

2020-2026年中国学前教育 市场评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国学前教育市场评估与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/187283.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2016年我国学前教育（早期教育）市场达到4716亿元，2017年国内学前教育市场规模达到了5470亿元（预测数据）。近几年我国学前教育消费市场规模如下图所示：2010-2017年中国学前教育（早期教育）市场规模分析中企顾问网发布的《2020-2026年中国学前教育市场评估与投资前景预测报告》共九章。首先介绍了学前教育行业市场发展环境、学前教育整体运行态势等，接着分析了学前教育行业市场运行的现状，然后介绍了学前教育市场竞争格局。随后，报告对学前教育做了重点企业经营状况分析，最后分析了学前教育行业发展趋势与投资预测。您若想对学前教育产业有个系统的了解或者想投资学前教育行业，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行业定义与研究范围界定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学前教育行业地位分析1.2学前教育发展历程1.2.1学前教育的创建阶段1.2.2学前教育社会地位的确立阶段1.2.3学前教育的快速发展阶段1.3发展学前教育的意义1.3.1对人一生的发展的意义1.3.2对教育体系建设的意义1.3.3对促进教育公平和教育均衡的意义1.4学前教育理念分析1.4.1蒙台梭利教育1.4.2多元智能教育1.4.3感觉统合教育1.4.4奥尔夫音乐教育1.4.5亲子教育第2章中国学前教育行业发展环境分析2.1行业政策环境分析2.1.1行业管理体制2.1.2行业发展规划（1）《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2012-2020年）》（2）《国家教育事业发

展“十三五”规划纲要》2.1.3行业政策与法律法规（1）《幼儿园教育指导纲要（试行）》（2）《关于幼儿教育改革的指导意见》（3）《幼儿园管理条例》（4）《幼儿园工作规程》（5）《国务院关于基础教育改革与发展的决定》（6）《中华人民共和国民办教育促进法》（7）《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》（8）《全国幼儿园园长任职资格、职责和岗位要求（试行）》（9）《关于加强民办学前教育机构管理工作的通知》（10）《关于当前发展学前教育的若干意见》2.1.4行业政策发展趋势2.2行业经济环境分析2.2.1中国GDP增长情况分析2.2.2中国CPI波动情况分析2.2.3居民人均收入增长分析2.2.4中国恩格尔系数分析2.2.5中国城市化进程2.2.6家庭教育消费支出分析2.3行业社会环境分析2.3.1中国人口规模2.3.2中国人口年龄结构2.3.3中国人口出生率2.3.4中国人口学历结构2.3.5中国人口就业情况第3章国际学前教育行业发展分析3.1国际学前教育行业发展状况3.1.1国际学前教育行业总体情况3.1.2国际学前教育发展策略（1）教育立法（2）财政投入（3）学前教育多元化（4）学前教育师资（5）学前教育交流与合作3.1.3国际学前教育发展特点3.1.4国际学前教育

发展对我国的启示(1)政府在学前教育发展中承担的责任(2)学前教育均衡发展保障措施(3)民办学前教育管理

3.2 各国学前教育行业发展分析

3.2.1 美国学前教育发展分析

(1)美国学前教育发展概况(2)美国学前教育的目标(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

3.2.2 法国学前教育行业发展分析

(1)法国学前教育发展概况(2)法国学前教育的目标(3)法国学前教育性质与经费承担情况(4)法国幼儿园的职能及课程设置(5)法国幼儿教师的定位与培训(6)法国学前教育的法律保障(7)法国幼小衔接经验

3.2.3 德国学前教育发展分析

(1)德国学前教育发展概况(2)德国学前教育的目标(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

3.2.4 日本学前教育发展分析

(1)日本学前教育发展概况(2)日本学前教育的目标(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

3.2.5 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

3.2.6 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4章 中国学前教育行业发展分析

4.1 中国学前教育行业发展状况

4.1.1 中国学前教育行业发展总体概况

4.1.2 中国学前教育行业发展动因分析

4.1.3 中国学前教育办学模式分析

(1)教育部门办(2)民办(3)集体办(4)其他部门办

4.1.4 学前教育发展中 外对比

(1)入园率对比(2)学前教育经费对比(3)学前教育师资对比

4.2 中国学前教育发展规模

4.2.1 学前教育学校数统计

4.2.2 学前教育师资力量

4.2.3 学前教育基础设施建设

4.2.4 幼儿园在园人数统计

4.2.5 学前教育入学率

4.2.6 学前教育分年龄学生数

4.3 中国学前教育行业经营模式分析

4.3.1 中国学前教育行业主要经营模式

(1)连锁加盟模式(2)幼儿园与亲子园兼营模式(3)婴幼儿社区保健早教中心模式

4.3.2 三种经营模式的比较

(1)从开办主体看(2)从赢利模式看(3)从服务特点看

4.4 中国学前教育行业竞争分析

4.4.1 学前教育竞争的形式

(1)价格竞争(2)环境竞争(3)教学能力竞争(4)服务竞争(5)品牌及从业年限竞争

4.4.2 学前教育市场品牌竞争现状

4.4.3 国外学前教育品牌本土化难题

4.5 学前教育师资力量分析

4.5.1 学前教育师资的规模现状

(1)学前教育师资的城乡分布(2)学前教育师资的性别结构(3)学前教育师资的学历层次(4)学前教育师资的专业化程度

4.5.2 学前教育师资需求分析

4.5.3 学前教育师资培养现状

4.6 早教培训机构消费市场调查

4.6.1 早教培训机构消费环境

4.6.2 早教机构信誉度市场调查

(1)早教机构品牌占有率(2)早教机构信誉度影响因素

4.6.3 培训机构信誉度市场调查

(1)培训机构品牌占有率(2)培训机构信誉度影响因素

4.6.4 早期教育的消费行为偏好

4.6.5 选择早教培训机构的考虑因素

4.6.6 选择参加的培训课程

4.6.7 获取育儿知识的渠道第5章

学前教育行业重点区域发展分析5.1我国重点区域学前教育教育经费收支分析5.1.1幼儿教育经费支出分析5.1.2幼儿教育经费收入分析5.2北京市学前教育发展分析5.2.1北京市学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.2.2北京市学前教育经费收支5.2.3北京市学前教育发展现状5.2.4北京市学前教育竞争格局5.2.5北京市幼儿园收费情况5.2.6北京市幼儿园缺口预计5.2.7北京市学前教育发展规划5.3上海市学前教育发展分析5.3.1上海市学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.3.2上海市学前教育经费收支5.3.3上海市学前教育发展现状5.3.4上海市学前教育竞争格局5.3.5上海市学前教育发展模式5.3.6上海市幼儿园收费情况5.3.7上海市幼儿园缺口预计5.3.8上海市学前教育发展规划5.4广东省学前教育发展分析5.4.1广东省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.4.2广东省学前教育经费收支5.4.3广东省学前教育发展现状5.4.4广东省学前教育竞争格局5.4.5广东省幼儿园收费情况5.4.6广东省幼儿园缺口预计5.4.7广东省学前教育发展规划5.5浙江省学前教育发展分析5.5.1浙江省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.5.2浙江省学前教育经费收支5.5.3浙江省学前教育发展现状5.5.4浙江省学前教育竞争格局5.5.5浙江省幼儿园收费情况5.5.6浙江省幼儿园缺口预计5.5.7浙江省学前教育发展规划5.6江苏省学前教育发展分析5.6.1江苏省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.6.2江苏省学前教育经费收支5.6.3江苏省学前教育发展现状5.6.4江苏省学前教育竞争格局5.6.5江苏省幼儿园收费情况5.6.6江苏省幼儿园缺口预计5.6.7江苏省学前教育发展规划5.7福建省学前教育发展分析5.7.1福建省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.7.2福建省学前教育经费收支5.7.3福建省学前教育发展现状5.7.4福建省学前教育竞争格局5.7.5福建省幼儿园收费情况5.7.6福建省幼儿园缺口预计5.7.7福建省学前教育发展规划5.8山东省学前教育发展分析5.8.1山东省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.8.2山东省学前教育经费收支5.8.3山东省学前教育发展现状5.8.4山东省学前教育竞争格局5.8.5山东省幼儿园收费情况5.8.6山东省幼儿园缺口预计5.8.7山东省学前教育发展规划5.9四川省学前教育发展分析5.9.1四川省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.9.2四川省学前教育经费收支5.9.3四川省学前教育发展现状5.9.4四川省学前教育竞争格局5.9.5四川省幼儿园收费情况5.9.6四川省幼儿园缺口预计5.9.7四川省学前教育发展规划5.10云南省学前教育发展分析5.10.1云南省学前教育发展环境因素（1）经济发展（2）居民收入（3）人口结构（4）居民消费5.10.2云南省学前教育经费收支5.10.3云南省学前教育发展现状5.10.4云南省学前教育竞争格局5.10.5云南省幼儿园收费情况5.10.6云南省幼儿园缺口预计5.10.7云南省学前教育发展规划 第6章中国民办学前教育发展分析6.1中国民办学前教育发展分析6.1.1中国民办学前教育发展概况2010-2017年

我国民办幼儿园学生规模统计6.1.2民办学前教育在学前教育中的地位6.1.3民办学前教育区域
发展分析6.1.4民办学前教育机构竞争优势分析6.2中国民办学前教育发展规模6.2.1民办幼儿园
园数及占比6.2.2民办幼儿园教职工数及占比6.2.3民办幼儿园在园人数及占比6.3中国民办学前
教育发展瓶颈及策略6.3.1我国民办教育发展瓶颈（1）资金（2）收费（3）师资（4）品牌6.3.2
中国民办学前教育发展策略6.4中国民办学前教育发展趋势与前景6.4.1中国民办学前教育发展
趋势6.4.2中国民办学前教育发展前景 第7章中国学前教育行业重点企业分析7.1我国学前教育
行业企业总体状况分析7.2我国学前教育行业重点企业经营分析7.2.1北京红黄蓝儿童教育科技
发展有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业运作模
式分析（4）企业课程体系分析7.2.2山东宝威教育机构经营情况分析（1）企业发展简况分析
（2）企业运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）企业教育网点布局7.2.3北京金宝国际幼
儿园经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业运作模式分析（3）企业课程体系分析
（4）企业师资力量分析7.2.4世纪昂立幼儿园经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业
运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）企业教育网点布局7.2.5河南启元教育集团经营情
况分析（1）企业发展简况分析（2）企业运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）企业教
育网点布局7.2.6东方剑桥幼儿园（1）企业发展简况分析（2）企业运作模式分析（3）企业课
程体系分析（4）企业教育网点布局7.2.7海丽达国际幼儿园（1）企业发展简况分析（2）企业
运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）企业教育网点布局7.2.8北京北海幼儿园（1）企业
发展简况分析（2）企业运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）企业教育网点布局7.2.9小
哈津幼教机构（1）企业发展简况分析（2）企业运作模式分析（3）企业课程体系分析（4）
企业教育网点布局7.2.10北京华夏爱婴教育集团（1）企业发展简况分析（2）企业运作模式分
析（3）企业课程体系分析（4）企业教育网点布局 第8章中国学前教育机构经营管理分析8.1
学前教育机构管理概述8.1.1学前教育机构管理的理论依据8.1.2学前教育机构经营管理的原
则8.1.3学前教育机构经营管理的方法8.2民办学前教育机构经营管理分析8.2.1管理模式的创
建8.2.2办园特色的定位8.2.3特色园文化的创建8.2.4特色发展的注意问题8.2.5经营管理的指导原
则8.3学前教育机构核心竞争力分析8.3.1幼儿园核心竞争力概述8.3.2幼儿园核心竞争力的内
涵8.3.3幼儿园核心竞争力的可变性8.3.4幼儿园核心竞争力的构建8.4学前教育机构营销策略分
析8.4.1营销策略的市场导向8.4.2教师群体的营销策略8.4.3自我展示的营销策略8.4.4承诺营销策
略8.4.5体验营销策略8.4.6个性化服务的营销策略 第9章学前教育行业投融资分析9.1学前教育行
业投资模式分析（ ）9.1.1民营资本投资9.1.2上市融资9.1.3品牌幼教机构和房产“联
姻”9.2学前教育行业投资特性分析9.2.1行业市场准入（1）资质条件（2）服务场所（3
）服务人员（4）审批机构（5）教育收费9.2.2行业盈利模式分析9.2.3行业盈利因素分析9.3我
国学前教育行业投资风险分析9.3.1政策风险9.3.2财务风险9.3.3品牌风险9.3.4教学质量风险9.3.5

扩张风险9.3.6其他风险（ ）9.4我国学前教育行业投资分析9.4.1学前教育行业投资现状分析9.4.2学前教育行业发展前景分析9.4.3学前教育行业投资趋势分析 部分图表目录：图表12019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）图表22019年居民消费价格指数（上年同月=100）图表31978-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表图表42019年中国人口年龄结构图表5美国2019年度联邦、州和地方三级政府财政图表6世界主要地区教育投入图表7学前教育分年龄学生数更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187283.html>