



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国网络教育市场 分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国网络教育市场分析及投资策略研究报告》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/272570.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](mailto: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

网络教育一般指远程教育,是成人教育学历中的一种。是指使用电视及互联网等传播媒体的教学模式,它突破了时空的界线,有别于传统的在校住宿的教学模式。使用这种教学模式的学生,通常是业余进修者。由于不需要到特定地点上课,因此可以随时随地上课。学生亦可以透过电视广播、互联网、辅导专线、课研社、面授(函授)等多种不同管道互助学习。是现代信息技术应用于教育后产生的新概念,即运用网络技术与环境开展的教育。招生对象不受年龄和先前学历限制,为广大已步入社会的群众提供了学历提升的机会。

一些培训机构和个人冒用现代远程教育试点高校名义,通过网络等媒体进行网络教育"不用考试"、"一年取证"、"考试有答案"、"论文保通过"、"拿证零障碍"、"包毕业"、"包过"等虚假宣传,严重毁坏了试点高校网络学院的社会声誉,误导和欺骗了广大考生。日前,教育部发出2015年高校网络教育招生预警,提醒广大网络教育考生:报考时不要轻信上述虚假宣传,要登录正规网站,查询教育部网络教育招生文件,并直接与教育部公布的有资质的现代远程教育试点高校联系报考。

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家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:

### 第一章 网络教育行业概述 8

#### 第一节 网络教育基础阐述 8

##### 一、网络教育的定位 8

##### 二、网络教育的特点 8

##### 三、网络教育的组织 9

##### 四、网络教育行业结构 11

#### 第二节 网络教育的模式 12

##### 一、网络教育的主要模式 12

##### 二、远程教育的教学模式 13

##### 三、远程教育的运营模式 14

##### 四、网络教育市场的几种主要业务模式 15

#### 第三节 网络远程教育中的师生角色及其交互关系 17

##### 一、网络远程教育中的教学主体——教师 17

二、网络远程教育中的学习主体&mdash;学生	18
三、网络远程教育中的师生交互主体性关系	19
四、网络教育重构师生关系	20
五、网络环境下的师生交互策略	21
第四节 网络教育经济性和教育性	24
第二章 2013-2015年中国网络教育服务行业运行环境分析	25
第一节 2013-2015年中国网络教育服务政策分析	25
一、国家教育经费投入的增加	25
二、加强网络教育的规范化管理	25
第二节 2013-2015年中国宏观经济环境及影响分析	26
一、中国GDP分析	26
二、消费价格指数分析	27
三、城乡居民收入分析	28
四、社会消费品零售总额	30
五、全社会固定资产投资分析	30
六、进出口总额及增长率分析	31
第三节 2013-2015年中国网络教育服务社会环境分析	33
一、中国人口规模及结构分析	33
二、学校环境：资源分布的非平衡性为主要矛盾	33
三、中国人口学历情况	34
四、中国互联网普及与应用状况	35
五、中国就业形势	36
第四节 2013-2015年中国网络教育技术环境分析	36
一、硬技术是网络教育的发展基础	36
二、软技术是网络教育的发展根本	37
第三章 2013-2015年中国网络教育市场运行态势分析	38
第一节 2013-2015年中国网络教育市场运行总况	38
一、中国网民参加网络教育的情况	38
二、中国网络教育市场规模状况	38
三、中国网络教育市场增速分析	40
四、中国网络教育迈进服务时代	43
第二节 2013-2015年中国网络远程教育市场现状综述	43

一、网络大学越来越受到青睐	43
二、中国网络远程教育市场年产值分析	44
二、中国网络教育用户规模持续增长	48
三、网络教育更受男性用户青睐	48
第四章 2013-2015年中国网络教育服务行业运行现状分析	50
第一节 2013-2015年中国网络教育服务行业特征分析	50
一、品牌与资源结合是发展之本	50
二、“本地化”是市场运作的精髓	50
三、“专业”是规避风险最有效手段	51
四、资本市场高度关注中国网络教育服务业	51
第二节 2013-2015年中国网络教育服务行业运行现状综述	51
一、网络教育服务产业进入发展的“拐点”	51
二、服务质量成为网络教育发展重点	53
三、现代远程教育服务农村改革发展大局研究	53
四、远程教育服务学习实践科学发展活动平台构建	57
第三节 2013-2015年中国网络教育服务行业发展中存在的问题	58
第五章 2013-2015年中国网络教育服务市场运行态势分析	60
第一节 2013-2015年中国网络教育服务市场综述	60
一、网络教育服务行业市场容量分析	60
二、网络教育服务消费群体分析	60
三、互联网与教育培训产业网络教育服务行业市场影响分析	61
第二节 2013-2015年中国网络教育服务行业供求格局分析	63
一、“终生教育”体制的构建加快了我国网络教育服务行业的供求平衡	63
二、全方位“引擎式”服务模式得到消费市场认可	63
第六章 2013-2015年中国网络教育服务细分行业发展状况分析	65
第一节 中小学网络教育	65
一、中国中小学网络教育市场规模	65
二、中国中小学网络教育市场用户规模	67
三、中国中小学网络教育服务商市场份额	68
四、中国中小学网络教育特点分析	69
五、中国中小学网络教育案例分析	69
第二节 网络高等教育	71

第三节 职业认证网络教育	75
第四节 企业E-Learning	77
第七章 2013-2015年中国网络教育服务细分区域市场发展状况分析	79
第一节 东北地区网络教育服务市场发展状况分析	79
一、市场规模分析	79
二、竞争现状分析	79
三、区域标杆企业	80
第二节 华北地区网络教育服务市场发展状况分析	84
第三节 华东地区网络教育服务市场发展状况分析	84
第四节 华中地区网络教育服务市场发展状况分析	85
第五节 华南地区网络教育服务市场发展状况分析	85
第六节 西部地区网络教育服务市场发展状况分析	85
第八章 2013-2015年中国网络教育用户行为调研分析	87
第一节 2013-2015年中国网络教育用户基本属性分析	87
一、中国不同性别人群对网络教育的参与情况	87
二、中国不同年龄段用户参加网络教育的比例	87
第二节 2013-2015年中国网络教育用户基本行为分析	88
一、中国用户参与的不同网络教育形式比例情况	88
二、中国网络教育用户选择学校时参考的不同因素比例	89
三、中国网络教育用户对网络教育的信任度情况	90
四、中国网络教育用户对网络教育的满意度情况	91
五、中国未来一年内打算参加网络教育的用户比例	92
六、中国未来一年打算参加不同网络教育培训类型比例	93
七、促使中国用户不参加网络教育的不同原因比例	94
第三节 2009-2015年中国不同网络教育细分市场用户行为分析	95
一、网络高等教育用户行为分析	95
二、职业认证网络教育用户行为分析	103
三、网络基础教育用户行为分析	112
第九章 2013-2015年中国网络教育服务行业主体企业综合竞争力研究	121
第一节 安博教育在线	121
一、企业整体概况	121
二、营业规模分析	121

三、业务范围分析	124
四、人力资源分析	128
五、发展战略分析	
第二节 弘成教育集团（原中华学习网）	131
一、弘成教育概括及发展历程	131
二、弘成教育的业务构成	133
三、弘成教育的经营模式与策略	135
四、弘成教育近三年财务数据与经营业绩	136
五、弘成教育行业发展状况	136
六、弘成教育面临的挑战	137
第三节 湖北华大网络教育技术有限责任公司	138
第四节 精品学习网	139
第五节 A&K教育软件	139
第六节 北京中教育星软件有限公司	140
第七节 北京金洪恩电脑有限公司	140
第十章 2016-2022年中国网络教育服务产业前景预测分析	141
第一节 2016-2022年中国网络教育服务行业发展前景预测分析	141
一、中国网络教育前景看好	141
二、网络教育市场发展前景展望	142
三、我国网络教育的市场潜力巨大	142
四、网络教育市场将迎来快速发展	142
五、我国网络教育发展战略目标	143
第二节 2016-2022年中国网络教育服务行业新趋势探析	143
一、现代远程教育发展趋势分析	143
二、中国网络教育呈现的三个发展趋势	145
三、中国网络高等教育的发展趋势	146
四、网络教育应用的发展趋势	147
五、网络教育模式的发展趋势	148
第十一章 2016-2022年中国网络教育服务投资战略研究	150
第一节 2013-2015年中国网络教育投资状况分析	150
一、教育行业迎来IPO和并购高峰	150
二、中国教育业两年引资逾七成	151

三、网络教学投资成行业热点	151
四、中国网络教育融资情况	152
五、远程教育产业运营成本和收益	153
第二节 2016-2022年中国网络教育服务投资机会分析	154
一、中国网络教育将迎来第二次浪潮	154
二、金融危机给远程网络教育提供发展机遇	155
第三节 2016-2022年中国网络教育服务投资风险与防范	156
一、宏观调控政策风险	156
二、市场竞争风险	157
三、技术风险	157
四、市场运营机制风险	157
第四节 专家投资建议	157

图表目录：

图表 1 远程教育的成本构成及比例	9
图表 2 远程教育的运营模式	14
图表 3 中国网络高等教育SWOT 分析	23
图表 4 2015年1-9月份GDP累计同比增长率（%）	25
图表 5 2015年1-9月份居民消费价格指数（上年同月=100）	27
图表 6 2015年1-9月份工业品出厂价格指数（上年同月=100）	28
图表 7 2015年1-9月份社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	29
图表 8 2015年1-9月份固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	30
图表 9 2015年1-9月份出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）	31
图表 10 2000-2015年中国人口规模构成统计表	32
图表 11 现代远程教育技术标准体系	35
图表 12 2008-2015年中国网络教育市场规模	38
图表 13 在美国上市中国教育企业网络教育业务2010年营业收入	39
图表 14 在美国上市中国教育培训企业网络教育业务发展情况	43
图表 15 中国网民职业分布情况	46
图表 16 中国网民就业结构分布	47
图表 17 不同性别的用户对网络教育的喜好程度	47
图表 18 参加网络教育人员年龄构成	58



图表 19 101远程教育网最近三年营业收入 63

图表 20 2004-2015年中国中小学网络教育市场规模及增长率 64

图表 21 中小学网络教育产业链结构 64

图表 22 2004-2015年中国中小学网络教育用户规模及增长率 65

图表 23 2015年中国中小学网络教育服务商市场份额 66

图表 24 中国中小学网络教育院校特点 66

图表 25 北京四中网校运营模式 68

图表 26 中国网络高等教育产业链 69

图表 27 2004-2015年中国网络高等教育市场规模及增长率 69

图表 28 网络高等教育业务营收情况：双威教育和弘成教育 71

图表 29 正保远程教育近年营业收入 73

图表 30 环球天下近三年在线课程业务增长情况 74

图表 31 2004-2015年中国网络职业认证教育的用户规模及增长率 74

图表 32 2004-2015年中国企业E-Learning 的市场规模及增长率 75

图表 33 东北地区高校网络教育学院名单 76

图表 34 华北地区高校网络教育学院名单 76

图表 35 华东地区高校网络教育学院名单 77

图表 36 华中地区高校网络教育学院名单 77

图表 37 华南地区高校网络教育学院名单 77

图表 38 西南地区高校网络教育学院名单 78

图表 39 西北地区高校网络教育学院名单

图表 40 2015年中国不同性别人群对网络教育的参与情况 78

图表 41 中国不同年龄段用户参加网络教育的比例 79

图表 42 中国用户参与的不同网络教育形式比例情况 80

图表 43 中国网络教育用户选择学校时参考的不同因素比例 81

图表 44 中国网络教育用户对网络教育的信任度情况 82

图表 45 中国网络教育用户对网络教育的满意度情况 83

图表 46 中国未来一年内打算参加网络教育的用户比例 84

图表 47 中国未来一年打算参加不同网络教育培训类型比例 85

图表 48 促使中国用户不参加网络教育的不同原因比例 86

图表 49 中国主要网络高等教育学院用户参与比例 87

图表 50 促使用户选择网络高等教育的不同原因的比例 88

图表 51 中国网络教育用户对此类教育形式的信任度情况 89

图表 52 网络高等教育用户对此类教育形式产生怀疑的不同原因比例 90

图表 53 中国网络高等教育用户对自己生活或工作地点周边的网络高等教育学习中心的知晓度 91

图表 54 学习中心地理因素对用户选择网络高等教育的影响 92

图表 55 中国网络高等教育用户投入的不同学费水平的比例情况 93

图表 56 中国网络高等教育用户对学费支出的接受度 94

图表 57 中国职业认证网络教育用户参加过的不同培训学校比例 95

图表 58 中国职业认证网络教育用户对国内主要学校的满意度 96

图表 59 中国职业认证网络教育用户知晓培训机构的不同渠道比例 97

图表 60 中国职业认证网络教育用户选择此类教育的不同目的的比例 98

图表 61 中国职业认证网络教育用户参加此类教育的不同次数比例 99

图表 62 中国职业认证网络教育用户参加的不同课程类型比例 100

图表 63 中国用户对职业认证网络教育的满意度情况 101

图表 64 中国职业认证网络教育用户投入不同学费的比例 102

图表 65 中国职业认证网络教育用户对学费支出的接受度 103

图表 66 中国网络基础教育用户参加过的不同学校比例情况 104

图表 67 中国网络基础教育用户对国内主要学校的满意度 105

图表 68 中国网络基础教育用户参加过的不同课程类型比例 106

图表 69 中国网络基础教育用户选择学校时参考的不同因素比例情况 107

图表 70 中国用户对网络基础教育的满意度情况 108

图表 71 中国网络基础教育用户对这一教育形式的有用性态度 109

图表 72 中国网络基础教育用户投入不同学费的比例 110

图表 73 中国网络基础教育用户对不同学费的接受度 111

图表 74 远程教育与传统教育成本比较 146

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272570.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](http://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。