

2024-2030年中国在线少儿 英语培训行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国在线少儿英语培训行业分析与投资战略报告》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/202404/454284.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线少儿英语培训行业分析与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：中国在线少儿英语培训行业发展概述 1.1 中国在线少儿英语培训行业界定 1.1.1 对“少儿”的界定 1.1.2 对“在线”的界定 1.1.3 在线少儿英语培训行业界定 1.2 中国在线少儿英语培训行业消费背景分析 1.2.1 消费者消费意愿 1.2.2 消费者消费目的 1.2.3 消费者渠道获取 1.2.4 消费者模式偏好 1.2.5 消费者品牌偏好 1.3 中国在线少儿英语培训行业政策背景分析 1.3.1 在线教育行业相关政策汇总及影响分析 1.3.2 中高考改革政策解读及影响分析 1.4 中国在线少儿英语培训行业技术背景分析 1.4.1 AI+大数据技术发展促进行业模式创新 1.4.2 5G技术将进一步推动行业发展 1.5 中国在线少儿英语培训行业社会背景分析 1.5.1 在线教育模式社会认可度逐步提升 1.5.2 80、90后父母对于少儿教育重视程度提升 第2章：中国在线少儿英语培训行业关键成功因素分析 2.1 中国在线少儿英语培训行业关键成功因素梳理 2.2 中国在线少儿英语培训行业关键成功因素解析 2.2.1 教师资源 2.2.2 课程体系 2.2.3 目标群体 （1）获客方式 （2）用户分布 2.2.4 授课模式 （1）1v1授课模式仍占主导地位 （2）大班课、轻课产品迅速崛起 第3章：中国在线少儿英语培训行业发展现状及趋势分析 3.1 中国在线少儿英语培训行业发展历程分析 3.1.1 行业发展历程图 3.1.2 行业发展周期图 3.2 中国在线少儿英语培训行业发展痛点分析 3.2.1 产品同质化严重 3.2.2 行业获客成本较高，如何实现盈利仍是难题 3.2.3 在线英语课程缺乏有效激励机制 3.3 中国在线少儿英语培训行业发展规模分析 3.3.1 在线教育市场发展现状 （1）在线教育市场增长迅速 （2）K12教育赛道依然是资本市场争夺焦点 3.3.2 在线少儿英语培训行业市场规模分析 （1）在线少儿英语用户规模分析 （2）在线少儿英语培训行业市场规模分析 3.4 中国在线少儿英语培训行业发展趋势判断 3.4.1 行业核心资源配置趋势 3.4.2 行业资本市场运作趋势 3.4.3 行业市场需求下沉趋势 第4章：中国在线少儿英语培训行业商业模式分析 4.1 中国在线少儿英语培训行业招生模式分析 4.1.1 媒体广告模式 4.1.2 口碑传播模式 4.1.3 地推模式 4.1.4 主要招生模式转化率对比 4.2 中国在线少儿英语培训行业授课模式解析 4.2.1 对1模式 4.2.2 小班课模式 4.2.3 AI 互动模式 4.2.4 主要授课模式对比分析 4.3 中国在线少儿英语培训行业核心要素分析 4.3.1 师资体系 4.3.2 课程体系 （1）注重口语能力培养，增加互动课程 （2）提高教学频率 4.4 中国在线少儿英语培训行业盈利分析 4.4.1 行业成本分析 4.4.2 行业收入来源分析 4.5 中国在线少儿英语培训行业商业模式总结 第5章：中国在线少儿英语培训行业市场竞争分析 5.1 中国在线少儿英语培训行业总体竞争特点分析 5.2 中

国在线少儿英语培训行业企业竞争实力分析 5.3 中国在线少儿英语培训行业五力竞争分析
5.3.1 现有企业竞争分析 5.3.2 潜在进入者威胁 5.3.3 替代产品威胁 5.3.4 上游议价能力 5.3.5 下游议价能力 5.3.6 五力竞争综合评价 第6章：中国在线少儿英语培训行业重点企业分析 6.1
VIPKID 6.1.1 企业发展历程 6.1.2 企业融资进度 6.1.3 企业课程体系 6.1.4 企业授课模式 6.1.5
企业定价模式 6.1.6 企业目标人群 6.1.7 企业获客方式 6.1.8 企业经营情况 6.2 叽里呱啦 6.2.1
企业发展历程 6.2.2 企业融资进度 6.2.3 企业课程体系 6.2.4 企业授课模式 6.2.5 企业定价模式
6.2.6 企业目标人群 6.2.7 企业获客方式 6.2.8 企业经营情况 6.3 叮咚课堂 6.3.1 企业发展历程
6.3.2 企业融资进度 6.3.3 企业课程体系 6.3.4 企业授课模式 6.3.5 企业定价模式 6.3.6 企业目标
人群 6.3.7 企业获客方式 6.3.8 企业经营情况 6.4 DaDa 6.4.1 企业发展历程 6.4.2 企业融资进度
6.4.3 企业课程体系 6.4.4 企业授课模式 6.4.5 企业定价模式 6.4.6 企业目标人群 6.4.7 企业获客
方式 6.4.8 企业经营情况 6.5 爱课 6.5.1 企业发展历程 6.5.2 企业融资进度 6.5.3 企业课程体系
6.5.4 企业授课模式 6.5.5 企业定价模式 6.5.6 企业目标人群 6.5.7 企业获客方式 6.5.8 企业经营
情况 6.6 常青藤爸爸少儿英语 6.6.1 企业发展历程 6.6.2 企业融资进度 6.6.3 企业课程体系 6.6.4
企业授课模式 6.6.5 企业定价模式 6.6.6 企业目标人群 6.6.7 企业获客方式 6.6.8 企业经营情况
6.7 GoGoKid 6.7.1 企业发展历程 6.7.2 企业融资进度 6.7.3 企业课程体系 6.7.4 企业授课模式
6.7.5 企业定价模式 6.7.6 企业目标人群 6.7.7 企业获客方式 6.7.8 企业经营情况 6.8 趣趣ABC
6.8.1 企业发展历程 6.8.2 企业融资进度 6.8.3 企业课程体系 6.8.4 企业授课模式 6.8.5 企业定价
模式 6.8.6 企业目标人群 6.8.7 企业获客方式 6.8.8 企业经营情况 6.9 阿卡索 6.9.1 企业发展历
程 6.9.2 企业融资进度 6.9.3 企业课程体系 6.9.4 企业授课模式 6.9.5 企业定价模式 6.9.6 企业目
标人群 6.9.7 企业获客方式 6.9.8 企业经营情况 6.10 久趣英语 6.10.1 企业发展历程 6.10.2 企业
融资进度 6.10.3 企业课程体系 6.10.4 企业授课模式 6.10.5 企业定价模式 6.10.6 企业目标人群
6.10.7 企业获客方式 6.10.8 企业经营情况 第7章：中国在线少儿英语培训行业投资机会及策
略研究 7.1 中国在线少儿英语培训行业面临机遇与挑战分析 7.1.1 中国在线少儿英语培训行业
机遇分析 (1) 教育思维转变带来的发展机遇 (2) 政策导向带来的发展机遇 (3) 互联网教
育长足发展带来的机遇 (4) 资本加持带来的发展机遇 (5) 突发疫情事件带来的机遇 7.1.2
中国在线少儿英语培训行业面临挑战 (1) 政策的不确定性 (2) 评价体系尚待完善 (3) 市
场竞争加剧 7.2 中国在线少儿英语培训行业融资现状分析 7.2.1 行业项目融资金额统计 7.2.2
行业项目融资主要事件 7.3 中国在线少儿英语培训行业投资潜力分析 7.3.1 行业投资特性分析
(1) 在线教育行业迎新一轮“洗牌” (2) 行业马太效应日渐凸显 (3) 线下教
育巨头与互联网巨头企业纷纷入局 7.3.2 行业发展前景分析 7.3.3 行业投资潜力判断 (1) 行
业投资价值分析 (2) 行业投资风险分析 7.4 中国在线少儿英语培训行业投资策略分析 图
表目录 图表1：在线少儿英语培训概念界定 图表2：受访家长愿意在在线英语课程上花费的

金额（单位：元） 图表3：各线城市受访家长愿意在在线英语课程上花费的金额（单位：元） 图表4：在线少儿英语消费目的分析 图表5：在线少儿英语消费目的分析 图表6：在线少儿英语消费者获取渠道分析（单位：%） 图表7：在线少儿英语用户教学模式偏好（单位：%） 图表8：家长在线少儿英语品牌偏好（单位：%） 图表9：家长未来可能选择的在线少儿英语品牌偏好（单位：%） 图表10：近年在线教育行业政策汇总 图表11：部分省市高考英语改革内容 图表12：在线少儿英语技术背景分析 图表13：5G技术对在线少儿英语的促进作用 图表14：2021年家长对孩子英语学习方式的选择倾向分析（单位：%） 图表15：2012-2021年全国高等学校预计毕业生人数（单位：万人，%） 图表16：80、90后家长在对待互联网的态度、消费观念、教育观念上的区别 图表17：在线少儿英语培训行业关键成功因素 图表18：在线少儿英语培训机构外教数量与资质 图表19：在线少儿英语培训机构教学体系 图表20：在线少儿英语培训机构课程设置 图表21：K12在线英语用户学习频率（单位：%） 图表22：K12在线英语用户平均学习课程时长（单位：%） 图表23：在线少儿英语培训各类获客模式对比 图表24：青少儿在线英语用户数量分布最多城市及增速最快城市TOP 10 图表25：在线少儿英语主要授课模式代表品牌 图表26：在线青少儿英语各类授课模式市场占比（单位：%） 图表27：在线少儿英语不同授课模式评价对比 图表28：2013-2021年少儿英语搜索指数变化 图表29：在线少儿英语培训行业发展历程 图表30：中国在线少儿英语培训行业所处行业周期 图表31：在线英语课程类品牌需要改进的问题 图表32：2016-2021年我国在线教育用户规模（单位：亿人） 图表33：2017-2021年我国在线教育市场规模（单位：亿元，%） 图表34：2021年教育各细分行业融资情况（单位：起，亿元） 图表35：2021年教育各细分行业融资额分布（单位：%） 图表36：2016-2021年在线少儿英语用户规模（单位：万人） 图表37：2016-2021年在线少儿英语付费用户规模（单位：万人，%） 图表38：2017-2021年Talk付费用户客单价（单位：元） 图表39：2017-2021年我国在线少儿英语付费用户客单价（单位：元） 图表40：2017-2021年我国在线少儿英语市场规模（单位：亿元，%） 图表41：在线青少儿英语教育品牌的下沉市场认可度（单位：%） 图表42：在线少儿英语培训主要招生模式转化率对比 图表43：不同在线少儿英语培训品牌AI教学模式对比 图表44：主要授课模式对比分析 图表45：菲教、北美教对比 图表46：在线少儿英语品牌满意度与各项选项相关性（单位：%） 图表47：家长选择在线英语培训的动机（单位：%） 图表48：不同教育阶段家长选择在线英语培训的动机（单位：%） 图表49：家长认为有效的在线英语教学频率（单位：%） 图表50：中国在线少儿英语培训行业成本分析 图表51：2021年51Talk各项费用支出情况（单位：亿元） 图表52：在线英语教育的收入拆解 图表53：在线少儿英语培训行业主要商业模式总结 图表54：在线少儿英语培训行业主要商业模式分优劣势分析 图表55：K12在线英语课程品牌份额 图表56：K12在线英语品牌用户打动指数 图表57：用户对K12在线英语品牌满意

度 图表58：中国在线少儿英语培训行业现有竞争者分析 图表59：中国在线少儿英语培训行业潜在进入者威胁分析 图表60：中国在线少儿英语培训行业潜在进入者威胁分析 图表61：中国在线少儿英语行业五力竞争综合分析 图表62：VIPKID融资历程 图表63：VIPKID课程体系 图表64：VIPKID AI+大数据授课模式 图表65：VIPKID 课程定价（2019年6月） 图表66：叽里呱啦企业发展历程 图表67：叽里呱啦融资历程 图表68：叽里呱啦课程体系 图表69：叮咚课堂融资历程 图表70：叮咚课堂课程体系 图表71：叮咚课堂教学体系 图表72：DaDa融资历程 图表73：DaDa Wonders主修课教学目的 图表74：DaDa 专题课 图表75：DaDa收费情况（单位：元，节） 图表76：爱课发展历程 图表77：爱课融资历程 图表78：爱课课程体系 图表79：常青藤爸爸发展历程 图表80：常青藤爸爸融资历程 图表81：常青藤爸爸课程体系 图表82：GoGoKid课程产品介绍 图表83：GoGoKid融资历程 图表84：GoGoKid课程体系 图表85：GoGoKid课程产品介绍 图表86：GoGoKid产品定价（单位：元，节） 图表87：趣趣ABC课程体系 图表88：趣趣ABC课程定价（单位：元，节） 图表89：阿卡索融资历程 图表90：阿卡索融资课程定价 图表91：久趣英语融资历程 图表92：久趣英语融资历程 图表93：久趣英语课程分级 图表94：久趣英语课程体系 图表95：ABCmouse课程体系 图表96：猿辅导融资历程 图表97：斑马AI课社区转化流程 图表98：2016-2021年中国在线少儿英语培训行业投融资情况（单位：起，亿元） 图表99：2018-2021年中国在线少儿英语培训行业主要投融资事件（部分） 图表100：2022-2027年中国在线少儿英语培训市场规模（单位：亿元） 图表101：在线少儿英语培训行业投资价值 图表102：在线少儿英语培训行业投资风险 图表103：在线少儿英语培训行业投资策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/454284.html>