

2012-2016年中国教育软件 市场深度评估与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2012-2016年中国教育软件市场深度评估与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/774128ROUP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心 <http://www.abaogao.com>

教育软件，顾名思义，为教育服务的软件系统；英文education software；根据应用范围的不同可以分为家用教育软件，校用教育软件和远程教育软件。近两年，国内的教育软件市场竞争激烈，形成了以北京为龙头，上海、广东为两翼的产业布局。但是，整个教育软件行业便开始滑坡，很多教育软件开发商和制作商现在已经改变了业务发展方向或退出市场。教育软件队伍尚未能形成群体优势与国际上先进的教育软件公司抗衡，开发队伍还略显薄弱和乏力，资金也极其有限。而除了政策、市场体系等因素外，缺乏“精品”教育软件、不能刺激消费者的消费热情也是导致这一趋势的重要原因。教育软件行业，一直都是关注的焦点，而从事与教育软件行业的企业，从以前的鱼龙混杂，到现在的大浪淘沙，在行业中的不断洗牌中渐渐有了行业的自律意识，都逐渐加强了技术研发方面的力量，但未来市场前景仍不甚明朗。

智研数据研究中心发布的《2012-2016年中国教育软件市场深度评估与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了教育软件相关概述、中国教育软件产业运行环境等，接着分析了中国教育软件行业运行的现状，然后介绍了中国教育软件相关产业运行、中国教育软件细分区域市场发展状况。随后，报告对中国教育软件行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国教育软件行业发展趋势与投资预测。您若想对教育软件产业有个系统的了解或者想投资教育软件行业，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家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。

第一章 教育软件相关概述 1

第一节 软件简述 1

一、软件类别 1

1、系统软件 1

2、应用软件 1

3、操作系统 2

4、支撑软件 2

二、软件开发 3

1、软件开发语言 3

2、软件的开发流程 3

3、软件载体 4

第二节 教育软件阐述 4

一、教育软件的发展演进 4

二、教育软件的细分 5

三、产业价值链构成 7

第二章 2010-2011年全球教育软件产业运行分析 8

第一节 2010-2011年全球教育软件业运行环境浅析 8

一、金融危机峰全球育软件业的冲击 8

二、全球教育现状分析 9

三、全球教育信息化分析 18

四、发达国家教育信息化政策扫描 20

第二节 2010-2011年全球教育软件业动态分析 22

一、全球教育软件特点分析 22

二、全球教育软件研发投入 23

三、全球首发极品儿童教育软件调研 25

第三节 2010-2011年全球部分国家及地区教育软年业运行分析 27

一、美国 27

二、日本 27

三、欧洲 27

第四节 2012-2016年全球教育软件业趋势探讨 28

第三章 2010-2011年中国教育信息化产业进展分析 29

第一节 2010-2011年中国教育信息化总况 29

一、主要业务流程信息化水平 29

二、信息化对政策的依存程度 30

第二节 2010-2011年中国教育信息化重点项目研究 32

一、中国教育科研网格计划 32

二、农村中小学远程教育工程 33

| | |
|--------------------------------|----|
| 三、下一代中国互联网示范工程 | 40 |
| 四、全国教师教育网络联盟 | 42 |
| 第三节 2010-2011年中国学样信息化项目实施状况 | 43 |
| 一、普考 | 43 |
| 二、高教 | 45 |
| 第四节 2010-2011年中国教育信息化投入预算 | 46 |
| 一、一卡通 | 46 |
| 二、校园网 | 48 |
| 三、城域网 | 52 |
| 四、数字图书馆 | 56 |
| 五、多媒体教学系统 | 59 |
| 六、教学资源系统 | 59 |
| 第五节 2011-2015年中国教育信息化发展趋势 | 60 |
| | |
| 第四章 2010-2011年中国教育软件产业运行环境分析 | 62 |
| 第一节 2010年中国宏观经济环境分析 | 62 |
| 一、GDP历史变动轨迹分析 | 62 |
| 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 | 70 |
| 三、2012年中国宏观经济发展预测分析 | 72 |
| 第二节 2010-2011年中国教育软件行业政策环境分析 | 75 |
| 一、发达国家教育信息化政策启示 | 75 |
| 二、行业准入政策分析 | 78 |
| 三、教育软件扶持政策 | 79 |
| 四、教育产业政策法规 | 79 |
| 第三节 2010-2011年中国教育软件行业发展技术环境分析 | 89 |
| 第四节 2010-2011年中国教育软件行业发展社会环境分析 | 90 |
| 一、中国大加教育资金投入 | 90 |
| 二、中国就业现状 | 92 |
| 三、网络及电脑的应用与普及 | 93 |
| | |
| 第五章 2010-2011年中国教育软件行业运行形势分析 | 97 |
| 第一节 2010-2011年中国教育软件行业运行现状综述 | 97 |

- 一、教育软件是中国软件行业的新“宠儿” 97
- 二、已与办公软件、财务软件形成中国软件业三分天下格局 97
- 三、中国教育软件市场巨大，商机众多 99
- 四、中国教育软件发展到智能与网络结合阶段 100
- 五、中国教育软件市场呼唤精品 100
- 第二节 2010-2011年中国教育软件行业市场规模分析 101
 - 一、教育软件市场总体规模逐渐扩大，产品更加丰富 101
 - 二、“校校通”等工程为教育软件提供了广阔市场 102
 - 三、国家政策环境良好，网络教育平台等直接拉动教育软件需求 102
- 第三节 2010-2011年中国教育软件行业存在问题探讨 103
 - 一、发展速度较慢，跟不上教育改革的步伐 103
 - 二、教育软件商缺乏对教育的了解，在开发产品方面缺乏合理地规划 104
 - 三、研究力量薄弱，缺乏理论和创新 104
 - 四、低水平重复，同质化严重，产品大同小异 104
 - 五、教育软件与其它形式的教育产品整合不够 105
 - 六、缺乏商业模式的创新 105

- 第六章 2010-2011年中国教育软件行业运行动态分析 107
 - 第一节 2010-2011年中国教育软件行业市场特点分析 107
 - 第二节 2010-2011年中国教育软件行业新形势分析 108
 - 一、中小型教育软件公司运行状况 108
 - 二、消费者主体与需求呈多样化趋势 109
 - 三、大型教育软件公司开始向实体产品方向发展 109
 - 四、研发实力薄弱是行业发展瓶颈 109
 - 第三节 2010-2011年中国教育软件行业市场供需分析 109
 - 一、市场供给分析 109
 - 二、市场需求分析 110
 - 三、市场需求特点分析 110
 - 四、2010-2011年中国教育软件行业市场供需平衡分析 110

- 第七章 2010-2011年中国教育软件细分行业市场运行走势分析 112
 - 第一节 2010-2011年中国教育软件市场细分方向 112

第二节 2010-2011年中国教育软件细分（按年龄段）市场分析 112

- 一、学龄前儿童市场 112
- 二、中小學生市场 112
- 三、大学生市场（包括大学生、研究生等） 113
- 四、成年人市场 113
- 五、老年人市场 113

第三节 2010-2011年中国教育软件细分（按用途分类）市场 114

- 一、应试类教育软件 114
- 二、素质教育类软件 114

第四节 2010-2011年中国主要软件细分行业存在的问题剖析 114

第五节 教育软件市场营销策略分析 115

- 一、产品（PRODUCT） 115
- 二、价格（PRICE） 115
- 三、分销（PLACE） 115
- 四、促销（PROMOTION） 116

第八章 2010-2011年中国教育软件相关产业运行分析 117

第一节 2010-2011年中国软件产业运行状况分析 117

- 一、2010-2011年中国软件产业规模分析 117
 - 1、产业规模 117
 - 2、经济类型 117
 - 3、产品结构 118
 - 4、市场份额 119
 - 5、人才规模与结构 119
- 二、2010-2011年中国软件市场运行分析 119
 - 1、2010-2011年中国软件产业收入情况 119
 - 2、2010-2011年计划单列市软件产业主要经济指标完成情况 120
 - 3、2010-2011年软件出口情况 122

第二节 2010-2011年中国教育培训产业发展状况分析 123

- 一、2010-2011年中国教育培训现状综述 123
 - 1、市场规模稳步增长，市场品牌较为分散 123
 - 2、市场日益细分化，行业热点随之转移 123

3、外资企业及资本空前关注，产业进入资源整合期 124

4、教育培训机构向品牌化发展 125

二、未来中国教育培训产业的发展趋势 125

1、教育培训项目向综合化发展 125

2、教育培训课程向个性化发展 125

3、教育培训范围向国际化发展 126

4、教育培训模式向多元化发展 127

第三节 对中国教育软件业的影响分析 129

第九章 2010-2011年中国教育软件市场消费者需求特征分析 130

第一节 2010-2011年中国教育软件市场消费者需求变量分析 130

一、人口统计变量分析 130

二、地理变量分析 137

三、心理变量分析 138

四、行为变量分析 138

第二节 2010-2011年中国教育软件市场消费行为调查分析 140

一、消费产品偏好 140

二、消费品牌偏好 140

三、消费渠道偏好 140

四、消费环境偏好 141

五、消费影响因素 141

第三节 中国教育软件市场消费者需求趋势分析 142

第十章 2010-2011年中国教育软件细分区域市场发展状况分析 144

第一节 华南地区教育软件市场发展状况分析 144

一、市场规模分析（可以分析一些教育的发展以及对软件的需求） 144

二、竞争格局分析 144

三、发展趋势分析 145

四、区域标杆企业（分析方直金太阳，它的财务做重点分析） 145

第二节 华北地区教育软件市场发展状况分析 153

一、市场规模分析 153

二、竞争格局分析 154

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 三、发展趋势分析 | 154 |
| 四、区域标杆企业 | 155 |
| 第三节 华东地区教育软件市场发展状况分析 | 156 |
| 一、市场规模分析 | 156 |
| 二、竞争格局分析 | 157 |
| 三、发展趋势分析 | 157 |
| 四、区域标杆企业 | 157 |
| 第四节 华中地区教育软件市场发展状况分析 | 158 |
| 一、市场规模分析 | 158 |
| 二、竞争格局分析 | 159 |
| 三、发展趋势分析 | 159 |
| 四、区域标杆企业 | 159 |
| 第五节 东北地区教育软件市场发展状况分析 | 160 |
| 一、市场规模分析 | 160 |
| 二、竞争格局分析 | 161 |
| 三、发展趋势分析 | 161 |
| 四、区域标杆企业 | 162 |
| 第六节 西部地区教育软件市场发展状况分析 | 162 |
| 一、市场规模分析 | 162 |
| 二、竞争格局分析 | 163 |
| 三、发展趋势分析 | 164 |
| 四、区域标杆企业 | 164 |
| 第七节 2010-2011年中国教育软件行业各细分区域市场发展状况对比分析 | 164 |
| 第十一章 2010-2011年中国教育软件行业主体企业综合竞争力同比分析 | 166 |
| 第一节 陕西金叶科教集团股份有限公司 | 166 |
| 一、企业概况 | 166 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 166 |
| 三、企业盈利能力分析 | 168 |
| 四、企业偿债能力分析 | 169 |
| 五、企业运营能力分析 | 169 |
| 六、企业成长能力分析 | 170 |

第二节 北京蒲公英教育软件有限公司 171

一、企业概况 171

二、业务范围及产品内容分析 171

三、市场策略分析 171

四、企业优劣势分析 171

第三节 北京中教育星软件有限公司 172

一、企业概况 172

二、业务范围及产品内容分析 172

三、市场策略分析 172

四、企业优劣势分析 172

第四节 北京中基教育软件 173

一、企业概况 173

二、业务范围及产品内容分析 173

三、市场策略分析 173

四、企业优劣势分析 174

第五节 江西A&K教育软件 174

一、企业概况 174

二、业务范围及产品内容分析 175

三、市场策略分析 175

四、企业优劣势分析 175

第六节 上海汇思 176

一、企业概况 176

二、业务范围及产品内容分析 176

三、市场策略分析 178

四、企业优劣势分析 178

第七节 浙大网络 179

一、企业概况 179

二、业务范围及产品内容分析 180

三、市场策略分析 180

四、企业优劣势分析 181

第八节 南京易学教育软件 181

一、企业概况 181

二、业务范围及产品内容分析 182

三、市场策略分析 182

四、企业优劣势分析 182

第九节 营口巨成教学科技有限公司 182

一、企业概况 182

二、企业主要经济指标分析 183

三、企业盈利能力分析 184

四、企业偿债能力分析 184

五、企业运营能力分析 185

六、企业成长能力分析 185

七、企业优劣势分析 185

第十节 湖南爱博科技发展有限公司 186

一、企业概况 186

二、企业主要经济指标分析 186

三、企业盈利能力分析 187

四、企业偿债能力分析 187

五、企业运营能力分析 188

六、企业成长能力分析 188

七、企业优劣势分析 188

第十一节 北京金洪恩电脑有限公司 189

一、企业概况 189

二、业务范围及产品内容分析 189

三、市场策略分析 189

四、企业优劣势分析 191

第十二节 中国部分教育软件企业主要经济指标对比 191

第十二章 2012-2016年中国教育软件行业发展趋势与投资预测分析 192

第一节 2012-2016年中国教育软件行业发展趋势分析 192

一、教育软件特殊性分析 192

二、重视学习理论和教学理论研究成果的应用 192

三、充分挖掘信息技术为教育提供的新的可能性 192

四、把计算机教育应用与教育教学改革结合起来 193

| | |
|---------------------------------|-----|
| 五、将素质教育作为软件开发的重要指导思想 | 193 |
| 六、基本模式由传统方式向问题解决、主动探索、协作学习等方面发展 | 193 |
| 第二节 2012-2016年中国教育软件行业市场预测分析 | 194 |
| 一、市场供给预测分析 | 194 |
| 二、市场需求预测分析 | 194 |
| 三、市场竞争预测分析 | 194 |
| 第三节 2012-2016年中国教育软件投资概况 | 195 |
| 一、教育软件投资特性 | 195 |
| 二、教育软件投资环境分析 | 196 |
| 第四节 2012-2016年中国教育软件行业投资机会分析 | 196 |
| 第五节 2012-2016年中国教育软件行业投资风险分析 | 197 |
| 第六节 专家投资建议 | 198 |

通过《2012-2016年中国教育软件市场深度评估与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/774128ROUP.html>