

2014-2018年中国教育软件 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国教育软件市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/ruanjian1312/728029AF9O.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-12-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国教育软件市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。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细分行业市场运行走势、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。

从教育软件所存在的主要问题以及当前科学技术的发展看来，教育软件发展重点将向个性化和智能化方向迈进，并更加注重教育软件的情感性和互动性。

随着信息技术的发展，教育软件将注重于满足人的个性化需求。这就需要研究不同的人在面对技术进行学习时的差异。目前，人们已经认识到问题的解决能力、创新思维、协作技能、信息素养等的重要性，但如何消除数字鸿沟，使所有的学习者包括特殊群体应用技术进行有效学习，是我们应关注的重要课题。

随着信息化教育的深入发展，教育软件将更加强调互动性。所谓互动是指两人或两人以上通过语言、符号和非口语等沟通方式，彼此影响而改变行为的历程。教师、学生、教育媒体和交互发生的时间为互动的四个传播要素。在教育软件中，互动一定是借助于媒体而发生的，按照媒体类型可以分为文字互动、音频互动和视频互动三种类型；师生互动和生生互动按照其时间特征看，既可以发生在课堂内构成教学互动，也可以发生在课堂外构成社会互动，师生互动与生生互动可以以同步方式或异步方式发生；信息技术环境中的学习者是通过与学习界面交互而引发的与学习内容的互动。

把握好教育软件的发展趋势，将前沿技术应用于教育软件，不仅有利于教学人员构建一种全新、多变的教学环境和教学手段，而且可以为学习者提供一种可以进行交互、直观、自主探索的学习模式，在多方面提高教与学的质量与效果。

随着信息技术的发展，教育软件将注重于满足人的个性化需求。这就需要研究不同的人在面对技术进行学习时的差异。目前，人们已经认识到问题的解决能力、创新思维、协作技能、信息素养等的重要性，但如何消除数字鸿沟，使所有的学习者包括特殊群体应用技术进行有效学习，是我们应关注的重要课题。

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 2012-2013年全球教育软件产业运行透析 8

第一节 2012-2013年全球教育软件业运行环境浅析 8

一、金融危机对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 2011-2012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 22

三、全球首发极品儿童教育软件调研 25

第三节 2012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2013-2020年全球教育软件业趋势探讨 28

第三章2011-2012年中国教育信息化新进展 29

第一节2011-2012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2011-2012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2011-2012年中国学样信息化项目实施状况 43

一、普考 43

二、高教 44

第四节2011-2012年中国教育信息化投入预算 45

一、一卡通 45

二、校园网 47

三、城域网 51

四、数字图书馆 55

五、多媒体教学系统 58

六、教学资源系统 59

第五节 2013-2020年中国教育信息化投入趋势 59

第四章2011-2012年中国教育软件产业运行环境解析 61

第一节2011-2012年中国宏观经济环境分析 61

一、中国GDP分析 61

二、城乡居民家庭人均可支配收入 61

三、恩格尔系数 62

四、存贷款利率变化 62

五、财政收支状况 64

六、金融危机对中国经济的影响 66

第二节2011-2012年中国教育软件行业政策环境分析 67

一、发达国家教育信息化政策启示 67

二、行业准入政策分析 70

三、教育软件扶持政策 71

四、教育产业政策法规 71

第三节2012年中国教育软件行业发展技术环境分析 81

第四节2012年中国教育软件行业发展社会环境分析 82

一、中国大加教育资金投入 82

二、中国就业现状 83

三、网络及电脑的应用与普及 83

第五章2011-2012年中国教育软件行业运行新形势透析 86

第一节2011-2012年中国教育软件行业市场运行现状综述 86

第二节2011-2012年中国教育软件行业市场规模分析 87

第三节2011-2012年中国教育软件行业存在问题探讨 88

第六章2011-2012年中国教育软件行业运行动态分析 91

第一节2011-2012年中国教育软件行业市场特点分析 91

第二节2011-2012年中国教育软件行业新形势分析 92

第三节2011-2012年中国教育软件行业市场供需分析 93

一、市场供给分析 93

二、市场需求分析 93

三、市场需求特点分析 94

四、2011-2012年中国教育软件行业市场供需平衡分析 94

第七章2011-2012年中国教育软件细分行业市场运行走势分析 95

第一节2011-2012年中国教育软件市场细分方向 95

第二节2011-2012年中国教育软件细分（按年龄段）市场分析 95

一、学龄前儿童市场 95

二、中小学生市场 95

三、大学生市场(包括大学生、研究生等) 96

四、成年人市场 96

五、老年人市场 96

第三节2011-2012年中国教育软件细分（按用途分类）市场 97

一、应试类教育软件 97

二、素质教育类软件 97

第四节2011-2012年中国主要软件细分行业存在的问题剖析 97

第五节 教育软件市场营销策略分析 98

- 一、产品(PRODUCT) 98
- 二、价格(PRICE) 98
- 三、分销(PLACE) 98
- 四、促销(PROMOTION) 99

第八章2011-2012年中国教育软件相关产业运行透析 100

第一节2011-2012年中国软件产业运行状况分析 100

一、2011-2012年中国软件产业规模分析 100

- 1、产业规模 100
- 2、经济类型 100
- 3、产品结构 100
- 4、市场份额 101
- 5、人才规模与结构 105

二、2011-2012年中国软件市场运行分析 105

1、2011-2012年中国软件产业收入情况 105

2011-2012年计划单列市软件产业主要经济指标完成情况 106

3、2011-2012年软件出口情况 109

第二节 2011-2012年中国教育培训产业发展状况分析 109

一、2011-2012年中国教育培训现状综述 109

- 1、市场规模稳步增长，市场品牌较为分散 109
- 2、市场日益细分化，行业热点随之转移 109
- 3、外资企业及资本空前关注，产业进入资源整合期 111
- 4、教育培训机构向品牌化发展 111

二、未来中国教育培训产业的发展趋势 111

- 1、教育培训项目向综合化发展 111
- 2、教育培训课程向个性化发展 112
- 3、教育培训范围向国际化发展 112
- 4、教育培训模式向多元化发展 113

第三节 对中国教育软件业的影响分析 115

第九章 2011-2012年中国教育软件市场消费者需求特征分析 116

第一节 2011-2012年中国教育软件市场消费者需求变量分析 116

一、人口统计变量分析	116
二、地理变量分析	117
三、心理变量分析	118
四、行为变量分析	118
第二节 2011-2012年中国教育软件市场消费行为调查分析	119
一、消费产品偏好	119
二、消费品牌偏好	120
三、消费渠道偏好	120
四、消费环境偏好	120
五、消费影响因素	121
第三节 中国教育软件市场消费者需求趋势分析	121

第十章 2011-2012年中国教育软件细分区域市场发展状况分析 124

第一节 华南地区教育软件市场发展状况分析 124

一、市场规模分析	124
二、竞争格局分析	124
三、发展趋势分析	124
四、区域标杆企业	124

第二节 华北地区教育软件市场发展状况分析 129

一、市场规模分析	129
二、竞争格局分析	129
三、发展趋势分析	129
四、区域标杆企业	129

第三节 华东地区教育软件市场发展状况分析 131

一、市场规模分析	131
二、竞争格局分析	131
三、发展趋势分析	131
四、区域标杆企业	131

第四节 华中地区教育软件市场发展状况分析 132

一、市场规模分析	132
二、竞争格局分析	132
三、发展趋势分析	132

四、区域标杆企业 133

第五节 东北地区教育软件市场发展状况分析 134

一、市场规模分析 134

二、竞争格局分析 134

三、发展趋势分析 134

四、区域标杆企业 134

第六节 西部地区教育软件市场发展状况分析 135

一、市场规模分析 135

二、竞争格局分析 135

三、发展趋势分析 135

四、区域标杆企业 136

第七节 2011-2012年中国教育软件行业各细分区域市场发展状况对比分析 136

第十一章 中国教育软件行业主体企业综合竞争力同比分析 137

第一节 陕西金叶科教集团股份有限公司（000812） 137

一、企业概况 137

二、企业主要经济指标分析 137

三、企业盈利能力分析 138

四、企业偿债能力分析 139

五、企业运营能力分析 140

六、企业成长能力分析 140

第二节 北京蒲公英教育软件有限公司 141

一、企业概况 141

二、业务范围及产品内容分析 141

三、市场策略分析 141

四、企业优劣势分析 141

第三节 北京中教育星软件有限公司 142

一、企业概况 142

二、业务范围及产品内容分析 142

三、市场策略分析 142

四、企业优劣势分析 142

第四节 北京中基教育软件 143

一、企业概况	143
二、业务范围及产品内容分析	143
三、市场策略分析	143
四、企业优劣势分析	144
第五节 江西A&K教育软件	144
一、企业概况	144
二、业务范围及产品内容分析	145
三、市场策略分析	145
四、企业优劣势分析	145
第六节 上海汇思	146
一、企业概况	146
二、业务范围及产品内容分析	146
三、市场策略分析	148
四、企业优劣势分析	148
第七节 浙大网络	149
一、企业概况	149
二、业务范围及产品内容分析	150
三、市场策略分析	150
四、企业优劣势分析	151
第八节 南京易学教育软件	151
一、企业概况	151
二、业务范围及产品内容分析	152
三、市场策略分析	152
四、企业优劣势分析	152
第九节 营口巨成教学科技有限公司	152
一、企业概况	152
二、企业主要经济指标分析	153
三、企业盈利能力分析	154
四、企业偿债能力分析	154
五、企业运营能力分析	154
六、企业成长能力分析	155
七、企业优劣势分析	155

第十节 湖南爱博科技发展有限公司 155

一、企业概况 155

二、企业主要经济指标分析 155

三、企业盈利能力分析 156

四、企业偿债能力分析 156

五、企业运营能力分析 156

六、企业成长能力分析 157

七、企业优劣势分析 157

第十一节 北京金洪恩电脑有限公司 157

一、企业概况 157

二、业务范围及产品内容分析 158

三、市场策略分析 158

四、企业优劣势分析 160

第十二节 中国部分教育软件企业主要经济指标对比 160

第十二章 2013-2020年中国教育软件行业发展趋势预测分析 161

第一节 2013-2020年中国教育软件行业发展趋势分析 161

一、教育软件特殊性分析 161

二、重视学习理论和教学理论研究成果的应用 161

三、充分挖掘信息技术为教育提供的新的可能性 161

四、把计算机教育应用与教育教学改革结合起来 162

五、将素质教育作为软件开发的重要指导思想 162

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 162

第二节 2013-2020年中国教育软件行业市场预测分析 163

一、市场供给预测分析 163

二、市场需求预测分析 163

三、市场竞争预测分析 164

第三节 2013-2020年中国教育软件行业市场盈利预测分析 164

第十三章 博思数据关于中国教育软件行业市场投资战略分析 165

第一节 2011-2012年中国教育软件投资概况 165

一、教育软件投资特性 165

二、教育软件投资环境分析 166

第二节 2013-2020年中国教育软件行业市场投资机会分析 166

第三节2013-2020年中国教育软件行业投资风险分析 167

一、市场竞争风险 167

二、运营风险分析 167

三、金融风险分析 168

四、政策风险分析 168

图表目录：（部分）

图表：2010-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2010-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2014年我国工业增加值增速统计

图表：2010-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2010-2014年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2010-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2010-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2010-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2013-2014年人口数量及其构成

图表：2010-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2014年中国教育经费支出增长趋势图

图表：2003-2014年中国各类教育招生人数

图表：2001-2014年中国教育软件整体市场规模

图表：教育软件细分（按用途分类）市场构成图

图表：中国教育规模的发展情况

图表：教育软件区域市场分布情况

图表：2013-2014年中国教育软件企业市场占有率情况

图表：2013-2014年广东省各类教育在校人数

图表：2013-2014年广西省各类教育在校人数

图表：2013-2014年海南各类教育在校人数

图表：2013-2014年北京市各类教育机构学员对比图

图表：2013-2014年天津市各类教育机构学员对比图

图表：2013-2014年河北省各类教育机构在校生数量对比图

图表：2013-2014年山西省各类教育发展情况统计表

图表：2013-2014年内蒙古自治区学生人数对比图

图表：2013-2014年山东各类教育基本情况

图表：2013-2014年重庆市各类教育机构数量统计图

图表：2013-2014年重庆市各类教育机构学员统计图

图表：2013-2014年四川省各类教育机构数量统计图

图表：2013-2014年四川省各类教育机构学员统计图

图表：2013-2014年贵州省教育事业统计表

图表：2013-2014年云南省各类教育机构学员统计图

图表：2013-2014年云南省各类教育机构升学率对比图

图表：2013-2014年西藏自治区小学在校生人数及小学学龄儿童入学率

图表：2013-2014年陕西省各类教育机构学员统计图

图表：2013-2014年甘肃省各类教育机构学员对比图

图表：2013-2014年青海省各类教育机构学员对比图

图表：2013-2014年宁夏回族自治区各类教育机构学员对比图

图表：2013-2014年新疆维吾尔自治区各类教育机构学员对比图

图表：营口巨成教学科技有限公司经营收入走势图

图表：营口巨成教学科技有限公司盈利指标走势图

图表：营口巨成教学科技有限公司负债情况图

图表：营口巨成教学科技有限公司负债指标走势图

图表：营口巨成教学科技有限公司运营能力指标走势图

图表：营口巨成教学科技有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司经营收入走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司盈利指标走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司负债情况图

图表：湖南爱博科技发展有限公司负债指标走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南爱博科技发展有限公司成长能力指标走势图

图表：中国部分教育软件企业主要经济指标对比表 单位：千元/人

图表：教育信息化建设整体框架

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司负债情况图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西金叶科教集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1312/728029AF9O.html>