

2016-2022年中国早教行业 全景调研及市场运营趋势报告

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

《2016-2022年中国早教行业全景调研及市场运营趋势报告》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/H47750H6UR.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：

早期教育行业被誉为“永远的朝阳行业”名副其实，近年来，教育越来越受到家庭和政府的重视，早教在家庭教育中的支出也快速增长，早期教育成为21世纪儿童教育的大趋势。目前，我国约有3亿儿童，早教市场每年约有300多亿的消费力，2014年单独二胎政策开始试行，生育政策的变宽，中国又迎来一个新生儿的高峰期，一大批新生婴幼儿正嗷嗷待哺。据有关专业人士预计，婴幼儿早期教育的经济收入将以每年10%左右的速度飞速增长，2015年，早教产业将进入快速发展的“黄金期”，突破500亿的消费市场，2020年，增长至800亿，然而，这个潜力无限的早教市场目前为止还仅仅只是开发了20%左右，巨大的市场，显然供不应求。

目前国内连锁早教机构就多达几十家,再加上一些独立经营的早教机构和社区托班,机构数不胜数。就目前的孕妇群体来看，80后妈妈的比例已经达到81%，其中,在0-1岁孩子的母亲中，80后妈妈的比率达到69%;在1-3岁孩子的妈妈中，80后妈妈达49%。由此可见，整个早教市场中随着“80后”日渐进入生育年龄，80后妈妈的数量正在赶超70后妈妈，进而成为育儿的主流群体。

本早教行业研究报告共十三章是智研数据中心咨询公司的研究成果，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。智研咨询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。早教行业研究报告是2014-2015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咨询公司领衔撰写，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。

报告揭示早教行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国早教行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国早教行业发展前景预测。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：

第一章早期教育基本情况介绍26

第一节早期教育的定义与原则26

一、早期教育的定义26

二、早教的黄金时期26

三、早期教育的原则26

第二节早期教育其它相关概述27

一、早期教育的意义27

二、早期教育必要性28

三、早期教育的误区29

四、早教注意的问题31

第三节全球早期教育相关理念32

一、蒙台梭利幼儿教育32

二、多元智力幼儿教育36

三、瑞吉欧方案教学法40

四、Waldorf华德福方法41

第二章2014年国际早期教育市场发展概况43

第一节全球早期教育发展制度解析43

一、世界对早教的关注政策43

二、国外早教服务制度研究45

三、国外学前教育财政体制46

四、国外学前教育发展性质48

五、发达国家幼教改革探析49

第二节国际早期教育行业发展分析53

一、国际幼儿教育发展阶段53

二、全球化幼教的发展特点60

三、部分国家学前教育特点62

四、全球社区幼教发展分析65

五、发达国家早教发展经验66

第三节全球早期教育思想内容解析69

一、世界各国早教方式总结69

二、世界学前教育发展探索71

三、美国儿童学习标准解读72

四、国外五个典范幼教方法	86
五、国际幼教全人趋向思潮	88
第四节部分国家早期教育发展分析	94
一、美国早期教育发展分析	94
(一) 美国早期教育简介	94
(二) 美国早期教育内容	95
二、日本早期教育情况探析	99
(一) 日本早教特点分析	99
(二) 日本早期教育思想	99
(三) 日本早教玩具市场	101
三、欧洲早期教育发展情况	102
(一) 德国幼教特点分析	102
(二) 英国幼教案例分析	102
(三) 英国幼教特点分析	105
(四) 英国早教项目分析	107
四、其它国家早教发展分析	109
(一) 韩国早教发展举措	109
(二) 印度早教发展分析	109
(三) 新加坡的早期教育	111
(四) 新西兰的早教理念	112
第五节部分国家早教发展制度分析	113
一、美国早期教育发展情况	113
(一) 美国早期教育发展历程	113
(二) 美国早期教育发展特色	114
(三) 美国早期教育发展类型	115
(四) 美国早期教育管理体制	116
(五) 美国早期教育师资培育	116
(六) 美国早期教育课程设置	118
二、英国早期教育发展情况	120
(一) 英国早期教育发展背景	120
(二) 英国早期教育相关法案	120
(三) 英国早期教育管理体制	121

(四) 英国早期教育教育目标	122
(五) 英国早期教育机构类型	122
(六) 英国早期教育师资培训	124
(七) 英国特殊幼儿教育分析	125
三、意大利早期教育发展情况	126
(一) 意大利早期教育发展简史	126
(二) 意大利早期教育机构分类	126
(三) 意大利早期教育管理体制	128
(四) 意大利早期教育教育目标	128
(五) 意大利早期教育师资培训	129
四、日本早期教育发展情况	129
(一) 日本早期教育发展背景	129
(二) 日本早期教育教育目标	131
(三) 日本早期教育教职人员	132
(四) 日本早期教育发展纲要	133
(五) 早期教育行政法律制度	133
第六节 国际特色早期教育发展综述	134
一、各国幼儿艺术教育比较	134
二、日本游戏教育基本介绍	137
三、美国科学教育发展解析	140
四、奥地利想象幼儿园剖析	142
五、挪威幼儿教育独具一格	144
六、俄罗斯的艺术教育模式	144
七、丹麦的家庭幼儿园分析	145
第三章 2014年中国早期教育市场发展环境分析	146
第一节 2014年宏观经济发展环境	146
一、2014年中国GDP增长情况	146
二、2014年工业经济发展新形势	147
三、2014年全社会固定资产投资	148
四、2014年社会消费品零售总额	151
五、2014年城乡居民收入与消费	152

六、2014年对外贸易的发展形势154

第二节中国早教行业政策环境157

一、国内早期教育管理体制157

二、国内早教教育发展政策158

三、国内早教相关法律法规164

四、婴幼儿早教纳入国家视野168

五、早教行业相关资格认证170

第三节中国教育行业发展环境173

一、中国教育总体发展概况173

二、中国教育机构数量统计179

三、中国教育经费支出统计180

四、中国教育信息发展状况181

五、中国教育事业发展规划182

第四节中国早教行业社会环境184

一、中国城镇化进程发展分析184

二、中国历次“婴儿潮”分析185

三、2014年中国人口结构分析186

四、2014年中国新生人口分析189

五、2014年中国幼儿数量分析191

六、2014年中国居民教育支出191

第四章2014年中国早期教育行业市场发展分析194

第一节中国幼教市场发展分析194

一、2012年中国幼教发展概况194

二、2014年中国幼儿机构规模194

三、2014年中国幼教的普及率196

四、2014年幼教装备发展状况198

第二节早期教育行业市场概况199

一、早期教育市场容量情况199

二、早教师资市场发展分析201

三、早教产品市场发展情况202

四、国内早教培训市场分析203

五、国内早教市场监管情况	203
第三节早期教育行业发展状况	207
一、国内早教行业发展现状	207
二、国内早教资金投入情况	210
三、农村幼教发展现状分析	211
四、早教行业市场发展格局	212
五、早期教育市场人群分析	214
第四节国内早教行业发展问题	215
一、国内早教教育消费盲目	215
二、国外早教政策研究误区	215
三、幼教发展水平有待提高	220
四、早教机构发展中的问题	220
五、早教行业市场发展瓶颈	223
第五节早期教育模式发展分析	224
一、国外早教模式综合分析	224
二、早期教育创新模式分析	226
三、早期教育细分模式实例	226
四、早期市场模式选择分析	230
五、早教企业经营模式探析	232
(一) 东方爱婴经营模式	232
(二) 红黄蓝的经营模式	234
第六节中国早教市场课程分析	235
一、早教课程宣传意义分析	235
二、课程理念表述特点分析	235
三、早教课程目标特点分析	236
四、早教课程设置特点分析	238
五、早教机构介入幼教课程	238
(一) 早教介入幼儿课程背景	238
(二) 早教介入幼儿课程原因	239
(三) 早教介入幼儿课程影响	241
(四) 早教介入幼儿课程对策	242
第七节国内社区早教市场分析	244

- 一、社区时代早教市场分析244
- 二、社区发展早教优势分析244
- 三、社区发展早教劣势分析245
- 四、社区早教免费影响分析245
- 五、社区早教发展模式情况246
- 第八节早教行业市场发展态势248
 - 一、早教机构存在的必要性248
 - 二、国内早期教育研究状况249
 - 三、国内早教行业发展阶段251
 - 四、学前教育国家化的思考252
 - 五、国内早教市场发展动态254
 - 六、早教行业市场发展走势254
- 第九节早期教育市场发展策略255
 - 一、早教行业市场开发发展255
 - 二、农村幼教改进措施建议256
 - 三、早教机构健康发展策略257
 - 四、城市早教发展思考建议259
 - 五、儿童早期教育规划设想262
- 第十节网络早教业发展重点266

第五章2014年中国民办早期教育市场发展分析269

- 第一节民办幼儿教育行业概述269
 - 一、民办幼儿教育类型分析269
 - 二、民办幼儿教育基本性质271
 - 三、民办幼儿教育特点分析272
 - 四、民办学前教育发展地位275
- 第二节国内民办早教市场分析277
 - 一、2014年民办幼教的规模277
 - 二、民办学前教育区域分析279
 - 三、民办学前教育竞争优势284
 - 四、民办幼教产业面临瓶颈285
- 第三节民办早教发行业展分析285

- 一、民办幼儿教育发展历程285
- 二、民办幼教发展的必然性289
- 三、民办幼教快速发展原因290
- 四、民办幼儿教育发展对策292
- 第四节农村民办幼教发展分析294
 - 一、民办幼儿教育存在问题294
 - 二、农村民办幼教生存现状296
 - 三、阻碍农村幼教发展原因298
 - 四、农村民办学前教育思考300
 - 五、农村幼教快速发展对策304
- 第五节西部民办幼教发展探讨306
 - 一、西部民办教育发展状况306
 - 二、西部民办幼教发展现状307
 - 三、西部发展幼教意义重大308
 - 四、西部民办幼教发展政策309
- 第六节民办早教行业发展态势311
 - 一、民办幼教的公益性思考311
 - 二、推动学前教育健康发展314
 - 三、民办早教纳入规划思考315
 - 四、国内政策利好民办早教316
 - 五、国内高校拟办幼教专业317

第六章2014年中国早期教育细分市场发展分析318

第一节潜能开发教育318

- 一、潜能开发教育概述318
- 二、潜能开发教育效用319
- 三、潜能开发教育方案321
- 四、潜能开发教育受捧323
- 五、潜能开发市场概况324
- 六、潜能开发市场投资325

第二节少儿英语培训326

- 一、少儿英语培训概述326

二、少儿英语教学模式	328
三、少儿英语教学特色	330
四、少儿英语培训理念	334
五、少儿英语经营方式	336
六、少儿英语市场概况	339
七、少儿英语培训投资	340
第三节早期阅读教育	341
一、早期阅读教育概述	341
二、早期阅读教育原则	342
三、早期阅读课程内容	345
四、早期阅读课程实施	348
五、早期阅读提高智力	348
六、早期阅读市场概况	349
七、早期阅读教育投资	350
第四节早期艺术教育	351
一、艺术教育相关概述	351
二、艺术教育作用分析	352
三、艺术教育遵循原则	353
四、艺术教育目标分析	355
五、艺术教育实施方法	356
六、艺术渗透式教育	358
七、艺术教育市场概况	361
八、艺术教育市场投资	362
第五节早期科学教育	362
一、科学教育相关概述	362
二、科学教育基本特性	364
三、科学教育遵循原则	367
四、科学教育实施方法	369
五、科学教育培养重点	372
六、科学教育市场概况	373
七、科学教育市场投资	374
第六节早期心理教育	374

- 一、心理教育相关概述374
- 二、心理教育意义分析375
- 三、心理教育课程分析376
- 四、心理教育实施方法379
- 五、心理教育市场概况380
- 六、心理教育市场投资381
- 第七节早期亲子教育381
 - 一、亲子教育概述381
 - 二、亲子教育主要特点382
 - 三、亲子教育课程分析384
 - 四、亲子教育实施步骤385
 - 五、亲子教育市场概况387
 - 六、亲子教育市场投资388
- 第八节早期厨房教育389
 - 一、各国厨房教育现状389
 - 二、厨房教育相关好处390
 - 三、厨房教育学习知识392
 - 四、厨房教育注意事项392
 - 五、厨房里的蒙氏教育393
 - 六、厨房教育市场概况395
- 第九节早教产业链市场396

第七章2014年中国早期教育区域市场发展分析399

第一节北京早教市场发展分析399

- 一、北京早期教育发展环境399
 - (一) 经济发展分析399
 - (二) 居民收入情况400
 - (三) 人口结构情况400
 - (四) 居民消费情况402
- 二、北京早期教育发展政策403
- 三、北京早教行业收费情况404
- 四、北京早期教育投入情况404

五、北京早期教育发展状况	405
六、北京早期教育投资分析	409
第二节上海早教市场发展分析	410
一、上海早期教育发展环境	410
(一) 经济发展分析	410
(二) 居民收入情况	411
(三) 人口结构情况	412
(四) 居民消费情况	413
二、上海早期教育发展政策	414
三、上海早教行业收费情况	416
四、上海早期教育投入情况	417
五、上海早期教育发展状况	417
六、上海早期教育投资分析	420
第三节广东早教市场发展分析	421
一、广东早期教育发展环境	421
(一) 经济发展分析	421
(二) 居民收入情况	421
(三) 人口结构情况	423
(四) 居民消费情况	425
二、广东早期教育发展政策	426
三、广东早教行业收费情况	427
四、广东早期教育投入情况	428
五、广东早期教育发展状况	428
六、广东早期教育投资分析	429
第四节江苏早教市场发展分析	429
一、江苏早期教育发展环境	429
(一) 经济发展分析	429
(二) 居民收入情况	430
(三) 人口结构情况	430
(四) 居民消费情况	432
二、江苏早期教育发展政策	432
三、江苏早教行业收费情况	443

四、江苏早期教育投入情况	443
五、江苏早期教育发展状况	444
六、江苏早期教育投资分析	445
第五节浙江早教市场发展分析	446
一、浙江早期教育发展环境	446
(一) 经济发展分析	446
(二) 居民收入情况	447
(三) 人口结构情况	448
(四) 居民消费情况	450
二、浙江早期教育发展政策	451
三、浙江早教行业收费情况	452
四、浙江早期教育投入情况	452
五、浙江早期教育发展状况	453
六、浙江早期教育投资分析	453
第六节山东早教市场发展分析	454
一、山东早期教育发展环境	454
(一) 经济发展分析	454
(二) 居民收入情况	455
(三) 人口结构情况	456
(四) 居民消费情况	458
二、山东早期教育发展政策	459
三、山东早教行业收费情况	460
四、山东早期教育投入情况	461
五、山东早期教育发展状况	462
六、山东早期教育投资分析	462
第七节福建早教市场发展分析	463
一、福建早期教育发展环境	463
(一) 经济发展分析	463
(二) 居民收入情况	463
(三) 人口结构情况	464
(四) 居民消费情况	466
二、福建早期教育发展政策	467

- 三、福建早教行业收费情况469
- 四、福建早期教育投入情况470
- 五、福建早期教育发展状况470
- 六、福建早期教育投资分析472
- 第八节河南早教市场发展分析472
 - 一、河南早期教育发展环境472
 - (一) 经济发展分析472
 - (二) 居民收入情况473
 - (三) 人口结构情况474
 - (四) 居民消费情况475
 - 二、河南早期教育发展政策476
 - 三、河南早教行业收费情况479
 - 四、河南早期教育投入情况479
 - 五、河南早期教育发展状况480
 - 六、河南早期教育投资分析483
- 第九节四川早教市场发展分析483
 - 一、四川早期教育发展环境483
 - (一) 经济发展分析483
 - (二) 居民收入情况484
 - (三) 人口结构情况485
 - (四) 居民消费情况487
 - 二、四川早期教育发展政策488
 - 三、四川早教行业收费情况489
 - 四、四川早期教育投入情况489
 - 五、四川早期教育发展状况491
 - 六、四川早期教育投资分析492

第八章2014年中国早期教育行业市场竞争分析494

- 第一节早教的核心竞争力解析494
 - 一、核心竞争力的界定情况494
 - 二、幼儿园竞争力因素分析494
 - 三、幼儿园核心竞争力特点495

四、幼儿园服务的不足497

五、国内幼教装备竞争水平497

第二节早教市场竞争态势分析499

一、国内早教市场竞争概况499

二、教师形象决定早教成败500

三、课程品牌是竞争力关键501

四、早教教育研究促进发展502

五、早教凸显应试教育竞争503

六、早期教育反映竞争起点504

第三节早教市场竞争格局分析504

一、新爱婴--行业的星巴克504

二、红黄蓝打造产业链竞争506

三、台湾幼教竞争大陆早教506

四、美吉姆高端早教领导者506

五、早教业品牌市场集中度507

第四节早教行业进入品牌时代508

一、民众品牌意识逐渐提高508

二、美式早期教育的本土化508

三、澳洲早期教育高端发展509

四、爱婴积极开发家长市场510

五、红黄蓝--亲子园+幼儿园511

六、创艺宝贝推进艺术早教512

七、瑞思主攻少儿英语教育512

第五节早教机构提升竞争力策略513

一、构建幼儿园核心竞争力513

二、提升幼儿园竞争力策略515

三、强势幼教品牌塑造攻略516

第九章2014年中国早期教育行业经营管理分析518

第一节早期教育管理相关概述518

一、教育管理理论应用分析518

二、早教机构职权管理结构518

三、幼教集团弱化层级管理	519
四、早期教育的女性管理风格	520
五、中央厨房式早教管理分析	521
第二节早期教育市场经营分析	523
一、市场环境下幼儿园经营	523
二、各类型幼儿园收支情况	524
(一) 自收自支型收支情况	524
(二) 差额拨款型收支情况	525
(三) 小区民办型收支情况	525
三、幼儿园的四大经营要素	525
四、经营早教项目注意事项	528
五、早教创新经营的必要性	529
第三节早教科学管理体系探析	530
一、建立良好的教师聘任制	530
二、建立科学的岗位考核制	531
三、适应市场经济的工资制	532
四、幼教管理模式亟待社区化	533
第四节早期教育资源开发利用	534
一、园内资源的开发与利用	534
二、家庭资源的开发与利用	534
三、社会资源的开发与利用	534
四、各种教育资源整合运用	535
第五节民办幼儿园特色化经营	536
一、特色幼儿园经营类型分析	536
二、民办幼儿园经营特色发展	537
三、民办特色幼儿园定位分析	540
四、民办特色幼儿园文化分析	541
五、民办特色幼儿园发展问题	542
六、民办特色幼儿园经营管理	543
第六节早教市场营销策略分析	544
一、早教的全方位营销策略	544
(一) 以市场为导向	544

- (二) 重视教师载体544
- (三) 适度个545
- (四) 自我成果展示545
- (五) 早期教育承诺545
- (六) 教学体验活动546
- 二、早教服务市场创新策略546
 - (一) 营销观念创新546
 - (二) 产品品牌创新547
 - (三) 营销人才创新547
 - (四) 营销方法创新547
- 三、早教市场公益营销探析548
- 四、早教市场集群经营策略549
- 五、早期教育市场营销动态549

第十章2014年中国早期教育行业市场研究551

第一节中国早教服务市场满意评价551

- 一、早教服务市场满意指标551
- 二、早教市场满意影响因素551
- 三、早教市场满意评价分析551
- 四、提高早教满意水平建议552

第二节中国早期教育市场调研分析552

- 一、影响早教消费环境评价553
- 二、早教行业品牌信誉关注554
- 三、早教市场消费行为偏好559

第三节早教特色幼儿园市场调研563

- 一、早教行业父母心态剖析563
- 二、早教行业特色教育解析564
- 三、早教业优质幼儿园标准565

第十一章2014年中国早期教育市场重点企业分析574

第一节国外早期教育企业分析574

- 一、英国培生教育集团574

- (一) 企业基本情况介绍574
- (二) 企业营业规模分析574
- (三) 集团业务范围分析575
- (四) 集团教学内容分析576
- (五) 集团师资力量分析578
- (六) 企业早期教育分析579
- (七) 企业发展战略分析579
- (八) 企业综合竞争力分析581

二、瑞典英孚教育集团582

- (一) 企业基本情况介绍582
- (二) 企业营业规模分析583
- (三) 企业业务范围分析583
- (四) 集团教学内容分析585
- (五) 集团师资力量分析588
- (六) 企业早期教育分析588
- (七) 企业发展战略分析589
- (八) 企业综合竞争力分析590

三、美国吉的堡教育集团591

- (一) 企业基本情况介绍591
- (二) 企业营业规模分析591
- (三) 企业业务范围分析591
- (四) 集团教学内容分析592
- (五) 集团师资力量分析592
- (六) 企业早期教育分析593
- (七) 企业综合竞争力分析593

四、美国金宝贝早期教育594

- (一) 企业基本情况介绍594
- (二) 企业竞争优势分析595
- (三) 早期教育课程分析595
- (四) 早期教育网点布局596
- (五) 早期教育运作模式598

五、MyGym美吉姆早教599

- (一) 企业基本情况介绍599
- (二) 早期教育课程分析600
- (三) 早期教育网点情况603
- (四) 企业竞争优势分析604
- (五) 早期教育运作分析604
- 六、亲亲袋鼠培育中心605
 - (一) 企业基本情况介绍605
 - (二) 早期教育课程分析606
 - (三) 早期教育网点情况609
 - (四) 早期教育运作分析610
- 七、ICC卓能国际儿童会611
 - (一) 企业基本情况介绍611
 - (二) 早期教育课程分析611
 - (三) 早期教育网点情况613
 - (四) 早期教育运作分析613
- 第二节国内早期教育企业分析613
 - 一、东方爱婴早期教育613
 - (一) 企业基本情况介绍613
 - (二) 东方爱婴教学目标614
 - (三) 东方爱婴的价值观615
 - (四) 东方爱婴课程体系615
 - (五) 早期教育网点布局617
 - (六) 早期教育运作模式618
 - 二、红黄蓝教育机构620
 - (一) 企业基本情况介绍620
 - (二) 企业发展历程简况620
 - (三) 早期教育课程分析622
 - (四) 企业竞争优势分析622
 - (五) 早期教育网点布局624
 - (六) 早期教育运作模式626
 - (七) 机构战略投资分析626
 - 三、启稚摇篮早教中心627

- (一) 企业基本情况介绍627
- (二) 早期教育课程分析628
- (三) 早期教育网点情况630
- (四) 早期教育运作分析630
- 四、金色摇篮潜能教育632
 - (一) 企业基本情况介绍632
 - (二) 企业发展历程概述632
 - (三) 金色摇篮教育体系634
 - (四) 早期教育课程分析636
 - (五) 早期教育网点布局637
 - (六) 早期教育运作模式638
- 五、红缨教育639
 - (一) 企业基本情况介绍639
 - (二) 亲子课程运作特色639
 - (三) 早期教育网点布局641
 - (四) 早期教育运作模式642
 - (五) 企业扩张发展动态642
- 六、南方贝贝早期教育643
 - (一) 企业基本情况介绍643
 - (二) 企业早期教育课程644
 - (三) 早期教育网点布局646
 - (四) 早期教育竞争优势648
 - (五) 早期教育运作模式649
- 七、小哈津幼教651
 - (一) 企业基本情况介绍651
 - (二) 早期教育课程介绍651
 - (三) 早期教育网点布局651
 - (四) 早期教育运作模式652
- 八、巨人教育655
 - (一) 企业基本情况介绍655
 - (二) 巨人教育教学特色655
 - (三) 巨人幼教五大理念657

(四) 巨人教育经营思路659

九、天线宝宝660

(一) 企业基本情况介绍660

(二) 早期教育课程分析660

(三) 早期教育网点情况661

(四) 早期教育运作分析661

十、龋牙兔663

(一) 企业基本情况介绍663

(二) 早期教育课程分析664

(三) 早期教育网点情况668

(四) 早期教育运作分析669

十一、天才宝贝672

(一) 企业基本情况介绍672

(二) 早期教育课程分析672

(三) 早期教育网点情况674

(四) 早期教育运作分析675

第三节少儿英语培训企业分析675

一、英国夏恩英语学院675

(一) 企业基本情况介绍675

(二) 企业业务范围分析676

(三) 学院教学内容分析676

(四) 学院师资力量分析678

(五) 学院综合竞争力分析679

二、美国贝立兹英语培训中心679

(一) 企业基本情况介绍679

(二) 培训中心营业规模680

(三) 培训中心业务范围681

(四) 企业教学内容分析683

(五) 培训中心师资力量684

(六) 培训中心市场策略685

(七) 培训中心发展战略686

(八) 培训中心竞争力分析686

三、美国HM集团瑞思学科英语687

- (一) 企业基本情况介绍687
- (二) 企业营业规模分析687
- (三) 企业业务范围分析687
- (四) 企业教学内容分析688
- (五) 企业师资力量分析689
- (六) 企业市场策略分析689
- (七) 企业发展战略分析691
- (八) 企业综合竞争力分析691

四、新东方POP英语692

- (一) 企业基本情况介绍692
- (二) 企业营业规模分析693
- (三) 企业市场策略分析695
- (四) 企业综合竞争力分析696
- (五) 企业发展战略分析697

五、交大昂立少儿英语697

- (一) 企业基本情况介绍697
- (二) 企业营业规模分析698
- (三) 企业市场策略分析700
- (四) 企业综合竞争力分析701
- (五) 企业发展战略分析703

六、盖伦少儿英语704

- (一) 企业基本情况介绍704
- (二) 企业业务范围分析705
- (三) 企业营业规模分析706
- (四) 企业市场策略分析706
- (五) 企业发展战略分析707
- (六) 企业综合竞争力分析708

七、乐宁教育少儿英语709

- (一) 企业基本情况介绍709
- (二) 企业教学内容分析709
- (三) 企业师资力量分析709

(四) 企业综合竞争力分析710

八、新贝青少儿教育中心710

(一) 企业基本情况介绍710

(二) 企业营业规模分析710

(三) 企业教学内容分析711

(四) 企业师资力量分析712

(五) 企业综合竞争力分析712

九、清华少儿英语713

(一) 企业基本情况介绍713

(二) 企业营业规模分析713

(三) 企业业务范围分析713

(四) 企业教学内容分析714

(五) 企业师资力量分析714

(六) 企业发展战略分析714

(七) 企业综合竞争力分析715

十、沃尔得少儿英语716

(一) 企业基本情况介绍716

(二) 企业营业规模分析716

(三) 企业业务范围分析716

(四) 企业教学内容分析717

(五) 企业师资力量分析718

(六) 企业市场策略分析719

(七) 企业发展战略分析720

(八) 企业综合竞争力分析720

第十二章2016-2022年中国早教行业市场发展预测722

第一节2016-2022年中国早教市场发展趋势分析722

一、早期教育课程改革趋势分析722

二、早期教育一体化的趋势发展723

三、师资将成早教发展关键因素725

四、民办早期教育市场发展趋势725

五、国内外资早教品牌渐趋重要726

第二节2016-2022年中国早教市场发展前景分析727

一、中国早教市场发展潜力分析727

二、中国早教市场发展前景分析727

三、国内早教产品市场前景广阔728

四、国内民办早教发展前景分析728

第三节2016-2022年中国幼儿教育行业前景预测730

一、全国幼儿规模预测730

二、中国幼儿园人数预测731

三、幼儿教育装备市场规模预测732

四、国内早期教育市场规模预测733

第十三章2016-2022年中国早教行业市场投资分析735

第一节2016-2022年中国早教市场投资前景分析735

一、中国居民早教消费投资环境735

二、中国居民早教消费投资趋势736

三、中国早教市场投资前景分析737

四、中国早教市场投资驱动因素737

第二节2016-2022年中国早教市场投资特性分析739

一、国内早期教育行业投资门槛739

二、国内早教市场投资注意事项740

三、早教加盟投资赢利情况分析743

四、早期教育行业投资模式分析744

第三节2016-2022年中国早教市场投资风险分析744

一、宏观政策风险745

二、企业财务风险745

三、品牌风险分析745

四、教学质量风险746

五、机构扩张风险746

六、其他风险分析746

第四节2016-2022年中国早教市场投资策略分析747（ZYXZX）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/H47750H6UR.html>