



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）行业市场运行状况及投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）行业市场运行状况及投资咨询报告》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/24036.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

第一章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场运行环境

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行经济环境

一、中国GDP增长状况

二、中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行社会环境

一、国家对基础教育的重视

二、中小学生、家长对学习英语的重视程度越来越高

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行技术环境

第二章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场发展状况

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场总体发展状况

一、2008-2009年中国ELP行业发状况综合

二、2008-2009年中国ELP产业链整合步入理性消费时代

三、2008-2009年中国ELP市场洗牌在即

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场焦点及动向

一、ELP差异化策略谋求新生

二、ELP百亿市场凸显"替代热潮"

三、ELP遭遇产业升级难题

四、ELP产品着严重的同质化问题

五、以科技为核心打造ELP业的王牌

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场特点

一、礼品市场和学生群体带动市场季节性销售明显

二、同行并购，大厂进入，行业前景被看好

三、市场和消费者日益成熟

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场存在问题

一、ELP快速发展遭遇"成长烦恼"

二、ELP市场火爆背后的危机

三、ELP行业标准不规范

四、ELP市场怪状解析

第三章 2008-2009年中国便携式数码学习产品细分市场运行状况研究——数码学习

机

第一节 2008-2009年中国数码学习机行业发展环境

- 一、数码学习机在英语学习中的应用
- 二、中国数码学习机大市场逐步成形
- 三、数码学习机行业新标准呼之欲出

第二节 2008-2009年中国数码学习机市场发展状况

- 一、中国学习机市场规模状况
- 二、数码学习机市场火热
- 三、数码学习机品牌集中阶段
- 四、中国数码学习机市场回顾与发展
- 五、数码学习机开始内容收费

第三节 2008-2009年中国数码学习机市场营销

- 一、数码学习机产品的消费者
- 二、数码学习机中国特色产品营销解析
- 三、数码电子学习机市场营销全面透析
- 四、中国数码学习机产品的营销危机
- 五、学习机市场要警惕"数码保健品"营销模式

第四节 2008-2009年中国数码学习机市场面临的挑战及对策

- 一、数码学习机发展中的问题
- 二、数码学习机市场鱼龙混杂
- 三、数码学习机遭遇"版权门"事件
- 四、数码学习机命的危机及发展对策

第五节 2009-2012年中国数码学习机市场发展趋势

- 一、数码学习机行业展望
- 二、数码学习机的内容发展方向
- 三、数码学习机技术发展态势
- 四、数码学习机的市场发展趋势

第四章 2008-2009年中国ELP细分市场运行状况研究——电子词典及复读机

第一节 电子词典的概念及特点

- 一、电子词典的概念
- 二、电子词典的特点

三、电子词典与传统纸张词典对比

第二节 2008-2009年中国电子词典的发展综合

一、电子词典市场走向衰落

二、电子词典存在技术瓶颈

三、电子词典业的广告乱战

四、电子词典市场发展展望

第三节 2008-2009年中国复读机发展形势

一、复读机概念特性

二、复读机市场政策效果不明

三、复读机业面临灭顶之灾

四、复读机市场发展对策解析

第五章 2008-2009年中国便携式电子学习产品消费者调查

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者类型

一、学生

二、成人

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者品牌倾向研究

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者产品功能需求研究

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望研究

第五节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道研究

第六节 2008-2009年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素

一、品牌知名度

二、价格

三、产品准确、快速和方便度

第七节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道研究

一、电视购物

二、网络购物

三、超市专柜

四、专卖店

第六章 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业市场竞争状况

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业整体竞争格局

一、中低端ELP市场竞争格局

二、高端ELP市场竞争格局

第二节 2008年中国便携式数码学习产品行业竞争策略

一、价格战

二、营销战

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业理性竞争策略

一、成人市场，ELP行业的新蓝海

二、学生是"学导向"，成人则是"用导向"

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品企业获取市场份额的途径

一、渠道实力

二、研发实力

三、大量的宣传攻势

第七章 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业重点企业发展态势

第一节 好记星

一、好记星营销及发展历程全面

二、好记星领军数码学习机行业的良性竞争

三、好记星创新科技打造品牌

四、好记星携手名人引领市场拐点

五、好记星打造数码学习机市场标准

第二节 步步高

一、步步高公司简介

二、步步高企业三大事业体系解析

三、步步高电子的创新战略解析

第三节 诺亚舟

一、诺亚舟公司介绍

二、诺亚舟学习机的优势

三、诺亚舟服务体系介绍

四、诺亚舟在中国ELP市场发展状况

五、诺亚舟"搜学引擎"平台引发行业革命

六、诺亚舟在纽约交易所挂牌上市

第四节 文曲星

- 一、金远见公司简介
- 二、文曲星以诚信打造品牌
- 三、文曲星的七种市场营销武器
- 四、文曲星MyET软件热销市场

第五节 快译通

- 一、权智（国际）有限公司简介
- 二、快译通市场推进中的问题及对策
- 三、电子词典市场缩水逼迫快译通转型
- 四、快译通发力掌上电脑市场

第八章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业发展趋势预测

第一节 2008年中国便携式数码学习产品行业发展趋势

- 一、国内ELP市场的增长主要将是来自学习机的增长
- 二、"技术主导，内容制胜"，是学习机行业发展的未来趋势
- 三、除了中小學生群体外，成年人也将是学习机行业的一个潜在市场
- 四、专业人士的专业学习机，有可能是学习机市场的一个新增长点
- 五、学习与通讯结合是今后学习机发展的新潮流

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业竞争趋势

- 一、学习机市场将向一线品牌集中
- 二、竞争将回归到产品技术和品质
- 三、同步辅导课件是学习机竞争关键
- 四、未来的学习机市场竞争是"内容为王"

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业市场发展趋势预测

- 一、2009-2012年中国ELP市场规模预测
- 二、2009-2012年中国ELP市场结构预测
- 三、2009-2012年中国ELP市场产品发展趋势预测

第九章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资前景

第一节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资机会

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业进入壁垒

- 一、硬件设计
- 二、软件开发

三、资料处理

四、产品测试

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资风险

一、技术风险

二、竞争风险

三、政策风险

四、金融风险

五、其他风险

第四节 权威专家建议

图表目录：（部分）

图表：中国GDP增长状况

图表：中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表：2008年中国便携式数码学习产品产业链

图表：电子词典与传统纸张词典对比

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者类型

图表：不同消费者对复读机的品牌倾向

图表：不同消费者对电子词典的品牌倾向

图表：不同消费者对数码学习机的品牌倾向

图表：不同消费者对复读机功能需求

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道

图表：2008年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/24036.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。