

2017-2022年中国少儿艺术 培训市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国少儿艺术培训市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/V35043TOKW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-07-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国少儿艺术培训市场分析与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了少儿艺术培训行业相关概述、中国少儿艺术培训产业运行环境、分析了中国少儿艺术培训行业的现状、中国少儿艺术培训行业竞争格局、对中国少儿艺术培训行业做了重点企业经营状况分析及中国少儿艺术培训产业发展前景与投资预测。您若想对少儿艺术培训产业有个系统的了解或者想投资少儿艺术培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 中国少儿艺术培训行业内外环境发展状况研究 1

第一节 中国少儿艺术培训行业发展宏观环境研究 1

一、国民经济运行情况GDP 1

二、消费价格指数CPI、PPI 2

三、全国居民收入情况 5

四、恩格尔系数 6

五、工业发展形势 8

六、固定资产投资情况 9

七、财政收支状况 10

八、中国汇率调整 11

九、货币供应量 12

十、中国外汇储备 14

十一、存贷款基准利率调整情况 15

十二、存款准备金率调整情况 17

十三、社会消费品零售总额 21

十四、对外&进出口 22

十五、城镇人员从业状况 24

十六、宏观经济环境对行业下游的影响分析 25

十七、2016年中国宏观经济发展前景预测 26

第二节 中国少儿艺术培训行业现状特征研究 28

一、中国少儿艺术培训行业发展特点分析 28

少儿教育是非常重要、特殊的一个阶段，“重要”指的是它是一个人发展的奠基时期，许多重要能力、个性品质在这个时期形成基本特点；“特殊”指的是这个阶段是儿童身心发展从最初的不定型到基本定型，转而可以开始按社会需求来学习并获得发展

的过渡时期。

少儿艺术培训将成为投资者关注的细分市场。少儿音乐和少儿舞蹈仍将是主要市场，同时少儿美术市场空间巨大。目前全国3-15岁少儿美术入学率不足15%，市场规模不足100亿。未来的20年将是少儿美术教育高度发展的阶段，3-15岁美术教育将在我国除一线城市外的二三线城市快速发展，并延伸至乡村，增长速度大幅提高。

二、少儿艺术培训行业进入及退出壁垒 28

三、少儿艺术培训行业政策法规分析 29

四、2010-2014年全国家庭教育支出占家庭消费的比例 30

第三节 中国少儿艺术培训市场问题剖析 32

第二章 2010-2014年中国少儿培训学校发展研究 33

第一节 中国少儿培训市场规模分析 33

2014年，我国少儿艺术培训行业市场规模在320亿元左右。目前我国2-12岁少儿超过2.2亿，基数庞大，少儿教育面临前所未有的发展空间，预计我国每年参加各类艺术培训的青少年儿童将超过1亿人次。2015年之后，随着计划生育政策的放开，城市化水平、人民收入水平的提高，少儿艺术培训市场将迎来更加快速的发展，预计年均增长率保持在15%左右。未来3到5年，国内少儿艺术教育培训市场潜在规模将达到600亿元。2009-2014年我国少儿培训市场规模情况

资料来源：国家统计局

第二节 中国少儿培训行业竞争现状分析 34

一、2010-2014年全国少儿培训学校数量 34

二、2010-2014年全国少儿艺术培训学校数量 35

第三节 2010-2014年中国不同少儿艺术培训项目市场规模分析 36

一、舞蹈 36

二、音乐 37

三、美术 38

四、戏剧 39

四、其他 40

第四节 中国少儿艺术培训竞争格局（主要企业排名、市场占有率） 40

第三章 中国少儿艺术培训行业重点城市研究 41

第一节 北京 42

第二节 上海 43

第三节 广州 44

第四节 成都	45
第五节 武汉	46
第六节 深圳	47
第七节 南京	48
第四章 中国少儿艺术培训市场消费者需求特征与需求趋势研究	49
第一节 中国少儿艺术培训市场消费者需求特征研究	49
一、少儿艺术培训项目偏好	49
二、少儿艺术培训机构偏好	49
三、少儿艺术培训选择渠道	50
四、少儿艺术培训收费调查	51
第二节 中国少儿艺术培训市场消费者需求趋势研究	51
第五章 中国少儿艺术培训行业主体企业综合竞争力研究	53
第一节 北京东方童文化艺术有限公司	53
一、企业概况分析	53
二、师资力量分析	53
三、培训课程分析	54
四、企业竞争优势分析	55
第二节 希望美术教育集团	57
一、企业概况分析	57
二、师资力量分析	58
三、培训课程分析	59
四、企业竞争优势分析	59
第三节 北京童星大道国际儿童艺术中心	62
一、企业概况分析	62
二、师资力量分析	62
三、培训课程分析	63
四、发展优势分析	64
第四节 上海好莱坞音乐进修学校	66
一、企业概况分析	66
二、师资力量分析	66
三、培训课程分析	67
四、企业竞争优势分析	67

第五节 天津华夏未来	67
一、企业概况分析	67
二、师资力量分析	68
三、培训课程分析	69
四、企业竞争优势分析	69
第六节 深圳七彩果	69
一、企业概况分析	69
二、师资力量分析	70
三、培训课程分析	70
四、企业竞争优势分析	70
第六章 中国少儿艺术培训行业发展因素研究	71
第一节 中国少儿艺术培训行业有利因素分析	71
第二节 中国少儿艺术培训行业不利因素分析	72
第三节 中国少儿艺术培训行业未来发展趋势分析	73
第四节 中国少儿艺术培训行业市场投资风险分析	75
第七章 2015-2021年中国艺术培训行业前景预测	77
第一节 2015-2021年少儿艺术培训市场规模预测	77
第二节 2015-2021年少儿艺术培训市场竞争趋势分析	78
第三节 2015-2021年少儿艺术培训市场盈利水平预测	79
第八章 中国少儿艺术培训行业培训机构研究成果及战略建议	81
第一节 中国少儿艺术培训行业培训机构研究成果	81
第二节 中国少儿艺术培训行业培训机构战略规划建议	84
第三节 中国少儿艺术培训市场营销模式探究	85

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V35043TOKW.html>