



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年教育信息化行业市场投资前景分析与 发展态势研究报告

一、调研说明

《2012-2016年教育信息化行业市场投资前景分析与发展态势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/208905.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

教育信息化是指在教育领域（教育管理、教育教学和教育科研）全面深入地运用现代信息技术来促进教育改革与发展的过程。其技术特点是数字化、网络化、智能化和多媒体化，基本特征是开放、共享、交互、协作。以教育信息化促进教育现代化，用信息技术改变传统模式。教育信息化的发展，带来了教育形式和学习方式的重大变革，促进教育改革。对传统的教育思想、观念、模式、内容和方法产生了巨大冲击。教育信息化是国家信息化的重要组成部分，对于转变教育思想和观念，深化教育改革，提高教育质量和效益，培养创新人才具有深远意义，是实现教育跨越式发展的必然选择。

2012年中国教育行业信息化的投入呈持续增长态势，预计2012年中国教育行业IT投资总规模将达到439.1亿元，同比增长率达到20.9%。2012年中国教育行业IT总体投资快速增长的主要原因是两个教育政策保障、三大项目建设、两个技术亮点拉动。云计算的应用使得教育信息化建设将出现一个全新的层面，那就是教育云对多种信息资源的重组与优化，最终实现大范围、高效率的资源共享。云计算能够解决教育资源集中与分布两难的问题，充分利用各种资源，有效整合云时代提供的各种云服务，将教育资源建设变成一项开放、共享的公共信息服务事业，从而推动教育信息资源的建设。因此云计算与教育行业的接轨主要是教育信息资源的建设，教育云在未来几年将会拉动教育行业IT市场增长。

虽然教育信息化发展受到了众多因素的制约，但是在国家政策、各级政府和社会各界的大力支持，教育信息化建设水平每年上台阶，正是这种良好的大环境改变了我国教育信息化底子薄的落后局面。相对于信息化水平较高的高教市场来说，中国各地还有市场需求规模更大、信息化水平更低的普教市场。2010年中国教育信息化市场规模达到1117亿，2011年达到1322亿，市场增长速度稳定。今后普教信息化的投入特别是欠发达地区的教育信息化仍将以硬件为主，而目前信息化程度较好的高教机构以及发达城市的教育信息化将转向软件及服务。因此，对于IT厂商来说，教育信息化的投资仍是一个巨大、且非常有吸引力的市场。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家经济信息中心、国家教育部、中国高等教育学会教育信息化分会、中国教育装备行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及教育信息化专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国教育信息化的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对教育信息化市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据教育信息化行业的发展轨迹对教育信息化未来的发展趋势作了审慎的判断，为教育信息化产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明教育信息化行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

第一部分 教育信息化市场特点

第一章 教育信息化相关概述 1

第一节 教育信息化阐述 1

一、教育信息化的品质与成本 1

二、教育信息化的功用 1

第二节 教育信息化的分类 2

一、计算机多媒体 2

二、网络信息技术 3

第三节 教育信息化产业简况 4

一、教育信息化产业链条分析 4

二、教育信息化产业生命周期分析 7

第二章 2010-2012年世界教育信息化产业发展透析 13

第一节 2010-2012年世界教育信息化产业运营环境分析 13

一、经济环境 13

二、世界教育信息化产业发展现状 22

第二节 2010-2012年世界教育信息化行业发展总况 23

一、产品差异化分析 23

二、主流厂商技术领先 26

三、市场品牌调查 27

第三节 2010-2012年世界教育信息化重点国家及地区市场分析 33

一、欧美 33

二、日本 42

三、其他 48

第三章 2010-2012年中国教育信息化行业市场发展环境分析 53

第一节 2010-2012年中国宏观经济环境分析 53

一、中国GDP分析 53

二、全社会固定资产投资分析 55

三、消费价格指数分析 56

四、城乡居民收入分析 60

五、社会消费品零售总额 62

六、对外贸易及进出口总额分析 63

第二节 2010-2012年中国教育信息化行业政策环境分析	63
一、教育信息化行业监管管理体制	63
二、教育信息化行业相关政策及法律法规分析	66
三、教育信息化进出口相关政策分析	71
第三节 2010-2012年中国教育信息化行业社会环境分析	132
一、人口环境分析	132
二、文化环境分析	133
三、生态环境分析	134
第四章 2010-2012年中国教育信息化市场供需调查分析	137
第一节 2008-2012年中国教育信息化市场供给分析	137
一、产品市场供给	137
二、影响供给的因素分析	137
第二节 2008-2012年中国教育信息化市场需求分析	138
一、产品市场需求	138
二、影响需求的因素分析	139
第三节 2006-2011年中国教育信息化产业发展存在问题分析	142
一、信息化建设对高等教育改革与发展的推动作用	142
二、当前高校信息化建设中存在的问题	143
三、对高校信息化建设的思考和对策	145
第二部分 教育信息化发展现状分析	
第五章 2006-2011年中国教育信息化产品市场进出口数据分析	149
第一节 2006-2011年中国教育信息化产品出口统计	149
第二节 2006-2011年中国教育信息化产品进口统计	149
第三节 2006-2011年中国教育信息化产品进出口价格对比	150
第四节 中国教育信息化产品进口主要来源地及出口目的地	150
一、中国教育信息化产品进口主要来源地	150
二、中国教育信息化产品出口目的地	151
第六章 2006-2011年中国教育信息化产量统计分析	152
第一节 2006-2012年全国教育信息化产量分析	152
一、2006-2012年全国电子信息产业产量分析	152
二、2006-2012年全国投影机产量分析	152
三、2006-2012年我国电脑产量分析	153

第二节 2011年全国及主要省份教育信息化产量分析	155
一、2011年全国及主要省份电脑产量分析	155
二、2011-2012年全国及主要省市微型计算机产量分析	157
第三节 2011年教育信息化产量集中度分析	159
一、企业和品牌产品集中度分析	159
二、产品产量地区市场集中度分析	161
第七章 2011年中国教育信息化产业主要数据监测分析	163
第一节 2011年中国教育信息化行业规模分析	163
一、企业数量增长分析	163
二、从业人员分析	163
三、资产规模增长分析	163
第二节 2011年中国教育信息化行业分析	163
一、企业数量分析	163
二、销售收入分析	164
第三节 2011年中国教育信息化行业产值分析	164
一、产成品增长分析	164
二、工业销售产值分析	164
第四节 2011年中国教育信息化行业盈利能力分析	164
一、主要盈利指标分析	164
二、主要盈利能力指标分析	164
第三部分 教育信息化竞争格局	
第八章 2011-2012年世界教育信息化重点厂商分析	165
第一节 思科系统公司	165
一、企业概况	165
二、教育信息化市场竞争力分析	166
三、在华发展战略	168
第二节 美国阿波罗教育集团	170
一、美国阿波罗教育集团	170
二、教育信息化市场竞争力分析	173
第九章 中国教育信息化产业重点企业竞争性财务数据分析	178
第一节 深圳市方直科技股份有限公司	178
一、企业概况	178

- 二、企业主要经济指标分析 179
- 三、企业盈利能力分析 181
- 四、企业偿债能力分析 181
- 五、企业运营能力分析 182
- 六、企业成长能力分析 182
- 第二节 宁波GQY集团 182
 - 一、企业概况 182
 - 二、企业主要经济指标分析 184
 - 三、企业盈利能力分析 186
 - 四、企业偿债能力分析 186
 - 五、企业运营能力分析 187
 - 六、企业成长能力分析 187
- 第三节 北京立思辰科技股份有限公司 187
 - 一、企业概况 187
 - 二、企业主要经济指标分析 189
 - 三、企业盈利能力分析 191
 - 四、企业偿债能力分析 191
 - 五、企业运营能力分析 192
 - 六、企业成长能力分析 192
- 第四节 上海新南洋股份有限公司 192
 - 一、企业概况 192
 - 二、企业主要经济指标分析 193
 - 三、企业盈利能力分析 195
 - 四、企业偿债能力分析 196
 - 五、企业运营能力分析 196
 - 六、企业成长能力分析 197
- 第五节 东软集团股份有限公司 197
 - 一、企业概况 197
 - 二、企业主要经济指标分析 199
 - 三、企业盈利能力分析 201
 - 四、企业偿债能力分析 201
 - 五、企业运营能力分析 202

六、企业成长能力分析 202

第六节 南京同创信息产业集团有限公司 203

一、企业概况 203

二、市场定位 203

三、核心技术和产品 204

四、资源优势 204

第七节 华乐思公司 205

一、企业概况 205

二、企业产品介绍 206

三、企业经营分析 207

第八节 北京洪恩教育科技股份有限公司 207

一、企业概况 207

二、企业产品介绍 209

三、企业经营分析 209

第九节 浙江浙大万朋软件有限公司 211

一、企业概况 211

二、企业产品介绍 212

三、企业经营分析 212

第十节 中教育星(北京)科技发展有限公司 213

一、企业概况 213

二、企业产品介绍 214

三、企业经营分析 214

第四部分 教育信息化发展趋势与投资策略分析

第十章 2012-2016年中国教育信息化市场投资潜力及前景预测 217

第一节 2012-2016年中国教育信息化市场未来发展趋势 217

一、中国教育信息化行业发展趋势 217

二、教育信息化产品技术的发展走向 232

三、教育信息化行业未来发展方向 238

第二节 2012-2016年中国教育信息化市场前景展望 241

一、中国教育信息化市场发展前景 241

二、未来国家政策规划 251

三、2012-2016年中国教育信息化市场规模预测 271

第十一章 2012-2016年中国教育信息化市场投资潜力分析 273

第一节 2011-2012年中国教育信息化投资概况 273

一、中国教育信息化投资环境 273

二、教育信息化行业投资整体规模 282

三、教育信息化产品市场投资热情 284

第二节 中国教育信息化产业投资模式分析 304

一、自行投资建设 304

二、合作投资 304

三、收购模式 305

四、参股现有企业 306

第三节 2012-2016年中国教育信息化投资机会分析 306

一、中国教育信息化投资吸引力分析 306

二、中国教育信息化产业投资潜力分析 312

第四节 2012-2016年中国教育信息化投资风险分析 314

一、市场运营机制风险 314

二、市场竞争风险 318

三、技术风险 319

四、进退入壁垒风险 320

第十二章 结论及建议 328

图表目录

图表：2009年联想笔记本电脑品牌关注度流失情况 28

图表：2009年惠普笔记本电脑品牌关注度流失情况 29

图表：2009年惠普笔记本电脑品牌关注度流失情况 30

图表：2009年度联想、惠普、华硕笔记本电脑品牌重合度对比 30

图表：2009年Q1-Q4联想、惠普、华硕笔记本电脑品牌关注比例走势 31

图表：2009年Q1-Q4戴尔、神舟、宏碁笔记本电脑品牌关注比例走势 31

图表：2009年度中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌排名 32

图表：2009年度中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌比例分布 32

图表：2008-2009年度中国最受用户关注的15大笔记本电脑品牌对比 33

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 54

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 54

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 55

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 55

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 56

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 57

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 57

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 61

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 61

图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 62

图表：2006-2011年货物进出口总额 63

图表：2010-2011年我国互联网普及率 150

图表：2006年中国投影机市场规模与销售额 153

图表：2010年中国投影机市场规模与销售额 153

图表：2007-2008年全国微型计算机产量 154

图表：2009年全国微型计算机产量和增长率 154

图表：2010-2011年12月全国笔记本电脑产量 155

图表：2010-2011年全国笔记本电脑产量 155

图表：2010-2011年全球主要笔记本代工厂出货量 156

图表：2011-2012年上海笔记本电脑产量及对比情况 156

图表：2011-2012年江苏笔记本电脑产量及对比情况 156

图表：2011-2012年重庆笔记本电脑产量及对比情况 156

图表：2011-2012年四川笔记本电脑产量及对比情况 156

图表：2011-2012年广东笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年福建笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年安徽笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年浙江笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年北京笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年江西笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011-2012年湖南笔记本电脑产量及对比情况 157

图表：2011年1-12月全国微型计算机产量及增长 157

图表：2011年1-12月北京微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月上海微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月江苏微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月浙江微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月福建微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月湖北微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月广东微型计算机产量及增长 158

图表：2011年1-12月重庆微型计算机产量及增长 158

2012年1-5月湖北省微型计算机产量及增长 159

图表：2008年我国规模以上笔记本电脑制造企业产量及增速 159

图表：2011-2012年第一季度全球PC销售 159

图表：2011-2012年第一季度惠普电脑市场份额对比 160

图表：2011-2012年第一季度联想电脑市场份额对比 160

图表：2011-2012年第一季度戴尔电脑市场份额对比 160

图表：2011-2012年第一季度宏碁电脑市场份额对比 160

图表：2011-2012年第一季度华硕电脑市场份额对比 160

图表：2012年第一季度惠普电脑出货量与市场份额 161

图表：2012年第一季度联想电脑出货量与市场份额 161

图表：2012年第一季度戴尔电脑出货量与市场份额 161

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司财务简况 179

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司资本结构 180

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司现金流量 180

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司投资收益 180

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司获利能力 181

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司偿债能力 181

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司经营效率 182

图表：2011-2012年深圳市方直科技股份有限公司发展能力 182

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司财务简况 184

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司资本结构 185

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司现金流量 185

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司投资收益 185

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司获利能力 186

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司偿债能力 186

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司经营效率 187

图表：2011-2012年宁波GQY视讯股份有限公司发展能力 187

图表：2011年北京立思辰科技股份有限公司经营分析（按行业构成） 189

图表：2011年北京立思辰科技股份有限公司经营分析（按产品构成） 189

图表：2011年北京立思辰科技股份有限公司经营分析（按地区构成） 189

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司资本结构 190

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司现金流量 190

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司投资收益 190

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司获利能力 191

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司偿债能力 191

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司经营效率 192

图表：2011-2012年北京立思辰科技股份有限公司发展能力 192

图表：2011年上海新南洋股份有限公司经营分析（按行业构成） 193

图表：2011年上海新南洋股份有限公司经营分析（按地区构成） 194

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司资本结构 194

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司现金流量 194

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司投资收益 195

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司获利能力 195

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司偿债能力 196

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司经营效率 196

图表：2011-2012年上海新南洋股份有限公司发展能力 197

图表：2011年东软集团股份有限公司经营分析（按行业构成） 199

图表：2011年东软集团股份有限公司经营分析（按产品构成） 199

图表：2011年东软集团股份有限公司经营分析（按地区构成） 199

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司资本结构 200

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司现金流量 200

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司投资收益 200

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司获利能力 201

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司偿债能力 201

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司经营效率 202

图表：2011-2012年东软集团股份有限公司发展能力 202

图表：2020年基础教育信息化发展水平框架 255

图表：2020年职业教育信息化发展水平框架 256

图表：2020年高等教育信息化发展水平框架 258

图表：2020年继续教育信息化发展水平框架 259

图表：2020年教育管理信息化发展水平框架 260
图表：2012年教育信息化市场规模预测 271
图表：2013年教育信息化市场规模预测 271
图表：2014年教育信息化市场规模预测 272
图表：2015年教育信息化市场规模预测 272
图表：2016年教育信息化市场规模预测 272
图表：教育行业信息化主要模式及分析 274
图表：教育行业信息化价值链 275
图表：2012年中国教育行业IT投资规模预测 282
图表：2009-2013年职业教育装备市场规模 286
图表：2009-2013年高等教育装备市场规模 287
图表：电子白板在不同领域内的使用情况 290
图表：2010年投影仪市场不同省份关注比例分布 295
图表：投影机在不同区域内的关注比例 298
图表：2011年中国教育投影机市场品牌关注比例分布 299
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208905.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。