

# 2016-2022年中国少儿艺术 培训行业全景调研及市场全景评估报告

## 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全景调研及市场全景评估报告》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/D04382ZIMV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

在中国中小学教育中，艺术教育正日渐受社会所重视。因少儿艺术对儿童性格的塑造，综合能力的培养以及艺术熏陶，对少儿一生发展都将受益。少儿艺术培训市场在中国教育培训市场一片火热的背景下日渐繁荣。

同时，由于市场准入门槛低，行业发展各类培训机构大小不一，软硬件实力水平不一，目前市场上主要是经教育主管部门批准设立的民办教育机构，另一类是工商管理部门设立的经营性企业，而经营性机构由于教育资质方面管理不足，市场相对混乱。

然而，就少儿艺术培训市场的发展趋势来讲，由于学校教育对少儿艺术教育的分配不足，校外艺术教育市场仍然是少儿艺术教育的主要市场。随着中国计划生育政策的放开，城市化水平的提高，以及人们收入水平的提高，对少儿教育支出仍呈相对上涨趋势，少儿艺术培训市场可期。

随着行业日渐发展成熟，少儿艺术培训市场的规范化和品牌化趋势日渐加强，行业的准入门槛也有所提高。未来少儿艺术培训市场发展领域主要集中在少儿音乐、舞蹈、美术等，少儿投资重点将集中在少儿艺术品牌、偏远地区、新型领域。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国少儿艺术培训行业全景调研及市场全景评估报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国少儿艺术培训行业发展综述

1.1 少儿艺术培训行业定义及特点

1.1.1 少儿艺术培训行业的定义

1.1.2 少儿艺术培训行业涉及领域

1.1.3 少儿艺术培训行业特点

1.2 少儿教育的基本内容

- 1.2.1 基础教育
- 1.2.2 心理教育
- 1.2.3 培养目的
- 1.3 少儿艺术培训基础阐述
  - 1.3.1 少儿艺术培训与幼儿教育发展
  - 1.3.2 少儿艺术培训家长自身误区
  - 1.3.3 少儿艺术培训教学机构误区

## 第2章：中国培训产业整体运行态势分析

- 2.1 培训行业总体发展情况
  - 2.1.1 中国培训行业行业发展概况
  - 2.1.2 中国培训产业行业发展规模
  - 2.1.3 我国培训业行业发展问题分析
  - 2.1.4 国内培训行业行业发展建议分析
    - (1) 加强政策扶持
    - (2) 加强监督和引导
- 2.2 培训行业发展趋势与前景分析
  - 2.2.1 市场规模趋势分析
    - (1) 与世界水平的差距分析
    - (2) 潜在受教育培训人口分析
    - (3) 教育培训投入分析
    - (4) 教育培训区域发展分析
    - (5) 市场规模预测
  - 2.2.2 资本继续进入趋势
  - 2.2.3 多样化经营与发展趋势

## 第3章：国际少儿艺术教育发展经验借鉴

- 3.1 美国少儿艺术教育发展经验借鉴
  - 3.1.1 美国少儿艺术教育发展分析
  - 3.1.2 美国少儿艺术教育特征分析
    - (1) 艺术课程类别的多样性特征
    - (2) 课外活动的丰富性特征

(3) 教学方法的自由性和灵活性特征

(4) 强调多样性文化的融合

### 3.1.3 美国少儿艺术教育对我国的启示

(1) 提高重视，体现艺术教育的重要性

(2) 教学方法多样化，课外艺术活动的丰富化

(3) 注重课程的生活性、综合性

### 3.2 英国少儿艺术教育发展经验借鉴

#### 3.2.1 英国少儿艺术教育发展分析

(1) 教学目的

(2) 教育方式

(3) 教学硬件及环境

(4) 教师要求

(5) 教学内容

#### 3.2.2 英国少儿艺术教育对我国的启示

(1) 教育要与时俱进，要面向现代化，面向未来。

(2) 兴趣优先、大胆创造

### 3.3 日本少儿艺术教育发展经验借鉴

#### 3.3.1 日本少儿艺术教育发展分析

(1) 课程设置

(2) 课程内容

(3) 教学条件

(4) 教学形式

(5) 教学效果

#### 3.3.2 日本少儿艺术教育对我国的启示

## 第4章：中国少儿艺术培训行业市场发展现状分析

### 4.1 少儿艺术培训行业环境分析

#### 4.1.1 少儿艺术培训行业经济环境分析

(1) GDP运行情况

(2) 财政收入及固定资产投资分析

(3) 居民收入增长情况

#### 4.1.2 少儿艺术培训行业政策环境分析

- (1) 行业监管体系分析
- (2) 行业发展政策及法律法规
- (3) 行业自律环境分析
- 4.1.3 少儿艺术培训行业社会环境分析
  - (1) 学校层面
  - (2) 家长层面
  - (3) 少儿层面
  - (4) 培训机构层面
- 4.1.4 少儿艺术培训行业技术环境分析
  - (1) 技术发展对培训方式的影响分析
  - (2) 数字化学习与信息教育影响分析
- 4.2 少儿艺术培训行业发展概况
  - 4.2.1 少儿艺术培训市场现状分析
    - (1) 少儿艺术培训市场增长
    - (2) 少儿艺术培训市场不规范
  - 4.2.2 少儿艺术培训市场问题分析
  - 4.2.3 少儿艺术培训行业市场规模分析
    - (1) 人口规模与结构
    - (2) 各地区人口结构情况分析
    - (3) 家庭教育消费概况
    - (4) 少儿艺术培训市场规模与潜力
    - (5) 重点城市少儿艺术培训参加情况
  - 4.2.4 少儿艺术培训市场前景分析
- 4.3 少儿艺术培训行业发展策略
  - 4.3.1 走出少儿教育误区，树立正确的少儿教育理念
  - 4.3.2 规范少儿培训市场，促进培训资源的合理整合
  - 4.3.3 提升教师个人水平，推动师资力量的全面提升
  - 4.3.4 运用多种教学方式，促进儿童综合素质的提升
  - 4.3.5 加强品牌意识的建设
  - 4.3.6 服务及市场竞争意识加强

## 第5章：中国少儿艺术培训细分市场分析

## 5.1 少儿音乐培训市场分析

### 5.1.1 少儿音乐培训市场现状

### 5.1.2 少儿音乐培训市场规模分析

### 5.1.3 少儿音乐培训主要种类与形式分析

### 5.1.4 少儿钢琴培训案例分析

#### (1) 海伦钢琴教室

#### (2) 珠江钢琴艺术中心

### 5.1.5 少儿音乐培训市场发展趋势

## 5.2 少儿舞蹈培训市场分析

### 5.2.1 少儿舞蹈培训市场现状

### 5.2.2 少儿舞蹈培训市场规模分析

### 5.2.3 少儿艺术培训舞蹈种类分析

### 5.2.4 少儿拉丁舞调研

#### (1) 少儿拉丁舞研究对象

#### (2) 少儿拉丁舞学员调研

#### (3) 拉丁舞教师的现状分析

#### (4) 场地设施器材的现状

### 5.2.5 少儿舞蹈培训市场发展趋势

## 5.3 少儿书法美术培训市场分析

### 5.3.1 少儿书法美术培训市场现状

### 5.3.2 少儿书法美术培训市场规模分析

### 5.3.3 少儿书法美术培训代表品牌分析

### 5.3.4 少儿书法美术培训市场发展趋势

#### (1) 少儿美术潜在需求大

#### (2) 规范化品牌化的少儿美术学校市场认可度高

#### (3) 未来3年是最佳时机

## 5.4 少儿体验实践培训市场分析

### 5.4.1 少儿体验实践培训市场现状

### 5.4.2 少儿体验实践培训市场规模分析

### 5.4.3 少儿体验实践培训代表场馆分析

### 5.4.4 少儿体验实践培训市场发展趋势

## 5.5 少儿艺术培训在线教育市场分析

### 5.5.1 少儿艺术培训在线教育市场现状

### 5.5.2 少儿艺术培训在线教育案例分析

#### (1) 深圳市童心飞扬科技有限公司经营状况分析

##### 1) 企业发展历程分析

##### 2) 公司主营业务分析

##### 3) 童心飞扬网站分析

##### 4) 企业经营模式分析

#### (2) 广州爱艺教育科技有限公司经营状况分析

##### 1) 企业发展历程分析

##### 2) 爱艺网基本情况分析

##### 3) 爱艺网栏目分析

##### 4) 企业经营模式分析

### 5.5.3 少儿艺术培训在线教育市场发展趋势

## 第6章：中国少儿艺术培训市场营销分析

### 6.1 少儿艺术培训市场消费者需求分析

#### 6.1.1 市场消费者需求的特点

#### 6.1.2 市场消费需求主体对象

##### (1) 团体消费与零散消费

##### (2) 潜在消费与现实消费

#### 6.1.3 市场消费行为影响因素

##### (1) 经济因素

##### (2) 职业与文化水平

##### (3) 性格与生活方式

##### (4) 相关群体

##### (5) 办学单位自身因素

#### 6.1.4 市场消费者购买心理决策

##### (1) 确立问题

##### (2) 信息收集

##### (3) 备选产品评估

##### (4) 购买决策

##### (5) 消费评议

## 6.2 少儿艺术培训产品特征、定价策略及服务质量

### 6.2.1 少儿艺术培训产品特征

- (1) 无形性
- (2) 生产和消费的同时性

### 6.2.2 少儿艺术培训定价策略

- (1) 维持定价法
- (2) 竞争定价法
- (3) 迎合消费者心理定价

### 6.2.3 少儿艺术培训服务质量

- (1) 社会音乐培训服务质量概述
- (2) 消费者的满意度
- (3) 社会音乐培训服务的有形展示
- (4) 提高社会音乐培训服务质量的策略

## 6.3 少儿艺术培训市场营销体系及发展趋势

### 6.3.1 培训市场的营销体系

- (1) 团体的销售体系
- (2) 散户消费直销体系

### 6.3.2 培训市场的营销策略

- (1) 团队的营销策略
- (2) 散户营销策略

### 6.3.3 培训市场的品牌营销

### 6.3.4 培训市场的网络营销

- (1) 网络营销与特征
- (2) 网络营销的独特的优越性

### 6.3.5 培训市场的连锁经营

- (1) 加盟连锁的优缺点
- (2) 加盟连锁在经营过程中的缺点：

### 6.3.6 培训营销组织的管理

## 6.4 少儿艺术培训市场促销分析

### 6.4.1 艺术培训促销目的

### 6.4.2 艺术培训促销作用

### 6.4.3 艺术培训促销原则

#### 6.4.4 艺术培训促销方式

- (1) 人员推销
- (2) 广告促销
- (3) 活动促销
- (4) 公关促销

#### 6.5 少儿艺术培训市场营销案例分析——Doremi音乐总动员

##### 6.5.1 综合分析

##### 6.5.2 活动内容

##### 6.5.3 同类市场的竞争状况

##### 6.5.4 营销目标

##### 6.5.5 营销策略

- (1) 目标消费群体定位
- (2) 营销策略

##### 6.5.6 营销渠道

- (1) 团体及散户销售体系
- (2) 直销体系

##### 6.5.7 营销实战步骤

##### 6.5.8 销售定价

- (1) 制定音乐培训价格的原则
- (2) 销售定价（参照少年宫培训定价）

##### 6.5.9 促销策略

- (1) 促销目标
- (2) 促销的作用
- (3) 促销的方式

### 第7章：中国少儿艺术培训行业市场竞争分析

#### 7.1 少儿艺术培训行业竞争状况分析

##### 7.1.1 行业所处阶段分析

##### 7.1.2 行业竞争情况分析

- (1) 教学服务质量竞争分析
- (2) 竞争层次——品牌逐渐形成
- (3) 品牌竞争分析

## 7.2 少儿艺术培训行业投资兼并重组整合趋势

### 7.2.1 外资进入加剧行业兼并重组

### 7.2.2 风投助长行业兼并重组活动

## 7.3 少儿艺术培训行业竞争热点

## 7.4 少儿艺术培训行业师资竞争分析

### 7.4.1 少儿艺术培训师竞争层次分析

### 7.4.2 少儿艺术师资培训模式

(1) 培训方案需要多模式贡献

(2) 艺术教师培养的顺向模式

## 第8章：中国少儿艺术培训行业重点区域市场分析

### 8.1 华北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

#### 8.1.1 北京市少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.1.2 天津市少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.1.3 河北省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.1.4 山西省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.1.5 内蒙古少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

## 8.2 华南地区少儿艺术培训行业市场需求分析

### 8.2.1 广东省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.2.2 广西少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.2.3 海南省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

## 8.3 华东地区少儿艺术培训行业市场需求分析

### 8.3.1 上海市少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.3.2 江苏省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.3.3 浙江省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.3.4 山东省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.3.5 福建省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.3.6 江西省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.3.7 安徽省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.4 华中地区少儿艺术培训行业市场需求分析

##### 8.4.1 湖南省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

##### 8.4.2 湖北省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

##### 8.4.3 河南省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.5 西北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

##### 8.5.1 陕西省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

##### 8.5.2 甘肃省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.5.3 宁夏少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.5.4 新疆少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 新疆乌鲁木齐市艺术培训市场调研情况

(4) 少儿艺术培训行业需求分析

## 8.6 西南地区少儿艺术培训行业市场需求分析

### 8.6.1 重庆市少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.6.2 四川省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.6.3 贵州省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.6.4 云南省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

## 8.7 东北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

### 8.7.1 黑龙江省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 8.7.2 吉林省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

#### 8.7.3 辽宁省少儿艺术培训行业市场需求分析

- (1) 行业消费环境分析
- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析

### 第9章：中国少儿艺术培训行业标杆企业经营分析

#### 9.1 精中（上海）管理咨询有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 9.2 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 9.3 北京寰亚国际文化传播有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 9.4 北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 9.5 深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 9.6 川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 9.7 深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 9.8 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 9.9 上海秦汉胡同教育培训有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 第10章：中国少儿艺术培训行业前景预测与投资战略规划

#### 10.1 少儿艺术培训行业投资特性分析

##### 10.1.1 少儿艺术培训行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 教师资源壁垒

(3) 生源招收能力

(4) 品牌壁垒

##### 10.1.2 少儿艺术培训行业投资风险分析

(1) 市场竞争风险

(2) 经营风险

(3) 政策风险分析

(4) 其他风险分析

##### 10.1.3 教育培训行业盈利模式分析

#### 10.2 少儿艺术培训行业投资战略规划

##### 10.2.1 少儿艺术培训行业投资潜力分析

(1) 教育培训市场规模大

(2) 少儿艺术培训市场尚未成熟

(3) 未来行业投资兼并整合趋势加强

(4) 国外教育理念的引进

(5) 区域潜力

#### 10.2.2 少儿艺术培训企业战略布局建议

(1) 少儿音乐和少儿舞蹈仍将是主要市场

(2) 少儿美术市场容量大

(3) 国学艺术教育兴起

(4) 少儿艺术游学亟待规范

(5) 少儿体验实践深受欢迎

#### 10.2.3 少儿艺术培训行业投资重点建议

(1) 少儿艺术品牌投资

(2) 农村少儿艺术培训连锁或加盟投资

(3) 少儿艺术培训新兴领域投资

### 第11章 电商行业发展分析

#### 11.1 电子商务发展分析

##### 11.1.1 电子商务定义及发展模式分析

##### 11.1.2 中国电子商务行业政策现状

##### 11.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

#### 11.2 “互联网+”的相关概述

##### 11.2.1 “互联网+”的提出

##### 11.2.2 “互联网+”的内涵

##### 11.2.3 “互联网+”的发展

##### 11.2.4 “互联网+”的评价

##### 11.2.5 “互联网+”的趋势

#### 11.3 电商市场现状及建设情况

##### 11.3.1 电商总体开展情况

##### 11.3.2 电商案例分析

##### 11.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

#### 11.4 电商行业未来前景及趋势预测

##### 11.4.1 电商市场规模预测分析

##### 11.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：少儿艺术培训类型

图表2：少儿的基础教育主要内容

图表3：少儿的心理教育主要内容

图表4：少儿教育培养目的

图表5：教育培训行业发展阶段

图表6：2011-2015年教育培训行业发展规模（单位：亿元）

图表7：教育培训行业发展问题

图表8：教育培训行业政策扶持分析

图表9：加强教育培训行业监督和引导分析

图表10：2011-2015年中国新出生人口数（单位：万人）

图表11：2016-2022年教育培训行业市场规模预测（单位：亿元）

图表12：2011-2015年教育培训行业重要融资事件（单位：万元，万美元，亿元，亿美元）

图表13：2011-2015年我国教育类企业上市情况（单位：亿元，亿美元，亿港元）

图表14：2010-2015年中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%）

图表15：2011-2015年第三产业占GDP比重（单位：%）

图表16：2010-2015年我国财政收入变化趋势（单位：万亿元，%）

图表17：2011-2015年中国财政性教育支出变化情况（单位：万亿元，%）

图表18：2011-2015年中国教育固定资产投资变化情况（单位：亿元，%）

图表19：2010-2015年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表20：艺术教育培训行业发展政策及法律法规分析

图表21：教育培训行业自律环境分析

图表22：2015年各艺术学校报考及招生人数情况（单位：名）

图表23：少儿艺术培训推动力分析

图表24：2015年中国各地区受教育程度排行前五名与后五名对比（单位：人）

图表25：主要培训方式分析

图表26：少儿艺术培训市场问题分析

图表27：2011-2015年我国人口年龄结构情况（单位：万人）

图表28：2015年中国各地区年龄结构（单位：万人，%）

图表29：2015年中国年龄结构排行前五名与后五名对比（单位：%）

图表30：目前家庭教育支出情况

图表31：2011-2015年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）

图表32：2016-2022年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）

图表33：少儿艺术市场火爆的原因分析

图表34：2016-2022年我国少儿音乐培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表35：海伦钢琴组织结构图

图表36：海伦钢琴加盟模式

图表37：珠江钢琴艺术中心开设课程

图表38：2016-2022年我国少儿舞蹈培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表39：学员的年龄（单位：人，%）

图表40：学员的年龄（单位：人，%）

图表41：学员的学习时间（单位：小时/周，人，%）

图表42：学习拉丁舞的动机（单位：人，%）

图表43：拉丁舞教师的年龄结构（单位：人，%）

图表44：拉丁舞教师从业年限（单位：年，%）

图表45：教师专业知识来源（单位：人，%）

图表46：教师文化层次（单位：人，%）

图表47：拉丁舞课程运用现代教学方法（单位：人，%）

图表48：场地设施状况（单位：人，%）

图表49：2016-2022年我国少儿书法美术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表50：少儿美术代表品牌分析

图表51：2016-2022年我国少儿体验实践培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表52：我国少儿体验实践培训代表场馆分析

图表53：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况

图表54：童心飞扬少年宫主要课程

图表55：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况

图表56：爱才艺网主要课程

图表57：消费者对音乐培训服务质量满意度的考虑因素

图表58：团体培训市场营销的渠道分析

图表59：影响音乐艺术培训品牌形成的因素分析

图表60：加盟连锁的优点分析

图表61：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表62：媒体类型介绍

图表63：投放媒体介绍

图表64：活动促销方式介绍

图表65：活动内容介绍

图表66：零散消费市场分类

图表67：目标客户定位

图表68：团体消费生源的营销渠道分析

图表69：营销实战步骤分析

图表70：音乐培训价格原则

图表71：少年宫培训定价（单位：元/期，元/节）

图表72：广告促销策略分析

图表73：活动促销方式介绍

图表74：公关促销主要方式介绍

图表75：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表76：艺术教育培训机构信赖比例（单位：%）

图表77：少儿艺术培训机构行业竞争热点

图表78：少儿艺术教师教育教学的不足分析

图表79：2011-2015年北京市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表80：2011-2015年北京市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表81：2011-2015年北京市城镇居民可支配收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表82：2011-2015年北京市农村居民可支配收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表83：2011-2015年北京市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表84：2010-2021年北京市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表85：2011-2015年天津市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表86：2011-2015年天津市居民消费价格指数走势图

图表87：2010-2015年天津市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表88：2010-2015年天津市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表89：2011-2015年天津市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表90：2016-2022年天津市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表91：2011-2015年河北省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表92：2011-2015年河北省居民消费价格指数走势图

图表93：2010-2015年河北省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表94：2010-2015年河北省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表95：2011-2015年河北省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表96：2016-2022年河北省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表97：2011-2015年山西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表98：2010-2015年山西省城镇居民平均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表99：2010-2015年山西省农村居民平均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表100：2011-2015年山西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表101：2016-2022年山西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表102：2011-2015年内蒙古自治区GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表103：2011-2015年内蒙古自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表104：2010-2015年内蒙古城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表105：2010-2015年内蒙古农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表106：2011-2015年内蒙古少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表107：2016-2022年内蒙古少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表108：2011-2015年广东省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表109：2011-2015年广东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表110：2010-2015年广东省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表111：2010-2015年广东省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表112：2011-2015年广东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表113：2016-2022年广东省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表114：2011-2015年广西GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表115：2011-2015年广西自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表116：2010-2015年广西城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表117：2010-2015年广西农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表118：2011-2015年广西少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表119：2016-2022年广西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表120：2011-2015年海南GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表121：2011-2015年海南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表122：2010-2015年海南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表123：2010-2015年海南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表124：2011-2015年海南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表125：2016-2022年海南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表126：2011-2015年上海市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表127：2011-2015年上海市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表128：2010-2015年上海市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表129：2010-2015年上海市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表130：2011-2015年上海市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表131：2016-2022年上海市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表132：2011-2015年江苏省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表133：2011-2015年江苏省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表134：2010-2015年江苏省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表135：2010-2015年江苏省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表136：2011-2015年江苏省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表137：2016-2022年江苏省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表138：2011-2015年浙江省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表139：2011-2015年浙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表140：2010-2015年浙江省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表141：2010-2015年浙江省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表142：2011-2015年浙江省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表143：2016-2022年浙江省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表144：2011-2015年山东省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表145：2011-2015年山东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表146：2010-2015年山东省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表147：2010-2015年山东省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表148：2011-2015年山东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表149：2016-2022年山东省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表150：2011-2015年福建省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表151：2011-2015年福建省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表152：2010-2015年福建省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表153：2010-2015年福建省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表154：2011-2015年福建省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表155：2016-2022年福建省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表156：2011-2015年江西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表157：2011-2015年江西省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表158：2010-2015年江西省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表159：2010-2015年江西省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表160：2011-2015年江西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表161：2016-2022年江西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表162：2011-2015年安徽省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表163：2011-2015年安徽省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表164：2010-2015年安徽省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表165：2010-2015年安徽省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表166：2011-2015年安徽省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表167：2016-2022年安徽省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表168：2011-2015年湖南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表169：2011-2015年湖南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表170：2010-2015年湖南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表171：2010-2015年湖南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表172：2011-2015年湖南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表173：2016-2022年湖南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表174：2011-2015年湖北省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表175：2011-2015年湖北省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表176：2010-2015年湖北省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表177：2010-2015年湖北省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表178：2011-2015年湖北省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表179：2016-2022年湖北省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表180：2011-2015年河南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表181：2011-2015年河南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表182：2010-2015年河南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表183：2010-2015年河南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表184：2011-2015年河南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表185：2016-2022年河南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表186：2011-2015年陕西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表187：2011-2015年陕西省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表188：2010-2015年陕西省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表189：2010-2015年陕西省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表190：2011-2015年陕西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表191：2016-2022年陕西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表192：2011-2015年甘肃省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表193：2011-2015年甘肃省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表194：2010-2015年甘肃省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表195：2010-2015年甘肃省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表196：2011-2015年甘肃省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表197：2016-2022年甘肃省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表198：2011-2015年宁夏自治区GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表199：2011-2015年宁夏自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表200：2010-2015年宁夏城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表201：2010-2015年宁夏农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表202：2011-2015年宁夏少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表203：2016-2022年宁夏省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表204：2011-2015年新疆GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表205：2011-2015年新疆自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表206：2010-2015年新疆城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表207：2010-2015年新疆农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表208：2011-2015年新疆少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表209：2015年少年儿童参加艺术培训比例（单位：%）

图表210：2016-2022年新疆少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表211：2011-2015年重庆市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表212：2011-2015年重庆市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表213：2010-2015年重庆市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表214：2010-2015年重庆市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表215：2011-2015年重庆市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表216：2016-2022年重庆市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表217：2011-2015年四川省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表218：2011-2015年四川省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表219：2010-2015年四川省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表220：2010-2015年四川省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表221：2011-2015年四川省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表222：2016-2022年四川省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表223：2011-2015年贵州省走势分析（单位：亿元，%）

图表224：2011-2015年贵州省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表225：2010-2015年贵州省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表226：2010-2015年贵州省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表227：2011-2015年贵州省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表228：2016-2022年贵州省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表229：2011-2015年云南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表230：2011-2015年云南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表231：2010-2015年云南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表232：2010-2015年云南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表233：2011-2015年云南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表234：2016-2022年云南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表235：2011-2015年黑龙江省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表236：2011-2015年黑龙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表237：2010-2015年黑龙江省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表238：2010-2015年黑龙江省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表239：2012-2015年黑龙江省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表240：2016-2022年黑龙江省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表241：2011-2015年吉林省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表242：2011-2015年吉林省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表243：2010-2015年吉林省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表244：2010-2015年吉林省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表245：2011-2015年吉林省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表246：2016-2022年吉林省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表247：2011-2015年辽宁省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表248：2011-2015年辽宁省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表249：2010-2015年辽宁省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表250：2010-2015年辽宁省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表251：2011-2015年辽宁省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表252：2016-2022年辽宁省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/D04382ZIMV.html>