

## 2023-2028 年中国学前教育行业市场调研与投资机会分析报告

### 内容概要：

学前教育是国民教育体系的重要组成部分，是重要的社会公益事业。我国的早教市场在 1998 年开始萌芽，经过近二十年的发展，早教机构已经走过了一波迅速扩张期。以东方爱婴、红黄蓝等为代表的本土早教机构和以金宝贝、天才宝贝等为代表的海外品牌共同占据着当前的早教市场。

近年来，学前教育行业已经成为中国教育培训整体版图中最亮的一颗明星，得到了社会、政府、媒体、家长愈来愈多的关注，在“教育消费升级”、“城镇化”、“80/90 父母”、“4+2+1 之家庭结构”、“国家政策”等多方面因素的影响下，学前教育行业整体发展将会迎来下一个黄金十年。

根据国家教育发展纲要，未来几年幼儿园在校生将增长 1400 万人，2020 年学前教育普及率将达 85%，即学前教育普及率每提升一个百分点就意味着新增 50 万个幼儿园在校学生，学前教育行业市场前景广阔。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对学前教育行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、经营模式、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、国研网、中国幼教行业协会、中国早教教育协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为学前教育行业相关企业、培训机构、科研单位、投资企业等准确了解学前教育行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 12800

英文版价格：USD 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

# 2023-2028 年中国学前教育行业市场调研与投资机会分析报告

## ■ 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 学前教育发展阶段
- 1.1.5 学前教育发展意义

#### 1.2 学前教育理念分析

- 1.2.1 蒙台梭利教育
- 1.2.2 多元智能教育
- 1.2.3 感觉统合教育
- 1.2.4 奥尔夫音乐教育
- 1.2.5 亲子教育

### 第 2 章 国际学前教育行业发展分析

#### 2.1 国际学前教育行业发展状况

- 2.1.1 国际学前教育行业总体情况
- 2.1.2 国际学前教育发展特点
- 2.1.3 国际学前教育经费投入情况
- 2.1.4 国际学前教育发展策略
- 2.1.5 国际学前教育发展对我国的启示

#### 2.2 世界主要发达国家学前教育行业发展分析

- 2.2.1 美国学前教育行业发展分析
  - (1) 美国学前教育制度概况

- (2) 美国学前教育教学形式
- (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

### 2.2.2 法国学前教育行业发展分析

- (1) 法国学前教育发展概况
- (2) 法国学前教育性质与经费承担情况
- (3) 法国幼儿园职能及课程设置
- (4) 法国幼儿教师定位与培训
- (5) 法国学前教育法律保障
- (6) 法国幼小衔接经验

### 2.2.3 德国学前教育发展分析

- (1) 德国学前教育发展概况
- (2) 德国学前教育发展目标
- (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

### 2.2.4 日本学前教育发展分析

- (1) 日本学前教育发展概况
- (2) 日本学前教育发展目标
- (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

### 2.2.5 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

#### 2.2.6 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 3 章 中国学前教育行业发展环境分析

#### 3.1 行业政策环境分析

- 3.1.1 行业管理体制
- 3.1.2 行业发展规划
- 3.1.3 行业政策与法律法规
- 3.1.4 行业政策发展趋势

#### 3.2 行业经济环境分析

- 3.2.1 中国 GDP 增长情况
- 3.2.2 中国 CPI 波动情况
- 3.2.3 居民人均收入增长分析
- 3.2.4 中国恩格尔系数分析
- 3.2.5 中国城市化进程

#### 3.3 行业社会环境分析

- 3.3.1 人口规模分析
- 3.3.2 人口年龄结构
- 3.3.3 人口出生率

- 3.3.4 人口学历结构
- 3.3.5 教育行业发展现状
- 3.3.6 国民教育支出水平

## 第 4 章 中国学前教育行业发展状况分析

### 4.1 中国学前教育行业发展状况

- 4.1.1 学前教育行业发展总体概况
- 4.1.2 学前教育行业发展驱动因素
- 4.1.3 学前教育办学模式分析
- 4.1.4 学前教育发展中外对比

### 4.2 中国学前教育发展规模分析

- 4.2.1 学前教育学校数量情况
- 4.2.2 幼儿园在园人数情况
- 4.2.3 学前教育入学率
- 4.2.4 学前教育分年龄学生数

### 4.3 学前教育师资力量分析

- 4.3.1 学前教育师资规模现状
- 4.3.2 学前教育师资城乡分布
- 4.3.3 学前教育师资性别结构
- 4.3.4 学前教育师资学历层次
- 4.3.5 学前教育师资专业化程度

### 4.4 中国学前教育办学条件状况

- 4.4.1 学校占地面积
- 4.4.2 学校基础设施建设情况
- 4.4.3 学前教育资产情况

## 第 5 章 早教及幼师培训机构消费市场调查

### 5.1 早教机构市场分析

### 5.2 早教机构市场信誉度状况

- 5.2.1 早教机构品牌占有率情况

5.2.2 早教机构信誉度影响因素

### 5.3 幼师培训机构市场信誉度状况

5.3.1 幼师培训机构发展分析

5.3.2 幼师培训机构信誉度影响因素

### 5.4 早期教育的消费行为偏好

### 5.5 选择早教及幼师培训机构的考虑因素

## 第6章 中国学前教育行业经营模式及管理分析

### 6.1 中国学前教育行业主要经营模式

6.1.1 连锁加盟模式

6.1.2 幼儿园与亲子园兼营模式

6.1.3 婴幼儿社区保健早教中心模式

6.1.4 三种经营模式比较分析

(1) 从开办主体看

(2) 从赢利模式看

(3) 从服务特点看

### 6.2 学前教育行业盈利模式分析

6.2.1 行业盈利因素分析

6.2.2 行业盈利来源分析

### 6.3 学前教育行业投资模式分析

6.3.1 投资特性分析

6.3.2 投资风险分析

6.3.3 投资模式分析

### 6.4 民办学前教育机构经营管理分析

6.4.1 管理模式的创建

6.4.2 办园特色的定位

6.4.3 特色园文化的创建

6.4.4 特色发展的注意问题

### 6.5 学前教育机构营销策略分析

- 6.5.1 营销策略的市场导向
- 6.5.2 教师群体的营销策略
- 6.5.3 自我展示的营销策略
- 6.5.4 承诺营销策略
- 6.5.5 体验营销策略
- 6.5.6 个性化服务的营销策略

## 第 7 章 中国学前教育细分市场发展分析

### 7.1 中国学前教育行业细分市场结构分析

- 7.1.1 学前教育行业市场结构现状分析
- 7.1.2 学前教育行业细分市场发展概况

### 7.2 公办学前教育发展分析

- 7.2.1 公办学前教育发展情况
- 7.2.2 公办学前教育规模分析
- 7.2.3 社会对于公办学前教育的看法
- 7.2.4 公办学前教育发展环境
- 7.2.5 公办学前教育主要类型
- 7.2.6 公办学前教育未来趋势

### 7.3 中国民办学前教育发展分析

- 7.3.1 中国民办学前教育发展概况
- 7.3.2 民办学前教育在学前教育中的地位
- 7.3.3 民办学前教育机构竞争优势分析
- 7.3.4 中国民办学前教育发展规模
- 7.3.5 中国民办学前教育发展瓶颈
- 7.3.6 中国民办学前教育发展策略

## 第 8 章 中国学前教育行业竞争分析

### 8.1 学前教育机构核心竞争力分析

- 8.1.1 幼儿园核心竞争力概述
- 8.1.2 幼儿园核心竞争力的内涵

8.1.3 幼儿园核心竞争力的可变性

8.1.4 幼儿园核心竞争力的构建

## 8.2 中国学前教育行业竞争分析

8.2.1 学前教育竞争的形式

8.2.2 学前教育市场品牌竞争现状

8.2.3 文化差异对学前教育影响分析

## 8.3 中国学前教育行业竞争态势发展分析

# 第9章 学前教育行业重点区域发展分析

## 9.1 我国重点区域学前教育教育经费收支分析

9.1.1 幼儿教育经费支出分析

9.1.2 幼儿教育经费收入分析

## 9.2 北京市学前教育发展分析

9.2.1 北京市学前教育发展环境因素

9.2.2 北京市学前教育经费收支

9.2.3 北京市学前教育发展现状

9.2.4 北京市学前教育竞争格局

9.2.5 北京市幼儿园收费情况

9.2.6 北京市幼儿园缺口预计

9.2.7 北京市学前教育发展规划

## 9.3 上海市学前教育发展分析

9.3.1 上海市学前教育发展环境因素

9.3.2 上海市学前教育经费收支

9.3.3 上海市学前教育发展现状

9.3.4 上海市学前教育竞争格局

9.3.5 上海市学前教育发展模式

9.3.6 上海市幼儿园收费情况

9.3.7 上海市幼儿园缺口预计

9.3.8 上海市学前教育发展规划

## 9.4 广东省学前教育发展分析

- 9.4.1 广东省学前教育发展环境因素
- 9.4.2 广东省学前教育经费收支
- 9.4.3 广东省学前教育发展现状
- 9.4.4 广东省学前教育竞争格局
- 9.4.5 广东省幼儿园收费情况
- 9.4.6 广东省幼儿园缺口预计
- 9.4.7 广东省学前教育发展规划

## 9.5 浙江省学前教育发展分析

- 9.5.1 浙江省学前教育发展环境因素
- 9.5.2 浙江省学前教育经费收支
- 9.5.3 浙江省学前教育发展现状
- 9.5.4 浙江省学前教育竞争格局
- 9.5.5 浙江省幼儿园收费情况
- 9.5.6 浙江省幼儿园缺口预计
- 9.5.7 浙江省学前教育发展规划

## 9.6 江苏省学前教育发展分析

- 9.6.1 江苏省学前教育发展环境因素
- 9.6.2 江苏省学前教育经费收支
- 9.6.3 江苏省学前教育发展现状
- 9.6.4 江苏省学前教育竞争格局
- 9.6.5 江苏省幼儿园收费情况
- 9.6.6 江苏省幼儿园缺口预计
- 9.6.7 江苏省学前教育发展规划

## 9.7 其他地区学前教育发展分析

- 9.7.1 福建省学前教育发展分析
- 9.7.2 山东省学前教育发展分析
- 9.7.3 四川省学前教育发展分析

9.7.4 云南省学前教育发展分析

9.7.5 湖北省学前教育发展分析

## 第 10 章 中国学前教育行业重点企业发展分析

### 10.1 重点企业一

10.1.1 企业发展简况分析

10.1.2 企业课程体系分析

10.1.3 企业师资力量分析

10.1.4 企业教育网点布局

10.1.5 企业运作模式分析

10.1.6 企业经营情况分析

10.1.7 企业竞争优势分析

### 10.2 重点企业二

10.2.1 企业发展简况分析

10.2.2 企业课程体系分析

10.2.3 企业师资力量分析

10.2.4 企业教育网点布局

10.2.5 企业运作模式分析

10.2.6 企业经营情况分析

10.2.7 企业竞争优势分析

### 10.3 重点企业三

10.3.1 企业发展简况分析

10.3.2 企业课程体系分析

10.3.3 企业师资力量分析

10.3.4 企业教育网点布局

10.3.5 企业运作模式分析

10.3.6 企业经营情况分析

10.3.7 企业竞争优势分析

### 10.4 重点企业四

- 10.4.1 企业发展简况分析
- 10.4.2 企业课程体系分析
- 10.4.3 企业师资力量分析
- 10.4.4 企业教育网点布局
- 10.4.5 企业运作模式分析
- 10.4.6 企业经营情况分析
- 10.4.7 企业竞争优势分析

#### **10.5 重点企业五**

- 10.5.1 企业发展简况分析
- 10.5.2 企业课程体系分析
- 10.5.3 企业师资力量分析
- 10.5.4 企业教育网点布局
- 10.5.5 企业运作模式分析
- 10.5.6 企业经营情况分析
- 10.5.7 企业竞争优势分析

#### **10.6 重点企业六**

- 10.6.1 企业发展简况分析
- 10.6.2 企业课程体系分析
- 10.6.3 企业师资力量分析
- 10.6.4 企业教育网点布局
- 10.6.5 企业运作模式分析
- 10.6.6 企业经营情况分析
- 10.6.7 企业竞争优势分析

#### **10.7 重点企业七**

- 10.7.1 企业发展简况分析
- 10.7.2 企业课程体系分析
- 10.7.3 企业师资力量分析
- 10.7.4 企业教育网点布局

- 10.7.5 企业运作模式分析
- 10.7.6 企业经营情况分析
- 10.7.7 企业竞争优势分析

#### **10.8 重点企业八**

- 10.8.1 企业发展简况分析
- 10.8.2 企业课程体系分析
- 10.8.3 企业师资力量分析
- 10.8.4 企业教育网点布局
- 10.8.5 企业运作模式分析
- 10.8.6 企业经营情况分析
- 10.8.7 企业竞争优势分析

#### **10.9 重点企业九**

- 10.9.1 企业发展简况分析
- 10.9.2 企业课程体系分析
- 10.9.3 企业师资力量分析
- 10.9.4 企业教育网点布局
- 10.9.5 企业运作模式分析
- 10.9.6 企业经营情况分析
- 10.9.7 企业竞争优势分析

#### **10.10 重点企业十**

- 10.10.1 企业发展简况分析
- 10.10.2 企业课程体系分析
- 10.10.3 企业师资力量分析
- 10.10.4 企业教育网点布局
- 10.10.5 企业运作模式分析
- 10.10.6 企业经营情况分析
- 10.10.7 企业竞争优势分析

### **第 11 章 互联网对学前教育行业的冲击与突围策略**

- 11.1 互联网发展现状及带来的变革
  - 11.1.1 互联网普及应用增长迅猛
  - 11.1.2 移动互联网呈爆发式增长
  - 11.1.3 互联网给教育行业带来的价值分析
- 11.2 互联网对学前教育行业的冲击分析
  - 11.2.1 远程教育带来的冲击
  - 11.2.2 在线教育带来的冲击
- 11.3 互联网思维下学前教育企业的转型突围策略
  - 11.3.1 加快教育信息化进程
  - 11.3.2 线上线下相结合的办学模式

## 第 12 章 中国学前教育行业发展前景及趋势预测

- 12.1 中国学前教育市场发展前景展望
  - 12.1.1 学前教育市场发展潜力
  - 12.1.2 学前教育市场发展方向
- 12.2 中国学前教育细分行业发展前景展望
  - 12.2.1 公办学前教育发展前景
  - 12.2.2 私立学前教育发展前景
  - 12.2.3 中外合资学前教育发展前景
- 12.3 影响企业经营发展的关键趋势
  - 12.3.1 市场整合成长趋势
  - 12.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 12.3.3 企业区域市场拓展的趋势
- 12.4 中国学前教育发展对策与建议

### ■ 图表目录

图表 1：中国国内生产总值

图表 2：我国财政收入变化趋势

- 图表 3: 中国教育经费投入情况
- 图表 4: 中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 5: 中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 6: 中国城镇化率水平
- 图表 7: 中国人口规模变化情况
- 图表 8: 我国人口年龄结构情况
- 图表 9: 中国人口出生率
- 图表 10: 我国学校数量情况
- 图表 11: 我国教职工数量情况
- 图表 12: 我国专任教师数量情况
- 图表 13: 中国居民消费结构情况
- 图表 14: 我国民办幼儿园分年龄学生数情况
- 图表 15: 我国学前教育发展规模统计
- 图表 16: 我国学前教育学校数
- 图表 17: 我国幼儿园园长和教师总数
- 图表 18: 我国幼儿园在园人数
- 图表 19: 我国学前教育入学率
- 图表 20: 我国学前教育师资的城乡分布
- ... ..

**更多图表详见报告原文或咨询客服。**

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**3119207588**

电子邮箱：**service@qhztzx.com**

公司网站：**www.qhztzx.com**

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。