

2017-2022年中国早教行业市场深度调查评估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《2017-2022年中国早教行业市场深度调查评估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/detail/293628.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

2015年全国出生人口为1655万。随着2016年二胎政策全面开放，预计每年将新增250万新生儿。早教线下市场庞大，线上市场增长空间更大。随着二胎政策全面落实，我们预计全国0-3岁儿童人数超过7000万人，按每个家庭年均消费3000元计算，2020年全国在线早教市场整体规模将达到879亿元。

2020年在线早教市场规模预测

类别

2015

2020E

0-3岁儿童数量

5000万

4993万

平均每个家庭早教消费

3000元

-

早教消费平均每年增速

-

0.05

0-3岁儿童市场规模

1500亿元

1912亿元

每年二胎新生儿数量

250万

-

二胎增量市场规模

75亿元

287亿元

早教市场规模

1575亿元

2199亿元

互联网渗透率

20%-40%

20%-40%

在线早教市场规模

315-630亿元

440-879亿元

我国早教支出主要由家庭承担。由于我国义务教育不包含学前教育阶段，国家对此投入较低。因此学前教育的支出主要是由家庭承担，尤其是0-3岁的早教阶段。家庭收入增长促进教育投入。随着中国家庭财富的增长，家长有更充裕的资金供给子女的教育。据国家统计局数据显示，1994-2014年我国居民人均可支配收入增长23%。1995至2013年，人均教育文化娱乐支出增长11.7%。预计到2020年，人均家庭教育文化娱乐支出将达到5000元。

2010-2015年中国居民人均可支配收入

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：

第一章早期教育基本情况介绍 45

第一节早期教育的定义与原则 45

一、早期教育的定义 45

二、早教的黄金时期 45

三、早期教育的原则 46

第二节早期教育其它相关概述 47

一、早期教育的意义 47

二、早期教育必要性 48

三、早期教育的误区 49

四、早教注意的问题 50

第三节全球早期教育相关理念 52

一、蒙台梭利幼儿教育 52

二、多元智力幼儿教育 55

三、瑞吉欧方案教学法 57

四、Waldorf华德福方法 66

第二章2016年国际早期教育市场发展概况 79

第一节全球早期教育发展制度解析 79

一、世界对早教的关注政策 79

二、国外早教服务制度研究 81

三、国外学前教育财政体制	81
四、国外学前教育发展性质	83
五、发达国家幼教改革探析	84
第二节国际早期教育行业发展分析	85
一、国际幼儿教育发展阶段	85
二、全球化幼教的发展特点	86
三、部分国家学前教育特点	87
四、全球社区幼教发展分析	87
五、发达国家早教发展经验	87
第三节全球早期教育思想内容解析	89
一、世界各国早教方式总结	89
二、世界学前教育发展探索	90
三、美国儿童学习标准解读	93
四、国外五个典范幼教方法	100
五、国际幼教全人趋向思潮	102
第四节部分国家早期教育发展分析	104
一、美国早期教育发展分析	104
(一) 美国早期教育简介	104
(二) 美国早期教育内容	106
二、日本早期教育情况探析	107
(一) 日本早教特点分析	107
(二) 日本早期教育思想	110
(三) 日本早教玩具市场	111
三、欧洲早期教育发展情况	112
(一) 德国幼教特点分析	112
(二) 英国幼教案例分析	113
(三) 英国幼教特点分析	117
(四) 英国早教项目分析	124
四、其它国家早教发展分析	126
(一) 韩国早教发展举措	126
(二) 印度早教发展分析	127
(三) 新加坡的早期教育	128
(四) 新西兰的早教理念	129
第五节部分国家早教发展制度分析	130
一、美国早期教育发展情况	130

(一) 美国早期教育发展历程	130
(二) 美国早期教育发展特色	141
(三) 美国早期教育发展类型	146
(四) 美国早期教育管理体制	149
(五) 美国早期教育师资培育	150
(六) 美国早期教育课程设置	153
二、英国早期教育发展情况	155
(一) 英国早期教育发展背景	155
(二) 英国早期教育相关法案	159
(三) 英国早期教育管理体制	160
(四) 英国早期教育教育目标	160
(五) 英国早期教育机构类型	160
(六) 英国早期教育师资培训	161
(七) 英国特殊幼儿教育分析	163
三、意大利早期教育发展情况	164
(一) 意大利早期教育发展简史	164
(二) 意大利早期教育机构分类	165
(三) 意大利早期教育管理体制	165
(四) 意大利早期教育教育目标	165
(五) 意大利早期教育师资培训	165
四、日本早期教育发展情况	166
(一) 日本早期教育发展背景	166
(二) 日本早期教育教育目标	166
(三) 日本早期教育教职人员	169
(四) 日本早期教育发展纲要	173
(五) 早期教育行政法律制度	173
第六节 国际特色早期教育发展综述	177
一、各国幼儿艺术教育比较	177
二、日本游戏教育基本介绍	181
三、美国科学教育发展解析	184
四、奥地利想象幼儿园剖析	191
五、挪威幼儿教育独具一格	192
六、俄罗斯的艺术教育模式	195
七、丹麦的家庭幼儿园分析	196
第三章 2016 年中国早期教育市场发展环境分析	197

第一节2016年宏观经济发展环境 197

- 一、2016年中国GDP增长情况 197
- 二、2016年工业经济发展新形势 199
- 三、2016年全社会固定资产投资 201
- 四、2016年社会消费品零售总额 203
- 2011-2015年我国社会消费品零售总额

五、2016年城乡居民收入与消费 205

六、2016年对外贸易的发展形势 206

第二节中国早教行业政策环境 208

- 一、国内早期教育管理体制 208
- 二、国内早教教育发展政策 221
- 三、国内早教相关法律法规 222
- 四、婴幼儿早教纳入国家视野 225
- 五、早教行业相关资格认证 228

第三节中国教育行业发展环境 230

- 一、中国教育总体发展概况 230
- 二、中国教育机构数量统计 232
- 三、中国教育经费支出统计 233
- 四、中国教育信息发展状况 233
- 五、中国教育事业发展规划 236

第四节中国早教行业社会环境 237

- 一、中国城镇化进程发展分析 237
- 二、中国历次“婴儿潮”分析 240
- 三、2016年中国人口结构分析 244
- 四、2016年中国新生儿人口分析 244

2000-2013年，0-4岁儿童数量有所增加但增幅较小。近二十年，每年我国新生儿数量趋于下降趋势。2005-2015年，从2063.7万人下降至1655万人。2003-2013年，我国人口出生率从19.1%下降至12.1%。2016年二胎政策全面落实有望缓解我国新生儿数量下降的趋势。据国家统计局数据显示，2015年全国出生人口为1655万。随着2016年二胎政策全面开放，预计每年将新增250万新生儿，0-4岁的儿童人口规模和消费市场也将逐渐扩大。

2008-2015年度出生人口数据

五、2016年中国幼儿数量分析 245

六、2016年中国居民教育支出 246

第四章2016年中国早期教育行业市场发展分析 246

第一节中国幼教市场发展分析 246

一、2016年中国幼教发展概况 246

二、2016年中国幼儿机构规模 247

三、2016年中国幼教的普及率 247

四、2016年幼教装备发展状况 248

第二节早期教育行业市场概况 249

一、早期教育市场容量情况 249

二、早教师资市场发展分析 249

三、早教产品市场发展情况 250

四、国内早教培训市场分析 251

五、国内早教市场监管情况 252

第三节早期教育行业发展状况 253

一、国内早教行业发展现状 253

二、国内早教资金投入情况 254

三、农村幼教发展现状分析 255

四、早教行业市场发展格局 258

五、早期教育市场人群分析 259

第四节国内早教行业发展问题 261

一、国内早教教育消费盲目 261

二、国外早教政策研究误区 262

三、幼教发展水平有待提高 267

四、早教机构发展中的问题 268

五、早教行业市场发展瓶颈 269

第五节早期教育模式发展分析 270

一、国外早教模式综合分析 270

二、早期教育创新模式分析 271

三、早期教育细分模式实例 272

四、早期市场模式选择分析 272

五、早教企业经营模式探析 273

（一）东方爱婴经营模式 273

（二）红黄蓝的经营模式 274

第六节中国早教市场课程分析 274

一、早教课程宣传意义分析 274

二、课程理念表述特点分析	275
三、早教课程目标特点分析	276
四、早教课程设置特点分析	278
五、早教机构介入幼教课程	279
(一) 早教介入幼儿课程背景	279
(二) 早教介入幼儿课程原因	280
(三) 早教介入幼儿课程影响	282
(四) 早教介入幼儿课程对策	283
第七节国内社区早教市场分析	285
一、社区时代早教市场分析	285
二、社区发展早教优势分析	286
三、社区发展早教劣势分析	286
四、社区早教免费影响分析	287
五、社区早教发展模式情况	287
第八节早教行业市场发展态势	288
一、早教机构存在的必要性	288
二、国内早期教育研究状况	288
三、国内早教行业发展阶段	289
四、学前教育国家化的思考	289
五、国内早教市场发展动态	290
六、早教行业市场发展走势	291
第九节早期教育市场发展策略	291
一、早教行业市场开发发展	291
二、农村幼教改进措施建议	292
三、早教机构健康发展策略	295
四、城市早教发展思考建议	299
五、儿童早期教育规划设想	300
第十节网络--早教业发展重点	304
第五章2016年中国民办早期教育市场发展分析	306
第一节民办幼儿教育行业概述	306
一、民办幼儿教育类型分析	306
二、民办幼儿教育基本性质	306
三、民办幼儿教育特点分析	307
四、民办学前教育发展地位	308
第二节国内民办早教市场分析	309

一、2016年民办幼教的规模	309
二、民办学前教育区域分析	310
三、民办学前教育竞争优势	310
四、民办幼教产业面临瓶颈	311
第三节民办早教发行业展分析	312
一、民办幼儿教育发展历程	312
二、民办幼教发展的必然性	313
三、民办幼教快速发展原因	314
四、民办幼儿教育发展对策	314
第四节农村民办幼教发展分析	315
一、民办幼儿教育存在问题	315
二、农村民办幼教生存现况	317
三、阻碍农村幼教发展原因	318
四、农村民办学前教育思考	319
五、农村幼教快速发展对策	321
第五节西部民办幼教发展探讨	322
一、西部民办教育发展状况	322
二、西部民办幼教发展现状	322
三、西部发展幼教意义重大	323
四、西部民办幼教发展政策	324
第六节民办早教行业发展态势	325
一、民办幼教的公益性思考	325
二、推动学前教育健康发展	325
三、民办早教纳入规划思考	326
四、国内政策利好民办早教	327
五、国内高校拟办幼教专业	328
第六章2016年中国早期教育细分市场发展分析	329
第一节潜能开发教育	329
一、潜能开发教育概述	329
二、潜能开发教育效用	329
三、潜能开发教育方案	331
四、潜能开发教育受捧	331
五、潜能开发市场概况	332
六、潜能开发市场投资	332
第二节少儿英语培训	333

一、少儿英语培训概述 333

二、少儿英语教学模式 333

三、少儿英语教学特色 334

四、少儿英语培训理念 334

五、少儿英语经营方式 334

六、少儿英语市场概况 335

七、少儿英语培训投资 335

第三节早期阅读教育 335

一、早期阅读教育概述 335

二、早期阅读教育原则 336

三、早期阅读课程内容 336

四、早期阅读课程实施 337

五、早期阅读提高智力 338

六、早期阅读市场概况 338

七、早期阅读教育投资 339

第四节早期艺术教育 340

一、艺术教育相关概述 340

二、艺术教育作用分析 340

三、艺术教育遵循原则 340

四、艺术教育目标分析 341

五、艺术教育实施方法 341

六、艺术渗透式教育 342

七、艺术教育市场概况 342

八、艺术教育市场投资 343

第五节早期科学教育 343

一、科学教育相关概述 343

二、科学教育基本特性 343

三、科学教育遵循原则 344

四、科学教育实施方法 344

五、科学教育培养重点 345

六、科学教育市场概况 345

七、科学教育市场投资 346

第六节早期心理教育 349

一、心理教育相关概述 349

二、心理教育意义分析 349

- 三、心理教育课程分析 349
- 四、心理教育实施方法 351
- 五、心理教育市场概况 351
- 六、心理教育市场投资 353
- 第七节早期亲子教育 354
 - 一、亲子教育概述 354
 - 二、亲子教育主要特点 354
 - 三、亲子教育课程分析 357
 - 四、亲子教育实施步骤 359
 - 五、亲子教育市场概况 360
 - 六、亲子教育市场投资 361
- 第八节早期厨房教育 361
 - 一、各国厨房教育现状 361
 - 二、厨房教育相关好处 362
 - 三、厨房教育学习知识 364
 - 四、厨房教育注意事项 365
 - 五、厨房里的蒙氏教育 366
 - 六、厨房教育市场概况 367
- 第九节早教产业链市场 368
- 第七章2016年中国早期教育区域市场发展分析 372
 - 第一节北京早教市场发展分析 372
 - 一、北京早期教育发展环境 372
 - (一) 经济发展分析 372
 - (二) 居民收入情况 372
 - (三) 人口结构情况 372
 - (四) 居民消费情况 373
 - 二、北京早期教育发展政策 373
 - 三、北京早教行业收费情况 374
 - 四、北京早期教育投入情况 375
 - 五、北京早期教育发展状况 375
 - 六、北京早期教育投资分析 376
 - 第二节上海早教市场发展分析 377
 - 一、上海早期教育发展环境 377
 - (一) 经济发展分析 377
 - (二) 居民收入情况 377

(三) 人口结构情况	378
(四) 居民消费情况	378
二、上海早期教育发展政策	378
三、上海早教行业收费情况	379
四、上海早期教育投入情况	380
五、上海早期教育发展状况	381
六、上海早期教育投资分析	382
第三节广东早教市场发展分析	382
一、广东早期教育发展环境	382
(一) 经济发展分析	382
(二) 居民收入情况	383
(三) 人口结构情况	384
(四) 居民消费情况	384
二、广东早期教育发展政策	385
三、广东早教行业收费情况	385
四、广东早期教育投入情况	388
五、广东早期教育发展状况	388
六、广东早期教育投资分析	388
第四节江苏早教市场发展分析	389
一、江苏早期教育发展环境	389
(一) 经济发展分析	389
(二) 居民收入情况	390
(三) 人口结构情况	391
(四) 居民消费情况	391
二、江苏早期教育发展政策	391
三、江苏早教行业收费情况	393
四、江苏早期教育投入情况	394
五、江苏早期教育发展状况	394
六、江苏早期教育投资分析	395
第五节浙江早教市场发展分析	395
一、浙江早期教育发展环境	395
(一) 经济发展分析	395
(二) 居民收入情况	395
(三) 人口结构情况	396
(四) 居民消费情况	396

二、浙江早期教育发展政策	396
三、浙江早教行业收费情况	399
四、浙江早期教育投入情况	399
五、浙江早期教育发展状况	400
六、浙江早期教育投资分析	400
第六节山东早教市场发展分析	401
一、山东早期教育发展环境	401
（一）经济发展分析	401
（二）居民收入情况	402
（三）人口结构情况	402
（四）居民消费情况	402
二、山东早期教育发展政策	402
三、山东早教行业收费情况	409
四、山东早期教育投入情况	410
五、山东早期教育发展状况	410
六、山东早期教育投资分析	411
第七节福建早教市场发展分析	411
一、福建早期教育发展环境	411
（一）经济发展分析	411
（二）居民收入情况	411
（三）人口结构情况	412
（四）居民消费情况	412
二、福建早期教育发展政策	412
三、福建早教行业收费情况	416
四、福建早期教育投入情况	420
五、福建早期教育发展状况	421
六、福建早期教育投资分析	421
第八节河南早教市场发展分析	422
一、河南早期教育发展环境	422
（一）经济发展分析	422
（二）居民收入情况	422
（三）人口结构情况	422
（四）居民消费情况	423
二、河南早期教育发展政策	423
三、河南早教行业收费情况	423

四、河南早期教育投入情况	424
五、河南早期教育发展状况	424
六、河南早期教育投资分析	425
第九节四川早教市场发展分析	425
一、四川早期教育发展环境	425
（一）经济发展分析	425
（二）居民收入情况	426
（三）人口结构情况	427
（四）居民消费情况	427
二、四川早期教育发展政策	428
三、四川早教行业收费情况	429
四、四川早期教育投入情况	430
五、四川早期教育发展状况	431
六、四川早期教育投资分析	431
第八章2016年中国早期教育行业市场竞争分析	432
第一节早教的核心竞争力解析	432
一、核心竞争力的界定情况	432
二、幼儿园竞争力因素分析	432
三、幼儿园核心竞争力特点	433
四、透视幼儿园服务的不足	438
五、国内幼教装备竞争水平	440
第二节早教市场竞争态势分析	446
一、国内早教市场竞争概况	446
二、教师形象决定早教成败	448
三、课程品牌是竞争力关键	450
四、早教教育研究促进发展	454
五、早教凸显应试教育竞争	456
六、早期教育反映竞争起点	457
第三节早教市场竞争格局分析	458
一、新爱婴--行业的星巴克	458
二、红黄蓝打造产业链竞争	460
三、台湾幼教竞争大陆早教	461
四、美吉姆高端早教领导者	462
五、早教业品牌市场集中度	463
第四节早教行业进入品牌时代	465

- 一、民众品牌意识逐渐提高 465
- 二、美式早期教育的本土化 466
- 三、澳洲早期教育高端发展 471
- 四、爱婴积极开发家长市场 474
- 五、红黄蓝--亲子园+幼儿园 475
- 六、创艺宝贝推进艺术早教 476
- 七、瑞思主攻少儿英语教育 476
- 第五节早教机构提升竞争力策略 478
 - 一、构建幼儿园核心竞争力 478
 - 二、提升幼儿园竞争力策略 481
 - 三、强势幼教品牌塑造攻略 484
- 第九章2016年中国早期教育行业经营管理分析 486
 - 第一节早期教育管理相关概述 486
 - 一、教育管理理论应用分析 486
 - 二、早教机构职权管理结构 486
 - 三、幼教集团弱化层级管理 489
 - 四、早期教育的女性管理风格 490
 - 五、中央厨房式早教管理分析 491
 - 第二节早期教育市场经营分析 494
 - 一、市场环境下幼儿园经营 494
 - 二、各类型幼儿园收支情况 496
 - (一) 自收自支型收支情况 496
 - (二) 差额拨款型收支情况 498
 - (三) 小区民办型收支情况 498
 - 三、幼儿园的四大经营要素 498
 - 四、经营早教项目注意事项 505
 - 五、早教创新经营的必要性 506
 - 第三节早教科学管理体系探析 508
 - 一、建立良好的教师聘任制 508
 - 二、建立科学的岗位考核制 509
 - 三、适应市场经济的工资制 509
 - 四、幼教管理模式亟待社区化 509
 - 第四节早期教育资源开发利用 512
 - 一、园内资源的开发与利用 512
 - 二、家庭资源的开发与利用 514

三、社会资源的开发与利用	514
四、各种教育资源整合运用	515
第五节民办幼儿园特色化经营	515
一、特色幼儿园经营类型分析	515
二、民办幼儿园经营特色发展	522
三、民办特色幼儿园定位分析	522
四、民办特色幼儿园文化分析	523
五、民办特色幼儿园发展问题	523
六、民办特色幼儿园经营管理	525
第六节早教市场营销策略分析	536
一、早教的全方位营销策略	536
（一）以市场为导向	536
（二）重视教师载体	537
（三）适度个性服务	537
（四）自我成果展示	537
（五）早期教育承诺	538
（六）教学体验活动	539
二、早教服务市场创新策略	540
（一）营销观念创新	540
（二）产品品牌创新	541
（三）营销人才创新	541
（四）营销方法创新	542
三、早教市场公益营销探析	543
四、早教市场集群经营策略	545
五、早期教育市场营销动态	545
第十章2016年中国早期教育行业市场调查研究	547
第一节中国早教服务市场满意评价	547
一、早教服务市场满意指标	547
二、早教市场满意影响因素	548
三、早教市场满意评价分析	550
四、提高早教满意水平建议	551
第二节中国早期教育市场调研分析	552
一、影响早教消费环境评价	552
二、早教行业品牌信誉关注	553
三、早教市场消费行为偏好	554

第三节早教特色幼儿园市场调研 560

一、早教行业父母心态剖析 560

二、早教行业特色教育解析 561

三、早教业优质幼儿园标准 562

第十一章2016年中国早期教育市场重点企业分析 564

第一节国外早期教育企业分析 564

一、英国培生教育集团 564

（一）企业基本情况介绍 564

（二）企业营业规模分析 564

（三）集团业务范围分析 564

（四）集团教学内容分析 565

（五）集团师资力量分析 566

（六）企业早期教育分析 568

（七）企业发展战略分析 569

（八）企业综合竞争力分析 570

二、瑞典英孚教育集团 571

（一）企业基本情况介绍 571

（二）企业营业规模分析 571

（三）企业业务范围分析 571

（四）集团教学内容分析 572

（五）集团师资力量分析 573

（六）企业早期教育分析 573

（七）企业发展战略分析 575

（八）企业综合竞争力分析 575

三、美国吉的堡教育集团 576

（一）企业基本情况介绍 576

（二）企业营业规模分析 576

（三）企业业务范围分析 576

（四）集团教学内容分析 576

（五）集团师资力量分析 576

（六）企业早期教育分析 577

（七）企业综合竞争力分析 577

四、美国金宝贝早期教育 578

（一）企业基本情况介绍 578

（二）企业竞争优势分析 578

(三) 早期教育课程分析 578

(四) 早期教育网点布局 579

(五) 早期教育运作模式 579

五、MyGym美吉姆早教 579

(一) 企业基本情况介绍 579

(二) 早期教育课程分析 580

(三) 早期教育网点情况 582

(四) 企业竞争优势分析 582

(五) 早期教育运作分析 583

六、亲亲袋鼠培育中心 583

(一) 企业基本情况介绍 583

(二) 早期教育课程分析 583

(三) 早期教育网点情况 584

(四) 早期教育运作分析 585

七、ICC卓能国际儿童会 585

(一) 企业基本情况介绍 585

(二) 早期教育课程分析 585

(三) 早期教育网点情况 586

(四) 早期教育运作分析 586

第二节国内早期教育企业分析 587

一、东方爱婴早期教育 587

(一) 企业基本情况介绍 587

(一) 企业偿债能力分析 587

(二) 企业运营能力分析 589

(三) 企业盈利能力分析 592

(二) 东方爱婴教学目标 593

(三) 东方爱婴的价值观 593

(四) 东方爱婴课程体系 594

(五) 早期教育网点布局 595

(六) 早期教育运作模式 596

二、红黄蓝教育机构 596

(一) 企业基本情况介绍 596

(一) 企业偿债能力分析 596

(二) 企业运营能力分析 598

(三) 企业盈利能力分析 601

（二）企业发展历程简况	602
（三）早期教育课程分析	603
（四）企业竞争优势分析	605
（五）早期教育网点布局	605
（六）早期教育运作模式	605
（七）机构战略投资分析	606
三、启稚摇篮早教中心	606
（一）企业基本情况介绍	606
（一）企业偿债能力分析	607
（二）企业运营能力分析	609
（三）企业盈利能力分析	611
（二）早期教育课程分析	612
（三）早期教育网点情况	613
（四）早期教育运作分析	613
四、金色摇篮潜能教育	613
（一）企业基本情况介绍	613
（一）企业偿债能力分析	614
（二）企业运营能力分析	616
（三）企业盈利能力分析	618
（二）企业发展历程概述	619
（三）金色摇篮教育体系	620
（四）早期教育课程分析	620
（五）早期教育网点布局	620
（六）早期教育运作模式	621
五、红缨教育	621
（一）企业基本情况介绍	621
（一）企业偿债能力分析	622
（二）企业运营能力分析	624
（三）企业盈利能力分析	626
（二）亲子课程运作特色	627
（三）早期教育网点布局	628
（四）早期教育运作模式	629
（五）企业扩张发展动态	629
六、南方贝贝早期教育	629
（一）企业基本情况介绍	629

- (一) 企业偿债能力分析 629
- (二) 企业运营能力分析 631
- (三) 企业盈利能力分析 634
- (二) 企业早期教育课程 635
- (三) 早期教育网点布局 636
- (四) 早期教育竞争优势 636
- (五) 早期教育运作模式 636
- 七、小哈津幼教 637
 - (一) 企业基本情况介绍 637
 - (一) 企业偿债能力分析 637
 - (二) 企业运营能力分析 639
 - (三) 企业盈利能力分析 642
 - (二) 早期教育课程介绍 643
 - (三) 早期教育网点布局 643
 - (四) 早期教育运作模式 644
- 八、巨人教育 644
 - (一) 企业基本情况介绍 644
 - (一) 企业偿债能力分析 645
 - (二) 企业运营能力分析 647
 - (三) 企业盈利能力分析 649
 - (二) 巨人教育教学特色 650
 - (三) 巨人幼教五大理念 651
 - (四) 巨人教育经营思路 654
- 九、天线宝宝 654
 - (一) 企业基本情况介绍 654
 - (一) 企业偿债能力分析 655
 - (二) 企业运营能力分析 657
 - (三) 企业盈利能力分析 660
 - (二) 早期教育课程分析 661
 - (三) 早期教育网点情况 662
 - (四) 早期教育运作分析 662
- 十、龆牙兔 662
 - (一) 企业基本情况介绍 662
 - (一) 企业偿债能力分析 663
 - (二) 企业运营能力分析 665

- (三) 企业盈利能力分析 667
- (二) 早期教育课程分析 668
- (三) 早期教育网点情况 669
- (四) 早期教育运作分析 670
- 十一、天才宝贝 671
 - (一) 企业基本情况介绍 671
 - (一) 企业偿债能力分析 671
 - (二) 企业运营能力分析 673
 - (三) 企业盈利能力分析 676
 - (二) 早期教育课程分析 677
 - (三) 早期教育网点情况 677
 - (四) 早期教育运作分析 678
- 第三节少儿英语培训企业分析 678
 - 一、英国夏恩英语学院 678
 - (一) 企业基本情况介绍 678
 - (二) 企业业务范围分析 679
 - (三) 学院教学内容分析 679
 - (四) 学院师资力量分析 679
 - (五) 学院综合竞争力分析 679
 - 二、美国贝立兹英语培训中心 680
 - (一) 企业基本情况介绍 680
 - (二) 培训中心营业规模 680
 - (三) 培训中心业务范围 680
 - (四) 企业教学内容分析 681
 - (五) 培训中心师资力量 682
 - (六) 培训中心市场策略 683
 - (七) 培训中心发展战略 684
 - (八) 培训中心竞争力分析 684
 - 三、美国HM集团瑞思学科英语 684
 - (一) 企业基本情况介绍 684
 - (二) 企业营业规模分析 685
 - (三) 企业业务范围分析 685
 - (四) 企业教学内容分析 685
 - (五) 企业师资力量分析 685
 - (六) 企业市场策略分析 685

(七) 企业发展战略分析 686

(八) 企业综合竞争力分析 686

四、新东方POP英语 686

(一) 企业基本情况介绍 686

(二) 企业营业规模分析 686

(三) 企业市场策略分析 687

(四) 企业综合竞争力分析 687

(五) 企业发展战略分析 688

五、交大昂立少儿英语 688

(一) 企业基本情况介绍 688

(二) 企业营业规模分析 690

(三) 企业市场策略分析 690

(四) 企业综合竞争力分析 690

(五) 企业发展战略分析 691

六、盖伦少儿英语 691

(一) 企业基本情况介绍 691

(二) 企业业务范围分析 691

(三) 企业营业规模分析 692

(四) 企业市场策略分析 692

(五) 企业发展战略分析 692

(六) 企业综合竞争力分析 693

七、乐宁教育少儿英语 693

(一) 企业基本情况介绍 693

(二) 企业教学内容分析 693

(三) 企业师资力量分析 695

(四) 企业综合竞争力分析 695

八、新贝青少儿英语中心 695

(一) 企业基本情况介绍 695

(二) 企业营业规模分析 695

(三) 企业教学内容分析 696

(四) 企业师资力量分析 696

(五) 企业综合竞争力分析 697

九、清华少儿英语 697

(一) 企业基本情况介绍 697

(二) 企业营业规模分析 698

(三) 企业业务范围分析	698
(四) 企业教学内容分析	699
(五) 企业师资力量分析	699
(六) 企业发展战略分析	700
(七) 企业综合竞争力分析	700
十、沃尔得少儿英语	700
(一) 企业基本情况介绍	700
(二) 企业营业规模分析	701
(三) 企业业务范围分析	701
(四) 企业教学内容分析	702
(五) 企业师资力量分析	703
(六) 企业市场策略分析	703
(七) 企业发展战略分析	703
(八) 企业综合竞争力分析	704
第十二章2017-2022年中国早教行业市场发展预测	704
第一节2017-2022年中国早教市场发展趋势分析	704
一、早期教育课程改革趋势分析	704
二、早期教育一体化的趋势发展	705
三、师资将成早教发展关键因素	706
四、民办早期教育市场发展趋势	707
五、国内外资早教品牌渐趋重要	707
第二节2017-2022年中国早教市场发展前景分析	713
一、中国早教市场发展潜力分析	713
二、中国早教市场发展前景分析	715
三、国内早教产品市场前景广阔	716
四、国内民办早教发展前景分析	717
第三节2017-2022年中国幼儿教育行业前景预测	718
一、全国幼儿规模预测	718
二、中国幼儿园人数预测	718
三、幼儿教育装备市场规模预测	719
四、国内早期教育市场规模预测	720
第十三章2017-2022年中国早教行业市场投资分析	722
第一节2017-2022年中国早教市场投资前景分析	722
一、中国居民早教消费投资环境	722
二、中国居民早教消费投资趋势	723

三、中国早教市场投资前景分析 723

四、中国早教市场投资驱动因素 724

第二节2017-2022年中国早教市场投资特性分析 725

一、国内早期教育行业投资门槛 725

二、国内早教市场投资注意事项 726

三、早教加盟投资赢利情况分析 727

四、早期教育行业投资模式分析 728

第三节2017-2022年中国早教市场投资风险分析 730

一、宏观政策风险 730

二、企业财务风险 730

三、品牌风险分析 730

四、教学质量风险 730

五、机构扩张风险 731

六、其他风险分析 731

第四节2017-2022年中国早教市场投资策略分析 731 部分图表目录：

图表 1 美国2010年度联邦、州和地方三级政府财政 82

图表 2 世界主要地区教育投入 83

图表 3 2011年 季度—2016年2季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 197

图表 4 2011年—2016年工业增加值月度同比增长率(%) 199

图表 5 2011年—2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 201

图表 6 2011年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 203

图表 7 2011-2016年全国居民人均可支配收入及其增长率 205

图表 8 2011年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 206

图表 9 2016年年末人口数及其构成 244

图表 10 1999年-2014年我国幼儿园在园人数增长趋势 245

图表 11 对早教培训市场的评价 250

图表 12 对早教培训市场的评价孩子年龄差异 250

图表 13 对早教培训市场的评价家庭收入差异 251

图表 14 对早教培训市场的评价城市规模差异 251

图表 15 早期教育目的 260

图表 16 早期教育目的孩子年龄差异 260

图表 17 早期教育目的家庭收入差异 261

图表 18 早期教育目的城市规模差异 261

图表 19 幼儿园规模持续增长 309

图表 20 “十二五”期间浙江省教育事业主要预期指标 398

图表 21 早教服务市场顾客满意度指标体系 547

图表 22 早教服务市场顾客满意度影响因素重要性排序表 549

图表 23 针对30位消费者对该早教机构各项满意度指标进行评分，统计结果如下： 550

图表 24 早期教育目的 554

图表 25 早期教育目的孩子年龄差异 555

图表 26 早期教育目的家庭收入差异 555

图表 27 早期教育目的城市规模差异 555

图表 28 选择早教培训机构考虑因素 556

图表 29 选择早教培训机构考虑因素孩子年龄差异 556

图表 30 选择早教培训机构考虑因素家庭收入差异

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/293628.html>