

2021-2027年中国少儿培训 行业发展态势与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国少儿培训行业发展态势与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202106/223682.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

培训就是培养+训练，通过培养加训练使受训者掌握某种技能的方式。目前，国内培训主要以技能培训为主，侧重于行为之前。为了达到统一的科学技术规范、标准化作业，通过目标规划设定、知识和信息传递、技能熟练演练、作业达成评测、结果交流公告等现代信息化的流程，让受训者通过一定的教育训练技术手段，达到预期的水平提高目标，提升战斗力，个人能力，工作能力的训练都称之为培训！

中企顾问网发布的《2021-2027年中国少儿培训行业发展态势与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了少儿培训行业市场发展环境、少儿培训整体运行态势等，接着分析了少儿培训行业市场运行的现状，然后介绍了少儿培训市场竞争格局。随后，报告对少儿培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了少儿培训行业发展趋势与投资预测。您若想对少儿培训产业有个系统的了解或者想投资少儿培训行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章少儿培训行业相关概述

第一节少儿培训行业相关概述

一、行业定义

二、行业重要性

第二节报告研究范围界定

第二章少儿培训行业发展环境分析

第一节行业政策环境分析

一、行业管理机构

二、行业管理体制

三、行业自律组织

四、行业政策及法律法规

第二节行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、城乡居民收入增长分析

第三节行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、中国城镇化率

第四节行业技术环境分析

一、传统的教育培训方式

二、技术发展对培训方式的影响分析

三、技术发展对学习方式的影响分析

第三章少儿培训市场发展情况分析

第一节少儿培训发展历程

第二节少儿培训市场属性

一、少儿培训导向类型

二、少儿培训性质分析

第三节少儿培训市场分析

一、少儿人口结构情况

二、少儿培训市场规模

三、少儿培训市场特征

四、少儿培训市场竞争

第四节少儿培训市场情况调研

一、家长选择培训动机

二、家长选择培训标准

三、家长选择培训类别

第四章少儿课外辅导培训市场发展现状及趋势分析

第一节课外辅导培训市场发展分析

一、课外辅导培训机构发展历程

二、教学方式及教职人员构成

(一) 课外辅导教学方式分析

(二) 课外辅导教职人员构成

三、不同班组模式下生源情况

第二节课外辅导培训行业发展情况

一、课外辅导培训行业发展背景

二、课外辅导培训行业特征分析

(一) 需求总量大

(二) 市场竞争热

(三) 主体分离性

(四) 周期延续强

三、课外辅导培训市场规模分析

四、课外辅导培训集中度分析

五、课外辅导培训重点品牌

第三节课外辅导培训市场用户调查

一、用户关注课外辅导培训内容

二、考试体制改革影响用户选择

三、用户参加课外辅导培训密度

四、用户参加课外辅导考虑因素

五、家长线上课程接受程度占比

第四节课外辅导培训市场发展趋势

一、辅导培训机构打起价格战

二、公立校高层加盟民办培训机构

三、家教O2O圈上演“补贴”大战

四、传统机构及巨头加大在线教育投资

第五章少儿英语培训市场发展现状及趋势分析

第一节语言培训市场发展现状

第二节少儿英语培训市场分析

一、少儿英语培训发展环境

二、少儿英语培训市场规模

三、少儿英语培训竞争格局

四、少儿英语培训融资动态

五、少儿英语培训市场乱象

- (一) 供求结构有待调整
- (二) 市场混乱
- (三) 政府定位不准，缺乏管理

第三节少儿英语培训市场用户偏好

- 一、家长投入意愿
- 二、学习英语最优年龄
- 三、了解学习效果途径
- 四、在线学习影响因素

第四节少儿英语培训市场发展趋势特点

- 一、品牌意识加强
- 二、市场细分趋势
- 三、品牌建立

第六章少儿文化艺术培训市场现状及发展分析

第一节文化艺术培训市场分析

- 一、文化艺术培训市场现状
- 二、文化艺术培训市场规模
- 三、重点文化艺术培训经营企业

第二节舞蹈艺术培训市场分析

- 一、舞蹈艺术培训作用分析
- 二、舞蹈艺术培训存在问题
- 三、舞蹈艺术培训规范性
- 四、舞蹈艺术培训发展策略

第三节美术培训市场分析

- 一、美术培训市场现状分析
- 二、美术培训市场存在问题
- 三、美术培训市场发展策略
 - (一) 稳定师资，注重对研究型教师的培养
 - (二) 架设科学合理的课程监管体系
 - (三) 从重物质材料到重创新意识的培养
 - (四) 合理宣传，理智选择
- 四、美术培训市场发展前景

第四节音乐培训市场分析

- 一、音乐培训市场现状分析
- 二、音乐培训市场存在问题
- 三、音乐培训机构发展对策分析

第五节少儿模特培训市场分析

- 一、少儿模特培训发展历程
- 二、少儿模特培训课程设置

第六节文化艺术培训市场趋势前景

- 一、文化艺术培训市场环境分析
- 二、文化艺术培训存在问题分析
- 三、文化艺术培训发展对策分析
- 四、文化艺术培训市场发展趋势
- 五、文化艺术培训市场发展前景
- 六、文化艺术培训市场投资建议

第七章少儿武术培训市场现状及发展分析

第一节少儿武术培训市场分析

第二节少儿武术师资机构结构

- 一、少儿武术培训机构纵观
- 二、少儿武术培训教练构成

第三节少儿武术培训市场发展策略

- 一、少儿武术培训应注意的问题
- 二、少儿武术培训行业发展战略
 - (一) 完善教学设施
 - (二) 加强各培训班交流协作
 - (三) 加强现代教学技术运用

第八章少儿培训重点机构分析

第一节少儿课外辅导培训重点机构分析

一、学大教育

- (一) 企业基本发展情况
- (二) 主要少儿培训内容

- (三) 企业经营情况分析
- (四) 企业服务网络分析
- (五) 企业互联网布局
- (六) 企业私有化动态分析

二、好未来（学而思）

- (一) 企业基本发展情况
- (二) 主要少儿培训内容
- (三) 企业经营情况分析
- (四) 企业商业模式分析

三、龙文教育

- (一) 企业基本发展情况
- (二) 主要少儿培训内容
- (三) 企业服务网络分析
- (四) 企业竞争优势分析
- (五) 企业重要动态分析

第二节少儿英语培训重点机构分析

一、新东方教育科技集团有限公司

- (一) 企业基本情况分析
- (二) 企业主要业务分析
- (三) 企业少儿培训内容
- (四) 企业经营情况分析
- (五) 企业服务网络分析
- (六) 企业发展战略分析

二、上海昂立教育科技有限公司

- (一) 企业基本发展情况
- (二) 企业主要业务分析
- (三) 企业少儿培训内容
- (四) 企业经营情况分析
- (五) 企业服务网络分析
- (六) 企业发展规划分析

三、盖伦国际教育连锁机构

- (一) 企业基本情况分析

(二) 企业主要业务分析

(三) 企业服务网络分析

(四) 企业竞争优势分析

第三节 少儿艺术培训重点机构分析

一、北京东方童文化艺术股份有限公司

(一) 企业基本发展情况

(二) 企业少儿培训内容

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业服务网络分析

(五) 企业加盟合作分析

二、杭州潮童文化创意有限公司

(一) 企业基本发展情况

(二) 企业主要业务分析

(三) 企业少儿培训内容

(四) 学校服务网络分析

(五) 企业加盟合作分析

三、ASIAFUTURE寰亚未来少儿艺术培训连锁机构

(一) 企业基本发展情况

(二) 企业少儿培训内容

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业竞争优势分析

第九章 中国少儿培训行业投资分析

第一节 少儿培训行业投资特性分析

一、少儿培训行业进入壁垒分析

(一) 教师队伍壁垒

(二) 课程开发壁垒

(三) 品牌认可壁垒

(四) 资金投入壁垒

二、少儿培训行业盈利因素分析

三、少儿培训行业盈利模式分析

第二节 少儿培训行业投资风险及建议

- 一、少儿培训行业投资风险
 - 二、少儿培训行业投资优势分析
 - 三、少儿培训行业投资机会分析
 - 四、少儿培训市场前景分析
 - 五、教育培训行业投资建议
- 第三节中国少儿培训市场规模预测

第十章少儿培训企业市场营销策略

第一节少儿培训企业市场营销重要性

第二节少儿培训企业市场营销策略

- 一、广告策略
- 二、公共关系策略
- 三、折扣策略
- 四、样品策略

部分图表目录：

图表12015-2019年中国国内生产总值及增长速度

图表22015-2019年中国国内生产总值及构成

图表32015-2019年中国居民人均可支配收入及增长速度

图表42015-2019年中国人口总量趋势图

图表52019年中国人口数及构成情况

图表62015-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表72015-2019年中国少儿人口变化情况

图表82015-2019年少儿培训市场规模增长情况

图表9家长选择课外培训的目的

图表10家长选择课外培训的标准

图表11家长选择课外培训的类型

图表12重点培训机构不同班组模式情况

图表132015-2019年中国各级各类教育在校生情况

图表142015-2019年中国各级各类教育初中和小学招生情况

图表152015-2019年少儿课外辅导培训市场规模情况

图表162019中国品牌知名度课外辅导机构

图表17课外辅导用户关注程度情况

图表18考试体制政策改革对选择课外辅导影响占比情况

图表19用户参加课外辅导培训密度情况

图表20用户参加课外辅导培训主要考虑因素占比情况

图表212015-2019年中国语言培训市场规模及增长趋势图

图表222015-2019年少儿英语培训市场规模增长情况

图表23培训机构搜索排名情况

图表24重点少儿英语培训机构融资情况

图表25家长在子女学习英语上愿意投入的费用占比

图表26认为孩子开始学习英语的黄金年龄阶段

图表27了解孩子英语水平的途径方式

图表28选择在线少儿英语培训最重要因素

图表292015-2019年少儿文化艺术培训市场规模增长情况

图表30中国少儿艺术培训标杆企业情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223682.html>