

2017-2022年中国教育培训 市场深度调查与投资前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国教育培训市场深度调查与投资前景报告》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/E17161YOMS.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

前言

教育培训行业作为21世纪的朝阳产业，市场日益多彩丰富，正向细分市场迈进。

在经济全球化和服务国际化的时代，教育市场呈现蓬勃发展的态势，成为我国经济领域闪亮的市场热点，我国的教育培训市场将进入比拼内功和规模的圈地时代，市场竞争将日趋激烈，行业前景可期。

目前，我国现有2亿多的中小学生，在大中城市学生当中，90%以上小学生在课后课外辅导，市场发展潜力巨大。

从目前的发展状况看，中国的教育培训行业尚处于成长阶段，虽然培训机构数量已超过十万家，但资金规模超过10亿元的屈指可数，行业竞争激烈。同时，行业市场规模保持高速增长态势，2014年整个教育培训市场规模达到1.2万亿元左右。2015年约12200亿元。近几年我国教育培训行业市场规模情况如下图所示：

2009-2015年我国教育培训行业市场规模情况

本对教育培训行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国对教育培训行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国对教育培训行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国对教育培训行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国对教育培训行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 产业环境透视 1

第一章 教育培训行业发展综述 1

第一节 行业定义及范围界定 1

一、行业界定及分类 1

二、产业链 1

三、发展历史回顾 4

四、中国教育培训分类分析 5

1、义务教育 5

义务教育，是根据宪法规定，适龄儿童和青少年都必须接受，国家、社会、家庭必须予以保证的国民教育。其实质是国家依照法律的规定对适龄儿童和青少年实施的一定年限的强迫教育的制度。义务教育又称强迫教育和免费义务教育。义务教育具有强制性、公益性、普及性的基本特点。我国义务教育法规定的义务教育年限为九年（小学六年，初中三年，部分省市为小学五年，初中四年），这一规定符合我国的基本国情，是适当的。

中国义务教育的三个基本性质为强制性、公益性、统一性。

公益性

所谓公益性，就是明确规定“不收学费、杂费”。公益性和免费性是联系在一起的如修订的义务教育第二条规定，国家实行九年义务教育制度。义务教育是国家统一实施的所有适龄儿童、少年必须接受的教育，是国家必须予以保障的公益性事业。实施义务教育，不收学费、杂费。国家建立义务教育经费保障机制，保证义务教育制度实施。

统一性

统一性是贯穿始终的一个理念。在新法中，从始至终强调在全国范围内实行统一的义务教育，这个统一包括要制定统一的义务教育阶段教科书设置标准、教学标准、经费标准、建设标准、学生公用经费的标准等等。这些与统一相关的内容以不同的形式反映到法律的修改中来。

强制性

强制性又叫义务性。让适龄儿童、少年接受义务教育是学校、家长和社会的义务。谁违反这个义务，谁就要受到法律的规范。家长不送学生上学，家长要承担责任；学校不接受适龄儿童、少年上学，学校要承担责任；学校不提供相应的条件，也要受到法律的规范。

2、学前教育与特殊教育 6

学前教育（preschool education）是一门综合性非常强的学科。

学前教育有广义和狭义之分。广义的学前教育是指从出生到6周岁或7周岁的儿童实施的保育和教育。狭义的学前教育是指对3~6周岁或7周岁的儿童实施的保育和教育。

学前教育是就业率排名最高的专业之一，几乎是供不应求，很多幼儿园都需要提前下“订单”。因为社会不是缺少幼儿教师，而是缺少高文化高素质的幼儿教师。这样的教师

，不仅要拥有一定的艺术实践能力，还要拥有广博的文化素养和识物察人的智慧，以及敏锐的科研意识以及良好的科研能力。幼儿时期是形成性格人格发展的重要时期，因此学前教育在幼儿成长过程中扮演着重要的角色。

学前教育是由家长及幼师利用各种方法、实物为开发学前儿童的智力，使他们更加聪明，有系统、有计划而且科学地对他们的大脑进行各种刺激，使大脑各部位的功能逐渐完善而进行的教育。学前智育是学前教育学的重要内容之一，是构成学前教育学的科学体系的一部分。儿童是人生智力发展的基础阶段，又是发展最快的时期，适当、正确的学前教育对幼儿智力及其日后的发展有很大的作用。超常儿童的形成、发展，无一不与适当、正确的学前教育有关，尤其是智力方面的学前教育。学前智育是一个多方面的培养过程。对学前儿童的心理关注也不可小觑。

特殊教育是使用一般的或经过特别设计的课程、教材、教法和教学组织形式及教学设备，对有特殊需要的儿童进行旨在达到一般和特殊培养目标的教育，它的目的和任务是最大限度地满足社会的要求和特殊儿童的教育需要，发展他们的潜能，使他们增长知识、获得技能、完善人格，增强社会适应能力，成为对社会有用的人才。

3、高中阶段教育 7

高中阶段教育历来都是被人们所重视的一个教育阶段，它关系着一个孩子的未来，但是目前我国的高中教育还存在着很大的问题，我们希望通过大家的关注能够得到解决，更好的服务于孩子们。

有关教育行政部门放权的问题一直是教育改革中的争论点。在高校要求办学自主权的呼声越来越高的同时,对于高中教育这样一种既不属于义务教育、又不纯粹归于个性教育的特殊教育阶段,应如何认识放权问题,成为教育专家们热议的话题。

支持方认为,高中学生已经具备了义务教育阶段积累的知识基础,并逐渐体现出更多的个性,针对这一特点,高中教育应提倡校长办学,使学校拥有更大的空间来做适合自身生源的特色教育;

。基础教育应区别于高等教育,基础教育应体现出特定的方向性和目标性,因此不应盲目扩大高中校长的办学自主权,否则可能造成本不完善的基础教育体系更失于规范。新教育实验著名发起人朱永新教授把“教育解放”作为自己的标志性观点。他认为,教育应把学生从分数的牢笼中解放出来,把老师从升学的压力下解放出来,把校长从行政考核、社会评价的束缚中解放出来,把教育的舞台还给他们。

4、高等教育 7

高等教育的发展历史可以追溯到中世纪的大学，后来越来越发展，主要是英国、德国、美国的大学的不断转型，形成了高等教育的三项职能，即培养专门人才、科学研究、服务社会。

改革开放以来，我国高等教育事业获得长足发展，改革取得令人瞩目的成绩，初步形成了适应国民经济建设和社会发展需要的多种层次、多种形式、学科门类基本齐全的社会主义高等教育体系，为社会主义现代化建设培养了大批高级专门人才，在国家经济建设、科技进步和社会发展中发挥了重要作用。

我国高等教育学历有三种：普通高等教育、成人高等教育、高等教育自学考试。高等教育是在完成中等教育的基础上进行的专业教育，是培养高级专门人才的社会活动。

5、成人培训 8

成人培训是指有别于普通全日制教学形式的教育形式。成人培训不限年龄，性别。通过这个教育过程，使社会成员中被视为成年的人增长能力、丰富知识、提高技术和专业资格，或使他们转向新的方向，在人的全面发展和参与社会经济、文化的均衡而独立发展两个方面，使他们的态度和行为得到改变。

6、民办教育 8

民办教育，又名私立教育（private education），是相对于公办教育、公立教育的教育形式，指国家机构以外的社会组织或者个人，利用非国家财政性经费，面向社会举办学校及其他教育机构的机构的活动。

我国人口众多，教育需求巨大，公共教育资源早已无法满足居民对于教育的需求，民办教育在我国教育发展历程中承担着越来越多的教育任务。

经过近30余年的发展，中国民办教育从无到有、从小到大、从弱到强，到目前已经形成了有一定规模的民办教育体系。随着民办教育行业竞争的不断加剧，大型民办教育服务提供机构间的服务创新与资本运作日趋频繁，国内优秀的民办教育服务提供企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的民办教育服务提供品牌迅速崛起，逐渐成为民办教育行业中的翘楚。

第二节 培训概述 9

一、培训产业特点 9

二、培训的发展 10

三、培训的层次 11

四、培训的周期 11

五、培训的经费来源 12

六、培训的经济效益 12

七、培训的成本 13

八、培训方法的分类 15

第三节 最近3-5年中国教育培训行业经济指标分析 17

一、赢利性	17
二、成长速度	17
三、附加值的提升空间	18
四、进入壁垒 / 退出机制	18
五、风险性	18
六、行业周期	19
七、竞争激烈程度指标	20
八、行业及其主要子行业成熟度分析	20
第二章 教育培训行业市场环境及影响分析 (PEST)	21
第一节 教育培训行业政治法律环境 (P)	21
一、行业管理体制分析	21
二、行业主要法律法规	22
1、《中华人民共和国职业教育法》	22
2、《民办教育促进法》	27
3、行业主要政策动向	35
三、教育培训行业标准	36
1、《中国民办培训教育行业自律诚信公约》	36
2、新课程标准	36
3、《认证培训机构管理办法》	37
四、行业相关发展规划	44
五、政策环境对行业的影响	46
第二节 行业经济环境分析 (E)	46
一、宏观经济形势分析	46
二、宏观经济环境对行业的影响分析	51
第三节 行业社会环境分析 (S)	52
一、就业与人才分析	52
二、城市化进程分析	53
三、人口密度分析	54
四、年龄结构分析	55
五、学历结构分析	56
第四节 行业技术环境分析 (T)	57

一、教育培训技术发展分析	57
二、行业主要技术应用趋势	57
三、技术环境对行业的影响	59
第三章 国际教育培训行业发展分析及经验借鉴	61
第一节 全球教育培训市场总体情况分析	61
一、全球教育培训行业的发展特点	61
二、全球教育培训市场结构	62
三、全球教育培训行业发展分析	62
四、全球教育培训行业竞争格局	62
五、全球教育培训市场区域分布	63
六、国际重点教育培训企业运营分析	63
第二节 全球主要国家（地区）市场分析	64
一、英国	64
1、英国教育培训行业发展特点	64
2、英国教育培训发展及热点细分研究	64
3、2017-2022年英国教育培训行业发展前景预测	65
二、北美	66
1、北美教育培训行业发展特点	66
2、北美教育培训发展及热点细分研究	66
3、2017-2022年北美教育培训行业发展前景预测	67
三、加拿大	67
1、加拿大教育培训行业发展特点	67
2、加拿大教育培训发展及热点细分研究	68
3、2017-2022年加拿大教育培训行业发展前景预测	68
四、法国	68
1、法国教育培训行业发展特点	68
2、法国教育培训发展及热点细分研究	69
3、2017-2022年法国教育培训行业发展前景预测	69
五、其他国家地区	69
1、俄罗斯	69
2、澳大利亚	70

3、韩国 70

第四章 国际教育培训行业发展与启示 72

第一节 国际教育培训市场总体情况 72

一、国际教育培训市场环境分析 72

二、国际教育培训市场优势分析 73

三、国际教育培训的模式分析 73

第二节 美国教育培训市场分析 74

一、美国教育培训机构类型 74

二、美国教育培训市场规模情况 75

三、美国教育培训市场的启示与借鉴 76

第三节 欧洲教育培训市场分析 77

一、欧洲教育培训市场现状分析 77

二、欧洲教育培训市场发展的趋势 79

三、欧洲教育培训市场的启示与借鉴 80

第四节 韩国教育培训市场分析 81

一、韩国教育培训市场现状分析 81

二、韩国教育培训市场的启示与借鉴 82

第五节 2017-2022年国际教育信息化趋势分析 83

一、政策机制 83

二、人才培养 84

三、应用开发 85

四、信息资源 86

五、信息网络 86

第二部分 行业深度分析 88

第五章 我国教育培训行业运行现状分析 88

第一节 我国教育培训行业发展状况分析 88

一、我国教育培训行业发展阶段 88

二、我国教育培训行业发展总体概况 89

三、我国教育培训行业发展特点分析 91

四、我国教育培训行业商业模式分析 92

第二节 教育培训行业发展现状 94

一、我国教育培训行业市场规模 94

教育培训行业作为21世纪的朝阳产业，市场日益多彩丰富，正向细分市场迈进。

在经济全球化和服务国际化的时代，教育市场呈现蓬勃发展的态势，成为我国经济领域闪亮的市场热点，我国的教育培训市场将进入比拼内功和规模的圈地时代，市场竞争将日趋激烈，行业前景可期。

目前，我国现有2亿多的中小學生，在大中城市學生当中，90%以上小學生在课后课外辅导，市场发展潜力巨大。

从目前的发展状况看，中国的教育培训行业尚处于成长阶段，虽然培训机构数量已超过十万家，但资金规模超过10亿元的屈指可数，行业竞争激烈。同时，行业市场规模保持高速增长态势，2014年整个教育培训市场规模达到1.2万亿元左右。2015年约12200亿元。

截至2015年，中国的教育培训机构的总量约为14万家，这其中包括职业技能培训机构和各种非学历的短期培训机构，如中小学课外辅导机构等。培训机构数量在10000家以上的有山东和江苏，山东和江苏作为教育大省和东部经济较发达地区，其教育培训行业相当发达，已达到了很大的规模；培训机构数量在7000-10000家的有河南、广东、辽宁、浙江、北京，多集中在经济发展较好的东部地区，其中河南虽说是中部经济发展欠发达，但由于人口众多，高等以下的教育人口众多，所以教育培训机构数量也较多；培训机构数量在5000-7000的有湖北、上海和河北，湖北省各级教育都发展较好，上海的经济发达，高等教育发展较好，河北则是靠近北京，可以依托北京的辐射力量；培训机构数量在3000-5000的有黑龙江、湖南、陕西、吉林、福建、四川、安徽、重庆、广西、江西、山西、云南，这一数量范围的省份最多，东中西部省份都有；其他省份的教育培训机构数量都在3000所以下，其中海南省、青海省、西藏自治区的省份，其教育培训机构数量较少，在1000家以下。

二、我国教育培训行业发展分析 96

三、中国教育培训企业发展分析 100

第三节 教育培训市场情况分析 103

一、中国教育培训市场总体概况 103

二、中国教育培训产品市场发展分析 104

第六章 我国教育培训行业整体运行指标分析 111

第一节 中国教育培训行业总体规模分析 111

一、企业数量结构分析 111

二、从事教育培训工作人群数量	112
三、行业资产规模分析	113
四、行业市场规模分析	113
第二节 中国教育培训行业收费情况分析	114
一、我国民办教育培训行业收费标准	114
二、我国合资教育培训行业收费标准	114
三、外资教育培训机构在中国的收费标准	115
第三节 中国教育培训行业财务指标分析	116
一、教育培训行业营业增长率分析	116
二、教育培训行业资本保值增长率分析	117
三、教育培训行业营业利润增长率分析	117
四、教育培训行业总资产增长率分析	118

第三部分 市场全景调研 119

第七章 我国教育培训细分市场分析及预测 119

第一节 中国教育培训行业细分市场结构分析 119

一、教育培训行业市场结构现状分析	119
二、教育培训行业细分结构特征分析	120
三、教育培训行业细分市场发展概况	120
四、教育培训行业市场结构变化趋势	121

第二节 中国语言培训市场现状及前景分析 121

一、语言培训市场关注度调研	121
二、语言培训消费者属性及行为调查	121
三、中小學生英语培训市场分析	124
四、留学英语培训市场分析	125
五、商务英语培训市场分析	127
六、日语培训市场分析	128
七、其他语种培训市场分析	129

第三节 中国IT培训市场供需及前景分析 130

一、中国IT培训机构发展状况 130

随着“信息化带动工业化”策略的深入人心，许多人的工作开始与计算机紧密相连，甚至不可分离，这就造成了大量的工种需要进行IT技能的培训。据统计，目前IT业已经

有200多种认证。不算各类社会IT认证，每年仅参加教育部、劳动部和人事部组织的IT认证考试的人员就有500多万人，面对如此规模的培训需求，我国IT培训认证市场以惊人的速度发

二、中国IT培训经营模式分析 131

一、直营经营

直营类，每个校区由总部统一设立，管理集中，但是复制速度慢；招生代理类，招生代理只负责招生，讲师由总部派遣或从其它培训机构聘请；

二、连锁加盟

连锁经营类为授权加盟，目前国内知名的IT培训机构清华万博、北大青鸟等都属于连锁经营类。针对媒体目前对培训机构连锁模式的质疑，连锁模式其实应该是培训机构发展的一种主流模式，也是未来培训机构的发展趋势。但是如果厂商监管不到位，完全由代理商来操作，就易出现失去控制而产生信用危机，最终危及整个行业发展。

三、特许经营

特许经营在我国发展时间不过短短十几年，但已经成为业界公认的发展最快，前景最好的商业模式。IT教育行业由于发展时间短，竞争不规范，加上它的投资周期长，发展特许经营已经成也IT教育行业竞争的制高点。

我国的特许经营从90年代起步，由于政府的大力扶持和企业的积极开拓，现在已经初具规模。特许经营正成为我国商业领域中最成功的经营方式，表现出强大的生命力和扩张能力。在我国IT教育培训行业，特许经营模式已经发展成为IT教育机构的首选经营模式。从某种程度来说，特许经营模式推动了我国IT教育培训机构的发展。

三、中国IT培训行业特许经营分析 132

一、对受许人的资格审查及管理支持

在日趋激烈的竞争环境中，市场环境对于一个小资本独立开创自己事业机会越来越小。IT培训企业，多为中小业者，机构多余牛毛，而在这种情况下，一个资金有限，缺乏运作管理经验的投资者要想开拓自己的事业更加困难。

但是，投资者选择实力雄厚，信誉良好的培训企业加盟后，投资成功的机会大大提高了。无疑，特许经营是一条成功的捷径。

对特许人而言，进行特许经营的主要优势有：首先不受资金的限制，能迅速扩大规模。像我国IT培训企业北大青鸟采取特许加盟的方式，在全国30多个大中城市都有其加盟商，每年每个加盟商的加盟费用在40万。另一方面，特许企业只要输入管理与更新的课程体系，能降低经营费用，集中精力进行研究开发新的课程，能提高自己的管理水平。IT培训企业只要提供高质量的课程，注意准确的定位，几乎可以说一切OK了。

二、对启动阶段加盟培训中心的管理支持

授权培训中心开设前期的3个月，总部各个部门的专业人员将驻场启动，其主要的工作是招聘、培训、完成实习与试用期，组建合格的授权培训中心的员工团队，再将新团队与已开始正常运营的新中心交给投资加盟商。

三、对发展阶段加盟培训中心的管理支持

成功通过审核的候选受许人，将被要求参加内容广泛的为期四周的投资人训练营，使候选受许人能够及时有效地掌握经营一家授权培训中心所需要的团队管理、市场运作管理、学术管理等课程。候选受许人还要在真实运作的中心实习，担任校长、市场经理、学术主管等重要职务，从更全面的角度熟悉中心的业务。

四、特许经营模式下教学质量分析133

IT培训可以根据合约得到特许企业的系统的管理培训和指导。企业拥有一套规范成型的经过时间证明的优质高效的管理方法，无疑是成功的基础。我国IT培训企业整体规模小，要靠自身独自摸索一套科学有效切实可行的管理方法，往往需要很长的时间。如果加入一种强势培训品牌，就大可不必一切从头开始，就可以得到总部的管理，服务，质量等各方面的支持。IT培训企业可以充分利用总部的研发优势，师资优势。IT培训企业总部一般在建校环境，广告，课程，教材，管理培训等方面采取统一的模式，执行相同的大纲和教材教学模式，而且聚集了最为优秀的教师。而且这一切都是总部实践经验证明有效的。最后IT培训总部会帮助加盟商解决出现的问题，使受许人集中精力经营，另一方面还会为了整个企业的美誉度和知名度，提供高附加值的服务比如学历等等。

五、IT培训机构实行特许经营成功因素分析134

教育的品牌有其重要。有信誉者生存，无品牌者亡。特许经营的方式可以享用特许者的高知名度的品牌以及品牌已有的消费者。同时受许人还可以享有高知名度品牌商标所带来的利润，而且受许人隶属于知名品牌旗下，能受益于整体广告带来的客户，节省大量的开支。

六、IT培训行业市场竞争现状分析 139

七、中国IT培训行业消费市场分析 140

八、中国IT培训市场前景分析 140

第四节 中国企业培训市场前景及发展建议 141

一、企业培训现状及培训需求分析 141

二、企业培训市场发展分析 149

三、企业培训市场需求分析 151

四、企业培训市场竞争分析 152

五、企业培训效果分析 153

六、企业培训市场建议	159
第五节 中国考试培训市场现状及趋势分析	160
一、高考复读培训市场分析	160
二、成人高考、自考培训市场分析	161
三、研究生考试培训市场分析	162
四、MBA资格考试培训市场分析	163
第六节 中国职业资格培训市场需求及发展分析	164
一、职业资格培训市场发展分析	164
二、人力资源管理师培训市场分析	164
三、会计培训市场分析	168
四、其他热门职业资格培训市场分析	172
第七节 中国文化艺术培训市场现状及发展分析	179
一、文化艺术培训市场分析	179
二、舞蹈艺术培训市场分析	180
三、工艺美术培训市场分析	181
四、音乐培训市场分析	181
第八节 我国远程教育培训市场发展及前景	182
一、我国网络教育总体发展状况	182
二、远程教育培训发展现状及前景预测	186
三、远程教育关键成功要素分析	188
第九节 中国公务员考试培训市场需求及发展分析	215
一、公务员考试培训市场发展分析	215
二、公务员考试培训市场需求分析	216
三、公务员考试培训市场竞争分析	217
四、公务员考试培训发展趋势分析	218
第十节 中国留学、出国申请及咨询市场需求及发展分析	219
一、留学培训市场发展分析	219
一、出国申请及咨询市场发展分析	220
三、留学市场需求分析	220
四、留学市场竞争分析	221
五、2017-2022年留学发展趋势分析	222

第八章 中国远程教育运行透析	225
第一节 中国远程教育发展分析	225
一、我国远程教育发展状况及其意义	225
二、我国远程教育资金与教学设备投入情况	228
三、我国农村现代远程教育发展分析	228
四、我国远程教育发展的战略	231
第二节 中国远程教育在我国高校教学中的应用与思考	231
一、高校网上远程教育情况	231
二、高校网上远程教育的教学方式	233
三、发展高校网上远程教育的思考	235
第三节 中国远程教育学习群体分析	236
一、远程教育学生的来源	236
二、学习者对于远程教育的态度	236
三、促使学生取得学习成功的策略	236
第九章 我国教育培训行业营销发展策略及案例分析	239
第一节 教育培训营销策略探析	239
一、聚焦策略	239
二、价格策略	239
三、分销策略	240
四、促销策略	240
五、人员策略	241
六、差异化策略	241
七、过程策略	242
第二节 教育培训行业互联网营销问题探析	242
第三节 精准营销在高端教育培训行业中的运用	243
一、相关概念界定	243
二、教育培训行业互联网营销现状	244
三、教育培训行业互联网营销存在的问题	244
1、无法覆盖全部细分市场	244
2、互联网营销从业人员专业程度低	244
3、互联网营销的实施缺乏具体理论的指导	245

4、缺乏对于互联网营销效果的有效评估办法	245
四、推进教育培训行业互联网营销的思考	245
第四节 教育培训行业营销案例分析	246
一、教育培训行业营销案例综述	246
二、教育培训行业网络营销案例分析	249
三、教育培训行业广告与营销的结合	250
第四部分 竞争格局分析	252
第十章 教育培训行业竞争模式与发展趋势展望	252
第一节 教育与培训市场竞争格局分析	252
一、教育与培训主要潜力品种分析	252
二、现有教育培训机构的竞争分析	253
三、教育与培训市场机遇把握及策略选择	253
四、典型企业的竞争策略分析	254
第二节 国内外教育与培训市场竞争现状	255
一、全球教育培训市场竞争现状	255
二、国内教育培训市场竞争现状	256
三、国内教育培训细分市场竞争动态	257
第三节 教育培训的运营模式探究	258
一、培训机构连锁加盟模式分析	258
二、培训机构连锁经营的SWOT分析	259
三、培训机构非加盟模式的对比分析	260
四、培训机构运营模式发展的趋势分析	263
第四节 教育培训市场品牌竞争情况	264
一、国内教育培训机构品牌建设情况	264
二、培训行业强弱分化升级	264
三、培训品牌发展及其战略	265
四、教育培训行业品牌发展策略研究	266
第五节 行业并购融资现状及发展趋势分析	268
一、国内教育培训机构主要的融资模式	268
二、国内教育培训机构并购的方式分析	268
三、国内教育培训机构并购的案例研究	269

四、未来教育培训机构发展扩张的趋势分析	269
第六节 2017-2022年教育培训行业的竞争格局展望	269
一、全球经济对教育与培训行业竞争格局的影响	269
二、2017-2022年我国教育与培训市场的竞争趋势	270
第七节 重点区域教育培训市场竞争格局分析	271
一、北京	271
1、北京教育培训市场特征分析	271
2、北京少儿英语培训市场格局分析	272
3、自主招生热促进北京培训市场升温	274
二、上海	274
1、上海教育培训行业市场概述	274
2、上海外语培训市场潜力可观	274
3、上海培训行业加快对外开放步伐	275
三、深圳	276
1、深圳外语培训市场综合状况	276
2、深圳小语种培训市场潜力巨大	277
3、深圳职业培训行业发展方向思考	278
四、广州	279
1、广州教育培训市场分析	279
2、广州教育培训市场潜力分析	280
3、广州教育培训行业发展方向	280
第十一章 教育培训行业竞争形势及策略	281
第一节 行业总体市场竞争状况分析	281
一、教育培训行业竞争结构分析	281
二、教育培训行业企业间竞争格局分析	282
三、教育培训行业集中度分析	282
四、教育培训行业SWOT分析	283
第二节 中国教育培训行业竞争格局综述	285
一、教育培训行业竞争概况	285
二、中国教育培训行业竞争力分析	285
三、中国教育培训行业竞争力优势分析	286

四、教育培训行业主要企业竞争力分析	286
第三节 教育培训行业竞争力分析	288
一、国内外教育培训竞争分析	288
二、我国教育培训市场竞争分析	289
第十二章 教育培训行业领先企业经营形势分析	290
第一节 中国教育培训企业总体发展状况分析	290
一、教育培训企业主要类型	290
二、教育培训企业资本运作分析	290
三、教育培训企业创新及品牌建设	292
第二节 中国领先教育培训企业经营形势分析	293
一、北京新东方教育科技（集团）有限公司	293
1、企业发展概况	293
2、企业发展规模分析	293
3、企业业务范围	293
4、企业社会责任及荣誉	294
5、企业发展目标	295
6、企业经营情况分析	295
7、企业业务分布	299
8、企业发展前景展望	299
二、好未来教育集团	299
1、企业发展概况	299
2、企业教育课程分类	300
3、企业业务范围	300
4、企业服务模式	300
5、企业发展目标	302
6、企业经营情况分析	303
7、企业业务分布	303
8、企业发展战略	303
三、安博教育集团	303
1、企业发展概况	303
2、企业发展规模分析	304

- 3、企业业务范围 304
- 4、企业教育服务 305
- 5、企业核心技术分析 307
- 6、企业经营情况分析 308
- 7、企业战略合作规划 308
- 8、企业发展目标 308
- 四、学大教育集团 309
 - 1、企业发展概况 309
 - 2、企业发展规模分析 309
 - 3、企业荣誉分析 309
 - 4、企业教育课程分类 310
 - 5、企业发展目标 310
 - 6、企业经营情况分析 310
 - 7、企业教学校区分布 311
 - 8、企业发展前景展望 311
- 五、北京环球天下教育科技有限公司 312
 - 1、企业发展概况 312
 - 2、企业师资力量 312
 - 3、企业业务范围 312
 - 4、企业竞争优势分析 313
 - 5、企业发展目标 313
 - 6、企业教学特色 314
 - 7、企业业务分布 314
 - 8、企业发展前景展望 314
- 六、北京东大正保科技有限公司 314
 - 1、企业发展概况 314
 - 2、企业师资力量 315
 - 3、企业业务范围 315
 - 4、企业发展动态 315
 - 5、企业办学资质及荣誉 316
 - 6、企业经营情况分析 316
 - 7、企业业务分布 316

- 8、企业发展目标 316
- 七、弘成教育集团 317
 - 1、企业发展概况 317
 - 2、企业发展规模分析 317
 - 3、企业业务范围 317
 - 4、企业竞争优势 317
 - 5、企业发展动态 318
 - 6、企业经营情况分析 318
 - 7、企业业务分布 319
 - 8、企业发展目标 320
- 八、北京阿博泰克北大青鸟信息技术有限公司 321
 - 1、企业发展概况 321
 - 2、企业发展规模分析 321
 - 3、企业业务范围 321
 - 4、企业服务模式 322
 - 5、企业竞争优势 322
 - 6、企业发展能力分析 323
 - 7、企业业务分布 323
 - 8、企业发展前景展望 324
- 九、北京洪恩教育科技股份有限公司 324
 - 1、企业发展概况 324
 - 2、企业产品与服务 325
 - 3、企业业务范围 325
 - 4、企业发展动态 326
 - 5、企业发展目标 326
 - 6、企业经营情况分析 326
 - 7、企业业务分布 326
 - 8、企业发展前景展望 327
- 十、北京火星时代科技有限公司 327
 - 1、企业发展概况 327
 - 2、企业师资力量 327
 - 3、企业业务范围 328

- 4、企业荣誉分析 328
- 5、企业发展动态 328
- 6、企业经营情况分析 329
- 7、企业业务分布 329
- 8、企业发展前景展望 329
- 十一、上海交大昂立教育集团 329
 - 1、企业发展概况 329
 - 2、企业师资规模分析 330
 - 3、企业业务体系 330
 - 4、企业教学服务体系 331
 - 5、企业发展目标 331
 - 6、企业经营情况分析 332
 - 7、企业业务分布 332
 - 8、企业发展前景展望 333
- 十二、韦博教育集团 333
 - 1、企业发展概况 333
 - 2、企业发展规模分析 333
 - 3、企业主营业务 334
 - 4、企业荣誉分析 334
 - 5、企业发展目标 334
 - 6、企业经营情况分析 334
 - 7、企业业务分布 335
 - 8、企业发展前景展望 336
- 十三、新航道国际教育集团 337
 - 1、企业发展概况 337
 - 2、企业发展规模分析 337
 - 3、企业业务范围 337
 - 4、企业荣誉分析 338
 - 5、企业发展目标 339
 - 6、企业经营情况分析 339
 - 7、企业合作重心 339
 - 8、企业发展前景展望 339

十四、培生教育集团	339
1、企业发展概况	339
2、企业师资力量	340
3、企业业务范围	340
4、企业服务模式	340
5、企业发展动态	340
6、企业客户规模	341
7、企业经营情况分析	341
8、企业发展目标	341
十五、朗阁教育集团	341
1、企业发展概况	341
2、企业发展规模分析	342
3、企业业务范围	343
4、企业发展模式	343
5、企业发展动态	343
6、企业经营情况分析	344
7、企业业务分布	344
8、企业发展前景展望	344
十六、新华教育集团	345
1、企业发展概况	345
2、企业发展规模分析	345
3、企业业务范围	345
4、新华优势资源分析	346
5、企业荣誉及目标	346
6、企业经营情况分析	346
7、企业业务分布	347
8、企业发展前景展望	347
十七、金吉列出国留学咨询服务有限公司	347
1、企业发展概况	347
2、企业荣誉及规模分析	347
3、企业业务范围	348
4、企业管理模式	348

- 5、企业服务体系 349
- 6、企业经营情况分析 349
- 7、企业业务分布 349
- 8、企业发展前景展望 350
- 十八、万博天地网络技术股份有限公司 350
 - 1、企业发展概况 350
 - 2、企业组织结构 351
 - 3、企业业务范围 351
 - 4、企业资质及荣誉 351
 - 5、企业发展动态 352
 - 6、企业经营实力分析 352
 - 7、企业业务分布 352
 - 8、企业发展目标 352
- 十九、汇众益智（北京）教育科技有限公司 353
 - 1、企业发展概况 353
 - 2、企业荣誉分析 353
 - 3、企业业务范围 355
 - 4、企业教学优势及成果 355
 - 5、企业发展目标 355
 - 6、企业经营情况分析 355
 - 7、企业业务分布 356
 - 8、企业发展前景展望 356
- 二十、华育国际教育集团 356
 - 1、企业发展概况 356
 - 2、企业师资力量 356
 - 3、企业业务范围 357
 - 4、企业服务模式 357
 - 5、企业发展目标 357
 - 6、企业经营情况分析 357
 - 7、企业业务分布 358
 - 8、企业发展前景展望 358
- 二十一、深圳市达内软件有限公司 358

- 1、企业发展概况 358
 - 2、企业发展规模分析 359
 - 3、企业业务范围 359
 - 4、企业教研实力 359
 - 5、企业发展目标 360
 - 6、企业经营情况分析 360
 - 7、企业业务分布 360
 - 8、企业发展前景展望 360
- 二十二、安徽文达教育集团 361
- 1、企业发展概况 361
 - 2、企业资产规模 361
 - 3、企业业务范围 361
 - 4、企业服务模式 361
 - 5、企业发展动态 362
 - 6、企业经营情况分析 362
 - 7、企业业务分布 362
 - 8、企业发展前景展望 362
- 二十三、东方标准人才服务有限公司 363
- 1、企业发展概况 363
 - 2、企业发展规模分析 363
 - 3、企业业务范围 363
 - 4、企业发展模式 365
 - 5、企业荣誉分析 365
 - 6、企业经营情况分析 366
 - 7、企业客户资源 366
 - 8、企业发展前景展望 367
- 二十四、北京巨人教育集团 368
- 1、企业发展概况 368
 - 2、企业教学特色 368
 - 3、企业业务范围 369
 - 4、企业师资力量 369
 - 5、企业发展目标 370

- 6、企业经营情况分析 370
- 7、企业业务分布 370
- 8、企业发展前景展望 371
- 二十五、海天教育集团 371
 - 1、企业发展概况 371
 - 2、企业教学特色 372
 - 3、企业业务范围 372
 - 4、企业服务模式 372
 - 5、企业发展动态 372
 - 6、企业经营情况分析 373
 - 7、企业业务分布 373
 - 8、企业发展目标 374
- 二十六、北京精诚教育集团 374
 - 1、企业发展概况 374
 - 2、企业组织结构 375
 - 3、企业业务体系 375
 - 4、企业服务模式 375
 - 5、企业办学目标 377
 - 6、企业经营情况分析 377
 - 7、企业业务分布 378
 - 8、企业发展战略 378
- 二十七、北京世纪文都教育科技有限公司 378
 - 1、企业发展概况 378
 - 2、企业发展规模分析 379
 - 3、企业业务范围 380
 - 4、企业获得荣誉 381
 - 5、企业发展目标 381
 - 6、企业经营情况分析 381
 - 7、企业业务分布 381
 - 8、企业发展前景展望 383
- 二十八、北京中公未来教育咨询有限公司 383
 - 1、企业发展概况 383

- 2、企业荣誉分析 383
- 3、企业业务水平 384
- 4、企业教学研究 384
- 5、企业品牌优势 384
- 6、企业经营情况分析 386
- 7、企业业务分布 386
- 8、企业发展前景展望 386
- 二十九、北京ABC教育集团 386

- 1、企业发展概况 386
- 2、企业发展规模分析 387
- 3、企业发展动态 387
- 4、企业教育项目 388
- 5、企业发展目标 391
- 6、企业经营情况分析 392
- 7、企业业务分布 392
- 8、企业发展前景展望 392

三十、北京清大世纪教育集团 393

- 1、企业发展概况 393
- 2、企业发展历程 393
- 3、企业业务体系 394
- 4、企业服务模式 395
- 5、企业发展目标 395
- 6、企业经营情况分析 395
- 7、企业业务分布 396
- 8、企业发展前景展望 396

第五部分 发展前景展望 397

第十三章 2017-2022年教育培训行业投资机会与风险防范 397

第一节 教育培训行业投融资情况 397

- 一、行业资金渠道分析 397
- 二、固定资产投资分析 397
- 三、兼并重组情况分析 398

四、教育培训行业投资现状分析	401
第二节 2017-2022年教育培训行业投资机会	405
一、产业链投资机会	405
二、细分市场投资机会	406
三、重点区域投资机会	406
四、教育培训行业投资机遇	406
第三节 2017-2022年教育培训行业投资风险及防范	408
一、政策风险及防范	408
二、供求风险及防范	409
三、宏观经济波动风险及防范	409
四、关联产业风险及防范	410
第四节 中国教育培训行业投资建议	410
一、教育培训行业未来发展方向	410
二、教育培训行业主要投资建议	411
三、中国教育培训企业融资分析	413
第十四章 2017-2022年教育培训前景及趋势预测	417
第一节 2017-2022年中国教育培训市场前景分析	417
一、未来世界教育培训市场展望	417
二、我国教育培训市场的发展前景	420
三、我国教育培训市场需求人群上升趋势分析	421
第二节 2017-2022年中国教育培训行业发展趋势及方向	421
一、培训机构品牌化	421
二、培训项目综合化	422
三、培训课程个性化	422
四、培训范围国际化	423
五、培训模式多元化	423
六、培训手段多样化	424
七、培训服务增值化	424
第三节 2017-2022年中国教育培训行业需求预测	425
一、2017-2022年中国重点细分教育培训种类预测	425
二、2017-2022年中国学前教育培训市场预测	425

三、2017-2022年中国职业教育培训需求预测 426

第六部分 发展战略研究 427

第十五章 教育培训行业发展战略研究 427

第一节 教育培训行业发展战略研究 427

一、战略综合规划 427

二、技术开发战略 427

三、业务组合战略 429

四、区域战略规划 429

五、产业战略规划 430

六、营销品牌战略 430

七、竞争战略规划 431

第二节 对我国教育培训品牌的战略思考 432

一、教育培训品牌的重要性 432

二、教育培训实施品牌战略的意义 433

三、教育培训企业品牌的现状分析 434

四、我国教育培训企业的品牌战略 435

五、教育培训品牌战略管理的策略 435

第三节 教育培训经营策略分析 436

一、教育培训市场细分策略 436

二、教育培训市场创新策略 436

三、品牌定位与品类规划 437

四、教育培训新产品差异化战略 437

第四节 教育培训行业投资战略研究 438

一、教育培训行业投资战略 438

二、2017-2022年教育培训行业投资战略 438

第十六章 中国教育培训行业投资现状及建议 439

第一节 教育培训行业投资特性分析 439

一、教育培训行业进入壁垒分析 439

二、教育培训行业盈利因素分析 440

三、教育培训行业盈利模式分析 441

第二节 教育培训行业投资现状分析	443
一、教育行业投资现状分析	443
二、教育行业投资分布情况	446
1、教育行业投资案例数量分布	446
2、教育行业投资案例金额分布	448
三、教育培训行业投资现状分析	450
第三节 教育培训行业投融资环境分析	452
一、信贷环境变化	452
二、金融支持政策	454
三、“欺诈门”影响	455
第四节 2017-2022年教育培训行业发展建议	459
一、教育培训行业投资机会分析	459
二、教育培训行业投资风险分析	461
1、生源风险	461
2、师资风险	462
3、竞争风险	463
三、教育培训行业发展建议(ZY202)	463

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/E17161YOMS.html>