

# 2020年中国教育信息化行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国教育信息化行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/295822295822.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前，国内的教育信息化基本完成了基础的办公管理信息化，开始向教学活动信息化发力，重视新兴技术与教育的深度融合。

中国教育信息化发展历程

发展阶段

时间

重点事件

主要成果

教育信息化萌芽阶段

1978-1999年

介绍和翻译国外先进多媒体教学经验和研究成果；广播电视大学、电大教学兴起；学校开始重视多媒体教学硬件配置的实施

为多媒体教学积累理论经验；推动教育信息化网络搭建及基础硬件普及，学校开始利用计算机进行基础教务管理，少部分学校开始多媒体教学

教育信息化快速发展阶段

信息化建设驱动发展期2000-2010年

2000年全面实施“校校通”正式发布实施《教育管理信息化标准》

基础网络设施获得较大提升，初步形成了基础教育资源库；考试成绩、大学课程选择等多方面教育信息化步入人们视野；多媒体教学已较为普遍

信息化应用驱动发展期2011-2018年

《教育信息化十年发展规划(2011-2020年)》明确指出要坚持“应用驱动”的工作方针；学校开始完善校园网络环境，配备升级新的硬件产品，如交互式电子白板；普及多媒体教室、网络教室，建立教育资源中心

作业系统、考试系统、选课系统等服务教学活动的系统出现并为学校和培训机构提供服务；洋葱数学、爱学习等提供教学内容的企业相继出现；直播、翻转课堂、双师等新的教学方式逐步出现并普及；教育信息化由建设向应用转变，整体集成化的教育信息化系统开始雏形

教育信息化融合创新阶段

2018年-未来

《教育信息化2.0行动计划》；教育云平台；5G；AI+教育；VR/AR+教育

优质教学资源共享；全国教育基础数据互通；评估学生学习能力和素质，个性化规划学习路径、推荐学习内容；教学及管理效率提升数据来源：公开资料整理

在我国学龄人口增多、教育资源分布不均衡等因素驱动下，我国教育信息化发展迅速。根据相关数据显示，2018年我国共有2.6亿余在学人数，学校数(含幼儿园数)为50.77万所，学校及师生对教育信息化产品及服务的需求体量大；而集中制的教育形态使得教育资源不

断向上聚集，优质教育资源极度不平衡。

2018年中国各学习阶段相关数据统计情况

2018年各级学校细分数据情况

学校数(万所)

在校学生数(万人)

在校老师数(万人)

生师比(%)

学前教育

26.7

4656.4

258.1

18

普通小学

16.2

10339.3

609.2

17

初中

5.2

4652.6

363.9

12.8

普通高中

1.4

2375.4

181.3

13.1

中等职业教育

1.0

1555.2

167.3

18.6

普通高等学校

0.27

2831.0

1405.1

16.9

小学及以上总计

24.07

21753.5

数据来源：教育部

在中共十九大后，我国教育行业硬件普及基本完成，教育信息化2.0时代开启，该行业的市场处于赛道抢占期。根据相关数据显示，2019年中国教育信息化整体市场规模预计突破4300亿元，未来两年持续增长但增速趋于稳定。

2013-2021年中国教育信息化整体市场规模及增长率预测情况 数据来源：公开资料整理

目前，我国教育信息化需求正进行全方位升级，以终端为入口的智慧教育生态构建，形成了以“三通两平台”为核心的企业框架，分别是产品、渠道以及数据。

教育信息化企业三维框架：产品、渠道、数据

产品

渠道

数据

短期：拥有高可靠性，高标准化的教育产品的企业有望跑马圈地；中长期：拥有从硬件、软件、系统、服务、资源全业务线布局的企业更有生命力

中小学：以区县为单位的强关系市场，具备当地政府资源的集成商、代理商等资源是产品能否成功推广的关键。高校和幼儿园：较为市场化，园校拥有较高的自主决策权

得数据者得天下，拥有学生学习行为数据的企业将在AI精准教学的趋势下，拥有广阔的发展空间。数据来源：公开资料整理

随着我国K12教育信息化中toB业务逐渐成为市场主流，以区县为单位建设渠道网络将成为产品推广的关键，因此绝大多数各大企业以代理合作的模式迅速实现大规模区域覆盖，高教、幼教信息化产品推广更为市场化，其中，拓维信息营业收入为3.20亿元，同比增长0.89%；网龙集团在2019年上半年教育信息化营业收入达到了10.49亿元，占集团总收入的39.2%，同比减少24.2%。

2019年Q3中国教育信息化行业主要公司营业收入及增长率统计情况 数据来源：各公司公报

未来，教育信息化的2B2C模式有望成为打开C端市场广阔的成长空间的关键要素。根据《国家中长期教育改革和发展规划纲要》的目标和规划，2020年我国幼儿园、中小学、高等教育的在校生目标分别为4000万人、2.12亿人、3300万人。

2009-2020年我国教育事业发展目标

指标

2009年

2015年

2020年

学前教育

在园人数(万人)

2658

3530

4000

K12教育

义务教育在校生(万人)

157773

16100

16500

巩固率(%)

90.8

93

95

高中在校生(万人)

4624

4500

4700

毛入学率(%)

79.2

87

90

职业教育

中等职业教育在校生(万人)

2179

2250

2350

高等职业教育在校生(万人)

1280

1390

1480

高等教育\*

在校总规模(万人)

2979

3350

3550

在校生(万人)

2826

3080

3300

其中：研究生(万人)

140

170

200

毛入学率(%)

24.2

36

40

继续教育

从业人员继续教育(万人次)

16600

29000

35000数据来源：教育部（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国教育信息化行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国教育信息化行业发展概述

#### 第一节 教育信息化行业发展情况概述

##### 一、教育信息化行业相关定义

##### 二、教育信息化行业基本情况介绍

##### 三、教育信息化行业发展特点分析

#### 第二节 中国教育信息化行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、教育信息化行业产业链条分析

##### 三、中国教育信息化行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国教育信息化行业生命周期分析

##### 一、教育信息化行业生命周期理论概述

##### 二、教育信息化行业所属的生命周期分析

#### 第四节 教育信息化行业经济指标分析

##### 一、教育信息化行业的赢利性分析

##### 二、教育信息化行业的经济周期分析

##### 三、教育信息化行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国教育信息化行业进入壁垒分析

##### 一、教育信息化行业资金壁垒分析

##### 二、教育信息化行业技术壁垒分析

##### 三、教育信息化行业人才壁垒分析

##### 四、教育信息化行业品牌壁垒分析

##### 五、教育信息化行业其他壁垒分析



## 第二章 2017-2020年全球教育信息化行业市场发展现状分析

### 第一节 全球教育信息化行业发展历程回顾

### 第二节 全球教育信息化行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲教育信息化行业地区市场分析

#### 一、亚洲教育信息化行业市场现状分析

#### 二、亚洲教育信息化行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲教育信息化行业市场前景分析

### 第四节 北美教育信息化行业地区市场分析

#### 一、北美教育信息化行业市场现状分析

#### 二、北美教育信息化行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美教育信息化行业市场前景分析

### 第五节 欧盟教育信息化行业地区市场分析

#### 一、欧盟教育信息化行业市场现状分析

#### 二、欧盟教育信息化行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟教育信息化行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界教育信息化行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球教育信息化行业市场规模预测

## 第三章 中国教育信息化产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品教育信息化总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国教育信息化行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国教育信息化产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

### 第四章 中国教育信息化行业运行情况

#### 第一节 中国教育信息化行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国教育信息化行业市场规模分析

#### 第三节 中国教育信息化行业供应情况分析

#### 第四节 中国教育信息化行业需求情况分析

#### 第五节 中国教育信息化行业供需平衡分析

#### 第六节 中国教育信息化行业发展趋势分析

### 第五章 中国教育信息化所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国教育信息化所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国教育信息化所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国教育信息化所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第六章 2017-2020年中国教育信息化市场格局分析

#### 第一节 中国教育信息化行业竞争现状分析

##### 一、中国教育信息化行业竞争情况分析

##### 二、中国教育信息化行业主要品牌分析

#### 第二节 中国教育信息化行业集中度分析

## 一、中国教育信息化行业市场集中度分析

## 二、中国教育信息化行业企业集中度分析

### 第三节 中国教育信息化行业存在的问题

### 第四节 中国教育信息化行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国教育信息化行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国教育信息化行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国教育信息化行业消费市场动态情况

### 第二节 中国教育信息化行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 教育信息化行业成本分析

### 第四节 教育信息化行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国教育信息化行业价格现状分析

### 第六节 中国教育信息化行业平均价格走势预测

#### 一、中国教育信息化行业价格影响因素

#### 二、中国教育信息化行业平均价格走势预测

#### 三、中国教育信息化行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国教育信息化行业区域市场现状分析

### 第一节 中国教育信息化行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区教育信息化市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

三、华东地区教育信息化市场规模分析

四、华东地区教育信息化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区教育信息化市场规模分析

四、华中地区教育信息化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区教育信息化市场规模分析

四、华南地区教育信息化市场规模预测

第九章 2017-2020年中国教育信息化行业竞争情况

第一节 中国教育信息化行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国教育信息化行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国教育信息化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 教育信息化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

### 三、发展现状

### 四、优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、发展现状

##### 四、优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国教育信息化行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国教育信息化行业未来发展前景分析

#### 一、教育信息化行业国内投资环境分析

#### 二、中国教育信息化行业市场机会分析

#### 三、中国教育信息化行业投资增速预测

### 第二节 中国教育信息化行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国教育信息化行业市场发展预测

#### 一、中国教育信息化行业市场规模预测

#### 二、中国教育信息化行业市场规模增速预测

#### 三、中国教育信息化行业产值规模预测

#### 四、中国教育信息化行业产值增速预测

#### 五、中国教育信息化行业供需情况预测

#### 第四节 中国教育信息化行业盈利走势预测

- 一、中国教育信息化行业毛利润同比增速预测
- 二、中国教育信息化行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国教育信息化行业投资风险与营销分析

#### 第一节 教育信息化行业投资风险分析

- 一、教育信息化行业政策风险分析
- 二、教育信息化行业技术风险分析
- 三、教育信息化行业竞争风险分析
- 四、教育信息化行业其他风险分析

#### 第二节 教育信息化行业企业经营发展分析及建议

- 一、教育信息化行业经营模式
- 二、教育信息化行业销售模式
- 三、教育信息化行业创新方向

#### 第三节 教育信息化行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国教育信息化行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国教育信息化行业品牌战略分析

- 一、教育信息化企业品牌的重要性
- 二、教育信息化企业实施品牌战略的意义
- 三、教育信息化企业品牌的现状分析
- 四、教育信息化企业的品牌战略
- 五、教育信息化品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国教育信息化行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 中国教育信息化行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略

- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国教育信息化行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国教育信息化行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国教育信息化行业定价策略分析

### 第三节 中国教育信息化行业营销渠道策略

- 一、教育信息化行业渠道选择策略
- 二、教育信息化行业营销策略

### 第四节 中国教育信息化行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国教育信息化行业重点投资区域分析
- 二、中国教育信息化行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/295822295822.html>