

2017-2022年中国早教行业 深度调研与发展趋势研究报告

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年中国早教行业深度调研与发展趋势研究报告》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/Y16189O0DE.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

广义指从人出生到小学以前阶段的教育，狭义主要指上述阶段的早期学习。一些国家出现提前开始学习幼儿早教读、写、算，提前开始正式教育的探讨和实验。但另有人主张早期教育应重在发展智力。还有人认为早期教育应向前延伸到出生以前的母亲怀孕期的胎教。家庭教育对早期教育有重大影响。其中“体能、智能、心理能力三维平衡发展”理论最为科学，依据五万份孩子成长基准数据，提炼出孩子的九大成长目标：安全感、意志力、目标感、注意力、记忆力、思维能力、平衡、力量、速度。

从课程上看，早教机构课程可以分为音乐课程、手工艺术课程、感统运动课程、母婴亲子课程、语言阅读课程、入园期过度课程、家长指导课程、外语课程等类别。一般会根据孩子年龄差异提供不同的课程。

早教中心主流课程及其内容

课程类别	课程内容
音乐课程	通过歌曲欣赏、欢唱体验、肢体律动、乐器玩奏等方式激发婴幼儿的音乐潜能，在轻松欢乐的课堂氛围中培养孩子对节奏、曲调及曲式等基本音乐元素的初步认知。
手工艺术课程	让婴幼儿尝试用各种材料、颜色和日常生活中常见的物品，来创造性地表现外部世界和自己的内心感受。
感统运动课程	感统运动课程针对婴幼儿相应年龄段发展的特定标志，通过感官训练来提高其视觉、听觉、味觉、嗅觉、触觉等方面感觉统合的能力，通过感官训练来促进其与他人互动交流、早期的听力和语言技能的学习以及想象力等思维能力的提升。
母婴亲子课程	通过老师的示范教导来提高家庭的教育水平，帮助家长了解孩子的发展特点，学会与孩子沟通，陪伴孩子玩耍与游戏，建立起良好的亲子依恋关系。
语言阅读课程	帮助婴幼儿积累词汇，在听说游戏中培养文字意识和语言理解能力，通过有组织的谈话活动，培养语言表达能力和交往能力。
入园期过渡课程	入园过渡课程涵盖社会交往、身体发展、语言、艺术、数学等教学内容，培养婴幼儿的生活自理能力、社会交往能力、语言表达能力、运动协调能力，以帮助孩子顺利渡过入园转折期。
家长指导课程	早教机构提供专家团队走入婴幼儿家庭中，为家庭制定适合自身家庭背景的教育计划，帮助家长了解孩子在每一个发育阶段应达到的目标，为他们提出切实的建议
外语课程	从生活的角度为婴幼儿提供学习外语的环境。以世界各国当地生活体验为主题，营造一个贴近母语的环境，让宝宝像学母语的一样学习第二语言。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国早教行业深度调研与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了早教行业市场发展环境、早教整体运行态势等，接着分析了早教行业市场运行的现状，然后介绍了早教市场竞争格局。随后，报告对早教做了重点企业经营状况分析，最后分析了早教行业发展趋势与投资预测。您若想对早教产业有个系统的了解或者想投资

早教行业，本报告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 中国早教行业发展环境分析 20

第一节 中国早教行业的基本概述 20

一、早教的定义 20

二、早教的原则 20

三、早教的意义 21

四、早教的误区 22

五、典型早教理念 23

（一）蒙台梭利幼儿教育 23

（二）多元智力幼儿教育 26

（三）瑞吉欧方案教学法 30

（四）Waldorf华德福方法 31

第二节 中国早教行业经济环境分析 32

一、中国GDP增长情况分析 32

二、工业经济发展形势分析 33

三、社会固定资产投资分析 35

四、全社会消费品零售总额 36

五、城乡居民收入增长分析 37

六、居民消费价格变化分析 38

七、对外贸易发展形势分析 39

第三节 中国早教行业政策环境分析 40

一、国内早教管理体制解析 40

二、国内早教相关法律法规 41

三、早教行业相关资格认证 44

第四节 中国早教行业社会环境分析 47

一、城镇化进程发展分析 47

二、中国历次“婴儿潮”分析 48

三、人口结构研究分析 49

四、新生儿人口研究分析 51

五、幼儿数量研究分析 51

六、居民教育支出分析 51

第五节 中国教育行业运行态势 52

一、教育总体发展概况 52

二、教育机构数量统计 54

三、教育财政支出统计 54

四、教育信息发展状况 55

五、教育事业发展规划 56

第二章 全球早教行业发展概况及经验借鉴 59

第一节 全球早教理念及方式解析 59

一、世界各国早教方式总结 59

二、世界学前教育发展探索 61

三、美国儿童学习标准解读 62

四、国外五个典范幼教方法 74

五、国际幼教全人趋向思潮 76

第二节 国外早教发展制度解析 82

一、世界对早教的关注政策 82

二、国外早教服务制度研究 84

三、国外学前教育财政体制 85

四、国外学前教育发展性质 87

五、发达国家幼教改革探析 87

第三节 全球早教市场发展分析 92

一、国际幼儿教育发展阶段 92

二、全球化幼教的发展特点 99

三、部分国家学前教育特点 101

四、全球社区幼教发展分析 103

五、发达国家早教发展经验 105

第四节 主要国家早教市场概况及经验借鉴 107

一、美国 107

- (一) 美国早教发展历程 107
- (二) 美国早教体制制度 109
- (三) 美国早教市场特点 109
- (四) 美国早教机构情况 111
- (五) 美国早教师资情况 114
- (六) 美国早教发展经验 115

二、英国 117

- (一) 英国早教发展背景 117
- (二) 英国早教体制制度 117
- (三) 英国早教市场特点 118
- (四) 英国早教机构情况 120
- (五) 英国早教师资培训 122
- (六) 英国早教发展经验 123

三、日本 126

- (一) 日本早教发展背景 126
- (二) 日本早教体制制度 128
- (三) 日本早教教育目标 128
- (四) 日本早教教职人员 129
- (五) 日本早教发展纲要 130

四、意大利 131

- (一) 意大利早教发展简史 131
- (二) 意大利早教机构分类 131
- (三) 意大利早教管理体制 133
- (四) 意大利早教教育目标 133
- (五) 意大利早教师资培训 134

五、其它国家早教发展分析 134

- (一) 德国 134
- (二) 挪威 135
- (三) 韩国 136
- (四) 印度 139
- (五) 新加坡 141

(六) 新西兰 145

(七) 俄罗斯 149

第三章 中国早教行业发展现状分析 153

第一节 中国早教行业总体运行态势 153

一、中国早教行业发展状况 153

(一) 早教行业发展阶段 153

(二) 早教行业发展现状 155

(三) 早教资金投入情况 157

(四) 农村早教市场分析 158

二、中国早教行业发展问题 159

(一) 早教消费盲目问题 159

(二) 早教发展中的问题 160

(三) 幼教发展水平落后 162

(四) 早教行业发展瓶颈 163

第二节 中国早教行业发展模式分析 163

一、国外早教模式综合分析 163

二、国内早教创新模式分析 165

三、早教市场模式选择分析 166

四、早教企业经营模式分析 167

(一) 东方爱婴经营模式 167

(二) 红黄蓝的经营模式 168

第三节 中国社区早教市场分析 169

一、社区时代早教市场分析 169

二、社区发展早教优势分析 170

三、社区发展早教劣势分析 170

四、社区早教免费影响分析 171

五、社区早教发展模式情况 172

第四节 中国网络早教市场发展分析 173

一、网络早教市场发展现状 173

二、网络早教市场发展优势 174

三、网络早教市场发展劣势 175

四、网络早教课程设置情况	176
五、网络早教市场竞争格局	178
六、网络早教市场发展趋势	178
第五节 中国早教市场营销策略分析	179
一、早教的全方位营销策略	179
(一) 以市场为导向	179
(二) 重视教师载体	179
(三) 适度个性服务	180
(四) 自我成果展示	180
(五) 早期教育承诺	180
(六) 教学体验活动	181
二、早教服务市场创新策略	181
(一) 营销观念创新	181
(二) 产品品牌创新	182
(三) 营销人才创新	182
(四) 营销方法创新	182
三、早教市场公益营销探析	183
四、早教市场集群经营策略	184

第四章 中国早教机构运营情况分析 185

第一节 中国早教机构总体运营态势 185

一、国内早教培训市场分析	185
二、早教机构存在的必要性	185
三、早教机构师资水平情况	186
四、早教机构发展中的问题	187

第二节 中国早教机构经营情况分析 188

一、中国幼儿数量情况	188
二、中国幼儿园数量情况	188
三、中国在园幼儿数情况	188
四、中国学前教育毛入学率	189
五、中国幼儿园教职工数量	189
六、中国幼教装备投资规模	190

七、中国早教市场规模分析	191
第三节 中国早教机构课程设置情况	191
一、早教课程宣传意义分析	191
二、课程理念表述特点分析	192
三、早教课程目标特点分析	193
四、早教课程设置特点分析	195
五、早教机构介入幼教课程	195
(一) 早教介入幼儿课程背景	195
(二) 早教介入幼儿课程原因	196
(三) 早教介入幼儿课程影响	197
(四) 早教介入幼儿课程对策	199
第四节 中国民办早教机构市场运营分析	200
一、民办幼儿教育基本概述	200
(一) 民办幼儿教育类型分析	200
(二) 民办幼儿教育基本性质	203
(三) 民办幼儿教育特点分析	204
(四) 民办学前教育发展地位	207
二、民办幼儿教育市场分析	208
(一) 中国民办幼儿园机构数量	208
(二) 中国民办幼儿园招生人数	208
(三) 中国民办幼儿园在园人数	209
(四) 中国民办幼儿园毕业生数	209
(五) 中国民办幼儿园师资力量	209
三、民办早教市场存在问题	210
四、民办幼儿园发展对策	210
第五节 中国公办早教机构市场分析	211
一、公办早教机构发展优势	211
二、公办早教机构发展劣势	211
三、公办早教中心发挥优势	212
四、公办早教中心面临问题	212
第六节 中国早教机构经营管理体系及策略	213
一、早教机构管理相关概述	213

- (一) 教育管理理论应用分析 213
- (二) 早教机构职权管理结构 213
- (三) 幼教集团弱化层级管理 214
- (四) 早期教育的女性管理风格 215
- (五) 中央厨房式早教管理分析 216
- 二、早教科学管理体系探析 218
 - (一) 建立良好的教师聘任制 218
 - (二) 建立科学的岗位考核制 219
 - (三) 适应市场经济的工资制 220
 - (四) 幼教管理模式亟待社区化 221
- 三、民办幼儿园特色化经营 222
 - (一) 特色幼儿园经营类型 222
 - (二) 民办幼儿园经营特色发展 222
 - (三) 民办特色幼儿园定位分析 225

第五章 中国早教行业竞争态势分析 228

第一节 早教行业核心竞争力分析 228

- 一、核心竞争力的界定情况 228
- 二、幼儿园核心竞争力特点 228
- 三、幼儿园竞争力因素分析 229

第二节 早教行业竞争格局分析 230

- 一、新爱婴--行业的星巴克 230
- 二、美吉姆高端早教领导者 231
- 三、跨界机构抢滩早教市场 232

第六章 中国早期教育细分市场发展分析 233

第一节 潜能开发教育 233

- 一、潜能开发教育概述 233
- 二、潜能开发教育效用 234
- 三、潜能开发教育方案 236
- 四、潜能开发教育受捧 238
- 五、潜能开发市场概况 239

六、潜能开发市场投资	240
第二节 少儿英语培训	241
一、少儿英语培训概述	241
二、少儿英语教学模式	243
三、少儿英语教学特色	245
四、少儿英语培训理念	249
五、少儿英语经营方式	251
六、少儿英语市场概况	254
七、少儿英语培训投资	255
第三节 早期阅读教育	256
一、早期阅读教育概述	256
二、早期阅读教育原则	257
三、早期阅读课程内容	260
四、早期阅读课程实施	263
五、早期阅读提高智力	263
六、早期阅读市场概况	264
七、早期阅读教育投资	265
第四节 早期艺术教育	267
一、艺术教育相关概述	267
二、艺术教育作用分析	267
三、艺术教育遵循原则	269
四、艺术教育目标分析	270
五、艺术教育实施方法	271
六、艺术渗透式教育	273
七、艺术教育市场概况	276
八、艺术教育市场投资	277
第五节 早期科学教育	278
一、科学教育相关概述	278
二、科学教育基本特性	280
三、科学教育遵循原则	282
四、科学教育实施方法	285
五、科学教育培养重点	288

六、科学教育市场概况 289

七、科学教育市场投资 289

第六节 早期心理教育 290

一、心理教育相关概述 290

二、心理教育意义分析 290

三、心理教育课程分析 291

四、心理教育实施方法 294

五、心理教育市场概况 296

六、心理教育市场投资 296

第七节 早期亲子教育 297

一、亲子教育概述 297

二、亲子教育主要特点 298

三、亲子教育课程分析 299

四、亲子教育实施步骤 300

五、亲子教育市场概况 303

六、亲子教育市场投资 304

第八节 早期厨房教育 304

一、各国厨房教育现状 304

二、厨房教育相关好处 305

三、厨房教育学习知识 307

四、厨房教育注意事项 308

五、厨房里的蒙氏教育 308

六、厨房教育市场概况 311

第七章 中国早期教育行业市场调查研究 312

第一节 中国早教消费市场调研分析 312

一、早教市场消费投入分析 312

二、早教市场消费形式分析 312

三、影响早教机构选择的原因 313

四、早教产品消费途径分析 314

第二节 中国早教服务市场满意评价 315

一、早教服务市场满意指标 315

- 二、早教市场满意影响因素 315
- 三、早教市场满意评价分析 315
- 四、提高早教满意水平建议 316
- 第三节 特殊幼儿园市场调研 316
 - 一、特殊早教机构消费心态分析 316
 - 二、特殊早教机构特殊教育分析 317
 - 三、特殊早教机构评价标准 318

第八章 中国早教行业区域市场调研 327

第一节 北京早教市场发展分析 327

- 一、北京早教行业发展环境 327
 - (一) 居民收入情况分析 327
 - (二) 早教需求群体数量 327
 - (三) 早教行业政策规划 327
- 二、北京早教市场运行态势 328
 - (一) 早教市场投入情况 328
 - (二) 早教市场竞争企业 330

第二节 上海早教市场发展分析 330

- 一、上海早教行业发展环境 330
 - (一) 居民收入情况分析 330
 - (二) 早教需求群体数量 331
 - (三) 早教行业政策规划 331
- 二、上海早教市场运行态势 332
 - (一) 早教机构发展规模 332
 - (二) 早教市场收费分析 333
 - (三) 早教市场竞争企业 334

第三节 广东早教市场发展分析 336

- 一、广东早教行业发展环境 336
 - (一) 居民收支情况分析 336
 - (二) 早教需求群体数量 336
 - (三) 早教行业政策规划 336
- 二、广东早教市场运行态势 338

(一)	早教市场收费分析	338
(二)	早教市场竞争企业	338
三、	广东早教机构经营情况	339
(一)	早教机构发展规模	339
(二)	早教机构师资水平	339
第四节	江苏早教市场发展分析	340
一、	江苏早教行业发展环境	340
(一)	居民收入情况分析	340
(二)	早教需求群体数量	340
(三)	早教行业政策规划	340
二、	江苏早教市场运行态势	344
(一)	早教市场投入情况	344
(二)	早教市场竞争企业	345
第五节	浙江早教市场发展分析	345
一、	浙江早教行业发展环境	345
(一)	居民收入情况分析	345
(二)	早教需求群体数量	346
(三)	早教行业政策规划	346
二、	浙江早教市场运行态势	346
(一)	早教市场收费分析	346
(二)	早教市场竞争态势	347
(三)	早教发展存在问题	347
三、	浙江早教机构经营情况	348
(一)	早教机构发展规模	348
(二)	早教市场发展动态	348
第六节	山东早教市场发展分析	349
一、	山东早教行业发展环境	349
(一)	居民收支情况分析	349
(二)	早教需求群体数量	349
(三)	早教行业政策规划	349
二、	山东早教市场运行态势	350
(一)	早教市场收费情况	350

- (二) 早教市场竞争企业 351
- (三) 早教市场发展动态 351
- 第七节 福建早教市场发展分析 352
 - 一、福建早教行业发展环境 352
 - (一) 居民收入情况分析 352
 - (二) 早教需求群体数量 352
 - (三) 早教行业政策规划 352
 - 二、福建早教市场运行态势 354
 - (一) 早教市场收费分析 354
 - (二) 早教市场竞争企业 354
- 第八节 河南早教市场发展分析 355
 - 一、河南早教行业发展环境 355
 - (一) 居民收入情况分析 355
 - (二) 早教需求群体数量 355
 - (三) 早教行业政策规划 355
 - 二、河南早教市场运行态势 356
 - (一) 早教市场投入情况 356
 - (二) 早教市场收费分析 356
 - (三) 早教市场竞争企业 357
- 第九节 四川早教市场发展分析 357
 - 一、四川早教行业发展环境 357
 - (一) 居民收入情况分析 357
 - (二) 早教需求群体数量 357
 - (三) 早教行业政策规划 358
 - 二、四川早教市场运行态势 358
 - (一) 早教市场收费分析 358
 - (二) 早教市场竞争企业 359
 - (三) 早教市场发展动态 359

第九章 中国早教市场重点企业分析 360

第一节 国外早期教育企业分析 360

一、英国培生教育集团 360

- (一) 企业基本情况介绍 360
 - (二) 集团业务范围分析 360
 - (三) 集团教学内容分析 361
 - (四) 集团师资力量分析 363
 - (五) 企业早期教育分析 363
 - (六) 企业经营情况分析 364
 - (七) 企业发展战略分析 365
 - (八) 企业综合竞争力分析 366
- 二、瑞典英孚教育集团 367
- (一) 企业基本情况介绍 367
 - (二) 企业业务范围分析 367
 - (三) 集团教学内容分析 368
 - (四) 集团师资力量分析 371
 - (五) 企业发展战略分析 372
 - (六) 企业综合竞争力分析 372
- 三、美国吉的堡教育集团 373
- (一) 企业基本情况介绍 373
 - (二) 企业业务范围分析 373
 - (三) 集团教学内容分析 374
 - (四) 集团师资力量分析 375
 - (五) 企业早期教育分析 375
 - (六) 企业综合竞争力分析 376
- 四、美国金宝贝早期教育 377
- (一) 企业基本情况介绍 377
 - (二) 企业竞争优势分析 377
 - (三) 早期教育课程分析 378
 - (四) 早期教育网点布局 379
 - (五) 早期教育运作模式 381
- 五、MyGym美吉姆早教 382
- (一) 企业基本情况介绍 382
 - (二) 早期教育课程分析 383
 - (三) 早期业务范围分析 385

(四) 企业竞争优势分析 386

(五) 早期教育运作分析 387

六、亲亲袋鼠培育中心 388

(一) 企业基本情况介绍 388

(二) 企业面向群体分析 389

(三) 早期教育课程分析 389

(四) 早期业务范围分析 391

(五) 早期教育运作分析 392

七、ICC卓能国际儿童会 393

(一) 企业基本情况介绍 393

(二) 早期教育目标分析 394

(三) 早期教育课程分析 394

(四) 早期教育网点情况 396

第二节 国内早期教育企业分析 396

一、东方爱婴早期教育 396

(一) 企业基本情况介绍 396

(二) 东方爱婴教学目标 396

(三) 东方爱婴的价值观 397

(四) 东方爱婴课程体系 397

(五) 早期教育运作模式 399

(六) 企业竞争优势分析 401

二、红黄蓝教育机构 402

(一) 企业基本情况介绍 402

(二) 企业发展历程简况 402

(三) 早期教育课程分析 404

(四) 企业竞争优势分析 404

(五) 早期教育网点布局 405

(六) 早期教育运作模式 407

(七) 机构战略投资分析 409

三、启稚摇篮早教中心 409

(一) 企业基本情况介绍 409

(二) 早期教育课程分析 410

- (三) 早期教育网点情况 411
- (四) 竞争优势分析 413
- (五) 早期教育运作分析 413
- 四、金色摇篮潜能教育 414
 - (一) 企业基本情况介绍 414
 - (二) 企业发展历程概述 415
 - (三) 金色摇篮教育体系 416
 - (四) 早期教育课程分析 418
 - (五) 早期教育网点布局 418
 - (六) 早期教育运作模式 419
- 五、红缨教育 422
 - (一) 企业基本情况介绍 422
 - (二) 亲子课程运作特色 422
 - (三) 亲子课程主要内容 423
 - (四) 早期教育网点布局 424
 - (五) 早期教育运作模式 425
- 六、南方贝贝早期教育 426
 - (一) 企业基本情况介绍 426
 - (二) 企业早期教育课程 426
 - (三) 早期教育网点布局 428
 - (四) 早期教育竞争优势 430
 - (五) 早期教育运作模式 431
- 七、小哈津幼教 433
 - (一) 企业基本情况介绍 433
 - (二) 早期教育课程介绍 433
 - (三) 早期教育网点布局 434
 - (四) 早期教育运作模式 435
- 八、巨人教育 436
 - (一) 企业基本情况介绍 436
 - (二) 巨人教育教学特色 437
 - (三) 巨人幼教五大理念 437
 - (四) 早期教育网点布局 439

(五) 企业师资力量 439

(六) 巨人教育经营思路 440

九、天线宝宝 440

(一) 企业基本情况介绍 440

(二) 早期教育课程分析 441

(三) 早期教育网点情况 441

(四) 早期教育运作分析 442

十、龅牙兔 443

(一) 企业基本情况介绍 443

(二) 早期教育课程分析 443

(三) 早期教育网点情况 447

(四) 早期教育运作分析 448

十一、天才宝贝 451

(一) 企业基本情况介绍 451

(二) 早期教育课程分析 451

(三) 早期教育运作分析 453

第三节 少儿英语培训企业分析 454

一、英国夏恩英语学院 454

(一) 企业基本情况介绍 454

(二) 企业业务范围分析 454

(三) 学院教学内容分析 455

(四) 学院师资力量分析 457

(五) 学院综合竞争力分析 458

二、美国贝立兹英语培训中心 458

(一) 企业基本情况介绍 458

(二) 培训中心营业规模 459

(三) 培训中心业务范围 459

(四) 企业教学内容分析 461

(五) 培训中心师资力量 462

(六) 培训中心市场策略 463

(七) 培训中心发展战略 464

(八) 培训中心竞争力分析 464

三、美国HM集团瑞思学科英语 465

- (一) 企业基本情况介绍 465
- (二) 企业营业规模分析 465
- (三) 企业业务范围分析 465
- (四) 企业教学内容分析 466
- (五) 企业师资力量分析 467
- (六) 企业市场策略分析 467
- (七) 企业发展战略分析 468
- (八) 企业综合竞争力分析 469

四、新东方POP英语 469

- (一) 企业基本情况介绍 469
- (二) 企业营业规模分析 470
- (三) 企业业务范围分析 470
- (四) 企业综合竞争力分析 471
- (五) 企业教育网点情况 472

五、交大昂立少儿英语 475

- (一) 企业基本情况介绍 475
- (二) 企业营业规模分析 476
- (三) 企业市场策略分析 477
- (四) 企业综合竞争力分析 478
- (五) 企业发展战略分析 480

六、盖伦少儿英语 481

- (一) 企业基本情况介绍 481
- (二) 企业业务范围分析 482
- (三) 企业市场策略分析 482
- (四) 企业综合竞争力分析 483
- (五) 企业运作模式分析 484

七、乐宁教育少儿英语 485

- (一) 企业基本情况介绍 485
- (二) 企业教学内容分析 485
- (三) 企业师资力量分析 485
- (四) 企业综合竞争力分析 486

- 八、新贝青少儿教育中心 486
 - (一) 企业基本情况介绍 486
 - (二) 企业营业规模分析 487
 - (三) 企业教学内容分析 487
 - (四) 企业师资力量分析 488
 - (五) 企业综合竞争力分析 488

- 九、清华少儿英语 489
 - (一) 企业基本情况介绍 489
 - (二) 企业业务范围分析 489
 - (三) 企业教学内容分析 489
 - (四) 企业师资力量分析 490
 - (五) 企业发展战略分析 490
 - (六) 企业综合竞争力分析 492

- 十、沃尔得少儿英语 492
 - (一) 企业基本情况介绍 492
 - (二) 企业营业规模分析 492
 - (三) 企业业务范围分析 493
 - (四) 企业教学内容分析 493
 - (五) 企业师资力量分析 495
 - (六) 企业市场策略分析 495
 - (七) 企业发展战略分析 497
 - (八) 企业综合竞争力分析 497

第十章 2017-2022年中国早教行业发展趋势及前景 498

第一节 2017-2022年中国早教行业发展趋势分析 498

- 一、早期教育课程改革趋势分析 498
- 二、早期市场管理趋势科学规范 499
- 三、师资将成早教发展关键因素 500
- 四、民办早期教育市场发展趋势 500
- 五、国内外资早教品牌渐趋重要 501

第二节 2017-2022年中国早教市场发展前景分析 502

- 一、中国早教市场发展潜力分析 502

二、中国早教市场发展前景分析	502
三、国内早教产品市场前景广阔	503
四、国内民办早教发展前景分析	503
第三节 2017-2022年中国幼儿教育行业前景预测	505
一、中国幼儿园规模预测	505
二、中国幼儿在园人数预测	505
三、中国早教市场规模预测	506
四、早教装备市场规模预测	507
第十一章 2017-2022年中国早教行业市场投资分析 (ZY LII)	
第一节 2017-2022年中国早教市场投资前景分析	508
一、中国早教市场投资经济环境	508
二、中国早教市场投资发展机遇	511
三、中国早教市场投资发展前景	512
四、中国早教市场投资注重品牌	513
五、中国早教市场投资驱动因素	514
第二节 2017-2022年中国早教市场投资特性分析	515
一、国内早期教育行业投资门槛	515
二、国内早教市场投资注意事项	516
三、早教加盟投资赢利情况分析	520
四、早期教育行业投资模式分析	520
第三节 2017-2022年中国早教市场投资风险分析	521
一、宏观政策风险	521
二、企业财务风险	521
三、品牌风险分析	521
四、教学质量风险	522
五、机构扩张风险	522
六、其他风险分析	523
第四节 2017-2022年中国早教市场投资策略分析 (ZY LII)	

图表目录：

图表 1 多元智力模型 28

- 图表 2 2013-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 33
- 图表 3 2013-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 33
- 图表 4 2013-2016年中国规模以上工业增加值月度增长速度 35
- 图表 5 2013-2016年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图 36
- 图表 6 2013-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 37
- 图表 7 2013-2016年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 38
- 图表 8 2013-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 39
- 图表 9 2013-2016年中国货物进出口总额变化趋势图 40
- 图表 10 中国幼儿教育领域的主要法律法规 42
- 图表 11 中国幼儿教育的主要政策与法律 43
- 图表 12 2013-2016年中国城镇化率变化趋势图 48
- 图表 13 2013-2016年中国人口总量增长趋势图 50
- 图表 14 2013-2016年全国人口数及其构成 50
- 图表 15 2013-2016年中国新生儿人口统计表 51
- 图表 16 2013-2016年中国0-6岁幼儿数量统计表 51
- 图表 17 2013-2016年中国城镇居民人均教育现金支出统计 52
- 图表 18 2013-2016年中国各级各类教育机构数量统计表 54
- 图表 19 2013-2016年中国公共财政教育支出统计 54
- 图表 20 全国教育事业主要发展目标 58
- 图表 21 美国早教机构情况 113
- 图表 22 日本幼儿园和保育所的相关法令制度 128
- 图表 23 日本幼儿教育教师资格标准 129
- 图表 24 日本特殊教育级养护学校教师资格标准 130
- 图表 25 2013-2016年中国在线教育投资领域 173
- 图表 26 2013-2016年中国学前在线教育市场规模变化趋势图 174
- 图表 27 中国学前在线教育课程情况 177
- 图表 28 2013-2016年中国0-6岁幼儿数量统计表 188
- 图表 29 2013-2016年中国幼儿园数量统计 188
- 图表 30 2013-2016年中国幼儿园在园幼儿数量统计 189

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/Y16189O0DE.html>