

2022-2028年中国早幼教市场深度研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国早幼教市场深度研究与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202204/07-471930.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国早幼教市场深度研究与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了早幼教行业市场发展环境、早幼教整体运行态势等，接着分析了早幼教行业市场运行的现状，然后介绍了早幼教市场竞争格局。随后，报告对早幼教做了重点企业经营状况分析，最后分析了早幼教行业发展趋势与投资预测。您若想对早幼教产业有个系统的了解或者想投资早幼教行业，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：

第一章中国早幼教行业发展环境分析

第一节中国早幼教行业的基本概述

一、早幼教的定义

二、早幼教的原则

三、早幼教的意义

四、早幼教的误区

五、典型早幼教理念

（一）蒙台梭利幼儿教育

（二）多元智力幼儿教育

（三）瑞吉欧方案教学法

（四）Waldorf华德福方法

第二节中国早幼教行业经济环境分析

第三节中国早幼教行业政策环境分析

一、国内早幼教管理体制解析

二、国内早幼教相关法律法规

三、早幼教行业相关资格认证

第四节中国早幼教行业社会环境分析

一、城镇化进程发展分析

二、中国历次“婴儿潮”分析

三、人口结构研究分析

四、新生人口研究分析

五、幼儿数量研究分析

六、居民教育支出分析

第五节中国教育行业运行态势

一、教育总体发展概况

二、教育机构数量统计

三、教育财政支出统计

四、教育信息发展状况

五、教育事业发展规划

第二章全球早幼教行业发展概况及经验借鉴

第一节全球早幼教理念及方式解析

一、世界各国早幼教方式总结

二、世界学前教育发展探索

三、美国儿童学习标准解读

四、国外五个典范幼教方法

五、国际幼教全人趋向思潮

第二节国外早幼教发展制度解析

一、世界对早幼教的关注政策

二、国外早幼教服务制度研究

三、国外学前教育财政体制

四、国外学前教育发展性质

五、发达国家幼教改革探析

第三节全球早幼教市场发展分析

一、国际幼儿教育发展阶段

二、全球化幼教的发展特点

三、部分国家学前教育特点

四、全球社区幼教发展分析

五、发达国家早幼教发展经验

第四节主要国家早幼教市场概况及经验借鉴

一、美国

二、英国

三、日本

四、意大利

五、其它国家早幼教发展分析

第三章中国早幼教行业发展现状分析

第一节中国早幼教行业总体运行态势

一、中国早幼教行业发展状况

（一）早幼教行业发展阶段

（二）早幼教行业发展现状

（三）早幼教资金投入情况

（四）农村早幼教市场分析

二、中国早幼教行业发展问题

（一）早幼教消费盲目问题

（二）早幼教发展中的问题

（三）幼教发展水平落后

（四）早幼教行业发展瓶颈

第二节中国早幼教行业发展模式分析

一、国外早幼教模式综合分析

二、国内早幼教创新模式分析

三、早幼教市场模式选择分析

四、早幼教企业经营模式分析

（一）东方爱婴经营模式

（二）红黄蓝的经营模式

第三节中国社区早幼教市场分析

一、社区时代早幼教市场分析

二、社区发展早幼教优势分析

三、社区发展早幼教劣势分析

四、社区早幼教免费影响分析

五、社区早幼教发展模式情况

第四节中国网络早幼教市场发展分析

一、网络早幼教市场发展现状

二、网络早幼教市场发展优势

三、网络早幼教市场发展劣势

四、网络早幼教课程设置情况

五、网络早幼教市场竞争格局

六、网络早幼教市场发展趋势

第五节中国早幼教市场营销策略分析

一、早幼教的全方位营销策略

（一）以市场为导向

（二）重视教师载体

（三）适度个性服务

（四）自我成果展示

（五）早期教育承诺

（六）教学体验活动

二、早幼教服务市场创新策略

（一）营销观念创新

（二）产品品牌创新

（三）营销人才创新

（四）营销方法创新

三、早幼教市场公益营销探析

四、早幼教市场集群经营策略

第四章中国早幼教机构运营情况分析

第一节中国早幼教机构总体运营态势

一、国内早幼教培训市场分析

二、早幼教机构存在的必要性

三、早幼教机构师资水平情况

四、早幼教机构发展中的问题

第二节中国早幼教机构经营情况分析

一、中国幼儿数量情况

二、中国幼儿园数量情况

三、中国在园幼儿数情况

四、中国学前教育毛入学率

五、中国幼儿园教职工数量

六、中国幼教装备投资规模

七、中国早幼教市场规模分析

第三节中国早幼教机构课程设置情况

一、早幼教课程宣传意义分析

二、课程理念表述特点分析

三、早幼教课程目标特点分析

四、早幼教课程设置特点分析

五、早幼教机构介入幼教课程

（一）早幼教介入幼儿课程背景

（二）早幼教介入幼儿课程原因

（三）早幼教介入幼儿课程影响

（四）早幼教介入幼儿课程对策

第四节中国民办早幼教机构市场运营分析

一、民办幼儿教育基本概述

（一）民办幼儿教育类型分析

（二）民办幼儿教育基本性质

（三）民办幼儿教育特点分析

（四）民办学前教育发展地位

二、民办幼儿教育市场分析

（一）中国民办幼儿园机构数量

（二）中国民办幼儿园招生人数

（三）中国民办幼儿园在园人数

（四）中国民办幼儿园毕业生数

（五）中国民办幼儿园师资力量

三、民办早幼教市场存在问题

四、民办幼儿园发展对策

第五节中国公办早幼教机构市场分析

一、公办早幼教机构发展优势

二、公办早幼教机构发展劣势

三、公办早幼教中心发挥优势

四、公办早幼教中心面临问题

第六节中国早幼教机构经营管理体系及策略

一、早幼教机构管理相关概述

（一）教育管理理论应用分析

（二）早幼教机构职权管理结构

（三）幼教集团弱化层级管理

（四）早期教育的女性管理风格

（五）中央厨房式早幼教管理分析

二、早幼教科学管理体系探析

（一）建立良好的教师聘任制

（二）建立科学的岗位考核制

（三）适应市场经济的工资制

（四）幼教管理模式亟待社区化

三、民办幼儿园特色化经营

（一）特色幼儿园经营类型

（二）民办幼儿园经营特色发展

（三）民办特色幼儿园定位分析

第五章中国早幼教行业竞争态势分析

第一节早幼教行业核心竞争力分析

一、核心竞争力的界定情况

二、幼儿园核心竞争力特点

三、幼儿园竞争力因素分析

第二节早幼教行业竞争格局分析

一、新爱婴--行业的星巴克

二、美吉姆高端早幼教领导者

三、跨界机构抢滩早幼教市场

第六章中国早期教育细分市场发展分析

第一节潜能开发教育

一、潜能开发教育概述

二、潜能开发教育效用

三、潜能开发教育方案

四、潜能开发教育受捧

五、潜能开发市场概况

六、潜能开发市场投资

第二节少儿英语培训

一、少儿英语培训概述

二、少儿英语教学模式

三、少儿英语教学特色

四、少儿英语培训理念

五、少儿英语经营方式

六、少儿英语市场概况

七、少儿英语培训投资

第三节早期阅读教育

一、早期阅读教育概述

二、早期阅读教育原则

三、早期阅读课程内容

四、早期阅读课程实施

五、早期阅读提高智力

六、早期阅读市场概况

七、早期阅读教育投资

第四节早期艺术教育

一、艺术教育相关概述

二、艺术教育作用分析

三、艺术教育遵循原则

四、艺术教育目标分析

五、艺术教育实施方法

六、艺术渗透式教育

七、艺术教育市场概况

八、艺术教育市场投资

第五节早期科学教育

一、科学教育相关概述

二、科学教育基本特性

三、科学教育遵循原则

四、科学教育实施方法

五、科学教育培养重点

六、科学教育市场概况

七、科学教育市场投资

第六节早期心理教育

一、心理教育相关概述

二、心理教育意义分析

三、心理教育课程分析

四、心理教育实施方法

五、心理教育市场概况

六、心理教育市场投资

第七节早期亲子教育

一、亲子教育概述

二、亲子教育主要特点

三、亲子教育课程分析

四、亲子教育实施步骤

五、亲子教育市场概况

六、亲子教育市场投资

第八节早期厨房教育

一、各国厨房教育现状

二、厨房教育相关好处

三、厨房教育学习知识

四、厨房教育注意事项

五、厨房里的蒙氏教育

六、厨房教育市场概况

第七章中国早期教育行业市场调查研究

第一节中国早幼教消费市场调研分析

一、早幼教市场消费投入分析

二、早幼教市场消费形式分析

三、影响早幼教机构选择的原因

四、早幼教产品消费途径分析

第二节中国早幼教服务市场满意评价

一、早幼教服务市场满意指标

二、早幼教市场满意影响因素

三、早幼教市场满意评价分析

四、提高早幼教满意水平建议

第三节特殊幼儿园市场调研

一、特殊早幼教机构消费心态分析

二、特殊早幼教机构特殊教育分析

三、特殊早幼教机构评价标准

第八章中国早幼教行业区域市场调研

第一节北京早幼教市场发展分析

一、北京早幼教行业发展环境

（一）居民收入情况分析

（二）早幼教需求群体数量

（三）早幼教行业政策规划

二、北京早幼教市场运行态势

（一）早幼教市场投入情况

（二）早幼教市场竞争企业

第二节上海早幼教市场发展分析

一、上海早幼教行业发展环境

（一）居民收入情况分析

（二）早幼教需求群体数量

（三）早幼教行业政策规划

二、上海早幼教市场运行态势

（一）早幼教机构发展规模

（二）早幼教市场收费分析

（三）早幼教市场竞争企业

第三节广东早幼教市场发展分析

一、广东早幼教行业发展环境

（一）居民收支情况分析

（二）早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、广东早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场收费分析

(二) 早幼教市场竞争企业

三、广东早幼教机构经营情况

(一) 早幼教机构发展规模

(二) 早幼教机构师资水平

第四节江苏早幼教市场发展分析

一、江苏早幼教行业发展环境

(一) 居民收入情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、江苏早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场投入情况

(二) 早幼教市场竞争企业

第五节浙江早幼教市场发展分析

一、浙江早幼教行业发展环境

(一) 居民收入情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、浙江早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场收费分析

(二) 早幼教市场竞争态势

(三) 早幼教发展存在问题

三、浙江早幼教机构经营情况

(一) 早幼教机构发展规模

(二) 早幼教市场发展动态

第六节山东早幼教市场发展分析

一、山东早幼教行业发展环境

(一) 居民收支情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、山东早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场收费情况

(二) 早幼教市场竞争企业

(三) 早幼教市场发展动态

第七节福建早幼教市场发展分析

一、福建早幼教行业发展环境

(一) 居民收入情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、福建早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场收费分析

(二) 早幼教市场竞争企业

第八节河南早幼教市场发展分析

一、河南早幼教行业发展环境

(一) 居民收入情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、河南早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场投入情况

(二) 早幼教市场收费分析

(三) 早幼教市场竞争企业

第九节四川早幼教市场发展分析

一、四川早幼教行业发展环境

(一) 居民收入情况分析

(二) 早幼教需求群体数量

(三) 早幼教行业政策规划

二、四川早幼教市场运行态势

(一) 早幼教市场收费分析

(二) 早幼教市场竞争企业

(三) 早幼教市场发展动态

第九章中国早幼教市场重点企业分析

第一节国外早期教育企业分析

一、英国培生教育集团

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 集团业务范围分析
- (三) 集团教学内容分析
- (四) 集团师资力量分析

二、瑞典英孚教育集团

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业业务范围分析
- (三) 集团教学内容分析
- (四) 集团师资力量分析

三、美国吉的堡教育集团

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业业务范围分析
- (三) 集团教学内容分析
- (四) 集团师资力量分析

四、美国金宝贝早期教育

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业竞争优势分析
- (三) 早期教育课程分析
- (四) 早期教育网点布局

五、MyGym美吉姆早幼教

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 早期教育课程分析
- (三) 早期业务范围分析
- (四) 企业竞争优势分析

六、亲亲袋鼠培育中心

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业面向群体分析
- (三) 早期教育课程分析
- (四) 早期业务范围分析

第二节国内早期教育企业分析

一、东方爱婴早期教育

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 东方爱婴教学目标
- (三) 东方爱婴的价值观
- (四) 东方爱婴课程体系

二、红黄蓝教育机构

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业发展历程简况
- (三) 早期教育课程分析
- (四) 企业竞争优势分析

三、启稚摇篮早幼教中心

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 早期教育课程分析
- (三) 早期教育网点情况
- (四) 竞争优势分析

四、金色摇篮潜能教育

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业发展历程概述
- (三) 金色摇篮教育体系
- (四) 早期教育课程分析

五、红缨教育

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 亲子课程运作特色
- (三) 亲子课程主要内容
- (四) 早期教育网点布局
- (五) 早期教育运作模式

六、南方贝贝早期教育

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业早期教育课程
- (三) 早期教育网点布局
- (四) 早期教育竞争优势

第三节少儿英语培训企业分析

一、英国夏恩英语学院

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业业务范围分析
- (三) 学院教学内容分析
- (四) 学院师资力量分析

二、美国贝立兹英语培训中心

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 培训中心营业规模
- (三) 培训中心业务范围
- (四) 企业教学内容分析

三、美国HM集团瑞思学科英语

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业营业规模分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业教学内容分析

四、新东方POP英语

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业营业规模分析
- (三) 企业业务范围分析
- (四) 企业综合竞争力分析

五、交大昂立少儿英语

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业营业规模分析
- (三) 企业市场策略分析
- (四) 企业综合竞争力分析

六、盖伦少儿英语

- (一) 企业基本情况介绍
- (二) 企业业务范围分析
- (三) 企业市场策略分析
- (四) 企业综合竞争力分析

第一节2022-2028年中国早幼教行业发展趋势分析

- 一、早期教育课程改革趋势分析
- 二、早期市场管理趋势科学规范
- 三、师资将成早幼教发展关键因素
- 四、民办早期教育市场发展趋势
- 五、国内外资早幼教品牌渐趋重要

第二节2022-2028年中国早幼教市场发展前景分析

- 一、中国早幼教市场发展潜力分析
- 二、中国早幼教市场发展前景分析
- 三、国内早幼教产品市场前景广阔
- 四、国内民办早幼教发展前景分析

第三节2022-2028年中国幼儿教育行业前景预测

- 一、中国幼儿园规模预测
- 二、中国幼儿在园人数预测
- 三、中国早幼教市场规模预测
- 四、早幼教装备市场规模预测

第十一章2022-2028年中国早幼教行业市场投资分析

第一节2022-2028年中国早幼教市场投资前景分析

- 一、中国早幼教市场投资经济环境
- 二、中国早幼教市场投资发展机遇
- 三、中国早幼教市场投资发展前景
- 四、中国早幼教市场投资注重品牌
- 五、中国早幼教市场投资驱动因素

第二节2022-2028年中国早幼教市场投资特性分析

- 一、国内早期教育行业投资门槛
- 二、国内早幼教市场投资注意事项
- 三、早幼教加盟投资赢利情况分析
- 四、早期教育行业投资模式分析

第三节2022-2028年中国早幼教市场投资风险分析

- 一、宏观政策风险
- 二、企业财务风险

三、品牌风险分析

四、教学质量风险

五、机构扩张风险

六、其他风险分析

第四节2022-2028年中国早幼教市场投资策略分析

图表目录：

图表 1 多元智力模型

图表 2 2016-2020年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 3 2016-2020年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 4 2016-2020年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表 5 2016-2020年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图

图表 6 2016-2020年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 7 2016-2020年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表 8 2016-2020年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 9 2016-2020年中国货物进出口总额变化趋势图

图表 10 中国幼儿教育领域的主要法律法规

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202204/07-471930.html>