

2010-2014年中国早期教育行业运行走势及投资前景预测分析报告

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《2010-2014年中国早期教育行业运行走势及投资前景预测分析报告》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/qitanengyuan/8899888998.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

【报告前言】

从全球范围看，早期教育经济发展迅速，有关机构预计今后10年内，婴幼儿早期教育的经济收入将以7%-8%的速度增长，2010年全球婴幼儿教育市场的营业额将达到2800亿-6200亿美元。目前婴幼儿早教机构呈现明显的地域不平衡性，美、欧、日等发达国家地区集中了全部85%左右的消费量，而发展中国家虽然人口数量众多，接受婴幼儿早教服务的消费不论在时间还是档次还处于一个较低的水平。

现代0-3岁的早期教育起源于欧美，从60年代至今发展很快。2001年9月召开的联合国大会儿童特别会议围绕儿童早期教育问题进行讨论，强调每个儿童都应该有一个尽可能好的人生开端，联合国儿童基金会执行主任卡罗尔·贝拉米说：“0-3岁是孩子成长的关键时期，任何负责的政府都应该把早期儿童教育放在最优先考虑的位置，并在法律、政策、项目和资源配置等方面给予重视。”随着中国日益与国际接轨，中国政府和公众也越来越重视早期教育了。国务院《中国儿童发展纲要》（2001-2010年）指出，教育必须从儿童早期着手培养。教育部发布的《幼儿园教育指导纲要》明确提出，幼儿园教育要与0-3岁婴幼儿教育相互衔接。《北京市学前教育条例》率先以立法的形式把婴幼儿教育法定年龄提前到“0岁”。根据中国人口统计的数字表明：中国0-3岁的婴幼儿家庭总数超过2500万，中国目前的平均人口出生率约为7%，这意味着每小时将诞生至少2000名婴儿，每年的新生婴儿数量达到2000万，0-3岁的婴幼儿总量达到7000万。随着人们对早教重要性认识的日益加强，高学历的年轻父母们在子女教育上的投入越来越大。调查表明，有56.5%的家长把孩子教育投资列在首位。很多家长不惜一掷千金，为得是让孩子抢得学习能力与智力开发的先机。

目前，中国早教公司地多以咨询公司，教育集团为名注册，业务主要包括私立幼儿园、亲子园、幼儿智能培训等早期教育机构，成为了众多风投和连锁公司的目标。早教概念真正进入中国不过5、6年的时间，大多的企业的运营模式还不够成熟，政府介入的可行性不大，且各方面的监管漏洞相当多。而我国的九年制义务教育体系现在已相对成熟，进一步义务化学前教育的可能性不大，但可以预见未来政府各部门都将加强对早教市场的监管，其过程将是缓慢进行的。因此在未来十年内，相信随着市场大潮一波又一波的涌向各个企业，一些不合格的企业便会被无情的浪潮卷走。到时候，一个相对健康的，规范化的市场便会呈现在我们面前，再加上政府这只“有形的手”的越来越有力干预，我国的学前教育和早教也会走上一个相对成熟的道路，甚至成为体系。

随着家庭收入的不断提高，社会就业压力的不断增大，人才竞争愈演愈烈，做父母的早教意识不断增强，都想为孩子将来的发展奠定基础，父母便把对孩子教育的年龄提前，这也正是近年来早教市场逐步升温的内在动因。随着政府监管不断加强，行业门槛不断增高，早教企业的营利范围将从教学企业走向广大家庭，将产业链延伸到与母婴有关的家长培训、网络服务、信息服务、出版物、产业培训等服务范围方面。就目前投资而言，亲子园等早教项目

比私立幼儿园更适合资本介入。公立幼儿园的扩张、师资品牌的优势和教育公益性等都要占优，私立幼儿园如果以投资回报为办学首要考虑因素则要承受较多舆论压力，而且上市的可能性极小。而亲子园等早教机构以短期培训为主，盈利模式清晰、舆论风险很小，无论直营还是加盟都比较容易复制推广做到规模化。不过直营体系的企业更容易管理和控制风险，因此直营店和加盟店所占比重对投资机构的选择有一定影响。

目前有不少婴幼儿早教机构抓住市场机遇已经脱颖而出。早教行业对服务及环境质量的高要求决定了这必是个高投入慢产出的项目，要想在监管加强，教育服务盈利空间逐渐收窄的情况下提高投资回报率，投资策略侧重于以下方面：一是保证提高师资、课程、周边和环境的质量，打造信赖度高的品牌。二是以各种培训教育建立品牌效应的同时不断延伸产业链并逐步转移业务中心，寻求更多更高的获利空间。

【报告目录】

| | |
|---------------------------------|----|
| 第一章 2009-2010年全球早期教育行业运行状况分析 | 12 |
| 第一节 2009-2010年全球早期教育运行环境分析 | 12 |
| 第二节 2009-2010年全球早期教育行业运行综述 | 12 |
| 一、成为教育培训产业一支新的力量 | 12 |
| 二、发达国家早期教育模式探析 | 12 |
| 三、全球早期教育逐渐向发展中国家转移 | 13 |
| 四、早期教育行业生命周期分析 | 13 |
| 五、早期教育行业经济体依赖性分析 | 14 |
| 第三节 2009-2010年全球主要国家早期教育行业状况分析 | 14 |
| 一、美国 | 14 |
| 二、新西兰 | 15 |
| 三、日本 | 15 |
| 第四节 2010-2014年世界早期教育新趋势探析 | 16 |
| 第二章 2009-2010年国际早期教育行业主体企业竞争力分析 | 19 |
| 第一节 蒙特梭利集团 | 19 |
| 一、企业基本概述 | 19 |
| 二、企业运行动态分析 | 19 |
| 三、企业国际化战略分析 | 19 |
| 第二节 美国金宝贝 | 20 |
| 一、企业基本概述 | 20 |
| 二、企业运行动态分析 | 20 |
| 三、企业国际化战略分析 | 20 |
| 第三节 美国超级童年科教集团 | 21 |
| 一、企业基本概述 | 21 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 二、企业运行动态分析 | 21 |
| 三、企业国际化战略分析 | 22 |
| 第四节 美国跳蛙 | 22 |
| 一、企业基本概述 | 22 |
| 二、企业运行动态分析 | 23 |
| 三、企业国际化战略分析 | 23 |
| 第三章 2009-2010年中国早期教育行业发展环境分析 | 24 |
| 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 | 24 |
| 一、中国GDP分析 | 24 |
| 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析 | 26 |
| 三、全社会固定资产投资分析 | 28 |
| 四、进出口总额及增长率分析 | 32 |
| 五、社会消费品零售总额 | 36 |
| 第二节 2009-2010年中国早期教育发展的制度环境分析 | 37 |
| 一、中国教育法律法规体系简介 | 37 |
| 二、中国教育投入及教育状况 | 39 |
| 三、中国早期教育发展的制度约束及相关突破 | 41 |
| 第三节 2009-2010年中国早期教育行业社会环境分析 | 42 |
| 一、居民消费水平和城镇化率 | 42 |
| 二、消费观念的变化 | 45 |
| 第四章 2009-2010年中国早期教育行业市场发展现状分析 | 46 |
| 第一节 2009-2010年中国早期教育行业动态分析 | 46 |
| 一、儿童身体发育居早期教育十大热点之首 | 46 |
| 二、县人口早期教育暨独生子女培养辅导中心授牌 | 46 |
| 三、“早期教育指导师”将持证上岗 | 47 |
| 四、儿童早期教育教学方式创新成关注热点 | 47 |
| 第二节 2009-2010年中国早期教育现状特点分析 | 48 |
| 一、中国早期教育行业发展阶段 | 48 |
| 二、中国早期教育行业竞争类型 | 48 |
| 三、早期教育运行模式探析 | 49 |
| 四、早期教育论坛分析 | 52 |
| 第三节 2009-2010年中国早期教育产业发展存在问题分析 | 53 |
| 第五章 2009-2010年中国早期教育产业市场运行态势分析 | 54 |
| 第一节 2009-2010年中国早期教育行业市场运行分析 | 54 |
| 一、市场规模每年增长8% | 54 |

- 二、强劲生命力的行业已经形成 54
- 三、中国一线城市占主要市场 55
- 四、全国供需状况不平衡 55
- 第二节 2009-2010年中国早期教育区域市场运行分析 55
 - 一、太谷成立我省首家早期教育暨独生子女培养示范基地 55
 - 二、江东区率先推行0-3岁早期教育规范化 56
 - 三、天津市和平社区早期教育成发展中国家典范 56
 - 四、鄂尔多斯市最大的婴幼儿早期教育机构正式成立 56
- 第六章 2009-2010年中国早期教育市场消费者需求特征调查分析 58
 - 第一节 2009-2010年中国早期教育市场消费者需求变量分析 58
 - 一、人口统计变量分析 58
 - 二、地理变量分析 58
 - 三、心理变量分析 58
 - 四、行为变量分析 58
 - 第二节 2009-2010年中国早期教育市场消费者需求特征分析 59
 - 一、消费产品偏好 59
 - 二、消费品牌偏好 60
 - 三、消费渠道偏好 61
 - 四、消费环境偏好 62
 - 五、消费影响因素 62
 - 第三节 2010-2014年中国早期教育市场消费者需求趋势分析 63
- 第七章 2009-2010年中国早期教育培训细分行业领域运行剖析 65
 - 第一节 亲子教育 65
 - 一、亲子教育相关概述 65
 - 二、亲子教育市场亟待规范 65
 - 三、国外亲子教育头牌机构进军深圳 65
 - 第二节 早期阅读教育 66
 - 一、国际早期阅读教育的走向 66
 - 二、幼儿早期阅读教育的重要性 67
 - 三、早期阅读教育改革趋向前瞻 71
 - 四、早期阅读教育推广用书“阅读树”丛书出版 74
 - 五、早期阅读教育存在的问题及有效对策思考 75
 - 第三节 心理教育 81
 - 一、心理早期教育训练基本原则 81
 - 二、幼儿心理发展与早期教育 83

| | |
|---------------------------------|-----|
| 三、早期教育与心理发展对超常儿童的影响 | 83 |
| 第四节 潜能开发教育 | 84 |
| 一、脑潜能开发接受挑战 | 84 |
| 二、北京华夏七田推出0—6岁幼儿潜能开发教材 | 85 |
| 第八章 2009-2010年中国早期教育行业主体企业竞争力分析 | 86 |
| 第一节 华夏爱婴教育集团 | 86 |
| 一、企业整体概况 | 86 |
| 二、营业规模分析 | 87 |
| 三、业务范围分析 | 91 |
| 四、教学内容分析 | 91 |
| 五、师资力量分析 | 93 |
| 六、最新动态与未来发展战略分析 | 93 |
| 第二节 北京红黄蓝 | 93 |
| 一、企业整体概况 | 93 |
| 二、营业规模分析 | 94 |
| 三、业务范围分析 | 94 |
| 四、教学内容分析 | 94 |
| 五、师资力量分析 | 95 |
| 六、最新动态与未来发展战略分析 | 96 |
| 第三节 广州贝思 | 97 |
| 一、企业整体概况 | 97 |
| 二、营业规模分析 | 97 |
| 三、业务范围分析 | 97 |
| 四、教学内容分析 | 98 |
| 第四节 东方爱婴 | 98 |
| 一、企业整体概况 | 98 |
| 二、营业规模分析 | 99 |
| 三、业务范围分析 | 99 |
| 四、教学内容分析 | 99 |
| 五、师资力量分析 | 101 |
| 第五节 南方贝贝 | 101 |
| 一、企业整体概况 | 101 |
| 二、营业规模分析 | 101 |
| 三、业务范围分析 | 101 |
| 四、教学内容分析 | 101 |

五、师资力量分析 102

第六节 东方之星 103

一、企业整体概况 103

二、营业规模分析 103

三、业务范围分析 103

四、教学内容分析 104

第七节 北京金色摇篮 104

一、企业整体概况 104

二、营业规模分析 106

三、业务范围与教学内容分析 106

四、师资力量分析 107

第八节 北京汇佳教育机构 107

一、企业整体概况 108

二、营业规模分析 109

三、业务范围分析 110

四、师资力量分析 110

第九章 2010-2014年中国早期教育行业前景展望与趋势预测分析 111

第一节 2010-2014年中国早期教育市场规模发展趋势分析 111

一、市场机构增加，竞争加剧 111

二、加盟方式引领潮流 111

第二节 2010-2014年中国早期教育行业供求格局发展趋势分析 111

一、早期教育将逐渐普及 111

二、短期之内难以供需平衡 112

第三节 2010-2014年中国早期教育行业市场预测分析 112

第十章 2010-2014年中国早期教育行业市场投资建议 113

第一节 2009-2010年中国早期教育业投资概况 113

一、早期教育业投资特性分析 113

二、中国教育培训行业投资政策分析 113

第二节 2010-2014年中国早期教育业投资机会分析 113

一、宏观环境机会及风险分析 113

二、市场条件机会及风险分析 114

三、资金发展机会及风险分析 115

四、整合机会及风险分析 115

五、渠道机会及风险分析 115

第三节 2010-2014年中国早期教育业投资风险预警 115

- 一、宏观调控政策风险 116
- 二、市场竞争风险 116
- 三、市场运营机制风险 116
- 四、信任风险 116
- 第四节 2010-2014年中国早期教育市场战略建议 117
 - 一、市场策略建议 117
 - 二、培养模式建议 117
 - 三、发展战略建议 118

【图表目录】

- 图表 1 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 24
- 图表 2 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 24
- 图表 3 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 25
- 图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 26
- 图表 5 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 26
- 图表 6 中国城乡居民收入走势对比 27
- 图表 7 2003-2009年中国社会固定资产投资额增长 28
- 图表 8 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 29
- 图表 9 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 30
- 图表 10 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 31
- 图表 11 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 31
- 图表 12 2000-2009年中国货物进出口额统计表 32
- 图表 13 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 33
- 图表 14 1970-2009年中国货物进口形势图 33
- 图表 15 1970-2009年中国货物出口形势图 35
- 图表 16 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 35
- 图表 17 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 36
- 图表 18 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 36
- 图表 19 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 37
- 图表 20 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 40
- 图表 21 2003-2008年我国各类教育招生人数 40
- 图表 22 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 42
- 图表 23 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 43
- 图表 24 2001-2009年中国城镇化率走势图 44
- 图表 25 早期教育目的 58
- 图表 26 早教培训课程欢迎度比较图 59

图表 27 早教品牌市场结构图 61

图表 28 育儿知识信息渠道 61

图表 29 对早教培训市场的评价孩子年龄差异 62

图表 30 选择早教培训机构考虑因素 63

图表 31 华夏爱婴教育集团组织结构图 86

图表 32 华夏爱婴课程体系（1-3岁亲子课程） 91

图表 33 华夏爱婴课程体系（2-6岁亲子课程） 92

图表 34 红黄蓝立体课程体系 94

图表 35 红黄蓝加盟竞争优势 96

图表 36 东方爱婴课程体系 99

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/8899888998.html>