育电子产品市场竞争态势与投资前景》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145043.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

【 报告前言 】

电子词典、数码学习机等教育电子产品是当前极具潜力的市场消费热点之一。这一行业的迅速兴起和发展，吸引了社会各界的关注。目前我国的教育电子产品多为英语学习工具类。我国的教育电子行业经历了两个阶段的变化。

第一个阶段：单一功能时代在20世纪90年代，以电子平台为基础的学习工具，如电子辞典、复读机、电子书等，因为技术的限制，在当时仅提供了某种单一的学习功能，但是却也帮助学子们在一定程度上提高了学习成绩，因此盛行一时。但单一功能的电子产品普遍具有一定的缺陷。如电子辞典虽然单词量大，但在英语学习教学辅助方面比较匮乏，功能单一，学习者只能“听、读、写”，无法实现使用者和内容之间的互动；传统的复读机，只有听、没有读的学习方式，很容易让使用者产生听觉疲劳，使他们丧失学习英语的兴趣和积极性。

第二个阶段：复合功能时代，数码时代的到来，市场上出现以数码平台为技术核心的数码英语学习机。数码英语学习机拥有真正的存储内核，可以实现“听、说、读、译”的全方位练习。数码学习机代表产品有好记星、e百分、诺亚舟、爱国者等。数码学习机基于数码平台构筑，取代了传统的电子平台，而且在内在功能和学习模式上面也取得了革新，有效整合复读机、单词机、电子辞典、电子书、U盘、MP3、录音笔、读卡器等功能，全面兼容网络学习、情景教学、随身外教、单词超速记忆、同步教材讲解、互动全真题库、权威辞典、在线图书馆等模式。

教育电子产业的市场到底有多大、前景如何，一直是行业内关注的焦点。几年来被普遍认为只有几十亿市场规模的电子辞典、PDA等教育电子产业，随着技术的更新与数码时代的来临，吸引了更多的消费人群，市场规模已经扩充到200亿左右。我国有5亿人学习英语的需求，以5%的购买率为例，将达到2500万台的销售量，以平均每台800元（电子词典、数码学习机售价平均线）价格计算，市场规模将达到200个亿。教育电子产业的发展速度迅猛。以诺亚舟的销售为例，2004年，诺亚舟的销量从2000年的11万台猛增至200万台。从另一个角度分析，数据显示，在大英语产业中，图书以及磁带、VCD等音像产品每年约有350亿的销售额，而英语培训每年也能创造120亿的“辉煌战绩”。2004年以来，教育电子产品通过技术升级，逐渐能替代图书、音像资料、培训所承担的功能，开始瓜分传统产业的蛋糕。

教育电子行业将成为手机、乳品、汽车润滑油之后，中国又一个借传播迅速打造民族品牌、拓展市场容量的快速增长行业。这一行业的迅速兴起和发展，吸引了社会各界的关注。作为一个新兴行业，教育电子行业究竟如何共同做大、做好这一市场，成为社会各界共同关注

和讨论的热点话题。但是，毋庸讳言的是，在一些代表型厂商的过份爆炒之下，这个行业已患上“侏儒症”，还没完全做大，却已暴露过早衰老的迹象。在好记星、E百分、诺亚舟等产品的营销上，无一不是采用“恐吓+利诱”的保健品式手法来俘虏家长，虽然在短时期内取得了辉煌的业绩，却也埋下了市场溃败的隐患。目前，“好记星”的销量在一些重点城市已出现明显下滑的趋势，经营风险已经迫近。学习机行业有如几年前的家电市场，拼广告，比概念，杀价格，抢终端，上演了一场轰轰烈烈的肉搏战：老品牌为了抢占市场狂打广告战，新进品牌靠低价劣质产品浑水摸鱼。随着消费者逐渐趋于理性，可以预见，从今年开始，数码学习机市场竞争的重点将逐渐回归到更加本源的产品和服务创新上来。因此，各品牌开始作出更为理性的战略调整，一线品牌纷纷树立进入壁垒，意图对市场进行清理。学习机行业发展到一定程度，洗牌是一种规律和必然。目前整个行业还处于战国时期，品牌混杂，良莠不齐，急需清理门户。学习机行业将会重新洗牌，那些实力弱小和浑水摸鱼的品牌，结局注定是被淘汰出局。

【 报告目录 】

第一章 2008年中国教育电子产品行业发展环境分析 14

第一节 2008年中国教育电子产品经济环境分析 14

一、中国GDP分析 14

二、物价指数分析 16

三、存贷款利率变化 18

四、财政收支状况 19

第二节 2008年中国教育电子产品行业发展政策环境分析 22

一、产业政策分析 22

二、行业准入政策分析 22

三、相关行业政策影响分析 22

第三节 2008年中国教育电子产品行业发展社会环境分析 24

第四节 2008年中国教育电子产品行业发展技术环境分析 27

一、就业与人才分析 27

二、年龄结构分析 31

三、居民消费 33

四、消费观念 35

第二章 2008年中国教育电子产品行业发展形势分析 39

第一节 2008年中国教育电子产品发展特征分析 39

- 一、是科学技术不断作用的结果 39
- 二、是教育需求对市场拉动的结果 39
- 三、中国教育电子产品市场竞争激烈 39
- 四、中国教育电子产品行业洗牌已经开始 39
- 五、中国教育电子产品市场消费问题突出 40

第二节 2008年中国教育电子产品行业存在问题分析 40

- 一、市场"鱼龙混杂", 假冒产品众多 40
- 二、宣传夸大其词, 产品性价比不高 41
- 三、技术侵权问题尤为严重 41
- 四、研发投入明显不足 41
- 五、市场开发形式单一 42
- 六、对消费者缺乏研究 42
- 七、产品售后问题突出 43

第三节 2008年中国教育电子产品行业应对策略分析 43

第三章 2008年中国教育电子产品行业市场运行动态分析 45

第一节 2008年中国教育电子产品行业市场分析 45

- 一、教育电子产品市场回顾 45
- 二、教育电子产品行业市场渠道分析 45
- 三、教育电子产品行业市场特点分析 46

第二节 2008年中国教育电子产品行业市场运营分析 47

- 一、市场供给分析 47
- 二、市场需求分析 47
- 三、市场经营特点分析 48

第三节 2008年中国教育电子产品行业市场供需平衡分析 48

第四章 2008年中国教育电子产品细分行业市场分析——数码学习机 50

第一节 2008年中国数码学习机行业发展综述 50

- 一、数码学习机行业特点分析 50
- 二、数码学习机成本价格构成 51

三、埋藏在数码学习机里的版权"地雷" 52

第二节 2008年中国数码学习机行业市场运行分析 52

一、市场规模分析 52

二、竞争格局分析 53

第三节 2009-2012年中国数码学习机发展趋势分析 54

第五章 2008年中国教育电子产品细分行业市场分析——电子辞典 56

第一节 2008年中国电子辞典行业运行情况分析 56

一、电子辞典特点分析 56

二、电子辞典主要产品价格走势分析 59

三、电子辞典发展技术分析 60

第二节 2008年中国电子辞典行业市场运行分析 61

一、市场规模分析 61

二、竞争格局分析 61

三、主体企业分析 62

第三节 2009-2012年中国电子辞典发展趋势分析 63

第六章 2008年中国教育电子产品细分行业市场分析——复读机 64

第一节 2008年中国复读机行业发展概况 64

一、运行特点分析 64

二、主要产品价格走势分析 64

三、有关复读机资讯 65

第二节 2008年中国复读机行业市场运行分析 66

一、市场规模分析 66

二、市场竞争格局分析 66

第三节 2009-2012年中国复读机行业发展趋势分析 67

第七章 2008年中国教育电子产品行业市场消费者调查分析 68

第一节 中国教育电子产品行业市场消费者需求变量分析 68

一、人口统计变量分析 68

二、地理变量分析 68

三、心理变量分析 69

四、社会环境变量分析 69

第二节 2008年中国教育电子产品行业市场消费者偏好调查 69

一、消费产品偏好 69

二、消费品牌偏好 70

三、消费渠道偏好 71

四、消费者价格选择 71

五、消费影响因素 72

第三节 2009-2012年中国教育电子产品行业市场消费者需求趋势分析 73

第八章 2008年中国教育电子产品行业市场竞争态势分析 74

第一节 2008年中国教育电子产品市场竞争现状分析 74

一、技术竞争分析 74

二、品牌竞争分析 74

三、价格竞争分析 74

第二节 2008年中国教育电子产品行业市场集中度分析 75

一、区域集中度分析 75

二、产品集中度分析 75

三、市场集中度分析 76

第三节 2008年影响中国教育电子产品市场竞争因素分析 77

第九章 2008-2009年中国教育电子产品细分区域市场竞争格局分析 79

第一节 东北地区教育电子产品市场发展状况分析 79

第二节 华北地区教育电子产品市场发展状况分析 79

第三节 华东地区教育电子产品市场发展状况分析 80

第四节 华中地区教育电子产品市场发展状况分析 81

第五节 华南地区教育电子产品市场发展状况分析 83

第六节 2008-2009年中国教育电子产品行业区域市场对比分析 83

第十章 2008-2009年中国教育电子产品行业主体企业综合竞争力分析 85

第一节 创新诺亚舟电子有限公司 85

一、企业概况 85

二、经营状况分析 85

三、2008-2009年企业竞争优势分析	87
四、企业未来发展战略与规划	87
第二节 上海好记星数码科技有限公司	88
一、企业概况	88
二、经营状况分析	88
三、2008-2009年企业竞争优势分析	91
四、业务范围及产品分析	91
第三节 英村科技有限公司	92
一、企业概况	92
二、经营状况分析	92
三、2008-2009年企业竞争优势分析	94
四、企业未来发展战略与规划	95
第四节 北京金远见电脑技术有限公司(文曲星)	96
一、企业概况	96
二、经营状况分析	96
三、2008-2009年企业竞争优势分析	98
四、企业未来发展战略与规划	99
第五节 上海荟能公司(E百分)	102
一、企业概况	102
二、核心竞争力分析	102
三、企业未来发展战略	103
第六节 中恒兴业科技集团	103
一、企业概况	103
二、经营状况分析	103
三、2008-2009年企业竞争优势分析	105
四、企业未来发展战略与规划	106
第七节 东莞市步步高教育电子产品有限公司	106
一、企业概况	106
二、经营状况分析	107
三、2008-2009年企业竞争优势分析	109
四、企业未来发展战略与规划	109
第八节 权智掌上电脑有限公司(快译通)	110

- 一、企业概况 110
- 二、业务范围及主要产品 110
- 三、核心竞争力分析 111
- 四、企业未来发展战略 112

第十一章 2008-2009年中国教育电子产品行业市场投融资与并购特征及趋势分析 113

第一节 2008-2009年中国数码学习机市场投融资与并购状况分析 113

- 一、投资规模分析 113
- 二、投资热点分析 113
- 三、投资区域分析 113
- 四、投资方式分析 114
- 五、投资回报分析 114
- 六、投资趋势分析 114

第二节 2008-2009年中国电子辞典市场投融资与并购状况分析 114

- 一、投资规模分析 114
- 二、投资热点分析 115
- 三、投资区域分析 115
- 四、投资方式分析 116
- 五、投资回报分析 117
- 六、投资趋势分析 117

第三节 2008-2009年中国复读机市场投融资与并购状况分析 118

- 一、投资规模分析 118
- 二、投资热点分析 118
- 三、投资区域分析 119
- 四、竞争趋势分析 119
- 五、投资回报分析 119
- 六、投资趋势分析 120

第十二章 2009-2012年中国教育电子产品行业发展趋势预测分析 121

第一节 2009-2012年中国教育电子产品行业发展趋势分析 121

- 一、2009-2012年中国教育电子产品行业发展分析 121
- 二、2009-2012年中国教育电子产品行业技术开发方向 121

三、中国教育电子产品行业"十一五"整体规划及预测	122
第二节 2009-2012年教育电子产品行业市场预测分析	123
一、2009-2012年行业供应预测	123
二、2009-2012年行业需求预测	124
三、2009-2012年行业产品价格走势预测	124
第三节 2009-2012年中国教育电子产品行业盈利能力预测	125
第十三章 2009-2012年中国教育电子产品行业投资机会与风险分析	126
第一节 2009-2012年中国教育电子产品行业投资环境分析	126
第二节 2009-2012年教育电子产品行业投资机会分析	131
一、规模的发展及投资需求分析	131
二、与产业政策调整相关的投资机会分析	131
第三节 2009-2012年中国教育电子产品行业投资风险分析	133
一、市场竞争风险	133
二、金融风险	134
三、技术风险	136
四、政策和体制风险	136
第四节 专家建议	137

【 图表目录 】

图表 1 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图	17
图表 2 2006-2009年中国季度GDP增长率走势图	17
图表 3 2006-2009年中国季度GDP增长速度表	18
图表 4 2008-2009年各月中国价格指数统计表	19
图表 5 2006-2009年6月中国价格指数月度走势图	20
图表 6 2006-2009年5月中国主要消费品CPI月度走势图	20
图表 7 2008-2009年中国财政收入及增长趋势统计表	22
图表 8 2008-2009年中国财政收入对比图	23
图表 9 2008-2009年中国财政收入增长率变化图	23
图表 10 2000-2009年中国财政收入变化趋势图	24
图表 11 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图	27
图表 12 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图	28

图表 13 1978-2008年中国城乡居民人均收入增长对比图 28

图表 14 我国教育经费支出增长趋势图 28

图表 15 2003-2008年我国各类教育招生人数 28

图表 16 2000~2008年中国就业人数变化 28

图表 17 00~08年中国城镇就业人数变化 28

图表 18 1970-2008年中国城乡就业人口对比图 28

图表 19 中国不同产业就业人口走势 28

图表 20 1990-2008年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 28

图表 21 2000-2008年我国总人口增长趋势图 28

图表 22 2008年人口数及其构成 28

图表 23 2003-2009年中国社会消费品零售总额变化情况 28

图表 24 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 28

图表 25 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 28

图表 26 2005-2010年中国互联网用户消费总规模增长 28

图表 27 2009年中国数码学习机渠道调查结果 28

图表 28 2009年中国大陆教育电子细分市场的需求构成图 28

图表 29 2004-2009年中国大陆数码学习机需求分析图 28

图表 30 2005-2009主流电子词典市场价格走势 28

图表 31 2003-2009年中国复读机主流价格趋势 28

图表 32 2005~2009年中国复读机市场供给量（万台） 28

图表 33 2009年中国教育电子消费者学历构成 28

图表 34 2009年中国教育电子产品消费者性别构成 28

图表 35 2009年中国数码学习机主要品牌关注度 28

图表 36 2009年中国数码学习机主流价格段关注比例分布 28

图表 37 2009年数码学习机主流价格段关注比例和数量比例对比 28

图表 38 2009年中国DLP消费者影响主要因素构成 28

图表 39 2009年中国教育电子产品市场分布图 28

图表 40 2009年中国数码学习机市场集中度 28

图表 41 2009年东北地区与全国数码学习机市场对比情况 28

图表 42 2009年东北地区占全国数码学习机市场份额 28

图表 43 2009年华北地区占全国数码学习机市场份额 28

图表 44 2009年华东地区占全国数码学习机市场份额 28

图表 45 2009年华中地区占全国数码学习机市场份额 28

图表 46 2009年华南地区占全国数码学习机市场份额 28

图表 47 2009年中国数码学习机区域市场份额对比图 28

图表 48 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司收入状况表 28

图表 49 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利指标表 28

图表 50 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司盈利能力表 28

图表 51 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司资产及负债表 28

图表 52 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司负债表 28

图表 53 2007-2008年创新诺亚舟电子（深圳）有限公司成本费用构成表 28

图表 54 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司收入状况表 28

图表 55 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司盈利指标表 28

图表 56 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司盈利能力表 28

图表 57 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司资产及负债表 28

图表 58 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司负债表 28

图表 59 2007-2008年上海好记星数码科技有限公司成本费用构成表 28

图表 60 2007-2008年英村科技有限公司收入状况表 28

图表 61 2007-2008年英村科技有限公司盈利指标表 28

图表 62 2007-2008年英村科技有限公司盈利能力表 28

图表 63 2007-2008年英村科技有限公司资产及负债表 28

图表 64 2007-2008年英村科技有限公司负债表 28

图表 65 2007-2008年英村科技有限公司成本费用构成表 28

图表 66 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司收入状况表 28

图表 67 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司盈利指标表 28

图表 68 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司盈利能力表 28

图表 69 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司资产及负债表 28

图表 70 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司负债表 28

图表 71 2007-2008年北京金远见电脑技术有限公司成本费用构成表 28

图表 72 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司收入状况表 28

图表 73 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司盈利指标表 28

图表 74 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司盈利能力表 28

图表 75 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司资产及负债表 28

图表 76 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司负债表 28

图表 77 2007-2008年北京中恒兴业科技集团有限公司成本费用构成表 28
图表 78 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司收入状况表 28
图表 79 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利指标表 28
图表 80 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司盈利能力表 28
图表 81 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司资产及负债表 28
图表 82 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司负债表 28
图表 83 2007-2008年东莞市步步高教育电子产品有限公司成本费用构成表 28
图表 84 2010-2013年中国市场DLD销售额的预测 28
图表 85 2009年中国电子信息制造业主营业务收入增长率走势图 28
图表 86 2005-2008年中国大陆电子信息行业的主营业务收入与2009年-2010年预测 28
图表 87 2009年1-9月中国主要电子产品产量累计增长情况 28
图表 88 2009年中国主要电子产品产量增速对比图 28
图表 89 2009年中国大陆电子产品出口额增长率回升幅度预测 28
图表 90 2005-2008年中国大陆电子产品出口增长及2010年预测 28
图表 91 2009年中国大陆电子产品总出口额增长率回升幅度预测 28
图表 92 2005-2008年中国大陆电子产品总进口额增长与预测 28
图表 93 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 28
图表 94 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 28
图表 95 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 28

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145043.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。