

2016-2022年中国少儿艺术培训行业运营格局现状及十三五投资价值评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国少儿艺术培训行业运营格局现状及十三五投资价值评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/241227241227.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国少儿艺术培训行业运营格局现状及十三五投资价值评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章：中国少儿艺术培训行业发展综述

1.1 少儿艺术培训行业定义及特点

1.1.1 少儿艺术培训行业的定义

1.1.2 少儿艺术培训行业涉及领域

1.1.3 少儿艺术培训行业特点

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 少儿艺术培训基础阐述

1.3.1 少儿艺术培训与幼儿教育发展

1.3.2 少儿艺术培训家长自身误区

1.3.3 少儿艺术培训教学机构误区

第二章：中国培训产业整体运行态势分析

2.1 培训行业总体发展情况

2.1.1 中国培训行业行业发展概况

2.1.2 中国培训产业行业发展规模

2.1.3 我国培训业行业发展问题分析

2.1.4 国内培训行业行业发展建议分析

(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

- (1) 与世界水平的差距分析
- (2) 潜在受教育培训人口分析
- (3) 教育培训投入分析
- (4) 教育培训区域发展分析
- (5) 市场规模预测

2.2.2 资本继续进入趋势

2.2.3 多样化经营与发展趋势

第三章：国际少儿艺术教育发展经验借鉴

3.1 美国少儿艺术教育发展经验借鉴

3.1.1 美国少儿艺术教育发展分析

3.1.2 美国少儿艺术教育特征分析

- (1) 艺术课程类别的多样性特征
- (2) 课外活动的丰富性特征
- (3) 教学方法的自由性和灵活性特征
- (4) 强调多样性文化的融合

3.1.3 美国少儿艺术教育对我国的启示

- (1) 提高重视，体现艺术教育的重要性
- (2) 教学方法多样化，课外艺术活动的丰富化
- (3) 注重课程的生活性、综合性

3.2 英国少儿艺术教育发展经验借鉴

3.2.1 英国少儿艺术教育发展分析

- (1) 教学目的
- (2) 教育方式
- (3) 教学硬件及环境
- (4) 教师要求
- (5) 教学内容

3.2.2 英国少儿艺术教育对我国的启示

- (1) 教育要与时俱进，要面向现代化，面向未来。
- (2) 兴趣优先、大胆创造

3.3 日本少儿艺术教育发展经验借鉴

3.3.1 日本少儿艺术教育发展分析

- (1) 课程设置
- (2) 课程内容

(3) 教学条件

(4) 教学形式

(5) 教学效果

3.3.2 日本少儿艺术教育对我国的启示

第四章：中国少儿艺术培训行业市场发展现状分析

4.1 少儿艺术培训行业环境分析

4.1.1 少儿艺术培训行业经济环境分析

(1) GDP运行情况

(2) 财政收入及固定资产投资分析

(3) 居民收入增长情况

4.1.2 少儿艺术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 少儿艺术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 少儿艺术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 少儿艺术培训行业发展概况

4.2.1 少儿艺术培训市场现状分析

(1) 少儿艺术培训市场增长

(2) 少儿艺术培训市场不规范

4.2.2 少儿艺术培训市场问题分析

4.2.3 少儿艺术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) 少儿艺术培训市场规模与潜力

(5) 重点城市少儿艺术培训参加情况

4.2.4 少儿艺术培训市场前景分析

4.3 少儿艺术培训行业发展策略

4.3.1 走出少儿教育误区，树立正确的少儿教育理念

4.3.2 规范少儿培训市场，促进培训资源的合理整合

4.3.3 提升教师个人水平，推动师资力量的全面提升

4.3.4 运用多种教学方式，促进儿童综合素质的提升

4.3.5 加强品牌意识的建设

4.3.6 服务及市场竞争意识加强

第五章：中国少儿艺术培训细分市场分析

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与形式分析

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 少儿艺术培训舞蹈种类分析

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年是最佳时机

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 少儿艺术培训在线教育市场分析

5.5.1 少儿艺术培训在线教育市场现状

5.5.2 少儿艺术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

1) 企业发展历程分析

2) 公司主营业务分析

3) 童心飞扬网站分析

4) 企业经营模式分析

(2) 广州爱艺教育科技有限公司经营状况分析

1) 企业发展历程分析

2) 爱艺网基本情况分析

3) 爱艺网栏目分析

4) 企业经营模式分析

5.5.3 少儿艺术培训在线教育市场发展趋势

第六章：中国少儿艺术培训市场营销分析

6.1 少儿艺术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 少儿艺术培训产品特征、定价策略及服务质量

6.2.1 少儿艺术培训产品特征

- (1) 无形性
- (2) 生产和消费的同时性

6.2.2 少儿艺术培训定价策略

- (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 少儿艺术培训服务质量

- (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 少儿艺术培训市场营销体系及发展趋势

6.3.1 培训市场的营销体系

- (1) 团体的销售体系
- (2) 散户消费直销体系

6.3.2 培训市场的营销策略

- (1) 团队的营销策略
- (2) 散户营销策略

6.3.3 培训市场的品牌营销

6.3.4 培训市场的网络营销

- (1) 网络营销与特征
- (2) 网络营销的独特的优越性

6.3.5 培训市场的连锁经营

- (1) 加盟连锁的优缺点
- (2) 加盟连锁在经营过程中的缺点：

6.3.6 培训营销组织的管理

6.4 少儿艺术培训市场促销分析

6.4.1 艺术培训促销目的

6.4.2 艺术培训促销作用

6.4.3 艺术培训促销原则

6.4.4 艺术培训促销方式

- (1) 人员推销
- (2) 广告促销

(3) 活动促销

(4) 公关促销

6.5 少儿艺术培训市场营销案例分析——Doremi音乐总动员

6.5.1 综合分析

6.5.2 活动内容

6.5.3 同类市场的竞争状况

6.5.4 营销目标

6.5.5 营销策略

(1) 目标消费群体定位

(2) 营销策略

6.5.6 营销渠道

(1) 团体及散户销售体系

(2) 直销体系

6.5.7 营销实战步骤

6.5.8 销售定价

(1) 制定音乐培训价格的原则

(2) 销售定价(参照少年宫培训定价)

6.5.9 促销策略

(1) 促销目标

(2) 促销的作用

(3) 促销的方式

第七章：中国少儿艺术培训行业市场竞争分析

7.1 少儿艺术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

(1) 教学服务质量竞争分析

(2) 竞争层次——品牌逐渐形成

(3) 品牌竞争分析

7.2 少儿艺术培训行业投资兼并重组整合趋势

7.2.1 外资进入加剧行业兼并重组

7.2.2 风投助长行业兼并重组活动

7.3 少儿艺术培训行业竞争热点

7.4 少儿艺术培训行业师资竞争分析

7.4.1 少儿艺术培训师竞争层次分析

7.4.2 少儿艺术师资培训模式

(1) 培训方案需要多模式贡献

(2) 艺术教师培养的顺向模式

第八章：中国少儿艺术培训行业重点区域市场分析

8.1 华北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

8.1.1 北京市少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.1.2 天津市少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.1.3 河北省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.1.4 山西省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.1.5 内蒙古少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.2 华南地区少儿艺术培训行业市场需求分析

8.2.1 广东省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.2.2 广西少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

(2) 少儿人口情况分析

(3) 少儿艺术培训行业需求分析

8.2.3 海南省少儿艺术培训行业市场需求分析

(1) 行业消费环境分析

- (2) 少儿人口情况分析
- (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.3 华东地区少儿艺术培训行业市场需求分析
 - 8.3.1 上海市少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.2 江苏省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.3 浙江省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.4 山东省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.5 福建省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.6 江西省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.3.7 安徽省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.4 华中地区少儿艺术培训行业市场需求分析
 - 8.4.1 湖南省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析

- (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.4.2 湖北省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.4.3 河南省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.5 西北地区少儿艺术培训行业市场需求分析
 - 8.5.1 陕西省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.5.2 甘肃省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.5.3 宁夏少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.5.4 新疆少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 新疆乌鲁木齐市艺术培训市场调研情况
 - (4) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.6 西南地区少儿艺术培训行业市场需求分析
 - 8.6.1 重庆市少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.6.2 川省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析

- (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.6.3 贵州省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.6.4 云南省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 8.7 东北地区少儿艺术培训行业市场需求分析
 - 8.7.1 黑龙江省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.7.2 吉林省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
 - 8.7.3 辽宁省少儿艺术培训行业市场需求分析
 - (1) 行业消费环境分析
 - (2) 少儿人口情况分析
 - (3) 少儿艺术培训行业需求分析
- 第九章：中国少儿艺术培训行业标杆企业经营分析
 - 9.1 精中（上海）管理咨询有限公司经营状况分析
 - 9.1.1 企业发展历程分析
 - 9.1.2 企业培训课程分析
 - 9.1.3 企业教研品牌分析
 - 9.1.4 企业经营模式分析
 - 9.1.5 企业优劣势分析
 - 9.1.6 企业最新动向分析
 - 9.2 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析
 - 9.2.1 企业发展历程分析
 - 9.2.2 企业组织结构分析
 - 9.2.3 企业培训课程分析
 - 9.2.4 企业师资力量分析

- 9.2.5 企业经营模式分析
- 9.2.6 企业优劣势分析
- 9.2.7 企业最新发展动向分析
- 9.3 北京寰亚美国国际文化传播有限公司经营状况分析
 - 9.3.1 企业发展历程分析
 - 9.3.2 企业培训课程分析
 - 9.3.3 公司教学模式分析
 - 9.3.4 企业经营模式分析
 - 9.3.5 企业优劣势分析
 - 9.3.6 企业最新发展动向分析
- 9.4 北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析
 - 9.4.1 企业发展历程分析
 - 9.4.2 企业培训课程分析
 - 9.4.3 企业师资力量分析
 - 9.4.4 企业演出策划分析
 - 9.4.5 企业经营模式分析
 - 9.4.6 企业优劣势分析
 - 9.4.7 企业最新动向分析
- 9.5 深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析
 - 9.5.1 企业发展历程分析
 - 9.5.2 企业培训课程分析
 - 9.5.3 企业师资力量分析
 - 9.5.4 企业教育理念分析
 - 9.5.5 企业经营模式分析
 - 9.5.6 企业优劣势分析
 - 9.5.7 企业最新动向分析
- 9.6 川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析
 - 9.6.1 企业发展历程分析
 - 9.6.2 企业培训课程分析
 - 9.6.3 企业经营模式分析
 - 9.6.4 企业发展战略分析
 - 9.6.5 企业优劣势分析
 - 9.6.6 企业最新动向分析
- 9.7 深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析
 - 9.7.1 企业发展历程分析

- 9.7.2 企业培训课程分析
- 9.7.3 企业师资力量分析
- 9.7.4 企业经营模式分析
- 9.7.5 企业优劣势分析
- 9.8 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析
 - 9.8.1 企业发展历程分析
 - 9.8.2 企业培训课程分析
 - 9.8.3 企业授课模式分析
 - 9.8.4 企业经营模式分析
 - 9.8.5 企业优劣势分析
- 9.9 上海秦汉胡同教育培训有限公司经营状况分析
 - 9.9.1 学校发展历程分析
 - 9.9.2 学校培训课程分析
 - 9.9.3 学校师资力量分析
 - 9.9.4 学校经营模式分析
 - 9.9.5 学校优劣势分析
- 9.10 上海好莱坞音乐进修学校经营状况分析
 - 9.10.1 学校发展历程分析
 - 9.10.2 学校主要课程分析
 - 9.10.3 学校师资力量分析
 - 9.10.4 学校经营模式分析
 - 9.10.5 学校优劣势分析
- 9.11 河南电视台少儿艺术团经营状况分析
 - 9.11.1 艺术团发展历程分析
 - 9.11.2 艺术团培训课程分析
 - 9.11.3 艺术团师资力量分析
 - 9.11.4 艺术团品牌塑造分析
 - 9.11.5 艺术团校区分布分析
 - 9.11.6 艺术团优劣势分析
- 9.12 望子成龙学校少儿艺术培训中心经营状况分析
 - 9.12.1 学校发展历程分析
 - 9.12.2 学校培训课程分析
 - 9.12.3 学校师资力量分析
 - 9.12.4 学校校区分布分析
 - 9.12.5 企业优劣势分析

9.13 苏州新虹艺教育科技有限公司经营状况分析

9.13.1 企业发展历程分析

9.13.2 企业培训课程分析

9.13.3 企业师资力量分析

9.13.4 企业授课模式分析

9.13.5 企业经营模式分析

9.13.6 企业教学基地分布分析

9.13.7 企业优劣势分析

9.13.8 企业最新动向分析

9.14 合肥星缔文化艺术咨询有限公司经营状况分析

9.14.1 企业发展历程分析

9.14.2 企业培训课程分析

9.14.3 企业师资力量分析

9.14.4 企业分校区分析

9.14.5 企业经营模式分析

9.14.6 企业优劣势分析

9.14.7 企业最新动向分析

9.15 北京东方童文化艺术有限公司经营状况分析

9.15.1 企业发展历程分析

9.15.2 企业培训课程分析

9.15.3 企业师资力量分析

9.15.4 企业授课模式分析

9.15.5 企业经营模式分析

9.15.6 企业优劣势分析

9.16 南京艺之行文化艺术有限公司经营状况分析

9.16.1 企业发展历程分析

9.16.2 企业培训课程分析

9.16.3 企业师资力量分析

9.16.4 企业硬件设施分析

9.16.5 企业授课模式分析

9.16.6 企业经营模式分析

9.16.7 企业优劣势分析

9.17 小甲虫少儿艺术团经营状况分析

9.17.1 企业发展历程分析

9.17.2 企业培训课程分析

9.17.3 企业师资力量分析

9.17.4 企业经营模式分析

9.17.5 企业优劣势分析

9.18 厦门市音之舞教育咨询有限公司经营状况分析

9.18.1 企业发展历程分析

9.18.2 企业培训课程分析

9.18.3 企业师资力量分析

9.18.4 企业经营模式分析

9.18.5 企业优劣势分析

9.18.6 企业最新动向分析

9.19 上海黄浦区东方童画青少儿艺术培训学校经营状况分析

9.19.1 企业发展历程分析

9.19.2 企业培训课程分析

9.19.3 企业授课模式分析

9.19.4 企业经营模式分析

9.19.5 企业优劣势分析

9.19.6 企业最新动向分析

9.20 深圳市百变潜力文化传播有限公司经营状况分析

9.20.1 企业发展历程分析

9.20.2 企业办学理念分析

9.20.3 企业培训课程分析

9.20.4 企业经营模式分析

9.20.5 企业优劣势分析

9.20.6 企业最新动向分析

第十章：中国少儿艺术培训行业前景预测与投资战略规划

10.1 少儿艺术培训行业投资特性分析

10.1.1 少儿艺术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

10.1.2 少儿艺术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

10.1.3 教育培训行业盈利模式分析

10.2 少儿艺术培训行业投资战略规划

10.2.1 少儿艺术培训行业投资潜力分析

- (1) 教育培训市场规模大
- (2) 少儿艺术培训市场尚未成熟
- (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

10.2.2 少儿艺术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

10.2.3 少儿艺术培训行业投资重点建议

- (1) 少儿艺术品牌投资
- (2) 农村少儿艺术培训连锁或加盟投资
- (3) 少儿艺术培训新兴领域投资

图表目录

图表1：少儿艺术培训类型

图表2：少儿的基础教育主要内容

图表3：少儿的心理教育主要内容

图表4：少儿教育培养目的

图表5：教育培训行业发展阶段

图表6：2009年以来教育培训行业发展规模（单位：亿元）

图表7：教育培训行业发展问题

图表8：教育培训行业政策扶持分析

图表9：加强教育培训行业监督和引导分析

图表10：2006年以来中国出生人口数（单位：万人）

图表11：2016-2022年教育培训行业市场规模预测（单位：亿元）

图表12：近年来教育培训行业重要融资事件

图表13：近年来我国教育类企业上市情况

图表14：2010-2015年中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%）

图表15：2008-2015年第三产业占GDP比重（单位：%）

- 图表16：2005-2015年我国财政收入变化趋势（单位：万亿元，%）
- 图表17：2008-2015年中国财政性教育经费变化情况（单位：万亿元，%）
- 图表18：2008-2015年中国教育固定资产投资变化情况（单位：亿元，%）
- 图表19：2009-2015年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）
- 图表20：艺术教育培训行业发展政策及法律法规分析
- 图表21：教育培训行业自律环境分析
- 图表22：中国各地区受教育程度排行前五名与后五名对比（单位：人）
- 图表23：主要培训方式分析
- 图表24：少儿艺术培训市场问题分析
- 图表25：2005年以来我国人口年龄结构情况（单位：%）
- 图表26：中国各地区年龄结构（单位：万人，%）
- 图表27：中国年龄结构排行前五名与后五名对比（单位：%）
- 图表28：家庭教育支出情况
- 图表29：2009年以来我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）
- 图表30：2016-2022年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）
- 图表31：2009-2020年我国少儿音乐培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表32：海伦钢琴组织结构图
- 图表33：海伦钢琴加盟模式
- 图表34：珠江钢琴艺术中心开设课程
- 图表35：2009-2020年我国少儿舞蹈培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表36：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表37：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表38：学员的学习时间（单位：小时/周，人，%）
- 图表39：学习拉丁舞的动机（单位：人，%）
- 图表40：拉丁舞教师的年龄结构（单位：人，%）
- 图表41：拉丁舞教师从业年限（单位：年，%）
- 图表42：教师专业知识来源（单位：人，%）
- 图表43：教师文化层次（单位：人，%）
- 图表44：拉丁舞课程运用现代教学方法（单位：人，%）
- 图表45：场地设施状况（单位：人，%）
- 图表46：2009-2020年我国少儿书法美术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表47：少儿美术代表品牌分析
- 图表48：2009-2020年我国少儿体验实践培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表49：我国少儿体验实践培训代表场馆分析
- 图表50：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况

图表51：童心飞扬少年宫主要课程

图表52：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况

图表53：爱才艺网主要课程

图表54：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表55：少年宫培训定价

图表56：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表57：艺术教育培训机构信赖比例（单位：亿元）

图表58：少儿艺术培训机构行业竞争热点

图表59：艺术教师培训的“顺向”模型

图表60：2005年以来北京市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表61：2006年以来北京市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表62：2012年以来北京市居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表63：2009年以来北京市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表64：2009-2020年北京市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表65：2005年以来天津市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表66：2005年以来天津市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表67：2012年以来天津市居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表68：2009年以来天津市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表69：2009-2020年天津市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表70：2005年以来河北省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表71：2005年以来河北省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表72：2012年以来河北省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表73：2009年以来河北省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表74：2009-2020年河北省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表75：2005年以来山西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表76：2006年以来山西省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表77：2012年以来山西省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表78：2009年以来山西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表79：2009-2020年山西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表80：2005年以来内蒙古自治区GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表81：2006年以来内蒙古自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表82：2012年以来内蒙古居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表83：2009年以来内蒙古少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表84：2009-2020年内蒙古少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表85：2005年以来广东省GDP走势分析（单位：亿元，%）

- 图表86：2006年以来广东省居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表87：2012年以来广东省居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表88：2009年以来广东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表89：2009-2020年广东省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表90：2005年以来广西GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表91：2006年以来广西壮族自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表92：2012年以来广西居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表93：2009年以来广西少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表94：2009-2020年广西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表95：2005年以来海南GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表96：2006年以来海南省居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表97：2012年以来海南省居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表98：2009年以来海南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表99：2009-2020年海南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表100：2005年以来上海市GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表101：2006年以来上海市居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表102：2012年以来上海市居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表103：2009年以来上海市少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表104：2009-2020年上海市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表105：2005年以来江苏省GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表106：2006年以来江苏省居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表107：2012年以来江苏省居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表108：2009年以来江苏省少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表109：2009-2020年江苏省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表110：2005年以来浙江省GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表111：2006年以来浙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表112：2012年以来浙江省居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表113：2009年以来浙江省少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表114：2009-2020年浙江省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表115：2005年以来山东省GDP走势分析（单位：亿元，%）
- 图表116：2006年以来山东省居民消费价格指数走势图（单位：%）
- 图表117：2012年以来山东省居民平均收入及消费支出（单位：元）
- 图表118：2009年以来山东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）
- 图表119：2009-2020年山东省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表120：2005年以来福建省GDP走势分析（单位：亿元，%）

.....略

图片详见报告正文••••• (GY LX)

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/241227241227.html>