

2013-2017年中国学前教育行业市场前瞻与投资机会分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：学前教育行业发展综述**1.1 学前教育行业概述**

- 1.1.1 行业定义与研究范围界定
- 1.1.2 学前教育的主要内容
- 1.1.3 学前教育的基本性质
- 1.1.4 学前教育行业地位分析

1.2 学前教育发展历程

- 1.2.1 学前教育的创建阶段
- 1.2.2 学前教育社会地位的确立阶段
- 1.2.3 学前教育的快速发展阶段

1.3 发展学前教育的意义

- 1.3.1 对人一生的发展的意义
- 1.3.2 对教育体系建设的意义
- 1.3.3 对促进教育公平和教育均衡的意义

1.4 学前教育理念分析

- 1.4.1 蒙台梭利教育
- 1.4.2 多元智能教育
- 1.4.3 感觉统合教育
- 1.4.4 奥尔夫音乐教育
- 1.4.5 亲子教育

第2章：中国学前教育行业发展环境分析**2.1 行业政策环境分析**

- 2.1.1 行业管理体制
- 2.1.2 行业发展规划
 - (1) 《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》
 - (2) 《国家教育事业发展规划“十二五”规划》
- 2.1.3 行业政策与法律法规
 - (1) 《幼儿园教育指导纲要（试行）》
 - (2) 《关于幼儿教育改革和发展的指导意见》
 - (3) 《幼儿园管理条例》
 - (4) 《幼儿园工作规程》
 - (5) 《国务院关于基础教育改革与发展的决定》
 - (6) 《中华人民共和国民办教育促进法》
 - (7) 《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》
 - (8) 《全国幼儿园园长任职资格、职责和岗位要求（试行）》
 - (9) 《关于加强民办学前教育机构管理工作的通知》
 - (10) 《关于当前发展学前教育的若干意见》
- 2.1.4 行业政策发展趋势

2.2 行业经济环境分析

- 2.2.1 中国GDP增长情况分析
- 2.2.2 中国CPI波动情况分析
- 2.2.3 居民人均收入增长分析
- 2.2.4 中国恩格尔系数分析
- 2.2.5 中国城市化进程
- 2.2.6 家庭教育消费支出分析

2.3 行业社会环境分析

- 2.3.1 中国人口规模
- 2.3.2 中国人口年龄结构
- 2.3.3 中国人口出生率
- 2.3.4 中国人口学历结构
- 2.3.5 中国人口就业情况

第3章：中国学前教育行业发展分析

3.1 中国学前教育行业发展状况

- 3.1.1 中国学前教育行业发展总体概况
- 3.1.2 中国学前教育行业发展动因分析
- 3.1.3 中国学前教育办学模式分析
 - (1) 教育部门办
 - (2) 民办
 - (3) 集体办
 - (4) 其他部门办
- 3.1.4 学前教育发展中外对比
 - (1) 入园率对比
 - (2) 学前教育经费对比
 - (3) 学前教育师资对比

3.2 中国学前教育发展规模

- 3.2.1 学前教育学校数统计
- 3.2.2 学前教育师资力量
- 3.2.3 学前教育基础设施建设
- 3.2.4 幼儿园在园人数统计
- 3.2.5 学前教育入学率
- 3.2.6 学前教育分年龄学生数

3.3 中国学前教育行业经营模式分析

- 3.3.1 中国学前教育行业主要经营模式
 - (1) 连锁加盟模式
 - (2) 幼儿园与亲子园兼营模式
 - (3) 婴幼儿社区保健早教中心模式
- 3.3.2 三种经营模式的比较
 - (1) 从开办主体看
 - (2) 从赢利模式看
 - (3) 从服务特点看

3.4 中国学前教育行业竞争分析

- 3.4.1 学前教育竞争的形式
 - (1) 价格竞争
 - (2) 环境竞争
 - (3) 教学能力竞争
 - (4) 服务竞争
 - (5) 品牌及从业年限竞争
- 3.4.2 学前教育市场品牌竞争现状
- 3.4.3 文化差异导致国外学前教育品牌难以本土化

3.5 学前教育师资力量分析

- 3.5.1 学前教育师资的规模现状
 - (1) 学前教育师资的城乡分布
 - (2) 学前教育师资的性别结构
 - (3) 学前教育师资的学历层次
 - (4) 学前教育师资的专业化程度
- 3.5.2 学前教育师资需求分析
- 3.5.3 学前教育师资培养现状

3.6 早教培训机构消费市场调查

- 3.6.1 早教培训市场分析
- 3.6.2 早教机构信誉度市场调查
 - (1) 早教机构品牌占有率情况
 - (2) 早教机构信誉度影响因素
- 3.6.3 培训机构信誉度市场调查
 - (1) 培训机构品牌占有率
 - (2) 培训机构信誉度影响因素
- 3.6.4 早期教育的消费行为偏好
- 3.6.5 选择早教培训机构的考虑因素
- 3.6.6 选择参加的培训课程
- 3.6.7 获取育儿知识的渠道

第4章：中国学前教育机构经营管理分析

- 4.1 学前教育机构管理概述
 - 4.1.1 学前教育机构管理的理论依据
 - 4.1.2 学前教育机构经营管理的原则
 - 4.1.3 学前教育机构经营管理的方法
- 4.2 民办学前教育机构经营管理分析
 - 4.2.1 管理模式的创建
 - 4.2.2 办园特色的定位
 - 4.2.3 特色园文化的创建
 - 4.2.4 特色发展的注意问题
 - 4.2.5 经营管理的指导原则
- 4.3 学前教育机构核心竞争力分析
 - 4.3.1 幼儿园核心竞争力概述
 - 4.3.2 幼儿园核心竞争力的内涵
 - 4.3.3 幼儿园核心竞争力的可变性
 - 4.3.4 幼儿园核心竞争力的构建
- 4.4 学前教育机构营销策略分析
 - 4.4.1 营销策略的市场导向
 - 4.4.2 教师群体的营销策略
 - 4.4.3 自我展示的营销策略
 - 4.4.4 承诺营销策略
 - 4.4.5 体验营销策略
 - 4.4.6 个性化服务的营销策略
- 第5章：学前教育行业投融资分析
 - 5.1 学前教育行业投资模式分析
 - 5.1.1 民营资本投资
 - 5.1.2 上市融资
 - 5.1.3 品牌幼教机构和房产“联姻”
 - 5.2 学前教育行业投资特性分析
 - 5.2.1 行业市场准入
 - (1) 资质条件
 - (2) 服务场所
 - (3) 服务人员
 - (4) 审批机构
 - (5) 教育收费
 - 5.2.2 行业盈利模式分析
 - 5.2.3 行业盈利因素分析
 - 5.3 我国学前教育行业投资风险分析
 - 5.3.1 政策风险
 - 5.3.2 财务风险
 - 5.3.3 品牌风险
 - 5.3.4 教学质量风险
 - 5.3.5 扩张风险
 - 5.3.6 其他风险
 - 5.4 我国学前教育行业投资分析
 - 5.4.1 学前教育行业投资现状分析
 - 5.4.2 学前教育行业发展前景分析
 - 5.4.3 学前教育行业投资趋势分析

图表目录

- 图表1：2010-2020年我国教育事业主要目标（单位：万人，万人次，%）
- 图表2：2010-2020年我国教育事业人力资源开发主要目标（单位：万人，年，%）
- 图表3：2002-2012年中国GDP增长情况（单位：万亿元，%）
- 图表4：2010-2012年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）
- 图表5：2011-2012年中国居民消费者价格指数变化情况（单位：%）
- 图表6：中国居民消费者价格指数分类别同比变化情况（单位：%）

- 图表7: 中国居民消费者价格指数分类别环比变化情况 (单位: %)
- 图表8: 2006-2012年城镇居民可支配收入 (单位: 元)
- 图表9: 2006-2012年农村居民人均纯收入 (单位: 元)
- 图表10: 2000-2012年中国城镇居民恩格尔系数情况 (单位: %)
- 图表11: 最近五年来农村居民家庭恩格尔系数情况 (单位: %)
- 图表12: 城镇居民家庭人均教育文化娱乐服务支出统计表 (单位: 元)
- 图表13: 农村居民家庭人均教育文化娱乐服务支出统计表 (单位: 元)
- 图表14: 2006-2012年中国人口规模及增长情况 (单位: 亿人, %)
- 图表15: 1982-2012年中国各年龄段人口占总人口比重 (单位: %)
- 图表16: 2000-2012年中国人口出生率 (单位: ‰)
- 图表17: 中国人口学历结构 (单位: %)
- 图表18: 2006-2012年我国就业人口合计 (单位: 万人)
- 图表19: 2012年我国各产业就业情况 (单位: %)
- 图表20: OECD部分国家的幼儿净入园率 (单位: 个, %)
- 图表21: 世界主要国家及地区各级教育公共经费支出一览表 (单位: 百万, %)
- 图表22: 部分国家学前教育师资培养实践课程设置
- 图表23: 2000-2012年我国学前教育发展规模统计 (单位: 万所, 万人)
- 图表24: 2000-2012年我国学前教育学校数 (单位: 万所)
- 图表25: 我国幼儿园园长和专任教师总数 (单位: 万人)
- 图表26: 2000-2012年我国幼儿园在园人数 (单位: 万人)
- 图表27: 2002-2012年我国学前教育入学率 (单位: %)
- 图表28: 我国学前教育年龄分布 (单位: %)
- 图表29: 中国学前教育机构主要品牌及特色
- 图表30: 我国学前教育师资的城乡分布 (单位: %)
- 图表31: 我国学前教育教职工的性别结构 (单位: %)
- 图表32: 我国学前教育专任教师的性别结构 (单位: %)
- 图表33: 我国学前教育师资的学历层次 (单位: %)
- 图表34: 我国学前教育师资的专业化程度 (单位: %)
- 图表35: 消费者对早教培训市场的评价 (单位: %)
- 图表36: 对早教培训市场的评价孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表37: 对早教培训市场的评价家庭收入差异 (单位: %)
- 图表38: 对早教培训市场的评价城市规模差异 (单位: %)
- 图表39: 消费者信赖的早教机构品牌 (单位: %)
- 图表40: 信赖早教机构品牌孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表41: 信赖早教机构品牌家庭收入差异 (单位: %)
- 图表42: 消费者信赖早教机构信赖方面 (单位: %)
- 图表43: 消费者信赖的培训机构品牌 (单位: %)
- 图表44: 信赖培训机构品牌孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表45: 信赖培训机构品牌家庭收入差异 (单位: %)
- 图表46: 信赖培训机构品牌城市规模差异 (单位: %)
- 图表47: 消费者信赖培训机构信赖方面 (单位: %)
- 图表48: 早期教育的目的 (单位: %)
- 图表49: 早期教育目的孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表50: 早期教育目的家庭收入差异 (单位: %)
- 图表51: 早期教育目的城市规模差异 (单位: %)
- 图表52: 选择早教培训机构考虑因素 (单位: %)
- 图表53: 选择早教培训机构考虑因素孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表54: 选择早教培训机构考虑因素家庭收入差异 (单位: %)
- 图表55: 选择早教培训机构考虑因素城市规模差异 (单位: %)
- 图表56: 孩子目前或准备要上的培训课程 (单位: %)
- 图表57: 孩子目前或准备要上的培训课程孩子年龄差异 (单位: %)
- 图表58: 孩子目前或准备要上的培训课程家庭收入差异 (单位: %)
- 图表59: 孩子目前或准备要上的培训课程城市规模差异 (单位: %)
- 图表60: 了解育儿知识的信息渠道 (单位: %)
- 图表61: 中国最具投资价值的幼儿教育品牌10强

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！