

2017-2022年中国早教市场 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

一、报告报价

《2017-2022年中国早教市场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/L850436UT7.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

2015年全国出生人口为1655万。随着2016年二胎政策全面开放，预计每年将新增250万新生儿。早教线下市场庞大，线上市场增长空间更大。随着二胎政策全面落实，我们预计全国0-3岁儿童人数超过7000万人，按每个家庭年均消费3000元计算，2020年全国在线早教市场整体规模将达到879亿元。

类别	2015	2020E
0-3岁儿童数量	5000万	4993万
平均每个家庭早教消费	3000元	-
早教消费平均每年增速	-	0.05
0-3岁儿童市场规模	1500亿元	1912亿元
每年二胎新生儿数量	250万	-
二胎增量市场规模	75亿元	287亿元
早教市场规模	1575亿元	2199亿元
互联网渗透率	20%-40%	20%-40%
在线早教市场规模	315-630亿元	440-879亿元

我国早教支出主要由家庭承担。由于我国义务教育不包含学前教育阶段，国家对此投入较低。因此学前教育的支出主要是由家庭承担，尤其是0-3岁的早教阶段。家庭收入增长促进教育投入。随着中国家庭财富的增长，家长有更充裕的资金供给子女的教育。据国家统计局数据显示，1994-2014年我国居民人均可支配收入增长23%。1995至2013年，人均教育文化娱乐支出增长11.7%。预计到2020年，人均家庭教育文化娱乐支出将达到5000元。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国早教市场深度研究与发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了早教产业相关概念及发展环境，接着分析了中国早教行业规模及消费需求，然后对中国早教行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国早教行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国早教行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 早期教育基本情况介绍 45

第一节 早期教育的定义与原则 45

一、早期教育的定义 45

二、早教的黄金时期 45

三、早期教育的原则	46
第二节 早期教育其它相关概述	47
一、早期教育的意义	47
二、早期教育必要性	48
三、早期教育的误区	49
四、早教注意的问题	50
第三节 全球早期教育相关理念	52
一、蒙台梭利幼儿教育	52
二、多元智力幼儿教育	55
三、瑞吉欧方案教学法	57
四、Waldorf华德福方法	66
第二章 2016年国际早期教育市场发展概况	79
第一节 全球早期教育发展制度解析	79
一、世界对早教的关注政策	79
二、国外早教服务制度研究	81
三、国外学前教育财政体制	81
四、国外学前教育发展性质	83
五、发达国家幼教改革探析	84
第二节 国际早期教育行业发展分析	85
一、国际幼儿教育发展阶段	85
二、全球化幼教的发展特点	86
三、部分国家学前教育特点	87
四、全球社区幼教发展分析	87
五、发达国家早教发展经验	87
第三节 全球早期教育思想内容解析	89
一、世界各国早教方式总结	89
二、世界学前教育发展探索	90
三、美国儿童学习标准解读	93
四、国外五个典范幼教方法	100
五、国际幼教全人趋向思潮	102
第四节 部分国家早期教育发展分析	104

一、美国早期教育发展分析	104
(一) 美国早期教育简介	104
(二) 美国早期教育内容	106
二、日本早期教育情况探析	107
(一) 日本早教特点分析	107
(二) 日本早期教育思想	110
(三) 日本早教玩具市场	111
三、欧洲早期教育发展情况	112
(一) 德国幼教特点分析	112
(二) 英国幼教案例分析	113
(三) 英国幼教特点分析	117
(四) 英国早教项目分析	124
四、其它国家早教发展分析	126
(一) 韩国早教发展举措	126
(二) 印度早教发展分析	127
(三) 新加坡的早期教育	128
(四) 新西兰的早教理念	129
第五节 部分国家早教发展制度分析	130
一、美国早期教育发展情况	130
(一) 美国早期教育发展历程	130
(二) 美国早期教育发展特色	141
(三) 美国早期教育发展类型	146
(四) 美国早期教育管理体制	149
(五) 美国早期教育师资培育	150
(六) 美国早期教育课程设置	153
二、英国早期教育发展情况	155
(一) 英国早期教育发展背景	155
(二) 英国早期教育相关法案	159
(三) 英国早期教育管理体制	160
(四) 英国早期教育教育目标	160
(五) 英国早期教育机构类型	160
(六) 英国早期教育师资培训	161

(七) 英国特殊幼儿教育分析	163
三、意大利早期教育发展情况	164
(一) 意大利早期教育发展简史	164
(二) 意大利早期教育机构分类	165
(三) 意大利早期教育管理体制	165
(四) 意大利早期教育教育目标	165
(五) 意大利早期教育师资培训	165
四、日本早期教育发展情况	166
(一) 日本早期教育发展背景	166
(二) 日本早期教育教育目标	166
(三) 日本早期教育教职人员	169
(四) 日本早期教育发展纲要	173
(五) 早期教育行政法律制度	173
第六节 国际特色早期教育发展综述	177
一、各国幼儿艺术教育比较	177
二、日本游戏教育基本介绍	181
三、美国科学教育发展解析	184
四、奥地利想象幼儿园剖析	191
五、挪威幼儿教育独具一格	192
六、俄罗斯的艺术教育模式	195
七、丹麦的家庭幼儿园分析	196

第三章 2016年中国早期教育市场发展环境分析 197

第一节 2016年宏观经济发展环境 197

一、2016年中国GDP增长情况	197
二、2016年工业经济发展新形势	199
三、2016年全社会固定资产投资	201
四、2016年社会消费品零售总额	203
五、2016年城乡居民收入与消费	205
六、2016年对外贸易的发展形势	206

第二节 中国早教行业政策环境 208

一、国内早期教育管理体制	208
--------------	-----

二、国内早教教育发展政策	221
三、国内早教相关法律法规	222
四、婴幼儿早教纳入国家视野	225
五、早教行业相关资格认证	228
第三节 中国教育行业发展环境	230
一、中国教育总体发展概况	230
二、中国教育机构数量统计	232
三、中国教育经费支出统计	233
四、中国教育信息发展状况	233
五、中国教育事业发展规划	236
第四节 中国早教行业社会环境	237
一、中国城镇化进程发展分析	237
二、中国历次“婴儿潮”分析	240
三、2016年中国人口结构分析	244
四、2016年中国新生儿人口分析	244
五、2016年中国幼儿数量分析	245
六、2016年中国居民教育支出	246
第四章 2016年中国早期教育行业市场发展分析	246
第一节 中国幼教市场发展分析	246
一、2016年中国幼教发展概况	246
二、2016年中国幼儿机构规模	247
三、2016年中国幼教的普及率	247
四、2016年幼教装备发展状况	248
第二节 早期教育行业市场概况	249
一、早期教育市场容量情况	249
二、早教师资市场发展分析	249
三、早教产品市场发展情况	250
四、国内早教培训市场分析	251
五、国内早教市场监管情况	252
第三节 早期教育行业发展状况	253
一、国内早教行业发展现状	253

二、国内早教资金投入情况	254
三、农村幼教发展现状分析	255
四、早教行业市场发展格局	258
五、早期教育市场人群分析	259
第四节 国内早教行业发展问题	261
一、国内早教教育消费盲目	261
二、国外早教政策研究误区	262
三、幼教发展水平有待提高	267
四、早教机构发展中的问题	268
五、早教行业市场发展瓶颈	269
第五节 早期教育模式发展分析	270
一、国外早教模式综合分析	270
二、早期教育创新模式分析	271
三、早期教育细分模式实例	272
四、早期市场模式选择分析	272
五、早教企业经营模式探析	273
(一) 东方爱婴经营模式	273
(二) 红黄蓝的经营模式	274
第六节 中国早教市场课程分析	274
一、早教课程宣传意义分析	274
二、课程理念表述特点分析	275
三、早教课程目标特点分析	276
四、早教课程设置特点分析	278
五、早教机构介入幼教课程	279
(一) 早教介入幼儿课程背景	279
(二) 早教介入幼儿课程原因	280
(三) 早教介入幼儿课程影响	282
(四) 早教介入幼儿课程对策	283
第七节 国内社区早教市场分析	285
一、社区时代早教市场分析	285
二、社区发展早教优势分析	286
三、社区发展早教劣势分析	286

四、社区早教免费影响分析	287
五、社区早教发展模式情况	287
第八节 早教行业市场发展态势	288
一、早教机构存在的必要性	288
二、国内早期教育研究状况	288
三、国内早教行业发展阶段	289
四、学前教育国家化的思考	289
五、国内早教市场发展动态	290
六、早教行业市场发展走势	291
第九节 早期教育市场发展策略	291
一、早教行业市场开发发展	291
二、农村幼教改进措施建议	292
三、早教机构健康发展策略	295
四、城市早教发展思考建议	299
五、儿童早期教育规划设想	300
第十节 网络--早教业发展重点	304

第五章 2016年中国民办早期教育市场发展分析 306

第一节 民办幼儿教育行业概述	306
一、民办幼儿教育类型分析	306
二、民办幼儿教育基本性质	306
三、民办幼儿教育特点分析	307
四、民办学前教育发展地位	308
第二节 国内民办早教市场分析	309
一、2016年民办幼教的规模	309
二、民办学前教育区域分析	310
三、民办学前教育竞争优势	310
四、民办幼教产业面临瓶颈	311
第三节 民办早教发行业展分析	312
一、民办幼儿教育发展历程	312
二、民办幼教发展的必然性	313
三、民办幼教快速发展原因	314

四、民办幼儿教育发展对策 314

第四节 农村民办幼教发展分析 315

一、民办幼儿教育存在问题 315

二、农村民办幼教生存现况 317

三、阻碍农村幼教发展原因 318

四、农村民办学前教育思考 319

五、农村幼教快速发展对策 321

第五节 西部民办幼教发展探讨 322

一、西部民办教育发展状况 322

二、西部民办幼教发展现状 322

三、西部发展幼教意义重大 323

四、西部民办幼教发展政策 324

第六节 民办早教行业发展态势 325

一、民办幼教的公益性思考 325

二、推动学前教育健康发展 325

三、民办早教纳入规划思考 326

四、国内政策利好民办早教 327

五、国内高校拟办幼教专业 328

第六章 2016年中国早期教育细分市场发展分析 329

第一节 潜能开发教育 329

一、潜能开发教育概述 329

二、潜能开发教育效用 329

三、潜能开发教育方案 331

四、潜能开发教育受捧 331

五、潜能开发市场概况 332

六、潜能开发市场投资 332

第二节 少儿英语培训 333

一、少儿英语培训概述 333

二、少儿英语教学模式 333

三、少儿英语教学特色 334

四、少儿英语培训理念 334

五、少儿英语经营方式	334
六、少儿英语市场概况	335
七、少儿英语培训投资	335
第三节 早期阅读教育	335
一、早期阅读教育概述	335
二、早期阅读教育原则	336
三、早期阅读课程内容	336
四、早期阅读课程实施	337
五、早期阅读提高智力	338
六、早期阅读市场概况	338
七、早期阅读教育投资	339
第四节 早期艺术教育	340
一、艺术教育相关概述	340
二、艺术教育作用分析	340
三、艺术教育遵循原则	340
四、艺术教育目标分析	341
五、艺术教育实施方法	341
六、艺术渗透式教育	342
七、艺术教育市场概况	342
八、艺术教育市场投资	343
第五节 早期科学教育	343
一、科学教育相关概述	343
二、科学教育基本特性	343
三、科学教育遵循原则	344
四、科学教育实施方法	344
五、科学教育培养重点	345
六、科学教育市场概况	345
七、科学教育市场投资	346
第六节 早期心理教育	349
一、心理教育相关概述	349
二、心理教育意义分析	349
三、心理教育课程分析	349

四、心理教育实施方法	351
五、心理教育市场概况	351
六、心理教育市场投资	353
第七节 早期亲子教育	354
一、亲子教育概述	354
二、亲子教育主要特点	354
三、亲子教育课程分析	357
四、亲子教育实施步骤	359
五、亲子教育市场概况	360
六、亲子教育市场投资	361
第八节 早期厨房教育	361
一、各国厨房教育现状	361
二、厨房教育相关好处	362
三、厨房教育学习知识	364
四、厨房教育注意事项	365
五、厨房里的蒙氏教育	366
六、厨房教育市场概况	367
第九节 早教产业链市场	368

第七章 2016年中国早期教育区域市场发展分析 372

第一节 北京早教市场发展分析 372

一、北京早期教育发展环境 372

(一) 经济发展分析 372

(二) 居民收入情况 372

(三) 人口结构情况 372

(四) 居民消费情况 373

二、北京早期教育发展政策 373

三、北京早教行业收费情况 374

四、北京早期教育投入情况 375

五、北京早期教育发展状况 375

六、北京早期教育投资分析 376

第二节 上海早教市场发展分析 377

一、上海早期教育发展环境	377
(一) 经济发展分析	377
(二) 居民收入情况	377
(三) 人口结构情况	378
(四) 居民消费情况	378
二、上海早期教育发展政策	378
三、上海早教行业收费情况	379
四、上海早期教育投入情况	380
五、上海早期教育发展状况	381
六、上海早期教育投资分析	382
第三节 广东早教市场发展分析	382
一、广东早期教育发展环境	382
(一) 经济发展分析	382
(二) 居民收入情况	383
(三) 人口结构情况	384
(四) 居民消费情况	384
二、广东早期教育发展政策	385
三、广东早教行业收费情况	385
四、广东早期教育投入情况	388
五、广东早期教育发展状况	388
六、广东早期教育投资分析	388
第四节 江苏早教市场发展分析	389
一、江苏早期教育发展环境	389
(一) 经济发展分析	389
(二) 居民收入情况	390
(三) 人口结构情况	391
(四) 居民消费情况	391
二、江苏早期教育发展政策	391
三、江苏早教行业收费情况	393
四、江苏早期教育投入情况	394
五、江苏早期教育发展状况	394
六、江苏早期教育投资分析	395

第五节 浙江早教市场发展分析 395

一、浙江早期教育发展环境 395

(一) 经济发展分析 395

(二) 居民收入情况 395

(三) 人口结构情况 396

(四) 居民消费情况 396

二、浙江早期教育发展政策 396

三、浙江早教行业收费情况 399

四、浙江早期教育投入情况 399

五、浙江早期教育发展状况 400

六、浙江早期教育投资分析 400

第六节 山东早教市场发展分析 401

一、山东早期教育发展环境 401

(一) 经济发展分析 401

(二) 居民收入情况 402

(三) 人口结构情况 402

(四) 居民消费情况 402

二、山东早期教育发展政策 402

三、山东早教行业收费情况 409

四、山东早期教育投入情况 410

五、山东早期教育发展状况 410

六、山东早期教育投资分析 411

第七节 福建早教市场发展分析 411

一、福建早期教育发展环境 411

(一) 经济发展分析 411

(二) 居民收入情况 411

(三) 人口结构情况 412

(四) 居民消费情况 412

二、福建早期教育发展政策 412

三、福建早教行业收费情况 416

四、福建早期教育投入情况 420

五、福建早期教育发展状况 421

六、福建早期教育投资分析 421

第八节 河南早教市场发展分析 422

一、河南早期教育发展环境 422

(一) 经济发展分析 422

(二) 居民收入情况 422

(三) 人口结构情况 422

(四) 居民消费情况 423

二、河南早期教育发展政策 423

三、河南早教行业收费情况 423

四、河南早期教育投入情况 424

五、河南早期教育发展状况 424

六、河南早期教育投资分析 425

第九节 四川早教市场发展分析 425

一、四川早期教育发展环境 425

(一) 经济发展分析 425

(二) 居民收入情况 426

(三) 人口结构情况 427

(四) 居民消费情况 427

二、四川早期教育发展政策 428

三、四川早教行业收费情况 429

四、四川早期教育投入情况 430

五、四川早期教育发展状况 431

六、四川早期教育投资分析 431

第八章 2016年中国早期教育行业市场竞争分析 432

第一节 早教的核心竞争力解析 432

一、核心竞争力的界定情况 432

二、幼儿园竞争力因素分析 432

三、幼儿园核心竞争力特点 433

四、透视幼儿园服务的不足 438

五、国内幼教装备竞争水平 440

第二节 早教市场竞争态势分析 446

一、国内早教市场竞争概况	446
二、教师形象决定早教成败	448
三、课程品牌是竞争力关键	450
四、早教教育研究促进发展	454
五、早教凸显应试教育竞争	456
六、早期教育反映竞争起点	457
第三节 早教市场竞争格局分析	458
一、新爱婴--行业的星巴克	458
二、红黄蓝打造产业链竞争	460
三、台湾幼教竞争大陆早教	461
四、美吉姆高端早教领导者	462
五、早教业品牌市场集中度	463
第四节 早教行业进入品牌时代	465
一、民众品牌意识逐渐提高	465
二、美式早期教育的本土化	466
三、澳洲早期教育高端发展	471
四、爱婴积极开发家长市场	474
五、红黄蓝--亲子园+幼儿园	475
六、创艺宝贝推进艺术早教	476
七、瑞思主攻少儿英语教育	476
第五节 早教机构提升竞争力策略	478
一、构建幼儿园核心竞争力	478
二、提升幼儿园竞争力策略	481
三、强势幼教品牌塑造攻略	484
第九章 2016年中国早期教育行业经营管理分析	486
第一节 早期教育管理相关概述	486
一、教育管理理论应用分析	486
二、早教机构职权管理结构	486
三、幼教集团弱化层级管理	489
四、早期教育的女性管理风格	490
五、中央厨房式早教管理分析	491

第二节 早期教育市场经营分析 494

一、市场环境下幼儿园经营 494

二、各类型幼儿园收支情况 496

(一) 自收自支型收支情况 496

(二) 差额拨款型收支情况 498

(三) 小区民办型收支情况 498

三、幼儿园的四大经营要素 498

四、经营早教项目注意事项 505

五、早教创新经营的必要性 506

第三节 早教科学管理体系探析 508

一、建立良好的教师聘任制 508

二、建立科学的岗位考核制 509

三、适应市场经济的工资制 509

四、幼教管理模式亟待社区化 509

第四节 早期教育资源开发利用 512

一、园内资源的开发与利用 512

二、家庭资源的开发与利用 514

三、社会资源的开发与利用 514

四、各种教育资源整合运用 515

第五节 民办幼儿园特色化经营 515

一、特色幼儿园经营类型分析 515

二、民办幼儿园经营特色发展 522

三、民办特色幼儿园定位分析 522

四、民办特色幼儿园文化分析 523

五、民办特色幼儿园发展问题 523

六、民办特色幼儿园经营管理 525

第六节 早教市场营销策略分析 536

一、早教的全方位营销策略 536

(一) 以市场为导向 536

(二) 重视教师载体 537

(三) 适度个性服务 537

(四) 自我成果展示 537

- (五) 早期教育承诺 538
- (六) 教学体验活动 539
- 二、早教服务市场创新策略 540
 - (一) 营销观念创新 540
 - (二) 产品品牌创新 541
 - (三) 营销人才创新 541
 - (四) 营销方法创新 542
- 三、早教市场公益营销探析 543
- 四、早教市场集群经营策略 545
- 五、早期教育市场营销动态 545

第十章 2016年中国早期教育行业市场调查研究 547

第一节 中国早教服务市场满意评价 547

- 一、早教服务市场满意指标 547
- 二、早教市场满意影响因素 548
- 三、早教市场满意评价分析 550
- 四、提高早教满意水平建议 551

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 552
- 二、早教行业品牌信誉关注 553
- 三、早教市场消费行为偏好 554

第三节 早教特色幼儿园市场调研 560

- 一、早教行业父母心态剖析 560
- 二、早教行业特色教育解析 561
- 三、早教业优质幼儿园标准 562

第十一章 2016年中国早期教育市场重点企业分析 564

第一节 国外早期教育企业分析 564

- 一、英国培生教育集团 564
 - (一) 企业基本情况介绍 564
 - (二) 企业营业规模分析 564
 - (三) 集团业务范围分析 564

- (四) 集团教学内容分析 565
- (五) 集团师资力量分析 566
- (六) 企业早期教育分析 568
- (七) 企业发展战略分析 569
- (八) 企业综合竞争力分析 570
- 二、瑞典英孚教育集团 571
 - (一) 企业基本情况介绍 571
 - (二) 企业营业规模分析 571
 - (三) 企业业务范围分析 571
 - (四) 集团教学内容分析 572
 - (五) 集团师资力量分析 573
 - (六) 企业早期教育分析 573
 - (七) 企业发展战略分析 575
 - (八) 企业综合竞争力分析 575
- 三、美国吉的堡教育集团 576
 - (一) 企业基本情况介绍 576
 - (二) 企业营业规模分析 576
 - (三) 企业业务范围分析 576
 - (四) 集团教学内容分析 576
 - (五) 集团师资力量分析 576
 - (六) 企业早期教育分析 577
 - (七) 企业综合竞争力分析 577
- 四、美国金宝贝早期教育 578
 - (一) 企业基本情况介绍 578
 - (二) 企业竞争优势分析 578
 - (三) 早期教育课程分析 578
 - (四) 早期教育网点布局 579
 - (五) 早期教育运作模式 579
- 五、MyGym美吉姆早教 579
 - (一) 企业基本情况介绍 579
 - (二) 早期教育课程分析 580
 - (三) 早期教育网点情况 582

(四) 企业竞争优势分析 582

(五) 早期教育运作分析 583

六、亲亲袋鼠培育中心 583

(一) 企业基本情况介绍 583

(二) 早期教育课程分析 583

(三) 早期教育网点情况 584

(四) 早期教育运作分析 585

七、ICC卓能国际儿童会 585

(一) 企业基本情况介绍 585

(二) 早期教育课程分析 585

(三) 早期教育网点情况 586

(四) 早期教育运作分析 586

第二节 国内早期教育企业分析 587

一、东方爱婴早期教育 587

(一) 企业基本情况介绍 587

(一) 企业偿债能力分析 587

(二) 企业运营能力分析 589

(三) 企业盈利能力分析 592

(二) 东方爱婴教学目标 593

(三) 东方爱婴的价值观 593

(四) 东方爱婴课程体系 594

(五) 早期教育网点布局 595

(六) 早期教育运作模式 596

二、红黄蓝教育机构 596

(一) 企业基本情况介绍 596

(一) 企业偿债能力分析 596

(二) 企业运营能力分析 598

(三) 企业盈利能力分析 601

(二) 企业发展历程简况 602

(三) 早期教育课程分析 603

(四) 企业竞争优势分析 605

(五) 早期教育网点布局 605

- (六) 早期教育运作模式 605
- (七) 机构战略投资分析 606
- 三、启稚摇篮早教中心 606
 - (一) 企业基本情况介绍 606
 - (一) 企业偿债能力分析 607
 - (二) 企业运营能力分析 609
 - (三) 企业盈利能力分析 611
 - (二) 早期教育课程分析 612
 - (三) 早期教育网点情况 613
 - (四) 早期教育运作分析 613
- 四、金色摇篮潜能教育 613
 - (一) 企业基本情况介绍 613
 - (一) 企业偿债能力分析 614
 - (二) 企业运营能力分析 616
 - (三) 企业盈利能力分析 618
 - (二) 企业发展历程概述 619
 - (三) 金色摇篮教育体系 620
 - (四) 早期教育课程分析 620
 - (五) 早期教育网点布局 620
 - (六) 早期教育运作模式 621
- 五、红缨教育 621
 - (一) 企业基本情况介绍 621
 - (一) 企业偿债能力分析 622
 - (二) 企业运营能力分析 624
 - (三) 企业盈利能力分析 626
 - (二) 亲子课程运作特色 627
 - (三) 早期教育网点布局 628
 - (四) 早期教育运作模式 629
 - (五) 企业扩张发展动态 629
- 六、南方贝贝早期教育 629
 - (一) 企业基本情况介绍 629
 - (一) 企业偿债能力分析 629

- (二) 企业运营能力分析 631
- (三) 企业盈利能力分析 634
- (二) 企业早期教育课程 635
- (三) 早期教育网点布局 636
- (四) 早期教育竞争优势 636
- (五) 早期教育运作模式 636
- 七、小哈津幼教 637
 - (一) 企业基本情况介绍 637
 - (一) 企业偿债能力分析 637
 - (二) 企业运营能力分析 639
 - (三) 企业盈利能力分析 642
 - (二) 早期教育课程介绍 643
 - (三) 早期教育网点布局 643
 - (四) 早期教育运作模式 644
- 八、巨人教育 644
 - (一) 企业基本情况介绍 644
 - (一) 企业偿债能力分析 645
 - (二) 企业运营能力分析 647
 - (三) 企业盈利能力分析 649
 - (二) 巨人教育教学特色 650
 - (三) 巨人幼教五大理念 651
 - (四) 巨人教育经营思路 654
- 九、天线宝宝 654
 - (一) 企业基本情况介绍 654
 - (一) 企业偿债能力分析 655
 - (二) 企业运营能力分析 657
 - (三) 企业盈利能力分析 660
 - (二) 早期教育课程分析 661
 - (三) 早期教育网点情况 662
 - (四) 早期教育运作分析 662
- 十、龋牙兔 662
 - (一) 企业基本情况介绍 662

(一) 企业偿债能力分析 663

(二) 企业运营能力分析 665

(三) 企业盈利能力分析 667

(二) 早期教育课程分析 668

(三) 早期教育网点情况 669

(四) 早期教育运作分析 670

十一、天才宝贝 671

(一) 企业基本情况介绍 671

(一) 企业偿债能力分析 671

(二) 企业运营能力分析 673

(三) 企业盈利能力分析 676

(二) 早期教育课程分析 677

(三) 早期教育网点情况 677

(四) 早期教育运作分析 678

第三节 少儿英语培训企业分析 678

一、英国夏恩英语学院 678

(一) 企业基本情况介绍 678

(二) 企业业务范围分析 679

(三) 学院教学内容分析 679

(四) 学院师资力量分析 679

(五) 学院综合竞争力分析 679

二、美国贝立兹英语培训中心 680

(一) 企业基本情况介绍 680

(二) 培训中心营业规模 680

(三) 培训中心业务范围 680

(四) 企业教学内容分析 681

(五) 培训中心师资力量 682

(六) 培训中心市场策略 683

(七) 培训中心发展战略 684

(八) 培训中心竞争力分析 684

三、美国HM集团瑞思学科英语 684

(一) 企业基本情况介绍 684

- (二) 企业营业规模分析 685
- (三) 企业业务范围分析 685
- (四) 企业教学内容分析 685
- (五) 企业师资力量分析 685
- (六) 企业市场策略分析 685
- (七) 企业发展战略分析 686
- (八) 企业综合竞争力分析 686

四、新东方POP英语 686

- (一) 企业基本情况介绍 686
- (二) 企业营业规模分析 686
- (三) 企业市场策略分析 687
- (四) 企业综合竞争力分析 687
- (五) 企业发展战略分析 688

五、交大昂立少儿英语 688

- (一) 企业基本情况介绍 688
- (二) 企业营业规模分析 690
- (三) 企业市场策略分析 690
- (四) 企业综合竞争力分析 690
- (五) 企业发展战略分析 691

六、盖伦少儿英语 691

- (一) 企业基本情况介绍 691
- (二) 企业业务范围分析 691
- (三) 企业营业规模分析 692
- (四) 企业市场策略分析 692
- (五) 企业发展战略分析 692
- (六) 企业综合竞争力分析 693

七、乐宁教育少儿英语 693

- (一) 企业基本情况介绍 693
- (二) 企业教学内容分析 693
- (三) 企业师资力量分析 695
- (四) 企业综合竞争力分析 695

八、新贝青少儿教育中心 695

- (一) 企业基本情况介绍 695
- (二) 企业营业规模分析 695
- (三) 企业教学内容分析 696
- (四) 企业师资力量分析 696
- (五) 企业综合竞争力分析 697

九、清华少儿英语 697

- (一) 企业基本情况介绍 697
- (二) 企业营业规模分析 698
- (三) 企业业务范围分析 698
- (四) 企业教学内容分析 699
- (五) 企业师资力量分析 699
- (六) 企业发展战略分析 700
- (七) 企业综合竞争力分析 700

十、沃尔得少儿英语 700

- (一) 企业基本情况介绍 700
- (二) 企业营业规模分析 701
- (三) 企业业务范围分析 701
- (四) 企业教学内容分析 702
- (五) 企业师资力量分析 703
- (六) 企业市场策略分析 703
- (七) 企业发展战略分析 703
- (八) 企业综合竞争力分析 704

第十二章 2017-2022年中国早教行业市场发展预测 704

第一节 2017-2022年中国早教市场发展趋势分析 704

- 一、早期教育课程改革趋势分析 704
- 二、早期教育一体化的趋势发展 705
- 三、师资将成早教发展关键因素 706
- 四、民办早期教育市场发展趋势 707
- 五、国内外资早教品牌渐趋重要 707

第二节 2017-2022年中国早教市场发展前景分析 713

- 一、中国早教市场发展潜力分析 713

二、中国早教市场发展前景分析	715
三、国内早教产品市场前景广阔	716
四、国内民办早教发展前景分析	717
第三节 2017-2022年中国幼儿教育行业前景预测	718
一、全国幼儿规模预测	718
二、中国幼儿园人数预测	718
三、幼儿教育装备市场规模预测	719
四、国内早期教育市场规模预测	720
第十三章 2017-2022年中国早教行业市场投资分析 (ZY CW)	
第一节 2017-2022年中国早教市场投资前景分析	722
一、中国居民早教消费投资环境	722
二、中国居民早教消费投资趋势	723
三、中国早教市场投资前景分析	723
四、中国早教市场投资驱动因素	724
第二节 2017-2022年中国早教市场投资特性分析	725
一、国内早期教育行业投资门槛	725
二、国内早教市场投资注意事项	726
三、早教加盟投资赢利情况分析	727
四、早期教育行业投资模式分析	728
第三节 2017-2022年中国早教市场投资风险分析	730
一、宏观政策风险	730
二、企业财务风险	730
三、品牌风险分析	730
四、教学质量风险	730
五、机构扩张风险	731
六、其他风险分析	731
第四节 2017-2022年中国早教市场投资策略分析	731

部分图表目录：

图表 1 美国2010年度联邦、州和地方三级政府财政 82

图表 2 世界主要地区教育投入 83

- 图表 3 2011年 季度—2016年2季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 197
- 图表 4 2011年—2016年工业增加值月度同比增长率(%) 199
- 图表 5 2011年—2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 201
- 图表 6 2011年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 203
- 图表 7 2011-2016年全国居民人均可支配收入及其增长率 205
- 图表 8 2011年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%) 206
- 图表 9 2016年年末人口数及其构成 244
- 图表 10 1999年-2014年我国幼儿园在园人数增长趋势 245
- 图表 11 对早教培训市场的评价 250
- 图表 12 对早教培训市场的评价孩子年龄差异 250
- 图表 13 对早教培训市场的评价家庭收入差异 251
- 图表 14 对早教培训市场的评价城市规模差异 251
- 图表 15 早期教育目的 260
- 图表 16 早期教育目的孩子年龄差异 260
- 图表 17 早期教育目的家庭收入差异 261
- 图表 18 早期教育目的城市规模差异 261
- 图表 19 幼儿园规模持续增长 309
- 图表 20 “十二五”期间浙江省教育事业主要预期指标 398
- 图表 21 早教服务市场顾客满意度指标体系 547
- 图表 22 早教服务市场顾客满意度影响因素重要性排序表 549
- 图表 23 针对30位消费者对该早教机构各项满意度指标进行评分,统计结果如下: 550
- 图表 24 早期教育目的 554
- 图表 25 早期教育目的孩子年龄差异 555
- 图表 26 早期教育目的家庭收入差异 555
- 图表 27 早期教育目的城市规模差异 555
- 图表 28 选择早教培训机构考虑因素 556
- 图表 29 选择早教培训机构考虑因素孩子年龄差异 556
- 图表 30 选择早教培训机构考虑因素家庭收入差异 557
- 图表 31 选择早教培训机构考虑因素城市规模差异 557
- 图表 32 孩子目前或准备要上培训课程 558
- 图表 33 孩子目前或准备要上培训课程孩子年龄差异 558
- 图表 34 孩子目前或准备要上培训课程家庭收入差异 559

图表 35 孩子目前或准备要上培训课程城市规模差异 559

图表 36 近3年北京市东方爱婴咨询有限公司资产负债率变化情况 587

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/L850436UT7.html>