

2015-2020年中国中小学课 外培训行业监测及发展前景评估报告

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

《2015-2020年中国中小学课外培训行业监测及发展前景评估报告》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/201506/123018.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

居民储蓄第一位用途就是教育，教育项目的支出已经占到居民收入的20%左右，教育已经成为居民的第一大支出。在我国计划生育政策背景下，很多家庭都是独生子女，同时儒家文化影响下，居民对教育重视程度很高，集中表现在对孩子的培养过程中，愿意投入大量时间和金钱。无数家长望子成龙、望女成凤的观念，使得课外辅导市场需求居高不下，尤其是教育欠发达的二三线城市和乡村，教育资源有限，中小学课外辅导市场空间巨大。

接受义务教育的5-19岁的中小學生是中小学课外辅导市场的目标客户。据教育部统计，2012年，全国义务教育阶段共招生3285.43万人；在校生14458.96万人。2012年全国共有小学在校生9695.90万人，初中在校生4763.06万人。义务教育阶段对一个学生的未来起到的重要作用，这也就带动了中小学课外辅导市场的发展，使其成为中国民办教育上最大和增速最快的市场之一。

中小学课外辅导已经在亚洲很多国家获得较高的发展。例如在韩国，89%的小学生、75%的初中生、55%的高中生接受不同形式的课外辅导。据艾瑞统计，2009年在中国大约有5400至6300万中小學生接受课外辅导，占到中小学总人数的30%-35%，这一数据远低于韩国日本等亚洲国家，这主要是由于中国公共教育体系的发展，以及中国民办教育作为一个产业在中国的短期的缘故。课后辅导市场在北京、上海、广州和深圳的普及率将在未来数年内达到70%。

目前全国在校中小學生大约1.4亿人，超过半数的家庭，孩子每月花费占家庭总收入的20%以上；44.29%的家庭每月用于养育子女方面的费用在500元到1000元之间。激烈的竞争和国家的人才选拔机制激发了家长让孩子参加课外培训的需求。一些大中城市的学生，大约有近7成的小学生和近一半的中學生利用双休日参加家教辅导。其中平日接受家教辅导的学生占1成，双休日超过一半，近1成中小學生每周要接受3次家教辅导。平均每个孩子月消费额的大约30%用于教育培训，粗略计算，中小学培训市场的前景高达数百亿元甚至上千亿元。正是看好这种巨大的市场需求和发展空间，许多风险投资机构和天使资金已经悄然介入中小学培训市场。中小学培训市场被形象地比喻为“在房地产的泡沫之后，餐桌上最后一块牛排”，成为了新的快速发展的朝阳行业。

本行业报告主要依据国家统计局、国务院发展研究中心、国家教育部、国家人力资源和社会保障部、国家财政部、中国社科院、国内外相关刊物的基础信息以及教育与培训行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于教育行业整体发展大势，对中国中小学课外培训行业的发展情况、主要细分市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来中小学课外培训行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分

析、预测的基础上，研究了中小学课外培训行业今后的发展与投资策略，为中小学课外培训企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 我国教育事业发展分析 1

第一节 我国教育事业发展分析 1

- 一、30年来我国素质教育发展情况 1
- 二、30年来我国教育装备管理状况 4
- 三、2012年我国教育事业发展统计 7
- 四、我国义务教育事业取得重大成就 7
- 五、2014年我国教育部工作要点 11
- 六、国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010 - 2020年） 18

第二节 十八大对我国教育改革的影响及其意义分析 44

第三节 2012年全国义务教育事业发展统计 52

- 一、小学 52
- 二、初中 52
- 三、进城务工人员随迁子女和农村留守儿童 53

第二章 我国教育培训行业发展分析 54

第一节 我国培训行业发展现状 54

- 一、2012年培训市场发展分析 54
- 二、2012年教育消费成为投诉热点 56
- 三、2012年海外培训机构抢滩中国市场 57
- 四、2012年教育培训巨头进入业务转型期 58
- 五、我国培训行业的战略转型分析 61
- 六、2015-2020年中国培训市场前景预测 62

第二节 我国教育培训行业现状分析 66

- 一、学大模式 66
- 二、学而思模式 68
- 三、新东方模式 70
- 四、招生篇 72
- 五、营销策略 74

六、黄金时代过后	76
七、如何看教学质量	78
八、互联网技术下	81
九、学而思PK新东方	86
十、高考改革热潮	90
第三节 2013年我国教育培训市场供需细分与市场前景分析	92
一、2013年中国教育培训市场的环境与现状	92
二、2013年教育培训机构数量分布	95
三、行业细分与数据挖掘	97
四、教育培训市场及受众结构与数据应用	99
五、中国教育培训市场前景分析	103
六、我国教育培训行业发展趋势	105
第三章 我国中小学课外培训行业发展分析	107
第一节 课外辅导培训概述	107
一、外辅导培训概念	107
二、课外辅导培训主要特征	107
三、课外辅导培训现实主要意义	107
第二节 我国中小学教育培训行业分析	108
一、中小学课外辅导培训行业概述	109
二、中小学培训市场的问题	109
三、中小学课外辅导发展历程与趋势	110
第三节 我国中小学课外辅导市场分析	112
一、中小学培训市场的现状	112
二、中国中小学课外辅导市场的特点	112
三、中国中小学课外市场各种模式发展情况	114
第四节 2014年我国中小学课外辅导市场前景展望	115
一、我国中小学人数庞大	115
二、教育的现状造成课外辅导需求持续增长	116
三、我国的中小学课外辅导市场前景展望	117
第四章 我国民办中小学课外辅导培训行业发展分析	118
第一节 我国民办中小学课外辅导培训行业现状	118
一、我国民办中小学课外辅导培训行业发展态势	118

二、我国民办中小学课外辅导培训行业发展特征	121
三、我国民办中小学课外辅导培训行业存在的主要问题	122
四、提升我国民办中小学课外辅导培训行业素质	124
第二节 我国民办中小学课外辅导培训行业发展趋势	126
一、品牌化格局形成	126
二、进入国际市场竞争	127
三、个性化辅导市场持续提高	127
四、行业规模盈利点越来越清晰	127
五、大机构越来越迫切加强自身品牌核心竞争力	128
六、品牌并购趋势化；经营直营化、产业化	129
第五章 我国K-12课外辅导行业发展分析	130
第一节 中国K-12课外辅导行业结构与发展趋势	130
一、区域发展不均衡，行业集中度低	130
二、竞争加剧，成本上升，盈利能力下降	131
三、用户规模稳定，二三线城市市场容量巨大	132
四、国际经验与发展趋势	133
第二节 中国K-12课外辅导行业领先企业业绩	134
一、业务模式与价值创造过程	134
二、行业扩张能力与盈利能力	135
三、行业成本结构与定价权	138
四、标杆企业运营效率分析	141
五、标的对比研究	142
第三节 2014年在线教育K12争夺战：传统培训机构VS互联网公司	143
一、传统培训机构的自我颠覆	143
二、互联网公司的躬身入局	144
三、线上线下融合的趋势	145
第六章 2015-2020年教育培训市场发展趋势分析	147
第一节 2015-2020年我国教育产业发展趋势	147
一、教育培训产业发展趋势	147
二、教育行业网络建设新趋势	152
三、中国职业教育现状及前景趋势预测	153
第二节 2015-2020年我国培训产业发展趋势	154

一、培训机构品牌化	154
二、培训项目综合化	155
三、培训课程个性化	155
四、培训范围国际化	156
五、培训模式多元化	160
六、培训手段多样化	164
七、培训服务增值化	165
第七章 2015-2020年中国K-12课外辅导行业增长动力与投资趋势	168
第一节 中国K-12课外辅导行业规模与增长动力	169
一、市场规模与发展速度	169
二、K-12产品及服务形态	171
三、增长动力	171
第二节 中国K-12课外辅导行业投资趋势与机会	174
一、全球教育培训行业VCPE 投资趋势	174
二、中国教育培训行业投资趋势与机会	174
第八章 2015-2020年中国中小学课外辅导品牌发展战略研究	177
第一节 中国中小学课外辅导市场的总体特征	177
第二节 中国中小学课外辅导市场的教学服务模式	178
第三节 中小学课外辅导的市场概况	181
第四节 开展中小学课外辅导业务的培训公司分析	182
一、学大教育	182
二、学而思	185
三、新东方	192
四、安博教育	194
第五节 教育培训行业社交媒体使用突围	201
一、新媒体，老标准	201
二、客户流程与转化跟踪机制不协调	201
三、设计机制的匮乏，推广中还是生硬的购买需求挖掘	202
图表目录	
图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数	7
图表：2013年中国各类教育培训机构统计	93
图表：2009-2013年中国教育培训机构数量时间趋势	93

图表：2013年中国教育培训机构开设课程情况 94

图表：2005-2012年固定资产投资及教育固定资产投资比例情况 94

图表：2005-2012年固定资产投资中教育投资情况 95

图表：2013年培训机构省份地区分布图 96

图表：2013年西南地区培训机构省份地区分布图 97

图表：2006-2012年中国语言培训市场规模及增长趋势0 98

图表：2012年中国语言培训机构品牌关注度分析 98

图表：2006-2012年中国IT培训市场规模及增长趋势 99

图表：教育培训机构从业人员年龄结构 100

图表：不同行业受访者的未来培训计划情况 101

图表：不同行业受访者的未来培训目的情况 101

图表：培训对象的学历层次 102

图表：培训对象的职业结构 102

图表：培训对象的收入水平 102

图表：培训对象的学习目的 103

图表：中国教育培训行业整体五力模型分析 103

图表：中国教育公司上市时间一览 104

图表：中国教育培训行业机会分析 104

图表：中国教育培训行业前景预测 105

图表：2007-2014年中国中小学课外辅导市场收入变化图 113

图表：2009年与2014年中国中小学课外辅导市场份额变化图 114

图表：1991-2012年我国普通小学及初中在校学生数 115

图表：近年我国人均文教娱乐支出不断攀升 116

图表：2000-2012年我国升学率状况 116

图表：2007-2014年中国K12 课外辅导市场规模 117

图表：中国K-12课外辅导行业市场规模分布图 131

图表：中国K-12行业结构分析 132

图表：K12课外辅导行业价值创造过程图示 135

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201506/123018.html>