

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

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>