



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国管理培训行业 市场深度分析与投资前景预测报 告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国管理培训行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/234072.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

从细分市场看，外语培训和IT培训是教育培训的两大支柱。与此同时，其他诸如企业管理类培训、金融培训、辅助考试类培训等，也都具有广阔的市场。到2012年中国教育培训市场的潜在市场规模达3000亿元，并仍然保持着迅猛的发展态势。一个运行良好的教育培训机构，其利润率均在30%以上，有些甚至能达到70%。从全国范围来看，北京、上海、广州、西安、重庆、成都、武汉这些高校云集的地区，培训机构相对较多。这些培训机构一般采用区域性扩张法，高强度地向二、三级城市发展，以便形成高密度的渠道网络。中国教育培训产业市值空间巨大。从宏观上讲，中国教育培训产业的总需求达到1.8万亿元，除去正规的学校教育之后，市场化培训需求达到7200亿元。7200亿元的需求可以滋养一个庞大的社会培训市场，按照“20/80原理”，20%的优势企业将占有80%的市场份额将会出现1-2家年销售收入过1000亿元的超级培训企业，另外，还会产生5-8家年销售收入过100亿元的中型培训企业，以及30家年销售收入过20亿元的上市公司。

随着培训市场竞争的日趋激烈，培训机构普遍觉得生存压力加大，在这种情况下，谁能另辟蹊径，谁就能争取到新的商机。于是，个性化培训渐成主流。就目前的发展态势观之，差异化竞争之路可以通过课程设置等手段来实现。以个性化课程的逐渐完善和教学质量的进一步提高，逐渐打破培训机构之间的同质化竞争格局。突出实战性，从课程的设计到培训过程，都尽量让其具有良好实用价值和针对性，更符合学员的个性化需求。正因为各培训机构没有长远的战略思考，也没有稳定的培训研发人员、开拓人员和具有鲜明个性的培训师队伍，所以在流行的压力和诱惑下，只好走“现学现卖”的快而不捷的途径，对培训课程七拼八凑，仓皇应付。这种缺乏以深入持久的理论研究作支撑、十年磨一剑式的体系建设为依托的培训，要想达到成为中国管理变革的排头兵、冲锋号的角色，要想把中国管理培训事业持续做大做强，肯定是一个美丽的泡沫。这也就是多年来，中国管理培训日渐增多，而中国企业的管理国际竞争力却持续下滑的重要原因之一。

近年来我国管理咨询业发展迅速，但由于起步较晚，发展也很不平衡。我国咨询机构多集中在北京、天津、上海、江苏、广东等地，全国咨询业从业人员虽然有十多人，但与发达国家从事咨询业的人数来看，还远远不够。我国过去管理咨询的项目只占到整个咨询项目的3.5%左右，如果我国不加快管理咨询队伍的建设和培养，今后国内管理咨询市场有90%以上的份额将被国外机构占据。最新数据显示，中国企业已经达4700多万家，其中99.8%是中小型企业。管理水平、决策水平、技术水平、人才素质、盈利能力是中小企业普遍存在的瓶颈。中小企业对提升其管理能力和IT系统应用有强烈的需求和愿望，因此不难发现管理咨询行业所蕴藏的巨大商机。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国管理培训行业市场深度分析与投资前景预测报告》共十一章。报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、中国企业管理培训协会、全国商业信息中心、中国建设管理技术培训协会、艾凯咨询集团、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合华经视点公司对管理培训相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外管理培训行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要管理培训品牌的发展状况，以及未来中国管理培训行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了管理培训市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是管理培训企业、培训机构、管理咨询企业等单位准确了解目前管理培训行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 第一章 2012年中国培训行业整体运行形势分析

### 第一节 2012年中国培训行业运行总况

#### 一、我国培训业步入高速发展阶段

#### 二、国内培训行业发展特征

### 第二节 2012年中国培训市场发展情况

#### 一、中国培训市场的突出特点

#### 二、教育培训市场步入品牌经营时代

#### 三、中国教育培训市场运作分析

#### 四、国内培训市场竞争策略研究

### 第三节 2012年中国培训行业化

#### 一、推动培训行业化发展的客观因素

#### 二、培训行业化的特征

#### 三、培训行业化的制约因素

#### 四、培训行业化的突破路径

### 第四节 2012年中国培训行业现存问题

#### 一、教育培训市场存在隐忧

#### 二、国内培训行业混乱现象研究

#### 三、我国培训市场存在的主要问题

#### 四、国内培训行业面临的危机

#### 五、培训行业缺乏优秀人才

## 第五节 2012年中国培训行业发展对策

- 一、培训市场发展道路
- 二、中国培训业发展思路
- 三、培训业的规范与提高

## 第二章 2012年中国管理培训行业运行环境分析

### 第一节 2012年中国管理培训行业发展政策环境分析

- 一、中华人民共和国民办教育促进法
- 二、中华人民共和国职业教育法
- 三、社会力量办学条例
- 四、认证培训机构管理办法

### 第二节 2012年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

### 第三节 2012年中国管理培训行业发展社会环境分析

- 一、中国人口发展分析
- 二、教育状况
- 三、社会就业现状分析

### 第四节 2012年中国管理培训行业发展技术环境分析

- 一、网络技术将给高端英语培训业带来新的变化
- 二、混合式教学模式将得到有力的发展

## 第三章 2012年中国管理培训行业运行状况分析

### 第一节 2012年中国管理培训行业发展成绩分析

- 一、融贯中西，追求前沿
- 二、务实导向，操作性强
- 三、一体两面，比翼齐飞
- 四、形式活泼，寓教于乐

### 第二节 2012年中国管理培训行业发展缺点分析

- 一、缺少战略，创新不足
- 二、流于形式，短期效应

### 三、蜻蜓点水，华而不实

#### 第三节 2012年中国管理培训行业问题根源分析

##### 一、全民浮躁，急功近利

##### 二、恶性竞争，自毁江山

##### 三、缺少支撑，生搬硬套

#### 第四节 2012年中国管理培训行业市场现状分析

##### 一、2012年中国管理培训行业市场规模分析

##### 二、目前行业发展不成熟，市场规模较为分散

##### 三、培训机构低层次，培训产品同质化

##### 四、消费趋于理性，从关注师资到关注课程

##### 五、认证培训需求趋于平淡，外包业务逐渐兴起

##### 六、E-learning管理培训将获得飞速发展

#### 第五节 2012年中国管理培训市场细分类型分析

##### 一、咨询型

##### 二、实战型

##### 三、理论型

##### 四、跟随型

#### 第六节 2012年影响中国管理培训行业市场发展的主要因素分析

##### 一、师资整合

##### 二、品牌推广

##### 三、创新能力

### 第四章 2012年中国管理培训市场消费者需求特征分析

#### 第一节 2012年中国管理培训市场消费者需求变量分析

##### 一、人口统计变量分析

##### 二、地理变量分析

##### 三、心理变量分析

##### 四、行为变量分析

#### 第二节 2012年中国管理培训市场消费行为调查分析

##### 一、消费产品偏好

##### 二、消费品牌偏好

##### 三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第三节 2012年中国管理培训市场消费者需求状况分析

一、消费者不断成熟，培训采购越来越理性

二、消费者关注高级管理培训的针对性和培训效果

三、消费者需要精品课程

四、消费者对高级培训内容的需求在增加

五、消费者需要形式多样化的培训

六、市场的需求在不断扩大

第五章 2012年中国管理培训细分市场运行状况研究

第一节 管理基础技能培训

第二节 管理认证培训

第三节 MBA考前培训

第四节 企业大学

第六章 2012年中国管理培训行业市场竞争状况分析

第一节 2012年中国管理培训行业市场竞争现状分析

一、研发型、

二、市场竞争激烈、

三、业内机构合作性加强

四、中小培训机构逐渐退出市场，行业龙头企业脱颖而出

五、从单兵作战到团队经营，再到企业化运作

第二节 2012年中国管理培训行业境外培训机构竞争优势分析

一、丰富的办学经验

二、雄厚的师资力量

三、超前的培训理念

第三节 2012年中国管理培训行业竞争格局现状分析

一、现有竞争者之间的竞争分析

二、替代品竞争情况分析

三、客户情况分析

四、供应商的情况分析

## 五、潜在的进入者

## 第七章 中国管理培训行业并购重组特征与案例研究

### 第一节 中国管理培训行业并购重组特征研究

- 一、投资政策解读
- 二、投资规模分析
- 三、投资特点分析
- 四、投资区域及回报分析
- 五、投资趋势分析

### 第二节 清华科技园创投投资盛景网联案例研究（1000万人民币）

- 一、投资方背景研究
- 二、融资方背景研究
- 三、案例动因与过程研究
- 四、投融资价值与发展战略研究

## 第八章 2012年管理培训国际主体企业综合竞争力分析

### 第一节 企顾司

- 一、企业整体概况
- 二、最新动态分析
- 三、综合竞争力分析

### 第二节 AMA（中国）

- 一、企业整体概况
- 二、最新动态分析
- 三、综合竞争力分析

### 第三节 理实PMT（理实国际管理培训有限公司）

- 一、企业整体概况
- 二、最新动态分析
- 三、综合竞争力分析

## 第九章 2012年中国管理培训行业国内主体企业综合竞争力研究

### 第一节 影响力教育训练集团

- 一、企业整体概况



- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析
- 四、教学内容分析
- 五、综合竞争力分析

#### 第二节 百思德企业管理咨询有限公司

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析
- 四、教学内容分析
- 五、综合竞争力分析

#### 第三节 盛景网联培训集团

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析
- 四、教学内容分析
- 五、综合竞争力分析

#### 第四节 广州众行管理顾问有限公司

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析
- 四、教学内容分析
- 五、综合竞争力分析

#### 第五节 上海慧泉国际

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析
- 四、教学内容分析
- 五、综合竞争力分析

#### 第六节 时代光华

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、业务范围分析

#### 四、教学内容分析

#### 五、综合竞争力分析

#### 第七节 中华培训网

##### 一、企业整体概况

##### 二、营业规模分析

##### 三、业务范围分析

#### 四、教学内容分析

#### 五、综合竞争力分析

#### 第八节 摩托罗拉企业大学

##### 一、企业整体概况

##### 二、营业规模分析

##### 三、业务范围分析

#### 四、教学内容分析

#### 五、综合竞争力分析

### 第十章 2013-2018年中国管理培训行业发展趋势预测分析

#### 第一节 2013-2018年中国培训行业发展趋势预测分析

#### 第二节 2013-2018年中国管理培训行业发展规模预测分析

##### 一、国外培训机构将更大规模、

##### 二、未来发展空间巨大，市场规模将高速增长

#### 第三节 2013-2018年中国管理培训行业供求格局预测分析

##### 一、管理培训向咨询顾问方向发展

##### 二、产品多元化，需求个性化，要求专业化

#### 第四节 2013-2018年中国管理培训行业竞争格局预测分析

##### 一、未来高端管理培训呈增长趋势

##### 二、未来管理培训业态显“大综合，小专科”发展趋势

#### 第五节 2013-2018年中国管理培训市场消费者需求趋势分析

### 第十一章 2013-2018年中国管理培训行业市场投资及发展建议

#### 第一节 培训课程开发SWOT要素的确定

#### 第二节 中国管理培训行业战略咨询建议

##### 一、打造管理培训企业的品牌

- 二、创造价格优势的竞争力
- 三、培训市场细分化（个性化），打造个性竞争力
- 四、加强合作，构建政产学研一体化运行机制

## 图表目录

- 图表：2010-2012年中国职业技术培训机构在学校人数
- 图表：2010-2012年我国基层以上工会职业培训机构情况
- 图表：2010-2012年我国基层以上工会职业培训再就业人数
- 图表：2010-2012年中国民办职业培训机构综合情况
- 图表：2010-2012年我国教育培训投诉案件情况
- 图表：婴童培训行业社会责任缺失主要问题
- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2013年下半年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测
- 图表：混合式教学的过程模式
- 图表：2010-2012年中国教育培训市场规模
- 图表：对各类管理培训市场获知渠道占比
- 图表：2010-2012年全球企业大学的数量情况
- 图表：研发型、市场型、导入型、跟随型市场占比

图表：2010-2012年中国市场化培训总需求情况  
图表：2011-2013年传统线下语言培训的融资金额情况  
图表：2011-2013年中国职业培训市场投资金额情况  
图表：2011-2013年我国普通初中毕业生人数与普通高中招生人数的对比  
图表：2010-2012年中国MBA毕业人数情况  
图表：2013-2018年我国IT培训市场规模预测  
图表：2013-2018年我国财会金融业培训市场规模预测  
图表：2013-2018年我国工程建设业培训市场规模预测  
图表：2013-2018年我国管理培训市场消费者需求增长率预测  
图表：SWOT分析  
图表：2013-2018年管理培训行业投资效益增长率预测  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/234072.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。