

# 2009-2012年中国便携式电 子学习产品（ELP）行业运行状况与投资咨询报告

## 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

《2009-2012年中国便携式电子学习产品（ELP）行业运行状况与投资咨询报告》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/200902/11430.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

### 第一章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场运行环境分析

#### 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分析

##### 一、中国GDP增长状况分析

##### 二、中国居民家庭可支配收入及恩格尔系数分析

#### 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分析

##### 一、国家对基础教育的重视

##### 二、中小学生、家长对学习英语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分析

### 第二章 2008-2009年中国便携式电子学习产品市场发展状况分析

#### 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分析

##### 一、2008-2009年中国ELP行业发状况综合分析

##### 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分析

##### 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分析

##### 一、礼品市场和学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、市场和消费者日益成熟

#### 第四节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场存在问题分析

##### 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分析

一、数码学习机在英语学习中的应用分析

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分析

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分析

一、数码学习机产品的消费者分析

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分析

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分析

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分析

一、数码学习机行业展望

二、数码学习机的内容发展方向分析

三、数码学习机技术发展态势分析

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分析

#### 第二节 2008-2009年中国电子词典的发展综合分析

##### 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分析

##### 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分析

#### 第一节 2008-2009年中国便携式数码学习产品市场消费者类型分析

##### 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分析

##### 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分析

#### 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分析

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分析

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分析

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分析

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分析

第一节 好记星

一、好记星营销及发展历程全面分析

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分析

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分析

#### 第一节 2008年中国便携式数码学习产品行业发展趋势分析

- 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、除了中小學生群体外，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分析

- 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分析

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

### 第九章 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资前景分析

#### 第一节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业投资机会分析

#### 第二节 2009-2012年中国便携式数码学习产品行业进入壁垒分析

- 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分析

一、技术风险分析

二、竞争风险分析

三、政策风险分析

四、金融风险分析

五、其他风险分析

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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200902/11430.html>