

2023-2029年中国青少年课外培训市场全景调研与发展趋势研究报告

| | |
|------|------------------------------------|
| 产品名称 | 2023-2029年中国青少年课外培训市场全景调研与发展趋势研究报告 |
| 公司名称 | 北京迪索共研咨询有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 北京市朝阳区来广营西路国创产业园6号楼2层2121 |
| 联系电话 | 010-69365838 13488761306 |

产品详情

我国中小学教育目标人群巨大，2018年，全国普通小学在校生10339.25万人，比上年增长2.43%；全国初中在校生4652.59万人，比上年增长4.74%；全国普通高中在校生2375.37万人，比上年增长0.03%。

庞大的中小学教育人群数量加上优质资源紧缺、教学资源分配不均，尤其在素质教育和艺术方面，课外培训由此成为刚性需求。

2016年我国K12课外培训行业市场规模约为4147亿元，到2018年K12课外培训行业市场规模已达到5205亿元。

共研网发布的《2023-2029年中国青少年课外培训市场全景调研与发展趋势研究报告》共九章。首先介绍了中国青少年课外培训行业市场发展环境、青少年课外培训整体运行态势等，接着分析了中国青少年课外培训行业市场运行的现状，然后介绍了青少年课外培训市场竞争格局。随后，报告对青少年课外培训做了重点企业经营状况分析，*后分析了中国青少年课外培训行业发展趋势与投资预测。您若想对青少年课外培训产业有个系统的了解或者想投资中国青少年课外培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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，部分行业统计数据主要来自国家及市场调研数据，企业数据主要来自于国规模企业统计数据库及交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章中国青少年课外培训行业发展综述

1.1 青少年课外培训行业定义及特点

1.1.1 青少年课外培训行业的定义

1.1.2 青少年课外培训行业涉及领域

1.1.3 青少年课外培训行业特点

1.2 少儿教育的基本内容

1.2.1 基础教育

1.2.2 心理教育

1.2.3 培养目的

1.3 青少年课外培训基础阐述

1.3.1 青少年课外培训与幼儿教育发展

1.3.2 青少年课外培训家长自身误区

1.3.3 青少年课外培训教学机构误区

第二章 中国培训所属行业整体运行态势分析

2.1 培训行业总体发展情况

2.1.1 中国培训行业发展概况

2.1.2 中国培训产业发展规模

2.1.3 我国培训业发展问题分析

1、同质化严重，市场细分不够，课程缺乏特色

2、管理方式不规范

3、教学质量不高

2.1.4 国内培训行业发展建议分析

(1) 加强政策扶持

(2) 加强监督和引导

2.2 培训行业发展趋势与前景分析

2.2.1 市场规模趋势分析

2.2.2 资本继续进入趋势

2.2.3 经营与发展趋势

(1) 未来我国教育培训趋势

(2) 未来教育培训机构的发展方向

第三章 国际青少年课外培训发展经验借鉴

3.1 美国青少年课外培训发展经验借鉴

3.1.1 美国青少年课外培训发展分析

3.1.2 美国青少年课外培训特征分析

3.1.3 美国青少年课外培训对我国的启示

3.2 英国青少年课外培训发展经验借鉴

3.2.1 英国青少年课外培训发展分析

(1) 教学目的

(2) 教育方式

(3) 教学硬件及环境

(4) 教学内容

3.2.2 英国青少年课外培训对我国的启示

(1) 各种组织促进少儿艺术教育

(2) 国家层面的文化组织开拓艺术教育

3.3 日本青少年课外培训发展经验借鉴

3.3.1 日本青少年课外培训发展分析

(1) 课程设置

(2) 课程内容

(3) 教学内容

(4) 教学形式

(5) 教学效果

3.3.2 日本青少年课外培训对我国的启示

第四章 中国青少年课外培训所属行业市场发展现状分析

4.1 青少年课外培训行业环境分析

4.1.1 青少年课外培训行业经济环境分析

4.1.2 青少年课外培训行业政策环境分析

(1) 行业监管体系分析

(2) 行业发展政策及法律法规

(3) 行业自律环境分析

4.1.3 青少年课外培训行业社会环境分析

(1) 学校层面

(2) 家长层面

(3) 少儿层面

(4) 培训机构层面

4.1.4 青少年课外培训行业技术环境分析

(1) 技术发展对培训方式的影响分析

(2) 数字化学习与信息教育影响分析

4.2 青少年课外培训行业发展概况

4.2.1 青少年课外培训市场现状分析

(1) 青少年课外培训市场增长

(2) 青少年课外培训市场不规范

4.2.2 青少年课外培训市场问题分析

4.2.3 青少年课外培训行业市场规模分析

(1) 人口规模与结构

(2) 各地区人口结构情况分析

(3) 家庭教育消费概况

(4) 青少年课外培训市场规模与潜力

(5) 重点城市青少年课外培训参加情况

4.2.4 青少年课外培训市场前景分析

4.3 青少年课外培训行业发展策略

第五章 中国青少年课外培训细分市场分析

5.1 少儿音乐培训市场分析

5.1.1 少儿音乐培训市场现状

5.1.2 少儿音乐培训市场规模分析

5.1.3 少儿音乐培训主要种类分析

5.1.4 少儿钢琴培训案例分析

(1) 海伦钢琴教室

(2) 珠江钢琴艺术中心

5.1.5 少儿音乐培训市场发展趋势

5.2 少儿舞蹈培训市场分析

5.2.1 少儿舞蹈培训市场现状

5.2.2 少儿舞蹈培训市场规模分析

5.2.3 青少年课外培训舞蹈种类分析

5.2.4 少儿拉丁舞调研

(1) 少儿拉丁舞研究对象

(2) 少儿拉丁舞学员调研

(3) 拉丁舞教师的现状分析

(4) 场地设施器材的现状

5.2.5 少儿舞蹈培训市场发展趋势

5.3 少儿书法美术培训市场分析

5.3.1 少儿书法美术培训市场现状

5.3.2 少儿书法美术培训市场规模分析

5.3.3 少儿书法美术培训代表品牌分析

5.3.4 少儿书法美术培训市场发展趋势

(1) 少儿美术潜在需求大

(2) 规范化品牌化的少儿美术学校市场认可度高

(3) 未来3年是时机

5.4 少儿体验实践培训市场分析

5.4.1 少儿体验实践培训市场现状

5.4.2 少儿体验实践培训市场规模分析

5.4.3 少儿体验实践培训代表场馆分析

5.4.4 少儿体验实践培训市场发展趋势

5.5 青少年课外培训在线教育市场分析

5.5.1 青少年课外培训在线教育市场现状

5.5.2 青少年课外培训在线教育案例分析

(1) 深圳市童心飞扬科技有限公司经营状况分析

(2) 广州爱艺教育科技有限公司经营状况分析

5.5.3 青少年课外培训在线教育市场发展趋势

第六章 中国青少年课外培训市场营销分析

6.1 青少年课外培训市场消费者需求分析

6.1.1 市场消费者需求的特点

6.1.2 市场消费需求主体对象

(1) 团体消费与零散消费

(2) 潜在消费与现实消费

6.1.3 市场消费行为影响因素

(1) 经济因素

(2) 职业与文化水平

(3) 性格与生活方式

(4) 相关群体

(5) 办学单位自身因素

6.1.4 市场消费者购买心理决策

(1) 确立问题

(2) 信息收集

(3) 备选产品评估

(4) 购买决策

(5) 消费评议

6.2 青少年课外培训产品特征、定价策略及服务质量

6.2.1 青少年课外培训产品特征

(1) 无形性

(2) 生产和消费的同时性

6.2.2 青少年课外培训定价策略

(1) 维持定价法

(2) 竞争定价法

(3) 迎合消费者心理定价

6.2.3 青少年课外培训服务质量

(1) 社会音乐培训服务质量概述

(2) 消费者的满意度

(3) 社会音乐培训服务的有形展示

(4) 提高社会音乐培训服务质量的策略

6.3 青少年课外培训市场营销体系及发展趋势

6.4 青少年课外培训市场促销分析

6.5 青少年课外培训市场营销案例分析——Doremi音乐总动员

第七章 中国青少年课外培训行业市场竞争分析

7.1 青少年课外培训行业竞争状况分析

7.1.1 行业所处阶段分析

7.1.2 行业竞争情况分析

7.2 青少年课外培训行业投资兼并重组整合趋势

7.3 青少年课外培训行业竞争热点

7.4 青少年课外培训行业师资竞争分析

7.4.1 青少年课外培训师资竞争层次分析

7.4.2 少儿艺术师资培训模式

第八章中国青少年课外培训行业**企业经营分析

8.1 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析

8.1.1 企业发展历程分析

8.1.2 企业组织结构分析

8.1.3 企业培训课程分析

8.1.4 企业师资力量分析

8.1.5 企业经营模式分析

8.2 北京寰亚美国际文化传播有限公司经营状况分析

8.2.1 企业发展历程分析

8.2.2 企业培训课程分析

8.2.3 公司教学模式分析

8.2.4 企业经营模式分析

8.2.5 企业优劣势分析

8.2.6 企业*新发展动向分析

8.3 四川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析

8.3.1 企业发展历程分析

8.3.2 企业培训课程分析

8.3.3 企业经营模式分析

8.3.4 企业发展战略分析

8.3.5 企业优劣势分析

8.4 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析

8.4.1 企业发展历程分析

8.4.2 企业培训课程分析

8.4.3 企业授课模式分析

8.4.4 企业经营模式分析

8.4.5 企业优劣势分析

8.5 上海好莱坞音乐进修学校经营状况分析

8.5.1 学校发展历程分析

8.5.2 学校主要课程分析

8.5.3 学校师资力量分析

8.5.4 学校经营模式分析

8.5.5 学校优劣势分析

第九章 中国青少年课外培训行业前景预测与投资战略规划

9.1 青少年课外培训行业投资特性分析

9.1.1 青少年课外培训行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 教师资源壁垒

(3) 生源招收能力

(4) 品牌壁垒

9.1.2 青少年课外培训行业投资风险分析

(1) 市场竞争风险

(2) 经营风险

(3) 政策风险分析

(4) 其他风险分析

9.1.3 教育培训行业盈利模式分析

9.2 青少年课外培训行业投资战略规划

9.2.1 青少年课外培训行业投资潜力分析

(1) 教育培训市场规模大

- (2) 青少年课外培训市场尚未成熟
- (3) 未来行业投资兼并整合趋势加强
- (4) 国外教育理念的引进
- (5) 区域潜力

9.2.2 青少年课外培训企业战略布局建议

- (1) 少儿音乐和少儿舞蹈仍将是主要市场
- (2) 少儿美术市场容量大
- (3) 国学艺术教育兴起
- (4) 少儿艺术游学亟待规范
- (5) 少儿体验实践深受欢迎

9.2.3 青少年课外培训行业投资重点建议

- (1) 少儿艺术品牌投资
- (2) 农村青少年课外培训连锁或加盟投资
- (3) 青少年课外培训新兴领域投资