

# 2024-2030年中国亲子教育 市场深度评估与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国亲子教育市场深度评估与市场年度调研报告》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/202310/419464.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国亲子教育市场深度评估与市场年度调研报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 亲子教育产业概述 1 第一节 亲子教育定义和分类 1 亲子教育是一种早期教育，面向对象为0-6岁的婴幼儿，是以爱护婴幼儿身心健康和开发潜能以及培养个性为目标，以不断提高新生人口的整体素质为宗旨的一种特殊形态的早期教育。 亲子教育是基于对孩子的生理学、心理学和社会学的深入研究，并通过科学的设计与分类而研发出的符合孩子天性的课程体系。通过个性化教程设计，全面性学习指导，帮助孩子在智力、体能、情感、社交上全面发展。并且亲子园会根据其自身特点，设计家长与孩子可以共同参与的课程，一方面增进父母和孩子的情感，一方面让父母更加了解自己孩子的年龄特点，以便有针对性地进行教育。亲子园课程多样，涉及面甚广，包括感官运动课程、音乐课程、手工绘画课程、语言阅读课程、母婴亲子课程、数理课程、外语课程等。 亲子教育市场主要参与者包括亲子中心、婴幼儿托育机构；另可分为线上亲子教育机构、线下亲子教育机构。 第二节 亲子教育行业特点 1 第三节 亲子教育发展历程 2 第二章 中国亲子教育行业运行环境分析 4 第一节 中国亲子教育运行经济环境分析 4 一、经济发展现状 4 二、经济发展趋势 7 第二节 中国亲子教育产业政策环境分析 7 一、亲子教育行业监管体制 7 二、主要亲子教育相关政策法规 8 第三节 中国亲子教育产业社会环境分析 9 一、人口规模及结构 9 二、教育环境分析 11 三、教育经费分析 11 四、居民收入及消费情况 13 五、早教观念 14 第三章 中国亲子教育行业发展态势分析 16 第一节 中国亲子教育市场发展现状分析 16 第二节 国外主要国家亲子教育市场现状 16 第三节 中国亲子教育行业市场前景展望 19 第四章 中国亲子教育行业发展概述 20 第一节 中国亲子教育行业规模情况 20 一、亲子教育行业市场规模状况 20 二、亲子教育行业单位规模状况 21 三、亲子教育行业人员规模状况 22 第二节 中国亲子教育行业财务能力分析 23 一、亲子教育行业盈利能力分析 23 二、亲子教育行业偿债能力分析 24 三、亲子教育行业营运能力分析 25 四、亲子教育行业发展能力分析 26 第三节 中国亲子教育行业融资情况 26 第四节 中国亲子教育行业面临的挑战 27 第五章 中国亲子教育行业重点地区市场调研 29 第一节 中国亲子教育行业层级城市层级市场分析 29 一、一线城市亲子教育行业发展现状及特点 29 二、二线城市亲子教育行业发展现状及特点 29 三、三线及以下亲子教育行业发展现状及特点 30 第二节 中国亲子教育行业区域市场分布分析 31 第六章 中国亲子教育行业价格走势及影响因素分析 33 第一节 国内亲子教育行业价格回顾 33 第二节 国内亲子教育行业价格影响因素分析 33 第三节 国内亲子教育

行业价格走势预测 34 第七章 中国亲子教育行业细分市场调研分析 35 第一节 亲子教育行业细分市场亲子中心调研 35 一、行业现状 35 二、行业发展前景预测 36 第二节 亲子教育行业细分市场托育调研 36 一、行业现状 36 二、行业发展趋势预测 39 第八章 中国亲子教育行业客户调研 40 第一节 亲子教育行业客户消费注重因素 40 第二节 客户对亲子教育品牌的首要认知渠道 41 第三节 亲子教育行业客户不消费影响因素 42 第四节 亲子教育行业客户消费价格分布 43 第九章 中国亲子教育行业竞争格局分析 44 第一节 亲子教育行业集中度分析 44 一、亲子教育市场集中度分析 44 二、亲子教育区域集中度分析 44 第二节 亲子教育行业竞争格局分析 44 一、亲子教育行业竞争策略分析 44 二、亲子教育行业竞争策略分析 45 三、我国亲子教育市场竞争趋势 45 第十章 中国亲子教育行业重点企业发展调研 46 第一节 美吉姆 46 一、企业概况 46 二、企业经营状况 47 三、企业经营优势分析 48 四、企业发展规划策略 52 第二节 红黄蓝 53 一、企业概况 53 二、企业经营状况 54 三、企业经营优势分析 55 四、企业发展规划策略 56 第三节 金宝贝 57 一、企业概况 57 二、企业经营状况 57 三、企业经营优势分析 57 四、企业发展规划策略 58 第四节 全优加 58 一、企业概况 58 二、企业经营状况 58 三、企业经营优势分析 58 四、企业发展规划策略 59 第五节 东方爱婴 59 一、企业概况 59 二、企业经营状况 59 三、企业经营优势分析 60 四、企业发展规划策略 60 第六节 悦宝园 60 一、企业概况 60 二、企业经营状况 60 三、企业经营优势分析 61 四、企业发展规划策略 61 第十一章 中国亲子教育市场预测及发展建议 62 第一节 中国亲子教育市场预测分析 62 一、新冠疫情对亲子教育行业的影响 62 二、中国亲子教育行业市场规模预测 62 三、中国亲子教育行业发展前景展望 62 第二节 中国亲子教育企业发展策略建议 63 一、融资策略 63 二、人才策略 63 第三节 中国亲子教育企业营销策略建议 63 一、定位策略 63 二、价格策略 64 三、促销策略 64 第十二章 业内对亲子教育行业投资的建议及观点 65 第一节 亲子教育行业投资前景分析 65 第二节 亲子教育行业投资风险分析 68 一、监管升级导致成本增加的风险 68 二、行业市场竞争风险 69 三、加盟模式管理风险 69 四、其他风险 69 第三节 亲子教育行业应对策略 70 第四节 亲子教育行业的重点客户战略实施 71 一、实施重点客户战略的必要性 71 二、合理确立重点客户 74 三、对重点客户的营销策略 76 四、强化重点客户的管理 79 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 80

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/419464.html>