

2021年中国教育调控市场分析报告- 产业发展现状与发展规划研究

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《2021年中国教育调控市场分析报告-产业发展现状与发展规划研究》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/553860553860.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

陕西省教育厅发布《关于进一步加强义务教育学校招生入学管理工作的通知》。据了解，此次公布的2021年义务教育学校招生政策的主要变化是明确要求义务教育学校严禁以集团化联合体等名义进行招生。

政策具体内容如下

工作要点

主要内容

确保适龄儿童少年应入尽入

（一）凡当年8月31日前（含8月31日）年满六周岁的儿童，其父母或者其他法定监护人应当送其入学接受义务教育；条件不具备地区的儿童，可以推迟到七周岁。适龄儿童少年因身体状况需要延缓入学的，其父母或者其他法定监护人应当提出申请，由当地乡镇人民政府或者县（区）级人民政府教育行政部门批准。

（二）健全以居住证为主要依据的随迁子女义务教育入学政策，落实随迁子女接受义务教育后在流入地参加初中学业水平考试政策。实行随迁子女积分制入学的地方，要合理设置积分条件，确保符合国家《居住证暂行条例》基本要求的随迁子女应入尽入。要坚持以公办学校为主安排随迁子女就学，不断提高随迁子女在公办学校就读比例，对于公办学校学位不足的，可以通过政府购买服务方式安排在民办学校就读，不得将随迁子女集中在少数学校、班级。随迁子女回户籍所在地学校就读的，当地教育行政部门应按照相关规定予以统筹安排。

（三）保障适龄残疾儿童少年接受义务教育的权利。根据县（区）级残疾人教育专家委员会评估意见，对具备学习能力能够到普通学校就读的，优先安排到普通学校随班就读。对残疾程度较重，不能接受普通教育的，安排到特殊教育学校就读。对残疾程度严重，不能到校就读的，就近安排学校进行送教上门或通过远程教育的方式，切实保障其接受义务教育的权利。

（四）对烈士子女、符合条件的现役军人子女、综合性消防救援队伍人员子女、公安英模和因公牺牲伤残警察子女、引进高层次人才子女及其他各类优抚对象，依据有关规定落实义务教育优待政策。

（五）切实履行义务教育控辍保学法定职责。落实控辍保学“七长责任制”，保障适龄儿童少年入学接受义务教育。严禁以“国学班”“读经班”“私塾”等形式替代义务教育。

确保学区划分科学合理

（一）义务教育学校坚持免试就近入学的原则。按照“学校划片招生、生源就近入学”的总体目标，根据适龄儿童少年人数、学校分布、学校规模、交通状况等因素，科学划定公办义务教育学校学区范围，确保义务教育免试就近入学政策全覆盖。学区确定后，应在一段时期内保持相对稳定。

（二）规范集团化、联合体等办学模式学校招生秩序，严禁以集团化、联合体等名义进行招

生，严禁以任何形式借读、空挂学籍跨校就读，集团化、联合体内各学校招生后学生不得跨校流动。

确保公民同招落实落严

（一）公办小学一般采用登记（报名）方式入学，公办初中一般采用登记（报名）或对口直升方式入学。市级教育行政部门建设义务教育学校招生平台，公办、民办义务教育学校同步报名、同步招生。

（二）民办义务教育学校招生纳入审批地统一管理，提前申报招生计划，由审批地主管教育行政部门审批并在审批地招生，审批地招生学位有余额的，可以适当扩大招生范围，但不得跨市域招生；对报名人数超过招生计划数的，实行电脑随机录取，电脑随机录取全程接受社会监督，结果及时向社会公开；未被民办学校录取的适龄儿童少年，由县（区）级教育行政部门安排到对应学区公办学校，若无空余学位，统筹安排到其他公办学校。民办学校中属于政府购买服务的学位，按照公办学校划学区办法统一招生。

确保招生流程简洁优化

（一）各地要通过各种方式提前向社会公布招生工作方案，要明确招生流程和时间安排。

（二）规范入学证明材料，县（区）级教育行政部门要按照《中华人民共和国义务教育法》和招生入学有关政策规定，对提供的入学证明材料要列出清单，并提前告知家长。要优化报名登记、递交证明材料、审核相关资质等程序。

确保招生秩序规范有序

（一）严肃招生纪律。严禁无计划、超计划组织招生，招生结束后，学校不得擅自招收已被其他学校录取的学生；严禁自行组织或与社会培训机构联合组织以选拔生源为目的的各类考试，或采用社会培训机构自行组织的各类考试结果；严禁提前组织招生，变相“掐尖”选生源；严禁公办学校与民办学校混合招生、混合编班；严禁以高额物质奖励、虚假宣传等不正当手段招揽生源；严禁任何学校收取或变相收取与入学挂钩的“捐资助学款”；严禁义务教育阶段学校以各类竞赛证书、学科竞赛成绩或考级证明等作为招生依据；严禁义务教育阶段学校设立任何名义的重点班、快慢班；严禁初中学校对学生进行初中学业水平考试成绩排名、宣传初中学业水平考试状元和升学率，教育行政部门也不得对学校初中学业水平考试情况进行排名，以及向学校提供非本校的初中学业水平考试成绩数据；严禁出现人籍分离、空挂学籍、学籍造假等现象，不得为违规跨区域招收的学生和违规转学学生办理学籍转接。

（二）严格执纪问责。严格落实招生工作纪律要求，健全违规招生查处和责任追究机制，畅通举报和申诉受理渠道，主动接受社会监督。对有违规违纪招生行为的学校，视情节轻重给予约谈、通报批评、追究相关人员责任等处罚，对于民办义务教育学校依法依规给予减少下一年度招生计划、停止当年招生直至吊销办学许可证等处罚。资料来源：观研天下整理

此外为落实落地国家“双减”政策，陕西省教育厅发布《关于规范校外培训机构管理的通知》，标志陕西“双减”政策正式出台。《通知》的出台旨在进一步推动义务教育优质均衡发展 and 城乡一体化，办好老百姓家门口的学校，大力提升学校教育教学质量，确保学生在校内

学足学好，促进教育公平，缓解社会焦虑，扭转“唯分数”“唯升学”的不科学教育评价导向，引导校外培训教育成为学校教育的有益补充。

陕西出台的“双减”政策特点 资料来源：公开资料整理

而除了发布《通知》外，陕西省还出台《陕西省义务教育学校课程与教学管理指南》《关于做好中小学生课后服务工作的指导意见》《陕西省校外培训机构设置指导标准》，及配套文件，定期公布校外培训机构黑白名单，为“双减”提供制度保障。

“双减”主要措施

“双减”主要措施

坚持统筹施策，推动管理“减负”

陕西积极落实义务教育免试就近入学和公办、民办学校同招政策，开展义务教育优质均衡创建，全链条推进作业、手机、睡眠、体质、读物等五项管理，强化校外培训机构日常监管，定期开展校外培训督导检查，规范培训行为，缓解群众焦虑，为“双减”保驾护航。

坚持疏堵结合，推动服务“减负”

陕西全力推动课后服务工作，促进课后服务与“三个课堂”深度融合，满足学生和家長多样化需求；开展校外培训机构专项治理，严肃查处“证照不全、超纲超前教学、一次性超3个月或60课时收费、违反培训时间规定、虚假广告宣传、学校教师在培训机构代课”等行为，建立联席会议制度，构建校外培训监管全省一张网，为“双减”拓宽道路。

坚持内涵发展，推动质量“减负”

陕西积极推进“课堂革命，陕西行动”，深化评价制度改革，成立全国首个省级基础教育教学指导委员会，为“双减”筑牢根基。

坚持多点发力，推动协同“减负”

陕西发挥学校主阵地作用，提高教育教学质量，全力让学生在校园内学好、学足；通过父母大讲堂等，提升家校共育水平；发挥研学实践教育基地等校外活动场所作用，帮助学生提升综合素质；明确要求停止义务教育段暑期学科类校外培训，协同发力，为“双减”营造良好环境。资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国教育调控市场分析报告-产业发展现状与发展规划研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国教育调控行业发展概述

第一节 教育调控行业发展情况概述

- 一、教育调控行业相关定义
- 二、教育调控行业基本情况介绍
- 三、教育调控行业发展特点分析
- 四、教育调控行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、教育调控行业需求主体分析

第二节 中国教育调控行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、教育调控行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国教育调控行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国教育调控行业生命周期分析

- 一、教育调控行业生命周期理论概述

二、教育调控行业所属的生命周期分析

第四节 教育调控行业经济指标分析

- 一、教育调控行业的赢利性分析
- 二、教育调控行业的经济周期分析
- 三、教育调控行业附加值的提升空间分析

第五节 中国教育调控行业进入壁垒分析

- 一、教育调控行业资金壁垒分析
- 二、教育调控行业技术壁垒分析
- 三、教育调控行业人才壁垒分析
- 四、教育调控行业品牌壁垒分析
- 五、教育调控行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球教育调控行业市场发展现状分析

第一节 全球教育调控行业发展历程回顾

第二节 全球教育调控行业市场区域分布情况

第三节 亚洲教育调控行业地区市场分析

- 一、亚洲教育调控行业市场现状分析
- 二、亚洲教育调控行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲教育调控行业市场前景分析

第四节 北美教育调控行业地区市场分析

- 一、北美教育调控行业市场现状分析
- 二、北美教育调控行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美教育调控行业市场前景分析

第五节 欧洲教育调控行业地区市场分析

- 一、欧洲教育调控行业市场现状分析
- 二、欧洲教育调控行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲教育调控行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界教育调控行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球教育调控行业市场规模预测

第三章 中国教育调控产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国教育调控行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国教育调控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 中国教育调控行业运行情况

第一节 中国教育调控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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国教育调控行业市场规模分析

第三节 中国教育调控行业供应情况分析

第四节 中国教育调控行业需求情况分析

第五节 我国教育调控行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国教育调控行业供需平衡分析

第七节 中国教育调控行业发展趋势分析

第五章 中国教育调控所属行业运行数据监测

第一节 中国教育调控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 中国教育调控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 中国教育调控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 2017-2021年中国教育调控市场格局分析

第一节 中国教育调控行业竞争现状分析

一、中国教育调控行业竞争情况分析

二、中国教育调控行业主要品牌分析

第二节 中国教育调控行业集中度分析

一、中国教育调控行业市场集中度影响因素分析

二、中国教育调控行业市场集中度分析

第三节 中国教育调控行业存在的问题

第四节 中国教育调控行业解决问题的策略分析

第五节 中国教育调控行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国教育调控行业需求特点与动态分析

第一节 中国教育调控行业消费市场动态情况

第二节 中国教育调控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 教育调控行业成本结构分析

第四节 教育调控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 中国教育调控行业价格现状分析

第六节 中国教育调控行业平均价格走势预测

一、中国教育调控行业价格影响因素

二、中国教育调控行业平均价格走势预测

三、中国教育调控行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国教育调控行业区域市场现状分析

第一节 中国教育调控行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区教育调控市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区教育调控市场规模分析

四、华东地区教育调控市场规模预测

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、华中地区教育调控市场规模分析

四、华中地区教育调控市场规模预测

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、华南地区教育调控市场规模分析

四、华南地区教育调控市场规模预测

第九章 2017-2021年中国教育调控行业竞争情况

第一节 中国教育调控行业竞争结构分析（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 中国教育调控行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国教育调控行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 教育调控行业企业分析（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 2021-2026年中国教育调控行业发展前景分析与预测

第一节 中国教育调控行业未来发展前景分析

- 一、教育调控行业国内投资环境分析
- 二、中国教育调控行业市场机会分析
- 三、中国教育调控行业投资增速预测

第二节 中国教育调控行业未来发展趋势预测

第三节 中国教育调控行业市场发展预测

- 一、中国教育调控行业市场规模预测
- 二、中国教育调控行业市场规模增速预测
- 三、中国教育调控行业产值规模预测
- 四、中国教育调控行业产值增速预测
- 五、中国教育调控行业供需情况预测

第四节 中国教育调控行业盈利走势预测

- 一、中国教育调控行业毛利润同比增速预测
- 二、中国教育调控行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国教育调控行业投资风险与营销分析

第一节 教育调控行业投资风险分析

- 一、教育调控行业政策风险分析
- 二、教育调控行业技术风险分析
- 三、教育调控行业竞争风险
- 四、教育调控行业其他风险分析

第二节 教育调控行业应对策略

- 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年中国教育调控行业发展战略及规划建议

第一节 中国教育调控行业品牌战略分析

- 一、教育调控企业品牌的重要性
- 二、教育调控企业实施品牌战略的意义
- 三、教育调控企业品牌的现状分析
- 四、教育调控企业的品牌战略
- 五、教育调控品牌战略管理的策略

第二节 中国教育调控行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国教育调控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年中国教育调控行业发展策略及投资建议

第一节 中国教育调控行业产品策略分析

- 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 中国教育调控行业营销渠道策略

- 一、教育调控行业渠道选择策略
- 二、教育调控行业营销策略

第三节 中国教育调控行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国教育调控行业重点投资区域分析

二、中国教育调控行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/553860553860.html>