

2024-2030年中国早教行业市场调研分析及发展前景展望报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国早教行业市场调研分析及发展前景展望报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/977311.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解早教行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国早教行业市场调研分析及发展前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国早教市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保早教行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年早教行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能早教从业者抢跑转型赛道。

早教指为0-6岁儿童提供的学前教育服务。根据儿童生理和心理发展的特点以及敏感期的发展特点，而进行的有针对性的指导和培养的教育阶段，主要为儿童多元智能和健康人格的培养打下良好的基础，包括托育机构、早教中心和兴趣培训班等形式。

目前我国早教市场的渗透率低，平均还不到20%，以欧美、日韩等国家60-80%的渗透率为参照，说明我国早教市场开发还不成熟，有更大的提升空间，早教行业的消费空间还很大。2020年因疫情影响，中国早教市场规模有所下降，2020年早教市场规模为4263亿元，同比下降35.7%，2021年早教市场规模有所回升，市场规模为5412亿元，受疫情反复影响，截至2022年我国早教市场规模为4492亿元；

随着我国社会经济的发展，在文化教育方面的人均可支配收入逐年上涨，国民素质和国民受教育程度越来越高，对教育重视程度也有了大幅度的提升，于是大量家长将婴幼儿送到相关的早教机构进行早教培训，使得一些人口密集的城区逐渐出现形形色色的早教机构，形成了激烈的市场竞争。与此同时，多数早教机构处于创业期，规模小、实力弱、品牌知名度小、品牌集中度低，难以达到消费者的理想需求。

城市双薪家庭比例会越来越高，早教需求会越来越大，由于隔代差异和教育理念冲突，老年人普遍被认为缺乏与时俱进的教育理念，老旧传统的教育方式也会阻碍孩子的成长，隔代照顾已不再流行。为了不让孩子成为留守儿童，对于专业育儿人员和机构的需求会越来越明显，随着城市中产阶级规模的扩大以及对早教重视程度的不断提升，早教行业市场前景广阔。

《2024-2030年中国早教行业市场调研分析及发展前景展望报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是早教领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 早教相关概述

第一节 早教概述

一、早教的定义

二、早教的历史

第二节 早教的分类

一、早教的机构类型

二、早教的教育形式

三、早教的主要内容

第二章 中国早教发展环境分析

第一节 2023年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国早教政策环境分析

一、早教行业的管理体制

二、早教行业的法条例

三、早教行业主要政策

四、幼儿园相关法律政策分析

第三节 中国人口结构分析

一、中国人口规模及结构分析

二、中国新生人口研究分析

三、中国城镇化及城镇人口的增长

四、中国0-6岁婴幼儿人数统计

第三章 全球主要国家早教发展情况

第一节 美国早教发展情况

一、美国早教的特色

二、美国早教的类型

三、美国早教的行政组织

四、美国早教的师资培育

五、美国早教的课程设置

第二节 英国早教发展情况

一、英国早教的发展背景

二、英国早教的相关法案

三、英国早教的行政组织

四、英国早教的教育目标

五、英国早教的机构类型

六、英国早教的师资培训

七、英国早教的特殊教育

第三节 意大利早教发展情况

一、意大利早教的机构分类

二、意大利早教的行政组织

三、意大利早教的教育目标

四、意大利早教的师资培训

第四节 日本早教发展情况

一、日本早教的发展背景

二、日本早教的教育目标

三、日本早教的教职人员

四、日本早教纲要分析

五、日本早教的行政体系与法律制度

第四章 中国教育领域发展分析

第一节 中国教育领域发展分析

一、中国教育机构数量统计

二、中国教育经费统计

三、中国教育发展总体情况

四、全国教育行业投资情况

第二节 中国民办教育发展分析

一、中国民办教育机构数量

二、中国民办教育学生人数

第三节 中国教育领域发展热点分析

第五章 中国早教行业现状分析

第一节 中国早教现状分析

- 一、中国幼儿园数量
- 二、中国幼儿园在园人数
- 三、中国幼儿园毛入园率
- 四、中国幼儿园教职工人数
- 五、中国普通小学入园情况
- 六、中国早教装备发展

第二节 中国早教市场的供需现状分析

- 一、中国早教的市场地位分析
- 二、中国早教市场的经济学分析
- 四、中国早教供需求特点分析
 - (一) 早教需求特点分析
 - (二) 早教供给特点分析
- 五、中国早教差异供给策略

第三节 中国早教存在问题分析

- 一、中国早教面临的主要问题
- 二、中国早教小学化问题严重
- 三、中国早教公益性有待加强
- 四、中国民办早教亟待有效监管
- 五、中国农村早教存在的问题分析

第四节 中国早教发展对策分析

- 一、解决中国早教主要问题的建议
- 二、创建具有民族特色的早教体系
- 三、农村早教问题解决对策分析
- 四、早教小学化问题解决对策分析

第五节 中国主要城市早教发展情况

第六章 中国民办幼儿园发展分析

第一节 中国民办幼儿园发展概述

- 一、中国民办早教的办学主体
- 二、中国民办早教的经济性质
- 三、中国民办早教的四大特点

第二节 中国民办早教现状分析

- 一、中国民办幼儿园数量分析

二、中国民办幼儿园在园人数

三、中国民办幼儿园师资规模

四、中国民办幼儿园市场份额

第三节 中国民办幼儿普惠性转型的问题及对策分析

一、中国民办幼儿园普惠性转型的问题

(一) 普惠性的价值理解不到位

(二) 民办幼儿园制度不完善

(三) 民办幼儿园普惠性转型的审核标准未建立

(四) 资金支持尚无明确规定

(五) 民办园师资质量医乏

二、中国民办幼儿园普惠性转型的对策

(一) 观念的改变

(二) 政策法律层面的支持

(三) 合理审核标准与制度的建立

(四) 政府财政支持

(五) 幼儿教师职业归属感的提升

(六) 幼儿园管理制度的完善

(七) 幼儿园管理权的统一归属

第四节 中国民办早教发展动态分析

一、中国民办幼儿园转普惠园艰难

二、中国民办幼儿园市场乱象分析

第七章 中国特色早教细分领域分析

第一节 潜能开发教育

一、潜能开发教育概述

二、潜能开发教育的意义

三、幼儿园潜能开发教育教养方案

四、幼儿园潜能开发教育渐受追捧

第二节 早期阅读教育

一、早期阅读教育概述

二、早期阅读教育的原则

三、幼儿园早期阅读课程内容的选择

四、幼儿园早期阅读课程的实施方案

第三节 双语教育

一、幼儿双语教育概述

二、幼儿双语教育的可行性

三、幼儿双语教育的实施方案

四、幼儿园英语教育的经验总结

五、中国幼儿双语教育的发展策略

第四节 艺术教育

一、幼儿艺术教育概述

二、幼儿艺术教育的作用

三、幼儿艺术教育的原则

四、幼儿教育的目标

五、幼儿艺术教育的实施方案

六、幼儿园艺术教育实施的渗透式策略

第五节 科学教育

第六节 心理教育

第七节 亲子教育

第八章 中国幼儿园经营管理分析

第一节 幼儿园经营管理概述

一、幼儿园管理的理论依据

二、幼儿园经营管理的原则

三、幼儿园经营管理的方法

第二节 幼儿园科学人员管理体系的构建

一、幼儿园人员管理聘任制的构建

二、幼儿园人员管理工资制的构建

三、幼儿园人员管理岗位考核制的构建

第三节 民办幼儿园经营管理分析

一、民办幼儿园管理模式的创建

二、民办幼儿园办园特色的定位

三、民办幼儿园特色园文化的创建

四、民办幼儿园特色发展的注意问题

五、民办幼儿园经营管理的指导原则

第四节 幼儿园核心竞争力分析

一、幼儿园核心竞争力概述

二、幼儿园核心竞争力的内涵

三、幼儿园核心竞争力的可变性

四、幼儿园核心竞争力的构建

第五节 幼儿园营销策略分析

- 一、幼儿园营销策略的市场导向
- 二、幼儿园教师群体的营销策略
- 三、幼儿园自我展示的营销策略
- 四、幼儿园的承诺营销策略
- 五、幼儿园的体验营销策略
- 六、幼儿园个性化服务的营销策略

第九章 早教重点企业分析

第一节 美国金宝贝早期教育中心

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第二节 北京市东方爱婴咨询有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第三节 北京红黄蓝儿童教育科技发展有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第四节 金色摇篮潜能教育机构

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第五节 北京红缨时代教育科技有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第六节 深圳市南方贝贝早期教育咨询有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第七节 小哈津幼教机构

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第八节 英孚教育

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程

第十章 2024-2030年中国早教行业发展趋势及投资分析

第一节 2024-2030年中国早教行业发展趋势分析

- 一、中国幼儿园发展趋势分析
- 二、中国早教一体化趋势
- 三、师资成为早教关键因素
- 四、早教与社区教育服务融合
- 五、民办早教市场发展趋势析
- 六、中国历次“婴儿潮”分析

第二节 2024-2030年中国早教市场预测

- 一、2024-2030年中国幼儿园机构数量增长预测
- 二、2024-2030年中国幼儿园在园幼儿规模预测
- 三、2024-2030年中国早教装备市场规模预测

第三节 2024-2030年中国早教行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、财务风险
- 三、扩张风险
- 四、品牌风险
- 五、教学质量风险

图表目录：部分

图表1：早教业务分类

图表2：早教行业产业链示意图

图表3：我国早教教育行业主要法律法规

图表4：2019-2023年中国早教市场规模走势

图表5：2019-2023年中国早教区域市场规模分布

图表6：2023年中国早教行业重点省市市场规模

图表7：2019-2023年细分产品/服务市场规模及增速

图表8：2024-2030年中国早期教育市场规模走势

图表9：2019-2023年早教行业人均支出走势

图表10：2024-2030年早教行业人均支出走势预测

图表11：2019-2023年我国幼儿园数量走势图

图表12：2019-2023年我国幼儿园数量分性质统计图

图表13：2022年我国早教机构区域分布格局

图表14：2019-2023年我国幼儿教育（早教）招生人数走势图

图表15：2019-2023年我国幼儿教育（早教）在校生数走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977311.html>