

2016-2022年中国培训产业竞争现状及十三五竞争策略分析报告

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《2016-2022年中国培训产业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》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/qitafuwu/244406244406.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

培训行业自20世纪80年代植根于中国大地后，便伴随着中国经济一路成长，进入21世纪后，其发展更是有如雨后春笋。近年来，受就业竞争压力加大等因素影响，中国培训产业的发展呈现出强大的生命力。

当前中国培训业正进入快速发展时期，各类培训机构呈爆发性增长。中国各类培训机构已达数百万家，英语、IT、少儿教育成为培训产业的三大支柱。教育培训各类细分市场，包括从幼儿园早期教育到高等教育、职业教育、各类校外培训、教育技术行业等市场都在以20%左右的速度快速增长。

中国培训业正在走向建设品牌的道路。培训市场经过多年来的发展，“实力”、“规范”正成为市场淘汰法则的新标准。随着越来越多的中小培训机构被淘汰出局，培训机构出现了集中化、巨头化的趋势。

2014年，在线教育无疑是教育培训行业的热词。这一年，在线教育机构以每天平均2.6家的速度快速成长，随之而来的是资本市场对于在线教育市场的追捧、热投。2014年，51Talk获得5500万美元投资，一起作业网获2000万美元融资，猿题库获得1500万美元融资，中国在线教育市场披露的投资金额达到9.1亿美元。预计未来中国在线教育市场的年度增长率将达到19%。

近年来，伴随民众对教育的重视程度不断提升，民办教育培训行业蓬勃发展。民办培训市场展现出的惊人活力，吸引创业者和资本纷至沓来。教育培训行业作为21世纪的朝阳产业，现代教育已经被整个社会所认可，市场日益多彩丰富，正向细分市场迈进。在经济全球化和服务国际化的时代，教育市场呈现蓬勃发展的态势，成为我国经济领域闪亮的市场热点，我国的教育培训市场将进入比拼内功和规模的圈地时代，市场竞争将日趋激烈，行业前景可期。

中国报告网发布的《2016-2022年中国培训产业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》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、市场前景、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。

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。

第一章 培训行业相关概述

1.1 培训相关知识

1.1.1 培训的定义

1.1.2 培训分类

1.2 培训市场的建立

1.2.1 培训市场发展的理论根据

1.2.2 培训市场的界定

1.2.3 培训市场的本质

1.2.4 培训市场形成发展的条件

1.3 培训主体

1.3.1 各类形式的培训机构

1.3.2 培训公司

1.3.3 培训中心

1.3.4 几种培训机构的比较

1.3.5 培训班及其分类

第二章 2014-2016年中国培训行业发展状况

2.1 中国培训行业发展历程分析

2.1.1 行业的形成

2.1.2 行业发展阶段

2.1.3 行业发展回顾

2.2 中国培训市场发展现状分析

2.2.1 行业发展特点

2.2.2 行业现状综述

2.2.3 市场规模分析

2.2.4 区域分布格局

2.3 “互联网+”时代中国培训行业发展分析

2.3.1 “互联网+”相关介绍

2.3.2 “互联网+”下行业的优势

2.3.3 “互联网+”下行业的变革

2.3.4 “互联网+”下传统行业应对策略

2.4 中国培训产业化发展分析

2.4.1 培训产业化的特征

2.4.2 培训产业化的客观因素

2.4.3 培训产业化的制约因素

2.4.4 培训产业化的突破路径

2.5 中国培训机构发展分析

2.5.1 培训机构发展综述

2.5.2 培训机构市场现状

2.5.3 培训机构发展障碍

2.5.4 培训机构发展对策

2.6 中国培训行业存在的问题

2.6.1 行业发展不平衡

2.6.2 存在诸多不规范现象

2.6.3 竞争监管存在的不足

2.6.4 行业信誉度问题

2.6.5 缺少正确的品牌定位

2.6.6 盲目扩张致使教育质量下降

2.6.7 网络培训教育有待深入开发

2.7 中国培训行业发展对策

2.7.1 市场发展道路

2.7.2 行业营销策略

2.7.3 加强监管力度

2.7.4 市场竞争策略

2.7.5 市场开发策略

第三章 2014-2016年语言培训市场分析

3.1 语言培训市场发展综述

3.1.1 行业基本介绍

3.1.2 市场结构剖析

3.1.3 市场行为分析

3.1.4 市场绩效分析

3.1.5 行业问题及对策

3.2 在线语言培训行业分析

3.2.1 市场规模

3.2.2 人群分布

3.2.3 主要语种

3.2.4 终端工具

3.2.5 发展趋势

3.3 2014-2016年英语培训市场分析

3.3.1 市场发展现状

3.3.2 市场发展特点

3.3.3 中小城市市场分析

3.3.4 行业存在的问题

3.3.5 行业发展对策

3.3.6 行业发展趋势分析

3.4 2014-2016年中小学生英语培训市场分析

3.4.1 市场调查分析

3.4.2 市场竞争状况

3.4.3 机构选择因素

3.5 2014-2016年少儿英语培训市场分析

3.5.1 市场发展现状

3.5.2 市场发展特点

3.5.3 面临的机遇及挑战

3.5.4 市场投融资状况

3.6 2014-2016年商务英语培训市场分析

3.6.1 市场发展现状

3.6.2 市场营销环境

3.6.3 市场需求扩张

3.6.4 市场发展机遇

3.6.5 市场存在的问题

3.6.6 市场营销策略

3.7 2014-2016年小语种培训市场分析

3.7.1 市场发展现状

3.7.2 行业存在的不足

3.7.3 市场发展机遇

3.7.4 市场发展潜力

3.7.5 市场投资前景

第四章 2014-2016年IT培训市场状况

4.1 IT培训行业发展环境

4.1.1 互联网+助力IT培训市场扩张

4.1.2 IT职业教育培训市场潜力巨大

4.1.3 IT类大学生职业培训市场兴起

4.1.4 IT人才订单式培训节省成本

4.2 IT培训市场发展状况

4.2.1 市场发展现状

4.2.2 市场发展特点

4.2.3 市场格局分析

4.2.4 在线市场现状

4.3 IT培训运营模式探究

4.3.1 培训机构加盟模式

4.3.2 加盟模式遭遇限制

4.3.3 非加盟模式发展机遇

4.3.4 非加盟模式优势显现

4.4 中国IT培训发展的问题及对策

4.4.1 市场存在的问题

4.4.2 培训服务难以应付市场增长

4.4.3 市场要在发展中规范

4.4.4 培训机构应采取的对策

4.4.5 产业持续发展路径

4.4.6 移动互联时代下市场对策

4.5 中国IT培训的未来发展趋势

4.5.1 培训质量将更加全面

4.5.2 培训合作将得到巩固

4.5.3 认证项目将得到统一

4.5.4 培训要求更加迫切

4.5.5 培训教育模式将会突破

4.5.6 期待资本的融入

第五章 2014-2016年会计培训市场分析

5.1 会计培训市场需求分析

5.1.1 会计培训广受女性群体欢迎

5.1.2 会计人才需求状况

5.1.3 会计岗位的职业优势

5.2 会计培训市场总体发展情况

5.2.1 市场现状分析

5.2.2 行业进入4.0时代

5.2.3 “互联网+”市场的影响

5.2.4 市场发展潜力

5.3 会计电算化培训

5.3.1 会计电算化培训的重要意义

5.3.2 会计电算化培训常见问题

5.3.3 会计电算化培训发展策略

5.3.4 会计电算化培训发展的建议

5.4 中国会计培训创新模式分析

5.4.1 培训模式现状

5.4.2 培训模式创新的必要性

5.4.3 培训模式创新的建议

5.5 会计培训行业存在的问题及对策

5.5.1 市场存在的问题

5.5.2 培训质量问题

5.5.3 市场发展策略

5.5.4 质量提升途径

5.5.5 培训改革思路

第六章 2014-2016年企业培训市场解析

6.1 企业培训行业概述

6.1.1 企业培训的内涵

6.1.2 企业培训的意义

6.1.3 企业培训的方法

6.1.4 企业培训的核心主题

6.2 企业培训市场发展状况

6.2.1 在职培训机制探析

6.2.2 企业培训需求分析

6.2.3 企业培训市场现状

6.3 企业管理培训市场总体状况

6.3.1 行业发展历程

6.3.2 行业生命周期

6.3.3 行业监管情况

6.3.4 行业发展特征

6.3.5 市场发展规模

6.3.6 人才培养动态

6.3.7 市场竞争分析

6.4 企业E-Learning发展态势

6.4.1 行业发展特点

6.4.2 市场规模分析

6.4.3 行业用户规模

6.4.4 发展趋势分析

6.5 企业培训市场发展问题及对策建议

6.5.1 行业存在的问题

6.5.2 发展面临的挑战

6.5.3 行业发展策略分析

6.6 企业培训市场发展前景分析

6.6.1 市场前景展望

6.6.2 市场发展方向

6.6.3 市场发展趋势

6.6.4 高端市场趋势

第七章 2014-2016年其他行业培训市场分析

7.1 公务员考试培训

7.1.1 市场发展原因

7.1.2 市场规模现状

7.1.3 经营模式分析

7.1.4 成就与不足

7.2 机动车驾驶培训

7.2.1 行业发展历程

7.2.2 行业政策动态

7.2.3 行业发展现状

7.2.4 市场需求分析

7.2.5 影响因素分析

7.3 艺术教育培训

7.3.1 新政策的影响

7.3.2 行业发展规模

7.3.3 发展面临挑战

7.3.4 健康发展对策

7.3.5 市场发展趋势

7.4 旅游教育培训

7.4.1 基本类型分析

7.4.2 行业基本情况

7.4.3 从业人员培训情况

7.4.4 行业发展方向

7.5 体育培训

7.5.1 行业发展概况

7.5.2 主要项目分析

7.5.3 行业影响因素

7.5.4 企业发展动态

7.6 其他新兴培训

7.6.1 新型职业农民培训

7.6.2 跨境电商培训

7.6.3 创业者培训

7.6.4 冷链物流培训

第八章 2014-2016年重点区域培训市场运行状况分析

8.1 山东省

8.1.1 教育培训业发展状况

8.1.2 教育培训业发展不足之处

8.1.3 教育培训业发展目标

8.1.4 推进行业转型升级方案

8.1.5 成立艺术培训行业协会

8.2 河南省

8.2.1 河南省教育培训业发展状况

8.2.2 郑州市教育培训业发展概况

8.2.3 河南省教育培训业发展前景

8.3 福建省

8.3.1 成立培训师协会

8.3.2 确立互联网培训机构

8.3.3 农民职业教育培训建议

8.3.4 教育培训行业发展建议

8.4 北京市

8.4.1 教育培训市场潜力

8.4.2 少儿英语培训市场格局

8.4.3 中小学教学改革对英语培训业影响

8.4.4 中高考改革对培训业的影响

8.4.5 北京培训市场“后奥数时代”

8.5 上海市

8.5.1 教育培训行业市场概述

8.5.2 教育培训市场不断细分

8.5.3 规范民办培训机构发展

8.5.4 自贸区建设利好培训业发展

8.6 深圳市

8.6.1 培训市场发展概况

8.6.2 外语培训市场特征

8.6.3 国际品牌进军深圳市场

8.6.4 小语种培训市场潜力巨大

8.6.5 深圳职业培训行业发展方向

8.7 重庆市

8.7.1 打造教育培训产业格局

8.7.2 成立教育培训行业协会

8.7.3 加强考试培训机构监管

8.8 成都市

8.8.1 建立网上就业培训平台

8.8.2 上线驾驶培训公众服务平台

8.8.3 文创人才岗位培训新范式

8.8.4 就业培训制度改革动向

8.9 其他省市

8.9.1 广东省

8.9.2 湖北省

8.9.3 长沙市

8.9.4 长春市

8.9.5 常州市

第九章 中国培训机构品牌定位分析

9.1 培训机构品牌定位综述

9.1.1 品牌内涵分析

9.1.2 品牌指标体系

9.1.3 品牌定位介绍

9.1.4 品牌定位现状

9.2 培训机构品牌定位的问题

9.2.1 品牌核心价值缺失

9.2.2 品牌差异化优势不突出

9.2.3 品牌定位传播忽视员工的参与

9.2.4 品牌定位缺乏创新

9.2.5 品牌定位的影响因素

9.3 培训机构品牌定位的思路

9.3.1 确立品牌核心价值

9.3.2 品牌定位内化

9.3.3 品牌定位外化

9.4 培训机构品牌定位原则

9.4.1 有效整合利用现有资源条件

9.4.2 与顾客产生共鸣

9.4.3 形成竞争差异

9.5 培训机构品牌定位实现路径及维护

9.5.1 品牌定位系统模型构建

9.5.2 品牌定位的实现路径

9.5.3 品牌定位的维护

第十章 中国培训行业客户关系营销分析

10.1 中国教育产品性质及营销特点分析

10.1.1 产品具有服务性

10.1.2 产品效果具有不确定性

10.1.3 产品效果具有非即时性

10.1.4 产品购买者与使用者不一致

10.1.5 产品具有阶段性

10.1.6 客户满意与教育结果不一定相关

10.1.7 产品同质化严重

10.2 中国大环境下培训行业客户关系营销的优越性

10.2.1 大环境对行业的影响

10.2.2 口碑效应和趋众心理

10.2.3 客户关系营销符合行业特质

10.3 中国教育培训行业客户关系营销存在的问题

10.3.1 专业化程度低

10.3.2 定位不清晰

10.3.3 营销理念的认知存在问题

10.3.4 行业客户关系管理存在问题

10.3.5 现存问题对企业营销的影响

10.4 中国教育培训行业客户关系营销策略分析

10.4.1 树立客户关系营销的企业理念

10.4.2 建立企业客户信息数据库

10.4.3 企业客户价值评价和客户细分

10.4.4 管理企业客户关系

10.4.5 建立稳定客户关系的策略

10.4.6 危机管理和问题反馈机制

第十一章 2014-2016年培训业重点企业运营状况分析

11.1 新东方教育科技集团

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 财年企业经营状况

11.1.3 财年企业经营状况

11.1.4 2016财年企业经营状况

11.1.5 企业战略选择

11.1.6 企业管理模式

11.1.7 企业发展新动态

11.2 好未来教育科技有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 财年企业经营状况

11.2.3 财年企业经营状况

11.2.4 财年企业经营状况

11.2.5 企业发展动态

11.3 学大教育集团

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 企业经营现状

11.3.3 企业发展战略

11.3.4 企业发展动态

11.4 EF英孚教育集团

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 企业核心竞争力

11.4.3 在线客户服务系统

11.4.4 英孚探索在线教育

11.5 韦博国际英语

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 韦博培训特色

11.5.3 在线教育转型

11.5.4 推出在线口语课程

11.6 北大青鸟IT教育

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 企业O2O发展模式

11.6.3 IT职业教育战略

11.6.4 企业发展路径探索

11.7 新华教育集团

11.7.1 企业发展概况

11.7.2 布局在线教育

11.7.3 人才合作培养

11.7.4 IT培训策略

11.8 弘成教育集团

11.8.1 企业发展概况

11.8.2 企业发展动态

第十二章 中国培训行业投资分析

12.1 教育培训行业投资现状

12.1.1 行业资本市场表现

12.1.2 代表性企业投资动态

12.1.3 资本大举进入培训机构

12.2 教育培训行业投资潜力及风险规避

12.2.1 资本青睐教育培训业

12.2.2 教育培训业投资潜力

12.2.3 教育培训行业的投资风险

12.2.4 培训业投资需注意的问题

12.3 培训行业重点领域投资机会

12.3.1 小语种培训行业投资可行性分析

12.3.2 小语种培训市场投资预期回报较高

12.3.3 少儿艺术培训市场投资方向

12.3.4 培训行业热点投资领域预测

12.4 在线教育培训投资机会分析

12.4.1 行业投融资现状

12.4.2 典型投融资案例

12.4.3 行业投资特点

12.4.4 行业投资评价

12.4.5 项目投资建议

12.4.6 行业投资趋势

第十三章 中国培训行业趋势及前景预测

13.1 培训行业发展趋势

13.1.1 培训业整体发展趋势

13.1.2 企业培训业发展方向

13.1.3 培训模式的未来革新方向

13.2 培训行业前景展望

13.2.1 教育培训市场发展潜力大

13.2.2 企业职业规划培训市场广阔

13.2.3 国内培训机构资本市场前景

13.2.4 会展业培训市场前景乐观

13.3 中国报告网对2016-2022年中国培训行业预测分析

13.3.1 行业发展因素分析

13.3.2 职业技术培训机构数量预测

13.3.3 在线教育市场规模预测

附录

附录一：中华人民共和国职业教育法

附录二：认证培训机构管理办法

附录三：全国会计领军（后备）人才培养十年规划

附录四：国家中长期人才发展规划纲要（2010-2022年）

附录五：全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016-2022年）

图表目录

图表1 2011-2015年国内在线教育市场规模

图表2 培训机构省份/地区分布图

图表3 2014年全国机构学费收入总额

图表4 培训机构总数量分布

图表5 培训机构营业总额分布

图表6 大中小型机构营业额数量占比

图表7 2013-2014年学费收入比重图

图表8 2008-2017年中国在线语言教育细分领域市场规模

图表9 中国在线语言学校用户收入分析情况

图表10 中国在线语言学校用户支出费用接受范围

图表11 2015年中国在线语言学习语种分布情况

图表12 中国在线语言学习终端选择

图表13 在线语言工具及平台

图表14 语言培训拓展渠道

图表15 各类英语学习培训目的占比

图表16 英语培训者消费者看重的因素占比

图表17 家长认为子女学习英语的最重要目的

图表18 对子女在学校中的英语学习不满意时家长准备采取的措施

图表19 家长对孩子的英语培训状况不满意时采用何种方法改善孩子的学习

图表20 国内各种培训机构在英语教育培训市场上所占份额

图表21 影响中小學生选择英语培训机构的因素调查

图表22 中国小学生英语培训消费金额情况

图表23 中国初中生英语培训消费金额情况

图表24 中国高中生英语培训消费金额情况

图表25 中国中小學生选择英语培训机构对师资力量的选择分布

图表26 中国中小學生选择英语培训机构对内容的选择分布

图表27 中国小学生选择英语培训机构的消费半径

图表28 中国初中學生选择英语培训机构的消费半径

图表29 中国高中生选择英语培训的消费半径

图表30 中国小学生英语培训消费模式

图表31 中国初中生學生英语培训消费模式

图表32 中国初中生學生英语培训消费模式

图表33 中国中小學生选择英语培训机构对学习环境的選擇分布

图表34 中国IT培训行业市场规模

图表35 2011-2014年中国会计资格考试报名人数

图表36 2014年我国会计报考人员分省市分布

图表37 2014年我国会计资格考试报名结构

图表38 2014年我国会计资格报考考生性别结构

图表39 2014年会计报考人员本科以上学历占比

图表40 2014年会计报考人员财经类专业考生占比

图表41 2010-2014年中国会计培训市场规模

图表42 中国企业管理培训市场规模及增长率

图表43 2013-2018年企业E-Learning市场规模

图表44 2013-2018年企业E-Learning用户规模

图表45 2010-2015年公务员考试数据汇总

图表46 2011-2015年机动车驾驶人数量情况

图表47 中国艺术培训行业规模情况

图表48 中国艺术培训行业各培训项目市场规模分布状况

图表49 中国艺术培训行业重点城市分布状况

图表50 培训机构品牌指标体系构成

图表51 培训机构品牌定位系统模型构建

图表52 教育培训企业客户价值评价表

图表53 客户价值矩阵

图表54 企业客户关系类型

图表55 对应不同客户群体构建的客户关系

图表56 2012-财年新东方综合收益表

图表57 2012-财年新东方分部资料

图表58 2013-财年新东方综合收益表

图表59 2013-财年新东方分部资料

图表60 2015-2016财年新东方综合收益表

图表61 2015-2016财年新东方分部资料

图表62 2011-财年好未来综合收益表

图表63 2012-财年好未来综合收益表

图表64 2013-财年好未来综合收益表

图表65 2015年度在线教育投融概况

图表66 2015年度在线教育投融公司创立年份概况

图表67 2015年度在线教育投融公司地域分布

图表68 2015年度在线教育细分领域投融概况

图表69 沪江网融资状况

图表70 VIPABC融资状况

图表71 轻轻家教融资状况

图表72 跟谁学融资状况

图表73 请他教融资状况

图表74 中国报告网对2016-2022年全国职业技术培训机构数量预测

图表75 中国报告网对2016-2022年中国在线教育市场规模预测

图片详见报告正文`````` (GY LWT)

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/244406244406.html>