

2022-2028年中国假期培训班行业发展态势与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国假期培训班行业发展态势与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202202/270807.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国假期培训班行业发展态势与投资潜力分析报告》共十一章。首先介绍了假期培训班行业市场发展环境、假期培训班整体运行态势等，接着分析了假期培训班行业市场运行的现状，然后介绍了假期培训班市场竞争格局。随后，报告对假期培训班做了重点企业经营状况分析，最后分析了假期培训班行业发展趋势与投资预测。您若想对假期培训班产业有个系统的了解或者想投资假期培训班行业，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 2015-2019年中国假期培训班行业市场发展环境解析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2015-2019年中国假期培训班市场政策环境分析

一、假期培训班亟待规范管理

二、山东省义务教育学校假期不能“缩水”

三、法律法规

第三节 2015-2019年中国假期培训班市场社会环境分析

一、中国人口结构分析

二、消费观念

第二章 2015-2019年中国假期培训班行业市场运行态势剖析

第一节 2015-2019年中国假期培训班行业动态分析

一、暑假补习培训机构异常火

二、青少年宫里遍布收费培训班

第二节 2015-2019年中国假期培训班行业现状分析

- 一、假期成为学生的“第二学期”
- 二、培训质量良莠不齐 暑期报班需要慎重
- 三、禁补令下暑期培训班“高烧”不退

第三节 2015-2019年中国假期培训班警惕四种陷阱

- 一、玩价格游戏
- 二、名师“名”不符
- 三、兜售资料
- 四、小班变大班成“注水”肉

第四节 2015-2019年中国假期培训班面临的机遇与挑战

第三章 2015-2019年中国假期培训班市场运行走势分析

第一节 2015-2019年中国培训市场最新资讯

- 一、成都叫停中小学奥数
- 二、暑期培训“闹市”搅乱亲子心

第二节 2015-2019年省城暑假培训市场火爆异常

- 一、文化补习班地位牢固
- 二、才艺培训班“挤破头”
- 三、家长最爱考级培训班
- 四、体育类培训渐成新宠

第三节 2015-2019年中国假期培训市场新动态分析

- 一、暑期培训传统项目仍唱主角 特色辅导渐受青睐
- 二、假期培训班争抢小学生

第四节 准大学生热捧短期技能培训

- 一、超六成准大学生安排暑期才艺培训
- 二、准大学生暑期培训每年递增10%

第四章 2015-2019年中国假期热点培训班运行状况分析

第一节 文化课补习类——专业知识+心理健康

第二节 外语培训类——强化口语，贴近奥运

第三节 技能培训类——短期上手，资格证书

第四节 特长拓展类——兴趣+专业

第五章暑期教师培训设计方案探讨

第一节 暑期校本教师培训定位探讨

第二节 暑期校本教师培训深度剖析

一、培训主题

二、培训活动设计

三、教师的参与方式和参与程度

四、培训评价

第三节 暑期校本教师培训关系处理

一、输入与输出

二、输出与提炼。

三、培训收获与实践探索

第六章 2015-2019年中国假期培训班市场特色营销透析

第一节 2015-2019年中国假期培训班现状分析

一、名师做“招牌”承诺很“诱人”

二、淄博假期培训更看重“牌子”

第二节 2015-2019年中国假期培训特色营销解析

一、暑期培训升温培训机构看重百度营销

二、雅思培训家长扮演重要角色

第三节 “菜单式”教学成暑期培训主流

一、水平测试可免费参加

二、学生可自主选师上课

三、特色课程

（1）特训班限额招生

（2）单科班自主选课

（3）网络班名师汇聚

（4）封闭班敦促学习

第四节 “放假难题”还应科学求解

第七章 2015-2019年中国暑期培训市场全面调研

第一节 受访者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、社会身份

第二节 2015-2019年中国暑期培训市场深度调查分析

一、受访者了解有关培训信息的渠道调查分析

二、让孩子参加暑期培训的目的调查分析

三、让孩子接受暑期培训的时间调查分析

四、让孩子接受暑期培训费用支出情况分析

五、参加的暑期培训课占比

六、受访者希望培训规模调查分析

第三节 影响受访者选择培训班的因素调查分析

第四节 受访者对暑期培训需要改进意见分析

第八章 2015-2019年中国假期培训班市场竞争格局透析

第一节 2015-2019年中国假期培训班行业竞争现状

一、暑期培训竞争激烈

二、高端英语培训市场争夺激烈

第二节 2015-2019年中国假期培训班重点区域市场竞争格局

一、北京雅思培训呈低龄化趋势

二、上海韩语培训走出“潜伏期”

三、广州培训市场竞争异常激烈

第三节 2015-2019年中国假期培训班行业竞争中存的问题

第四节 2022-2028年中国假期培训班行业竞争趋势分析

第九章 中国假期培训优势培训机构竞争力及关键性数据分析

第一节 EF英孚教育

一、企业概况

二、EF英孚Englishtown教学系统备受欢迎

三、EF英孚教育推出新互动式便捷课程

四、英孚教育:用 Salesforce解决业务扩张难题

五、EF英孚教育与剑桥大学ESOL联手引领行业标准化

第二节 新东方

一、企业概况

二、新东方首开数理化培训

三、新东方实现了快速增长

四、新东方报名处日均挤进2000人

第三节 北大青鸟

一、企业概况

二、北大青鸟以就业为培训导向

三、北大青鸟IT业务增长迅速

四、北大青鸟拟赴纳斯达克上市 计划融资1.5亿美元

五、北大青鸟将“就业导向”上升为首要关注对象

第四节 蓝点世纪

一、企业概况

二、蓝点世纪以严治学提高学员就业能力

三、蓝点世纪培训的分期付款模式

四、蓝点世纪打造中国开源培训新平台

第五节 环球雅思

一、企业概况

二、环球雅思学校的特色课程

三、环球雅思获大额战略投资

四、雅思年五亮点名师讲解今年走势

第六节 清华IT

一、企业概况

二、清华IT打造IT人才供需产业链

三、解析清华IT2009年新课程体系

四、清华IT实行“推荐就业终生制度”

五、清华IT职业培训推动人才供需结构走向平衡

第十章 2022-2028年中国假期培训班行业发展趋势与前景展望

第一节 2022-2028年中国假期培训班行业发展前景分析

一、培训产业发展的前景展望

二、中国才艺培训市场前景分析

第二节 2022-2028年中国假期培训班行业发展趋势分析

一、培训业发展的十大走向

二、培训业的发展趋向咨询式培训

三、教练式培训成企业管理培训市场的新潮流

第三节 2022-2028年中国假期培训班行业市场预测分析

第四节 2022-2028年中国假期培训班市场盈利预测分析

第十一章 2022-2028年中国假期培训班行业投资机会与风险规避指引（ ）

第一节 2022-2028年中国假期培训班行业投资机会分析

一、培训产业投资热点分析

二、教育培训与就业技能培训投资机会凸现

第二节 2022-2028年中国假期培训班行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第三节 2022-2028年中国假期培训班行业投资规划指引

图表目录：

图表：中国GDP分析

图表：中国CPI指数分析

图表：中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

图表：中国人口结构分析

图表：受访者性别占比

图表：受访者年龄分布

图表：受访者社会身份

图表：受访者了解有关培训信息的渠道调查分析

图表：让孩子参加暑期培训班的目的调查分析

图表：让孩子接受暑期培训的时间调查分析

图表：让孩子接受暑期培训费用支出情况分析

图表：参加的暑期培训课占比

图表：受访者希望培训规模调查分析

图表：影响受访者选择培训班的因素调查分析

图表：受访者对暑期培训需要改进意见分析

图表：2022-2028年中国假期培训班行业市场预测分析

图表：2022-2028年中国假期培训班市场盈利预测分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/270807.html>