

# 西安ai教育系统开发-app开发功能,需要多少钱-智能教育系统

产品名称	西安ai教育系统开发-app开发功能,需要多少钱-智能教育系统
公司名称	郑州龙之宇科技有限公司
价格	10000.00/套
规格参数	
公司地址	郑州市河南大学科技园东区12号楼602
联系电话	19137161875 13017688270

## 产品详情

西安ai教育系统APP/小程序开发需要有哪些功能:

2020/9/3 15:12 唐刚信息报 打造5G智慧校园，与Xi交大附属德善学校、沪市师范大学达成战略合作；VR教育，与精品课程一起推“VR宇宙探索”课程；教育，与广州飞锐奥签署5G云AI战略合作协议.又是一个开学季，电信不断将各种先进技术与教育融合，为智慧教育发展赋能。

合作：你对电信智慧教育了解多少？

“智慧教育”的本质是借助教育信息化实现教育信息和知识的共享。今年以来，电信充分利用在5G、天翼云、AI、VR等方面的技术优势。大力发展与教育机构在智慧教育方面的合作。8月10日，电信常德分公司与呼市师范大学附属德山学校达成战略合作，推进学校信息化建设，打造5G智慧校园。更早的建设智慧校园的例子是，今年4月，Xi交大去电信陕西公司洽谈“新基础设施”合作。双方就智慧校园5G基础设施建设、高计算平台云平台共建共享、媒体传播与信息发布活动合作支持、教育大数据微服务规划建设等达成合作意向。近日，广州飞瑞奥电子科技有限公司与电信广州分公司举行了5G云AI签约战略合作仪式。合作内容涵盖覆盖学校的天翼云AI教育内容和覆盖学校的5G AI。这也是AI教育一站式服务提供商与5G、云计算等新技术运营商的联姻，开创了5G云AI良好合作的新模式。众所周知，VR技术让教育更有趣，让学习更有沉浸感和体验感，所以VR教育一直被业界所重视。7月24日，以“VR教育启迪未来”为主题的5G VR教育战略合作签约仪式在北京正式举行。有道精品课程联合电信天翼云VR推出VR教育宇宙系列课程。责任：百万学生接受云教育。投资教育发展是电信央企的一大责任。年初，电信响应教育部“停课不停学”的要求，推出天翼高清免费在线教育课程，帮助期间“停课不停学”。通过联合新东方、学而思等行业\*\*\*\*，将同步课程免费投放到天翼高清大屏，让孩子足不出户就能享受到北大、清华、哈佛数百名名校毕业生、国家特级教师、家庭教育专家、心理学专家的辅导。

通过“暖春行动”，全面助力教育云服务，为全国学校抗击后的停课复课提供直接、有力的帮助。除了为全国各类中小学提供为期三个月的免费云课堂服务，电信还于2月26日至6月30日为200M以下的电信家庭光纤宽带用户提供免费提速至200M的服务，以满足期间大学生的在线教育需求。战时，电信面向全国各地免费开通“天翼云课堂”服务，为师生架起了一座网上教学“桥梁”。随着全国各地陆续复学复课，电信以“校园防控云平台”、“云课堂”、“云校招”、“过高考”等七大举措，开启了“护学”再保险模式。截至6月30日，电信“暖春行动”已为超过1000万学生提供云教育服务。

碰撞：5G、天翼云、AI、VR与教育相遇“5G的加持可以加速教育技术在农村的普及。在未来，一个活生生的“真人”老师可能会出现在讲台上，这样高质量的老师就可以更好地造福农村教学，缩小与农村

教师之间的差距 电信天翼云VR联手中央视频360全景VR直播，共同见证火神山奇迹。它对教育的投入也是的。电信天翼云VR负责人王浩日前在第八届电子信息博览会上介绍。目前，天翼云VR在K12教育、高等教育、职业教育等教育领域都有布局。

教育是祖国的未来，智慧教育是教育的未来。推动智慧教育，电信一如既往地深爱着。

西安ai教育系统APP/小程序开发费用大概需要多少:

不懂的技术的不知道app如何计算费用，不知道APP开发需要多少钱，因为有的公司也是报价不一样，但是真很难给出一个准确的报价，因为APP开发不同，

具体的需求不同，同样难易度也不同，那么就产生了报价的差异西安ai教育系统主要核心功能有6个,需要用到12个开发人员，我们要考虑到APP开发的复杂程度,

因为APP开发针对的人群不同,那么每个APP的需求也不一样,所以难易度也不一样,开发需要100人/天和200人/天,这个价格也是不一样的.我们要考虑到难易度,还要考虑到用多少人,假如我们需要32/天,那么我们开发西安ai教育系统项目的总费价格用大概就是3.84万元

作者：杨宇来源：机器动力(ID:) 小张的家在Xi安。去年，他和几个朋友一起创业。几位科技男选择了机器人教育方向，为8-18岁的青少年培养机器人。他们围绕机器人平台开发软件，如VEX和DJI的，并定制不同的培训课程，向学生教授机器人、程序构建、项目管理或竞赛机器人。公司筹备的年，他们招收了七八十名学生。周边学校不定期也会有机器人培训需求，小张的团队也会和学校合作，提供机器人教具，培训学校学生。如果学校有兴趣参加国际机器人大赛，他们可以提供进一步的指导。

这两年，像小张团队这样的公司开始遍布全国，开培训机构，或者通过加盟连锁的方式快速扩张。随着人工智能被写入国家政策，AI和编程教育开始逐渐走进课堂。在政策和市场的驱动下，AI技术公司、机器人公司、玩具公司、培训机构等。纷纷涌入这个市场，把教育机器人推得更高。然而，在各行业蜂拥而至的背后，教育机器人市场呈现出“两重天”的局面。C端和B端(教育端)赛道之间，行业和大众认知之间，都存在着巨大的差距。01 DJI教育机器人一夜成名的背后？

一个月前，DJI推出了位教育机器人机甲大师S1。3499元的价格虽然不低，但是产品上线5分钟，现货就卖完了。第二天两个月的产能就卖完了，但是第三天新疆就要下架产品了。

作为全球无人机领域的中坚企业，DJI教育机器人的涌入和普及也让更多的目光停留在教育机器人上。除了DJI，更多的行业力量也在涌入这个市场。无处不在，商汤科技，小米，科大讯飞，工匠社，乐森机器人等等都推出了具有教育属性的机器人产品。

然而，与行业的凶猛涌入形成鲜明对比的是，教育机器人在C端市场的表现却相当冷淡。很显然，本文所讨论的教育机器人是一个具有一定编程能力和扩展性的产品，可以让青少年进行一些AI教育和编程实践。所以儿童故事机产品不在讨论之列。以淘宝平台为例，教育机器人相关产品的月销售额大多在几十到几百之间，相对于智能音箱和儿童故事机的销售额来说微乎其微。据握有大量流量的小米天猫官方商城显示，售价499元的屠阿咪积木机器人每月销量不足500台。以此估算，年销量在5000台左右。小米尚且如此，整个在线教育机器人市场可想而知。不仅仅是线上，教育机器人的线下市场也不容乐观。

某渠道商负责人向机器之心透露：“从代理商的角度来说，我们不愿意卖这类产品。”原因是机器人的技术门槛，也意味着行业销售的门槛。由于是新品类，消费者的认知度往往不高，甚至渠道员工都不知道，这就需要努力培养渠道，带来新的成本。

另一方面，线下零售店往往空间有限。如果只有50个网点，渠道往往会选择容易销售、利润高的产品。

“比起卖机器人，零售店更愿意卖手机。苹果手机和华为手机卖的有多快？大家都在等他们，但是机器人的技术含量太高了。在销售的过程中，店员必须了解并知道如何销售。卖一个太费劲了，”他解释道。他还透露，该部门已就教育机器人市场进行了深入讨论，并终决定不考虑代理此类产品。用户认知度低，销售门槛高，复购率低等。都阻碍了对渠道商的选择。“教育机构可能更适合卖，可以和自己的课程结合起来。”然后他把目光转向了教育市场。说到销量遇冷的原因，除了市场初期用户认知度不够、价格偏高等因素外，另一个重要原因是产品性能和教育属性不足。一位业内人士表示，“C端市场的大部分产品更多的是玩具属性。即使DJI的产品很，如何将娱乐竞技属性与教学属性融合，如何完善教学体系也是一个问题。”DJI机器人S1一夜成名的背后，是教育机器人在C端赛道的刚刚开始。02

两股力量争夺B端与C端赛道的“冷清”形成鲜明对比的是，教育机器人在B端赛道(学校和培训机构)异

常火热，尤其是近两年。教育机器人并不是什么新鲜事物。早在10年前，VEX和VEX机器人大赛就被引入。目前，VEX已经覆盖全球60多个国家，拥有超过1000个学生团队，其中仅就有约1500个团队。近年来，也出现了机器人竞赛的趋势。尤碧轩、DJI、工匠社、能力风暴等。纷纷涨价或举办机器人大赛，如世界机器人大赛、DJI robo 机器人大赛。竞赛和围绕竞赛的训练构成了教育机器人的早期市场。随着国际比赛和商业比赛的逐渐增多，尤其是2017年《新一代人工智能发展规划》的引入，教育机器人的落地开始加速。在《规划》，国家规定“在中小学开设人工智能-相关课程，逐步推广编程教育，鼓励社会力量参与教育编程软件和的开发和推广”。此外，应支持人工智能竞赛，并鼓励人工智能的各种科普创作。政策之下，必有勇者！资本、教育创业者、AI公司纷纷涌向这个领域，培训机构就是其中之一。他们在全国“开疆拓土”，掀起了教育机器人培训的热潮。另一股力量是AI技术公司和机器人公司。在政策引导和学校需求下，他们从AI场景落地的角度进行了新的探索。先说培训机构。如前所述，小张的创业故事比连锁或加盟带动的培训机构更有影响力，如乐高教育、钟鸣教育、能力风暴、贝尔科教等这些培训机构主要针对儿童青少年进行编程教育培训。前几年比较流行的一个名字是教育。他们使用不同的教材和教具，编程机器人就是其中之一。据知，年，进入编程教育轨道的公司超过200家。仅2018年就有超过40笔融资，可见火热程度。

贝尔科教是一家起步较早的公司，成立于2011年，主要从事3-13岁的儿童市场。

通过自主研发的教育机器人产品和课程，提供编程教育，号称教育在这个赛道上大的玩家。根据机器之心的观察，其中，3~6岁儿童学习机器人教具和玩具较多，更偏重于启蒙教育；针对8岁以上儿童的教具，具有更强的编程属性和扩展性。贝尔的经营策略采用两种形式：直销和加盟店。目前已在全国200个城市建设了1000个培训中心，管理超过6000个智能教室。除了提供培训和教学，贝尔还销售面向C端的教育机器人产品，但比例很小。贝尔创始人王作兵透露，去年公司整体营收4亿多元，其中C端营收只占几千万。

他看好AI教育的前景，并表示未来三年左右将建设5万个智能教室，进一步深耕机器人教育市场。靠快速扩张抢占更大的市场份额是好事，但快速扩张也容易隐藏“风暴”。暴风也是早期的机器人公司。2016年获得6亿元融资，也通过两天开培训店快速扩张。然而，许多特许经营商往往难以管理，价格体系也不合理 尤其是2017年以来，在动荡之下，涌入和淘汰在这个市场上演。一位从业者表示，很多人看到这个市场的前景就涌入，但往往没有相应的课程体系、师资力量和稳定的项目收入就。随着越来越多的人涌入，甚至有些团队并不，导致市场的混乱和复杂。03学校，又一个千亿市场诞生了。在培训机构之外，随着学校对AI教育需求的出现，AI科技公司、机器人公司相继加入机器人教育的轨道。尚科技和科大讯飞是AI教育领域较早的AI公司，拥有相对完善的教材和教具。今年5月，商汤又推出了两辆自动驾驶汽车。近日，科大讯飞投资了人工智能教育企业韩端机器人，双方研发的人工智能实验教具即将上市。在政策的推动下，机器人公司也开始拓展边界，寻找更多的商业落地场景。小米生态链企业爱其科技从C端积极向B端拓展，李亢优蓝从B端服务机器人向学校场景拓展，都将教育纳入了自己的重要场景。艾科技初是一家C端玩具和机器人公司，也是小米旗下米兔机器人系列产品的生产商。艾奇科技表示，去年编程机器人在C端的销量在1万台左右。在加入小米的生态链之前，艾奇参与了B端。去年再次回归B端市场，向教育端输出产品和课程。目前，艾奇与学校和培训机构有合作，但大多数是培训机构。“政策刚出来，各地区采购标准和方式都不一样，学校还需要一段时间”，艾奇科技一位负责人表示。

与上述不同，李亢优蓝以大型机器人切入教育领域。2017年，李亢优蓝开始构思切入机器人教育领域，并于2018年初推出教育机器人产品“小智”。以公司服务机器人为基础，采用模块化设计，可拆解成5个器官、30多个模块、100多个部件，让学生系统了解机器人内部结构，学习编程能力。然后李亢优蓝花了近一年的时间，围绕学校的需求，搭建了一套完整的机器人实验室解决方案。以标准版为例，包括一个大型机器人、五个小型机器人，以及软件系统、师资培训、教材等。另外，还要结合各地学校的不同政策，配合其落地。李亢优蓝的赵表示，去年年底，整个机器人教学的配套方案已经基本打磨成熟。目前已经落地20多所学校，更多学校还在接触中。相对于纯理论学习，编程教育等。他认为机器人是更丰富的载体，承载着机器视觉、语音技术、自然语言理解等。学生不仅可以学习每一项技术，还可以将这些技术进行整合，应用到一个场景中。之所以切入教育领域，赵告诉机器之心，进入教育领域是现阶段机器人大规模落地的重要尝试。早的计算机也用于军事、教育和特殊领域。在大规模普及之前，学校机房的计算机教育发挥了重要作用。目前，机器人与计算机处于没有普及的阶段，因此他们今年的重点是征服教育市场。言下之意，机器人还处于初级阶段，教育场景将是“试验田”。基于对学校机房数量的计算，他认为教育机器人的市场空间可以覆盖28万所学校和50万间教室，另一个千亿级市场隐约诞生。

04 追求之下，学校的认知也急需教育。

2017年以来，国家关于推进AI教育的政策年年，涉及小学、中学、大学等多个阶段。在“AI for

all”下，学校对AI的追求也是如火如荼。“今年年初，一些高等教育职业学校来到这里，新政策一，学校里就出现了一种趋势，”一名机器人专家说李亢优蓝教育项目总监周伟告诉机器之心，在大政策下，不同地区会制定不同的具有地方特色的AI教育政策。比如人工智能，有的省市重视大数据，有的地方重视通识教育(语音和视觉技术)，不同地区的地方政策支持也不一样。整体来看，推动学校开展AI教育的主要力量有三个。一种是地方政策引导，拨款设立试点学校，逐步铺开。这种方式在比较富裕的地区比较常见，比如江浙沪。

二是依靠国家拨款进行一些AI教育尝试，这也符合目前教育部推行的教育信息化2.0政策。还有一个就是学校自己提高费用。学校开设AI教育的意愿强烈，在当地领导部门的支持下，开设了相关课程。在具体的落地形式上，不同的省市甚至不同的区域形式都不一样。比如有的学校采用纯理论教育，有的用积木机器人做教具，有的成立机器人实验室。为了抢占市场，一位业内人士表示，“目前公司在全国大部分省市铺设了经销商渠道，重点城市完成了代理合作模式。不过他也表示，学校市场刚刚起步，政策还需要进一步消化。各地区采购标准和方式不一样，大量落地还需要一段时间。

但值得注意的是，虽然学校对开设AI教育表现出极大的热情，但对AI的认知并不明确。一位机器人从业者表示，通过调查，他们发现一些中小学领导对国家AI政策有清晰的认识，重视AI教育，但对机器人能做什么、AI教育是怎么回事的认识并不全面。

在市场初期，教育机器人公司在开拓市场、开展业务的同时，要承担更多AI教育的科普工作。由于教育市场的广阔和自身的特殊属性，AI教育领域可谓“百家争鸣”，各家都凭借自己的资源和渠道各显神通。但目前AI教育整体还处于早期，经济发达地区稍微一点，高等职业教育和高校中学教育稍微一点。至于小学和经济欠发达地区，AI教育还在酝酿中。05 给下一代的東西。在教育机器人市场，C端的冷清和B端的火热形成了极大的反差。本质上，在市场初期，无论是教育机器人还是AI教育，都还是一个强政策驱动的市场。在政策驱动下，学校产生需求，行业涌入形成火爆局面。但需要明确的是，目前的热情更多体现在行业的供给侧。机器人教育在学校的落地才刚刚开始，AI教育在学校的选择是比较多样的，不仅仅是一种机器人。如上所述，即使是学校领导对教育机器人的认知也不明确，而更广泛的消费者对AI教育和机器人的认知就更低了。DJI创新公关总监谢健自豪地表示，DJI的教育机器人S1在市场上非常受欢迎，但即使如此，整体市场的进展也不会被高估。他认为“这个产品的主流群体一定是那些自己有工程师背景的人，给孩子买的一定是极少数人。”“那些能够继续使用S1，真正通过我们的课程体系一路学习，并积极与我们的比赛互动，通过他们学习东西，甚至可能改变他们的生活。大概率是那些家庭有工程师背景的孩子。”

谢剑补充道，“编程这些东西真的要变成一个生意，一个行业，下一始为下一代花钱的时候到了。”一位培训机构的创业者也表示，目前消费者对编程机器人的认知有限。在有限的意识里，家长给孩子选择辅导班时，优先考虑的是“应试辅导美术特长编程”，应试教育依然是王道。改变家长现有认知或态度的一个关键，仍然是国家对AI教育的政策能否进一步完善。比如的编程能力可以在自主招生、初高中、初高中加分，那么对于家长的带动作用就会显著提升。“就像很多家长送孩子去学奥数一样。”

西安ai教育系统行业的盈利方式:

- 1.利用西安ai教育系统APP/小程序开发扩大订单渠道和用户群体，通过分佣扩大团队。
- 2.邀请西安ai教育系统相关行业人员入驻，统一获单，抽取提成。
- 3.发展城市代理，通过收费或提成，向各城市西安ai教育系统服务公司/个人持续获得收益。

西安ai教育系统是一个可以长期深耕持续运营的项目，并可借此切入拓展衔接养老、护理等领域。

想要了解具体西安ai教育系统项目开发费用，方案报价，思维导图，测试系统，可以联系我们，免费获取！是否合作不重要，多一份参考多一份机会！