

2021年中国托育服务市场分析报告- 行业现状调查与投资定位研究

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年中国托育服务市场分析报告-行业现状调查与投资定位研究》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/qitafuwu/545798545798.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

为家长提供代为收托养育宝宝的服务,经有关部门登记、卫生健康部门备案,为3岁以下婴幼儿提供全日托、半日托、计时托、临时托等托育服务的机构。

托育服务行业上游内容提供商、母婴社区平台商、企业管理系统技术提供商等,中游早教中心、托育中心等服务型机构,下游为家长与婴幼儿消费者
托育服务行业产业链 资料来源:观研天下整理

早教行业作为朝阳产业,蕴藏着巨大的发展潜力。目前,80后、90后进入育龄阶段,他们对早期教育的关注和认可,在巨大的学龄前人口基数以及现代化家庭对早教开放的态度共同催生下,形成了早教市场庞大的消费群体。根据数据显示,2018年我国托育市场规模为1057亿元,2019年为1728亿元,同比增长63.48%。

2015-2019年我国托育教育行业市场规模及增速 数据来源:观研天下整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力是指供应商讨价还价的行为和程度,他们可能通过提价或降低所购产品或服务,以此向某个产业中的企业施加压力。托育作为一个新兴行业,属于蓝海市场,不少早教中心纷纷开起托育班,类型有全日托、半日托、临时托和计时托四种,其服务内容不是注重照护缺失教育课程,就是教育内容过重、方向走偏,东拼西凑,缺乏整体的框架。由于是一个新兴产业,托育服务的供应商议价能力相对较高

二、购买者的议价能力

托育服务机构的购买者主要是家长与婴幼儿消费者,2015年,全面放开二孩后,我国人口出生率有明显上升。综合2016-2020年的新生儿人口数据,婴幼儿数量超过5000万。此外,80、90后成为生育主力,受教育程度较高且大多为双薪家庭,在注重自身职业发展的同时,也关注婴幼儿照料的问题,寻求高质量、专业科学的婴幼儿照护产品和服务。

根据数据显示,2018年全年出生人口1523万人,人口出生率为10.94‰,当时已为1952年该数据存在以来最低。2019年全年出生人口1465万人,人口出生率为10.48‰,再创新低。2020年全年出生人口1200万人,人口出生率降至8.50%。

2015-2020年我国新生儿人口及人口出生率 数据来源:观研天下整理

三、新进入者的威胁

自2017年十九大上,“幼有所托、幼有所育”的理念被提出至今,每一年国家和地方政府都会出台多项关于幼儿托育的相关利好政策,不少人看到商机,托育行业开始火爆起来。根据数据显示,截止2020年9月底,我国共有在业、存续的托育相关企业1.7万家。

2015-2020年1-9月我国托育相关企业注册量 数据来源:观研天下整理

从地区分布来看,根据数据显示,托育相关企业在南方的分布普遍高于北方。江苏省以2417家企业排名第一,占比全国总量的14%,浙江、广东、陕西、山东分列二至五名。此外,北京共有800余家企业,上海则有近500家企业。

2020年1-9月我国托育相关企业地域分布情况 数据来源：观研天下整理

政策带来的利好，对于市场是一个十分积极的信号，各地方机构纷纷入局托育市场，资本大量涌入。根据数据显示，2019年1-11月，儿童托管赛道融资金额达到4.9亿元，融资案例数量达到10起，为近五年来最高。在托育与早教行业内，2019年被看作是托育服务发展起步的“元年”。

2014-2019年1-11月我国托管市场投融资情况 数据来源：观研天下整理

四、替代品的威胁

生孩子怕丢工作，养孩子压力大，怕孩子输在起跑线上，这是普遍困扰当代年轻人的“生育焦虑”，尤其对于女性而言，养育孩子影响更大。2019年，“托育”这一概念逐渐出现人们的视野中。托育，顾名思义，将孩子托付别人，代为养育照顾。其服务内容包括0-3岁婴幼儿的照料、看护、膳食、保育等。托育作为一个新兴行业，属于蓝海市场，暂时还没有替代品的威胁。

五、同业竞争者的竞争程度

保姆式的纯托管已无法满足新一代家长的育儿需求。目前，市面上大多机构采取早教与托育两类服务并行的战略，包括红黄蓝亲子园、MoreCare茂楷、纽诺教育、圣顿教育等。“早托”并行将会成为未来的主流发展趋势。（TJL）

我国托育服务相关机构基本情况

品牌名称

教育理念

公司规模

贝比玛玛

中西结合的环境教学理念，包括123种课程表现形式、523种欧美儿童音乐、672种定制教具组合、1400多节课程，让孩子身临其境中体验式成长，变科学为爱的教育。

贝比玛玛十年磨一剑，将早教、托育、一体化运营，个性化定制，满足不同家庭的需求；早教增加招生，托育满足刚需。开创MOST运营服务体系，总部+线上+下店三位一体培训机制，提供选址、市调、设计、督导等服务，通过专人对接，团队下店营销支持，落地模式为盟商保驾护航

瑞德国际

为3-18岁青少年培养创新思维能力、跨学科综合解决问题能力、科学探究与实践能力、沟通与协作能力、专注力与坚毅品格等

瑞德国际教育成立于2013年总部位于美国南加州，专业从事国际教育交流与合作、国际青少年素质教育课程研发与实施、国际营地建设与管理、国际赛事组织与执行

。围绕“国际课程、国际营地、国际赛事”三大版块，长期致力于提供高品质的教育产品和服务

真爱幼幼

真爱幼幼全日制早教首创“国际托管+早期教育”双向合一模式，将中国60、70年代的“托儿所”单一的婴幼儿看护服务，升级为“国际化早期教育课程+科学规范化日间托管+中英文双母语语言+全天实时手机直播+美国

真爱幼幼全日制早教机构创立于2008年，历经十年发展，现已在广州、深圳、杭州、西安、成都、天津、合肥、保定、青海、哈尔滨、乌鲁木齐、内蒙古等城市开设300余家全日制早教连锁中心，在全国拥有15万以上0~3岁家长会员，是目前中国最大的0-3岁全日制早教连锁机构。

Mhome麦宝乐园

该机构优势在于其建设在社区内，能够为社区内0-3岁孩子的家庭和父母提供托管以及特殊需求的服务。

麦宝乐园创立于2016年，隶属上海麦忒教育科技有限公司，创始人张萌雨凭借3页商业计划书拿到了1600万美金的天使轮融资。麦宝乐园主要是针对中国市场的现状，为中国0-3岁儿童量身打造的托育机构。截止目前，麦宝乐园在全国开设6家中心。

MOMYHOME

课程包含健康体能、语言交流、艺术创造、社会情感等领域。

MOMYHOME是运动宝贝教育集团旗下全资子公司，经三年潜心筹备研发后于2017年成立，注册资本100万。MOMYHOME致力于为0-4岁婴幼儿及家庭提供专业教养服务，但由于成立时间较短，各方面还不是很完善，比如教学环境略显单一，课程细化不够，不能为每个年龄段的宝宝带来具有针对性的课程和训练。截止目前，MOMYHOME在全国共有22家门店。

TOLOBEAR多乐小熊

课程安排设置为“2+N”模式，日托和早教的区分不是很明确，在师资力量上，缺乏优秀的教育专家带队，专业性上有所欠缺。

多乐小熊2016年在北京成立，是由新东方教育集团投资的社区日托早教连锁品牌。2016年12月13日，获得松原资本300万天使轮投资，2018年4月26日，获得新东方1000万A轮投资，2019年8月29日，获得中科致和、新东方战略融资。多乐小熊发展至今，全国共开设门店61家，初具日托机构规模。

NYC纽乐堡

打造新型社区早教+托育的模式所创立。纽乐堡的教育体系以5C为标准，将目前国际上主流的教育理论，自主融合而成。

NYCBABYBOND纽乐堡属于NYC纽约国际集团旗下的早教托育品牌，创立于2016年，注册资本50万，是NYC集团为打造新型社区早教+托育的模式所创立。截止目前，专做托育的纽乐堡，在全国的中心店为3家。

优儿学堂YoKID

YoKID优儿学堂由幸福创客科技（北京）有限公司运营，是国内领先的托儿幼教机构。创始

人苏德中为英国剑桥大学心理学博士，为过百位明星家庭提供育儿成长咨询及幼教服务。优儿学堂是高端幼儿托育机构，致力于为中国0-6岁宝宝家庭提供专业、安全、系统的高品质保育日托和早期教育。YoKID在世界各地多个城市开展高端托儿幼教中心，同时为大型企业提供线上线下服务。公司荣获“腾讯2017年度知名儿童教育品牌”、“新浪2017年度中国品牌影响力儿童教育机构”、“中国网2017年度家长信赖儿童教育品牌”，是国内唯一获奖的托管品牌。

MoreCare茂楷

MoreCare茂楷婴童学苑不仅解决家庭在孩子成长早期阶段的看护、养育、教育等方面的需求，还能支持孩子在身心、体能、认知、社交、生活技能等领域全面发展。

MoreCare茂楷婴童学苑，集0-3岁婴童养教为一体的全日制托育机构，能为中国家庭提供全日托、科学养育、基于兴趣的通识教育、父母工作坊、家庭教育咨询等服务。在北京、上海、广州、深圳、济南、武汉、西安等国内一线、二线城市和部分大型企业园区开设托育中心，早8点至晚6点的超长营业时间，为宝宝提供专业的养育和教育。

凯歌贝贝

凯歌贝贝提出以脑神经医学理念为教育基础的亲子机构。其课程体系强调“先天性反射”在婴幼儿脑神经发育期间所起到的重要作用，课程的特点是“在合适的时候给予孩子合适的刺激”。

凯歌贝贝早教中心属于凯歌优贝（北京）教育科技有限公司，是引自国际化早教体系，集托儿所、亲子早教于一体的适合中国宝宝的早期教育机构。凯歌贝贝遵循儿童脑发展及段龄成长规律，从宝宝出生起，八大进阶式课程，在发展儿童多学科、多领域的综合认知、技能的同时，全面培养儿童的问题解决能力，成为独立思考全能型卓越人才资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国托育服务市场分析报告-行业现状调查与投资定位研究》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年中国托育服务行业发展概述

第一节 托育服务行业发展情况概述

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

第二节 中国托育服务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、托育服务行业产业链条分析
- 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、中国托育服务行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国托育服务行业生命周期分析

- 一、托育服务行业生命周期理论概述
- 二、托育服务行业所属的生命周期分析

第四节 托育服务行业经济指标分析

- 一、托育服务行业的赢利性分析
- 二、托育服务行业的经济周期分析
- 三、托育服务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国托育服务行业进入壁垒分析

- 一、托育服务行业资金壁垒分析
- 二、托育服务行业技术壁垒分析
- 三、托育服务行业人才壁垒分析
- 四、托育服务行业品牌壁垒分析
- 五、托育服务行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球托育服务行业市场发展现状分析

第一节 全球托育服务行业发展历程回顾

第二节 全球托育服务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲托育服务行业地区市场分析

- 一、亚洲托育服务行业市场现状分析
- 二、亚洲托育服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲托育服务行业市场前景分析

第四节 北美托育服务行业地区市场分析

- 一、北美托育服务行业市场现状分析
- 二、北美托育服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美托育服务行业市场前景分析

第五节 欧洲托育服务行业地区市场分析

- 一、欧洲托育服务行业市场现状分析
- 二、欧洲托育服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲托育服务行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界托育服务行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球托育服务行业市场规模预测

第三章 中国托育服务产业发展环境分析

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、全社会消费品托育服务总额
- 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 中国托育服务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国托育服务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 中国托育服务行业运行情况

第一节 中国托育服务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 中国托育服务行业市场规模分析

第三节 中国托育服务行业供应情况分析

第四节 中国托育服务行业需求情况分析

第五节 我国托育服务行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国托育服务行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国托育服务行业供需平衡分析

第八节 中国托育服务行业发展趋势分析

第五章 中国托育服务所属行业运行数据监测

第一节 中国托育服务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 中国托育服务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 中国托育服务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年中国托育服务市场格局分析

第一节 中国托育服务行业竞争现状分析

一、中国托育服务行业竞争情况分析

二、中国托育服务行业主要品牌分析

第二节 中国托育服务行业集中度分析

一、中国托育服务行业市场集中度影响因素分析

二、中国托育服务行业市场集中度分析

第三节 中国托育服务行业存在的问题

第四节 中国托育服务行业解决问题的策略分析

第五节 中国托育服务行业钻石模型分析

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年中国托育服务行业需求特点与动态分析

第一节 中国托育服务行业消费市场动态情况

第二节 中国托育服务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 托育服务行业成本结构分析

第四节 托育服务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 中国托育服务行业价格现状分析

第六节 中国托育服务行业平均价格走势预测

一、中国托育服务行业价格影响因素

二、中国托育服务行业平均价格走势预测

三、中国托育服务行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国托育服务行业区域市场现状分析

第一节 中国托育服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区托育服务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区托育服务市场规模分析

四、华东地区托育服务市场规模预测

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、华中地区托育服务市场规模分析

四、华中地区托育服务市场规模预测

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、华南地区托育服务市场规模分析

四、华南地区托育服务市场规模预测

第九章 2017-2021年中国托育服务行业竞争情况

第一节 中国托育服务行业竞争结构分析（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 中国托育服务行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国托育服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 托育服务行业企业分析（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年中国托育服务行业发展前景分析与预测

第一节 中国托育服务行业未来发展前景分析

一、托育服务行业国内投资环境分析

二、中国托育服务行业市场机会分析

三、中国托育服务行业投资增速预测

第二节 中国托育服务行业未来发展趋势预测

第三节 中国托育服务行业市场发展预测

一、中国托育服务行业市场规模预测

二、中国托育服务行业市场规模增速预测

三、中国托育服务行业产值规模预测

四、中国托育服务行业产值增速预测

五、中国托育服务行业供需情况预测

第四节 中国托育服务行业盈利走势预测

一、中国托育服务行业毛利润同比增速预测

二、中国托育服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国托育服务行业投资风险与营销分析

第一节 托育服务行业投资风险分析

一、托育服务行业政策风险分析

二、托育服务行业技术风险分析

三、托育服务行业竞争风险分析

四、托育服务行业其他风险分析

第二节 托育服务行业应对策略

- 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年中国托育服务行业发展战略及规划建议

第一节 中国托育服务行业品牌战略分析

- 一、托育服务企业品牌的重要性
- 二、托育服务企业实施品牌战略的意义
- 三、托育服务企业品牌的现状分析
- 四、托育服务企业的品牌战略
- 五、托育服务品牌战略管理的策略

第二节 中国托育服务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 中国托育服务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年中国托育服务行业发展策略及投资建议

第一节 中国托育服务行业产品策略分析

- 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 中国托育服务行业营销渠道策略

- 一、托育服务行业渠道选择策略
- 二、托育服务行业营销策略

第三节 中国托育服务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国托育服务行业重点投资区域分析
- 二、中国托育服务行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/545798545798.html>