

2016-2022年中国早教市场竞争调研与前景预测报告

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年中国早教市场竞争调研与前景预测报告》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/wentibangong/239347239347.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

随着人民生活水平的提升，人们吃饱穿暖之后，对教育更为看重，需求大幅提高。国家统计局的数据显示，全国人均教育、文化和娱乐支出从2013年的1398元升到2015年的1723元，占人均总消费支出的11%。教育要从娃娃抓起，为了不让孩子输在起跑线上，婴童教育更是受到广大家长的格外重视。我国婴童教育市场属于朝阳产业，正值高速发展期，2014年我国早教市场规模达1198亿元，同比增长21.01%。若保持该增速，2017年早教市场规模将望突破两千亿元，市场潜力巨大。

2013-2015年全国居民人均教育文化娱乐消费支出

2010-2014年我国早教市场规模及增速（单位：亿元）

家长认可度高，早教需求旺盛。课外辅导、特长培训充斥在孩子的中小学阶段，要想让孩子脱颖而出，从婴童阶段开始接受优质的教育变得十分必要，早教越来越得到家长们的认可。

婴童开始接受早教年龄分布

在开始接受早教的年龄上，69.35%的家长认为孩子在4岁之前应该接受早教，46.77%的家长则认为应该在孩子3岁之前开始进行早教。相比于自己给孩子授课或聘请高价私教，更多的家长表示会选择将孩子送到幼儿园早教班或报名早教机构，占比高达87.03%。早教投入上，56.58%的家长可以接受每学期2000元以上的早教费用。2014年，74.70%的家庭每月在孩子的早期教育上投入500到1000元，10.09%的家庭早教投入在1000元以上，可见家长愿意为孩子早教买单。在参加早教课程的频率上，51.05%的婴童为每周一次，11.45%的婴童则可以达到每周两次以上，低于每周一次的仅占比17.76%。

中国报告网发布的《2016-2022年中国早教市场竞争调研与前景预测报告》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、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研究分析。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：

第一章 中国早教行业发展环境分析

第一节 早教的基本概述

一、早教的定义

二、早教的原则

三、早教的意义

四、早教的误区

五、典型早教理念

1、蒙台梭利幼儿教育

2、多元智力幼儿教育

3、瑞吉欧方案教学法

4、Waldorf华德福方法

第二节 中国早教行业经济环境

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

第三节 中国早教行业政策环境

一、国内早教管理体制解析

二、国内早教教育政策解读

三、国内早教相关法律法规

1、学前教育的免税与收税政策

2、对幼儿教师队伍建设的宏观要求

3、《关于加强民办学前教育机构管理工作的通知》

4、《中华人民共和国民办教育促进法》

5、《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》

四、早教行业相关资格认证

第四节 中国早教行业社会环境

一、城镇化进程发展分析

二、历次“婴儿潮”分析

三、人口结构研究分析

四、新生人口研究分析

五、幼儿数量研究分析

六、居民教育支出情况

第五节 中国教育行业运行态势

一、教育总体发展概况

二、教育机构数量统计

三、教育经费支出统计

四、教育信息发展状况

1、我国教育信息化行业发展阶段

2、我国教育信息化行业发展总体概况

3、我国教育信息化行业发展特点分析

4、2014-2015年中国教育信息化市场总体概况

5、2014-2015年中国教育信息化产品市场发展分析

五、教育事业发展规划

第二章 全球早教行业发展概况及经验借鉴

第一节 全球早教理念及方式解析

一、世界各国早教方式总结

二、世界学前教育发展探索

1、国际学前教育行业总体情况

2、国际学前教育发展策略

3、教育立法

4、财政投入

5、学前教育多元化

6、学前教育师资

7、学前教育交流与合作

8、国际学前教育发展特点

9、国际学前教育经费投入情况

10、世界部分国家学前教育的性质、地位与功能

11、世界部分国家学前教育的办学体制与机构类型

12、世界部分国家学前教育的管理体制

13、世界部分国家学前教育的财政投入

14、世界部分国家学前教育的师资建设

15、政府在学前教育发展中承担的责任

16、学前教育均衡发展保障措施

17、民办学前教育管理

三、美国儿童学习标准解读

四、国外典范幼教方法对比

五、国际幼教全人趋向思潮

第二节 国外早教发展制度解析

一、国外早教政策现状研究

二、国外早教服务制度分析

三、国外学前教育财政体制

四、国外学前教育发展性质

1、世界部分国家学前教育的性质、地位与功能

2、世界部分国家学前教育的办学体制与机构类型

五、发达国家幼教改革探析

第三节 全球早教市场发展分析

一、国际幼儿教育发展阶段

二、全球化幼教的发展特点

三、部分国家学前教育特点

1、澳大利亚学前教育发展概况

2、澳大利亚学前教育的目标

3、澳大利亚学前教育机构模式

4、澳大利亚学前教育课程设置

四、全球社区幼教发展分析

五、发达国家早教发展经验

第四节 主要国家早教市场概况及经验借鉴

一、美国

1、美国早教发展历程

2、美国早教体制制度

3、美国早教市场特点

4、美国早教机构情况

5、美国早教师资情况

二、英国

1、英国早教发展历程

2、英国早教体制制度

3、英国早教市场特点

4、英国早教机构情况

5、英国早教师资情况

三、日本

1、日本早教发展历程

2、日本早教体制制度

3、日本早教市场特点

4、日本早教机构情况

5、日本早教师资情况

四、意大利

1、意大利早教发展历程

2、意大利早教体制制度

3、意大利早教市场特点

4、意大利早教机构情况

5、意大利早教师资情况

五、其他国家早教市场概况及经验借鉴

1、德国

2、澳大利亚

3、丹麦

4、韩国

5、印度

6、新加坡

7、新西兰

8、奥地利

9、俄罗斯

第三章 中国早教行业发展现状分析

第一节 中国早教行业总体运行态势

一、中国早教行业发展状况

1、早教行业发展阶段

2、早教行业发展现状

3、早教资金投入情况

4、早教市场容量情况

5、农村早教市场分析

二、中国早教行业发展问题剖析

1、早教消费盲目问题

2、幼教发展水平落后

3、早教行业发展瓶颈

第二节 中国早教行业发展模式分析

一、国内早教创新模式分析

二、早教市场模式选择分析

四、早教企业经营模式探析

1、东方爱婴经营模式

2、红黄蓝的经营模式

第三节 中国社区早教市场分析

一、社区时代早教市场分析

二、社区发展早教优势分析

三、社区发展早教劣势分析

四、社区早教免费影响分析

五、社区早教发展模式分析

第四节 中国网络早教市场发展分析

一、网络早教市场发展现状

二、网络早教课程设置情况

三、网络早教市场竞争格局

四、网络早教市场运行风险

五、网络早教市场发展趋势

第五节 中国早教市场营销策略分析

一、早教的全方位营销策略

1、以市场为导向

2、重视教师载体

3、适度个性服务

4、开业前的广告宣传

二、早教服务市场创新策略

1、营销观念创新

2、产品品牌创新

3、营销人才创新

4、营销方法创新

三、早教市场公益营销探析

四、早教市场集群经营策略

第四章 中国早教机构运营情况分析

第一节 中国早教机构总体运营态势

一、国内早教培训市场分析

二、早教机构存在的必要性

三、早教机构盈利能力分析

四、早教机构师资水平情况

五、早教机构发展中的问题

第二节 中国早教机构经营情况分析

一、中国幼教机构经营情况

1、幼教发展概况

2、幼儿机构规模

3、幼教的普及率

二、中国学前教育机构经营情况

1、学前教育教师规模

2、学前教育学生规模

第三节 中国早教机构课程设置情况

一、早教课程宣传意义分析

二、课程理念表述特点分析

三、早教课程目标特点分析

四、早教课程设置特点分析

五、早教机构介入幼教课程

1、早教介入幼儿课程背景

2、早教介入幼儿课程原因

3、早教介入幼儿课程影响

4、早教介入幼儿课程对策

第四节 中国民办早教机构市场运营分析

一、民办幼儿教育基本概述

1、民办幼儿教育类型分析

2、民办幼儿教育基本性质

3、民办幼儿教育特点分析

4、民办学前教育发展地位

二、民办幼儿教育市场分析

1、民办幼儿教育发展规模

2、民办幼儿教育区域分析

3、民办幼儿教育发展瓶颈

4、民办幼儿教育发展对策

三、民办早教市场运行现状

1、民办早教市场监管情况

2、民办早教市场运行现状

3、民办早教市场发展规模

4、民办早教市场发展展望

第五节 中国公办早教机构市场运营分析

一、公办早教机构兴起背景分析

二、公办早教机构市场运营现状

三、公办早教机构发展的优劣势

四、公办早教机构重点城市分析

1、上海早教机构运营分析

2、深圳早教机构运营分析

3、太原早教机构运营分析

第六节 中国早教机构经营管理体系及策略

一、早教机构管理相关概述

1、早教机构管理经营概况

2、早教女性管理优势分析

3、中央厨房式早教管理分析

二、早教科学管理体系探析

1、建立良好的教师聘任制

2、建立科学的岗位考核制

3、适应市场经济的工资制

4、幼教管理模式亟待社区化

三、早教机构特色化经营分析

1、早教机构特色经营类型

2、早教机构特色经营定位

3、早教机构特色经营瓶颈

第五章 中国早教行业竞争态势分析

第一节 早教行业核心竞争力分析

一、早教行业核心竞争力界定

二、早教行业核心竞争力特点

三、早教行业竞争力构成因素

1、品牌

2、师资

3、设备

4、价格

第二节 早教行业竞争格局分析

一、现有机构间的竞争

二、潜在进入者的威胁

三、行业替代风险分析

四、上游产业议价能力

五、下游客户议价能力

第三节 先进早教行业竞争力打造经验

一、美国早教竞争力打造经验

二、澳洲早教竞争力打造经验

三、台湾早教竞争力打造经验

第四节 早教行业竞争力打造案例分析

一、新爱婴

二、红黄蓝

三、美吉姆

四、创艺宝贝

五、瑞思

第六章 中国早教重点教育项目现状及前景

第一节 潜能开发教育

一、潜能开发教育基本目标

二、潜能开发教育需求情况

三、潜能开发教育市场前景

第二节 少儿英语培训

一、少儿英语培训基本目标

二、少儿英语培训课程特点

三、少儿英语培训需求情况

五、少儿英语培训市场格局

六、少儿英语培训市场前景

第三节 早期阅读教育

一、早期阅读教育基本目标

二、早期阅读教育课程特点

三、早期阅读教育方案设计

四、早期阅读教育市场前景

第四节 早期艺术教育

一、早期艺术教育基本目标

二、早期艺术教育课程特点

三、早期艺术教育方案设计

四、早期艺术教育市场前景

第五节 早期科学教育

一、早期科学教育基本目标

二、早期科学教育课程特点

三、早期科学教育方案设计

四、早期科学教育市场前景

第六节 早期亲子教育

- 一、早期亲子教育基本目标
- 二、早期亲子教育课程特点
- 三、早期亲子教育方案设计
- 四、早期亲子教育市场现状

第七节 早期厨房教育

- 一、早期厨房教育基本目标
- 二、早期厨房教育课程特点
- 四、早期厨房教育需求情况
- 五、早期厨房教育作用分析

第七章 中国早教行业市场调查研究

第一节 中国早教消费市场调研分析

- 一、影响早教消费环境评价
- 二、早教行业品牌信誉关注
- 三、早教市场消费行为偏好
- 四、影响早教机构选择的因素

第二节 中国早教服务市场满意评价

- 一、早教服务市场满意指标
- 二、早教市场满意影响因素
- 三、早教市场满意评价分析
- 四、提高早教满意水平建议

第八章 中国早教行业区域市场调研

第一节 北京早教市场发展分析

- 一、北京早教行业发展环境
 - 1、居民收支情况分析
 - 2、居民教育支出情况
 - 3、早教需求群体数量
 - 4、早教行业政策规划
- 二、北京早教市场运行态势
 - 1、早教市场收费分析
 - 2、早教市场竞争态势
- 三、北京早教机构经营情况
 - 1、早教机构发展规模
 - 2、早教机构师资水平

第二节 上海早教市场发展分析

一、上海早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、上海早教市场运行态势

- 1、早教市场投入情况
- 2、早教市场收费分析
- 3、早教市场竞争态势

三、上海早教机构经营情况

- 1、早教机构发展规模
- 2、早教机构师资水平

第三节 广东早教市场发展分析

一、广东早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、广东早教市场运行态势

- 1、早教市场投入情况
- 2、早教市场收费分析

三、广东早教机构经营情况

- 1、早教机构发展规模
- 2、早教机构师资水平

第四节 江苏早教市场发展分析

一、江苏早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、江苏早教市场运行态势

- 1、早教机构发展规模
- 2、早教机构师资水平

第五节 浙江早教市场发展分析

一、浙江早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、浙江早教市场运行态势

三、浙江早教机构经营情况

第六节 山东早教市场发展分析

一、山东早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、山东早教市场运行态势

三、山东早教机构经营情况

第七节 福建早教市场发展分析

一、福建早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、福建早教市场运行态势

三、福建早教机构经营情况

第八节 河南早教市场发展分析

一、河南早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况
- 3、早教需求群体数量
- 4、早教行业政策规划

二、河南早教市场运行态势

三、河南早教机构经营情况

第九节 四川早教市场发展分析

一、四川早教行业发展环境

- 1、居民收支情况分析
- 2、居民教育支出情况

3、早教需求群体数量

4、早教行业政策规划

二、四川早教市场运行态势

三、四川早教机构经营情况

第九章 中国早教市场重点企业分析

第一节 国外早教企业分析

一、英国培生教育集团

1、企业基本情况介绍

2、企业业务范围分析

3、企业教学内容分析

4、企业营业规模分析

5、企业竞争优势分析

6、企业发展战略分析

二、瑞典英孚教育集团

1、企业基本情况介绍

2、企业业务范围分析

3、企业教学内容分析

4、企业师资力量分析

5、企业营业规模分析

6、企业竞争优势分析

7、企业发展战略分析

三、美国吉的堡教育集团

1、企业基本情况介绍

2、企业业务范围分析

3、企业教学内容分析

4、企业师资力量分析

5、企业营业规模分析

6、企业竞争优势分析

7、企业发展战略分析

四、美国金宝贝早教

1、企业基本情况介绍

2、企业业务范围分析

3、企业教学内容分析

4、企业营业规模分析

5、企业竞争优势分析

五、MyGym美吉姆早教

- 1、企业基本情况介绍
- 2、企业业务范围分析
- 3、企业教学内容分析
- 4、企业营业规模分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略分析

六、亲亲袋鼠培育中心

- 1、企业基本情况介绍
- 2、企业业务范围分析
- 3、企业教学内容分析
- 4、企业师资力量分析
- 5、企业营业规模分析
- 6、企业发展战略分析

七、ICC卓能国际儿童会

- 1、企业基本情况介绍
- 2、企业业务范围分析
- 3、企业教学内容分析
- 4、企业师资力量分析
- 5、企业发展战略分析

第二节 国内早教企业分析

一、东方爱婴早教

- 1、企业基本情况
- 2、企业运作模式
- 3、早教课程体系
- 4、早教网点布局
- 5、企业战略规划

二、红黄蓝教育机构

- 1、企业基本情况
- 2、企业运作模式
- 3、早教课程体系
- 4、早教网点布局
- 5、企业文化分析

三、启稚摇篮早教中心

- 1、企业基本情况

2、企业运作模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业业务特色

四、金色摇篮潜能教育

1、企业基本情况

2、企业运作模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业早教特色

五、红缨教育

1、企业基本情况

2、企业运作模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业业务特色

六、南方贝贝早教

1、企业基本情况

2、企业运作模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业竞争优势

七、小哈津幼教

1、企业基本情况

2、企业运作模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业竞争优势

八、巨人教育

1、企业基本情况

2、企业教学特色

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业竞争优势

九、天线宝宝

1、企业基本情况

2、早教课程体系

3、企业竞争优势

十、龆牙兔

1、企业基本情况

2、企业师资团队

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业战略规划

十一、天才宝贝

1、企业基本情况

2、企业教育模式

3、早教课程体系

4、早教网点布局

5、企业竞争优势

第三节 少儿英语培训企业分析

一、英国夏恩英语学院

1、基本情况

2、业务范围

3、教学网点

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

二、美国贝立兹英语培训中心

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

7、企业教学法分析

三、美国HM集团瑞思学科英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

四、新东方POP英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

五、交大昂立少儿英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

六、盖伦少儿英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

7、发展战略

七、乐宁教育少儿英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

八、新贝青少儿教育中心

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

7、发展战略

九、清华少儿英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

十、沃尔得少儿英语

1、基本情况

2、业务范围

3、教学特色

4、师资力量

5、经营情况

6、综合实力

第十章2016-2022年中国早教行业发展趋势及前景

第一节2016-2022年中国早教行业发展趋势

一、教育行业整体变革趋势

二、早教行业政策制定走向

三、早教行业竞争要素变化

四、早教机构经营管理趋势

1、品牌经营趋势

2、课程设置趋势

3、机构盈利模式创新

4、国内外品牌竞争走向

第二节2016-2022年中国早教行业发展前景

一、早教市场发展潜力分析

二、早教区域市场前景分析

三、早教产品市场前景分析

四、民办早教发展前景分析

第三节2016-2022年中国早教行业前景预测

一、早教机构发展规模预测

二、早教市场需求规模预测

三、早教市场规模预测

第十一章2016-2022年中国早教行业市场投资分析

第一节2016-2022年中国早教行业投资环境

一、投资环境展望

二、投资SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机遇

4、威胁

第二节2016-2022年中国早教市场投资特性

一、早教行业投资模式

二、早教行业投资壁垒

三、早教行业盈利水平

四、早教行业投资风险

1、宏观政策风险

2、企业财务风险

3、品牌风险分析

4、教学质量风险

5、机构扩张风险

6、其他风险分析

第三节2016-2022年中国早教行业投资策略

一、早教行业政策把握策略

二、早教行业模式创新策略

三、早教行业产品投资策略

四、早教行业区域投资策略

图表详见正文`~~~~`

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/wentibangong/239347239347.html>