

2020-2026年中国少儿艺术 培训市场前景研究与投资战略报告

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年中国少儿艺术培训市场前景研究与投资战略报告》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/201911/145672.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

随着少儿人口增多、家庭教育支出加大，学校方面的艺术教育更无法满足家长及少儿对艺术教育的需求。尤其是教育设施不完善的农村地区，师资短缺，艺术课程近乎摆设，加大了选择少儿培训机构的意愿，少儿培训市场未来前景广阔。2015-2020年中国少儿艺术培训市场规模预测 中企顾问网发布的《2020-2026年中国少儿艺术培训市场前景研究与投资战略报告》共九章。首先介绍了中国少儿艺术培训行业市场发展环境、少儿艺术培训整体运行态势等，接着分析了中国少儿艺术培训行业市场运行的现状，然后介绍了少儿艺术培训市场竞争格局。随后，报告对少儿艺术培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国少儿艺术培训行业发展趋势与投资预测。您若想对少儿艺术培训产业有个系统的了解或者想投资中国少儿艺术培训行业，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少儿艺术培训行业产品/业务特点

1.2少儿艺术培训行业相关调研

1.2.1新疆乌鲁木齐市艺术培训市场调研

1.2.2山东省少儿拉丁舞调研

(1) 山东省少儿拉丁舞研究对象

(2) 山东省少儿拉丁舞学员调研

(3) 山东省拉丁舞教师的现状分析

(4) 场地设施器材的现状

1.2.3家长意愿情况

1.3少儿教育的基本内容

1.3.1基础教育

1.3.2心理教育

1.3.3培养目的

1.4少儿艺术培训基础阐述

1.4.1少儿艺术培训与幼儿教育发展

1.4.2少儿艺术培训家长自身误区

1.4.3少儿艺术培训教学机构误区

第2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截至2016年底，我国艺术培训行业市场规模约532亿元的规模，并且正以每年接近20%的速度迅速增长。2010-2016年中国艺术培训行业市场规模

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3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

3.1.3美国少儿艺术教育对我国的启示

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

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

3.3.2日本少儿艺术教育对我国的启示

第4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) 财政收入分析
- (3) 居民收入增长情况

4.1.2少儿艺术培训行业政治环境分析

- (1) 行业管理体制分析
- (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) 人口规模与结构
- (2) 各地区人口结构情况分析
- (3) 人口素质
- (4) 家庭教育消费概况

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) 市场氛围活跃
- (2) 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) 市场规模

(2) 市场潜力

(3) 培训参加情况

4.2.4 少儿艺术培训行业竞争格局分析

(1) 所处阶段——成长期

(2) 竞争层次——品牌逐渐形成，口碑优势明显

(3) 竞争趋势——整合重组增加

4.2.5 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

第5章 中国少儿艺术培训市场营销分析

5.1 少儿艺术培训市场消费者需求分析

5.1.1 市场消费者需求的特点

5.1.2 市场消费需求主体对象

5.1.3 市场消费行为影响因素

5.1.4 市场消费者购买心理决策

5.2 少儿艺术培训产品特征、定价策略及服务质量

5.2.1 少儿艺术培训产品特征

5.2.2 少儿艺术培训定价策略

5.2.3 少儿艺术培训服务质量

5.3 少儿艺术培训市场营销体系及发展趋势

5.3.1 培训市场的营销体系

5.3.2 培训市场的营销策略

5.3.3 培训市场的品牌营销

5.3.4 培训市场的网络营销

5.3.5 培训市场的连锁经营

5.3.6 培训营销组织的管理

5.4 少儿艺术培训市场促销分析

5.4.1 艺术培训促销目的

5.4.2 艺术培训促销作用

5.4.3 艺术培训促销原则

5.4.4 艺术培训促销方式

5.5 少儿艺术培训市场营销案例分析——Doremi音乐总动员

5.5.1 综合分析

5.5.2 活动内容

5.5.3 同类市场的竞争状况

5.5.4 营销目标

5.5.5 营销策略

5.5.6 营销渠道

5.5.7 营销实战步骤

5.5.8 销售定价

5.5.9 促销策略

第6章 中国少儿艺术培训行业市场竞争分析

6.1 少儿艺术培训行业竞争状况分析

6.1.1 行业所处阶段分析

6.1.2 行业竞争情况分析

6.1.3 行业议价能力分析

6.1.4 行业潜在威胁分析

6.2 少儿艺术培训行业投资兼并重组整合趋势

6.2.1 外资进入加剧行业兼并重组

6.2.2 风投助长行业兼并重组活动

6.3 少儿艺术培训行业竞争热点——师资力量

6.3.1 少儿艺术师资培训现状

6.3.2 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7章 中国少儿艺术培训行业重点区域市场分析

7.1 华北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.1.1 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

7.1.2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

7.1.3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

7.1.4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

7.1.5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

7.2华南地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.2.1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

7.2.2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

7.2.3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

7.3华东地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.3.1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

7.3.2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

7.3.3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

7.3.4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

7.3.5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

7.3.6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

7.3.7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

7.4华中地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.4.1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

7.4.2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

7.4.3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

7.5西北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.5.1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

7.5.2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

7.5.3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

7.5.4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) 少儿艺术培训行业需求分析

7.6西南地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.6.1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

7.6.2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

7.6.3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

7.6.4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

7.7东北地区少儿艺术培训行业市场需求分析

7.7.1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

7.7.2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

7.7.3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8章中国少儿艺术培训行业标杆企业经营分析

8.1中国少儿艺术培训行业标杆企业经营分析

8.1.1北京好希望教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展历程分析
- (2) 企业组织结构分析
- (3) 企业培训课程分析
- (4) 企业师资力量分析

- (5) 企业经营模式分析
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

8.1.2精中（上海）管理咨询有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展历程分析
- (2) 企业培训课程分析
- (3) 企业教研品牌分析
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新动向分析

8.1.3北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展历程分析
- (2) 企业培训课程分析
- (3) 企业师资力量分析
- (4) 企业演出策划分析
- (5) 企业经营模式分析
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新动向分析

8.1.4深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展历程分析
- (2) 企业培训课程分析
- (3) 企业师资力量分析
- (4) 企业教育理念分析
- (5) 企业经营模式分析
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新动向分析

8.1.5四川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展历程分析
- (2) 企业培训课程分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业发展战略分析
- (5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新动向分析

8.1.6北京寰亚美国国际文化传播有限公司经营状况分析

(1) 企业发展历程分析

(2) 企业培训课程分析

(3) 公司教学模式分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.1.7深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析

(1) 企业发展历程分析

(2) 企业培训课程分析

(3) 企业师资力量分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.1.8天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析

(1) 企业发展历程分析

(2) 企业培训课程分析

(3) 企业授课模式分析

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新动向分析

8.1.9上海长宁区秦汉胡同培训学校经营状况分析

(1) 学校发展历程分析

(2) 学校培训课程分析

(3) 学校师资力量分析

(4) 学校经营模式分析

(5) 学校优劣势分析

8.1.10上海好莱坞音乐进修学校经营状况分析

(1) 学校发展历程分析

(2) 学校主要课程分析

(3) 学校师资力量分析

- (4) 学校经营模式分析
- (5) 学校优劣势分析
- 8.1.11天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析
 - (1) 企业发展历程分析
 - (2) 企业培训课程分析
 - (3) 企业授课模式分析
 - (4) 企业经营模式分析
 - (5) 企业优劣势分析
 - (6) 企业最新动向分析

第9章中国少儿艺术培训行业前景预测与投资战略规划()

- 9.1少儿艺术培训行业投资特性分析
 - 9.1.1少儿艺术培训行业进入壁垒分析
 - 9.1.2少儿艺术培训行业投资风险分析
 - 9.1.3教育培训行业盈利模式分析
- 9.2少儿艺术培训行业投资战略规划
 - 9.2.1少儿艺术培训行业投资潜力分析
 - 9.2.2少儿艺术培训企业战略布局建议
 - 9.2.3少儿艺术培训行业投资重点建议()

图表目录：

- 图表1：少年儿童参加艺术培训比例（单位：%）
- 图表2：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表3：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表4：学员的学习时间（单位：小时/周，人，%）
- 图表5：学习拉丁舞的动机（单位：人，%）
- 图表6：拉丁舞教师的年龄结构（单位：人，%）
- 图表7：拉丁舞教师从业年限（单位：年，%）
- 图表8：教师专业知识来源（单位：人，%）
- 图表9：教师文化层次（单位：人，%）
- 图表10：拉丁舞课程运用现代教学方法（单位：人，%）
- 图表11：场地设施状况（单位：人，%）

图表12：家长意愿情况（单位：%）

图表13：少儿的基础教育主要内容

图表14：少儿的心理教育主要内容

图表15：少儿教育培养目的

图表16：教育培训行业发展阶段

图表17：2012-2017年教育培训行业发展规模（单位：亿元）

图表18：教育培训行业发展问题

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145672.html>