



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# （预定）2007-2008年 中国网络教育市场分析及发展趋 势研究报告

# 一、调研说明

《（预定）2007-2008年中国网络教育市场分析及发展趋势研究报告》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/42152.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

经过几年的发展，中国网络教育市场已经进入了成长期阶段，用户规模也已经从2006年的975万预计增长到2007年的1220万，同期市场规模也将从2006年的145亿元人民币增长到2007年的180亿。而新东方教育在2007年的成功上市更是推动了包括风险投资者在内的对这一市场的进一步关注。

但中国的网络教育还存在着某些方面的不均衡性，如网络基础教育、高等教育以及网络职业认证教育发展势头良好，而幼儿网络教育和企业E-Learning还没有得到发展和普及。地区发展也不均衡。

但国家一直关注这一市场，一些相关扶持政策也在推动这一市场的向前发展。网络教育是中国未来发展终身教育体系的重要组成部分和举措，在国家“十一五”规划中，国家重申了对于教育事业的支持力度，加强了对职业教育的投入，在教育经费的分配上也给出了相应的方针和政策。

### 【 目 录 】

Page—4 I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景

Page—6 II. 研究方法

Page—7 III. 相关定义

Page—8 IV . 报告摘要

Page—10 V . 报告正文

Page—10 1. 网络教育概况

Page—10 1.1. 网络教育定义

Page—10 1.2. 网络教育的特点

Page—11 1.3. 网络教育的分类

Page—12 2. 中国网络教育市场发展概况

Page—12	2.1. 中国网络教育已进入成长期
Page—14	2.2. 中国网络教育市场规模
Page—15	2.3. 中国网络教育细分市场份额
Page—16	2.4. 中国网络教育市场用户规模
Page—18	3. 中国网络教育市场PEST分析
Page—18	3.1. 中国网络教育政策分析
Page—18	3.1.1. 国家教育经费投入的增加
Page—18	3.1.2. 加强网络教育的规范化管理
Page—18	3.1.3. 严格执行已颁布的网络教育文凭和就业政策
Page—20	3.2. 中国网络教育用户环境分析
Page—20	3.2.1. 学生是中国网络用户的主体
Page—21	3.2.2. 网络教育是学生和固定职业者的主要上网行为之一
Page—22	3.3. 中国网络教育社会环境分析
Page—22	3.3.1. 经济环境：总体经济发展滞后，地区差别性较大
Page—24	3.3.2. 学校环境：资源分布的非平衡性为主要矛盾
Page—24	3.3.3. 社会环境：逐渐得到社会的认可与接受
Page—25	3.4. 中国网络教育技术环境分析
Page—25	3.4.1. 硬技术是网络教育的发展基础
Page—25	3.4.2. 软技术是网络教育的发展根本
Page—27	4. 中国网络教育各细分市场分析
Page—27	4.1. 幼儿网络教育
Page—27	4.1.1. 幼儿网络教育的定义
Page—27	4.1.2. 幼儿网络教育产业的特征
Page—28	4.1.3. 幼儿网络教育产业链结构
Page—30	4.2. 中小学网络教育
Page—30	4.2.1. 中小学网络教育的定义
Page—30	4.2.2. 中小学网络教育产业的特征
Page—31	4.2.3. 中小学网络教育产业链结构
Page—31	4.2.4. 中国中小学网络教育市场规模
Page—33	4.2.5. 中国中小学网络教育市场用户规模

Page—34	4.2.6. 中国中小学网络教育服务商市场份额
Page—35	4.2.7. 中国中小学网络教育特点分析
Page—35	4.2.8. 中国中小学网络教育案例分析
Page—35	4.2.8.1. 中国基础教育网
Page—36	4.2.8.2. 北京四中网校
Page—38	4.3.网络高等教育
Page—38	4.3.1. 网络高等教育的定义
Page—38	4.3.2. 网络高等教育产业的特征
Page—39	4.3.3. 网络高等教育产业链结构
Page—41	4.3.4. 中国网络高等教育市场规模
Page—42	4.3.5. 中国网络高等教育市场用户规模
Page—42	4.3.6. 中国网络高等教育学院的教学模式分析
Page—43	4.3.7. 中国网络高等教育现状分析
Page—44	4.3.8. 中国网络高等教育SWOT分析
Page—44	4.3.9. 网络高等教育案例分析
Page—44	4.3.9.1. 奥鹏—中国网络高等教育超市
Page—46	4.3.9.2. 华东师范大学网络教育学院
Page—48	4.4. 职业认证网络教育
Page—48	4.4.1. 职业认证网络教育的定义
Page—48	4.4.2. 职业认证网络教育产业的特征
Page—48	4.4.3. 职业认证网络教育产业链结构
Page—50	4.4.4. 中国网络职业认证教育市场规模
Page—51	4.4.5. 中国网络职业认证教育市场用户规模
Page—51	4.4.6. 中国网络职业认证教育现状分析
Page—53	4.4.7. 职业认证网络教育SWOT分析
Page—53	4.4.8. 网络职业认证培训案例分析
Page—53	4.4.8.1. 正保远程教育
Page—55	4.5. 企业E-Learning
Page—55	4.5.1. 企业E-Learning的定义
Page—55	4.5.2. 企业E-Learning的体系结构
Page—56	4.5.3. 企业E-Learning的特征
Page—57	4.5.4. 企业E-Learning产业链结构

Page—58	4.5.5. 中国企业E-Learning市场用户规模
Page—59	4.5.6. 中国企业E-Learning市场规模
Page—59	4.5.7. 中国企业E-Learning发展现状分析
Page—60	4.5.8. 中国企业E-Learning发展模式分析
Page—61	4.5.9. 企业E-Learning SWOT分析
Page—61	4.5.10. 企业E-Learning案例分析
Page—61	4.5.10.1. 北京北大青鸟在线教育有限公司
Page—64	5. 网络教育用户行为分析
Page—64	5.1. 网络教育用户基本属性分析
Page—64	5.1.1. 2007年中国不同性别人群对网络教育的参与情况
Page—65	5.1.2. 2007年中国不同年龄段用户参加网络教育的比例
Page—66	5.2. 网络教育用户基本行为分析
Page—66	5.2.1. 2 2007年中国用户参与的不同网络教育形式比例情况
Page—67	5.2.2. 中国网络教育用户选择学校时参考的不同因素比例
Page—68	5.2.3. 中国网络教育用户对网络教育的信任度情况
Page—69	5.2.4. 2007年中国网络教育用户对网络教育的满意度情况
Page—70	5.2.5. 中国未来一年内打算参加网络教育的用户比例
Page—71	5.2.6. 中国未来一年打算参加不同网络教育培训类型比例
Page—72	5.2.7. 促使中国用户不参加网络教育的不同原因比例
Page—73	5.3. 不同网络教育细分市场用户行为分析
Page—73	5.3.1. 网络高等教育用户行为分析
Page—73	5.3.1.1. 2007年中国主要网络高等教育学院用户参与比例
Page—74	5.3.1.2. 促使用户选择网络高等教育的不同原因的比例
Page—75	5.3.1.3. 中国网络高等教育用户对此类教育形式的信任度情况
Page—76	5.3.1.4. 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
Page—77	5.3.1.5. 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
Page—78	5.3.1.6. 学习中心地理因素对用户选择网络高等教育的影响
Page—79	5.3.1.7. 2007年中国网络高等教育用户投入的不同学费水平的比例情况
Page—80	5.3.1.8. 2007年中国网络高等教育用户对学费支出的接受度
Page—81	5.3.2. 职业认证网络教育用户行为分析

Page—81	5.3.2.1. 2007年中国职业认证网络教育用户参加过的不同培训学校比例
Page—82	5.3.2.2. 中国职业认证网络教育用户对国内主要学校的满意度
Page—83	5.3.2.3. 2007年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
Page—84	5.3.2.4. 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
Page—85	5.3.2.5. 2007年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
Page—86	5.3.2.6. 2007年中国职业认证网络教育用户参加的不同课程类型比例
Page—87	5.3.2.7. 2007年中国用户对职业认证网络教育的满意度情况
Page—88	5.3.2.8. 2007年中国职业认证网络教育用户投入不同学费的比例
Page—89	5.3.2.9. 2007年中国职业认证网络教育用户对学费支出的接受度
Page—90	5.3.3. 网络基础教育用户行为分析
Page—90	5.3.3.1. 2007年中国网络基础教育用户参加过的不同学校比例情况
Page—91	5.3.3.2. 中国网络基础教育用户对国内主要学校的满意度
Page—92	5.3.3.3. 2007年中国网络基础教育用户参加的不同课程类型比例
Page—93	5.3.3.4. 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
Page—94	5.3.3.5. 2007年中国用户对网络基础教育的满意度情况
Page—95	5.3.3.6. 中国网络基础教育用户对这一教育形式的有用性态度
Page—96	5.3.3.7. 2007年中国网络基础教育用户投入不同学费的比例
Page—97	5.3.3.8. 2007年中国网络基础教育用户对不同学费的接受度
Page—98	6. 机构建议
Page—98	6.1. 未来网络教育的发展趋势
Page—99	6.2. 对中国未来网络教育发展的建议
Page—100	附录：机构调研方法及调研流程
Page—104	法律声明

## 图目录

Page—13	图2- 1 中国网络教育发展阶段
Page—15	图2- 2 2004年-2011年中国网络教育市场规模及增长率
Page—16	图2- 3 2007年中国网络教育细分市场份额
Page—17	图2- 4 中国人口的教育需求
Page—18	图2- 5 2004年-2011年中国网络教育市场用户规模及增长率
Page—21	图3- 1 2007年7月中国网民从业结构比例

Page—22	图3- 2 2007年中国网络教育人群就业结构情况
Page—28	图4- 1 幼儿教育的分类
Page—29	图4- 2 幼儿网络教育产业链结构
Page—32	图4- 3 中小学网络教育产业链结构
Page—33	图4- 4 2004年-2011年中国中小学网络教育市场规模及增长率
Page—34	图4- 5 2004年-2011年中国中小学网络教育用户规模及增长率
Page—35	图4- 6 2007年中国中小学网络教育服务商市场份额
Page—38	图4- 7 北京四中网校运营模式
Page—40	图4- 8 中国网络高等教育产业链
Page—42	图4- 9 2004年-2011年中国网络高等教育市场规模及增长率
Page—43	图4- 10 2004年-2011年中国网络高等教育市场用户规模及增长率
Page—46	图4- 11 奥鹏在网络高等教育产业链中的位置
Page—47	图4- 12 奥鹏远程教育中心SWOT分析
Page—49	图4- 13 职业认证网络教育产业链结构
Page—51	图4- 14 2004年-2011年中国网络职业认证教育市场规模及增长率
Page—52	图4- 15 2004年-2011年中国网络职业认证教育市场用户规模及增长率
Page—55	图4- 16 正保集团职业教育培训科目体系
Page—56	图4- 17 企业E-Learning体系结构
Page—58	图4- 18 企业E-Learning产业链结构
Page—59	图4- 19 2004年-2011年中国企业E-Learning培训用户规模及增长率
Page—60	图4- 20 2004年-2011年中国企业E-Learning市场规模及增长率
Page—64	图4- 21 北大青鸟在线教育企业E-Learning咨询技术服务整体流程
Page—66	图5- 1 2007年中国不同性别人群对网络教育的参与情况
Page—67	图5- 2 2007年中国不同年龄段用户参加网络教育的比例
Page—68	图5- 3 2007年中国用户参与的不同网络教育形式比例情况
Page—69	图5- 4 中国网络教育用户选择学校时参考的不同因素比例
Page—70	图5- 5 中国网络教育用户对网络教育的信任度情况
Page—71	图5- 6 2007年中国网络教育用户对网络教育的满意度情况
Page—72	图5- 7 中国未来一年内打算参加网络教育的用户比例
Page—73	图5- 8 中国未来一年打算参加不同网络教育培训类型比例
Page—74	图5- 9 促使中国用户不参加网络教育的不同原因比例
Page—76	图5- 10 促使用户选择网络高等教育的不同原因的比例



Page—77	图5- 11 中国网络教育用户对此类教育形式的信任度情况
Page—78	图5- 12 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
Page—79	图5- 13 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
Page—80	图5- 14 学习中心地理因素对用户选择网络高等教育的影响
Page—81	图5- 15 2007年中国网络高等教育用户投入的不同学费水平的比例情况
Page—82	图5- 16 2007年中国网络高等教育用户对学费支出的接受度
Page—83	图5- 17 2007年中国职业认证网络教育用户参加过的不同培训学校比例
Page—84	图5- 18 中国职业认证网络教育用户对国内主要学校的满意度
Page—85	图5- 19 2007年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
Page—86	图5- 20 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
Page—87	图5- 21 2007年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
Page—88	图5- 22 2007年中国职业认证网络教育用户参加的不同课程类型比例
Page—89	图5- 23 2007年中国用户对职业认证网络教育的满意度情况
Page—90	图5- 24 2007年中国职业认证网络教育用户投入不同学费的比例
Page—91	图5- 25 2007年中国职业认证网络教育用户对学费支出的接受度
Page—92	图5- 26 2007年中国网络基础教育用户参加过的不同学校比例情况
Page—93	图5- 27 中国网络基础教育用户对国内主要学校的满意度
Page—95	图5- 28 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
Page—96	图5- 29 2007年中国用户对网络基础教育的满意度情况
Page—97	图5- 30 中国网络基础教育用户对这一教育形式的有用性态度
Page—98	图5- 31 2007年中国网络基础教育用户投入不同学费的比例
Page—99	图5- 32 2007年中国网络基础教育用户对不同学费的接受度

## 表目录

Page—14	表- 1 不同网络教育类别的划分
Page—26	表- 2 2005年中国各省、市、自治区生产总值列表
Page—28	表- 3 现代远程教育技术标准体系
Page—38	表- 4 中国中小学网络教育院校特点
Page—46	表- 5 中国网络教育学院的媒体教学方式
Page—47	表- 6 中国网络高等教育SWOT分析
Page—55	表- 7 2006-2007年中国职业认证教育的风险投资概况

Page—56	表- 8 职业认证网络教育SWOT分析
Page—63	表- 9 不同学习模式中的企业E-Learning比较
Page—64	表- 10 企业E-LearningSWOT分析
Page—76	表- 11 2007年中国主要网络高等教育学院用户参与比例
Page—95	表- 12 2007年中国网络基础教育用户参加过的不同课程类型比例
Page—101	表- 13 传统E-Learning与2.0形式E-Learning的特征比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42152.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。