

2019年中国教育信息化行业分析报告- 行业现状与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国教育信息化行业分析报告-行业现状与未来商机预测》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/wentibangong/387245387245.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

教育信息化的核心内容是教学信息化。教学是教育领域的中心工作，教学信息化就是要使教学手段科技化、教育传播信息化、教学方式现代化。教育信息化，要求在教育过程中较全面地运用以计算机、多媒体和网络通讯为基础的现代信息技术，促进教育改革，从而适应正在到来的信息化社会提出的新要求，对深化教育改革，实施素质教育，具有重大的意义。

近年来，随着国家对教育越来越重视，对教育信息化的投入不断加大，该行业的吸引力越来越强。巨大的市场规模、广阔的发展前景和较低的进入门槛，造成了行业参与者众多的现状。但由于行业的地域性特征明显，所涉及的教育信息化硬件、软件及服务的种类繁多，绝大多数参与公司规模较小，普遍存在研发投入少、技术含量较低、产品单一且适应性不强等问题，且跨区域的市场推广能力较弱。因此教育信息化行业的集中度很低，没有出现大规模的提供综合教育信息化产品的企业作为行业的领军企业。

一、市场特征

目前，教育信息化行业发展主要存在以下特点：1、行业发展前景巨大、市场空间广阔，但行业初期建设的技术壁垒不高，导致行业进入者众多。

2、地方教育局掌握教育信息化建设的管理权及决策权，导致业务开展具有较强的区域性。

3、教育信息化工程政策性导向强，大部分建设工程可以复制，导致行业创新性尚未得到体现；

4、各企业都在跑马圈地、拓展业务范围，还处于前期市场拓展阶段，还未形成成熟的商业模式和盈利模式。基于以上特征，教育信息化行业整体竞争较为分散，尚未出现大规模的提供综合教育信息化产品的企业作为行业的领军企业，目前行业竞争格局尚未形成。

二、市场规模

2016年我国教育信息化行业市场规模约2950亿元，同比2015年的2580亿元增长了14.34%，近几年我国教育信息化行业市场规模如下图所示：2010-2016年我国教育信息化行业市场规模 资料来源：观研天下整理

三、商业模式 目前教育信息化的投入以国家为主，属于政策导向型的行业，2016年以来，教育部在多个文件里强调，未来教育信息化的重点是推动信息技术与教育教学的深度融合。

教育信息化公司的商业模式

在商业模式上，教育信息化公司也有两种截然不同的选择。

B2B是大多数教育信息化公司的选择，全通教育、网龙、易教、希悦等均向B端即学校或教育部门收费。以全通教育为例，其业务包括三大块：由传统的家校通升级而来的家校互动产品“和教育”，EdSaaS教育云服务（即全课云），以及继教网的教师培训业务。教育信息化巨头的发展情况

资料来源：公开资料整理 B端免费，C端收费则是另一种模式，云校、快乐学、科大讯飞旗下的智学网等，以智学网为例，在过去一年中，通过免费策略覆盖上万所学校，在商业模式上选择向C端即家长收费，提供错题本、学情分析等服务。同类产品极课大数据则选择直接向学校收费，向老师和学校管理层提供考试阅卷以及数据分析服务。

四、市场供需 1、供给

按照国家对教育信息化“三通两平台”的部署，教育信息化产业链可划分为电信运营商、技术服务商、内容提供商和终端用户。

电信运营商位于产业链的上游，主要针对“宽带网络校校通”的相关基础设施建设，包括互联网覆盖、宽带接入等网络环境的建设工作。同时，电信运营商拥有大量的终端用户，在推广运营教育信息化系统方面具有渠道优势，可与技术服务商以分成合作的方式提供教育服务。我国的电信行业高度垄断，主要由中国移动、中国联通和中国电信三家提供相关服务，具有垄断优势。技术服务商主要分为教育平台提供商和教育应用提供商。教育平台提供商为教育主管部门和学校提供服务，按照客户要求定制搭建“教育资源公共服务平台”和“教育管理公共服务平台”等平台类产品。教育应用提供商则为教育主管部门、学校、学生、家长等提供各类软硬件教育产品。目前教育信息化软件产品的消费主要来自B端教育主管部门和学校主导建设的信息系统采购，在选择教育信息化系统供应商时，政府和学校会考虑企业产品的稳定性，是否有过往的成功案例，因此，已进入到教育信息化产品供应、有良好品牌效应的技术服务商具有一定的先发优势。代表企业为科大讯飞、立思辰、全通教育、拓维信息等。

内容提供商一般在线下有一定的优质教育资源，如师资、教材及辅导资料等，通过独立开发或与技术提供商合作，将教育资源进行信息化处理，从而扩大优质教育资源的覆盖面。代表企业为新东方、好未来等。

终端用户可分为B端的教育主管部门、学校和C端的师生及家长。教育信息化产业链示意图

资料来源：公开资料整理

2、需求

我国学龄人口数量庞大，教育消费占到中国社会中坚阶层家庭收入的1/7，并且该比例预期还将持续增长。2016年全国居民人均消费支出17111元，比上年增长8.9%，扣除价格因素，实际增长6.8%。按常住地分，城镇居民人均消费支出23079元，增长7.9%，扣除价格因素，实际增长5.7%；农村居民人均消费支出10130元，增长9.8%，扣除价格因素，实际增长7.8%。恩格尔系数为30.1%，比上年下降0.5个百分点，其中城镇为29.3%，农村为32.2%。

2016年全国居民人均消费支出及其构成：元，%

资料来源：国家统计局

据统计：2015年我国教育信息化市场规模为2580亿元，2016年我国教育信息化市场规

模增长至2950亿元。2009-2016年我国智慧教育各细分产业规模走势图 资料来源：观研天下整理（ww）

观研天下发布的《2019年中国教育信息化行业分析报告-行业现状与未来商机预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018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 2016-2018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 2019-2025年世界教育信息化行业分布走势预测

第七节 2019-2025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 2016-2018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 2016-2018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 2016-2018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

第九章 2016-2018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、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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的重点客户战略实施

- 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 2019-2025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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/387245387245.html>