

2018-2023 年中国学前教育行业市场调研与投资机会分析报告

内容概要：

学前教育是国民教育体系的重要组成部分，是重要的社会公益事业。我国的早教市场在 1998 年开始萌芽，经过近二十年的发展，早教机构已经走过了一波迅速扩张期。以东方爱婴、红黄蓝等为代表的本土早教机构和以金宝贝、天才宝贝等为代表的海外品牌共同占据着当前的早教市场。

近年来，学前教育行业已经成为中国教育培训整体版图中最亮的一颗明星，得到了社会、政府、媒体、家长愈来愈多的关注，在“教育消费升级”、“城镇化”、“80/90 父母”、“4+2+1 之家庭结构”、“国家政策”等多方面因素的影响下，学前教育行业整体发展将会迎来下一个黄金十年。

根据国家教育发展纲要，未来几年幼儿园在校生将增长 1400 万人，2020 年学前教育普及率将达 85%，即学前教育普及率每提升一个百分点就意味着新增 50 万个幼儿园在校学生，学前教育行业市场前景广阔。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对学前教育行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、经营模式、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、国研网、中国幼教行业协会、中国早教教育协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为学前教育行业相关企业、培训机构、科研单位、投资企业等准确了解学前教育行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 9800
英文版价格：USD 7900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国学前教育行业市场调研与投资机会分析报告

■ 报告目录

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 学前教育发展阶段

1.1.5 学前教育发展意义

1.2 学前教育理念分析

1.2.1 蒙台梭利教育

1.2.2 多元智能教育

1.2.3 感觉统合教育

1.2.4 奥尔夫音乐教育

1.2.5 亲子教育

第 2 章 国际学前教育行业发展分析

2.1 国际学前教育行业发展状况

2.1.1 国际学前教育行业总体情况

2.1.2 国际学前教育发展特点

2.1.3 国际学前教育经费投入情况

2.1.4 国际学前教育发展策略

2.1.5 国际学前教育发展对我国的启示

2.2 世界主要发达国家学前教育行业发展分析

2.2.1 美国学前教育行业发展分析

(1) 美国学前教育制度概况

(2) 美国学前教育教学形式

(3) 美国学前教育立法保障

(4) 美国学前教育投资主体

(5) 美国学前教育课程设置

(6) 美国幼小衔接经验

2.2.2 法国学前教育行业发展分析

(1) 法国学前教育发展概况

(2) 法国学前教育性质与经费承担情况

(3) 法国幼儿园职能及课程设置

(4) 法国幼儿教师定位与培训

(5) 法国学前教育法律保障

(6) 法国幼小衔接经验

2.2.3 德国学前教育发展分析

(1) 德国学前教育发展概况

(2) 德国学前教育发展目标

(3) 德国学前教育立法保障

(4) 德国学前教育机构模式

(5) 德国学前教育课程设置

(6) 德国幼小衔接经验

2.2.4 日本学前教育发展分析

(1) 日本学前教育发展概况

(2) 日本学前教育发展目标

(3) 日本学前教育形式

(4) 日本幼儿园学制

(5) 日本学前教育环境与设施设备

(6) 日本幼小衔接经验

2.2.5 新西兰学前教育发展分析

(1) 新西兰学前教育发展概况

(2) 新西兰学前教育的目标

(3) 新西兰学前教育机构模式

(4) 新西兰学前教育课程设置

(5) 新西兰学前教育师资培训

(6) 新西兰幼小衔接经验

2.2.6 澳大利亚学前教育发展分析

(1) 澳大利亚学前教育发展概况

(2) 澳大利亚学前教育的目标

(3) 澳大利亚学前教育机构模式

(4) 澳大利亚学前教育课程设置

(5) 澳大利亚幼儿教育质量保障体系

(6) 澳大利亚幼小衔接经验

第 3 章 中国学前教育行业发展环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业发展规划

3.1.3 行业政策与法律法规

3.1.4 行业政策发展趋势

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 中国 CPI 波动情况

3.2.3 居民人均收入增长分析

3.2.4 中国恩格尔系数分析

3.2.5 中国城市化进程

3.3 行业社会环境分析

3.3.1 人口规模分析

3.3.2 人口年龄结构

3.3.3 人口出生率

3.3.4 人口学历结构

3.3.5 教育行业发展现状

3.3.6 国民教育支出水平

第 4 章 中国学前教育行业发展状况分析

4.1 中国学前教育行业发展状况

- 4.1.1 学前教育行业发展总体概况
- 4.1.2 学前教育行业发展驱动因素
- 4.1.3 学前教育办学模式分析
- 4.1.4 学前教育发展中外对比
- 4.2 中国学前教育发展规模分析
 - 4.2.1 学前教育学校数量情况
 - 4.2.2 幼儿园在园人数情况
 - 4.2.3 学前教育入学率
 - 4.2.4 学前教育分年龄学生数
- 4.3 学前教育师资力量分析
 - 4.3.1 学前教育师资规模现状
 - 4.3.2 学前教育师资城乡分布
 - 4.3.3 学前教育师资性别结构
 - 4.3.4 学前教育师资学历层次
 - 4.3.5 学前教育师资专业化程度
- 4.4 中国学前教育办学条件状况
 - 4.4.1 学校占地面积
 - 4.4.2 学校基础设施建设情况
 - 4.4.3 学前教育资产情况

第 5 章 早教及幼师培训机构消费市场调查

- 5.1 早教机构市场分析
- 5.2 早教机构市场信誉度状况
 - 5.2.1 早教机构品牌占有率情况
 - 5.2.2 早教机构信誉度影响因素
- 5.3 幼师培训机构市场信誉度状况
 - 5.3.1 幼师培训机构发展分析
 - 5.3.2 幼师培训机构信誉度影响因素
- 5.4 早期教育的消费行为偏好
- 5.5 选择早教及幼师培训机构的考虑因素

第 6 章 中国学前教育行业经营模式及管理分析

6.1 中国学前教育行业主要经营模式

- 6.1.1 连锁加盟模式
- 6.1.2 幼儿园与亲子园兼营模式
- 6.1.3 婴幼儿社区保健早教中心模式
- 6.1.4 三种经营模式比较分析
 - (1) 从开办主体看
 - (2) 从赢利模式看
 - (3) 从服务特点看

6.2 学前教育行业盈利模式分析

- 6.2.1 行业盈利因素分析
- 6.2.2 行业盈利来源分析

6.3 学前教育行业投资模式分析

- 6.3.1 投资特性分析
- 6.3.2 投资风险分析
- 6.3.3 投资模式分析

6.4 民办学前教育机构经营管理分析

- 6.4.1 管理模式的创建
- 6.4.2 办园特色的定位
- 6.4.3 特色园文化的创建
- 6.4.4 特色发展的注意事项

6.5 学前教育机构营销策略分析

- 6.5.1 营销策略的市场导向
- 6.5.2 教师群体的营销策略
- 6.5.3 自我展示的营销策略
- 6.5.4 承诺营销策略
- 6.5.5 体验营销策略
- 6.5.6 个性化服务的营销策略

第 7 章 中国学前教育细分市场发展分析

7.1 中国学前教育行业细分市场结构分析

7.1.1 学前教育行业市场结构现状分析

7.1.2 学前教育行业细分市场发展概况

7.2 公办学前教育发展分析

7.2.1 公办学前教育发展情况

7.2.2 公办学前教育规模分析

7.2.3 社会对于公办学前教育的看法

7.2.4 公办学前教育发展环境

7.2.5 公办学前教育主要类型

7.2.6 公办学前教育未来趋势

7.3 中国民办学前教育发展分析

7.3.1 中国民办学前教育发展概况

7.3.2 民办学前教育在学前教育中的地位

7.3.3 民办学前教育机构竞争优势分析

7.3.4 中国民办学前教育发展规模

7.3.5 中国民办学前教育发展瓶颈

7.3.6 中国民办学前教育发展策略

第8章 中国学前教育行业竞争分析

8.1 学前教育机构核心竞争力分析

8.1.1 幼儿园核心竞争力概述

8.1.2 幼儿园核心竞争力的内涵

8.1.3 幼儿园核心竞争力的可变性

8.1.4 幼儿园核心竞争力的构建

8.2 中国学前教育行业竞争分析

8.2.1 学前教育竞争的形式

8.2.2 学前教育市场品牌竞争现状

8.2.3 文化差异对学前教育影响分析

8.3 中国学前教育行业竞争态势发展分析

第9章 学前教育行业重点区域发展分析

9.1 我国重点区域学前教育教育经费收支分析

9.1.1 幼儿教育经费支出分析

9.1.2 幼儿教育经费收入分析

9.2 北京市学前教育发展分析

9.2.1 北京市学前教育发展环境因素

9.2.2 北京市学前教育经费收支

9.2.3 北京市学前教育发展现状

9.2.4 北京市学前教育竞争格局

9.2.5 北京市幼儿园收费情况

9.2.6 北京市幼儿园缺口预计

9.2.7 北京市学前教育发展规划

9.3 上海市学前教育发展分析

9.3.1 上海市学前教育发展环境因素

9.3.2 上海市学前教育经费收支

9.3.3 上海市学前教育发展现状

9.3.4 上海市学前教育竞争格局

9.3.5 上海市学前教育发展模式

9.3.6 上海市幼儿园收费情况

9.3.7 上海市幼儿园缺口预计

9.3.8 上海市学前教育发展规划

9.4 广东省学前教育发展分析

9.4.1 广东省学前教育发展环境因素

9.4.2 广东省学前教育经费收支

9.4.3 广东省学前教育发展现状

9.4.4 广东省学前教育竞争格局

9.4.5 广东省幼儿园收费情况

9.4.6 广东省幼儿园缺口预计

9.4.7 广东省学前教育发展规划

9.5 浙江省学前教育发展分析

9.5.1 浙江省学前教育发展环境因素

9.5.2 浙江省学前教育经费收支

9.5.3 浙江省学前教育发展现状

9.5.4 浙江省学前教育竞争格局

9.5.5 浙江省幼儿园收费情况

9.5.6 浙江省幼儿园缺口预计

9.5.7 浙江省学前教育发展规划

9.6 江苏省学前教育发展分析

9.6.1 江苏省学前教育发展环境因素

9.6.2 江苏省学前教育经费收支

9.6.3 江苏省学前教育发展现状

9.6.4 江苏省学前教育竞争格局

9.6.5 江苏省幼儿园收费情况

9.6.6 江苏省幼儿园缺口预计

9.6.7 江苏省学前教育发展规划

9.7 其他地区学前教育发展分析

9.7.1 福建省学前教育发展分析

9.7.2 山东省学前教育发展分析

9.7.3 四川省学前教育发展分析

9.7.4 云南省学前教育发展分析

9.7.5 湖北省学前教育发展分析

第 10 章 中国学前教育行业重点企业发展分析

10.1 重点企业一

10.1.1 企业发展简况分析

10.1.2 企业课程体系分析

10.1.3 企业师资力量分析

10.1.4 企业教育网点布局

10.1.5 企业运作模式分析

10.1.6 企业经营情况分析

10.1.7 企业竞争优势分析

10.2 重点企业二

- 10.2.1 企业发展简况分析
- 10.2.2 企业课程体系分析
- 10.2.3 企业师资力量分析
- 10.2.4 企业教育网点布局
- 10.2.5 企业运作模式分析
- 10.2.6 企业经营情况分析
- 10.2.7 企业竞争优势分析

10.3 重点企业三

- 10.3.1 企业发展简况分析
- 10.3.2 企业课程体系分析
- 10.3.3 企业师资力量分析
- 10.3.4 企业教育网点布局
- 10.3.5 企业运作模式分析
- 10.3.6 企业经营情况分析
- 10.3.7 企业竞争优势分析

10.4 重点企业四

- 10.4.1 企业发展简况分析
- 10.4.2 企业课程体系分析
- 10.4.3 企业师资力量分析
- 10.4.4 企业教育网点布局
- 10.4.5 企业运作模式分析
- 10.4.6 企业经营情况分析
- 10.4.7 企业竞争优势分析

10.5 重点企业五

- 10.5.1 企业发展简况分析
- 10.5.2 企业课程体系分析
- 10.5.3 企业师资力量分析
- 10.5.4 企业教育网点布局
- 10.5.5 企业运作模式分析

10.5.6 企业经营情况分析

10.5.7 企业竞争优劣势分析

10.6 重点企业六

10.6.1 企业发展简况分析

10.6.2 企业课程体系分析

10.6.3 企业师资力量分析

10.6.4 企业教育网点布局

10.6.5 企业运作模式分析

10.6.6 企业经营情况分析

10.6.7 企业竞争优劣势分析

10.7 重点企业七

10.7.1 企业发展简况分析

10.7.2 企业课程体系分析

10.7.3 企业师资力量分析

10.7.4 企业教育网点布局

10.7.5 企业运作模式分析

10.7.6 企业经营情况分析

10.7.7 企业竞争优劣势分析

10.8 重点企业八

10.8.1 企业发展简况分析

10.8.2 企业课程体系分析

10.8.3 企业师资力量分析

10.8.4 企业教育网点布局

10.8.5 企业运作模式分析

10.8.6 企业经营情况分析

10.8.7 企业竞争优劣势分析

10.9 重点企业九

10.9.1 企业发展简况分析

10.9.2 企业课程体系分析

10.9.3 企业师资力量分析

10.9.4 企业教育网点布局

10.9.5 企业运作模式分析

10.9.6 企业经营情况分析

10.9.7 企业竞争优势分析

10.10 重点企业十

10.10.1 企业发展简况分析

10.10.2 企业课程体系分析

10.10.3 企业师资力量分析

10.10.4 企业教育网点布局

10.10.5 企业运作模式分析

10.10.6 企业经营情况分析

10.10.7 企业竞争优势分析

第 11 章 互联网对学前教育行业的冲击与突围策略

11.1 互联网发展现状及带来的变革

11.1.1 互联网普及应用增长迅猛

11.1.2 移动互联网呈爆发式增长

11.1.3 互联网给教育行业带来的价值分析

11.2 互联网对学前教育行业的冲击分析

11.2.1 远程教育带来的冲击

11.2.2 在线教育带来的冲击

11.3 互联网思维下学前教育企业的转型突围策略

11.3.1 加快教育信息化进程

11.3.2 线上线下相结合的办学模式

第 12 章 中国学前教育行业发展前景及趋势预测

12.1 中国学前教育市场发展前景展望

12.1.1 学前教育市场发展潜力

12.1.2 学前教育市场发展方向

12.2 中国学前教育细分行业发展前景展望

12.2.1 公办学前教育发展前景

12.2.2 私立学前教育发展前景

12.2.3 中外合资学前教育发展前景

12.3 影响企业经营发展的关键趋势

12.3.1 市场整合成长趋势

12.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.3.3 企业区域市场拓展的趋势

12.4 中国学前教育发展对策与建议

■ 图表目录

图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值

图表 2：2010-2017 年我国财政收入变化趋势

图表 3：2010-2016 年中国教育经费投入情况

图表 4：2010-2017 年中国农村居民人均纯收入情况

图表 5：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：2010-2016 年中国城镇化率水平

图表 7：2010-2017 年中国人口规模变化情况

图表 8：2010-2017 年我国人口年龄结构情况

图表 9：2010-2017 年中国人口出生率

图表 10：2017 年我国学校数量情况

图表 11：2017 年我国教职工数量情况

图表 12：2017 年我国专任教师数量情况

图表 13：2017 年中国居民消费结构情况

图表 14：2017 年我国民办幼儿园分年龄学生数情况

图表 15：2010-2017 年我国学前教育发展规模统计

图表 16：2010-2017 年我国学前教育学校数

图表 17：2010-2017 年我国幼儿园园长和教师总数

图表 18：2010-2017 年我国幼儿园在园人数

图表 19：2010-2017 年我国学前教育入学率

图表 20：我国学前教育师资的城乡分布

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方：_____

企业负责人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

企业联系人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

手 机：_____ 企业传真：_____

座 机：_____ 电子邮箱：_____

地 址：_____

☐套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 ☐套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元

☐套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 ☐套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元

备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐：_____ 份数：_____

服 务 方 式：☐全套版本（电子版+印刷版） ☐电子版（电子邮件发送） ☐印刷版本（免费快递）

协 议 金 额：_____ 付款日期：_____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

联 系 电 话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**

地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）

■汇款至 招商银行 ■汇款至 中国建设银行

账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司

开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行

账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方：_____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

盖章：_____ 盖章：_____

日期：_____年_____月_____日 日期：_____年_____月_____日