2017-2022年中国少儿艺术 培训市场深度调研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深度调研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/383827T7QO.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】2017-09-27

【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深度调研与投资前景研究报告》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。

我国艺术培训市场规模已经由2008年的64亿元发展至2015年的462亿元，年均复合增速32.62%，其中2015年较2014年同比增长16.08%。预计，2018年整体艺术培训市场规模将超过800亿元。而音乐培训作为其重要组成部分，市场空间巨大。我国艺术培训市场多以本地艺术学校为依托，具有门槛低、规模小、监管少、竞争恶劣等特征。

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

报告目录：

第一章 中国少儿艺术培训行业发展综述 1

1.1 少儿艺术培训行业定义及特点 1

1.1.1 少儿艺术培训行业的定义 1

1.1.2 少儿艺术培训行业涉及领域 1

1.1.3 少儿艺术培训行业特点 1

1.2 少儿教育的基本内容 2

1.2.1 基础教育 2

1.2.2 心理教育 2

1.2.3 培养目的 2

1.3 少儿艺术培训基础阐述 3

- 1.3.1 少儿艺术培训与幼儿教育发展 3
- 1.3.2 少儿艺术培训家长自身误区 3
- 1.3.3 少儿艺术培训教学机构误区 4

第二章 中国培训产业整体运行态势分析 5

- 2.1 培训行业总体发展情况 5
 - 2.1.1 中国培训行业行业发展概况 5
 - 2.1.2 中国培训产业行业发展规模 5
 - 2.1.3 我国培训业行业发展问题分析 7
 - 2.1.4 国内培训行业行业发展建议分析 8
 - 1、加强政策扶持 8
 - 2、加强监督和引导 9
- 2.2 培训行业发展趋势与前景分析 9
 - 2.2.1 市场规模趋势分析 9
 - 1、与世界水平的差距分析 9
 - 2、潜在受教育培训人口分析 10
 - 3、教育培训投入分析 11
 - 4、教育培训区域发展分析 11
 - 5、市场规模预测 13
 - 2.2.2 资本继续进入趋势 14
 - 2.2.3 多样化经营与发展趋势 14

第三章 国际少儿艺术教育发展经验借鉴 17

- 3.1 美国少儿艺术教育发展经验借鉴 17
 - 3.1.1 美国少儿艺术教育发展分析 17
 - 3.1.2 美国少儿艺术教育特征分析 17
 - 1、艺术课程类别的多样性特征 17
 - 2、课外活动的丰富性特征 17
 - 3、教学方法的自由性和灵活性特征 18
 - 4、强调多样性文化的融合 18
 - 3.1.3 美国少儿艺术教育对我国的启示 18
 - 1、提高重视，体现艺术教育的重要性 18

- 2、教学方法多样化，课外艺术活动的丰富化 19
 - 3、注重课程的生活性、综合性 19
 - 4、教育师资队伍的专业性 19
 - 3.2 英国少儿艺术教育发展经验借鉴 20
 - 3.2.1 英国少儿艺术教育发展分析 20
 - 1、教学目的 20
 - 2、教育方式 20
 - 3、教学硬件及环境 20
 - 4、教师要求 21
 - 5、教学内容 21
 - 3.2.2 英国少儿艺术教育对我国的启示 22
 - 1、教育要与时俱进，要面向现代化，面向未来 22
 - 2、兴趣优先、大胆创造 22
 - 3.3 日本少儿艺术教育发展经验借鉴 22
 - 3.3.1 日本少儿艺术教育发展分析 22
 - 1、课程设置 22
 - 2、课程内容 22
 - 3、教学条件 23
 - 4、教学形式 23
 - 5、教学效果 24
 - 3.3.2 日本少儿艺术教育对我国的启示 24
- 第四章 中国少儿艺术培训行业市场发展现状分析 25
- 4.1 少儿艺术培训行业环境分析 25
 - 4.1.1 少儿艺术培训行业经济环境分析 25
 - 1、GDP运行情况 25
 - 2、财政收入及固定资产投资分析 26
 - 3、居民收入增长情况 29
 - 4.1.2 少儿艺术培训行业政策环境分析 30
 - 1、行业监管体系分析 30
 - 2、行业发展政策及法律法规 30
 - 3、行业自律环境分析 31

4.1.3 少儿艺术培训行业社会环境分析 31

1、学校层面 31

2、家长层面 32

3、少儿层面 33

4、培训机构层面 34

4.1.4 少儿艺术培训行业技术环境分析 34

1、技术发展对培训方式的影响分析 34

2、数字化学习与信息教育影响分析 34

4.2 少儿艺术培训行业发展概况 34

4.2.1 少儿艺术培训市场现状分析 34

1、少儿艺术培训市场增长 34

2、少儿艺术培训市场不规范 35

4.2.2 少儿艺术培训市场问题分析 35

4.2.3 少儿艺术培训行业市场规模分析 35

1、人口规模与结构 35

2、各地区人口结构情况分析 37

3、家庭教育消费概况 38

4、少儿艺术培训市场规模与潜力 38

5、重点城市少儿艺术培训参加情况 39

4.3 少儿艺术培训行业投资策略 41

4.3.1 走出少儿教育误区，树立正确的少儿教育理念 41

4.3.2 规范少儿培训市场，促进培训资源的合理整合 41

4.3.3 提升教师个人水平，推动师资力量的全面提升 42

4.3.4 运用多种教学方式，促进儿童综合素质的提升 42

4.3.5 加强品牌意识的建设 42

4.3.6 服务及市场竞争意识加强 42

第五章 中国少儿艺术培训细分市场调研 44

5.1 少儿音乐培训市场调研 44

5.1.1 少儿音乐培训市场现状 44

5.1.2 少儿音乐培训市场规模分析 44

5.1.3 少儿音乐培训主要种类与形式分析 45

- 5.1.4 少儿钢琴培训案例分析 45
 - 1、海伦钢琴教室 45
 - 2、珠江钢琴艺术中心 45
- 5.1.5 少儿音乐培训市场发展趋势 46
- 5.2 少儿舞蹈培训市场调研 46
 - 5.2.1 少儿舞蹈培训市场现状 46
 - 5.2.2 少儿舞蹈培训市场规模分析 47
 - 5.2.3 少儿艺术培训舞蹈种类分析 47
 - 5.2.4 少儿拉丁舞调研 48
 - 1、少儿拉丁舞研究对象 48
 - 2、少儿拉丁舞学员调研 48
 - 3、拉丁舞教师的现状分析 49
 - 4、场地设施器材的现状 49
 - 5.2.5 少儿舞蹈培训市场发展趋势 49
- 5.3 少儿书法美术培训市场调研 50
 - 5.3.1 少儿书法美术培训市场现状 50
 - 5.3.2 少儿书法美术培训市场规模分析 51
 - 5.3.3 少儿书法美术培训代表品牌分析 52
 - 5.3.4 少儿书法美术培训市场发展趋势 52
 - 1、少儿美术潜在需求大 52
 - 2、规范化品牌化的少儿美术学校市场认可度高 52
 - 3、未来3年是最佳时机 52
- 5.4 少儿体验实践培训市场调研 53
 - 5.4.1 少儿体验实践培训市场现状 53
 - 5.4.2 少儿体验实践培训市场规模分析 54
 - 5.4.3 少儿体验实践培训代表场馆分析 54
 - 5.4.4 少儿体验实践培训市场发展趋势 54
- 5.5 少儿艺术培训在线教育市场调研 55
 - 5.5.1 少儿艺术培训在线教育市场现状 55
 - 5.5.2 少儿艺术培训在线教育案例分析 55
 - 1、深圳市童心飞扬科技有限公司经营状况分析 55
 - (1) 企业发展历程分析 55

- (2) 公司主营业务分析 56
- (3) 童心飞扬网站分析 56
- (4) 企业经营模式分析 56
- 2、广州爱艺教育科技有限公司经营状况分析 57
 - (1) 企业发展历程分析 57
 - (2) 爱艺网基本情况分析 57
 - (3) 爱艺网栏目分析 58
 - (4) 企业经营模式分析 58
- 5.5.3 少儿艺术培训在线教育市场发展趋势 58

第六章 中国少儿艺术培训市场营销分析 59

6.1 少儿艺术培训市场消费者需求分析 59

6.1.1 市场消费者需求的特点 59

6.1.2 市场消费需求主体对象 59

1、团体消费与零散消费 59

2、潜在消费与现实消费 60

6.1.3 市场消费行为影响因素 60

1、经济因素 60

2、职业与文化水平 60

3、性格与生活方式 60

4、相关群体 61

5、办学单位自身因素 61

6.1.4 市场消费者购买心理决策 61

1、确立问题 61

2、信息收集 61

3、备选产品评估 62

4、购买决策 62

5、消费评议 62

6.2 少儿艺术培训产品特征、定价策略及服务质量 62

6.2.1 少儿艺术培训产品特征 62

1、无形性 62

2、生产和消费的同时性 63

6.2.2 少儿艺术培训定价策略 63

- 1、维持定价法 63
- 2、竞争定价法 63
- 3、迎合消费者心理定价 63

6.2.3 少儿艺术培训服务质量 64

- 1、社会音乐培训服务质量概述 64
- 2、消费者的满意度 64
- 3、社会音乐培训服务的有形展示 64
- 4、提高社会音乐培训服务质量的策略 65

6.3 少儿艺术培训市场营销体系及发展趋势 65

6.3.1 培训市场的营销体系 65

- 1、团体的销售体系 65
- 2、散户消费直销体系 66

6.3.2 培训市场的营销策略 66

- 1、团队的营销策略 66
- 2、散户营销策略 66

6.3.3 培训市场的品牌营销 66

6.3.4 培训市场的网络营销 67

- 1、网络营销与特征 67
- 2、网络营销的独特的优越性 67

6.3.5 培训市场的连锁经营 68

- 1、加盟连锁的优缺点 68
- 2、加盟连锁在经营过程中的缺点 69

6.3.6 培训营销组织的管理 69

6.4 少儿艺术培训市场促销分析 70

6.4.1 艺术培训促销目的 70

6.4.2 艺术培训促销作用 70

6.4.3 艺术培训促销原则 70

6.4.4 艺术培训促销方式 71

- 1、人员推销 71
- 2、广告促销 71
- 3、活动促销 71

4、公关促销 72

6.5 少儿艺术培训市场营销案例分析——Doremi音乐总动员 72

6.5.1 综合分析 72

6.5.2 活动内容 72

6.5.3 同类市场的竞争状况 72

6.5.4 营销目标 73

6.5.5 营销策略 73

1、目标消费群体定位 73

2、营销策略 73

6.5.6 营销渠道 74

1、团体及散户销售体系 74

2、直销体系 74

6.5.7 营销实战步骤 75

6.5.8 销售定价 75

1、制定音乐培训价格的原则 75

2、销售定价参照少年宫培训定价 76

6.5.9 促销策略 76

1、促销目标 76

2、促销的作用 76

3、促销的方式 76

第七章 中国少儿艺术培训行业市场竞争分析 78

7.1 少儿艺术培训行业竞争状况分析 78

7.1.1 行业所处阶段分析 78

7.1.2 行业竞争情况分析 78

1、教学服务质量竞争分析 78

2、竞争层次——品牌逐渐形成 78

3、品牌竞争分析 79

7.2 少儿艺术培训行业投资兼并重组整合趋势 79

7.2.1 外资进入加剧行业兼并重组 79

7.2.2 风投助长行业兼并重组活动 79

7.3 少儿艺术培训行业竞争热点 80

- 7.4 少儿艺术培训行业师资竞争分析 80
 - 7.4.1 少儿艺术培训师师资竞争层次分析 80
 - 7.4.2 少儿艺术师资培训模式 80
 - 1、培训方案需要多模式贡献 80
 - 2、艺术教师培养的顺向模式 81

第八章 中国少儿艺术培训行业重点区域市场调研 82

- 8.1 华北地区少儿艺术培训行业市场需求分析 82
 - 8.1.1 北京市少儿艺术培训行业市场需求分析 82
 - 1、行业消费环境分析 82
 - 2、少儿人口情况分析 84
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 85
 - 8.1.2 天津市少儿艺术培训行业市场需求分析 85
 - 1、行业消费环境分析 85
 - 2、少儿人口情况分析 86
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 87
 - 8.1.3 河北省少儿艺术培训行业市场需求分析 87
 - 1、行业消费环境分析 87
 - 2、少儿人口情况分析 88
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 89
 - 8.1.4 山西省少儿艺术培训行业市场需求分析 89
 - 1、行业消费环境分析 89
 - 2、少儿人口情况分析 90
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 91
 - 8.1.5 内蒙古少儿艺术培训行业市场需求分析 92
 - 1、行业消费环境分析 92
 - 2、少儿人口情况分析 94
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 94
- 8.2 华南地区少儿艺术培训行业市场需求分析 95
 - 8.2.1 广东省少儿艺术培训行业市场需求分析 95
 - 1、行业消费环境分析 95
 - 2、少儿人口情况分析 96

- 3、少儿艺术培训行业需求分析 98
- 8.2.2 广西少儿艺术培训行业市场需求分析 99
 - 1、行业消费环境分析 99
 - 2、少儿人口情况分析 100
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 101
- 8.2.3 海南省少儿艺术培训行业市场需求分析 102
 - 1、行业消费环境分析 102
 - 2、少儿人口情况分析 102
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 103
- 8.3 华东地区少儿艺术培训行业市场需求分析 104
 - 8.3.1 上海市少儿艺术培训行业市场需求分析 104
 - 1、行业消费环境分析 104
 - 2、少儿人口情况分析 105
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 106
 - 8.3.2 江苏省少儿艺术培训行业市场需求分析 106
 - 1、行业消费环境分析 106
 - 2、少儿人口情况分析 106
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 107
 - 8.3.3 浙江省少儿艺术培训行业市场需求分析 107
 - 1、行业消费环境分析 107
 - 2、少儿人口情况分析 109
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 110
 - 8.3.4 山东省少儿艺术培训行业市场需求分析 111
 - 1、行业消费环境分析 111
 - 2、少儿人口情况分析 112
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 112
 - 8.3.5 福建省少儿艺术培训行业市场需求分析 112
 - 1、行业消费环境分析 112
 - 2、少儿人口情况分析 114
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 115
 - 8.3.6 江西省少儿艺术培训行业市场需求分析 116
 - 1、行业消费环境分析 116

- 2、少儿人口情况分析 117
- 3、少儿艺术培训行业需求分析 118
- 8.3.7 安徽省少儿艺术培训行业市场需求分析 119
 - 1、行业消费环境分析 119
 - 2、少儿人口情况分析 120
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 121
- 8.4 华中地区少儿艺术培训行业市场需求分析 121
 - 8.4.1 湖南省少儿艺术培训行业市场需求分析 121
 - 1、行业消费环境分析 121
 - 2、少儿人口情况分析 123
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 124
 - 8.4.2 湖北省少儿艺术培训行业市场需求分析 124
 - 1、行业消费环境分析 124
 - 2、少儿人口情况分析 124
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 125
 - 8.4.3 河南省少儿艺术培训行业市场需求分析 125
 - 1、行业消费环境分析 125
 - 2、少儿人口情况分析 126
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 127
- 8.5 西北地区少儿艺术培训行业市场需求分析 128
 - 8.5.1 陕西省少儿艺术培训行业市场需求分析 128
 - 1、行业消费环境分析 128
 - 2、少儿人口情况分析 129
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 130
 - 8.5.2 甘肃省少儿艺术培训行业市场需求分析 131
 - 1、行业消费环境分析 131
 - 2、少儿人口情况分析 132
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 133
 - 8.5.3 宁夏少儿艺术培训行业市场需求分析 133
 - 1、行业消费环境分析 133
 - 2、少儿人口情况分析 134
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 135

- 8.5.4 新疆少儿艺术培训行业市场需求分析 135
 - 1、行业消费环境分析 135
 - 2、少儿人口情况分析 136
 - 3、新疆乌鲁木齐市艺术培训市场评估情况 137
 - 4、少儿艺术培训行业需求分析 138
- 8.6 西南地区少儿艺术培训行业市场需求分析 138
 - 8.6.1 重庆市少儿艺术培训行业市场需求分析 138
 - 1、行业消费环境分析 138
 - 2、少儿人口情况分析 140
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 141
 - 8.6.2 四川省少儿艺术培训行业市场需求分析 141
 - 1、行业消费环境分析 141
 - 2、少儿人口情况分析 142
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 144
 - 8.6.3 贵州省少儿艺术培训行业市场需求分析 144
 - 1、行业消费环境分析 144
 - 2、少儿人口情况分析 146
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 147
 - 8.6.4 云南省少儿艺术培训行业市场需求分析 147
 - 1、行业消费环境分析 147
 - 2、少儿人口情况分析 149
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 150
- 8.7 东北地区少儿艺术培训行业市场需求分析 150
 - 8.7.1 黑龙江省少儿艺术培训行业市场需求分析 150
 - 1、行业消费环境分析 150
 - 2、少儿人口情况分析 151
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 151
 - 8.7.2 吉林省少儿艺术培训行业市场需求分析 152
 - 1、行业消费环境分析 152
 - 2、少儿人口情况分析 153
 - 3、少儿艺术培训行业需求分析 155
 - 8.7.3 辽宁省少儿艺术培训行业市场需求分析 155

- 1、行业消费环境分析 155
- 2、少儿人口情况分析 156
- 3、少儿艺术培训行业需求分析 157

第九章 中国少儿艺术培训行业标杆企业经营分析 158

9.1 精中（上海）管理咨询有限公司经营状况分析 158

9.1.1 企业发展历程分析 158

9.1.2 企业培训课程分析 158

9.1.3 企业教研品牌分析 158

9.1.4 企业经营模式分析 159

9.1.5 企业优劣势分析 159

9.1.6 企业最新动向分析 159

9.2 北京好希望教育科技有限公司经营状况分析 160

9.2.1 企业发展历程分析 160

9.2.2 企业组织结构分析 160

9.2.3 企业培训课程分析 160

9.2.4 企业师资力量分析 161

9.2.5 企业经营模式分析 161

9.2.6 企业优劣势分析 161

9.2.7 企业最新发展动向分析 162

9.3 北京寰亚美国际文化传播有限公司经营状况分析 162

9.3.1 企业发展历程分析 162

9.3.2 企业培训课程分析 163

9.3.3 公司教学模式分析 163

9.3.4 企业经营模式分析 163

9.3.5 企业优劣势分析 164

9.3.6 企业最新发展动向分析 164

9.4 北京八八空间舞蹈文化艺术有限公司经营状况分析 164

9.4.1 企业发展历程分析 164

9.4.2 企业培训课程分析 165

9.4.3 企业师资力量分析 166

9.4.4 企业演出策划分析 166

- 9.4.5 企业经营模式分析 167
- 9.4.6 企业优劣势分析 167
- 9.4.7 企业最新动向分析 167
- 9.5 深圳市杨梅红文化发展有限公司经营状况分析 168
 - 9.5.1 企业发展历程分析 168
 - 9.5.2 企业培训课程分析 169
 - 9.5.3 企业师资力量分析 170
 - 9.5.4 企业教育理念分析 170
 - 9.5.5 企业经营模式分析 170
 - 9.5.6 企业优劣势分析 171
 - 9.5.7 企业最新动向分析 171
- 9.6 四川艺乐东方教育科技有限公司经营状况分析 171
 - 9.6.1 企业发展历程分析 171
 - 9.6.2 企业培训课程分析 173
 - 9.6.3 企业经营模式分析 174
 - 9.6.4 企业投资前景分析 175
 - 9.6.5 企业优劣势分析 175
 - 9.6.6 企业最新动向分析 176
- 9.7 深圳七彩果艺术文化有限公司经营状况分析 177
 - 9.7.1 企业发展历程分析 177
 - 9.7.2 企业培训课程分析 178
 - 9.7.3 企业师资力量分析 178
 - 9.7.4 企业经营模式分析 178
 - 9.7.5 企业优劣势分析 179
- 9.8 天津市华夏未来少儿艺术中心经营状况分析 179
 - 9.8.1 企业发展历程分析 179
 - 9.8.2 企业培训课程分析 180
 - 9.8.3 企业授课模式分析 180
 - 9.8.4 企业经营模式分析 181
 - 9.8.5 企业优劣势分析 181
- 9.9 上海秦汉胡同教育培训有限公司经营状况分析 182
 - 9.9.1 学校发展历程分析 182

- 9.9.2 学校培训课程分析 182
- 9.9.3 学校师资力量分析 186
- 9.9.4 学校经营模式分析 187
- 9.9.5 学校优劣势分析 187
- 9.10 上海好莱坞音乐进修学校经营状况分析 188
 - 9.10.1 学校发展历程分析 188
 - 9.10.2 学校主要课程分析 188
 - 9.10.3 学校师资力量分析 189
 - 9.10.4 学校经营模式分析 189
 - 9.10.5 学校优劣势分析 189
- 9.11 河南电视台少儿艺术团经营状况分析 190
 - 9.11.1 艺术团发展历程分析 190
 - 9.11.2 艺术团培训课程分析 191
 - 9.11.3 艺术团师资力量分析 192
 - 9.11.4 艺术团品牌塑造分析 192
 - 9.11.5 艺术团校区分布分析 192
 - 9.11.6 艺术团优劣势分析 192
- 9.12 望子成龙学校少儿艺术培训中心经营状况分析 193
 - 9.12.1 学校发展历程分析 193
 - 9.12.2 学校培训课程分析 196
 - 9.12.3 学校师资力量分析 197
 - 9.12.4 学校校区分布分析 198
 - 9.12.5 企业优劣势分析 200
- 9.13 苏州新虹艺教育科技有限公司经营状况分析 201
 - 9.13.1 企业发展历程分析 201
 - 9.13.2 企业培训课程分析 201
 - 9.13.3 企业师资力量分析 203
 - 9.13.4 企业授课模式分析 204
 - 9.13.5 企业经营模式分析 204
 - 9.13.6 企业教学基地分布分析 204
 - 9.13.7 企业优劣势分析 204
 - 9.13.8 企业最新动向分析 205

- 9.14 合肥星缔文化艺术咨询有限公司经营状况分析 205
 - 9.14.1 企业发展历程分析 205
 - 9.14.2 企业培训课程分析 205
 - 9.14.3 企业师资力量分析 206
 - 9.14.4 企业分校区分析 206
 - 9.14.5 企业经营模式分析 208
 - 9.14.6 企业优劣势分析 208
 - 9.14.7 企业最新动向分析 208
- 9.15 北京东方童文化艺术有限公司经营状况分析 208
 - 9.15.1 企业发展历程分析 208
 - 9.15.2 企业培训课程分析 209
 - 9.15.3 企业师资力量分析 209
 - 9.15.4 企业授课模式分析 210
 - 9.15.5 企业经营模式分析 212
 - 9.15.6 企业优劣势分析 214
- 9.16 南京艺之行文化艺术有限公司经营状况分析 216
 - 9.16.1 企业发展历程分析 216
 - 9.16.2 企业培训课程分析 217
 - 9.16.3 企业师资力量分析 217
 - 9.16.4 企业硬件设施分析 217
 - 9.16.5 企业授课模式分析 218
 - 9.16.6 企业经营模式分析 219
 - 9.16.7 企业优劣势分析 219
- 9.17 小甲虫少儿艺术团经营状况分析 220
 - 9.17.1 企业发展历程分析 220
 - 9.17.2 企业培训课程分析 220
 - 9.17.3 企业师资力量分析 221
 - 9.17.4 企业经营模式分析 222
 - 9.17.5 企业优劣势分析 222
- 9.18 厦门市音之舞教育咨询有限公司经营状况分析 222
 - 9.18.1 企业发展历程分析 222
 - 9.18.2 企业培训课程分析 223

- 9.18.3 企业师资力量分析 223
- 9.18.4 企业经营模式分析 223
- 9.18.5 企业优劣势分析 223
- 9.18.6 企业最新动向分析 223
- 9.19 上海黄浦区东方童画青少儿艺术培训学校经营状况分析 224
 - 9.19.1 企业发展历程分析 224
 - 9.19.2 企业培训课程分析 224
 - 9.19.3 企业授课模式分析 227
 - 9.19.4 企业经营模式分析 227
 - 9.19.5 企业优劣势分析 228
 - 9.19.6 企业最新动向分析 229
- 9.20 深圳市百变潜力文化传播有限公司经营状况分析 229
 - 9.20.1 企业发展历程分析 229
 - 9.20.2 企业办学理念分析 230
 - 9.20.3 企业培训课程分析 230
 - 9.20.4 企业经营模式分析 231
 - 9.20.5 企业优劣势分析 231
 - 9.20.6 企业最新动向分析 231

第十章 中国少儿艺术培训市场趋势调查与投资规划建议规划 232

- 10.1 少儿艺术培训行业投资特性分析 232
 - 10.1.1 少儿艺术培训行业进入壁垒分析 232
 - 1、资金壁垒 232
 - 2、教师资源壁垒 232
 - 3、生源招收能力 232
 - 4、品牌壁垒 232
 - 10.1.2 少儿艺术培训行业投资前景分析 233
 - 1、市场竞争风险 233
 - 2、经营风险 233
 - 3、政策风险分析 233
 - 4、其他风险分析 234
 - 10.1.3 教育培训行业盈利模式分析 234

10.2 少儿艺术培训行业投资规划建议规划 234

10.2.1 少儿艺术培训行业投资潜力分析 234

- 1、教育培训市场规模大 234
- 2、少儿艺术培训市场尚未成熟 235
- 3、未来行业投资兼并整合趋势加强 235
- 4、国外教育理念的引进 235
- 5、区域潜力 235

10.2.2 少儿艺术培训企业战略布局建议 235

- 1、少儿音乐和少儿舞蹈仍将是主要市场 235
- 2、少儿美术市场容量大 236
- 3、国学艺术教育兴起 236
- 4、少儿艺术游学亟待规范 236
- 5、少儿体验实践深受欢迎 236

10.2.3 少儿艺术培训行业投资重点建议 237

- 1、少儿艺术品牌投资 237
- 2、农村少儿艺术培训连锁或加盟投资 237
- 3、少儿艺术培训新兴领域投资 237

图表目录：

图表：2010-2016年教育培训行业市场规模 6

图表：2016年教育培训市场格局 6

图表：教育培训机构分类 7

图表：2011-2016年全球教育培训行业市场规模 10

图表：2016年全球教育培训市场区域分布 10

图表：家庭教育投入情况 11

图表：培训机构省份/地区分布图 12

图表：西南地区教育机构分布 12

图表：2017-2022年教育培训行业市场规模预测 13

图表：2011-2016年国内生产总值及其增长速度 25

图表：2008-2016年全国财政收入 26

图表：2011-2016年全社会固定资产投资 27

图表：2016年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比 27

图表：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 28

图表：2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力 28

图表：2011-2016年全国居民人均可支配收入 29

图表：2016年全国居民人均消费支出及其构成 29

图表：少儿艺术培训行业发展政策及法律法规 30

图表：少儿艺术培训行业自律环境分析 31

图表：2016年中国人口数及其构成 36

图表：中国各地区人口结构情况分析 37

图表：家庭教育消费概况 38

图表：2013-2016年少儿艺术培训市场规模 38

图表：2003-2016年我国少儿人口数量及占全国人口比重分析：万人 40

图表：2013-2016年少儿音乐培训市场规模分析 44

图表：2013-2016年少儿舞蹈培训市场规模分析 47

图表：2013-2016年少儿美术培训市场规模分析 51

图表：2013-2016年少儿体验实践培训市场规模分析 54

图表：爱艺网栏目分析 58

图表：居民消费价格涨跌幅度 82

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/383827T7QO.html>