

# 2016-2022年中国少儿艺术 培训行业深度研究与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国少儿艺术培训行业深度研究与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/A718943QP1.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章培训产业相关概述15

第一节培训市场的建立15

一、培训市场发展的理论根据15

二、培训市场的界定16

三、培训市场的本质17

四、培训市场形成发展的条件18

第二节培训主体19

一、各类形式的培训机构19

二、培训公司21

三、培训中心21

四、几种培训机构的比较21

五、培训班及其分类24

六、培训师应具备的条件25

第三节少儿艺术培训基础阐述26

一、少儿艺术培训与幼儿教育发展26

二、少儿艺术培训教学方法30

三、少儿艺术培训教学目标、内容及要求30

第二章2014-2015年中国培训产业整体运行态势分析31

第一节培训行业总体发展情况31

一、中国培训行业的产生及特点31

二、中国培训产业发展概况32

三、我国培训业步入高速发展阶段32

四、国内培训行业发展特征33

五、我国企业培训存在的问题34

六、我国教育培训产业布局分析36

第二节中国培训市场发展情况37

一、中国培训市场的突出特点37

二、教育培训市场步入品牌经营时代37

- 三、中国教育培训市场运作分析42
- 四、国内培训市场竞争策略研究45
- 五、教育培训业发展互联网模式49
- 六、中国教育培训行业的四大发展趋势52

### 第三节培训产业化53

- 一、推动培训产业化发展的客观因素53
- 二、培训产业化的特征58
- 三、培训产业化的制约因素59
- 四、培训产业化的突破路径63

### 第四节培训行业现存问题64

- 一、教育培训市场存在隐忧64
- 二、国内培训行业混乱现象研究65
- 三、我国培训市场存在的主要问题67
- 四、国内培训行业面临的危机69
- 五、培训行业缺乏优秀人才74

### 第五节培训行业发展对策74

- 一、培训市场发展道路74
- 二、中国培训业发展思路75
- 三、培训业的规范与提高76

## 第三章2014-2015年中国少儿舞蹈培训市场发展环境分析（PEST分析法）78

### 第一节2014-2015年中国宏观经济环境分析78

- 一、国民经济运行情况GDP78
- 二、消费价格指数CPI、PPI79
- 三、全国居民收入情况80
- 四、恩格尔系数81
- 五、工业发展形势81
- 六、固定资产投资情况83
- 七、财政收支状况86
- 八、社会消费品零售总额86
- 九、对外贸易&进出口87
- 十、城镇人员从业状况88

十一、经济结构情况89

十二、货币信贷情况89

第二节2014-2015年中国少儿艺术培训行业政策环境分析90

一、认证培训机构管理办法90

二、培训市场监管96

三、相关产业政策及影响分析97

1、中华人民共和国民办教育促进法97

2、中华人民共和国职业教育法106

3、社会力量办学条例112

4、认证培训机构管理办法120

第三节2014-2015年中国少儿艺术培训行业社会环境分析126

一、社会竞争激烈126

二、低龄化消费群体成发展趋势127

三、中国人口规模及结构分析128

四、中国就业形势130

五、教育环境分析132

六、文化环境分析136

第四章2014-2015年中国少儿艺术培训产业深度剖析137

第一节少儿艺术培训行业特点分析137

第二节2014-2015年中国少儿艺术培训产业发展现状分析137

一、少儿艺术培训利润率分析137

二、少儿艺术培训市场增长138

三、少儿艺术培训异军突起138

四、少儿艺术培训社会基础138

五、少儿艺术培训价格回落139

第三节少儿艺术培训供需分析139

一、少儿艺术培训地区分布139

二、新增培训机构情况139

第四节少儿艺术培训中存在的问题140

一、办班随意性大140

二、办班条件不规范140

三、教师资质缺乏保障140

四、教学内容庞杂无章141

第五节加强少儿艺术培训的有力措施141

一、加强管理，建立“许可证”制度141

二、把握教学的关键，切实保障和提高教师的资质142

三、编制教材，规范教学142

四、优惠激励，促进发展142

第五章2014-2015年中国少儿艺术培训行业细分市场分析143

第一节少儿舞蹈培训143

一、课时143

二、收费情况143

三、消费者关注度144

四、舞蹈课的教学目标、内容及要求144

第二节少儿乐器培训145

一、课时145

二、收费情况145

三、消费者关注度146

四、乐器课的教学目标、内容及要求146

第三节少儿书法艺术培训148

一、课时148

二、收费情况148

三、消费者关注度149

四、书法课的教学目标、内容及要求149

第四节少儿礼仪，形体培训150

一、课时150

二、收费情况150

三、消费者关注度151

四、少儿礼仪、形体的教学目标、内容及要求151

第五节少儿绘画、美术培训152

一、课时152

二、收费情况152

三、消费者关注度152

四、少儿绘画、美术培训的教学目标、内容及要求153

第六节少儿戏曲培训155

一、课时155

二、收费情况155

三、消费者关注度156

四、少儿戏曲培训的教学目标、内容及要求156

第七节口才训练与朗诵160

一、课时160

二、收费情况160

三、消费者关注度161

四、口才训练与朗诵的教学目标、内容及要求161

第六章2014-2015年中国少儿艺术培训区域市场分析163

第一节华北地区：天津、北京、河北、山西、内蒙163

一、区域经济指标分析163

二、区域消费水平及消费能力163

三、区域人口状况分析165

四、区域内少儿艺术培训市场动态分析165

五、少儿艺术培训机构渗透情况166

第二节东北地区：辽宁、吉林、黑龙江167

一、区域经济指标分析167

二、区域消费水平及消费能力167

三、区域人口状况分析168

四、区域内少儿艺术培训市场动态分析169

五、少儿艺术培训机构渗透情况169

第三节华东地区：上海市、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东170

一、区域经济指标分析170

二、区域消费水平及消费能力171

三、区域人口状况分析173

四、区域内少儿艺术培训市场动态分析173

五、少儿艺术培训机构渗透情况174

#### 第四节华中地区：河南、湖北、湖南175

- 一、区域经济指标分析175
- 二、区域消费水平及消费能力175
- 三、区域人口状况分析176
- 四、区域内少儿艺术培训市场动态分析177
- 五、少儿艺术培训机构渗透情况177

#### 第五节华南地区：广东、广西、海南178

- 一、区域经济指标分析178
- 二、区域消费水平及消费能力179
- 三、区域人口状况分析179
- 四、区域内少儿艺术培训市场动态分析180
- 五、少儿艺术培训机构渗透情况180

#### 第六节西南地区：重庆市、四川、贵州、云南、西藏181

- 一、区域经济指标分析181
- 二、区域消费水平及消费能力182
- 三、区域人口状况分析183
- 四、区域内少儿艺术培训市场动态分析183
- 五、少儿艺术培训机构渗透情况184

#### 第七节西北地区：陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆185

- 一、区域经济指标分析185
- 二、区域消费水平及消费能力186
- 三、区域人口状况分析187
- 四、区域内少儿艺术培训市场动态分析187
- 五、少儿艺术培训机构渗透情况188

### 第七章少儿艺术培训市场调研概况189

#### 第一节调查背景189

#### 第二节调查目的189

#### 第三节调查内容189

- 一、市场环境调查189
- 二、需求状况调查190
- 三、竞争者调查190



第四节调查对象190

第五节调查方法190

第六节少儿艺术培训问卷调研190

一、受训者特征190

2、受教育程度191

3、家庭成员结构191

4、是否有孩子参加少儿艺术培训192

二、消费者行为调研192

1、消费者为孩子报少儿艺术培训班的目的192

2、我国少儿艺术培训消费者信息来源渠道分析（电台、报纸、杂志、广播、朋友介绍）192

3、消费者为孩子报少儿艺术培训班关注要素193

4、消费者为孩子报少儿艺术培训班价格敏感度193

5、消费者为孩子报少儿艺术培训班满意度调研194

6、消费者接受少儿艺术培训的时间调查194

7、少儿艺术培训消费者的支出调查195

8、参加的少儿艺术培训课占比调查195

三、我国受访者对少儿艺术培训需要改进意见分析195

第八章2014-2015年中国少儿艺术培训行业市场竞争格局分析197

第一节2014-2015年中国少儿艺术培训市场竞争现状分析197

一、少儿艺术培训市场竞争环境197

二、少儿艺术培训核心竞争力分析197

第二节2014-2015年中国少儿艺术培训行业集中度分析197

一、市场集中度分析197

二、区域集中度分析198

第三节2014-2015年中国少儿艺术培训提升竞争力策略分析198

第九章2014-2015年中国少儿艺术培训主体机构运营状况分析200

第一节艺乐东方200

一、学校概况200

二、硬件设施与师资力量200

三、课程安排201

四、教育经验201

五、机构网络分布201

六、机构运营与管理202

七、机构推广策略分析202

第二节寰亚未来国际203

一、学校概况203

二、硬件设施与师资力量204

三、课程安排204

四、教育经验204

五、机构网络分布205

六、机构运营与管理205

七、机构推广策略分析205

第三节七彩果少儿艺术培训205

一、学校概况205

二、硬件设施与师资力量205

三、课程安排206

四、教育经验206

五、机构网络分布206

六、机构运营与管理206

七、机构推广策略分析206

第十章2016-2022年中国少儿艺术培训行业市场发展趋势分析207

第一节2016-2022年中国少儿艺术培训市场前景预测207

一、未来少儿艺术培训发展方向207

二、少儿艺术培训品牌发展趋势观察208

第二节2016-2022年中国少儿艺术培训行业市场规模趋势分析208

第三节2016-2022年中国少儿艺术培训行业市场盈利空间预测分析209

第四节2016-2022年我国少儿艺术培训市场发展趋势与投资建议210

一、少儿艺术培训市场发展趋势211

二、少儿艺术培训市场投资建议分析212

第十一章2016-2022年中国少儿艺术培训行业投资前景预测214

第一节中国少儿艺术培训行业投资环境分析	214
第二节2016-2022年中国少儿艺术培训行业投资机会分析	218
一、区域投资潜力	218
二、投资热点	218
三、潜在投资商机	218
四、少儿艺术培训的前景	218
第三节2016-2022年广东地区少儿艺术培训行业投资风险分析	219
一、市场竞争风险分析	219
二、经营风险分析	220
三、政策风险分析	220
四、其他风险分析	220
第四节专家投资建议	220

图表目录：

图表12014-2015年1-9月国民生产总值（GDP）表	78
图表22014-2015年1-9月份工业增加值增长	81
图表32014-2015年1-9月中国固定资产投资情况	84
图表42014-2015年1-9月中国财政收入情况	86
图表52014-2015年1-9月中国海关进出口增减情况一览表	87
图表62014年年末人口数及其构成	128
图表72014年全国居教育情况	132
图表82014年全国研究与试验情况	133
图表92014年专利申请受理、授权和有效专利情况	133
图表102011-2015年9月我国少儿艺术培训行业盈利能力情况	137
图表112011-2015年9月我国少儿艺术培训行业新增培训机构数量情况	139
图表122011-2015年9月我国少儿舞蹈培训行业平均价格情况	143
图表132015年1-9月我国少儿舞蹈培训行业消费者关注度情况	144
图表142011-2015年9月我国少儿乐器培训行业平均价格情况	145
图表152015年1-9月我国少儿乐器培训行业消费者关注度情况	146
图表16《基本乐理》教学内容与认知水平矩阵	147
图表172011-2015年9月我国少儿书法艺术培训行业平均价格情况	148
图表182015年1-9月我国少儿艺术书法培训行业消费者关注度情况	149

图表192011-2015年9月我国少儿礼仪、形体培训行业平均价格情况150

图表202015年1-9月我国少儿礼仪、形体培训行业消费者关注度情况151

图表212011-2015年9月我国少儿绘画、美术培训行业平均价格情况152

图表222015年1-9月我国少儿绘画、美术培训行业消费者关注度情况152

图表232011-2015年9月我国少儿戏曲培训行业平均价格情况155

图表242015年1-9月我国少儿戏曲培训行业消费者关注度情况156

图表252011-2015年9月我国少儿口才训练与朗诵行业平均价格情况160

图表262015年1-9月我国少儿口才训练与朗诵培训行业消费者关注度情况161

图表272014-2015年间华北地区经济指标情况163

图表282010年至2014年华北地区居民消费价格指数（以上年同期为100）163

图表292011-2015年9月我国华北地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况165

图表302011-2015年9月我国华北地区少儿艺术培训行业机构渗透情况166

图表312014-2015年间东北地区经济指标情况167

图表322010年至2014年东北地区居民消费价格指数（以上年同期为100）167

图表332011-2015年9月我国东北地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况169

图表342011-2015年9月我国东北地区少儿艺术培训行业机构渗透情况169

图表352014-2015年间华东地区经济指标情况170

图表362010年至2014年华东地区居民消费价格指数（以上年同期为100）171

图表372011-2015年9月我国华东地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况173

图表382011-2015年9月我国华东地区少儿艺术培训行业机构渗透情况174

图表392014-2015年间华中地区经济指标情况175

图表402010年至2014年华中地区居民消费价格指数（以上年同期为100）175

图表412011-2015年9月我国华中地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况177

图表422011-2015年9月我国华中地区少儿艺术培训行业机构渗透情况177

图表432014-2015年间华南地区经济指标情况178

图表442010年至2014年华南地区居民消费价格指数（以上年同期为100）179

图表452011-2015年9月我国华南地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况180

图表462011-2015年9月我国华南地区少儿艺术培训行业机构渗透情况180

图表472014-2015年间西南地区经济指标情况181

图表482010年至2014年西南地区居民消费价格指数（以上年同期为100）182

图表492011-2015年9月我国西南地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况183

图表502011-2015年9月我国西南地区少儿艺术培训行业机构渗透情况184

图表512014-2015年间西北地区经济指标情况185

图表522010年至2014年西北地区居民消费价格指数（以上年同期为100）186

图表532011-2015年9月我国西北地区少儿艺术培训行业盈利能力变化情况187

图表542011-2015年9月我国西北地区少儿艺术培训行业机构渗透情况188

图表552015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者年龄调查190

图表562015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者受教育程度调查191

图表572015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者家庭成员数量调查191

图表582015年1-9月我国少儿艺术培训行业少儿是否参加培训调查192

图表592015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者为孩子报少儿艺术培训班的目的调查192

图表602015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者信息来源渠道调查分析192

图表612015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者为孩子报少儿艺术培训班关注要素调查193

图表622015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者为孩子报少儿艺术培训班价格敏感度调查193

图表632015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者为孩子报少儿艺术培训班满意度调查194

图表642015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者接受少儿艺术培训班的时间调查194

图表652015年1-9月我国少儿艺术培训行业消费者的支出（每年）调查195

图表662015年1-9月我国少儿艺术培训行业参加爱的少儿艺术培训课占比调查195

图表672015年1-9月我国少儿艺术培训行业受访者对少儿艺术培训需要改进意见调查195

图表682015年1-9月我国少儿艺术培训行业市场集中度情况197

图表692015年1-9月我国少儿艺术培训行业区域集中度情况198

图表702016-2022年我国少儿艺术培训行业市场规模预测情况208

图表712016-2022年我国少儿艺术培训行业盈利能力预测情况209

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/A718943QP1.html>