

# 2022-2028年中国K12教育TO B行业发展趋势与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国K12教育TO B行业发展趋势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202202/271106.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

K12教育To B行业是指面向全国百万家K12校外培训机构提供产品或服务的一个行业。这一行业从上世纪九十年代就开始出现，紧跟K12培训行业的变迁和技术的进步而发展，具有深化行业分工、打造底层引擎的价值。产品形态上先后历经了出版和硬件潮、品牌加盟和电子内容潮、管理系统和教育SaaS潮、课堂解决方案潮，目前电子教材、在线外教、授课系统、管理系统、双师课程解决方案等赛道值得关注。

近些年课程培训类在K12课外辅导中占比维持在70%以上，但随着素质教育的发展和留学人数的增加，语言培训和素质类的占比开始逐步提升。课程培训类占比逐渐下降数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国K12教育TO B行业发展趋势与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了K12教育TO B行业市场发展环境、K12教育TO B整体运行态势等，接着分析了K12教育TO B行业市场运行的现状，然后介绍了K12教育TO B市场竞争格局。随后，报告对K12教育TO B做了重点企业经营状况分析，最后分析了K12教育TO B行业发展趋势与投资预测。您若想对K12教育TO B产业有个系统的了解或者想投资K12教育TO B行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 K12教育TO B行业发展综述

#### 1.1 K12教育TO B行业定义及分类

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业主要产品分类

##### 1.1.3 行业主要商业模式

#### 1.2 K12教育TO B行业特征分析

##### 1.2.1 产业链分析

K12教育To B行业的上游是提供内容、技术等底层支持能力的企业，产品开发所需的基础设施完备，产品通用属性强，市场集中度高。下游是宣传分发渠道，目前主要以会议销售、地推销售、电话销售等传统销售渠道为主，辅以必要的互联网广告投放，供应商较为分散。目

前，部分面向培训机构的To B企业正在向一站式服务商发展，也就是向产业链上游延伸，这类覆盖产业链上游的To B企业更容易形成壁垒，在市场竞争中获得更高的议价权。2019年中国K12教育To B行业产业链结构数据来源：公开资料整理

#### 1.2.2 K12教育TO B行业在国民经济中的地位

#### 1.2.3 K12教育TO B行业生命周期分析

##### (1) 行业生命周期理论基础

##### (2) K12教育TO B行业生命周期

#### 1.3 最近3-5年中国K12教育TO B行业经济指标分析

##### 1.3.1 赢利性

##### 1.3.2 成长速度

##### 1.3.3 附加值的提升空间

##### 1.3.4 进入壁垒／退出机制

##### 1.3.5 风险性

##### 1.3.6 行业周期

##### 1.3.7 竞争激烈程度指标

##### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 K12教育TO B行业运行环境分析

#### 2.1 K12教育TO B行业政治法律环境分析

##### 2.1.1 行业管理体制分析

##### 2.1.2 行业主要法律法规

##### 2.1.3 行业相关发展规划

#### 2.2 K12教育TO B行业经济环境分析

##### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

##### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

##### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

#### 2.3 K12教育TO B行业社会环境分析

##### 2.3.1 K12教育TO B产业社会环境

##### 2.3.2 社会环境对行业的影响

##### 2.3.3 K12教育TO B产业发展对社会发展的影响

#### 2.4 K12教育TO B行业技术环境分析

##### 2.4.1 K12教育TO B技术分析

## 2.4.2 K12教育TO B技术发展水平

## 2.4.3 行业主要技术发展趋势

# 第三章 我国K12教育TO B行业运行分析

## 3.1 我国K12教育TO B行业发展状况分析

### 3.1.1 我国K12教育TO B行业发展阶段

### 3.1.2 我国K12教育TO B行业发展总体概况

### 3.1.3 我国K12教育TO B行业发展特点分析

## 3.2 2015-2019年K12教育TO B行业发展现状

商业模式分为B2B、B2B2C、S2B2C三种，其中B2B发展最成熟，S2B2C是产业互联网思维下的创新产物。2019年中国K12教育To B行业商业模式 - B2B B2B2C S2B2C 含义 供应商（B）向培训机构（B）服务 供应商（B）向培训机构（B）服务，并辅助培训机构（B）向消费者（C）服务 大供应链平台（S）向培训机构（B）服务，并同培训机构（B）一起直接向消费者（C）服务 特征 供应商仅向培训机构服务，不直接服务培训机构的消费者 供应商不仅向培训机构服务，还会通过培训机构一起向消费者服务 供给平台同时赋能众多小B，并和众多小B一起直接向消费者提供服务 出现时间 20世纪末21世纪初 2010年前后 2017年 出现原因 培训机构在品牌打造、教师招募、教学内容研发、市场营销、运营管理工作模块上做法粗糙、人才不足，所以需要专门的供应商来承担分工 简单的行业分工并不能保证客户成功，所以需要一整套解决方案和后续运营支持，来保证客户顺利吸引并服务好C端用户 小B很难在根本上完成自我业务升级和内部组织重构，所以需要大供应链平台对小B进行赋能，大幅提升整个供应端的效率 本质 外包/代工 深度服务 网络协同 发展阶段 基本发展成熟 正在发展中 处于较早期，快速成熟中 适用领域 传统加盟；教材/教案等内容供应；员工管理系统、教学系统等软件供应 特许加盟；课堂解决方案供应 综合覆盖品牌打造、教师招募、教学内容研发、市场营销、运营管理等领域 数据来源：公开资料整理

### 3.2.1 2015-2019年我国K12教育TO B行业市场规模

### 3.2.2 2015-2019年我国K12教育TO B行业发展分析

### 3.2.3 2015-2019年中国K12教育TO B企业发展分析

## 3.3 区域市场分析

### 3.3.1 区域市场分布总体情况

### 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

## 3.4 K12教育TO B细分产品/服务市场分析

### 3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 K12教育TO B产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年K12教育TO B价格走势

3.5.2 影响K12教育TO B价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年K12教育TO B产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要K12教育TO B企业价位及价格策略

第四章 我国K12教育TO B所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国K12教育TO B所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国K12教育TO B所属行业产销情况分析

4.2.1 我国K12教育TO B所属行业工业总产值

4.2.2 我国K12教育TO B所属行业工业销售产值

4.2.3 我国K12教育TO B所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国K12教育TO B所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国K12教育TO B行业供需形势分析

5.1 K12教育TO B行业供给分析

5.1.1 2015-2019年K12教育TO B行业供给分析

5.1.2 2022-2028年K12教育TO B行业供给变化趋势

### 5.1.3 K12教育TO B行业区域供给分析

## 5.2 2015-2019年我国K12教育TO B行业需求情况

### 5.2.1 K12教育TO B行业需求市场

### 5.2.2 K12教育TO B行业客户结构

### 5.2.3 K12教育TO B行业需求的地区差异

## 5.3 K12教育TO B市场应用及需求预测

### 5.3.1 K12教育TO B应用市场总体需求分析

#### (1) K12教育TO B应用市场需求特征

#### (2) K12教育TO B应用市场需求总规模

### 5.3.2 2022-2028年K12教育TO B行业领域需求量预测

#### (1) 2022-2028年K12教育TO B行业领域需求产品/服务功能预测

#### (2) 2022-2028年K12教育TO B行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业K12教育TO B产品/服务需求分析预测

## 第六章 K12教育TO B行业产业结构分析

### 6.1 K12教育TO B产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国K12教育TO B行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国K12教育TO B行业产业链分析

### 7.1 K12教育TO B行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

- 7.1.2 主要环节的增值空间
- 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 K12教育TO B上游行业分析
  - 7.2.1 K12教育TO B产品成本构成
  - 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对K12教育TO B行业的影响
- 7.3 K12教育TO B下游行业分析
  - 7.3.1 K12教育TO B下游行业分布
  - 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对K12教育TO B行业的影响

## 第八章 我国K12教育TO B行业渠道分析及策略

- 8.1 K12教育TO B行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对K12教育TO B行业的影响
  - 8.1.3 主要K12教育TO B企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 K12教育TO B行业用户分析
  - 8.2.1 用户认知程度分析
  - 8.2.2 用户需求特点分析
  - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 K12教育TO B行业营销策略分析
  - 8.3.1 中国K12教育TO B营销概况
  - 8.3.2 K12教育TO B营销策略探讨
  - 8.3.3 K12教育TO B营销发展趋势

## 第九章 我国K12教育TO B行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
  - 9.1.1 K12教育TO B行业竞争结构分析
    - (1) 现有企业间竞争



- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 K12教育TO B行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 K12教育TO B行业集中度分析
- 9.1.4 K12教育TO B行业SWOT分析
- 9.2 中国K12教育TO B行业竞争格局综述
- 9.2.1 K12教育TO B行业竞争概况
  - (1) 中国K12教育TO B行业竞争格局
  - (2) K12教育TO B行业未来竞争格局和特点
  - (3) K12教育TO B市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国K12教育TO B行业竞争力分析
  - (1) 我国K12教育TO B行业竞争力剖析
  - (2) 我国K12教育TO B企业市场竞争的优势
  - (3) 国内K12教育TO B企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 K12教育TO B市场竞争策略分析

## 第十章 K12教育TO B行业领先企业经营形势分析

- 10.1 A公司
  - 10.1.1 企业概况
  - 10.1.2 企业优势分析
  - 10.1.3 产品/服务特色
  - 10.1.4 公司经营状况
  - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 B公司
  - 10.2.1 企业概况
  - 10.2.2 企业优势分析
  - 10.2.3 产品/服务特色
  - 10.2.4 公司经营状况
  - 10.2.5 公司发展规划

### 10.3 C公司

#### 10.3.1 企业概况

#### 10.3.2 企业优势分析

#### 10.3.3 产品/服务特色

#### 10.3.4 公司经营状况

#### 10.3.5 公司发展规划

### 10.4 D公司

#### 10.4.1 企业概况

#### 10.4.2 企业优势分析

#### 10.4.3 产品/服务特色

#### 10.4.4 公司经营状况

#### 10.4.5 公司发展规划

### 10.5 E公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

#### 10.5.3 产品/服务特色

#### 10.5.4 公司经营状况

#### 10.5.5 公司发展规划

### 10.6 F公司

#### 10.6.1 企业概况

#### 10.6.2 企业优势分析

#### 10.6.3 产品/服务特色

#### 10.6.4 公司经营状况

#### 10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2022-2028年K12教育TO B行业投资前景

### 11.1 2022-2028年K12教育TO B市场发展前景

#### 11.1.1 2022-2028年K12教育TO B市场发展潜力

#### 11.1.2 2022-2028年K12教育TO B市场发展前景展望

#### 11.1.3 2022-2028年K12教育TO B细分行业发展前景分析

### 11.2 2022-2028年K12教育TO B市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2022-2028年K12教育TO B行业发展趋势

- 11.2.2 2022-2028年K12教育TO B市场规模预测
- 11.2.3 2022-2028年K12教育TO B行业应用趋势预测
- 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国K12教育TO B行业供需预测
  - 11.3.1 2022-2028年中国K12教育TO B行业供给预测
  - 11.3.2 2022-2028年中国K12教育TO B行业需求预测
  - 11.3.3 2022-2028年中国K12教育TO B供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
  - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2022-2028年K12教育TO B行业投资机会与风险

- 12.1 K12教育TO B行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年K12教育TO B行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 细分市场投资机会
  - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年K12教育TO B行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 K12教育TO B行业投资战略研究

### 13.1 K12教育TO B行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战略

#### 13.1.3 业务组合战略

#### 13.1.4 区域战略规划

#### 13.1.5 产业战略规划

#### 13.1.6 营销品牌战略

#### 13.1.7 竞争战略规划

### 13.2 对我国K12教育TO B品牌的战略思考

#### 13.2.1 K12教育TO B品牌的重要性

#### 13.2.2 K12教育TO B实施品牌战略的意义

#### 13.2.3 K12教育TO B企业品牌的现状分析

#### 13.2.4 我国K12教育TO B企业的品牌战略

#### 13.2.5 K12教育TO B品牌战略管理的策略

### 13.3 K12教育TO B经营策略分析

#### 13.3.1 K12教育TO B市场细分策略

#### 13.3.2 K12教育TO B市场创新策略

#### 13.3.3 品牌定位与品类规划

#### 13.3.4 K12教育TO B新产品差异化战略

### 13.4 K12教育TO B行业投资战略研究

#### 13.4.1 2019年K12教育TO B行业投资战略

#### 13.4.2 2022-2028年K12教育TO B行业投资战略

#### 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议（）

### 14.1 K12教育TO B行业研究结论

### 14.2 K12教育TO B行业投资价值评估

### 14.3 K12教育TO B行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/271106.html>