

2017-2022年中国少儿艺术培训市场现状研究分析 及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国少儿艺术培训市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告》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/201703/505290.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

少儿艺术教育日益受到社会各界重视，是因其对于儿童性格、综合能力、艺术修养等方面有显著益处。加上市场准入门槛不高，少儿艺术培训市场发展一片火热。少儿培训市场的火热，也反映出学校艺术教育不足已满足市场需求。

近年来国内经济水平的不断提高，家庭收入持续增长，少儿培训行业蓬勃发展，每年以超过15%的速度增长，到2015年，少儿培训市场规模超过3000亿元。同时，无论是城市还是农村，对子女教育的认识逐渐提高，加上社会竞争激烈，人们更愿意增加少儿教育方面的支出。少儿受教育的年龄也因此逐渐提前，成为推动少儿艺术培训市场发展的重要因素。

2010-2015年中国少儿培训市场规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国少儿艺术培训市场现状研究分析及未来发展趋势预测报告》共十章。首先介绍了少儿艺术培训相关概念及发展环境，接着分析了中国少儿艺术培训规模及消费需求，然后对中国少儿艺术培训市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国少儿艺术培训面临的机遇及发展前景。您若想对中国少儿艺术培训有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

截至2015年，中国的教育培训机构总量约为14万家，这其中包括职业技能培训机构和各种非学历的短期培训机构，如中小学课外辅导机构等。培训机构数量在10000家以上的有山东和江苏，山东和江苏作为教育大省和东部经济较发达地区，其教育培训行业相当发达，已达到了很大的规模；

培训机构数量在7000-10000家的有河南、广东、辽宁、浙江、北京，多集中在经济发展较好的东部地区，其中河南虽说是中部经济发展欠发达，但由于人口众多，高等以下的教育人口众多，所以教育培训机构数量也较多；

培训机构数量在5000-7000的有湖北、上海和河北，湖北省各级教育都发展较好，上海的经济发达，高等教育发展较好，河北则是靠近北京，可以依托北京的辐射力量；

培训机构数量在3000-5000的有黑龙江、湖南、陕西、吉林、福建、四川、安徽、重庆、广西、江西、山西、云南，这一数量范围的省份最多，东中西部省份都有；

其他省份的教育培训机构数量都在3000所以下，其中海南省、青海省、西藏自治区的省份，其教育培训机构数量较少，在1000家以下。

培训机构省份/地区分布图

- (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

- 9.1.1 企业发展历程分析
- 9.1.2 企业培训课程分析
- 9.1.3 企业教研品牌分析
- 9.1.4 企业经营模式分析
- 9.1.5 企业优劣势分析
- 9.1.6 企业最新动向分析

9.2 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析

- 9.2.1 企业发展历程分析
- 9.2.2 企业组织结构分析
- 9.2.3 企业培训课程分析
- 9.2.4 企业师资力量分析
- 9.2.5 企业经营模式分析
- 9.2.6 企业优劣势分析
- 9.2.7 企业最新发展动向分析

9.3 北京寰亚国际文化传播有限公司经营状况分析

- 9.3.1 企业发展历程分析
- 9.3.2 企业培训课程分析
- 9.3.3 公司教学模式分析
- 9.3.4 企业经营模式分析
- 9.3.5 企业优劣势分析
- 9.3.6 企业最新发展动向分析

9.4 北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析

- 9.4.1 企业发展历程分析
- 9.4.2 企业培训课程分析
- 9.4.3 企业师资力量分析
- 9.4.4 企业演出策划分析

- 9.4.5 企业经营模式分析
- 9.4.6 企业优劣势分析
- 9.4.7 企业最新动向分析
- 9.5 深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析
 - 9.5.1 企业发展历程分析
 - 9.5.2 企业培训课程分析
 - 9.5.3 企业师资力量分析
 - 9.5.4 企业教育理念分析
 - 9.5.5 企业经营模式分析
 - 9.5.6 企业优劣势分析
 - 9.5.7 企业最新动向分析
- 9.6 川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析
 - 9.6.1 企业发展历程分析
 - 9.6.2 企业培训课程分析
 - 9.6.3 企业经营模式分析
 - 9.6.4 企业发展战略分析
 - 9.6.5 企业优劣势分析
 - 9.6.6 企业最新动向分析
- 9.7 深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析
 - 9.7.1 企业发展历程分析
 - 9.7.2 企业培训课程分析
 - 9.7.3 企业师资力量分析
 - 9.7.4 企业经营模式分析
 - 9.7.5 企业优劣势分析
- 9.8 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析
 - 9.8.1 企业发展历程分析
 - 9.8.2 企业培训课程分析
 - 9.8.3 企业授课模式分析
 - 9.8.4 企业经营模式分析
 - 9.8.5 企业优劣势分析
- 9.9 上海秦汉胡同教育培训有限公司经营状况分析
 - 9.9.1 学校发展历程分析
 - 9.9.2 学校培训课程分析
 - 9.9.3 学校师资力量分析
 - 9.9.4 学校经营模式分析

9.9.5 学校优劣势分析

9.10 上海好莱坞音乐进修学校经营状况分析

9.10.1 学校发展历程分析

9.10.2 学校主要课程分析

9.10.3 学校师资力量分析

9.10.4 学校经营模式分析

9.10.5 学校优劣势分析

9.11 河南电视台少儿艺术团经营状况分析

9.11.1 艺术团发展历程分析

9.11.2 艺术团培训课程分析

9.11.3 艺术团师资力量分析

9.11.4 艺术团品牌塑造分析

9.11.5 艺术团校区分布分析

9.11.6 艺术团优劣势分析

9.12 望子成龙学校少儿艺术培训中心经营状况分析

9.12.1 学校发展历程分析

9.12.2 学校培训课程分析

9.12.3 学校师资力量分析

9.12.4 学校校区分布分析

9.12.5 企业优劣势分析

第10章：中国少儿艺术培训行业前景预测与投资战略规划(ZY WZY)

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

部分图表目录：

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6：2009年以来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10：2006年以来中国出生人口数（单位：万人）

图表11：2017-2022年教育培训行业市场规模预测（单位：亿元）

图表12：近年来教育培训行业重要融资事件

图表13：近年来我国教育类企业上市情况

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15：2008-2015年第三产业占GDP比重（单位：%）

图表16：2005-2015年我国财政收入变化趋势（单位：万亿元，%）

图表17：2008-2015年中国财政性教育经费变化情况（单位：万亿元，%）

图表18：2008-2015年中国教育固定资产投资变化情况（单位：亿元，%）

图表19：2009-2015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：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23：主要培训方式分析

图表24：少儿艺术培训市场问题分析

图表25：2005年以来我国人口年龄结构情况（单位：%）

图表26：中国各地区年龄结构（单位：万人，%）

图表27：中国年龄结构排行前五名与后五名对比（单位：%）

图表28：家庭教育支出情况

图表29：2009年以来我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）

图表30：2017-2022年我国少儿艺术培训行业市场规模（单位：亿元）

图表31：2017-2022年我国少儿音乐培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表32：海伦钢琴组织结构图

图表33：海伦钢琴加盟模式

图表34：珠江钢琴艺术中心开设课程

图表35：2017-2022年我国少儿舞蹈培训行业市场规模及预测（单位：亿元）

图表36：学员的年龄（单位：人，%）

图表37：学员的年龄（单位：人，%）

图表38：学员的学习时间（单位：小时/周，人，%）

图表39：学习拉丁舞的动机（单位：人，%）

图表40：拉丁舞教师的年龄结构（单位：人，%）

图表41：拉丁舞教师从业年限（单位：年，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/505290.html>