

2016-2022年中国少儿艺术培训行业深度分析与投资前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国少儿艺术培训行业深度分析与投资前景研究报告》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/201607/428807.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

在中国中小学教育中，艺术教育正日渐受社会所重视。因少儿艺术对儿童性格的塑造，综合能力的培养以及艺术熏陶，对少儿一生发展都将受益。少儿艺术培训市场在中国教育培训市场一片火热的背景下日渐繁荣。

同时，由于市场准入门槛低，行业发展各类培训机构大小不一，软硬件实力水平不一，目前市场上主要是经教育主管部门批准设立的民办教育机构，另一类是工商管理部门设立的经营性企业，而经营性机构由于教育资质方面管理不足，市场相对混乱。

然而，就少儿艺术培训市场的发展趋势来讲，由于学校教育对少儿艺术教育的分配不足，校外艺术教育市场仍然是少儿艺术教育的主要市场。随着中国计划生育政策的放开，城市化水平的提高，以及人们收入水平的提高，对少儿教育支出仍呈相对上涨趋势，少儿艺术培训市场可期。

随着行业日渐发展成熟，少儿艺术培训市场的规范化和品牌化趋势日渐加强，行业的准入门槛也有所提高。未来少儿艺术培训市场发展领域主要集中在少儿音乐、舞蹈、美术等，少儿投资重点将集中在少儿艺术品牌、偏远地区、新型领域。

2009-2014年中国少儿艺术培训市场规模（单位：亿元）

智研咨询发布的《2016-2022年中国少儿艺术培训行业深度分析与投资前景研究报告》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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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

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

(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5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6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7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 少儿艺术培训师资竞争层次分析

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8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 四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9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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.2 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.3 北京寰亚国际文化传播有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.4 北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.5 深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.6 川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.7 深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.8 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.9 上海秦汉胡同教育培训有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第10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

第11章 电商行业发展分析

11.1 电子商务发展分析

11.1.1 电子商务定义及发展模式分析

11.1.2 中国电子商务行业政策现状

11.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

11.2 “互联网+”的相关概述

11.2.1 “互联网+”的提出

11.2.2 “互联网+”的内涵

11.2.3 “互联网+”的发展

11.2.4 “互联网+”的评价

11.2.5 “互联网+”的趋势

11.3 电商市场现状及建设情况

11.3.1 电商总体开展情况

11.3.2 电商案例分析

11.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

11.4 电商行业未来前景及趋势预测

11.4.1 电商市场规模预测分析

11.4.2 电商发展前景分析

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6：2011-2015年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10：2011-2015年中国新出生人口数（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12：2011-2015年教育培训行业重要融资事件（单位：万元，万美元，亿元，亿美元）

图表13：2011-2015年我国教育类企业上市情况（单位：亿元，亿美元，亿港元）

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15：2011-2015年第三产业占GDP比重（单位：%）

图表16：2010-2015年我国财政收入变化趋势（单位：万亿元，%）

图表17：2011-2015年中国财政性教育支出变化情况（单位：万亿元，%）

图表18：2011-2015年中国教育固定资产投资变化情况（单位：亿元，%）

图表19：2010-2015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22：2015年各艺术学校报考及招生人数情况（单位：名）
- 图表23：少儿艺术培训推动力分析
- 图表24：2015年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25：主要培训方式分析
- 图表26：少儿艺术培训市场问题分析
- 图表27：2011-2015年我国人口年龄结构情况（单位：万人）
- 图表28：2015年中国各地区年龄结构（单位：万人，%）
- 图表29：2015年中国年龄结构排行前五名与后五名对比（单位：%）
- 图表30：目前家庭教育支出情况
- 图表31：2011-2015年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）
- 图表32：2016-2022年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）
- 图表33：少儿艺术市场火爆的原因分析
- 图表34：2016-2022年我国少儿音乐培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表35：海伦钢琴组织结构图
- 图表36：海伦钢琴加盟模式
- 图表37：珠江钢琴艺术中心开设课程
- 图表38：2016-2022年我国少儿舞蹈培训行业市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表39：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表40：学员的年龄（单位：人，%）
- 图表41：学员的学习时间（单位：小时/周，人，%）
- 图表42：学习拉丁舞的动机（单位：人，%）
- 图表43：拉丁舞教师的年龄结构（单位：人，%）
- 图表44：拉丁舞教师从业年限（单位：年，%）
- 图表45：教师专业知识来源（单位：人，%）
- 图表46：教师文化层次（单位：人，%）
- 图表47：拉丁舞课程运用现代教学方法（单位：人，%）
- 图表48：场地设施状况（单位：人，%）
- 图表49：2016-2022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50：少儿美术代表品牌分析
- 图表51：2016-2022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52：我国少儿体验实践培训代表场馆分析
- 图表53：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况
- 图表54：童心飞扬少年宫主要课程
- 图表55：深圳市童心飞扬科技有限公司基本情况

图表56：爱才艺网主要课程

图表57：消费者对音乐培训服务质量满意度的考虑因素

图表58：团体培训市场营销的渠道分析

图表59：影响音乐艺术培训品牌形成的因素分析

图表60：加盟连锁的优点分析

图表61：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表62：媒体类型介绍

图表63：投放媒体介绍

图表64：活动促销方式介绍

图表65：活动内容介绍

图表66：零散消费市场分类

图表67：目标客户定位

图表68：团体消费生源的营销渠道分析

图表69：营销实战步骤分析

图表70：音乐培训价格原则

图表71：少年宫培训定价（单位：元/期，元/节）

图表72：广告促销策略分析

图表73：活动促销方式介绍

图表74：公关促销主要方式介绍

图表75：少儿艺术培训行业所处阶段分析

图表76：艺术教育培训机构信赖比例（单位：%）

图表77：少儿艺术培训机构行业竞争热点

图表78：少儿艺术教师教育教学的不足分析

图表79：2011-2015年北京市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表80：2011-2015年北京市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表81：2011-2015年北京市城镇居民可支配收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表82：2011-2015年北京市农村居民可支配收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表83：2011-2015年北京市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表84：2010-2021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85：2011-2015年天津市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表86：2011-2015年天津市居民消费价格指数走势图

图表87：2010-2015年天津市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表88：2010-2015年天津市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表89：2011-2015年天津市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表90：2016-2022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91：2011-2015年河北省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表92：2011-2015年河北省居民消费价格指数走势图

图表93：2010-2015年河北省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表94：2010-2015年河北省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表95：2011-2015年河北省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表96：2016-2022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97：2011-2015年山西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表98：2010-2015年山西省城镇居民平均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表99：2010-2015年山西省农村居民平均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表100：2011-2015年山西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表101：2016-2022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102：2011-2015年内蒙古自治区GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表103：2011-2015年内蒙古自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表104：2010-2015年内蒙古城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表105：2010-2015年内蒙古农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表106：2011-2015年内蒙古少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表107：2016-2022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108：2011-2015年广东省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表109：2011-2015年广东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表110：2010-2015年广东省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表111：2010-2015年广东省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表112：2011-2015年广东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表113：2016-2022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114：2011-2015年广西GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表115：2011-2015年广西壮族自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表116：2010-2015年广西城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表117：2010-2015年广西农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表118：2011-2015年广西少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表119：2016-2022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120：2011-2015年海南GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表121：2011-2015年海南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表122：2010-2015年海南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表123：2010-2015年海南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表124：2011-2015年海南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表125：2016-2022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126：2011-2015年上海市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表127：2011-2015年上海市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表128：2010-2015年上海市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表129：2010-2015年上海市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表130：2011-2015年上海市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表131：2016-2022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132：2011-2015年江苏省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表133：2011-2015年江苏省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表134：2010-2015年江苏省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表135：2010-2015年江苏省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表136：2011-2015年江苏省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表137：2016-2022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138：2011-2015年浙江省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表139：2011-2015年浙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表140：2010-2015年浙江省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

%)

图表141：2010-2015年浙江省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表142：2011-2015年浙江省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表143：2016-2022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144：2011-2015年山东省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表145：2011-2015年山东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表146：2010-2015年山东省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表147：2010-2015年山东省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表148：2011-2015年山东省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表149：2016-2022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150：2011-2015年福建省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表151：2011-2015年福建省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表152：2010-2015年福建省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表153：2010-2015年福建省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表154：2011-2015年福建省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表155：2016-2022年福建省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表156：2011-2015年江西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表157：2011-2015年江西省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表158：2010-2015年江西省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表159：2010-2015年江西省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表160：2011-2015年江西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表161：2016-2022年江西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表162：2011-2015年安徽省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表163：2011-2015年安徽省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表164：2010-2015年安徽省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表165：2010-2015年安徽省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表166：2011-2015年安徽省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表167：2016-2022年安徽省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表168：2011-2015年湖南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表169：2011-2015年湖南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表170：2010-2015年湖南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表171：2010-2015年湖南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表172：2011-2015年湖南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表173：2016-2022年湖南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表174：2011-2015年湖北省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表175：2011-2015年湖北省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表176：2010-2015年湖北省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表177：2010-2015年湖北省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表178：2011-2015年湖北省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表179：2016-2022年湖北省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表180：2011-2015年河南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表181：2011-2015年河南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表182：2010-2015年河南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表183：2010-2015年河南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表184：2011-2015年河南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表185：2016-2022年河南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表186：2011-2015年陕西省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表187：2011-2015年陕西省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表188：2010-2015年陕西省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表189：2010-2015年陕西省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表190：2011-2015年陕西省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表191：2016-2022年陕西省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表192：2011-2015年甘肃省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表193：2011-2015年甘肃省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表194：2010-2015年甘肃省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表195：2010-2015年甘肃省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表196：2011-2015年甘肃省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表197：2016-2022年甘肃省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表198：2011-2015年宁夏自治区GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表199：2011-2015年宁夏自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表200：2010-2015年宁夏城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表201：2010-2015年宁夏农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表202：2011-2015年宁夏少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表203：2016-2022年宁夏省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表204：2011-2015年新疆GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表205：2011-2015年新疆自治区居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表206：2010-2015年新疆城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表207：2010-2015年新疆农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表208：2011-2015年新疆少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表209：2015年少年儿童参加艺术培训比例（单位：%）

图表210：2016-2022年新疆少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表211：2011-2015年重庆市GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表212：2011-2015年重庆市居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表213：2010-2015年重庆市城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表214：2010-2015年重庆市农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表215：2011-2015年重庆市少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表216：2016-2022年重庆市少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表217：2011-2015年四川省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表218：2011-2015年四川省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表219：2010-2015年四川省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

%)

图表220：2010-2015年四川省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表221：2011-2015年四川省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表222：2016-2022年四川省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表223：2011-2015年贵州省走势分析（单位：亿元，%）

图表224：2011-2015年贵州省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表225：2010-2015年贵州省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表226：2010-2015年贵州省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表227：2011-2015年贵州省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表228：2016-2022年贵州省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表229：2011-2015年云南省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表230：2011-2015年云南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表231：2010-2015年云南省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表232：2010-2015年云南省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表233：2011-2015年云南省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表234：2016-2022年云南省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表235：2011-2015年黑龙江省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表236：2011-2015年黑龙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表237：2010-2015年黑龙江省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表238：2010-2015年黑龙江省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表239：2011-2014年黑龙江省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表240：2016-2022年黑龙江省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表241：2011-2015年吉林省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表242：2011-2015年吉林省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表243：2010-2015年吉林省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表244：2010-2015年吉林省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表245：2011-2015年吉林省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表246：2016-2022年吉林省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表247：2011-2015年辽宁省GDP走势分析（单位：亿元，%）

图表248：2011-2015年辽宁省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表249：2010-2015年辽宁省城镇居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表250：2010-2015年辽宁省农村居民人均收入、消费支出及其增长率情况（单位：元，%）

图表251：2011-2015年辽宁省少儿人口情况分析（单位：万人，%）

图表252：2016-2022年辽宁省少儿艺术培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/428807.html>