

中国课外辅导市场分析与投资决策分析报告（2015-2020）

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《中国课外辅导市场分析与投资决策分析报告（2015-2020）》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/201506201506.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

课外辅导领域特点

1、总量大

教育部统计数据显示，截至2012年末普通高中在校生3311万人；普通初中在校生6333万人；普通小学在校生1.14亿人。换言之，K12市场潜在学员量超过2.1亿人次。

另外，由于我国教育资源极度不平衡，中高考等选拔性考试和择校、分班需求下课辅基本属于刚性需求。由于孩子成长的不可逆性带来试错成本极高，家庭对于教育价格并不敏感。

2、竞争热

K12市场整体呈现高度分散特点，并且由于不同省市选拔性考试课标、命题、教材、师资差异显著，标准化扩张难度高。但进入门槛却相对较低，且预付模式下现金流良好，使得培训机构高度分散。

需注意的是我国K12阶段学生课外时间是非常有限的，且更换成本很高，课辅培训是一个非常重视效果的服务体系，家长绝无可能仅仅为了品牌大、环境好、试试看等等非核心因素而去忽略对子女学习效果的保障。

3、分离性

相较于其他消费，教育消费突出特点在于：选择者与消费者是分离的——家长选择、孩子消费。这就导致了本身重视结果的行业又加上信息高度不对称，家长盲目关注成绩提升来决定消费选择，而忽视过程积累以及家庭教育和受教育主体对结果的影响。

教育消费只是提供一种服务过程，学习效果是多因素作用结果，过度看重短期是目前行业一大问题，机构在盲目迎合“金主”同时经常给自己套上难以践行的枷锁。

4、延续强

相较于职业、留学等培训，其学员往往在完成一定期间课程并获得相应效果后停止课程。课外辅导服务贯穿于学生12年的教育时间，这12年的教育往往影响到一个学生一生的前途，因此受经济周期影响较小。

年龄段跨度和内容衔接性使其具备长期延续可能，机构有机会为单一客户提供长期阶段服务，大幅降低了市场成本。另外中学校学期相对固定，季节性较为稳固且四季都有生意做。

二、辅导培训主要机构

中小学课后辅导市场非常具有中国特色，本身是中国教育体系衍生出来的一个产业，在国外基本找不到对标企业。早先很少有专门的公司运营这项业务，需求简单由公办机构教师、退休教师、大学生等个人提供家教服务来满足，而最早开始耕耘这片市场的学大、学而思等也都是由创始人做家教开始的。

学大2004年起从单纯的家教中介向课外辅导机构转型，学而思也差不多在同一时期从

创始人的家教辅导班小作坊开始正规化经营，此外较早介入该行业的还有巨人教育等，这批公司在新东方等机构享受着留学相关培训的红利时，开辟出了中国教育培训的另一个巨大的细分市场。

但新东方也很快注意到中小学领域机会，2008年起新东方针对13——18岁市场提出优能中学计划，发力中小学课外辅导市场，凭借品牌号召和渠道优势迅速抢占份额，目前已经成为该细分领域规模最大的培训机构。以下为年营收规模在1亿元人民币以上培训机构大致情况（营收单位：亿人民币）

[1]我国课外辅导培训机构按照覆盖范围基本可以分为全国性、区域性两类，全国性机构分校遍布多个省区，区域性机构往往集中在某个省市运营。

[2]以上数字新东方、学大、好未来、昂立来自最近披露最近12个月财报；其他数据来自企业负责人及媒体披露年度营收数据。

[3]昂立为截止2012年12月31日财报中公司未合并报表前总体营收规模，昂立收入除课外辅导外还包含幼儿、留学、职业教育等领域。

中国报告网发布的《中国课外辅导市场分析与投资决策分析报告（2015-2020）》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、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研究分析。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。

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。

报告目录

第一章 课外辅导行业发展综述

第一节 课外辅导行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

第二节 课外辅导行业特征分析

一、产业链分析

二、课外辅导行业在国民经济中的地位

三、课外辅导行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、课外辅导行业生命周期

第三节 最近3-5年中国课外辅导行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、竞争激烈程度指标
- 七、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 我国课外辅导行业运行分析

第一节 我国课外辅导行业发展状况分析

第二节 课外辅导行业发展现状

- 一、我国课外辅导行业市场规模
- 二、我国课外辅导行业发展分析
- 三、中国课外辅导企业发展分析

第三节 区域市场分析

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、重点省市市场分析
- 三、重点城市市场分析

第四节 课外辅导细分市场分析

- 一、细分市场特色
- 二、细分市场规模及增速
- 三、重点细分市场前景预测

第三章 我国课外辅导行业供求分析

第一节 国内市场需求分析

- 一、需求规模
- 二、需求结构
- 三、区域市场

第二节 国内市场供给分析

- 一、供给规模
- 二、供给结构
- 三、区域分布

第四章 课外辅导行业产业结构分析

第一节 课外辅导产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名

三、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国课外辅导行业参与国际竞争的战略市场定位

第五章 我国课外辅导行业产业链分析

第一节 课外辅导行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 课外辅导上游行业分析

一、课外辅导成本构成

二、上游行业发展现状

三、2015-2020年上游行业发展趋势

四、上游行业对课外辅导行业的影响

第三节 课外辅导下游行业分析

一、课外辅导下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2015-2020年下游行业发展趋势

第六章 我国课外辅导行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、课外辅导行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、供应商议价能力

4、客户议价能力

二、课外辅导行业企业间竞争格局分析

三、课外辅导行业集中度分析

四、课外辅导行业SWOT分析

第二节 中国课外辅导行业竞争格局综述

一、课外辅导行业竞争概况

1、中国课外辅导行业竞争格局

2、课外辅导行业未来竞争格局和特点

3、课外辅导市场进入及竞争对手分析

二、中国课外辅导行业竞争力分析

1、我国课外辅导行业竞争力剖析

2、我国课外辅导企业市场竞争的优势

三、课外辅导市场竞争策略分析

第七章 课外辅导行业领先企业经营形势分析

第一节 学而思教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第二节 学大教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第三节 精锐教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第四节 龙文教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第五节 明师教育

一、企业概况

二、企业优势分析

第六节 英讯教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第七节 星火教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第八节 新东方泡泡与优能

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

四、2015-2020年发展规划

第九节 邦德教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第十节 立尚教育

一、企业概况

二、企业优势分析

第十一节 高思教育

一、企业概况

二、企业优势分析

三、经营状况

第八章 2015-2020年课外辅导行业投资前景

第一节 2015-2020年课外辅导市场发展前景

一、2015-2020年课外辅导市场发展潜力

二、2015-2020年课外辅导市场发展前景展望

三、2015-2020年课外辅导细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年课外辅导市场发展趋势预测

一、2015-2020年课外辅导行业发展趋势

二、2015-2020年课外辅导市场规模预测

三、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国课外辅导行业供需预测

一、2015-2020年中国课外辅导行业供给预测

二、2015-2020年中国课外辅导行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 2015-2020年课外辅导行业投资环境分析

第一节 课外辅导行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

第二节 课外辅导行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 课外辅导行业社会环境分析

一、课外辅导产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、课外辅导产业发展对社会发展的影响

第十章 2015-2020年课外辅导行业投资机会与风险

第一节 课外辅导行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2015-2020年课外辅导行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2015-2020年课外辅导行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、关联产业风险及防范

四、其他风险及防范

第十一章 课外辅导行业投资战略研究

第一节 课外辅导行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、营销品牌战略

五、竞争战略规划

第二节 对我国课外辅导品牌的战略思考

一、课外辅导品牌的重要性

二、课外辅导实施品牌战略的意义

三、课外辅导企业品牌的现状分析

四、课外辅导品牌战略管理的策略

第三节 课外辅导经营策略分析

- 一、课外辅导市场细分策略
- 二、课外辅导市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、课外辅导新产品差异化战略

第四节 课外辅导行业投资战略研究

- 一、2014年课外辅导行业投资战略
- 二、2015-2020年课外辅导行业投资战略
- 三、2015-2020年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 课外辅导行业研究结论

第二节 课外辅导行业投资价值评估

第三节 课外辅导行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/201506201506.html>