

2016-2022年中国教育培训市场深度调查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《2016-2022年中国教育培训市场深度调查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/284934.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

现如今，教育培训市场火爆，无论是大人还是小孩都是需求个体，组成了一个庞大的教育培训市场也不足为奇。"教育培训业是21世纪最朝阳产业之一"的观点，已成为越来越多人的共识。培训产业利润逐年稳步增长，企业规模不断扩大，但质量参差不齐。培训行业是一个非常诱人的行业，培训业正以每年30%以上的速度迅速增长，行业整体发展速度增长快。

目前整个教育培训行业所存在的刚性需求是支撑我们业绩持续增长的主要原因之一。2013年中国教育市场的经济规模达到了10944亿元，未来我国每年将会有200万至300万的新生人口增长。对于教育行业而言，这无疑是一个极大的利好。尤其在不断提倡公立学校"减负"的背景下，课外培训市场的需求正在日益扩张。然而，这也意味着市场内各路培训机构逐鹿厮杀也将愈发激烈。

数据统计，2006年，我国网络教育市场规模约200亿元，同比增长23%;2008年，我国网络教育市场规模达到352亿元，同比增长23.9%;2009年，我国网络教育市场规模接近360亿元；2010年，我国网络教育市场规模达440亿元；2012年我国网络教育市场规模达到752亿元，截止2015年我国网络教育市场规模第一次破千亿，达到1069亿元。在以后的时间内还会得到进一步的发展。随着我国的信息化程度、网民对网络教育认知程度、学历教育社会的认可度的提高，网络教育市场将呈现快速增长态势。

在我国，子女教育支出已经成为城市家庭的主要经济支出之一。调查显示，城市家庭平均每年在子女教育方面的支出，占家庭子女总支出的78.3%,占家庭总支出的36.5%,占家庭总收入的32.7%.调查显示，81.4%的家庭对于课外培训或辅导的选择在于语文、数学、外语等学科类辅导；33.9%的家庭支付于音乐、舞蹈、绘画、书法等艺术类培训；14.7%的家庭支付于武术、游泳等体育类训练；另有3.6%的家庭让孩子参与航模、机器人等科技类培训。国家对教育培训市场进一步开放，尤其是职业培训快速迅猛发展。教育行业处在高速发展的阶段，越来越多的投资者将眼光投向教育行业，同时教育行业想要持续发展，也需要资本市场的助力。未来十年，教育培训行业将是增长潜力最大的行业之一，依然会受到资本的强力青睐。

教育培训市场规模超过万亿，根据统计数据，2015 年全国教育培训行业的市场规模是16600 亿元。教育培训行业可以分为体制内公立教育和体制外培训机构两大类，其中体制外市场化的教育培训机构包括 K12 辅导、婴幼儿教育、兴趣辅导等，合计所占市场规模 为 8700 亿元，占比 52.80%，是整个教育培训最主要组成部分。

教育培训行业市场规模（亿元）

教育培训市场格局

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：

第一部分 教育培训行业发展环境

第一章 教育培训行业发展概述

第一节 教育培训行业的相关概念

一、定义

二、分类

三、特点

第二节 教育培训行业特征分析

一、产业链分析

二、教育培训行业在国民经济中的地位

三、教育培训行业生命周期分析

四、教育培训行业对经济周期的反应

第三节 最近3-5年中国教育培训行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 教育培训行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 教育培训行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、教育培训行业标准

四、行业相关发展规划

1、教育培训行业国家发展规划

2、教育培训行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、教育培训产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、教育培训产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、教育培训技术分析

1、教育培训行业技术发展现状

2、我国教育培训行业新技术研究

二、教育培训技术发展水平

1、我国教育培训行业技术水平所处阶段

2、与国外教育培训行业的技术差距

三、2014-2015年教育培训技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 2014-2015年中国教育培训行业发展现状分析

第一节 中国教育培训行业发展概述

一、中国教育培训行业发展历程

二、我国教育培训行业发展特点分析

三、中国教育培训行业发展面临问题

四、中国教育培训行业发展趋势分析

第二节 我国教育培训行业发展状况

一、2015年中国教育培训行业发展回顾

据统计，国内的在线教育机构约 140 万家。其中，年营收在 350 万元以下的小微型教育机构有 120 万家，占比 86%；年营收在 350 万元至 1000

万元的中型机构有 15 万家，占比 11%。中小型 教育机构的总数合计占比达到 97%。教育培训市场呈现出极度分散的市场格局，形成了“大 市场，小公司”的现状。

教育培训机构分类

相关数据显示，当前我国教育行业流量费用约 70%花销用在百度之上，而百度对商家推广费用昂贵，相关数据显示，商家在百度投放留学相关 关键词单次点击费用大概是 200 元，每 30 次点击产生一个有效用户，由此商家每获得一个留学用户在百度成本大概是 6000 元左右，用户获取成本高昂，中小型教育机构很难负担。

一方面，我国 0-12 岁儿童教育终端使用情况中，平板电脑和手机等移动终端已经成为主要的使用介质，用户媒介的迁移与当前营销投放媒介存在一定差异；另一方面，用户数据反馈和分析无疑是教育商家最迫切的需求之一，使用传统 PC 投放模式无法获得用户有效数据，无法分析用户有效需求。

0-6 岁儿童教育终端使用情况

6-12 岁儿童教育终端使用情况

三、2015年中国教育培训企业发展分析

二、2015年我国教育培训市场发展分析

第三节 2014-2015年中国教育培训行业供需分析

一、2014-2015年中国教育培训行业需求分析

二、2014-2015年中国教育培训行业供求分析

第四节 2015年教育培训行业产量分析

一、2015年我国教育培训产量分析

二、2016-2022年我国教育培训产量预测

第五节 2014-2015年中国教育培训价格走势及影响因素分析

一、2015年中国教育培训价格回顾

二、教育培训当前市场价格及评述

三、教育培训价格影响因素分析

四、2016-2022年教育培训未来价格走势预测

第六节 对中国教育培训市场的分析及思考

一、教育培训市场分析

二、教育培训市场变化的方向

三、中国教育培训产业发展的新思路

四、对中国教育培训产业发展的思考

第四章 我国教育培训行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国教育培训行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国教育培训行业销售及利润分析

一、2014-2015年中国教育培训行业销售收入分析

二、2014-2015年中国教育培训行业利润增长情况

三、2014-2015年中国教育培训行业亏损情况

四、2014-2015年中国教育培训行业成本费用分析

五、2014-2015年中国教育培训行业毛利率

第三节 2014-2015年中国教育培训行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第二部分 教育培训行业深度分析

第五章 中国教育培训行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 2015年华北地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第三节 2015年东北地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第四节 2015年华东地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第五节 2015年华南地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第六节 2015年华中地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第七节 2015年西南地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第八节 2015年西北地区教育培训行业分析

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场规模情况分析

三、2014-2015年市场需求规模分析

四、2016-2022年市场发展前景分析

第六章 2016-2022年教育培训行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、教育培训行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、教育培训行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、教育培训行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、教育培训行业SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 中国教育培训行业竞争格局综述

一、教育培训行业竞争概况

1、中国教育培训行业品牌竞争格局

2、教育培训行业未来竞争格局和特点

3、教育培训市场进入及竞争对手分析

二、中国教育培训行业竞争力分析

1、我国教育培训行业竞争力剖析

2、我国教育培训企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内教育培训企业竞争能力提升途径

三、教育培训行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 教育培训行业竞争格局分析

一、国内外教育培训竞争分析

- 二、我国教育培训市场竞争分析
- 三、我国教育培训市场集中度分析
- 四、国内主要教育培训企业动向
- 五、国内教育培训企业拟在建项目分析
- 第四节 教育培训行业并购重组分析
 - 一、行业并购重组现状及其重要影响
 - 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
 - 三、本土企业投资兼并与重组分析
 - 四、企业升级途径及并购重组风险分析
 - 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 教育培训行业产业结构分析

第一节 教育培训产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国教育培训行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第八章 我国教育培训行业产业链分析

第一节 教育培训行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 教育培训上游行业分析

- 一、教育培训成本构成
- 二、2014-2015年上游行业发展现状
- 三、2016-2022年上游行业发展趋势

四、上游行业对教育培训行业的影响

第三节 教育培训下游行业分析

一、教育培训下游行业分布

二、2014-2015年下游行业发展现状

三、2016-2022年下游行业发展趋势

四、下游需求对教育培训行业的影响

第三部分 教育培训行业竞争格局

第九章 教育培训行业领先企业经营形势分析

第一节 中国教育培训企业总体发展状况分析

一、教育培训企业主要类型

二、教育培训企业资本运作分析

三、教育培训企业创新及品牌建设

四、教育培训企业国际竞争力分析

五、2015年教育培训行业企业排名分析

第二节 北京新东方教育科技（集团）有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第三节 好未来教育集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第四节 安博教育集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第五节 学大教育集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第六节 北京环球天下教育科技有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第七节 北京东大正保科技有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第八节 弘成教育集团

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第九节 北京阿博泰克北大青鸟信息技术有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十节 北京洪恩教育科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

五、企业最新动态

第十一节 北京火星时代科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、经营状况分析
- 三、竞争优势分析
- 四、发展战略分析
- 五、企业最新动态

第四部分 教育培训行业投资策略

第十章 教育培训行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、盈利模式分析

第三节 2015年教育培训行业投资效益分析

第四节 2015年教育培训行业投资策略研究

第五节 中国教育培训行业的投资建议

- 一、教育培训行业投资现状分析
- 二、教育培训行业最新投资动向
- 三、教育培训行业投资及信贷建议

第十一章 2016-2022年教育培训行业投资前景

第一节 2016-2022年教育培训市场发展前景

- 一、2016-2022年教育培训市场发展潜力
- 二、2016-2022年教育培训市场发展前景展望
- 三、2016-2022年教育培训细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年教育培训市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年教育培训行业发展趋势
- 二、2016-2022年教育培训市场规模预测
- 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国教育培训行业供需预测

- 一、2016-2022年中国教育培训行业供给预测

二、2016-2022年中国教育培训行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 教育培训行业投资特性分析

- 一、教育培训行业进入壁垒分析
- 二、教育培训行业盈利因素分析
- 三、教育培训行业盈利模式分析

第六节 2016-2022年教育培训行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第七节 2016-2022年教育培训行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第五部分 教育培训行业发展策略分析

第十二章 2016-2022年教育培训行业面临的困境及对策

第一节 2015年教育培训行业面临的困境

第二节 教育培训企业面临的困境及对策

- 一、重点教育培训企业面临的困境及对策
- 二、中小教育培训企业发展困境及策略分析
- 三、国内教育培训企业的出路分析

第三节 中国教育培训行业存在的问题及对策

- 一、中国教育培训行业存在的问题
- 二、教育培训行业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施
 - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国教育培训市场发展面临的挑战与对策

第十三章 教育培训行业发展战略研究

第一节 教育培训行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国教育培训品牌的战略思考

一、教育培训品牌的重要性

二、教育培训实施品牌战略的意义

三、教育培训企业品牌的现状分析

四、我国教育培训企业的品牌战略

五、教育培训品牌战略管理的策略

第三节 教育培训经营策略分析

一、教育培训市场细分策略

二、教育培训市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、教育培训产品差异化战略

第四节 教育培训行业投资战略研究

一、2015年教育培训行业投资战略

二、2016-2022年教育培训行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录：

图表：教育培训行业产品的分类

图表：教育培训行业成长周期图

图表：2010-2015年我国GDP增长情况

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2010-2015年我国GDP季度累计增长图

图表：2015年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2015年我国居民人均收入情况

图表：2010-2015年我国居民恩格尔系数情况

图表：2015年我国工业增加值月度同比增长率情况

图表：2015年我国人民币对美元的月度汇率

图表：2010-2015年我国对外贸易进出库情况

图表：2015年我国不同教育程度人口比例

图表：2010-2015年我国普通高等学校数量

图表：2010-2015年我国城镇化率情况

图表：2010-2015年我国教育培训行业市场规模

图表：2010-2015年我国教育培训市场需求规模

图表：2016-2022年教育培训产品应用市场需求规模预测

图表：2016-2022年我国教育培训产量个数预测

图表：2016-2022年我国教育培训行业销售收入预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：教育培训行业投资分析框架

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/284934.html>