

# 2021年中国美术教育市场调研报告- 市场现状调查与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国美术教育市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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/534229534229.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

美术教育，又称美术教育专业，就是学习一些关于美术的知识以及技能，以用来在未来教导学生。在我国艺术教育项目各类课程中，据调查，美术教育的受欢迎比例达到44.72%，占据家长希望孩子接受的艺术教育类型的第二名，仅次于音乐教育（50.63%）。

中国艺术教育项目各类课程占比

数据来源：公开资料整理

### 1、政策环境

随着国家对艺术教育领域的重视，相关利好政策不断出台，我国美术教育行业发展得到支持与推动。2019年7月，相关部门发布《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》，提出实施学校美育提升行动，严格落实音乐、美术、书法等课程，结合地方文化设立艺术特色课程。

中国艺术教育领域相关的政策

时间

发布主体

政策文件

核心内容

2017.1

-

《国家教育事业发展规划“十三五”规划》

提高学生文化修养。坚持以美育人、以文化人。以提高学生艺术素养，构建科学的美育课程体系，健全美育评价机制，推动开齐开足艺术课程，开展艺术类第二课堂教育活动，将艺术实践活动纳入课程管理。

2017.1

中共中央办公厅、国务院

《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》

将中华优秀传统文化文化贯穿于启蒙教育、基础教育、职业教育、高等教育、继续教育各领域，构建相关文化课程和教材体系。

2018.2

教育部

《关于做好2018年普通中小学招生入学工作的通知》

逐步压缩特长生招生规模，直至2020年前取消各类特长生招生，尚未全面取消体育、艺术等加分项目的地方，要从2018年初中起始年级开始执行。

2018.3

教育部

#### 《关于做好2018年普通高校招生工作的通知》

要求各大学校大力开展美育，并要求将课程方案设定的包括艺术(或音乐、美术)在内的全部科目纳入考试范围。

2019.3

教育部

#### 《关于做好2019年普通高校招生工作的通知》

推进高中综合素质档案使用。各地要指导中学完善学生综合素质档案制度，客观记录学生成长过程中的思想品德、学业水平、身心健康、艺术素养、社会实践等方面的表现。

2019.4

教育部

#### 《关于切实加强新时代高等学校美育工作的意见》

要求普通高校强化面向全体学生的普及艺术教育。高校美育以艺术教育改革发展为重点,紧紧围绕高校强化普及艺术教育、提升专业艺术教育和改进艺术师范教育三个重点领域,大力加强和改进美育教育教学。

2019.6

国务院

#### 《关于新时代推进普通高中育人方式改革的指导意见》

加强美育工作，积极开展舞蹈、戏剧、影视与数字媒体艺术等活动,培养学生艺术感知、创意表达、审美能力和文化理解素养。

2019.6

教育部

#### 《关于开展体育美育浸润行动计划的通知》

拟支持20所左右高校开展体育美育浸润行动计划

2019.7

-

#### 《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》

实施学校美育提升行动，严格落实音乐、美术、书法等课程,结合地方文化设立艺术特色课程。支持艺术院校在中小学建立对口支援基地。数据来源：公开资料整理

### 2、市场分析

根据数据显示，我国美术教育市场持续扩张，市场规模从2015年的812.37亿元增长至2018年的1165.98亿元，复合年增长率达到12.8%；预计在2019年中国美术教育市场规模将达到1260.04亿元，到2022年将达到1767.2亿元左右。

2015-2022年中国美术教育市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

### 3、需求分析

据统计，我国美术联考参考人数保持在40万以上，自2014年来持续下降，到2017年中国共有46.8万人参考美术联考，同比下降3.58%；到2018年中国美术联考参考人数有所回升，达到48.59万人，同比增长3.82%；预计2019年将有43.6万人参加中国美术联考，到2020年参考人数约为42.32万人。

#### 2012-2020年中国美术联考参考人数及预测

数据来源：公开资料整理

#### 4、技术分析

目前我国美术教育行业技术趋向在线发展，美术宝、画啦啦作为中国在线美术教育代表性企业，在2016年到2019年均累计获得数亿元的融资。2019年6月，美术宝获得来自腾讯、蓝驰创投等投资方4000万美元的投资金额；画啦啦获得经纬中国、启明创投、真格基金数千万美元的投资金额。

#### 2016-2019年中国在线美术教育代表性企业融资情况

##### 在线美术教育企业

融资时间

轮次

金额

投资方

美术室

2019.6.25

C轮

4000万美元

腾讯、蓝驰创投、弘毅投资、微光创投、华联长山兴投资、创致投资

2018.10.8

B+轮

1500万美元

蓝驰创投、微光创投、华联长兴山、创致资本

2016.9.11

B+轮

5200万元

若沐资本、禾金投资、创致资本

2016.1.11

B轮

6600万元

和光资本、国海创新资本、禾林资本

画啦啦

2019.6.17

B轮

数千万美元

经纬中国、启明创投、真格基金

2018.6.14

A+轮

数千万元

真格基金、好未来（学而思）

2017.8.2

A轮

数千万元

真格基金、好未来（学而思）数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国美术教育市场调研报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

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 2017-2020年中国美术教育行业发展概述

#### 第一节 美术教育行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国美术教育行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、美术教育行业产业链条分析
- 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、中国美术教育行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国美术教育行业生命周期分析

- 一、美术教育行业生命周期理论概述
- 二、美术教育行业所属的生命周期分析

#### 第四节 美术教育行业经济指标分析

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

#### 第五节 中国美术教育行业进入壁垒分析

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

## 第二章 2017-2020年全球美术教育行业市场发展现状分析

### 第一节 全球美术教育行业发展历程回顾

### 第二节 全球美术教育行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲美术教育行业市场分析

#### 一、亚洲美术教育行业市场现状分析

#### 二、亚洲美术教育行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲美术教育行业市场前景分析

### 第四节 北美美术教育行业市场分析

#### 一、北美美术教育行业市场现状分析

#### 二、北美美术教育行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美美术教育行业市场前景分析

### 第五节 欧洲美术教育行业市场分析

#### 一、欧洲美术教育行业市场现状分析

#### 二、欧洲美术教育行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲美术教育行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界美术教育行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球美术教育行业市场规模预测

## 第三章 中国美术教育产业发展环境分析

### 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、全社会消费品美术教育总额

#### 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 中国美术教育行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国美术教育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 中国美术教育行业运行情况

#### 第一节 中国美术教育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 中国美术教育行业市场规模分析

#### 第三节 中国美术教育行业供应情况分析

#### 第四节 中国美术教育行业需求情况分析

#### 第五节 我国美术教育行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

##### 三、其它细分市场

#### 第六节 中国美术教育行业供需平衡分析

#### 第七节 中国美术教育行业发展趋势分析

### 第五章 中国美术教育所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国美术教育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 中国美术教育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 中国美术教育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 2017-2020年中国美术教育市场格局分析

## 第一节 中国美术教育行业竞争现状分析

### 一、中国美术教育行业竞争情况分析

### 二、中国美术教育行业主要品牌分析

## 第二节 中国美术教育行业集中度分析

### 一、中国美术教育行业市场集中度影响因素分析

### 二、中国美术教育行业市场集中度分析

## 第三节 中国美术教育行业存在的问题

## 第四节 中国美术教育行业解决问题的策略分析

## 第五节 中国美术教育行业钻石模型分析

### 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 2017-2020年中国美术教育行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国美术教育行业消费市场动态情况

### 第二节 中国美术教育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 美术教育行业成本结构分析

### 第四节 美术教育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 中国美术教育行业价格现状分析

### 第六节 中国美术教育行业平均价格走势预测

#### 一、中国美术教育行业价格影响因素

#### 二、中国美术教育行业平均价格走势预测

#### 三、中国美术教育行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国美术教育行业区域市场现状分析

## 第一节 中国美术教育行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区美术教育市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区美术教育市场规模分析
- 四、华东地区美术教育市场规模预测

### 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、华中地区美术教育市场规模分析
- 四、华中地区美术教育市场规模预测

### 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、华南地区美术教育市场规模分析
- 四、华南地区美术教育市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国美术教育行业竞争情况

### 第一节 中国美术教育行业竞争结构分析（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 中国美术教育行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国美术教育行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 美术教育行业企业分析（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年中国美术教育行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国美术教育行业未来发展前景分析

#### 一、美术教育行业国内投资环境分析

#### 二、中国美术教育行业市场机会分析

### 三、中国美术教育行业投资增速预测

#### 第二节 中国美术教育行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国美术教育行业市场发展预测

##### 一、中国美术教育行业市场规模预测

##### 二、中国美术教育行业市场规模增速预测

##### 三、中国美术教育行业产值规模预测

##### 四、中国美术教育行业产值增速预测

##### 五、中国美术教育行业供需情况预测

#### 第四节 中国美术教育行业盈利走势预测

##### 一、中国美术教育行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国美术教育行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国美术教育行业投资风险与营销分析

### 第一节 美术教育行业投资风险分析

#### 一、美术教育行业政策风险分析

#### 二、美术教育行业技术风险分析

#### 三、美术教育行业竞争风险分析

#### 四、美术教育行业其他风险分析

### 第二节 美术教育行业应对策略

#### 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年中国美术教育行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国美术教育行业品牌战略分析

#### 一、美术教育企业品牌的重要性

#### 二、美术教育企业实施品牌战略的意义

#### 三、美术教育企业品牌的现状分析

#### 四、美术教育企业的品牌战略

#### 五、美术教育品牌战略管理的策略

### 第二节 中国美术教育行业市场重点客户战略实施

#### 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 中国美术教育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

### 第四节 美术教育行业竞争力提升策略

#### 一、美术教育行业产品差异性策略

#### 二、美术教育行业个性化服务策略

#### 三、美术教育行业的促销宣传策略

#### 四、美术教育行业信息智能化策略

#### 五、美术教育行业品牌化建设策略

#### 六、美术教育行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国美术教育行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国美术教育行业产品策略分析

#### 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 中国美术教育行业营销渠道策略

#### 一、美术教育行业渠道选择策略

#### 二、美术教育行业营销策略

### 第三节 中国美术教育行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国美术教育行业重点投资区域分析

#### 二、中国美术教育行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/534229534229.html>