

2014-2019年中国教育软件 市场前景研究与投资前景评估报告

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

《2014-2019年中国教育软件市场前景研究与投资前景评估报告》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/998477ZBM3.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

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	3
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	5
第二节教育软件阐述	5
一、教育软件的发展演进	5
二、教育软件的细分	6
三、产业价值链构成	7
第二章 2014年全球教育软件产业运行透析	8
第一节 2014年全球教育软件业运行环境浅析	8
一、金融危机对全球教育软件业的冲击	8
二、全球教育现状分析	8
三、全球教育信息化分析	10
四、发达国家教育信息化政策扫描	12
第二节 2014年全球教育软件业动态分析	15
一、全球教育软件特点分析	15
二、全球教育软件研发投入	15
三、全球首发极品儿童教育软件调研	18
第三节 2014年全球部分国家及地区教育软行业运行分析	19
一、美国	19
二、日本	19
三、欧洲	20

第四节 2014-2020年全球教育软件业趋势探讨	20
第三章 2014年中国教育信息化新进展	22
第一节 2014年中国教育信息化总况	22
一、主要业务流程信息化水平	22
二、信息化对政策的依存程度	23
第二节 2014年中国教育信息化重点项目研究	24
一、中国教育科研网格计划	24
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	34
四、全国教师教育网络联盟	37
第三节 2014年中国学样信息化项目实施状况	40
一、普教	40
二、高教	41
第四节 2014年中国教育信息化投入预算	42
一、一卡通	42
二、校园网	45
三、城域网	46
四、数字图书馆	46
五、多媒体教学系统	47
六、教学资源系统	47
第五节 2014-2020年中国教育信息化投入趋势	48
第四章 2014年中国教育软件产业运行环境解析	49
第一节 2014年中国宏观经济环境分析	49
第二节 2014年中国教育软件行业政策环境分析	113
一、发达国家教育信息化政策启示	113
二、行业准入政策分析	116
三、教育软件扶持政策	120
四、教育产业政策法规	121
第三节 2014年中国教育软件行业发展技术环境分析	131
第四节 2014年中国教育软件行业发展社会环境分析	137

一、中国加大教育资金投入	137
二、中国就业现状	138
三、网络及电脑的应用与普及	140
第五章 2014年中国教育软件行业运行新形势透析	144
第一节 2014年中国教育软件行业运行现状综述	144
一、教育软件是中国软件行业的新“宠儿”	144
二、已与办公软件、财务软件形成中国软件业三分天下格局	145
三、中国教育软件市场巨大，商机众多	147
四、中国教育软件发展到智能与网络结合阶段	147
五、中国教育软件市场呼唤精品	148
第二节 2014年中国教育软件行业市场规模分析	149
一、教育软件市场总体规模逐渐扩大，产品更加丰富	149
二、“校校通”等工程为教育软件提供了广阔市场	150
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	150
第三节 2014年中国教育软件行业存在问题探讨	151
一、发展速度较慢，跟不上教育改革的步伐	151
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	151
三、研究力量薄弱，缺乏理论和创新	152
四、低水平重复，同质化严重，产品大同小异	152
五、教育软件与其它形式的教育产品整合不够	153
六、缺乏商业模式的创新	153
第六章 2014年中国教育软件行业运行动态分析	154
第一节 2014年中国教育软件行业市场特点分析	154
第二节 2014年中国教育软件行业新形势分析	155
一、中小型教育软件公司运行状况	155
二、消费者主体与需求呈多样化趋势	156
三、大型教育软件公司开始向实体产品方向发展	156
四、研发实力薄弱是行业发展瓶颈	156
第三节 2014年中国教育软件行业市场供需分析	156
一、市场供给分析	156

二、市场需求分析	157
三、市场需求特点分析	157
四、2014年中国教育软件行业市场供需平衡分析	157
第七章 2014年中国教育软件细分行业市场运行走势分析	159
第一节 2014年中国教育软件市场细分方向	159
第二节 2014年中国教育软件细分（按年龄段）市场分析	159
一、学龄前儿童市场	159
二、中小學生市场	159
三、大学生市场(包括大学生、研究生等)	160
四、成年人市场	160
五、老年人市场	161
第三节 2014年中国教育软件细分（按用途分类）市场	161
一、应试类教育软件	161
二、素质教育类软件	161
第四节 2014年中国主要软件细分行业存在的问题剖析	162
第五节 教育软件市场营销策略分析	167
一、产品(product)	167
二、价格(price)	168
三、分销(place)	169
四、促销(promotion)	169
第八章 2014年中国教育软件相关产业运行透析	171
第一节 2014年中国软件产业运行状况分析	171
一、2014年中国软件产业规模分析	171
1、产业规模	171
2、经济类型	175
3、产品结构	175
4、市场份额	176
5、人才规模与结构	176
二、2014年中国软件市场运行分析	188
1、2014年中国软件产业收入情况	188

2、2014年计划单列市软件产业主要经济指标完成情况	189
3、2014年软件出口情况	189
第二节 2014年中国教育培训产业发展状况分析	190
一、2014年中国教育培训现状综述	190
1、市场规模稳步增长，市场品牌较为分散	190
2、市场日益细分化，行业热点随之转移	190
3、外资企业及资本空前关注，产业进入资源整合期	191
4、教育培训机构向品牌化发展	191
二、未来中国教育培训产业的发展趋势	194
1、教育培训项目向综合化发展	194
2、教育培训课程向个性化发展	194
3、教育培训范围向国际化发展	195
4、教育培训模式向多元化发展	196
第三节对中国教育软件业的影响分析	198
第九章 2014年中国教育软件市场消费者需求特征分析	199
第一节 2014年中国教育软件市场消费者需求变量分析	199
一、人口统计变量分析	199
二、地理变量分析	201
三、心理变量分析	204
四、行为变量分析	204
第二节 2014年中国教育软件市场消费行为调查分析	205
一、消费产品偏好	205
二、消费品牌偏好	206
三、消费渠道偏好	206
四、消费环境偏好	206
五、消费影响因素	207
第三节中国教育软件市场消费者需求趋势分析	209
第十章 2014年中国教育软件细分区域市场发展状况分析	211
第一节 华南地区教育软件市场发展状况分析	211

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）	211
二、竞争格局分析	215
三、发展趋势分析	215
四、区域标杆企业（分析方直金太阳，它的财务做重点分析）	216
第二节华北地区教育软件市场发展状况分析	219
第三节华东地区教育软件市场发展状况分析	227
第四节华中地区教育软件市场发展状况分析	236
第五节东北地区教育软件市场发展状况分析	242
第六节西部地区教育软件市场发展状况分析	247
第七节 2014年中国教育软件行业各细分区域市场发展状况对比分析	260
第十一章 2014年中国教育软件行业主体企业综合竞争力同比分析	261
第一节陕西金叶科教集团股份有限公司（000812）	261
一、企业概况	261
二、企业主要经济指标分析	262
三、企业盈利能力分析	264
四、企业偿债能力分析	265
五、企业运营能力分析	266
六、企业成长能力分析	267
第二节北京蒲公英教育软件有限公司	268
一、企业概况	268
二、业务范围及产品内容分析	270
三、市场策略分析	270
四、企业优劣势分析	270
第三节北京中教育星软件有限公司	271
一、企业概况	271
二、业务范围及产品内容分析	271
三、市场策略分析	273
四、企业优劣势分析	274
第四节北京中基教育软件	275
一、企业概况	275

二、业务范围及产品信息分析	276
三、市场策略分析	276
四、企业优劣势分析	276
第五节江西A&K教育软件	277
一、企业概况	277
二、业务范围及产品信息分析	277
三、市场策略分析	277
四、企业优劣势分析	278
第六节上海汇思	279
一、企业概况	279
二、业务范围及产品信息分析	279
三、市场策略分析	279
四、企业优劣势分析	280
第七节浙大网新	281
一、企业概况	281
二、业务范围及产品信息分析	282
三、市场策略分析	282
四、企业优劣势分析	283
第八节南京易学教育软件	284
一、企业概况	284
二、业务范围及产品信息分析	284
三、市场策略分析	285
四、企业优劣势分析	285
第九节营口巨成教学科技有限公司	287
一、企业概况	287
二、经营范围及产品信息	288
三、市场策略分析	288
四、企业优劣势分析	288
第十节湖南爱博科技发展有限公司	289
一、企业概况	289
二、经营范围及产品信息	289
三、市场策略分析	290

四、企业优势劣势分析	290
第十一节北京金洪恩电脑有限公司	290
一、企业概况	290
二、业务范围及产品内容分析	290
三、市场策略分析	291
四、企业优劣势分析	291
第十二节中国部分教育软件企业主要经济指标对比	292
第十二章 2014-2020年中国教育软件行业发展趋势预测分析	293
第一节 2014-2020年中国教育软件行业发展趋势分析	293
一、教育软件特殊性分析	293
二、重视学习理论和教学理论研究成果的应用	294
三、充分挖掘信息技术为教育提供的新的可能性	294
四、把计算机教育应用与教育教学改革结合起来	295
五、将素质教育作为软件开发的重要指导思想	296
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	296
第二节 2014-2020年中国教育软件行业市场预测分析	297
一、市场供给预测分析	297
二、市场需求预测分析	298
三、市场竞争预测分析	299
第三节 2014-2020年中国教育软件行业市场盈利预测分析	302
第十三章 2014-2020年中国教育软件行业市场投资战略分析	303
第一节 2014年中国教育软件投资概况	303
一、教育软件投资特性	303
二、教育软件投资环境分析	305
第二节 2014-2020年中国教育软件行业投资机会分析	306
第三节 2014-2020年中国教育软件行业投资风险分析	309
一、市场竞争风险	309
二、运营风险分析	309
三、金融风险分析	310

四、政策风险分析 310

第四节专家投资建议 311

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/998477ZBM3.html>