

2025-2030年中国少儿思维能力培养行业市场需求前景与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：中国少儿思维能力培养行业定义及发展背景**
 - 1.1 中国少儿思维能力培养行业基本概念**
 - 1.1.1 思维能力定义
 - 1.1.2 少儿思维能力阶段划分及其特点
 - 1.1.3 少儿思维能力培养重点
 - 1.2 中国少儿思维能力培养行业背景分析**
 - 1.2.1 行业发展政策背景分析
 - 1.2.2 行业发展经济背景分析
 - (1) GDP增长情况
 - (2) 居民可支配收入情况
 - (3) 居民消费支出情况
 - 1.2.3 行业发展社会背景分析
 - (1) 中国青少年人口数量规模
 - (2) 中国家庭教育支出规模
 - (3) 新生代家长教养观念升级
 - (4) 平衡应试教育和素质教育
 - 1.2.4 行业发展技术背景分析
- 第2章：中国少儿思维能力培养行业产业链条发展分析**
 - 2.1 中国少儿思维能力培养行业产业链条概述**
 - 2.2 中国少儿思维能力培养行业产业链条解析**
 - 2.2.1 教师资源培养
 - 2.2.2 课程体系设计
 - 2.2.3 目标群体设定
 - 2.2.4 目标群体消费引导
- 第3章：中国少儿思维能力培养行业发展现状及趋势分析**
 - 3.1 中国少儿思维能力培养行业发展历程分析**
 - 3.1.1 行业发展历程
 - 3.1.2 行业发展阶段判断
 - 3.2 中国少儿思维能力培养行业发展痛点分析**
 - 3.2.1 获客成本高居不下
 - 3.2.2 产品缺乏统一标准
 - 3.2.3 师资培养速度跟不上
 - 3.2.4 家长认知有待提升
 - 3.2.5 教学产品有待研发和完善
 - 3.2.6 行业发展尚不规范
 - 3.3 中国少儿思维能力培养行业发展规模分析**
 - 3.3.1 线下少儿思维培训市场规模
 - 3.3.2 线上少儿思维培训市场规模
 - 3.3.3 行业总体市场规模
 - 3.4 中国少儿思维能力培养行业发展趋势及前景预测**
 - 3.4.1 行业发展趋势分析
 - 3.4.2 行业发展前景预测
- 第4章：中国少儿思维能力培养行业主要商业模式对比分析**
 - 4.1 中国少儿思维能力培养行业主要模式及代表案例**
 - 4.2 中国少儿思维能力培养行业线下机构商业模式解析**
 - 4.2.1 线下机构用户导入模式分析
 - 4.2.2 线下机构教学模式分析
 - (1) 教学形式
 - (2) 教学体验

- (3) 标准化程度
- 4.2.3 线下机构运营成本分析
- 4.2.4 线下机构收入来源分析
- 4.2.5 线下机构客户维护分析
- 4.3 中国少儿思维能力培养行业线上机构商业模式解析**
- 4.3.1 线上机构用户导入模式分析
- 4.3.2 线上机构教学模式分析
 - (1) 教学形式
 - (2) 教学体验
 - (3) 标准化程度
- 4.3.3 线上机构运营成本分析
- 4.3.4 线上机构收入来源分析
- 4.3.5 线上机构客户维护分析
- 4.4 中国少儿思维能力培养行业主要商业模式优劣势分析**
- 4.4.1 线下少儿思维能力培养模式优劣势分析
 - (1) 线下模式优势分析
 - (2) 线下模式劣势分析
- 4.4.2 线上少儿思维能力培养模式优劣势分析
 - (1) 线上模式优势分析
 - (2) 线上模式劣势分析
- 第5章：中国少儿思维能力培养行业市场竞争分析**
- 5.1 中国少儿思维能力培养行业总体竞争特点分析**
- 5.1.1 以一二线城市竞争为主
- 5.1.2 行业竞争者主要分为两大类
- 5.1.3 行业竞争逐渐向线上转移
- 5.1.4 行业市场竞争格局初显
- 5.1.5 课程布局主要以数理思维培训为主
- 5.2 中国少儿思维培训行业总体竞争情况**
- 5.2.1 行业总体竞争情况
- 5.2.2 行业区域竞争情况
- 5.2.3 行业企业竞争层次
- 5.3 中国少儿思维培训行业竞争趋势**
- 5.4 中国少儿思维培训行业并购重组情况**
- 5.4.1 行业并购重组情况
- 5.4.2 行业并购重组趋势
- 第6章：中国少儿思维能力培养行业企业案例分析**
- 6.1 火花思维**
- 6.1.1 企业发展简况
- 6.1.2 企业融资情况
- 6.1.3 企业课程体系及特色
- 6.1.4 企业授课模式
- 6.1.5 企业业务覆盖
- 6.1.6 企业目标人群
- 6.1.7 企业获客方式
- 6.1.8 企业经营情况
- 6.1.9 企业最新动向
- 6.2 豌豆思维**
- 6.2.1 企业发展简况
- 6.2.2 企业融资情况
- 6.2.3 企业课程体系及特色
- 6.2.4 企业授课模式
- 6.2.5 企业业务覆盖
- 6.2.6 企业目标人群
- 6.2.7 企业获客方式
- 6.2.8 企业经营情况
- 6.2.9 企业最新动向
- 6.3 斑马AI课**
- 6.3.1 企业发展简介
- 6.3.2 企业融资情况

- 6.3.3 企业课程体系及特色
- 6.3.4 企业授课模式
- 6.3.5 企业业务覆盖
- 6.3.6 企业目标人群
- 6.3.7 企业获客方式
- 6.3.8 企业经营情况
- 6.3.9 企业最新动向
- 6.4 摩比思维**
 - 6.4.1 企业发展简况
 - 6.4.2 企业融资情况
 - 6.4.3 企业课程体系及特色
 - 6.4.4 企业授课模式
 - 6.4.5 企业业务覆盖
 - 6.4.6 企业目标人群
 - 6.4.7 企业获客方式
 - 6.4.8 企业经营情况
- 6.5 爱因思维**
 - 6.5.1 企业发展简况
 - 6.5.2 企业融资情况
 - 6.5.3 企业课程体系及特色
 - 6.5.4 企业授课模式
 - 6.5.5 企业业务覆盖
 - 6.5.6 企业目标人群
 - 6.5.7 企业获客方式
- 6.6 海豚思维**
 - 6.6.1 企业发展简况
 - 6.6.2 企业融资情况
 - 6.6.3 企业课程体系及特色
 - 6.6.4 企业授课模式
 - 6.6.5 企业业务覆盖
 - 6.6.6 企业目标人群
 - 6.6.7 企业获客方式
- 6.7 你拍一**
 - 6.7.1 企业发展简况
 - 6.7.2 企业融资情况
 - 6.7.3 企业课程体系及特色
 - 6.7.4 企业授课模式
 - 6.7.5 企业业务覆盖
 - 6.7.6 企业目标人群
 - 6.7.7 企业获客方式
 - 6.7.8 企业最新业务布局动向
- 6.8 啦啦数学**
 - 6.8.1 企业发展简况
 - 6.8.2 企业融资情况
 - 6.8.3 企业课程体系及特色
 - 6.8.4 企业授课模式
 - 6.8.5 企业业务覆盖
 - 6.8.6 企业目标人群
 - 6.8.7 企业获客方式
 - 6.8.8 企业经营情况
- 6.9 麦斯数学**
 - 6.9.1 企业发展简况
 - 6.9.2 企业融资情况
 - 6.9.3 企业课程体系及特色
 - 6.9.4 企业授课模式
 - 6.9.5 企业业务覆盖
 - 6.9.6 企业目标人群
 - 6.9.7 企业获客方式
- 6.10 掌门少儿**

- 6.10.1 企业发展简况
 - 6.10.2 企业融资情况
 - 6.10.3 企业课程体系及特色
 - (1) 语文思维课程体系
 - (2) 数理思维课程体系
 - 6.10.4 企业授课模式
 - 6.10.5 企业业务覆盖
 - (1) 数理思维课程
 - (2) 语文思维课程
 - (3) 学习力课程
 - 6.10.6 企业目标人群
 - 6.10.7 企业获客方式
 - 6.10.8 企业经营情况
 - 6.11 至慧学堂**
 - 6.11.1 企业发展简况
 - 6.11.2 企业融资情况
 - 6.11.3 企业课程体系及特色
 - 6.11.4 企业授课模式
 - 6.11.5 企业业务覆盖
 - 6.11.6 企业目标人群
 - 6.11.7 企业获客方式
 - 6.11.8 企业经营情况
 - 6.12 洪恩数学**
 - 6.12.1 企业发展简况
 - 6.12.2 企业融资情况
 - 6.12.3 企业课程体系及特色
 - 6.12.4 企业授课模式
 - 6.12.5 企业业务覆盖
 - 6.12.6 企业目标人群
 - 6.12.7 企业获客方式
 - 6.12.8 企业经营情况
 - 6.12.9 企业最新动向
- 第7章：中国少儿思维能力培养行业投资机会及策略研究**
- 7.1 中国少儿思维能力培养行业融资现状分析**
 - 7.1.1 行业项目总体融资情况
 - 7.1.2 行业项目融资轮次分布
 - 7.1.3 行业项目融资事件汇总
 - 7.2 中国少儿思维能力培养行业投资价值与机会分析**
 - 7.2.1 行业投资壁垒分析
 - 7.2.2 行业投资风险分析
 - 7.2.3 行业投资价值分析
 - 7.2.4 行业投资机会分析
 - (1) 区域投资机会
 - (2) 产业链投资机会
 - (3) 产品/服务投资机会
 - 7.3 中国少儿思维能力培养行业投资方式和投资建议分析**
 - 7.3.1 行业投资方式选择
 - 7.3.2 行业投资建议分析

图表目录

- 图表1：少儿思维发展的阶段划分及其特点
- 图表2：少儿思维能力培养行业产业链条
- 图表3：我国少儿思维培训相关政策汇总及主要内容
- 图表4：2017-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
- 图表5：2016-2024年中国城乡居民收入水平（单位：万元）

- 图表6: 2017-2024年中国居民人均消费支出(单位:元)
- 图表7: 2020-2024年青少年(0-15岁)人口数量(单位:万人)
- 图表8: 中国家庭学前和中小学教育阶段生均家庭教育支出情况(单位:元)
- 图表9: 中小学教育&儿童教育用户年龄和消费能力分布(单位:%)
- 图表10: 2019-2024年全国普通小学数量(单位:所)
- 图表11: 少儿思维培训技术背景分析
- 图表12: 少儿思维能力培养行业产业链条
- 图表13: 2018-2024年民办小学专职教师数量(单位:人)
- 图表14: 少儿思维培训教师招聘流程及选拔标准
- 图表15: 少儿思维培训教师招聘流程及选拔标准
- 图表16: 儿童认知阶段论在思维教学中的应用
- 图表17: 不同教育形式对比情况
- 图表18: 不同班型教学效果和企业运营成本对比情况
- 图表19: 国内主要少儿思维品牌目标人群情况
- 图表20: 中国少儿思维能力培养行业发展历程
- 图表21: 少儿思维能力培养行业AMC模型
- 图表22: 2024年我国线下少儿思维培训行业市场规模(单位:亿元)
- 图表23: 2024年我国线上少儿思维培训行业市场规模(单位:亿元)
- 图表24: 少儿思维培训行业技术与教研发展趋势与方向
- 图表25: 豌豆思维未来布局方向
- 图表26: 精锐教育旗下数理思维产品矩阵
- 图表27: 少儿思维培训行业市场空间测算(单位:亿元)
- 图表28: 中国少儿思维能力培养行业典型模式及代表企业
- 图表29: 少儿思维培训线下模式优势分析
- 图表30: 少儿思维培训线下模式劣势分析
- 图表31: 少儿思维培训线上模式优势分析
- 图表32: 少儿思维培训线上模式劣势分析
- 图表33: 全国少儿思维培训机构/品牌图谱
- 图表34: 36家少儿思维培训行业市场的机构/品牌区域分布情况(单位:家)
- 图表35: 中国少儿思维培训行业竞争层次
- 图表36: 中国少儿思维培训行业竞争趋势
- 图表37: 中国少儿思维培训行业并购重组情况
- 图表38: 火花思维发展历程
- 图表39: 火花思维融资历程
- 图表40: 火花思维课程体系及主要特点
- 图表41: 火花思维课程体系设置及特点
- 图表42: 火花思维小班在线直播情况
- 图表43: 小火花AI课介绍
- 图表44: 火花思维核心教学课程情况
- 图表45: 火花思维课程体系对应的目标人群
- 图表46: 豌豆思维发展历程
- 图表47: 豌豆思维融资历程
- 图表48: 豌豆思维九阶成长体系及培养目标
- 图表49: 豌豆思维课程体系5大模块
- 图表50: 豌豆思维授课模式
- 图表51: 斑马AI课发展历程
- 图表52: 猿辅导融资历程
- 图表53: 斑马AI课课程体系
- 图表54: 斑马AI课课程特色
- 图表55: 斑马AI课课程特色
- 图表56: 摩比思维发展历程
- 图表57: 摩比思维九阶课程体系
- 图表58: 摩比思维全国布局
- 图表59: 北京比特心灵科技有限公司基本资料
- 图表60: 爱因思维课程体系
- 图表61: 爱因思维12阶成长体系
- 图表62: 海豚思维融资情况
- 图表63: 海豚思维课程体系
- 图表64: 海豚思维课程体系五大模块

- 图表65: 你拍一融资情况
图表66: 你拍一课程体系介绍
图表67: 你拍一“溯源七步教学法”
图表68: VIPKID融资情况
图表69: 噜啦数学课程体系介绍
图表70: 噜啦数学科学学习闭环
图表71: 麦斯数学融资情况
图表72: 麦斯数学课程体系
图表73: 麦斯数学课程体系教学目标
图表74: 掌门教育融资情况
图表75: 少儿掌门语文思维课程体系
图表76: 少儿掌门数理思维课程体系
图表77: 少儿掌门数理思维课程五大模块
图表78: 少儿掌门数理思维课程
图表79: 少儿掌门语文思维课程
图表80: 上海精锐教育培训有限公司基本资料
图表81: 上海精锐教育培训有限公司融资情况
图表82: 至慧学堂课程体系优势
图表83: 洪恩教育发展历程
图表84: 洪恩数学课程体系
图表85: 洪恩数学课程内容
图表86: 洪恩数学教学模式
图表87: 2020-2024年中国少儿思维行业投融资情况（单位：起，亿元）
图表88: 截至2024年初少儿思维培训行业企业融资轮次分布情况（单位：起）
图表89: 截至2024年初少儿思维培训行业各轮次企业分布
图表90: 截至2024年初少儿思维培训行业各企业具体融资情况
图表91: 中国少儿思维培训行业进入壁垒分析
图表92: 少儿思维培训行业投资风险分析
图表93: 中国少儿思维培训行业投资价值分析
图表94: 中国少儿思维培训行业发展建议分析
如需完整目录请联系客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！