

2020-2025年中国K12培训行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国K12培训行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/edu/641366.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

而在一对一模式逐渐发展壮大背后的是目前教育军备竞赛愈演愈烈。实际上对于一些采用一对一模式家长的而言，一对一模式背后还隐藏着另一层逻辑——垄断。一对一模式脱胎于之前的家教模式，而在家教模式下越有名望和教学能力的老师在市场上就越有议价能力，举例来说，如果某位具有丰富经验的老师课时费是每小时300元，随着名声越来越大家长们很快会主动把课时费提高到500元，因为对于那些能够支付500元课时费的家长们来说，这就可以把只能支付400元的家庭甩下去。一对一模式本质就是愿意支付更高的价格垄断某些教育资源，因此一对一模式下的消费者付费欲望和付费能力都强于其他模式。

而如今的一对一模式的主要特点是针对有特殊需求的人群，且辅导周期偏短，如艺考生在高考前几个月的突击复习以及初三、高三学生的集中复习，以及部分在某些学科存在困难需要更多互动与重复讲解的学生。而一对一模式的教师收入比例也远远高于大班课模式，一般而言教师获得的收入在课时费的30%到70%不等。因此一对一在成本端严控的需求导致对单个教师薪资限制更大，对优质教师吸引力相对更弱。所以一对一模式更加注重标准化教研、学习辅导过程中的陪伴感以及特殊的个性化服务。对消费的调查显示一对一模式在个性化、体验度、互动性、监督程度方面都优于传统班课模式。

针对在线学科辅导平台认可度调研结果

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 中国K12培训行业概述及环境

1.1 K12培训行业及属性分析

1.1.1行业定义

1.1.2国民经济依赖性

1.1.3经济类型属性

1.1.4行业周期属性

1.2经济发展环境

1.2.1中国经济发展阶段

1.2.2 2015-2019年中国经济发展情况分析

1.2.3 2015-2019年经济结构调整

1.2.4 2015-2019年国民收入情况分析

1.3政策发展环境

1.3.1 产业振兴规划

1.3.2 产业发展规划

1.3.3 行业标准政策

1.3.4 市场应用政策

1.3.5 财政税收政策

第二章 中国K12培训行业供给现状分析

2.1 K12培训行业总体规模

2.2 K12培训供给概况

2.2.1 2015-2019年供给分析

2.2.2 2020-2025年供给预测分析

2.3 K12培训市场容量概况

2.3.1 2015-2019年市场需求分析

2.3.1 2015-2019年市场容量分析

2.3.2 2020-2025年市场容量预测分析

2.4 K12培训产业的生命周期分析

2.5 K12培训产业供需状况分析

第三章 2015-2019年中国K12培训市场分析

3.1 我国K12培训整体市场规模

3.1.1 总量规模

由于一对一模式一次只能辅导一个学生，口碑建立的速度偏慢，因此规模的扩张并不能给营收带来同等幅度的增加。而且下沉补差市场的一对一模式存在风险，效果可能不如预期，而差生尽管提分空间巨大，但学生本身存在多方面问题，高收费课程也很难保证最终效果，效果不佳学生对口碑的负面效应非常明显。因此通过附加高端服务并且走培优模式是一对一模式盈利的可行道路，如升学规划、志愿辅导等以增加附加服务，提升客单价，与其他培训机构形成差异化。而更具有可操作性的选择是向3-5人的小组模式转型，兼顾了课程参与度与客户群体覆盖度，小组模式下教师同时教授多个学生，人效提升，对优质教师的吸引也更大。从细分市场来看，随着学习阶段的提升，可以看到尽管中考之后只有大约一半初中生能够进入高中学习，但是K12教育参培人数下降数量却不明显，而从小学到高中的课外教育辅导需求其实是一个逐步增加的过程，未来高中生是一对一模式下一个重点开发市场。

2014-2019年K12教育参培学生人数（百万）

而一对一模式下对于教室等硬件设施的利用率也非常低，所以线上一对一线上网课也成为了避免规模不经济的重要手段之一。预计2020年我国K12在线教育市场规模将达到880亿元以上，通过节约租金成本就能将资金投向教材研发与销售费用当中，在标准化研发和本地化教学做得更好，可满足根据不同地区教学内容差异进行本地化定制的需求，亦可满足一定的规模化和可复制性，延长用户平均周期。

2012-2020年我国K12在线教育市场规模

3.1.2增长速度

3.1.3各季度市场状况分析

3.2 K12培训原材料市场分析

3.3 K12培训市场结构分析

3.3.1产品市场结构

3.3.2品牌市场结构

3.3.3区域市场结构

3.3.4渠道市场结构

第四章 中国K12培训市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

4.1竞争格局分析

4.2主力厂商市场竞争力评价

4.2.1产品竞争力

4.2.2价格竞争力

4.2.3渠道竞争力

4.2.4品牌竞争力

第五章 K12培训所属行业竞争绩效分析

5.1 K12培训所属行业总体效益水平分析

5.2 K12培训所属行业产业集中度分析

5.3 K12培训所属行业不同所有制企业绩效分析

5.4 K12培训所属行业不同规模企业绩效分析

5.5 K12培训市场分销体系分析

5.5.1销售渠道模式分析

5.5.2最佳销售渠道选择

第九章 我国K12培训行业重点企业分析

6.1学大教育

6.1.1企业概况

6.1.2企业优势分析

6.1.3产品/服务特色

6.1.4企业经营情况分析

6.1.5企业发展规划

6.2学而思

6.2.1企业概况

6.2.2企业优势分析

6.2.3产品/服务特色

6.2.4企业经营情况分析

6.2.5企业发展规划

6.3新东方

6.3.1企业概况

6.3.2企业优势分析

6.3.3产品/服务特色

6.3.4企业经营情况分析

6.3.5企业发展规划

6.4安博教育

6.4.1企业概况

6.4.2企业优势分析

6.4.3产品/服务特色

6.4.4企业经营情况分析

6.4.5企业发展规划

6.5其他

6.5.1企业概况

6.5.2企业优势分析

6.5.3产品/服务特色

6.5.4企业经营情况分析

6.5.5企业发展规划

第七章 2020-2025年K12培训市场发展前景预测分析

7.1市场发展前景预测分析

7.1.1 2020-2025年经济增长与需求预测分析

7.1.2 2020-2025年行业供给总量预测分析

7.1.3我国中长期市场发展策略预测分析

7.2我国资源配置的前景

7.3中国K12培训行业发展趋势预测分析

7.3.1产品发展趋势预测分析

7.3.2技术发展趋势预测分析

第八章 K12培训行业投资机会分析研究

8.1 2020-2025年K12培训行业主要区域投资机会

8.2 2020-2025年K12培训行业出口市场投资机会

8.3 2020-2025年K12培训行业企业的多元化投资机会

8.4评价

第九章 K12培训产业投资风险

9.1 K12培训行业宏观调控风险

9.2 K12培训行业竞争风险

9.3 K12培训行业供需波动风险

9.4 K12培训行业技术创新风险

9.5 K12培训行业经营管理风险

第十章 我国K12培训行业投融资分析

10.1我国K12培训行业企业所有制情况分析

10.2我国K12培训行业外资进入情况分析

10.3我国K12培训行业合作与并购

10.4我国K12培训行业投资体制分析

10.5我国K12培训行业资本市场融资分析

第十一章 K12培训产业投资策略

11.1产品定位策略

11.1.1市场细分策略

11.1.2目标市场的选择

11.2产品开发策略

11.2.1追求产品质量

11.2.2促进产品多元化发展

11.3渠道销售策略

11.3.1销售模式分类

11.3.2市场投资建议

11.4品牌经营策略

11.4.1不同品牌经营模式

11.4.2如何切入开拓品牌

11.5服务策略

第十二章 K12培训企业制定“十三五”发展战略研究分析

12.1“十三五”发展战略规划的背景意义

12.1.1企业转型升级的需要

12.1.2企业做大做强的需要

12.1.3企业可持续发展需要

12.2“十三五”发展战略规划的制定原则

12.2.1科学性

12.2.2实践性

12.2.3前瞻性

12.2.4创新性

12.2.5全面性

12.2.6动态性

12.3“十三五”发展战略规划的制定依据

12.3.1国家产业政策

12.3.2行业发展规律

12.3.3企业资源与能力

12.3.4可预期的战略定位

第十三章 K12培训行业发展战略研究

13.1 K12培训行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国K12培训品牌战略的思考

13.2.1 K12培训品牌的重要性

13.2.2 K12培训实施品牌战略的意义

13.2.3 K12培训企业品牌的现状分析

13.2.4我国K12培训企业的品牌战略

13.2.5 K12培训品牌战略管理的策略

13.3 K12培训经营策略分析

13.3.1 K12培训市场细分策略

13.3.2 K12培训市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4 K12培训新产品差异化战略

13.4 K12培训行业投资战略研究

13.4.1 K12培训行业投资战略

13.4.2 2020-2025年K12培训行业投资战略

13.4.3 2020-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

14.1 K12培训行业研究结论及建议

14.2 K12培训子行业研究结论及建议

14.3 K12培训行业发展建议（AKLSW）

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表1：K12培训行业生命周期

图表2：K12培训行业产业链结构

图表3：2015-2019年全球K12培训所属行业市场规模

图表4：2015-2019年中国K12培训所属行业市场规模

图表5：2015-2019年K12培训所属行业重要数据比较

图表6：2015-2019年中国K12培训市场占全球份额比较

图表7：2015-2019年K12培训所属行业工业总产值

图表8：2015-2019年K12培训所属行业销售收入

图表9：2015-2019年K12培训所属行业利润总额

图表10：2015-2019年K12培训所属行业资产总计

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/edu/641366.html>