

# 2018-2024年中国互联网学前教育市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国互联网学前教育市场发展现状调研及投资趋势前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/339652.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

报告目录：	第一章电子商务与“互联网+”7	第一节电子商务发展分析7
一、电子商务基本定义7	二、电子商务发展阶段7	三、电子商务基本特征8
四、电子商务支撑环境9	五、电子商务基本模式12	(一) 电子商务分类12
(二) 电子商务功能13	(三) 电子商务运营模式15	六、电子商务规模分析18
第二节“互联网+”的相关概述18	一、“互联网+”的提出18	二、“互联网+”的内涵19
三、“互联网+”的发展20	四、“互联网+”的评价22	五、“互联网+”的趋势25
第二章互联网环境下学前教育行业的机会与挑战26	第一节中国互联网环境分析26	
一、网民基本情况分析26	(一) 总体网民规模分析26	(二) 分省网民规模分析27
(三) 手机网民规模分析29	(四) 网民属性结构分析29	二、网民互联网应用状况33
(一) 信息获取情况分析33	(二) 商务交易发展情况36	(三) 交流沟通现状分析44
(四) 网络娱乐应用分析46	三、移动互联网发展状况50	(一) 移动互联网市场规模50
(二) 移动互联网流量情况51	(三) 移动互联网产业结构51	(四) 移动互联网主要特点52
第二节互联网环境下学前教育行业的机会与挑战53	一、互联网助力企业开拓市场53	
二、电商成为传统企业突破口55	第三节学前教育与互联网融合创新机会孕育56	
一、互联网技术对行业支撑作用56	二、电商黄金发展期机遇分析56	
第三章学前教育行业发展现状分析57	第一节学前教育行业发展环境分析57	
一、学前教育行业产业政策分析57	(一) 《中央财政支持学前教育发展资金管理办法》57	
(二) 关于实施第二期学前教育三年行动计划的意见57	(三) 中国学前教育中长期发展规划61	(四) 关于当前发展学前教育的若干意见62
(五) 人大建议幼儿教育纳入义务教育66	二、学前教育行业发展社会环境67	
(一) 0-6岁幼儿数量分析67	(二) 家长对孩子早期教育投入分析67	
第二节学前教育行业发展情况分析67	一、学校数量分析67	二、师资力量分析68
三、在校学生数量68	四、毛入园率分析69	第三节国内学前教育发展现状分析69
一、高和大69	二、少和难69	三、旧和新69
二、学前教育行业市场前景分析70		
一、学前教育行业市场规模预测70		二、学前教育行业发展前景分析70
三、学前教育行业发展趋势分析71	第四章学前教育行业市场规模与电商未来空间预测73	
第一节学前教育电商市场规模与渗透率73	一、学前教育电商总体开展情况73	
二、学前教育电商交易规模分析73	三、学前教育电商渠道渗透率分析73	
第二节学前教育电商行业盈利能力分析74	一、学前教育电子商务发展有利因素74	
二、学前教育电子商务发展制约因素75	三、学前教育电商行业经营成本分析75	
四、学前教育电商行业盈利模式分析75	五、学前教育电商行业盈利水平分析75	
第三节学前教育电商行业未来前景及趋势预测76	一、学前教育电商行业市场空间测算76	
二、学前教育电商市场规模预测分析76	三、学前教育电商发展趋势预测分析76	

## 第五章学前教育企业互联网战略体系构建及平台选择78

### 第一节学前教育企业转型电商构建分析78

- (一) 产品采购与组织78
- (二) 电商网站建设78
- (三) 网站品牌建设及营销78
- (四) 服务及物流配送体系78
- (五) 网站增值服务79

### 二、学前教育企业电子商务网站构建79

- (一) 网站域名申请79
- (二) 网站运行模式80
- (三) 网站开发规划81
- (四) 网站需求规划82

### 第二节学前教育企业转型电商发展途径83

- 一、电商B2C发展模式83
- 二、电商C2C发展模式83
- 三、电商O2O发展模式84

### 第三节学前教育企业转型电商平台选择分析84

- 一、学前教育企业电商建设模式84
- 二、自建商城网店平台84
  - (一) 自建商城概况分析84
  - (二) 自建商城优势分析84
- 三、借助第三方网购平台85
  - (一) 电商平台的优劣势85
  - (二) 电商平台盈利模式87
- 四、电商服务外包模式分析88
  - (一) 电商服务外包的优势88
  - (二) 电商服务外包可行性88
  - (三) 电商服务外包前景89

## 第六章学前教育行业电子商务运营模式分析91

### 第一节学前教育电子商务B2C模式分析91

- 一、学前教育电子商务B2C优劣分析91
- 二、学前教育电子商务B2C盈利模式91
- 三、教育电子商务B2C盈利模式案例91

### 第二节学前教育电子商务C2C模式分析95

- 一、学前教育电子商务C2C优劣分析95
- 二、学前教育电子商务C2C盈利模式95
- 三、学前教育电子商务C2C模式前景96

### 第三节学前教育电子商务O2O模式分析97

- 一、学前教育电子商务O2O优势分析97
- 二、学前教育电子商务O2O营销模式97
- 三、学前教育电子商务O2O发展关键97

### 四、学前教育电子商务O2O潜在风险98

## 第七章学前教育主流网站平台比较及企业入驻选择99

- 一、网站发展基本概述99
- 二、网站用户特征分析99
- 三、学前教育主要业务99

### 四、线下校区城市分布99

- 一、网站发展基本概述101
- 二、网站用户特征分析102
- 三、学前教育主要业务102

### 四、网站业务运作分析102

- 二、学前教育主要业务103
- 三、网站支付方式分析104
- 四、网站售后服务分析104

### 第四节沪江网校105

- 一、网站发展基本概述105
- 二、学前教育主要产品105
- 三、网站售后服务分析106
- 四、网站支付方式分析109
- 五、网站发展优势分析109

### 第五节学而思110

- 一、网站发展基本概述110
- 二、学前教育主要业务110
- 三、网站支付方式分析111
- 四、网站售后服务分析111

## 第八章学前教育企业进入互联网领域投资策略分析113

### 第一节学前教育企业电子商务市场投资要素113

- 一、企业自身发展阶段的认知分析113
- 二、企业开展电子商务目标的确定114
- 三、企业电子商务发展的认知确定115

### 四、企业转型电子商务的困境分析117

### 第二节学前教育企业电商发展关键分析118

- 一、O2O电商模式119
- 二、收购电商策略120
- 三、电商团队策略120
- 四、电商品牌策略120

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/339652.html>