

2016-2022年中国幼儿教育市场深度调研与“十三五”市场商机分析报告

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年中国幼儿教育市场深度调研与“十三五”市场商机分析报告》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/239473239473.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

中国从2005年开始迎来第四波婴儿潮，其中0-3岁婴幼儿高达7000万左右。根据国家卫计委最新生育意愿调查显示，在2013年底国家放开 哟 毅槩 疫噎 柚 嫵 嶴 %，即约9000万育龄夫妻，有生育两个孩子的意愿和计划。联合国测算，2020年中国婴幼儿数量将达到峰值，即2.61亿左右。如此庞大的人口基数、稳定且持续增长的出生率，直接促使婴幼儿商品消费、教育消费、娱乐消费、医疗卫生等产业规模达到14305亿元。2013年我国幼儿教育市场规模为990亿元，2014年行业规模增长至1200亿元，规模同比增长21.2%。

中国报告网发布的《2016-2022年中国幼儿教育市场深度调研与市场商机分析“十三五”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、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研究分析。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。

报告大纲：

第一章 国际幼儿教育行业分析

第一节 国际幼儿教育业的基本概况

- 一、国际幼儿教育机构类型多样
- 二、国际幼儿教育课程模式繁杂
- 三、国际幼儿教育师资培训方式多样

第二节 国际幼儿教育课程的改革与发展

- 一、21世纪国际幼儿教育面临巨大挑战
- 二、主要发达国家幼儿教育课程改革的进程
- 三、国际幼儿教育课程改革的主流趋向
- 四、发达国家幼儿教育课程改革的鲜明特色

第三节 国际幼儿教育的全人趋向解析

- 一、全人教育思潮的产生与扩张
- 二、全人发展的幼儿教育目标与内容阐述

三、全人发展的幼儿教育实现途径探究

第四节 部分地区幼儿教育发展状况

- 一、美国
- 二、德国
- 三、法国
- 四、苏格兰
- 五、韩国

第五节 国际特色幼儿教育发展综述

- 二、美国的科学教育解析
- 三、奥地利的想象幼儿园剖析
- 四、挪威的幼儿园教育独具一格
- 五、俄罗斯的家庭艺术教育模式透析
- 六、丹麦的家庭幼儿园分析

第二章 中国幼儿教育行业的发展

第一节 中国幼儿教育的基本状况

- 一、幼儿教育的总体规模
- 二、幼儿教育的普及水平
- 三、幼儿园独立设置情况
- 四、民办幼儿教育的规模分析

第二节 中国幼儿教育行业发展分析

- 一、推动幼儿教育发展的重要意义
- 二、我国幼教行业发展的主要特征
- 三、我国学前教育呈现民营化趋向
- 四、国务院关于当前发展学前教育的若干意见
- 五、幼儿教育领域热点事件
- 六、2015年委员建议幼儿教育应纳入义务教育

第三节 中国幼儿教育事业的供需问题探究

- 一、对幼儿教育进行经济学分析的必要性
- 二、对幼儿教育进行经济学分析的结论
- 三、中国幼儿教育的供给状况及问题透析
- 四、探索适合我国幼儿教育发展的供给模式

第四节 中国特色幼儿教育行业的发展

- 一、特色幼儿教育的基本内涵
- 二、国内特色幼儿教育存在的问题
- 三、促进特色幼儿教育发展的对策

四、从六个方面着手构建特色化幼儿园

五、幼儿教育需要创新思维

第五节 中国幼儿教育发展存在的问题

一、我国幼儿教育发展的难题及原因

二、幼儿教育面临的十大困惑

三、中国幼儿教育发展的深层次隐患

四、我国幼儿教育的公益性问题值得审视

第六节 中国幼儿教育发展的对策分析

一、幼儿教育亟需深化改革走向市场化

二、我国幼儿教育中长期发展的建议

三、创建具有民族特色的学前教育体系

四、普通家庭幼儿教育的保障措施

五、幼儿教育市场化中政府监管不可忽视

第三章 中国幼儿教育市场分析

第一节 幼儿早教、培训消费市场状况

一、消费环境评价

二、品牌信誉度

三、消费行为偏好

第二节 消费者特色幼儿园的选择

一、父母心态剖析

二、择园要点解析

三、优质幼儿园的评判标准

第三节 北京地区幼儿教育市场综述

一、早教理念的认同程度透析

二、消费需求及特征

三、早教机构分析

第四节 其他地区幼儿教育市场概况

一、江苏幼儿教育发展水平逐步提高

二、广东幼儿教育市场发展现状

三、2015年宁夏幼儿教育发展现状

四、2022年宁夏幼儿教育发展框架

第四章 中国特色幼儿教育细分领域分析

第一节 潜能开发教育

一、潜能开发教育的内涵

二、儿童潜能开发教育的意义

三、教师是幼儿潜能开发的主导力量

四、灵活运用“相似性原理”开发幼儿潜能

第二节 亲子教育

一、亲子教育的概念介绍

二、亲子教育在我国的发展情况

三、亲子教育在中国受到广泛关注

四、我国幼儿亲子教育发展的阻碍因素

五、亲子教育产业发展前景及风险分析

第三节 幼儿心理教育

一、幼儿心理健康的主要影响因素透析

二、幼儿心理健康教育模式的剖析与具体操作

三、应有针对性地消除幼儿不良心理

四、幼儿心理教育课程的设计与构建

五、幼儿心理健康教育的实施策略

第四节 早期阅读教育

一、家庭早期阅读教育存在七大误区

二、早期阅读教育面临的通病

三、早期阅读教育的起点应从分享开始

四、早期阅读教育的有效实施建议

五、中国早期阅读教育的改革趋势透析

第五节 双语教育

一、双语教育的理论探讨

二、学前儿童双语教育的必要性

三、学前双语教育面临的现实挑战

四、改进学前双语教育的对策

五、实施幼儿双语教育应关注的问题

第六节 幼儿艺术教育

一、推广幼儿艺术教育的重要意义

二、幼儿园艺术教育面临的三大误区

三、幼儿艺术教育面临的问题及原因

四、幼儿艺术教育的实施途径探析

五、引导幼儿艺术教育健康发展的策略

第五章 民办幼儿教育行业分析

第一节 民办幼儿教育的基本概述

一、民办幼儿教育的三种类别

二、民办幼儿教育的基本性质

三、民办幼儿教育的四大特点

第二节 中国民办幼儿教育行业发展概述

一、我国民办幼儿教育的兴起与扩张

二、民办逐渐成为幼儿教育主导力量

三、中国民办幼儿教育发展成就与经验总结

四、民办幼儿教育产业面临的瓶颈

五、中国民办幼儿教育存在的主要不足

六、我国民办教育发展的出路选择

第三节 农村民办幼儿教育发展概况

一、农村民办幼儿教育的生存现状

二、阻碍农村幼儿教育健康发展的因素

三、促进农村幼儿教育快速发展的对策

第四节 西部欠发达地区民办幼儿教育发展探讨

一、西部欠发达地区民办幼儿教育发展简况及问题

二、西部欠发达地区发展民办幼儿教育的必要性

三、西部欠发达地区民办幼儿教育发展的若干意见

第六章 重点幼教企业

第一节 美国蒙台梭利集团

一、企业简介

二、蒙氏教育与传统教育的差异分析

三、蒙台梭利幼儿数学教育的特点透析

四、蒙台梭利感官教育体系剖析

五、蒙台梭利教育在中国的普及状况

第二节 巨人教育集团

一、企业简介

二、巨人教育的教学特色浅析

三、巨人幼教演绎五大新理念

四、巨人教育的经营思路分析

第三节 东方爱婴早期教育机构

一、企业简介

二、东方爱婴的教学成果阐述

三、东方爱婴的早教价值观透析

四、东方爱婴的课程体系评估

第四节 红黄蓝教育机构

一、企业简介

二、红黄蓝成功的品牌分析

三、2015年红黄蓝获取大规模战略投资

第五节 金色摇篮潜能教育机构

一、企业简介

二、金色摇篮的课程体系简述

三、金色摇篮的成长模式解析

第六节 红缨教育集团

一、企业简介

二、红缨亲子教育的课程特色分析

三、2015年红缨连锁幼儿园扩张动态

第七节 其他企业简介

一、美国金宝贝早期教育中心

二、亲亲袋鼠婴幼儿培育中心

三、南方贝贝早期教育机构

四、启稚摇篮早教中心

五、小哈津幼教连锁机构

第七章 幼教市场的竞争与营销分析

第一节 幼儿园的核心竞争力解析

一、核心竞争力的界定

二、幼儿园核心竞争力的可变特性剖析

三、应正确看待幼儿园的核心竞争力

第二节 幼儿园竞争的焦点分析

一、从家长择园依据分析幼儿园竞争的基点

二、以家长需求为导向幼儿园的不足

三、综合分析幼儿园的竞争策略

第三节 强势幼教品牌的塑造攻略

一、引领先进的教育理念

二、倡导鲜明的园本特色

三、与时俱进更新幼教服务观

第四节 幼儿园的全方位营销策略探讨

一、以市场为导向

二、重视教师载体

三、适度的个性化服务

四、幼儿园的自我展示

五、幼儿园的承诺

六、体验活动

第八章 幼儿园的经营管理分析

第一节 幼儿园管理的深层次分析

一、教育管理理论的应用

二、市场环境下幼儿园的管理

三、幼儿园管理的结构与层次剖析

四、教育机构管理的女性风格透析

五、管理者的素质与管理者的权力来源

第二节 幼儿园的四大经营要素

一、目标经营

二、人才经营

三、信息经营

四、资源经营

第三节 幼儿园的科学化管理体系探析

一、建立良好的教师聘任制

二、建立科学的岗位考核制

三、建立适应市场经济体制的结构工资制

四、幼教管理模式亟待社区化发展

第四节 幼儿园教育资源的挖掘与应用

一、园内资源的开发与利用分析

二、家庭资源的开发与利用分析

三、社会资源的开发与利用分析

四、各种教育资源的整合运用解析

第五节 幼儿园的特色化经营思考

一、常见的“特色园”形式

二、民办幼儿园特色发展是其整体优化的成长过程

三、民办幼儿园特色发展是其可持续发展的前进过程

第九章 幼教行业的投资及未来趋势

第一节 幼教产业的投资状况及趋势

一、国内幼教产业的投资近况

二、我国幼教产业的投资模式

三、我国幼教产业的投资趋势透析

第二节 中国幼教行业的发展前景分析

一、我国幼教市场发展潜力广阔

二、婴幼儿在线教育市场发展前景光明

第三节 中国幼儿教育的发展规划

一、基本普及学前教育

二、明确政府职责

三、重点发展农村学前教育

图表详见正文`````

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/239473239473.html>