



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国幼儿教育市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国幼儿教育市场发展现状及战略咨询报告》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/277524.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

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

中国从2005年开始迎来第四波婴儿潮，其中0-3岁婴幼儿高达7000万左右。根据国家卫计委最新生育意愿调查显示，在2013年底国家放开"单独二胎"政策以后，全国约有70%到80%，即约9000万育龄夫妻，有生育两个孩子的意愿和计划。联合国测算，2020年中国婴幼儿数量将达到峰值，即2.61亿左右。如此庞大的人口基数、稳定且持续增长的出生率，直接促使婴幼儿商品消费、教育消费、娱乐消费、医疗卫生等产业规模达到14305亿元。

2013年我国幼儿教育市场规模为990亿元，2014年行业规模增长至1200亿元，规模同比增长21.2%。2007-2014年我国幼儿教育市场规模走势图 资料来源：公开资料整理 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 国际幼儿教育行业分析	1
第一节 国际幼儿教育业的基本概况	1
一、国际幼儿教育机构类型多样	1
二、国际幼儿教育课程模式繁杂	1
三、国际幼儿教育师资培训方式多样	7
第二节 国际幼儿教育课程的改革与发展	10
一、21世纪国际幼儿教育面临巨大挑战	10
二、主要发达国家幼儿教育课程改革的进程	11
三、国际幼儿教育课程改革的主流趋向	11
四、发达国家幼儿教育课程改革的鲜明特色	12
第三节 国际幼儿教育的全人趋向解析	15
一、全人教育思潮的产生与扩张	15
二、全人发展的幼儿教育目标与内容阐述	16
三、全人发展的幼儿教育实现途径探究	18
第四节 部分地区幼儿教育发展状况	21

一、美国	21
二、德国	23
三、法国	25
四、苏格兰	27
五、韩国	29
第五节 国际特色幼儿教育发展综述	31
二、美国的科学教育解析	36
三、奥地利的想象幼儿园剖析	36
四、挪威的幼儿园教育独具一格	37
五、俄罗斯的家庭艺术教育模式透析	37
六、丹麦的家庭幼儿园分析	38

第二章 中国幼儿教育行业的发展 39

第一节 中国幼儿教育的基本状况 39

一、幼儿教育的总体规模 39

2013年我国幼儿教育市场规模为990亿元，2014年行业规模增长至1200亿元，规模同比增长21.2%。

二、幼儿教育的普及水平 40

三、幼儿园独立设置情况 45

全国共有幼儿园20.99万所，比上年增加1.13万所，在园幼儿（包括附设班）4050.71万人，比上年增加156.02万人。幼儿园园长和教师共208.03万人，比上年增加19.52万人。

四、民办幼儿教育的规模分析 57

第二节 中国幼儿教育行业发展分析 59

一、推动幼儿教育发展的重要意义 59

二、我国幼教行业发展的主要特征 59

三、我国学前教育呈现民营化趋向 60

四、国务院关于当前发展学前教育的若干意见 61

五、幼儿教育领域热点事件 65

六、2015年委员建议幼儿教育应纳入义务教育 70

第三节 中国幼儿教育事业的供需问题探究 71

一、对幼儿教育进行经济学分析的必要性 71

二、对幼儿教育进行经济学分析的结论 73

三、中国幼儿教育的供给状况及问题透析	75
四、探索适合我国幼儿教育发展的供给模式	79
第四节 中国特色幼儿教育行业的发展	83
一、特色幼儿教育的基本内涵	83
二、国内特色幼儿教育存在的问题	87
三、促进特色幼儿教育发展的对策	89
四、从六个方面着手构建特色化幼儿园	91
五、幼儿教育需要创新思维	93
第五节 中国幼儿教育发展存在的问题	94
一、我国幼儿教育发展的难题及原因	94
二、幼儿教育面临的十大困惑	97
三、中国幼儿教育发展的深层次隐患	101
四、我国幼儿教育的公益性问题值得审视	102
第六节 中国幼儿教育发展的对策分析	104
一、幼儿教育亟需深化改革走向市场化	104
二、我国幼儿教育中长期发展的建议	104
三、创建具有民族特色的学前教育体系	105
四、普通家庭幼儿教育的保障措施	108
五、幼儿教育市场化中政府监管不可忽视	110
第三章 中国幼儿教育市场分析	112
第一节 幼儿早教、培训消费市场状况	112
一、消费环境评价	112
二、品牌信誉度	119
三、消费行为偏好	123
第二节 消费者特色幼儿园的选择	130
一、父母心态剖析	130
二、择园要点解析	130
三、优质幼儿园的评判标准	132
第三节 北京地区幼儿教育市场综述	132
一、早教理念的认同程度透析	132
二、消费需求及特征	133

三、早教机构分析	137
第四节 其他地区幼儿教育市场概况	140
一、江苏幼儿教育发展水平逐步提高	140
二、广东幼儿教育市场发展现状	142
三、2015年宁夏幼儿教育发展现状	146
四、2022年宁夏幼儿教育发展框架	148
第四章 中国特色幼儿教育细分领域分析	149
第一节 潜能开发教育	149
一、潜能开发教育的内涵	149
二、儿童潜能开发教育的意义	149
三、教师是幼儿潜能开发的主导力量	149
四、灵活运用"相似性原理"开发幼儿潜能	149
第二节 亲子教育	153
一、亲子教育的概念介绍	153
二、亲子教育在我国的发展情况	153
三、亲子教育在中国受到广泛关注	155
四、我国幼儿亲子教育发展的阻碍因素	156
五、亲子教育产业发展前景及风险分析	157
第三节 幼儿心理教育	158
一、幼儿心理健康的主要影响因素透析	158
二、幼儿心理健康教育模式的剖析与具体操作	159
三、应有针对性地消除幼儿不良心理	161
四、幼儿心理教育课程的设计与构建	163
五、幼儿心理健康教育的实施策略	168
第四节 早期阅读教育	169
一、家庭早期阅读教育存在七大误区	169
二、早期阅读教育面临的通病	173
三、早期阅读教育的起点应从分享开始	175
四、早期阅读教育的有效实施建议	180
五、中国早期阅读教育的改革趋势透析	182
第五节 双语教育	186

一、双语教育的理论探讨	186
二、学前儿童双语教育的必要性	190
三、学前双语教育面临的现实挑战	191
四、改进学前双语教育的对策	194
五、实施幼儿双语教育应关注的问题	196
第六节 幼儿艺术教育	201
一、推广幼儿艺术教育的重要意义	201
二、幼儿园艺术教育面临的三大误区	203
三、幼儿艺术教育面临的问题及原因	205
四、幼儿艺术教育的实施途径探析	212
五、引导幼儿艺术教育健康发展的策略	216
第五章 民办幼儿教育行业分析	219
第一节 民办幼儿教育的基本概述	219
一、民办幼儿教育的三种类别	219
二、民办幼儿教育的基本性质	222
三、民办幼儿教育的四大特点	223
第二节 中国民办幼儿教育行业发展概述	226
一、我国民办幼儿教育的兴起与扩张	226
二、民办逐渐成为幼儿教育主导力量	227
三、中国民办幼儿教育发展成就与经验总结	230
四、民办幼儿教育产业面临的瓶颈	235
五、中国民办幼儿教育存在的主要不足	235
六、我国民办教育发展的出路选择	237
第三节 农村民办幼儿教育发展概况	238
一、农村民办幼儿教育的生存现况	238
二、阻碍农村幼儿教育健康发展的因素	241
三、促进农村幼儿教育快速发展的对策	243
第四节 西部欠发达地区民办幼儿教育发展探讨	244
一、西部欠发达地区民办幼儿教育发展简况及问题	244
二、西部欠发达地区发展民办幼儿教育的必要性	245
三、西部欠发达地区民办幼儿教育发展的若干意见	246

第六章 重点幼教企业	249
第一节 美国蒙台梭利集团	249
一、企业简介	249
二、蒙氏教育与传统教育的差异分析	249
三、蒙台梭利幼儿数学教育的特点透析	251
四、蒙台梭利感官教育体系剖析	252
五、蒙台梭利教育在中国的普及状况	254
第二节 巨人教育集团	255
一、企业简介	255
二、巨人教育的教学特色浅析	256
三、巨人幼教演绎五大新理念	256
四、巨人教育的经营思路分析	259
第三节 东方爱婴早期教育机构	259
一、企业简介	259
二、东方爱婴的教学成果阐述	265
三、东方爱婴的早教价值观透析	267
四、东方爱婴的课程体系评估	269
第四节 红黄蓝教育机构	270
一、企业简介	270
二、红黄蓝成功的品牌分析	275
三、2015年红黄蓝获取大规模战略投资	276
第五节 金色摇篮潜能教育机构	277
一、企业简介	277
二、金色摇篮的课程体系简述	278
三、金色摇篮的成长模式解析	279
第六节 红缨教育集团	280
一、企业简介	280
二、红缨亲子教育的课程特色分析	282
三、2015年红缨连锁幼儿园扩张动态	283
第七节 其他企业简介	284
一、美国金宝贝早期教育中心	284

- 二、亲亲袋鼠婴幼儿培育中心 285
- 三、南方贝贝早期教育机构 285
- 四、启稚摇篮早教中心 293
- 五、小哈津幼教连锁机构 297

第七章 幼教市场的竞争与营销分析 306

第一节 幼儿园的核心竞争力解析 306

- 一、核心竞争力的界定 306
- 二、幼儿园核心竞争力的可变特性剖析 307
- 三、应正确看待幼儿园的核心竞争力 308

第二节 幼儿园竞争的焦点分析 310

- 一、从家长择园依据分析幼儿园竞争的基点 310
- 二、以家长需求为导向幼儿园的不足 312
- 三、综合分析幼儿园的竞争策略 312

第三节 强势幼教品牌的塑造攻略 313

- 一、引领先进的教育理念 313
- 二、倡导鲜明的园本特色 314
- 三、与时俱进更新幼教服务观 314

第四节 幼儿园的全方位营销策略探讨 314

- 一、以市场为导向 314
- 二、重视教师载体 315
- 三、适度的个性化服务 315
- 四、幼儿园的自我展示 315
- 五、幼儿园的承诺 316
- 六、体验活动 316

第八章 幼儿园的经营管理分析 318

第一节 幼儿园管理的深层次分析 318

- 一、教育管理理论的应用 318
- 二、市场环境下幼儿园的管理 318
- 三、幼儿园管理的结构与层次剖析 319
- 四、教育机构管理的女性风格透析 320

五、管理者的素质与管理者的权力来源	320
第二节 幼儿园的四大经营要素	321
一、目标经营	321
二、人才经营	321
三、信息经营	323
四、资源经营	324
第三节 幼儿园的科学化管理体系探析	324
一、建立良好的教师聘任制	324
二、建立科学的岗位考核制	326
三、建立适应市场经济体制的结构工资制	327
四、幼教管理模式亟待社区化发展	328
第四节 幼儿园教育资源的挖掘与应用	332
一、园内资源的开发与利用分析	332
二、家庭资源的开发与利用分析	333
三、社会资源的开发与利用分析	334
四、各种教育资源的整合运用解析	334
第五节 幼儿园的特色化经营思考	335
一、常见的"特色园"形式	335
二、民办幼儿园特色发展是其整体优化的成长过程	338
三、民办幼儿园特色发展是其可持续发展的前进过程	340
第九章 幼教行业的投资及未来趋势	342
第一节 幼教产业的投资状况及趋势	342
一、国内幼教产业的投资近况	342
二、我国幼教产业的投资模式	343
三、我国幼教产业的投资趋势透析	344
第二节 中国幼教行业的发展前景分析	346
一、我国幼教市场发展潜力广阔	346
二、婴幼儿在线教育市场发展前景光明	349
第三节 中国幼儿教育的发展规划	350
一、基本普及学前教育	350
二、明确政府职责	351

三、重点发展农村学前教育 351

图表目录：

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：幼儿教育行业产业链

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国幼儿教育行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年幼儿教育行业市场供给
图表：2011-2015年幼儿教育行业市场需求
图表：2011-2015年幼儿教育行业市场规模
图表：幼儿教育所属行业生命周期判断
图表：幼儿教育所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国幼儿教育行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国幼儿教育行业供给预测
图表：2016-2022年中国幼儿教育行业需求预测
图表：2016-2022年中国幼儿教育行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277524.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）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提供专业投资咨询报告、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。