

2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）行业市场运行及与投资咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）行业市场运行及与投资咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/3219732197.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

第一章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场运行环境

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行经济环境

- 一、中国GDP增长状况
- 二、中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行社会环境

- 一、国家对基础教育的重视
- 二、中小學生、家长对学习英語的重视程度越来越高

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场运行技术环境

第二章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场发展状况

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场总体发展状况

- 一、2008-2009年中国ELP行业发状况综合
- 二、2008-2009年中国ELP产业链整合步入理性消费时代
- 三、2008-2009年中国ELP市场洗牌在即

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场焦点及动向

- 一、ELP差异化策略谋求新生
- 二、ELP百亿市场凸显“替代热潮”
- 三、ELP遭遇产业升级难题
- 四、ELP产品着严重的同质化问题
- 五、以科技为核心打造ELP业的王牌

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场特点

- 一、礼品市场和學生群体带动市场季节性销售明显
- 二、同行并购，大厂进入，行业前景被看好
- 三、市场和消費者日益成熟

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场存在问题

- 一、ELP快速发展遭遇“成长烦恼”
- 二、ELP市场火爆背后的危机
- 三、ELP行业标准不规范
- 四、ELP市场怪状解析

第三章 2008-2009年中国便携式数码学习产品细分市场运行状况研究——数码学习机

第一节 2008-2009年中国数码学习机行业发展环境

- 一、数码学习机在英语学习中的应用
- 二、中国数码学习机大市场逐步成形
- 三、数码学习机行业新标准呼之欲出

第二节 2008-2009年中国数码学习机市场发展状况

- 一、中国学习机市场规模状况
- 二、数码学习机市场火热
- 三、数码学习机品牌集中阶段
- 四、中国数码学习机市场回顾与发展
- 五、数码学习机开始内容收费

第三节 2008-2009年中国数码学习机市场营销

- 一、数码学习机产品的消费者
- 二、数码学习机中国特色产品营销解析
- 三、数码电子学习机市场营销全面透析
- 四、中国数码学习机产品的营销危机
- 五、学习机市场要警惕“数码保健品”营销模式

第四节 2008-2009年中国数码学习机市场面临的挑战及对策

- 一、数码学习机发展中的问题
- 二、数码学习机市场鱼龙混杂
- 三、数码学习机遭遇“版权门”事件
- 四、数码学习机命的危机及发展对策

第五节 2009-2012年中国数码学习机市场发展趋势

- 一、数码学习机行业展望
- 二、数码学习机的内容发展方向
- 三、数码学习机技术发展态势
- 四、数码学习机的市场发展趋势

第四章 2008-2009年中国ELP细分市场运行状况研究——电子词典及复读机

第一节 电子词典的概念及特点

- 一、电子词典的概念
- 二、电子词典的特点
- 三、电子词典与传统纸张词典对比

第二节 2008-2009年中国电子词典的发展综合

- 一、电子词典市场走向衰落
- 二、电子词典存在技术瓶颈
- 三、电子词典业的广告乱战
- 四、电子词典市场发展展望

第三节 2008-2009年中国复读机发展形势

- 一、复读机概念特性
- 二、复读机市场政策效果不明

三、复读机业面临灭顶之灾

四、复读机市场发展对策解析

第五章 2008-2009年中国便携式电子学习产品消费者调查

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者类型

一、学生

二、成人

第二节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者品牌倾向研究

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者产品功能需求研究

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望研究

第五节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道研究

第六节 2008-2009年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素

一、品牌知名度

二、价格

三、产品准确、快速和方便度

第七节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道研究

一、电视购物

二、网络购物

三、超市专柜

四、专卖店

第六章 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业市场竞争状况

第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业整体竞争格局

一、中低端ELP市场竞争格局

二、高端ELP市场竞争格局

第二节 2008年中国便携式数码学习产品行业竞争策略

一、价格战

二、营销战

第三节 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业理性竞争策略

一、成人市场，ELP行业的新蓝海

二、学生是“学导向”，成人则是“用导向”

第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品企业获取市场份额的途径

一、渠道实力

二、研发实力

三、大量的宣传攻势

第七章 2008-2009年中国便携式数码学习产品行业重点企业发展态势

第一节 好记星

- 一、好记星营销及发展历程全面
- 二、好记星领军数码学习机行业的良性竞争
- 三、好记星创新科技打造品牌
- 四、好记星携手名人引领市场拐点
- 五、好记星打造数码学习机市场标准

第二节 步步高

- 一、步步高公司简介
- 二、步步高企业三大事业体系解析
- 三、步步高电子的创新战略解析

第三节 诺亚舟

- 一、诺亚舟公司介绍
- 二、诺亚舟学习机的优势
- 三、诺亚舟服务体系介绍
- 四、诺亚舟在中国ELP市场发展状况
- 五、诺亚舟“搜学引擎”平台引发行业革命
- 六、诺亚舟在纽约交易所挂牌上市

第四节 文曲星

- 一、金远见公司简介
- 二、文曲星以诚信打造品牌
- 三、文曲星的七种市场营销武器
- 四、文曲星MyET软件热销市场

第五节 快译通

- 一、权智（国际）有限公司简介
- 二、快译通市场推进中的问题及对策
- 三、电子词典市场缩水逼迫快译通转型
- 四、快译通发力掌上电脑市场

第八章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业发展趋势预测

第一节 2008年中国便携式数码学习产品行业发展趋势

- 一、国内ELP市场的增长主要将是来自学习机的增长
- 二、“技术主导，内容制胜”，是学习机行业发展的未来趋势
- 三、除了中小学生群体外，成年人也将是学习机行业的一个潜在市场
- 四、专业人士的专业学习机，有可能是学习机市场的一个新增长点
- 五、学习与通讯结合是今后学习机发展的新潮流

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业竞争趋势

- 一、学习机市场将向一线品牌集中

- 二、竞争将回归到产品技术和品质
- 三、同步辅导课件是学习机竞争关键
- 四、未来的学习机市场竞争是“内容为王”

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业市场发展预测

- 一、2009-2012年中国ELP市场规模预测
- 二、2009-2012年中国ELP市场结构预测
- 三、2009-2012年中国ELP市场产品发展趋势预测

第九章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资前景

第一节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资机会

第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业进入壁垒

- 一、硬件设计
- 二、软件开发
- 三、资料处理
- 四、产品测试

第三节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资风险

- 一、技术风险
- 二、竞争风险
- 三、政策风险
- 四、金融风险
- 五、其他风险

第四节 权威专家建议

图表目录：（部分）

图表：中国GDP增长状况

图表：中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数

图表：2008年中国便携式数码学习产品产业链

图表：电子词典与传统纸张词典对比

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者类型

图表：不同消费者对复读机的品牌倾向

图表：不同消费者对电子词典的品牌倾向

图表：不同消费者对数码学习机的品牌倾向

图表：不同消费者对复读机功能需求

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者价格期望

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者信息获取渠道

图表：2008年影响便携式数码学习产品消费者购买行为的主要因素

图表：2008年中国便携式数码学习产品市场消费者购买渠道
略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianzi/3219732197.html>