

2011-2015年中国教育软件 市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2011-2015年中国教育软件市场深度评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201105/67707.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

教育软件，顾名思义，为教育服务的软件系统；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。

知识经济时代所显示出来的知识的价值让人们充分认识到了学习、教育的重要性，广大用户对教育软件的投入也有很大的增长，而这种增长的趋势还将因为国家教育政策以及教育软件市场的特性进一步升温。未来几年里，教育软件的需求量增长每年都将超过50%。尽管教育软件市场还没有完全跟上教育的步伐，但其潜在的市场容量，国家政策支持，以及厂商与用户的有效沟通都在从不同方面推进教育软件的发展。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国教育软件市场深度评估与发展趋势研究报告》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。

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。

第一章 教育软件相关概述

第一节 软件简述

一、软件类别

- 1、系统软件
- 2、应用软件
- 3、操作系统
- 4、支撑软件

二、软件开发

- 1、软件开发语言
- 2、软件的开发流程
- 3、软件载体

第二节 教育软件阐述

一、教育软件的发展演进

二、教育软件的细分

三、产业价值链构成

第二章 2010-2011年全球教育软件产业运行分析

第一节 2010-2011年全球教育软件业运行环境浅析

一、金融危机峰全球育软件业的冲击

二、全球教育现状分析

三、全球教育信息化分析

四、发达国家教育信息化政策扫描

第二节 2010-2011年全球教育软件业动态分析

一、全球教育软件特点分析

二、全球教育软件研发投入

三、全球首发极品儿童教育软件调研

第三节 2010-2011年全球部分国家及地区教育软年业运行分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第四节 2011-2015年全球教育软件业趋势探讨

第三章 2010-2011年中国教育信息化产业进展分析

第一节 2010-2011年中国教育信息化总况

一、主要业务流程信息化水平

二、信息化对政策的依存程度

第二节 2010-2011年中国教育信息化重点项目研究

一、中国教育科研网格计划

二、农村中小学远程教育工程

三、下一代中国互联网示范工程

四、全国教师教育网络联盟

第三节 2010-2011年中国学样信息化项目实施状况

一、普考

二、高教

第四节 2010-2011年中国教育信息化投入预算

一、一卡通

二、校园网

三、城域网

四、数字图书馆

五、多媒体教学系统

六、教学资源系统

第五节 2011-2015年中国教育信息化投入趋势

第四章 2010-2011年中国教育软件产业运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国教育软件行业政策环境分析

一、发达国家教育信息化政策启示

二、行业准入政策分析

三、教育软件扶持政策

四、教育产业政策法规

第三节 2010-2011年中国教育软件行业发展技术环境分析

第四节 2010-2011年中国教育软件行业发展社会环境分析

一、中国大加教育资金投入

二、中国就业现状

三、网络及电脑的应用与普及

第五章 2010-2011年中国教育软件行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国教育软件行业运行现状综述

一、教育软件是中国软件行业的新“宠儿”

二、已与办公软件、财务软件形成中国软件业三分天下格局

三、中国教育软件市场巨大，商机众多

四、中国教育软件发展到智能与网络结合阶段

五、中国教育软件市场呼唤精品

第二节 2010-2011年中国教育软件行业市场规模分析

一、教育软件市场总体规模逐渐扩大，产品更加丰富

二、“校校通”等工程为教育软件提供了广阔市场

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

第三节 2010-2011年中国教育软件行业存在问题探讨

- 一、发展速度较慢，跟不上教育改革步伐
- 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
- 三、研究力量薄弱，缺乏理论和创新
- 四、低水平重复，同质化严重，产品大同小异
- 五、教育软件与其它形式的教育产品整合不够
- 六、缺乏商业模式的创新

第六章 2010-2011年中国教育软件行业运行动态分析

第一节 2010-2011年中国教育软件行业市场特点分析

第二节 2010-2011年中国教育软件行业新形势分析

- 一、中小型教育软件公司运行状况
- 二、消费者主体与需求呈多样化趋势
- 三、大型教育软件公司开始向实体产品方向发展
- 四、研发实力薄弱是行业发展瓶颈

第三节 2010-2011年中国教育软件行业市场供需分析

- 一、市场供给分析
- 二、市场需求分析
- 三、市场需求特点分析
- 四、2010-2011年中国教育软件行业市场供需平衡分析

第七章 2010-2011年中国教育软件细分行业市场运行走势分析

第一节 2010-2011年中国教育软件市场细分方向

第二节 2010-2011年中国教育软件细分（按年龄段）市场分析

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

第三节 2010-2011年中国教育软件细分（按用途分类）市场

- 一、应试类教育软件
- 二、素质教育类软件

第四节 2010-2011年中国主要软件细分行业存在的问题剖析

第五节 教育软件市场营销策略分析

- 一、产品(product)

二、价格(price)

三、分销(place)

四、促销(promotion)

第八章 2010-2011年中国教育软件相关产业运行分析

第一节 2010-2011年中国软件产业运行状况分析

一、2010-2011年中国软件产业规模分析

1、产业规模

2、经济类型

3、产品结构

4、市场份额

5、人才规模与结构

二、2010-2011年中国软件市场运行分析

1、2010-2011年中国软件产业收入情况

2、2010-2011年计划单列市软件产业主要经济指标完成情况

3、2010-2011年软件出口情况

第二节 2010-2011年中国教育培训产业发展状况分析

一、2010-2011年中国教育培训现状综述

1、市场规模稳步增长，市场品牌较为分散

2、市场日益细分化，行业热点随之转移

3、外资企业及资本空前关注，产业进入资源整合期

4、教育培训机构向品牌化发展

二、未来中国教育培训产业的发展趋势

1、教育培训项目向综合化发展

2、教育培训课程向个性化发展

3、教育培训范围向国际化发展

4、教育培训模式向多元化发展

第三节 对中国教育软件业的影响分析

第九章 2010-2011年中国教育软件市场消费者需求特征分析

第一节 2010-2011年中国教育软件市场消费者需求变量分析

一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节 2010-2011年中国教育软件市场消费行为调查分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第三节 中国教育软件市场消费者需求趋势分析

第十章 2010-2011年中国教育软件细分区域市场发展状况分析

第一节 华南地区教育软件市场发展状况分析

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）

二、竞争格局分析

三、发展趋势分析

四、区域标杆企业（分析方直金太阳，它的财务做重点分析）

第二节 华北地区教育软件市场发展状况分析

第三节 华东地区教育软件市场发展状况分析

第四节 华中地区教育软件市场发展状况分析

第五节 东北地区教育软件市场发展状况分析

第六节 西部地区教育软件市场发展状况分析

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

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

第一节 陕西金叶科教集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 北京蒲公英教育软件有限公司

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第三节 北京中教育星软件有限公司

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第四节 北京中基教育软件

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第五节 江西A&K教育软件

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第六节 上海汇思

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第七节 浙大网络

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第八节 南京易学教育软件

一、企业概况

二、业务范围及产品内容分析

三、市场策略分析

四、企业优劣势分析

第九节 营口巨成教学科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 六、企业优劣势分析

第十节 湖南爱博科技发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 六、企业优劣势分析

第十一节 北京金洪恩电脑有限公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围及产品内容分析
- 三、市场策略分析
- 四、企业优劣势分析

第十二节 中国部分教育软件企业主要经济指标对比

第十二章 2011-2015年中国教育软件行业发展趋势与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国教育软件行业发展趋势分析

- 一、教育软件特殊性分析
- 二、重视学习理论和教学理论研究成果的应用
- 三、充分挖掘信息技术为教育提供的新的可能性
- 四、把计算机教育应用与教育教学改革结合起来
- 五、将素质教育作为软件开发的重要指导思想
- 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

第二节 2011-2015年中国教育软件行业市场预测分析

- 一、市场供给预测分析
- 二、市场需求预测分析

三、市场竞争预测分析

第三节 2010-2011年中国教育软件投资概况

一、教育软件投资特性

二、教育软件投资环境分析

第四节 2011-2015年中国教育软件行业投资机会分析

第五节 2011-2015年中国教育软件行业投资风险分析

第六节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

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：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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/67707.html>