



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年-2006年中国教育与 培训行业发展趋势市场分析及发 展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年-2006年中国教育与培训行业发展趋势市场分析及发展趋势研究报告》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/47278.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

报告以中文、英文、法语三种语种提供，购买此报告的客户可以赠送VIP数据服务！

〔 描述 〕

人们的消费需要,有物质需要和精神文化需要,而教育则是最重要的精神文化需要。将教育定位于一个进行劳动力商品的生产与再生产,并且能够创造高附加值社会资产(特别是无形资产)的知识产业部门,旨在借鉴产业经济发展的一些有益观念和作法,加快发展教育事业。一个国家教育投入增加,由教育投入所创造的国内生产总值相应增加;一个人受教育年限越长,教育投入越多,劳动收入也会相应增加,所以教育产业具有保值增值的功能。

把教育作为投资,按照市场经济原则进行经营,像其他产业一样,能够为投资者提供回报,这都说明,教育不但具有满足人们消费需要的功能,而且还具有投资功能。

教育是保证经济发展和社会全面进步的重要基础产业,它之所以能成为经济发展的强大原动力,其中也因为教育已成为个人经济收益提高的重要途径和手段。世界银行高级专家萨芬付罗普勒斯对教育投资的收益率做了大量的跨国研究。教育本身是一种赚钱的产业,美国的教育产值处于美国经济所有产业的第三位,仅教育服务一项每年创下的收入就达2 000 亿美元,提供了200 万人的劳动就业机会。从总体上说,教育是一种公益性事业,以追求社会效益为目的。义务教育完全是公益性教育,除了提高劳动者文化素质,追求社会效益以外,没有盈利性目的。从这个意义上说,义务教育不是产业,但收费教育,尤其高等教育则具有产业的功能,例如高等职业技术教育可以作为产业投资,不但具有公益性,而且具有盈利性。人们投资教育产业,也是为了取得回报,这种盈利性有助于增加教育投资,有助于降低教育成本和提高教育质量。

产业定义与报告研究范围

中国的教育目前的角色比较复杂,一方面它在行使国家公共事业的角色,一方面它在努力进行产业经济改革,走向健康的发展道路,在此背景下,2005年的中国教育与培训行业报告就是从政策、从市场、从投资、从教育培训企业本身的角度出发进行研究,从而为中国的教育与培训行业指明了发展方向。

（一）教育产业的定义

根据产业的定义,教育虽然不是物质生产部门,但它是为社会其他物质部门提供服务的生产性活动,虽然提供的是非物质的无形产品即教育服务,但教育服务与食品、服装等消费品相比较,是更重要的服务产品,是劳动力再生产不可或缺的条件。

教育劳动以培养和提高劳动力为中介,使科学由知识形态的潜在生产力转化为物质形态的现实生产力;同时教育劳动还进行科学知识的传递、积累、发展和传播,借助科学知识推动生产力发展,创造更高的生产力而实现其生产性。从这个意义上来说,教育活动是一种生产性活动,具有产业属性,教育部门也就是名符其实的产业部门。在社会化程度越高、科学技术水平越高的生产中,生产的发展对教育的生产性依赖程度越大,教育的生产性作用也越大。可见,我们有足够的理由说教育是一种产业。

产业化就是产业逐步实现的过程。这包含两种含义:

- (1) 把教育作为产业来经营。
- (2) 教育产业表示一种动态,就是说教育要走向产业经营的道路。

经过许多年的持久争论,教育产业作为一种宏观层面的理解早达成了共识,可是作为微观操作来说,许多人还是坚决反对产业化。实际上,问题的焦点在于对产业化的不同理解上,有人认为产业化就是完全市场化,完全商品化,这是有失偏颇的。我们认为,教育产业化并不是把教育活动变成一种商品交易活动,而是按照投入产出原则,依企业管理模式运作,从市场获取产业发展要素,在扩大市场供给需求和满足人们需求的过程中讲求教育投资的社会经济效益的系统性社会再生产,其核心是以市场价值为导向对其运行方式实现变革。

（二）教育产业的特性

教育既然是产业就一定有产业的属性和共性,但是教育是一个特殊的产业,不同于一般的产业。教育属于第三产业具备第三产业的共性:

- (1) 它提供无形产品。
- (2) 直接满足人们在物质产品需要以外的需要。教育需要物质产品,但其中又有服务在内。

但是教育又不同于其他第三产业,具有自身的特殊性。

第一、教育是非盈利性产业。

第二、教育产业中的人力资本比物力资本更为重要,二者完美结合才能生产出更高质量的劳动者,从而促进经济增长。

第三、教育对人的影响是全方位的。不仅仅表现在文化素质上,而且还表现在思想、世界观、人生观和道德等方面。教育最重要也是最杰出的作用就是促进国民素质的提高。从这个方面来说,没有任何一个别的产业可以替代。

教育与培训对社会经济的影响

教育与培训是决定人才的重要因素。教育体制决定人才供应,教育与培训产业化程度决定了人才的供应质量以及人才的主观能动性。下面我们以高等教育为例说明教育与培训对社会经济的影响。

(一) 教育是生产知识和财富的产业

长期以来我们对经济的认识,对产业的认识,总是与劳力、资本、土地、以及矿产资源和工具等联系在一起,而没有与科技、知识、教育和学校等联系在一起。而事实上,在西方一些发达国家,科学技术对经济发展的贡献已达到60%以上。教育不仅可以培养学生的创新能力,还能直接创造知识和财富。高等学校大多具有很强的科研能力,拥有许多高新技术,不仅可以创造新知识,并且可以产生直接的经济效益。教育可以创造财富,不仅在于教育可以创造知识、产生财富,还在于教育本身就可以创造收入。例如美国、英国、澳大利亚等国的留学生教育均是会产生经济效益的教育。目前我国许多民办学校的开办也说明了教育是可以产生经济效益的,虽然在当产生经济效益,但是,随着知识经济的到来,教育方式、教育形态的变化,终身教育的发展,因特网教育的发展,整个教育阶段都将会创造知识、创造财富。

(二) 教育是生产高科技的产业

教育产业在现实生活中早就存在,尤其是高等教育已成为生产高科技的产业,对促进和推动社会经济的发展起了巨大的作用。世界上各种类型的科学园区已达500多个。如波士顿128号公路技术园区、法兰西岛科学城、剑桥科学园、台湾新竹科学工业园区等。它们都是与大学的高科技产业紧密结合在一起的,离开了大学,就不可能有这些科学园区。近几年,我国的高校高科技产业以每年30%的速度增长,全国已有十几家销售额过亿元利润过千万的高校科技产业,如北大方正、清华同方、东大阿派等。高校产业已开始逐渐成为一个推动经济增长重要产业。在现代经济增长中,教育已经成为一个国家尤其是发达国家经济发展后劲的重要标志。

（三）教育是生产人力资本的产业

据初步推算,总体而言,如果一个没有受过教育的农民年均社会总产值是1000元,那么一个受过中等教育的工人年均社会总产值则为1万元,一个受过高等教育的科技人员年均社会总产值为10万元。可见,一个人的受教育程度越高,产生的人力资本价值越高。在现代经济增长中,知识、科技、人力资本都是生产力中的重要因素,在推动社会生产力发展和经济发展具有举足轻重的作用,那么教育作为生产知识、科技、人力资本的“工厂”,无疑是知识经济时代的主导产业。

2005年教育与培训行业发展概述

教育规模

在2004年,全国共有各级各类民办学校(教育机构)七万余所,在校生1700多万人,培训机构10000多个。2004年,全国普通本专科招生4473000人,比上年增加65万多人;研究生招生32.6万人,比上年增加5.7万人。目前,全国各类高等教育在校人数超过两千万人,高等教育毛入学率达19%。中等职业教育招生人数达到了548万人,在校130多万人;高等职业教育普通本专科在校人数达595.7万人,比上年增加100多万人。2004年全国共有特殊教育学校1560所,比上年增加9所。招生5.08万人,在校生37.18万人,分别比上年增加0.19万人和0.71万人。

2005年,我国高等教育在校生总规模超过2300万人,高等教育毛入学率达21%,进入大众化发展阶段。2005年全国共招收普通、成人本科和高职(专科)学生697.25万人,比2000年增加320.49万人,年平均增长13.1%。

2005年全国主要学校在校人数对比

1. 幼儿园

2005年全国共有幼儿园11.8万所,比上年增加有所增加。在园(包括学前班)人数2095万人,比上年增加85.49万人,增长4.27%。
学前教育毛入园率达到41%,比上年提高了3.35个百分点。

2. 中小学教育

2004年全国普通小学共有在校生11246.23万人,比上年减少443.51万人;小学校数39.42万所,比上年减少3.17万所。

全国共有初中在校生6527.51万人（其中职业初中52.51万人），比上年减少163.31万人；初中学校6.38万所（其中职业初中697所），比上年减少973所。

到2004年底，全国普及九年义务教育地区人口覆盖率已达到93.6%，比上一年提高了1.8个百分点。

2004年全国高中阶段教育（包括普通高中、成人高中、普通中专、职业高中、技工学校和成人中专）招生1369.65万人，比上年增加101.77万人，增长8.03%。在校生达到3607.63万人，比上年增加364.23万人，增长11.23%。

初中毕业生升学率达到62.9%，比上年提高3.3个百分点。高中阶段毛入学率达到47.55%，比上年提高近3个百分点。

普通高中继续保持快速发展，中等职业教育连续三年保持了稳步回升的态势，但中等职业教育占高中阶段教育的比例仍然偏低。

2004年全国普通高中共有学校1.60万所，比上年增加219所；招生821.51万人，比上年增加69.38万人，增长9.22%；在校生2220.37万人，比上年增加255.54万人，增长13.01%。

3. 中等职业教育

全国中等职业教育共有学校1.45万所，比上年减少142所；招生548.14万人，比上年增加32.39万人，增长6.28%；在校生1367.89万人，比上年增加111.16万人，增长8.85%。

中等职业教育招生和在校生分别占高中阶段教育招生和在校生总数的百分比为40.02%和37.92%。

4. 普通、成人高等教育

2005年全国共有普通、成人高等学校2236所，其中普通高校1731所，比上年增加179所。

普通高校中本科院校684所，高职（专科）院校1047所。全国共有研究生培养单位769个，比上年增加49个。

普通高校校均规模（全日制本专科在校生）由2003年的7143人增加到7704人，其中本科院校

由上年的11662人增加到13561人，高职（专科）院校由上年的2893人增加到3209人。

5. 民办教育

民办教育得到新的发展。2004年全国各级各类民办学校（机构）共有7.85万所，在校生达1769.36万人，比上年增加352.96万人，增长24.92%。

民办普通高等教育在校生139.63万人，占普通高等教育的比例达到10.47%，比上年提高了3.16个百分点；

民办普通高中2953所，在校生184.73万人；

民办中等职业学校1633所，在校生109.94万人。

民办普通初中4219所，在校生315.68万人；

民办职业初中24所，在校生1.49万人。

民办普通小学6047所，在校生328.32万人。

民办幼儿园6.22万所，在校生584.11万人。民办幼儿园在园人数584.11万人，占全国在园幼儿比例为27.98%，比上年提高了4个百分点。

6. 中国教育培训市场的潜在市场规模达4000亿元

从总体上来分析。2000年1月份，我国居民储蓄余额首次超过6万亿元；2001年8月末，我国居民储蓄余额首次突破7万亿元；2002年5月末，我国居民储蓄余额首次突破8万亿元；2003年，我国居民储蓄存款余额突破11万亿元；2004年末，城乡居民人民币储蓄存款余额达12万亿元。调研显示，2004年在余额达12万亿元的储蓄余额中，居民大概可以每年拿出4000亿元左右进行教育支出，那么就是说，潜在的教育支出约为4000亿元。

而目前的趋势是用于义务教育（中、小学）和学历教育（如中专、本专科、研究生等）的教育投入比例下降，用于教育培训的投入比例逐年增加。

我国国民已有着积极的投资教育和选择教育的需求，并且已具备有充分的经济条件。目前教育消费继续升温，教育已成为接近一半居民家庭开支的重要内容。

根据国家计委宏观经济研究院课题组的研究表明，“为子女上学准备”的储蓄目的所占比重达64.2%，并认为教育消费是一个大的消费领域，因此教育是我国当前一个新的消费旺点，是一

个亟待挖掘、开发的“短缺产业”和新的经济增长点。

7. 2004年教育行业信息化的市场空间达300亿

2004年，教育行业的信息化市场进一步增长，教育行业信息化的市场空间2004年达300亿，2005年将为400多亿。今后普教信息化的投入特别是欠发达地区的教育信息化仍将以硬件为主，而目前信息化程度较好的高教机构以及发达城市的教育信息化将转向软件及服务。

2004-2005年教育行业的信息化市场规模

2004年最新统计，学校结构得到进一步优化。具体如下：

2004年中国各类学校数量

【 目 录 】

2005年 - 2006年中国教育与培训行业发展趋势研究报告 I

第一章 概述 31

一、产业定义与报告研究范围 31

（一）教育产业的定义 32

（二）教育产业的特性 32

二、教育与培训对社会经济的影响 33

（一）教育是生产知识和财富的产业 33

（二）教育是生产高科技的产业 33

（三）教育是生产人力资本的产业 33

三、教育产业化发展的社会价值和经济价值 34

（一）教育产业化发展的社会价值。 34

（二）教育产业化的经济价值教育产业具有长期稳定的回报率。 35

四、2005年教育与培训行业发展概述 35

（一）教育规模 35

2005年全国主要学校在校人数对比 36

2. 中小学教育 36

3. 中等职业教育	37
4. 普通、成人高等教育	37
5. 民办教育	37
6. 中国教育培训市场的潜在市场规模达4000亿元	37
7. 2004年教育行业信息化的市场空间达300亿	38
2004-2005年教育行业的信息化市场规模	38
2004年中国各类学校数量	39
（二）培训市场发展现状	39
1. 大学生校外培训市场	39
2005年大学生参加过校外培训班的比例	40
2. IT培训	40
2005年中国IT教育培训市场销售额	40
2005年中国IT培训市场竞争格局	41
3. 英语培训	41
2005年 - 2010年我国英语培训的市场总值增长趋势	42
4. 网络教育	42
6. 培训市场投资主体	43
（三）教育培训市场存在的主要问题	44
1. 教育资源依然存在巨大浪费	44
2. 教育与培训市场潜力巨大，但是教育市场却是有效供给不足	44
2005年中国城市户均金融资产分布情况	45
3. 培训的目的不明确	45
4. 培训内容针对性不强	46
5. 培训的价值错位	46
 第二章 教育与培训发展环境分析	47
一、宏观经济环境	47
（一）经济发展	47
（二）人口增长	47
（三）WTO环境	48
二、政策法规环境	51
（一）相关产业政策	51

1. 现行产业发展政策框架体系 51

2. 市场准入条件分析 52

3. 政府投资导向分析 54

4. 未来产业政策的走势 55

(二) 行业管理体制 56

1. 现行监管体制 56

2. 现行监管体制的改进及不足 56

3. 未来监管体制的走势及对行业发展的影响 57

三、社会文化环境 58

四、科技环境 60

五、关联产业发展 60

第三章 教育培训市场情况 64

一、民办中小幼儿教育 64

(一) 规模与结构 64

2005年民办中小幼各类教育市场规模(单位:万元) 65

2005年民营中小幼教育的市场结构 66

(二) 主要特点 66

1. 教师队伍状况堪忧 66

2. 受教育行政管理部门严重干扰 67

3. 社会认同程度及生源质量较低 67

4. 民办学校的规范化程度不高。 67

(三) 供求分析 68

(四) 走势预测 69

2005-2008年的中国民办中小幼教育培训市场规模 69

二、民办高等教育 69

(一) 概况 69

中国民办高等教育机构类别 70

民办高校的价值链分析 71

2002-2005年我国的高等教育毛入学率增长情况 71

(二) 规模与结构 74

1. 教育规模 74

2000-2005年民办高校及教育机构数量	75
2000-2005年民办高校在校人数（单位：万人）	75
2. 教育结构	75
2005 年中国民办高校结构	76
2005年部分民办高校办学形式统计表	76
（二）主要特点	77
（三）供求分析	79
1. 供给分析	79
2. 需求分析	80
（四）走势预测	84
1. 民办高等教育将占领潜在的巨大生源市场，民办高等教育规模进一步扩大	84
2. 民办高等教育的管理体制进一步完善，民办高校评估提上议事日程	85
3. 民办高校注重品牌战略，建设多样化的师资队伍	85
4. 建立财力保障与教育成本的合理分担机制，拓展民办高校的筹集渠道	86
三、公立教育	86
（一）教育规模	87
1. 教育规模	87
2003-2005年全国普通高校毕业生人数	88
2. 家庭教育投入	89
公立教育系统中0~16岁孩子的抚养总成本	89
（二）主要特点	89
1. 公立高等教育家庭支出比重大	89
2. 教育经费筹措体制逐步更新	90
3. 面对竞争公立学校困难重重	90
（三）供求分析	90
（四）走势预测	93
1. 公立教育将会越来越公正	94
3. 公立教育成本将得到有限控制	94
4. 中国公立大学将成为推动中国经济社会进步的强大力量	95
四、培训市场	95
（一）市场概况	95
不同的培训机构的主要培训内容和内容	96

主要城市7类培训机构所占市场份额	96
8种类型的培训主要项目	97
八类培训项目占培训市场比例	97
八类培训项目实施培训的时间	97
八类培训项目的收费标准	97
主要城市8类培训项目占培训市场份额比较	98
主要城市八类项目的平均收费标准	98
所有项目中收费最高最低标准	99
（二）市场规模	99
1. 英语培训	99
2005-2010年中国英语培训市场的总体规模	100
2005-2008年IT培训市场规模	101
3. 职业培训	101
2005-2010年职业培训市场规模	102
2005年不同的企业类型职业培训的投入水平	103
2005-2010年管理培训市场规模	104
（二）市场结构	105
1. 英语培训市场结构	105
2005年英语培训市场结构	105
2005年中国职业培训市场结构	108
4. 管理培训市场结构	109
2005年中国管理培训市场结构	109
2005年企业高层管理者最希望接受培训的知识类型	110
（三）市场特点	111
（4）英语培训市场供应过剩,供应能力较差	113
2. IT培训	114
3. 职业培训	115
4. 管理培训	115
（四）市场走势预测	116
2. IT培训	117
3. 管理培训	117
4. 职业培训	118

5.其他培训 118

五、教育信息化 120

(一) 教育信息化的意义 120

1. 教学形式由传统的黑板、粉笔模式向着现代网络化、多媒体教学转变 120
2. 教学模式从封闭的教育向着开放式的网络化教育转变 120
3. 现代信息网络化教育为职业学校扩大办学规模创造了条件 120
4. 教育观念的更新,学无止境 121
5. 教育信息化促进学校与社会各界的密切合作 121

(二) 市场规模 121

2002-2005年中国教育信息化市场规模 122

(三) 市场特点 122

1. 基础设施是教育行业信息化建设的重点 122

2005年教育信息化投资硬件投资比例 123

2. 教育信息化资金投入呈现多样化趋势 123

(四) 供求分析 123

1. 教育信息化水平较低,且发展不平衡 124
2. 信息资源开发和利用水平较低 124
3. 信息技术人才缺乏,信息素养较低 124

(四) 市场走势预测 125

2005年教育信息化硬件投资比例 125

2005-2007年中国教育信息化市场规模走势 126

第四章 教育行业的投资状况 127

一、行业投资现状 127

(一) 概述 127

1. 教育产业基本矛盾的计量经济学分析 127
2. 教育产业的投资量由市场的容量决定 127
3. 教育产业结构由市场需求决定 128
4. 教育收费由市场供求具体决定 129
5. 教育产业发展由优胜劣汰原则作保证 130

(二) 投资环境的基本表现 130

1. 教育投资主动多元化,为教育投资提供了社会条件 130

- 2. 居民收入水平的提高,为教育投资提供了坚实的经济基础 130
- 3. 家庭消费结构的变化,使教育投资成为主要选择的方向 130
- 4. 知识经济对人才的需求,为教育投资提供了广泛的社会背景 131

(三) 投资规模及结构 131

1. 幼儿教育投资情况 131

2005-2008年幼儿教育投资规模 132

2. 中小学投资情况 132

2005-2008年中国中小学教育投资规模 133

3. 高等教育投资情况 133

2005-2008年高等教育投资规模 134

(三) 主要投资项目情况 134

1. 民办中小幼儿教育 134

2. 民办高等教育 139

3. 公立教育 147

4. 培训 149

5. 教育信息化 151

二、行业投资主体及资金来源 153

(一) 总体情况分析 153

1. 投资规模 153

2005-2008年中国教育培训行业投资规模 154

2005年中国教育培训行业投资主体投资结构 155

(二) 国家投资情况 156

(三) 外商投资情况 158

第一, 教育行业不同于经济行业和其他生产性行业,教育行业本身具有特殊性。 159

第二, 外国资本的适量进入,短期内不仅不会对中国的教育行业产生严重的、直接的威胁。

160

第三, 从国际教育市场来看,外国资本的进入通常也不会对别国的教育构成直接的和现实性的威胁。 160

2005年外商投资各类型教育培训市场投资结构 166

(四) 民营资本投资情况 167

2005年中国教育培训市场民营投资结构 168

2. 民办教育产业面临的困难 169

部分民办高校资金来源统计	170
3. 民办教育需要舆论支持	170
(五) 上市公司投资教育培训产业情况	171
三、投资的区域分布	172
2005年中国教育培训投资区域分布	173
四、投资效益情况	173
2. 教育培训投资成本组成	174
若干地区的教育收益率	175
五、行业投资前景及风险	176
(一) 行业投资前景	176
1. 教育行业总体市场规模达到了5800 亿元	177
2. 教育培训行业有效的供不应求局面将长期存在	177
3. 各路资本普遍看好教育培训行业	177
(二) 行业投资风险	178
1. 专业风险	178
2. 就业风险	179
3. 预期收益风险	179
4. 主体风险	180
六、投资建议	180
(一) 培训市场的投资策略	180
2. 中、低端培训市场竞争策略	181
(二) 不同类型的教育学校投资战略	182
2. 普通非义务教育学校投资战略	184
4. 公立学校转制、国有民办、公建民管学校经营战略	184
5. 四种战略的对比分析	185
 第五章 主要教育企业的运营情况	 186
一、教育集团及其发展战略概述	186
(一) 市场与创新机制	186
(二) 竞争与合作机制	187
(三) 质量与品牌战略	188
(四) 规模与成本战略	188

(五) 管理制胜战略	188
(六) 国际化教育战略	189
二、新东方	190
(一) 机构发展概况	190
(二) 年度经营情况	190
2002-2005年新东方集团培训学员人数	191
1998-2004年新东方学校的收入情况	192
(三) 优劣势分析	192
1. 集团组织完善、部门齐全	192
2. 培训产品线非常长、项目种类繁多	193
3. 统一服务	193
4. 经营权和决策权没有划清界线	193
5. 董事会作用不明显	193
(四) 发展战略	194
二、途锦集团	194
(一) 机构发展概况	194
(二) 年度经营情况	195
(三) 优劣势分析	196
(四) 发展战略	196
三、华尔街英语	197
(一) 机构发展概况	197
(二) 年度经营情况	197
2001-2005年华尔街英语中国总收入	198
2001-2005年华尔街英语中国盈利情况	199
(三) 优劣势分析	199
(四) 发展战略	200
1. 加快中国的连锁加盟步伐	200
3. 管理模式更加细化、规范化和人性化	200
四、北大青鸟	200
(一) 机构发展概况	200
(二) 年度经营与盈利情况	200
2002-2004年北大青鸟阿博泰克年体系收入	201

2002-2004年北大青鸟阿博泰克盈利	201
(三) 优劣势分析	202
1. 经营管理优势	202
2. 经营模式优势	202
3. 教学方法优势	202
北大青鸟阿博泰克公司教学方法示意图	203
北大青鸟阿博泰克公司教学方法示意图	204
4. 新产品更新速度不够快	204
5. 引进的印度课程需要很长时间进行消化	204
6. 过度招生对信誉度的影响	204
(四) 发展战略	204
五、浙江万里教育集团	205
(一) 机构发展概况	205
(二) 年度经营情况	205
2002-2004年浙江万里教育集团的经营收入及增长情况	206
(三) 优劣势分析	206
(四) 发展战略	207
1. 加大高等教育的投入	207
2. 发展企业家培训市场	207
六、新华教育集团	207
(一) 机构发展概况	207
新华电脑教育连锁全国布局	208
(二) 年度经营情况	208
2002-2005年新华电脑学校经营收入	209
2002-2004年新华电脑学校盈利	209
(三) 优劣势分析	209
(四) 发展战略	211
1. 与更多的国际知名教育机构合作是新华的战略部署	211
2. 品牌意识	211
3. 不断开拓新市场	211
第六章 区域教育与培训市场分析	212

一、北京	212
(一) 教育发展概况	212
(二) 培训市场情况	213
2005-2010年北京培训市场规模	214
2. 市场特点	214
3. 市场发展趋势	215
二、深圳	219
(一) 教育发展概况	219
3. 深圳教育投入	220
2004年深圳市、区财政预算内(含附加)教育投入	221
4. 义务教育与民营教育	221
5. 教育信息化	222
6. 职业教育概况	223
7. 高等教育概况	223
8. 成人教育培训	223
(二) 培训市场情况	223
2005年-2008年深圳IT培训市场发展趋势	224
2. 深圳英语培训情况	226
2005年-2008年深圳英语培训市场发展趋势	227
3. 其他行业培训	229
三、上海	232
(一) 教育发展概况	232
1. 学前早期教育快速发展	236
2. 中等职业技术教育课程改革与教材建设的新机制初步形成	236
3. 实施高等学校教育教学质量工程	237
4. 创新模式推进研究生教育综合改革	237
5. 特殊教育、民族教育进一步得到加强	238
6. 切实强化进城务工就业农民子女义务接受教育工作	238
7. 进一步加强德育工作,学校精神文明建设成果突出	238
8. 强化学校安全卫生工作,大力开展艺术和科普教育工作	239
9. 创新举措,青少年权益保护工作取得重要进展	239
10. 招生计划管理模式和毕业生就业制度改革继续推进	240

11. 知识创新体系建设工程持续发展	240
12. 加强教育立法，完善教育法律体系	240
13. 进一步规范行政行为，全面加强教育执法和监督	241
14. 安全文明校园建设工作成效明显	241
15. 积极实施农村劳动力转移培训	242
16. 积极推进老年教育，构建终身教育体系	242
17. 加快语言文字规范化建设	243
18. 积极参与“长三角”教育合作交流	243
（二）培训市场情况	243
2005- 2010年的上海培训市场规模	244
四、重庆	245
（一）教育发展概况	245
2.2005年教育发展	245
（二）培训市场情况	251
（二）中小企业管理者素质较高，管理制度较为完善	254
（三）重视产品质量建设，七成工业中小企业拥有知名品牌	254
（四）中小企业信用意识普遍增强，信用等级不断提高	255
（一）从业人员素质相对不高，大专以上学历人员不足两成	255
（二）资金短缺问题十分突出	256
第七章 国际教育产业比较与借鉴	259
一、行业管理体制	259
（一）国外教育行业投资体制分析	259
（二）日本教育产业管理体制与运作模式	260
（三）澳门与印度地区的私人办学与公立教育私营化	260
（四）美国私立学校管理体制与运作模式分析	261
1. 美国私立学校的发展	261
 NIIT和ACCP分析比较	266
一、背景比较	267
二、在中国的办学模式比较	267
三、课程特点比较	267
四、课程更新模式比较	268

五、教学方法比较	268
二、技术水平	271
(一) 进一步加快教育信息化基础设施建设	271
(二) 启动省级教育信息资源系统建设工程	272
(三) 大力开展各种网络应用, 提高教育信息化总体效益	272
(四) 努力造就一支高素质的信息化人才队伍	273
(五) 建立多元化投入体制, 为教育信息化建设提供资金保证	273
(六) 引入市场竞争机制, 加强教学软件、课件及教育信息资源建设	273
三、教育发展模式	274
(一) 两种发展模式	274
(二) 世界各国发展模式概述	274
(三) 借鉴意义	275
四、机构运作	276
(一) 教育的产业属性得到肯定和企业集团组织形式的成功启示: 教育集团的产生与发展	276
(二) 加盟与派生: 教育集团形成与拓展的两种途径	277
1. 加盟式教育集团举例	277
2. 派生式教育集团举例	278
(三) 教育与培训: 教育集团的主营业务	279
(四) 机制与战略: 教育集团成功经营要素分析	280
1. 市场与创新机制	280
2. 竞争与合作机制	281
3. 质量与品牌战略	281
4. 规模与资本战略	282

详细请访问: <https://www.icandata.com/view/47278.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。