

2020-2026年中国早教行业 分析与未来发展趋势报告

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年中国早教行业分析与未来发展趋势报告》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/202008/183094.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

2019年早教机构的报名人数约为1580万人，由此我们可以估算出我国早教行业的渗透率约为10~20%，远低于发达国家。早教报名人数

中企顾问网发布的《2020-2026年中国早教行业分析与未来发展趋势报告》共十一章。首先介绍了早教相关概念及发展环境，接着分析了中国早教规模及消费需求，然后对中国早教市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国早教面临的机遇及发展前景。您若想对中国早教有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 中国早教行业发展环境分析 20

第一节 中国早教行业的基本概述 20

一、早教的定义 20

二、早教的原则 20

三、早教的意义 21

四、早教的误区 22

五、典型早教理念 23

（一）蒙台梭利幼儿教育 23

（二）多元智力幼儿教育 26

（三）瑞吉欧方案教学法 30

（四）Waldorf华德福方法 31

第二节 中国早教行业经济环境分析 32

一、中国GDP增长情况分析 32

二、工业经济发展形势分析 33

三、社会固定资产投资分析 35

四、全社会消费品零售总额 36

五、城乡居民收入增长分析 37

六、居民消费价格变化分析 38

七、对外贸易发展形势分析 39

第三节 中国早教行业政策环境分析 40

一、国内早教管理体制解析 40

二、国内早教相关法律法规 41

三、早教行业相关资格认证 44

第四节 中国早教行业社会环境分析 47

一、城镇化进程发展分析 47

二、中国历次“婴儿潮”分析 48

三、人口结构研究分析 49

四、新生人口研究分析 51

五、幼儿数量研究分析 51

六、居民教育支出分析 51

第五节 中国教育行业运行态势 52

一、教育总体发展概况 52

二、教育机构数量统计 54

三、教育财政支出统计 54

四、教育信息发展状况 55

五、教育事业发展规划 56

第二章 全球早教行业发展概况及经验借鉴 59

第一节 全球早教理念及方式解析 59

一、世界各国早教方式总结 59

二、世界学前教育发展探索 61

三、美国儿童学习标准解读 62

四、国外五个典范幼教方法 74

五、国际幼教全人趋向思潮 76

第二节 国外早教发展制度解析 82

一、世界对早教的关注政策 82

二、国外早教服务制度研究 84

三、国外学前教育财政体制 85

四、国外学前教育发展性质 87

五、发达国家幼教改革探析 87

第三节 全球早教市场发展分析 92

一、国际幼儿教育发展阶段 92

二、全球化幼教的发展特点 99

三、部分国家学前教育特点 101

四、全球社区幼教发展分析 103

五、发达国家早教发展经验 105

第四节 主要国家早教市场概况及经验借鉴 107

一、美国 107

（一）美国早教发展历程 107

（二）美国早教体制制度 109

（三）美国早教市场特点 109

（四）美国早教机构情况 111

（五）美国早教师资情况 114

（六）美国早教发展经验 115

二、英国 117

（一）英国早教发展背景 117

（二）英国早教体制制度 117

（三）英国早教市场特点 118

（四）英国早教机构情况 120

（五）英国早教师资培训 122

（六）英国早教发展经验 123

三、日本 126

（一）日本早教发展背景 126

（二）日本早教体制制度 128

（三）日本早教教育目标 128

（四）日本早教教职人员 129

（五）日本早教发展纲要 130

四、意大利 131

（一）意大利早教发展简史 131

（二）意大利早教机构分类 131

（三）意大利早教管理体制 133

（四）意大利早教教育目标 133

(五) 意大利早教师资培训 134

五、其它国家早教发展分析 134

(一) 德国 134

(二) 挪威 135

(三) 韩国 136

(四) 印度 139

(五) 新加坡 141

(六) 新西兰 145

(七) 俄罗斯 149

第三章 中国早教行业发展现状分析 153

第一节 中国早教行业总体运行态势 153

一、中国早教行业发展状况 153

(一) 早教行业发展阶段 153

(二) 早教行业发展现状 155

(三) 早教资金投入情况 157

(四) 农村早教市场分析 158

二、中国早教行业发展问题 159

(一) 早教消费盲目问题 159

(二) 早教发展中的问题 160

(三) 幼教发展水平落后 162

(四) 早教行业发展瓶颈 163

第二节 中国早教行业发展模式分析 163

一、国外早教模式综合分析 163

二、国内早教创新模式分析 165

三、早教市场模式选择分析 166

四、早教企业经营模式分析 167

(一) 东方爱婴经营模式 167

(二) 红黄蓝的经营模式 168

第三节 中国社区早教市场分析 169

一、社区时代早教市场分析 169

二、社区发展早教优势分析 170

三、社区发展早教劣势分析	170
四、社区早教免费影响分析	171
五、社区早教发展模式情况	172
第四节 中国网络早教市场发展分析	173
一、网络早教市场发展现状	173
二、网络早教市场发展优势	174
三、网络早教市场发展劣势	175
四、网络早教课程设置情况	176
五、网络早教市场竞争格局	178
六、网络早教市场发展趋势	178
第五节 中国早教市场营销策略分析	179
一、早教的全方位营销策略	179
（一）以市场为导向	179
（二）重视教师载体	179
（三）适度个性服务	180
（四）自我成果展示	180
（五）早期教育承诺	180
（六）教学体验活动	181
二、早教服务市场创新策略	181
（一）营销观念创新	181
（二）产品品牌创新	182
（三）营销人才创新	182
（四）营销方法创新	182
三、早教市场公益营销探析	183
四、早教市场集群经营策略	184

第四章 中国早教机构运营情况分析 185

第一节 中国早教机构总体运营态势 185

一、国内早教培训市场分析	185
二、早教机构存在的必要性	185
三、早教机构师资水平情况	186
四、早教机构发展中的问题	187

第二节 中国早教机构经营情况分析 188

- 一、中国幼儿数量情况 188
- 二、中国幼儿园数量情况 188
- 三、中国在园幼儿数情况 188
- 四、中国学前教育毛入学率 189
- 五、中国幼儿园教职工数量 189
- 六、中国幼教装备投资规模 190
- 七、中国早教市场规模分析 191

第三节 中国早教机构课程设置情况 191

- 一、早教课程宣传意义分析 191
- 二、课程理念表述特点分析 192
- 三、早教课程目标特点分析 193
- 四、早教课程设置特点分析 195
- 五、早教机构介入幼教课程 195
 - (一) 早教介入幼儿课程背景 195
 - (二) 早教介入幼儿课程原因 196
 - (三) 早教介入幼儿课程影响 197
 - (四) 早教介入幼儿课程对策 199

第四节 中国民办早教机构市场运营分析 200

- 一、民办幼儿教育基本概述 200
 - (一) 民办幼儿教育类型分析 200
 - (二) 民办幼儿教育基本性质 203
 - (三) 民办幼儿教育特点分析 204
 - (四) 民办学前教育发展地位 207
- 二、民办幼儿教育市场分析 208
 - (一) 中国民办幼儿园机构数量 208
 - (二) 中国民办幼儿园招生人数 208
 - (三) 中国民办幼儿园在园人数 209
 - (四) 中国民办幼儿园毕业生数 209
 - (五) 中国民办幼儿园师资力量 209
- 三、民办早教市场存在问题 210
- 四、民办幼儿园发展对策 210

第五节 中国公办早教机构市场分析 211

一、公办早教机构发展优势 211

二、公办早教机构发展劣势 211

三、公办早教中心发挥优势 212

四、公办早教中心面临问题 212

第六节 中国早教机构经营管理体系及策略 213

一、早教机构管理相关概述 213

（一）教育管理理论应用分析 213

（二）早教机构职权管理结构 213

（三）幼教集团弱化层级管理 214

（四）早期教育的女性管理风格 215

（五）中央厨房式早教管理分析 216

二、早教科学管理体系探析 218

（一）建立良好的教师聘任制 218

（二）建立科学的岗位考核制 219

（三）适应市场经济的工资制 220

（四）幼教管理模式亟待社区化 221

三、民办幼儿园特色化经营 222

（一）特色幼儿园经营类型 222

（二）民办幼儿园经营特色发展 222

（三）民办特色幼儿园定位分析 225

第五章 中国早教行业竞争态势分析 228

第一节 早教行业核心竞争力分析 228

一、核心竞争力的界定情况 228

二、幼儿园核心竞争力特点 228

三、幼儿园竞争力因素分析 229

第二节 早教行业竞争格局分析 230

一、新爱婴--行业的星巴克 230

二、美吉姆高端早教领导者 231

三、跨界机构抢滩早教市场 232

第六章 中国早期教育细分市场发展分析 233

第一节 潜能开发教育 233

一、潜能开发教育概述 233

二、潜能开发教育效用 234

三、潜能开发教育方案 236

四、潜能开发教育受捧 238

五、潜能开发市场概况 239

六、潜能开发市场投资 240

第二节 少儿英语培训 241

一、少儿英语培训概述 241

二、少儿英语教学模式 243

三、少儿英语教学特色 245

四、少儿英语培训理念 249

五、少儿英语经营方式 251

六、少儿英语市场概况 254

七、少儿英语培训投资 255

第三节 早期阅读教育 256

一、早期阅读教育概述 256

二、早期阅读教育原则 257

三、早期阅读课程内容 260

四、早期阅读课程实施 263

五、早期阅读提高智力 263

六、早期阅读市场概况 264

七、早期阅读教育投资 265

第四节 早期艺术教育 267

一、艺术教育相关概述 267

二、艺术教育作用分析 267

三、艺术教育遵循原则 269

四、艺术教育目标分析 270

五、艺术教育实施方法 271

六、艺术渗透式教育 273

七、艺术教育市场概况 276

八、艺术教育市场投资 277

第五节 早期科学教育 278

一、科学教育相关概述 278

二、科学教育基本特性 280

三、科学教育遵循原则 282

四、科学教育实施方法 285

五、科学教育培养重点 288

六、科学教育市场概况 289

七、科学教育市场投资 289

第六节 早期心理教育 290

一、心理教育相关概述 290

二、心理教育意义分析 290

三、心理教育课程分析 291

四、心理教育实施方法 294

五、心理教育市场概况 296

六、心理教育市场投资 296

第七节 早期亲子教育 297

一、亲子教育概述 297

二、亲子教育主要特点 298

三、亲子教育课程分析 299

四、亲子教育实施步骤 300

五、亲子教育市场概况 303

六、亲子教育市场投资 304

第八节 早期厨房教育 304

一、各国厨房教育现状 304

二、厨房教育相关好处 305

三、厨房教育学习知识 307

四、厨房教育注意事项 308

五、厨房里的蒙氏教育 308

六、厨房教育市场概况 311

第七章 中国早期教育行业市场调查研究 312

第一节 中国早教消费市场调研分析 312

一、早教市场消费投入分析 312

二、早教市场消费形式分析 312

三、影响早教机构选择的原因 313

四、早教产品消费途径分析 314

第二节 中国早教服务市场满意评价 315

一、早教服务市场满意指标 315

二、早教市场满意影响因素 315

三、早教市场满意评价分析 315

四、提高早教满意水平建议 316

第三节 特殊幼儿园市场调研 316

一、特殊早教机构消费心态分析 316

二、特殊早教机构特殊教育分析 317

三、特殊早教机构评价标准 318

第八章 中国早教行业区域市场调研 327

第一节 北京早教市场发展分析 327

一、北京早教行业发展环境 327

（一）居民收入情况分析 327

（二）早教需求群体数量 327

（三）早教行业政策规划 327

二、北京早教市场运行态势 328

（一）早教市场投入情况 328

（二）早教市场竞争企业 330

第二节 上海早教市场发展分析 330

一、上海早教行业发展环境 330

（一）居民收入情况分析 330

（二）早教需求群体数量 331

（三）早教行业政策规划 331

二、上海早教市场运行态势 332

（一）早教机构发展规模 332

（二）早教市场收费分析 333

(三) 早教市场竞争企业	334
第三节 广东早教市场发展分析	336
一、广东早教行业发展环境	336
(一) 居民收支情况分析	336
(二) 早教需求群体数量	336
(三) 早教行业政策规划	336
二、广东早教市场运行态势	338
(一) 早教市场收费分析	338
(二) 早教市场竞争企业	338
三、广东早教机构经营情况	339
(一) 早教机构发展规模	339
(二) 早教机构师资水平	339
第四节 江苏早教市场发展分析	340
一、江苏早教行业发展环境	340
(一) 居民收入情况分析	340
(二) 早教需求群体数量	340
(三) 早教行业政策规划	340
二、江苏早教市场运行态势	344
(一) 早教市场投入情况	344
(二) 早教市场竞争企业	345
第五节 浙江早教市场发展分析	345
一、浙江早教行业发展环境	345
(一) 居民收入情况分析	345
(二) 早教需求群体数量	346
(三) 早教行业政策规划	346
二、浙江早教市场运行态势	346
(一) 早教市场收费分析	346
(二) 早教市场竞争态势	347
(三) 早教发展存在问题	347
三、浙江早教机构经营情况	348
(一) 早教机构发展规模	348
(二) 早教市场发展动态	348

第六节 山东早教市场发展分析 349

一、山东早教行业发展环境 349

（一）居民收支情况分析 349

（二）早教需求群体数量 349

（三）早教行业政策规划 349

二、山东早教市场运行态势 350

（一）早教市场收费情况 350

（二）早教市场竞争企业 351

（三）早教市场发展动态 351

第七节 福建早教市场发展分析 352

一、福建早教行业发展环境 352

（一）居民收入情况分析 352

（二）早教需求群体数量 352

（三）早教行业政策规划 352

二、福建早教市场运行态势 354

（一）早教市场收费分析 354

（二）早教市场竞争企业 354

第八节 河南早教市场发展分析 355

一、河南早教行业发展环境 355

（一）居民收入情况分析 355

（二）早教需求群体数量 355

（三）早教行业政策规划 355

二、河南早教市场运行态势 356

（一）早教市场投入情况 356

（二）早教市场收费分析 356

（三）早教市场竞争企业 357

第九节 四川早教市场发展分析 357

一、四川早教行业发展环境 357

（一）居民收入情况分析 357

（二）早教需求群体数量 357

（三）早教行业政策规划 358

二、四川早教市场运行态势 358

- (一) 早教市场收费分析 358
- (二) 早教市场竞争企业 359
- (三) 早教市场发展动态 359

第九章 中国早教市场重点企业分析 360

第一节 国外早期教育企业分析 360

一、英国培生教育集团 360

- (一) 企业基本情况介绍 360
- (二) 集团业务范围分析 360
- (三) 集团教学内容分析 361
- (四) 集团师资力量分析 363

二、瑞典英孚教育集团 367

- (一) 企业基本情况介绍 367
- (二) 企业业务范围分析 367
- (三) 集团教学内容分析 368
- (四) 集团师资力量分析 371

三、美国吉的堡教育集团 373

- (一) 企业基本情况介绍 373
- (二) 企业业务范围分析 373
- (三) 集团教学内容分析 374
- (四) 集团师资力量分析 375

四、美国金宝贝早期教育 377

- (一) 企业基本情况介绍 377
- (二) 企业竞争优势分析 377
- (三) 早期教育课程分析 378
- (四) 早期教育网点布局 379

五、MyGym美吉姆早教 382

- (一) 企业基本情况介绍 382
- (二) 早期教育课程分析 383
- (三) 早期业务范围分析 385
- (四) 企业竞争优势分析 386

六、亲亲袋鼠培育中心 388

(一) 企业基本情况介绍	388
(二) 企业面向群体分析	389
(三) 早期教育课程分析	389
(四) 早期业务范围分析	391
第二节 国内早期教育企业分析	396
一、东方爱婴早期教育	396
(一) 企业基本情况介绍	396
(二) 东方爱婴教学目标	396
(三) 东方爱婴的价值观	397
(四) 东方爱婴课程体系	397
二、红黄蓝教育机构	402
(一) 企业基本情况介绍	402
(二) 企业发展历程简况	402
(三) 早期教育课程分析	404
(四) 企业竞争优势分析	404
三、启稚摇篮早教中心	409
(一) 企业基本情况介绍	409
(二) 早期教育课程分析	410
(三) 早期教育网点情况	411
(四) 竞争优势分析	413
四、金色摇篮潜能教育	414
(一) 企业基本情况介绍	414
(二) 企业发展历程概述	415
(三) 金色摇篮教育体系	416
(四) 早期教育课程分析	418
五、红缨教育	422
(一) 企业基本情况介绍	422
(二) 亲子课程运作特色	422
(三) 亲子课程主要内容	423
(四) 早期教育网点布局	424
(五) 早期教育运作模式	425
六、南方贝贝早期教育	426

(一) 企业基本情况介绍	426
(二) 企业早期教育课程	426
(三) 早期教育网点布局	428
(四) 早期教育竞争优势	430
第三节 少儿英语培训企业分析	454
一、英国夏恩英语学院	454
(一) 企业基本情况介绍	454
(二) 企业业务范围分析	454
(三) 学院教学内容分析	455
(四) 学院师资力量分析	457
二、美国贝立兹英语培训中心	458
(一) 企业基本情况介绍	458
(二) 培训中心营业规模	459
(三) 培训中心业务范围	459
(四) 企业教学内容分析	461
三、美国HM集团瑞思学科英语	465
(一) 企业基本情况介绍	465
(二) 企业营业规模分析	465
(三) 企业业务范围分析	465
(四) 企业教学内容分析	466
四、新东方POP英语	469
(一) 企业基本情况介绍	469
(二) 企业营业规模分析	470
(三) 企业业务范围分析	470
(四) 企业综合竞争力分析	471
五、交大昂立少儿英语	475
(一) 企业基本情况介绍	475
(二) 企业营业规模分析	476
(三) 企业市场策略分析	477
(四) 企业综合竞争力分析	478
六、盖伦少儿英语	481
(一) 企业基本情况介绍	481

- (二) 企业业务范围分析 482
- (三) 企业市场策略分析 482
- (四) 企业综合竞争力分析 483

第十章 2020-2026年中国早教行业发展趋势及前景 498

第一节 2020-2026年中国早教行业发展趋势分析 498

- 一、早期教育课程改革趋势分析 498
- 二、早期市场管理趋势科学规范 499
- 三、师资将成早教发展关键因素 500
- 四、民办早期教育市场发展趋势 500
- 五、国内外资早教品牌渐趋重要 501

第二节 2020-2026年中国早教市场发展前景分析 502

- 一、中国早教市场发展潜力分析 502
- 二、中国早教市场发展前景分析 502
- 三、国内早教产品市场前景广阔 503
- 四、国内民办早教发展前景分析 503

第三节 2020-2026年中国幼儿教育行业前景预测 505

- 一、中国幼儿园规模预测 505
- 二、中国幼儿在园人数预测 505
- 三、中国早教市场规模预测 506我国早教市场规模
- 四、早教装备市场规模预测 507

第十一章 2020-2026年中国早教行业市场投资分析 508 ()

第一节 2020-2026年中国早教市场投资前景分析 508

- 一、中国早教市场投资经济环境 508
- 二、中国早教市场投资发展机遇 511
- 三、中国早教市场投资发展前景 512
- 四、中国早教市场投资注重品牌 513
- 五、中国早教市场投资驱动因素 514

第二节 2020-2026年中国早教市场投资特性分析 515

- 一、国内早期教育行业投资门槛 515
- 二、国内早教市场投资注意事项 516

三、早教加盟投资赢利情况分析	520
四、早期教育行业投资模式分析	520
第三节 2020-2026年中国早教市场投资风险分析	521
一、宏观政策风险	521
二、企业财务风险	521
三、品牌风险分析	521
四、教学质量风险	522
五、机构扩张风险	522
六、其他风险分析	523
第四节 2020-2026年中国早教市场投资策略分析	523

图表目录：

图表 1 多元智力模型	28
图表 2 2016-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图	33
图表 3 2016-2019年国内生产总值构成及增长速度统计	33
图表 4 2016-2019年中国规模以上工业增加值月度增长速度	35
图表 5 2016-2019年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图	36
图表 6 2016-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	37
图表 7 2016-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	38
图表 8 2016-2019年中国居民消费价格月度变化趋势图	39
图表 9 2016-2019年中国货物进出口总额变化趋势图	40
图表 10 中国幼儿教育领域的主要法律法规	42
图表 11 中国幼儿教育的主要政策与法律	43
图表 12 2020-2026年中国幼儿园规模预测	505
图表 13 2020-2026年中国幼儿园在园幼儿数量预测	506
图表 14 2020-2026年中国早教市场规模预测	506
图表 15 2020-2026年中国幼儿教育装备市场规模预测	507

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/183094.html>