中国早教行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）

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《中国早教行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202203/584001.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

早教即“早期教育”，主要是指出生到小学以前阶段的教育，指个体发展早期所需要的教育。一般来说早教是在宝宝0-6岁大脑发育的关键期进行，是根据宝宝的的身心发展特点和大脑发育特点，给予宝宝科学、丰富、恰当的信息刺激和训练，从而开发孩子身心潜能，促进孩子全面发展的教育。

1、市场现状：市场规模增速放缓，新生儿数量下降

随着我国国民可支配收入的提高以及新时代父母育儿观念的加强，我国早教行业市场规模也得到快速发展。2016年到2020年我国早教行业市场规模逐年递增，预计2021年和2022年其市场规模将分别达到3276亿元和3500亿元。

资料来源：观研天下整理

从早教市场规模增速来看，2016年到2020年我国早教行业市场规模增速却是在逐步下降，2016年我国早教行业市场规模同比增速高达28.9%；2020年便下降至13.61%；预计2021年和2022年国内早教市场规模同比增速将下降至10%以下。

近年来，我国早教市场规模增速放缓，从其原因来看，除了受到近两年的疫情影响之外，出生率的下降，新生儿数量的减少也是其主要影响因素之一。根据国家统计局数据显示，2015年到2016年我国人口出生率还在上升，然而自2016年后，我国人口出生率便逐年下降。2016年我国人口出生率为13.57%，到2021年便下降至7.52%。

资料来源：国家统计局

人口数量方面，在2020年我国新生儿出生人口数量下降到1200万，较2019年下降了265万人。2021年1-7月份我国多地出生人口数量增长都是负数，预计2021年全国出生人口数量将下降至1000万以下。我国出生人数的下降直接影响到早教行业的市场容量缩小。

资料来源：观研天下整理

2、竞争格局：本土早教品牌深耕下沉市场

目前我国早教品牌机构从发展背景和模式上可大致分为三类：第一类是从国外原版引进课程内容，在服务和运营上进行一定的本土化，定位高端市场的国际早教品牌；第二类是基于国外先进的教育理念和方法，结合国内需求进行二次开发的中西合璧式品牌类型；第三类是基于国内主流教育理念或为了突出某方面特色，进行本土化自主研发的发展模式。其中第二类中西合璧式早教模式更受欢迎。

资料来源：观研天下整理

2022年我国早教行业品牌综合排行情况来看，中西合璧式品牌运动宝贝排名第一；其次便

是国际早教品牌美吉姆排第二；金宝贝排第三。

2022年我国早教品牌排行榜TOP10情况 排名 品牌名称 品牌简介 1 运动宝贝 针对0到6岁的宝宝引进国际先进的儿童早期教育理念。开发了包括三大特色。五大体系的十七种课程。打造同行业中最全面丰富的分龄课程体系。教学救具及硬件设施均系国际一流水准。高端品质，至今荣肤数十项行业荣誉。 2 美吉姆 美吉姆主打欢动、艺术、音乐三类课程.强调“非竞争性”的早期教育理念。客单价高昂、一二线市场强劲是美吉姆的显性优势。 3 金宝贝 金宝贝采用全套美国教学理念及教程，系统全面，主要课程为育乐，音乐、艺术，其中主打的课程为育乐课和音乐课。主要针对0到5岁儿童，课程分龄最长为6个月，最短为3个月。 4 红黄蓝 红黄蓝是本土早教机构中，创立时间较早的品牌。目前除各地开设亲子园提供早教服务外，还开设幼儿园。红黄蓝的早教课程名目比较多。主要为亲子课程、音乐课程、语言课程、思维课程。其中主要的课程都是与其他专业机构合作，由第三方提供教学体系及教程。 5 悦宝园 悦宝园品牌发源于美国知名早教品牌Romp n' Roll，由运动、音乐和艺术三板块构成。2009年，Romp n' Roll进入中国，命名为"悦宝园"，为国内0-8岁的幼儿提供早期教育服务。目前悦宝园中国地区有近400家早教中心。 6 小小运动馆 小小运动馆其总公司设在美国，是全球儿童运动技能和综合能力发展领城的领导者，目前在21个国家和地区拥有300多个教学中心。2010年，该公司正式进入中国，中国的总部设在上海。 7 万达宝贝王 公司成立于2014年03月，隶属万达集团。2018、2019、2020连续3次打破吉尼斯世界纪录：1800万在册会员，累计接待体验人次超过7亿，体验时间超过10亿小时。万达宝贝王于2018年5月3日启动了“奶爸带娃探世界”活动，同时成功挑战了最大的线上骑肩膀照片集吉尼斯称号。 8 新爱婴 新爱婴2003年成立于上海，最早将蒙台梭利教育引入到中国。其主要业务是为全国幼儿园提供特色课程培训、幼儿亲子游戏、早教的课程等。 9 蒙特梭利 经过香港中文大学、英国St_Andrers(圣安德鲁斯大学)等多所重点院校系统研究西方早教行业的发展，针对中国早教市场的现状，为中国0-6岁儿童量身打造的早教品牌机构。 10 东方爱婴 是一家专业从事0-6岁儿童成长教育的教育机构，是北京市东方爱婴咨询有限公司旗下早教品牌。东方爱婴提供早教产品研发和孕期培训，拥有自己的母婴研发中心，现已研发出适合中国0-3岁婴幼儿的6阶段、9大类、31门互动早教课程和针对0-36个月婴幼儿每月成长教育需要的抱抱熊家庭互动早教产品体系。

资料来源：观研天下整理

从各大早教品牌机构各级别城市网点数量分布情况来看，目前我国早教市场上得国际早教品牌是主打一二线城市，本土早教品牌机构则是深耕下沉市场。2021年金宝贝、美吉姆等国际早教品牌机构在一二线城市网点数量明显要多于三线及以下城市网点数量。其中金宝贝和美吉姆客单价较高、单店会员人数较多，营业收入较高，属于行业的龙头企业。

资料来源：公开资料整理

本土早教品牌机构如红黄蓝、东方爱婴、运动宝贝等品牌在三线及以下城市网点数量则明显

多于其在一二线城市网点数量。该类品牌机构主要是以较低的客单价服务广大具备托育需求的中小城市消费者群体。其中以红黄蓝门店数量最多。

资料来源：公开资料整理
当前我国我国早教行业市场容量有缩小之势，市场规模增长速度也大不如前，未来行业内各大企业之间的市场争夺将愈发激烈，行业集中度也将逐渐提高。在这一过程中，缺乏成熟早教理念、教学内容简陋、品牌影响力低、师资力量缺失的早教机构将处于不利的竞争地位。
3、发展前景：市场发展空间仍较大，行业前景广阔
总体来看，尽管近年来我国出生人口数量逐年下降，直接影响到我国早教市场容量的缩小，但是未来我国早教行业市场发展空间仍然较大，行业市场规模将继续稳步增长。这主要有以下两点原因：
（1）新出生人口规模基数较大，国内早教市场渗透率低
早教行业的一个特点在于，用户群体数量十分便于计算。尽管我国新生儿数量下降，但是新出生人口规模基数较大，因此早教市场这块“蛋糕”本身就比较大。再加上目前我国早教市场渗透率还不到日韩、欧美国家地区的三分之一，这就意味着我国早教行业仍然有着很大的发展空间。

资料来源：公开资料整理
（2）家长对于儿童早期教育意识加强，国内早教需求增加
随着我国居民人均可支配收入的提高，家长对于儿童早期教育意识得到加强，教育消费水平也得到提高，这极大的促进了我国早教行业的发展。而且，目前国内90后宝妈比80后宝妈明显更加重视孩子的早期教育，年轻妈妈对于早教的态度更积极。

资料来源：公开资料整理
除此之外，根据卫建委数据显示，2021年我国要超过八成家长有婴幼儿托育需求，可见国内婴幼儿家长托育需求强烈，低龄早教市场发展潜力较大。

资料来源：卫健委（LQM）

观研报告网发布的《中国早教行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国早教行业发展概述
第一节早教行业发展情况概述
一、早教行业相关定义
二、早教行业基本情况介绍
三、早教行业发展特点分析
四、早教行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、早教行业需求主体分析
第二节中国早教行业生命周期分析
一、早教行业生命周期理论概述
二、早教行业所属的生命周期分析
第三节早教行业经济指标分析
一、早教行业的赢利性分析
二、早教行业的经济周期分析
三、早教行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球早教行业市场发展现状分析
第一节全球早教行业发展历程回顾
第二节全球早教行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲早教行业地区市场分析
一、亚洲早教行业市场现状分析
二、亚洲早教行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲早教行业市场前景分析
第四节北美早教行业地区市场分析
一、北美早教行业市场现状分析
二、北美早教行业市场规模与市场需求分析
三、北美早教行业市场前景分析
第五节欧洲早教行业地区市场分析
一、欧洲早教行业市场现状分析
二、欧洲早教行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲早教行业市场前景分析
第六节 2022-2029年世界早教行业分布走势预测
第七节 2022-2029年全球早教行业市场规模预测

第三章 中国早教行业产业发展环境分析
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
第二节我国宏观经济环境对早教行业的影响分析
第三节中国早教行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
三、主要行业标准
第四节政策环境对早教行业的影响分析
第五节中国早教行业产业社会环境分析

第四章 中国早教行业运行情况
第一节中国早教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
第二节中国早教行业市场规模分析
一、影响中国早教行业市场规模的因素
二、中国早教行业市场规模
三、中国早教行业市场规模解析
第三节中国早教行业供应情况分析
一、中国早教行业供应规模
二、中国早教行业供应特点
第四节中国早教行业需求情况分析
一、中国早教行业需求规模
二、中国早教行业需求特点
第五节中国早教行业供需平衡分析

第五章 中国早教行业产业链和细分市场分析
第一节中国早教行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、早教行业产业链图解
第二节中国早教行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对早教行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对早教行业的影响分析
第三节我国早教行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国早教行业市场竞争分析
第一节中国早教行业竞争要素分析
一、产品竞争
二、服务竞争

三、渠道竞争
四、其他竞争
第二节中国早教行业竞争现状分析
一、中国早教行业竞争格局分析
二、中国早教行业主要品牌分析
第三节中国早教行业集中度分析
一、中国早教行业市场集中度影响因素分析
二、中国早教行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国早教行业模型分析
第一节中国早教行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国早教行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国早教行业SWOT分析结论
第三节中国早教行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国早教行业需求特点与动态分析
第一节中国早教行业市场动态情况

第二节中国早教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
第三节早教行业成本结构分析
第四节早教行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节中国早教行业价格现状分析
第六节中国早教行业平均价格走势预测
一、中国早教行业平均价格趋势分析
二、中国早教行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国早教行业所属行业运行数据监测
第一节中国早教行业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
第二节中国早教行业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
第三节中国早教行业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

第十章 2018-2022年中国早教行业区域市场现状分析
第一节中国早教行业区域市场规模分析
影响早教行业区域市场分布的因素
中国早教行业区域市场分布

第二节中国华东地区早教行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区早教行业市场分析
（1）华东地区早教行业市场规模
（2）华南地区早教行业市场现状
（3）华东地区早教行业市场规模预测
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、华中地区早教行业市场分析
（1）华中地区早教行业市场规模
（2）华中地区早教行业市场现状
（3）华中地区早教行业市场规模预测
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、华南地区早教行业市场分析
（1）华南地区早教行业市场规模
（2）华南地区早教行业市场现状
（3）华南地区早教行业市场规模预测
第五节华北地区早教行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区早教行业市场分析
（1）华北地区早教行业市场规模
（2）华北地区早教行业市场现状
（3）华北地区早教行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区早教行业市场分析
（1）东北地区早教行业市场规模
（2）东北地区早教行业市场现状
（3）东北地区早教行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区早教行业市场分析
（1）西南地区早教行业市场规模
（2）西南地区早教行业市场现状
（3）西南地区早教行业市场规模预测
第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区早教行业市场分析
（1）西北地区早教行业市场规模
（2）西北地区早教行业市场现状
（3）西北地区早教行业市场规模预测

第十一章 早教行业企业分析（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、公司优势分析
· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国早教行业发展前景分析与预测
第一节中国早教行业未来发展前景分析
一、早教行业国内投资环境分析
二、中国早教行业市场机会分析
三、中国早教行业投资增速预测
第二节中国早教行业未来发展趋势预测
第三节中国早教行业规模发展预测
一、中国早教行业市场规模预测
二、中国早教行业市场规模增速预测
三、中国早教行业产值规模预测
四、中国早教行业产值增速预测
五、中国早教行业供需情况预测
第四节中国早教行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国早教行业进入壁垒与投资风险分析
第一节中国早教行业进入壁垒分析
一、早教行业资金壁垒分析
二、早教行业技术壁垒分析
三、早教行业人才壁垒分析
四、早教行业品牌壁垒分析
五、早教行业其他壁垒分析
第二节早教行业风险分析

一、早教行业宏观环境风险
二、早教行业技术风险
三、早教行业竞争风险
四、早教行业其他风险
第三节中国早教行业存在的问题
第四节中国早教行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国早教行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国早教行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国早教行业进入策略分析
一、目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节早教行业营销策略分析
一、早教行业产品营销
二、早教行业定价策略
三、早教行业渠道选择策略
第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文·····

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202203/584001.html