

2012-2016年教育培训市场调查及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年教育培训市场调查及未来前景预测报告》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/115792.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

中国教育培训领域最早起步于公办高校剩余教育资源的利用与发掘。改革开放以来，肇始于出国潮、学历热、考试热等各种强劲的市场需求情势之下，很多公办高等院校从培养公费出国语言类能力入手，开始了中国教育培训的起始阶段。

目前的教育培训一般指社会培训机构，是经过劳动局，教育局，文化局，税务局等注册的面向社会招生的一种机构，大部分对象是成人。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年教育培训市场调查及未来前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国教育培训行业概述及中国教育状况、中国培训行业发展宏观环境等，接着分析了中国培训市场竞争情况，然后介绍了对中国培训市场调研状况。随后，报告对中国教育培训行业主要机构经营状况作了重点分析，最后分析了中国培训市场发展趋势及其投资前景。您若想对教育培训产业有个系统的了解或者想投资教育培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

第一章 中国教育培训行业概述及中国教育状况分析

第一节 行业定义及范围界定

一、行业界定及分类

二、产业链

第二节 发展历史回顾

一、培训业萌芽期（1949—1980）

二、职业教育培训单一发展期（1980—1996）

三、培训业的多元化发展期（1996—2007）

第三节 中国教育发展状况分析

一、义务教育

二、学前教育与特殊教育

三、高中阶段教育

四、高等教育

五、民办教育

第二章 2012年中国培训行业发展宏观环境分析

第一节 政策法律分析

一、鼓励民办教育发展，促进各类培训机构（学校）建设

二、加强培训基础设施建设，大力发展实训基地

三、支持职业教育发展，为职业培训创造良好发展空间

四、完善终身教育体系，为培训市场扩展发展空间

五、宏观经济形势和政策导向，促进培训市场走向繁荣

第二节 培训行业发展经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第三节 培训产业环境分析

一、硬件技术的革新（办公设备）

二、软技术的革新

第四节 培训行业社会环境分析

一、就业与人才分析

二、城市化进程分析

三、人口密度分析

四、年龄结构分析

五、学历结构分析

六、居民教育文化娱乐服务支出

七、升学及就业环境

八、企业和个人接受培训的意识及理念

第三章 2012年中国培训市场特征及存在问题分析

第一节 培训机构品牌市场结构

第二节 市场特征

一、培训市场日趋规模化

二、培训市场日趋国际化

三、培训市场品牌化竞争日趋激烈

四、培训机构联盟增多

五、高端市场需求增多

第三节 行业发展中存在的问题分析

一、“应试”倾向明显

二、盲目追求规模和速度

三、师资建设水平低下

四、研发力量薄弱

五、行业信任危机初显

第四节 行业发展的基本思路和政策建议

一、加强对教育培训行业的扶持

1、加强对教育培训行业的资金扶持力度

2、加强对教育培训行业的政府采购

3、加强对教育培训行业的政策扶植

二、加强对教育培训业的监督和引导

1、积极尝试风险保证金制度

2、提高教育培训行业的准入门槛

3、促进行业自律

第四章 2012年中国培训市场竞争情况分析

第一节 教育培训行业竞争状况分析

一、行业竞争格局分析

二、行业竞争因素分析

三、行业议价能力分析

四、行业潜在威胁分析

第二节 集中度分析

第三节 价值链分析

一、人力供应

二、渠道整合

三、课程销售

四、售后服务

第四节 行业生命周期分析

第五章 2012年中国语言培训市场调研及分析

第一节 语言培训市场关注度网络调研

一、语言培训品牌关注度调研

(1) 全国市场语言培训品牌关注度调研

(2) 区域市场语言培训品牌关注度调研

二、语言培训方向关注度调研

三、语言培训语种关注度调研

四、语言培训考试关注度调研

五、语言培训能力关注度调研

第二节 语言培训网民属性及行为调查

一、语言培训网民属性

(1) 年龄属性

(2) 性别属性

(3) 区域属性

二、语言培训网民行为习惯

(1) 关注点

(2) 兴趣爱好

第三节 中小学生英语培训市场分析

一、中小学生英语培训市场现状分析

二、中小学生英语培训市场竞争分析

三、中小学生选择英语培训因素调研

(1) 培训价格影响调研

(2) 师资力量影响调研

(3) 培训内容影响调研

(4) 地址距离影响调研

(5) 消费模式影响调研

(6) 学习环境影响调研

(7) 机构品牌影响调研

(8) 外教影响调研

第四节 过级英语培训市场分析

一、过级英语培训市场消费人群

二、过级英语培训市场现状分析

三、过级英语培训市场竞争分析

四、过级英语培训市场趋势分析

第五节 留学英语培训市场分析

一、留学人群发展规模分析

二、留学英语培训市场现状分析

三、留学英语培训市场关注度分析

(1) 雅思培训品牌关注度调研

(2) 托福、GRE&GMAT培训品牌关注度调研

四、留学英语培训市场前景分析

第六节 商务英语培训市场分析

一、商务英语培训市场现状分析

二、商务英语培训市场制约因素

三、商务英语培训品牌关注度调研

四、商务英语培训市场消费人群分析

五、商务英语培训市场营销策略分析

六、商务英语培训市场营销理念分析

七、商务英语培训市场发展前景分析

第七节 日语培训市场分析

一、日语人才市场需求分析

二、日语培训消费人群分析

三、日语培训品牌关注度调研

四、日语培训发展趋势分析

第八节 其他语种培训市场分析

一、其他语种人才供需分析

二、其他语种培训市场现状

三、其他语种培训市场前景

第六章 2012年中国IT培训市场调研及分析

第一节 IT培训市场关注度网络调研

一、IT培训品牌关注度调研

(1) 全国市场IT培训品牌关注度调研

(2) 区域市场IT培训品牌关注度调研

二、IT培训类型关注度调研

三、IT培训职业关注度调研

四、IT培训认证关注度调研

第二节 IT培训网民属性及行为调查

一、IT培训网民属性

(1) 年龄属性

(2) 性别属性

(3) 区域属性

二、IT培训网民行为习惯

(1) 关注点

(2) 上网习性

(3) 兴趣爱好

第三节 IT人才市场供需分析

一、IT人才供给分析

二、IT人才需求分析

(1) IT行业发展分析

(2) IT人才需求分析

三、IT人才就业前景分析

第四节 IT培训市场发展分析

一、IT培训市场规模分析

二、IT培训市场消费人群分析

三、IT培训市场存在问题分析

四、IT培训市场重点课程研究

第五节 IT培训市场竞争分析

一、IT培训市场竞争格局分析

二、IT培训市场竞争趋势分析

第六节 IT培训市场前景分析

一、IT培训市场趋势分析

二、IT行业发展前景分析

三、IT培训市场前景分析

第七章 2012年中国课外辅导培训市场调研及分析

第一节 家长选择课外培训班情况网络调研

一、家长对课外培训班的选择调研

(1) 家长选择课外培训的动机

(2) 家长选择课外培训的标准

(3) 家长选择课外培训的类别

(4) 满足升学需求的课外培训

二、家长对课外培训的投入力度调研

(1) 平均月经费支出情况

(2) 每周用于教育培训的时间

第二节 课外辅导培训市场发展分析

一、课外辅导培训市场现状分析

二、课外辅导培训机构发展分析

三、课外辅导培训市场竞争分析

四、课外辅导培训市场特征分析

五、课外辅导培训市场价格及其影响分析

(1) 课外辅导培训市场价格分析

(2) 价格对课外辅导培训市场影响

第三节 课外辅导培训市场发展前景分析

一、课外辅导培训市场发展趋势分析

二、课外辅导培训市场前景分析

第八章 2012年中国企业培训市场调研及分析

第一节 企业培训现状及培训需求调研

一、受访企业基本情况分布

(1) 受访者企业所在行业分布

(2) 受访者所在企业性质分布

(3) 受访者企业员工规模分布

(4) 受访者企业营业规模分布

(5) 受访者企业所在省份分布

二、企业培训基本现状调研

(1) 企业是否有健全培训体系调研

(2) 企业是否会制定年度培训计划调研

(3) 企业培训管理面临最大困难调研

(4) 企业培训预算各层级员工分配调研

三、企业对外部培训服务需求调研

(1) 企业所需外部采购培训服务调研

(2) 企业所需外部采购公开课程调研

(3) 企业所需外部采购内训课程调研

四、企业与外部培训合作调研

(1) 企业寻找培训途径调研

(2) 企业采购外部培训课程关注因素调研

(3) 企业采购外部培训课程最大困难调研

(4) 企业选择培训机构考虑因素调研

(5) 企业采购外部培训服务方式调研

(6) 企业对外部培训服务效果满意度调研

(7) 企业培训效果与培训管理关系调研

第二节 企业培训市场发展分析

一、企业培训市场发展历程分析

二、企业培训市场发展规模分析

三、企业培训市场存在问题分析

四、企业培训市场面临挑战分析

五、企业培训市场成功要素分析

六、企业培训模式发展状况分析

第三节 企业培训市场需求分析

一、企业培训需求来源分析

二、企业培训的新要求分析

第四节 企业培训市场竞争分析

一、企业培训分类情况分析

二、企业培训市场竞争状况分析

第五节 企业培训效果分析

一、企业培训效果诊断意义分析

二、企业培训效果诊断方法分析

三、企业培训效果低下原因分析

四、提升企业培训效果策略分析

五、企业培训效果对市场的影响

第六节 华经视点企业培训市场建议

一、成为企业培训经理的战略伙伴

二、加强定制化产品研发能力

三、提升服务品质

第九章 2012年中国少儿培训市场调研及分析

第一节 少儿培训市场分析

一、少儿人口结构情况分析

二、少儿培训市场现状分析

三、少儿培训市场特征分析

四、少儿培训市场竞争分析

五、少儿培训市场前景分析

第二节 少儿语言培训市场分析

一、少儿语言培训市场现状分析

二、少儿语言培训市场特点分析

三、少儿语言培训品牌关注度调研

四、少儿英语培训市场调研

(1) 少儿英语培训市场现状调查

(2) 少儿英语培训市场两面观

(3) 少儿英语培训市场未来走势

第三节 少儿艺术培训市场分析

一、少儿艺术培训市场现状分析

二、少儿艺术培训市场存在问题

三、少儿艺术培训市场前景分析

第十章 2012年中国职业资格培训市场调研及分析

第一节 职业资格培训市场发展分析

一、职业资格培训相关制度简介

(1) 国家职业资格证书制度简介

(2) 就业准入制度简介

(3) 国家职业资格证书等级及考试申报

二、职业资格培训市场发展概况

(1) 职业资格培训特殊性

(2) 职业资格培训行业规模

(3) 职业资格培训市场情况

(4) 2011最具影响力职业培训品牌

三、职业资格培训市场现状调查

(1) 职业资格证书持有比例

(2) 职业资格培训对就业的作用

四、职业资格考试认证市场清理整顿

五、职业资格培训市场发展趋势分析

第二节 人力资源管理师培训市场分析

一、人力资源管理师培训简介

二、人力资源管理师报考规模

三、人力资源管理师需求现状分析

四、人力资源管理师培训市场潜力分析

第三节 会计培训市场分析

一、会计人才需求现状分析

二、会计培训市场现状分析

三、会计培训市场存在问题

四、会计培训市场发展策略

第四节 其他热门职业资格培训市场分析

一、心理咨询师培训市场分析

二、公共营养师培训市场分析

三、文秘培训市场分析

四、物流师培训市场分析

第十一章 2012年中国其他培训市场调研及分析

第一节 公务员考试培训市场分析

一、公务员考试人数规模分析

二、公务员考试培训市场规模分析

三、公务员考试培训市场特点分析

四、公务员考试培训市场存在问题

第二节 研究生考试培训市场分析

一、研究生考试考生情况分析

二、研究生考试培训市场规模分析

三、研究生考试培训市场竞争分析

四、研究生考试培训市场存在问题

五、研究生考试培训市场发展趋势

第十二章 2012年中国教育培训行业主要机构经营分析

第一节 新东方教育科技（集团）有限公司

- 一、机构发展简况分析
- 二、机构师资力量分析
- 三、机构业务情况分析
- 四、机构
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- 五、机构分布情况分析
- 六、机构经营优劣势分析
- 七、机构最新发展动向分析

第二节 北京阿博泰克北大青鸟信息技术有限公司

- 一、机构发展简况分析
- 二、机构师资力量分析
- 三、机构业务情况分析
- 四、机构
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- 五、机构分布情况分析
- 六、机构经营优劣势分析
- 七、机构最新发展动向分析

第三节 正保远程教育

- 一、机构发展简况分析
- 二、机构师资力量分析
- 三、机构业务情况分析
- 四、机构
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- 五、机构分布情况分析
- 六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第四节 环球雅思

一、机构发展简况分析

二、机构师资力量分析

三、机构业务情况分析

四、机构

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

五、机构分布情况分析

六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第五节 达内IT培训集团

一、机构发展简况分析

二、机构师资力量分析

三、机构业务情况分析

四、机构

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

五、机构分布情况分析

六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第六节 华尔街英语

一、机构发展简况分析

二、机构师资力量分析

三、机构业务情况分析

四、机构

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

五、机构分布情况分析

六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第七节 韦博国际英语

一、机构发展简况分析

二、机构师资力量分析

三、机构业务情况分析

四、机构

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

五、机构分布情况分析

六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第八节 戴尔国际英语

一、机构发展简况分析

二、机构师资力量分析

三、机构业务情况分析

四、机构

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

五、机构分布情况分析

六、机构经营优劣势分析

七、机构最新发展动向分析

第十三章 2012-2016年中国培训市场发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国教育培训行业发展趋势分析

一、市场规模将进一步扩大

二、行业发展和资本融合将更加紧密

三、行业竞争和整合将加剧

四、更多教育培训机构将采取多样化发展战略

第二节 2012-2016年中国市场发展趋势

一、产品发展趋势

二、技术发展趋势

三、客户发展趋势

四、竞争结构发展趋势

第三节 2012-2016年中国行业规模预测

第四节 2012-2016年中国行业结构预测

第十四章 2012-2016年中国培训行业发展策略与建议

第一节 产品策略

一、培训产品的多元化与个性化

二、远程培训与面授培训相结合

第二节 价格策略

第三节 渠道策略

一、培训机构之间的横向联合

二、与政府培训主管部门的联合

三、与国际培训公司的联合

四、与高校的联合

五、与企业的联合

第四节 销售策略

一、销售流程的系统化

二、销售策略的个性化

三、连锁经营的销售模式

四、授课教师的专业化

第五节 服务策略

第六节 品牌策略

第十五章 2012-2016年中国教育培训行业投资前景预测分析

第一节 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

第二节 教育培训行业投资现状分析

一、教育行业投资现状分析

二、教育行业投资分布情况

(1) 教育行业投资案例数量分布

(2) 教育行业投资案例金额分布

三、教育培训行业投资现状分析

(1) 兼并收购情况

(2) IPO情况

第三节 教育培训行业投融资环境分析

一、信贷环境变化

- (1) 存款准备金率变化
- (2) 利率变化
- (3) 新增信贷变化

二、金融支持政策

三、“欺诈门”影响

第四节 教育培训行业投资建议

一、教育培训行业投资机会分析

二、教育培训行业投资风险分析

1、市场风险

2、管理风险

3、人才风险

4、财务风险

三、教育培训行业投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：……

跟多图表详见正文……

通过《2012-2016年教育培训市场调查及未来前景预测报告》，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/115792.html>