

2018-2023年中国文化艺术培训行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

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《2018-2023年中国文化艺术培训行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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/316440316440.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

行业问题分析

1. 培训机构众多、产业集中度低

中国艺术培训市场目前仍处于产业发展的成长期，培训需求巨大，商机无限，利润空间十分可观，所以吸引了众多的机构和组织投身于市场，推进了培训行业的发展。但培训机构的普遍现状是：数量多、规模小，难以迅速占领市场，反而形成了万箭齐发、千帆争先的局面，导致了市场集中度偏低。

2. 市场竞争秩序混乱

近几年来，艺术培训业发展迅猛，其中艺考类培训尤为火爆，以帮助学员通过考试为办学目标的急功近利的培训机构越来越多，学校招生混乱，各校间竞争无序，严重有悖文化艺术传播与培养艺术人才的初衷。众多机构为了获取利润和争夺生存空间，采取了一系列的恶性竞争手段。如：乱办班、乱收费、乱宣传。

3. 培训质量、人员素质不高

许多培训学校无任何证照，缺乏监督管理。培训学校的经营者大多是艺术专业出身，有艺术创业梦想，但是缺乏管理与实战经营经验。师资水平层次不齐，以周边各高等院校的教师为主，含外地老师、自由职业者以及学校尚未毕业的学生。为数众多的培训教师没有相关资质认证，教学水平和成果无法鉴定，教学质量令人怀疑。

4. 品牌弱势、竞争能力不强

总体来看，目前我国具有可持续发展能力、较强市场竞争力的领军艺术培训机构还很少。中国的自主品牌正在逐渐建立，但比较弱势。艺术培训行业中还没有规模达到像新东方、北大青鸟这样具有较强实力和一定的品牌影响力的培训机构。一些没有品牌或品牌信度不高的中小机构，没有规范的管理，缺乏研发力量和具有自身特色的课程，没有能力引进高水平教师，从而极其缺乏竞争力。

文化艺术培训主要门类 资料来源：公开资料整理 行业机会分析

1. 国家“扩大内需”政策为艺术教育培行业注入发展动力

国家“扩大内需 葳栝占 藿 袍倚贲 吕 葳袍悞 恣葳蟥 费环境”是重要的思路之一。消费升级将给相关的产品和服务行业提供前所未有的发展机遇，包括教育服务业在内的服务业顺应了现代消费需求和消费方式的发展趋势，不断开辟新的教育消费领域，提供新的产品和服务，无疑会在这场消费升级热潮中占尽先机。

2. 资本市场的支持

随着国内的资本市场对民营企业的逐渐开放，有实力、有发展前途、管理比较规范的艺术培训机构能够取得上市机会，通过融资，得到大量的资金，为进一步的发展奠定基础。

3. 行业需求前景良好

随着人们物质文化生活的逐步提高，民众对于艺术素质教育的意识也逐渐提升，需求

结构不断扩大，需求前景广阔。艺术培训既是文化艺术消费，更是文化艺术再生产，不断推动文化市场发展，为市场发展提供大批高素质生产力。

这一系列的利好消息都释放出一个信号——艺术培训市场是一个诱人的蛋糕，是21世纪最有前途的发展行业之一。

观研天下发布的《2018-2023年中国文化艺术培训行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》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。

【报告大纲】

第一部分 行业现状

第一章 中国文化艺术培训行业发展概述

第一节 文化艺术培训行业发展情况

第二节 最近3-5年中国文化艺术培训行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、性

六、行业周期

七、激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

第二章 中国文化艺术培训行业的国际比较分析

第一节 中国文化艺术培训行业竞争力指标分析

第二节 中国文化艺术培训行业经济指标国际比较分析

第三节 全球文化艺术培训行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、市场展望

第四节 全球文化艺术培训行业市场供给分析

一、市场价格走势

二、重点企业分布

第二部分 产业发展关键

第三章 2017年中国文化艺术培训行业整体运行指标分析

第一节 中国文化艺术培训行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业规模分析

第二节 中国文化艺术培训行业产销分析

一、行业情况总体分析

二、行业销售收入总体分析

第三节 中国文化艺术培训行业财务指标总体分析

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

第四章 文化艺术培训产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

第四节 上下游行业影响及趋势分析

第五章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 文化艺术培训行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第六章 2018-2023年需求预测分析

第一节 文化艺术培训行业领域2018-2023年需求量预测

第二节 2018-2023年文化艺术培训行业领域需求功能预测

第三节 2018-2023年文化艺术培训行业领域需求市场格局预测

第三部分 产业竞争格局分析

第七章 文化艺术培训市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 文化艺术培训行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 文化艺术培训行业竞争格局分析

- 一、2017年文化艺术培训行业竞争分析
- 二、2017年国内外文化艺术培训竞争分析
- 三、2017年中国文化艺术培训市场竞争分析
- 四、2017年中国文化艺术培训市场集中度分析

第八章 主要企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国文化艺术培训行业参与国际竞争的战略市场定位

第九章 前十大领先企业分析

第一节 北京星城艺术培训中心分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第二节 天创艺术培训中心分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第三节 北广之星分析

- 一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四节艺通艺术培训中心分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第五节湖南毕加索艺术培训中心分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节北京天昂文化艺术中心分析

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第四部分 市场需求分析与投资方向推荐

第十章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、文化艺术培训行业需求市场

二、文化艺术培训行业客户结构

三、文化艺术培训行业需求的差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、文化艺术培训行业的需求预测

二、文化艺术培训行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第十一章 影响企业经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国文化艺术培训行业SWOT分析

第十二章 2018-2023年文化艺术培训行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

图表目录：

图表：文化艺术培训产业链分析

图表：国际文化艺术培训市场规模

图表：国际文化艺术培训生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/316440316440.html>