

2012-2016年中国幼儿教育行业深度调研与投资前景分析研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国幼儿教育行业深度调研与投资前景分析研究报告》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/103861.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

从全球范围看，早期教育经济发展迅速，有市场投资专家预计今后5到10年内，婴幼儿早期教育的经济收入将以7%至8%的速度增长。未来十年时间，将是国内早教市场发展的黄金时期。幼教市场正面临爆炸式的发展机会，在蕴藏着无限商机的市场背后不乏“暴利”行为。

幼儿早期教育是家长的需要：年轻的父母们虽然能够深刻地体悟到“孩子决不能输在起跑线上”，但是，70%的家长面对“如何面对孩子进行因材施教、开发其潜在能力”的问题时都坦然承认自己煞费苦心却仍找不到正确答案。社会竞争的激烈、家庭收入的增长、家长对婴幼儿科学教育意识的觉醒……每一根属于这个时代的纤维交织成了一个“旭日东升”的幼儿市场，有对幼儿有用的产品就有巨大的家庭需求。

放眼全国，从第五次人口普查发布的统计公告来看，中国大陆0-3岁的婴幼儿共计7000万，其中城市0-3岁的婴幼儿数量为1090万。根据关于城市儿童消费的最新调查，每个幼儿家庭为孩子教育投资平均每年超过3000元。换句话说，每年在那些呱呱哭叫的婴幼儿的小手中，足足攥着300个亿的“真金白银”。对于一个嗅觉敏锐的投资者来说，这意味着两个字——商机！

目前，国内婴幼儿早期教育市场正处于起步阶段。由于发展尚待完善，同时竞争者较少，因此利润十分丰厚。该市场正在成为教育产业中，一块极具潜力及广阔前景的新天地。

尤其随着社会发展和高新技术在各个行业的渗透，婴幼儿智力开发及早期教育产业必将更为飞速地发展。而巨大的市场需求，也会促使商家推出更多形式的产品，以满足大众的需要。届时，婴幼儿教育产业将会有力带动一个地区教育和经济的双向发展，成为教育领域内一道亮丽的风景线。

幼儿培训，黄金产业！300亿元的市场空间，行业年增长率超过300%，行业平均利润率超过300%，这就是被人誉为21世纪黄金产业——幼儿培训。

据中国人口统计年鉴的资料表明：中国0至3岁的婴幼儿共计7000万人，其中城市0至3岁的婴幼儿数量为1090万人。以北京市为例，月收入在1500元的家庭孩子月消费额为532元，月收入达到5000元的家庭每月用于孩子的消费额则是1135元。如果按每个孩子月消费额的30%用于教育消费计算，早教市场的前景高达数百亿元。正是看好这种巨大的市场需求和发展空间，以金宝贝为代表的洋品牌和以东方爱婴、红黄蓝等为代表的本土早教机构纷纷抢占中国市场

幼教市场盈利的关键点和投资者介入这个行业早晚没有关系。关键在于培训机构掌握的客户资源数量。以上海市进行感觉统合课程培训为例，当参加培训的幼儿数量超过了500人（大致相当于2~3所幼儿园），当年就可收回投资。如果幼儿人数超过了1000人，年回报最低可以保持在30万元上下。如果幼儿数量超过了2000人，年回报将会超过50万元。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国幼儿教育行业深度调研与投资前景分析报告》共九章。依据国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、国际组织、行业协会、艾

凯数据研究中心等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到幼儿教育市场的发展动态竞争格局等信息。对我国幼儿教育市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举幼儿教育市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了幼儿教育市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

第一章 2011-2012年国际幼儿教育行业营运局势分析

第一节 国际幼儿教育业的基本概况

- 一、国际幼儿教育机构类型多样
- 二、国际幼儿教育课程模式繁杂
- 三、国际幼儿教育师资培训方式多样

第二节 国际幼儿教育课程的改革与发展

- 一、21世纪国际幼儿教育面临巨大挑战
- 二、主要发达国家幼儿教育课程改革的进程
- 三、国际幼儿教育课程改革的主流趋向
- 四、发达国家幼儿教育课程改革的鲜明特色

第三节 国际幼儿教育的全人趋向解析

- 一、全人教育思潮的产生与扩张
- 二、全人发展的幼儿教育目标与内容阐述
- 三、全人发展的幼儿教育实现途径探究

第四节 2011-2012年世界部分地区幼儿教育发展状况分析

- 一、美国
- 二、德国
- 三、法国
- 四、苏格兰
- 五、韩国

第五节 2011-2012年国际特色幼儿教育发展综述

- 一、日本的游戏教育分析
- 二、美国的科学教育解析
- 三、奥地利的想象幼儿园剖析
- 四、挪威的幼儿园教育独具一格
- 五、俄罗斯的家庭艺术教育模式透析
- 六、丹麦的家庭幼儿园分析

第二章 2011-2012年中国幼儿教育行业运行态势分析

第一节 中国幼儿教育的基本状况

- 一、幼儿教育的总体规模
- 二、幼儿教育的普及水平
- 三、幼儿园独立设置情况
- 四、民办幼儿教育的规模分析

第二节 2011-2012年中国幼儿教育行业发展局势分析

- 一、推动幼儿教育发展的重要意义
- 二、我国幼教行业发展的主要特征
- 三、我国学前教育呈现民营化趋向
- 四、幼儿教育领域热点事件
- 五、2011-2012年委员建议幼儿教育应纳入义务教育

第三节 2011-2012年中国幼儿教育事业的供需问题探究

- 一、对幼儿教育进行经济学分析的必要性
- 二、对幼儿教育进行经济学分析的结论
- 三、中国幼儿教育的供给状况及问题透析
- 四、探索适合我国幼儿教育发展的供给模式

第四节 2011-2012年中国特色幼儿教育行业的发展现况分析

- 一、特色幼儿教育的基本内涵
- 二、国内特色幼儿教育存在的问题
- 三、促进特色幼儿教育发展的对策
- 四、从六个方面着手构建特色化幼儿园
- 五、幼儿教育需要创新思维

第五节 2011-2012年中国幼儿教育发展存在的问题分析

- 一、我国幼儿教育发展的难题及原因
- 二、幼儿教育面临的十大困惑
- 三、中国幼儿教育发展的深层次隐患
- 四、我国幼儿教育的公益性问题值得审视

第六节 2011-2012年中国幼儿教育发展的对策分析

- 一、幼儿教育亟需深化改革走向市场化
- 二、我国幼儿教育中长期发展的建议
- 三、创建具有民族特色的学前教育体系
- 四、普通家庭幼儿教育的保障措施
- 五、幼儿教育市场化中政府监管不可忽视

第三章 2011-2012年中国幼儿教育市场运营格局分析

第一节 幼儿早教、培训消费市场状况

一、消费环境评价

二、品牌信誉度

三、消费行为偏好

第二节 消费者特色幼儿园的选择

一、父母心态剖析

二、择园要点解析

三、优质幼儿园的评判标准

第三节 北京地区幼儿教育市场综述

一、早教理念的认同程度透析

二、消费需求及特征

三、早教机构分析

第四节 其他地区幼儿教育市场概况

一、江苏幼儿教育发展水平逐步提高

二、广东幼儿教育市场混乱亟待规范

三、2012年宁夏幼儿教育发展框架

四、上海幼儿早教市场发展前景光明

第四章 2011-2012年中国特色幼儿教育细分领域分析

第一节 潜能开发教育

一、潜能开发教育的内涵

二、儿童潜能开发教育的意义

三、教师是幼儿潜能开发的主导力量

四、灵活运用“相似性原理”开发幼儿潜能

第二节 亲子教育

一、亲子教育的概念介绍

二、亲子教育在我国的发展情况

三、亲子教育在中国受到广泛关注

四、我国幼儿亲子教育发展的阻碍因素

五、亲子教育产业发展前景及风险分析

第三节 幼儿心理教育

一、幼儿心理健康的主要影响因素透析

二、幼儿心理健康教育模式的剖析与具体操作

三、应有针对性地消除幼儿不良心理

四、幼儿心理教育课程的设计与构建

五、幼儿心理健康教育的实施策略

第四节 早期阅读教育

- 一、家庭早期阅读教育存在六大误区
- 二、早期阅读教育面临的通病
- 三、早期阅读教育的起点应从分享开始
- 四、早期阅读教育的有效实施建议
- 五、中国早期阅读教育的改革趋势透析

第五节 双语教育

- 一、双语教育的理论探讨
- 二、我国初步具备推广幼儿双语教育的条件
- 三、学前双语教育面临的现实挑战
- 四、改进学前双语教育的对策
- 五、实施幼儿双语教育应关注的问题

第六节 幼儿艺术教育

- 一、推广幼儿艺术教育的重要意义
- 二、幼儿园艺术教育面临的三大误区
- 三、幼儿艺术教育面临的问题及原因
- 四、幼儿艺术教育的实施途径探析
- 五、引导幼儿艺术教育健康发展的策略

第五章 2011-2012年中国民办幼儿教育行业发展形势分析

第一节 民办幼儿教育的基本概述

- 一、民办幼儿教育的三种类别
- 二、民办幼儿教育的基本性质
- 三、民办幼儿教育的四大特点

第二节 2011-2012年中国民办幼儿教育行业发展概述

- 一、我国民办幼儿教育的兴起与扩张
- 二、民办逐渐成为幼儿教育主导力量
- 三、中国民办幼儿教育发展成就与经验总结
- 四、民办幼儿教育产业面临的瓶颈
- 五、中国民办幼儿教育存在的主要不足
- 六、我国民办教育发展的出路选择

第三节 2011-2012年中国农村民办幼儿教育市场概览

- 一、农村民办幼儿教育的生存现况
- 二、阻碍农村幼儿教育健康发展的因素
- 三、促进农村幼儿教育快速发展的对策

第四节 2011-2012年中国西部欠发达地区民办幼儿教育发展探讨

- 一、西部欠发达地区民办幼儿教育发展简况及问题

二、西部欠发达地区发展民办幼儿教育的必要性

三、部欠发达地区民办幼儿教育发展的若干意见

第六章 2011-2012年国内外重点幼教企业经营动态分析

第一节 美国蒙台梭利集团

一、企业简介

二、蒙氏教育与传统教育的差异分析

三、蒙台梭利幼儿数学教育的特点透析

四、蒙台梭利感官教育体系剖析

五、蒙台梭利教育在中国的普及状况

第二节 巨人教育集团

一、企业简介

二、巨人教育的教学特色浅析

三、巨人幼教演绎五大新理念

四、巨人教育的经营思路分析

第三节 东方爱婴早期教育机构

一、企业简介

二、东方爱婴的教学成果阐述

三、东方爱婴的早教价值观透析

四、东方爱婴的课程体系评估

第四节 红黄蓝教育机构

一、企业简介

二、红黄蓝成功的品牌推广策略

三、红黄蓝获取大规模战略投资

第五节 金色摇篮潜能教育机构

一、企业简介

二、金色摇篮的课程体系简述

三、金色摇篮的成长模式解析

第六节 红缨教育集团

一、企业简介

二、红缨亲子教育的课程特色分析

三、缨连锁幼儿园扩张动态

第七节 其他企业简介

一、美国金宝贝早期教育中心

二、亲亲袋鼠婴幼儿培育中心

三、南方贝贝早期教育机构

四、启稚摇篮早教中心

五、小哈津幼教连锁机构

第七章 2011-2012年中国幼教市场的竞争与营销分析

第一节 2011-2012年中国幼儿园的核心竞争力解析

一、核心竞争力的界定

二、幼儿园核心竞争力的可变特性剖析

三、应正确看待幼儿园的核心竞争力

第二节 2011-2012年中国幼儿园竞争的焦点分析

一、从家长择园依据分析幼儿园竞争的基点

二、以家长需求为导向透视幼儿园的不足

三、综合分析幼儿园的竞争策略

第三节 2011-2012年中国强势幼教品牌的塑造攻略

一、引领先进的教育理念

二、倡导鲜明的园本特色

三、与时俱进更新幼教服务观

第四节 2011-2012年中国幼儿园的全方位营销策略探讨

一、以市场为导向

二、重视教师载体

三、适度的个性化服务

四、幼儿园的自我展示

五、幼儿园的承诺

六、体验活动

第八章 2011-2012年中国幼儿园的经营管理分析

第一节 幼儿园管理的深层次分析

一、教育管理理论的应用

二、市场环境下幼儿园的管理

三、幼儿园管理的结构与层次剖析

四、教育机构管理的女性风格透析

五、管理者的素质与管理者的权力来源

第二节 幼儿园的四大经营要素

一、目标经营

二、人才经营

三、信息经营

四、资源经营

第三节 幼儿园的科学化管理体系探析

- 一、建立良好的教师聘任制
- 二、建立科学的岗位考核制
- 三、建立适应市场经济体制的结构工资制

四、幼教管理模式亟待社区化发展

第四节 幼儿园教育资源的挖掘与应用

- 一、园内资源的开发与利用分析
- 二、家庭资源的开发与利用分析
- 三、社会资源的开发与利用分析
- 四、各种教育资源的整合运用解析

第五节 幼儿园的特色化经营思考

- 一、常见的“特色园”形式
- 二、当前“特色园”发展存在的不足
- 三、推动“特色园”健康发展的建议

第九章 2012-2016年中国幼教行业的投资及未来趋势

第一节 2011-2012年幼教产业的投资趋势展望

- 一、国内幼教产业的投资近况
- 二、我国幼教产业的投资模式
- 三、我国幼教产业的投资趋势透析

第二节 2011-2012年中国幼教行业的发展前景分析

- 一、我国幼教市场发展潜力广阔
- 二、婴幼儿在线教育市场发展前景光明

第三节 2011-2012年中国民办幼儿教育的发展规划解析

- 一、2012年中期规划
- 二、2020年长期规划
- 三、规划的实施建议
- 四、民办幼儿教育的未来展望

图表目录：（部分）

图表：2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010.09-2011.09中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年中国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.9-2011.9年中国工业增加值增速统计

图表：2005-2011年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.9-2011.9中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2011年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：中国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2011年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年中国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2009年中国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年中国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2010年中国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2010年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2010年中国城镇化率走势图

图表：2005-2010年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：消费者对早教培训市场的评价

图表：对早教培训市场的评价孩子年龄差异

图表：对早教培训市场的评价家庭收入差异

图表：对早教培训市场的评价城市规模差异

图表：受消费者信赖的早教机构

图表：信赖早教机构孩子年龄差异

图表：信赖早教机构品牌家庭收入差异

图表：信赖早教机构信赖的依据

图表：受信赖的培训机构

图表：信赖培训机构孩子年龄差异

图表：信赖培训机构家庭收入差异

图表：信赖培训机构城市规模差异

图表：信赖培训机构信赖的依据

图表：早期教育目的

图表：早期教育目的孩子年龄差异

图表：早期教育目的家庭收入差异

图表：早期教育目的城市规模差异

图表：选择早教培训机构考虑因素

图表：选择早教培训机构考虑因素孩子年龄差异

图表：选择早教培训机构考虑因素家庭收入差异

图表：选择早教培训机构考虑因素城市规模差异

图表：孩子目前或准备要上培训课程

图表：孩子目前或准备要上培训课程孩子年龄差异

图表：孩子目前或准备要上培训课程家庭收入差异

图表：孩子目前或准备要上培训课程城市规模差异

图表：了解育儿知识信息渠道

图表：2007年北京地区儿童参加早教班比例

图表：2007年北京地区儿童选择早教机构考虑的因素

图表：7家北京连锁早教机构调查体验综合排名

图表：“知名度”评价方法

图表：7家北京连锁早教机构“专业度暗访”排名

图表：7家北京连锁早教机构“店面量统计”排名

通过《2012-2016年中国幼儿教育行业深度调研与投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/103861.html>