

中国K12家教辅导行业市场发展分析及发展趋势预测与投资风险分析报告(2024-2029版)

报告简介

K12，是kindergarten through twelfth grade的简写，即从幼儿园(Kindergarten，通常5-6岁)到十二年级(grade 12，通常17-18岁)，这两个年纪是主要被北美国家及澳大利亚采用，此外也可用作对基础教育阶段的通称，类似于我国现阶段义务教育的通称。K12 学生数存量较大，短期增量较小，对 K12 课外培训市场空间增加影响不大。由于计划生育政策的实施推广，我国 K12 小学阶段和初中阶段学生数呈现缓慢下滑的趋势，而随着义务教育的不断普及，高中阶段学生数呈现稳中有升态势，但总体学生规模变化不大，对 K12 课外培训行业规模增长的影响较小。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国K12家教辅导市场进行了分析研究。报告在总结中国K12家教辅导行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国K12家教辅导行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为K12家教辅导企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 k12家教辅导相关概述

第一节 k12家教辅导概述

一、k12家教辅导分类

二、k12家教辅导行业发展历程

第二节 k12家教辅导行业价值链分析

第三节 k12家教辅导市场背景分析

一、家教辅导是传统课堂教学资源的有效补充

二、家教辅导市场空间大，赢在起点

三、家教辅导项目及课程特色化

第二章 中国k12家教辅导产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况gdp(季度更新)

二、消费价格指数cpi、ppi(按月度更新)

三、全国居民收入情况(季度更新)

四、恩格尔系数(年度更新)

五、工业发展形势(季度更新)

第二节 中国k12家教辅导政策环境分析

一、教育政策回顾

二、教育政策的取向演变

三、教育政策实施中存在的失效问题

四、“新助学政策”为教育发展助力

五、中国家教辅导监管处理空白

第三节 中国k12家教辅导行社会环境分析

一、中国的教育体制

二、中国人口规模及结构分析

三、中国人口学历现状

第四节 近几年中国高校毕业人数与就业形势分析

一、2019-2023年中国高校毕业人数与就业状况

二、中国高校毕业人数与就业状况

三、中国就业计划指标情况

四、中国就业完成计划指标的政策措施

五、2019-2023年中国高校毕业人数与就业状况

六、中国高校毕业人数与就业状况

第三章 中国k12家教辅导产业整体运行态势分析

第一节 中国k12家教辅导产业运行总况

一、中国k12家教辅导行业发展阶段

二、中国k12家教辅导行业竞争类型

三、中国k12家教辅导行业优劣势分析和风险分析

四、中学教师做家教月入过万

第二节 中国k12家教辅导亮点分析

一、品牌、规模与运营模式

二、风投加速企业扩张

三、提升企业整体素质

第三节 中国k12家教辅导行业市场动态分析

一、k12家教辅导市场开拓价值巨大

二、传统教育模式不能满足所有学生的学习需求

三、充分利用网络构建教育信息平台

四、整合学校、家长、校外家教辅导机构“三位一体”教学资源

五、二三线城市市场需求旺盛

第四节 中国“网络家教”模式的特点和优势分析

一、价格优势

二、服务优势

三、学习机制优势

第四章 中国k12家教辅导细分教育——基础教育（学前、小学）

第一节 中国基础教育概述

一、基础教育的总体规模

二、基础教育的普及水平

三、民办基础教育规模分析

第二节 中国基础教育辅导市场动态分析

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

第三节 中国基础教育辅导市场存在的问题

第五章 中国K12家教辅导细分教育——初高中

第一节 中国初高中生教育现状

一、初高中生文化课教育情况

二、中国应试教育下初高中生备战名校

第二节 中国初高中家教辅导动态分析

一、文化课补习类—专业知识+心理健康

二、外语培训类—强化口语，贴近奥运

三、特长拓展类—兴趣+专业

第三节 中国初高中生家教辅导市场问题分析

一、师资情况

二、授课内容

第六章 中国K12在线家教辅导市场动态分析

第一节 中国K12在线辅导市场运行总况

一、尚停留在将传统教育资源照搬到网络上的阶段

二、中国“校园网”的全面建设促使K12在线辅导市场规模增长

三、中国网络教育用户规模逐年增长，市场消费需求旺盛

四、在线培训的人文交互性并没有完全发挥

第二节 中国K12在线辅导市场供需分析

一、线上线下相结合的混合式教育得到更多消费者的青睐

二、课件资源、技术支持平台成为在线培训发展的最大障碍

三、中国K12在线辅导行业整体处于发展的低潮期

第三节 中国k12在线辅导三大矛盾及策略分析

- 一、长线资金投入与短期盈利之间的矛盾
- 二、引入有资金实力和战略眼光的商家，以保证内部建设的完整与系统性
- 三、多纲多本的新课标与建立普遍适用的综合性平台的矛盾
- 四、就不同的大纲依托教学经验制作相应的教育教学资源
- 五、局部区域竞争过热与广大地区乏人问津的矛盾
- 六、扭转优势教育资源区域不平衡，扩展用户基数最大化地拓展市场

第七章 中国k12家教辅导市场消费者调研

第一节 受访者基本情况分析

- 一、年龄分布
- 二、职业及月收入情况
- 三、为孩子请家教育目的

第二节 中国家教辅导市场消费者行为调研

- 一、消费者辅导机构的认知途径分析
- 二、消费者需求分析
- 三、家教辅导班授课规模
- 四、家教辅导课时收费情况
- 五、消费者对家教育满意度调研

第三节 中国k12家教辅导市场消费者甄选辅导机构因素分析

第八章 中国k12家教辅导市场投融资与并购特征及趋势分析

第一节 中国教育培训产业投融资与并购状况分析

- 一、投资政策解读
- 二、投资规模分析
- 三、投资特点分析

四、投资领域分析

五、投资项目及回报分析

六、投资趋势分析

第二节 中国k12家教辅导市场投融资与并购状况分析

一、投资规模分析

二、投资特点分析

三、投资方式及渠道分析

四、投资趋势分析

第九章 中国k12家教辅导行业市场竞争状况分析

第一节 中国k12家教辅导行业竞争格局现状分析

一、将有更多的机构进入k12家教辅导行业

二、商业模式和专业团队至关重要

三、“因材施教”尤为关键

第二节 中国k12家教辅导行业市场竞争模式分析

一、师资竞争

二、价格竞争

三、品牌竞争

四、教学模式竞争

第十章 中国k12家教辅导细分区域市场发展状况分析

第一节 中国东北地区k12家教辅导市场运行分析

一、市场规模分析

二、竞争格局分析

三、发展趋势分析

四、区域标杆企业

第二节 中国华北地区k12家教辅导市场运行分析

第三节 中国华东地区k12家教辅导市场运行分析

第四节 中国华中地区k12家教辅导市场运行分析

第五节 中国华南地区k12家教辅导市场运行分析

第六节 中国西南地区k12家教辅导市场运行分析

第七节 中国西北地区k12家教辅导市场运行分析

第八节 中国k12家教辅导行业市场运行分析

第十一章 中国k12家教辅导行业主体企业综合竞争力分析

第一节 巨人教育集团

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第二节 学大教育

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第三节 k12中国中小学教育教学网

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第四节 北京精华学校

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第五节 北京新干线学校

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第六节 志鸿教育网

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第七节 北京四中网校

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第八节 金钥匙教育中心

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第九节 新贝青少儿教育

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第十节 广州卓越教育

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、教学内容分析

五、师资力量分析

六、市场策略分析

第十二章 2019-2023年k12家教辅导行业发展趋势分析

第一节 当前k12家教辅导存在的问题

第二节 k12家教辅导未来发展预测分析

一、中国k12家教辅导发展方向分析

二、2019-2023年中国k12家教辅导行业发展规模

三、2019-2023年中国k12家教辅导行业发展趋势预测

第十三章 2024-2029年中国k12家教辅导行业投资风险预警

第一节 k12家教辅导风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 k12家教辅导行业发展中存在的问题

第三节 针对k12家教辅导不同企业的投资建议

一、k12家教辅导总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 k12家教辅导投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十四章 2024-2029年k12家教辅导行业投资前景预测分析

第一节 2024-2029年k12家教辅导市场发展前景

一、2024-2029年k12家教辅导市场发展潜力

二、2024-2029年k12家教辅导市场前景展望

三、2024-2029年k12家教辅导细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年k12家教辅导市场发展趋势预测

一、2024-2029年k12家教辅导行业发展趋势

二、2024-2029年k12家教辅导市场规模预测

三、2024-2029年k12家教辅导行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国k12家教辅导行业供需预测

一、2024-2029年中国k12家教辅导行业供给预测

二、2024-2029年中国k12家教辅导行业需求预测

三、2024-2029年中国k12家教辅导供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 k12家教辅导行业投资战略研究

第一节 k12家教辅导行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国k12家教辅导品牌的战略思考

一、k12家教辅导品牌的重要性

二、k12家教辅导实施品牌战略的意义

三、k12家教辅导企业品牌的现状分析

四、我国k12家教辅导企业的品牌战略

五、k12家教辅导品牌战略管理的策略

第三节 k12家教辅导经营策略分析

一、k12家教辅导市场细分策略

二、k12家教辅导市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、k12家教辅导新产品差异化战略

第四节 k12家教辅导行业投资战略研究

一、2022年k12家教辅导行业投资战略

二、2024-2029年k12家教辅导行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

图表目录

图表：2019-2023年国内生产总值分产业分析

图表：2019-2023年全国居民消费价格

图表：2019-2023年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2019-2023年居民消费价格主要数据

图表：固定资产投资(不含农户)同比增速

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)主要数据

图表：规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2019-2023年规模以上工业生产主要数据

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210302/202175.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)