

2017-2022年中国学前教育 市场现状分析及投资前景研究报告

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年中国学前教育市场现状分析及投资前景研究报告》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/Z75104OF45.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】2017-09-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国学前教育市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了学前教育行业相关概述、中国学前教育产业运行环境、分析了中国学前教育行业的现状、中国学前教育行业竞争格局、对中国学前教育行业做了重点企业经营状况分析及中国学前教育产业发展前景与投资预测。您若想对学前教育产业有个系统的了解或者想投资学前教育行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分 产业环境透视 1

第一章 学前教育行业定义与发展综述 1

第一节 学前教育行业概述 1

一、行业定义与研究范围界定 1

学前教育是指孩子在0-6岁这个阶段，根据孩子生理和心理发展的特点以及敏感期的发展特征，而进行有针对性的指导和教育，为孩子多元智能和健康人格的培养打下良好的基础。学前教育起源于欧美，尽管我国学前教育行业起步较晚，但发展很快。因此学前教育也常被称为幼儿教育或早期教育。

从许多研究发现，学前的儿童，特别是5岁以前，是人类发展阶段中的关键期。这个时期的孩子好奇心强，凡事喜欢打破砂锅问到底，求知欲浓厚，对许多事物都特别敏感。如果父母能把握机会，给予符合年龄特点的教育，就能促进他的智能发展，奠定良好的学习基础。

二、学前教育的主要内容 1

三、学前教育的基本性质 3

四、学前教育发展阶段 6

五、学前教育发展意义 9

第二节 学前教育理念分析 9

第三节 行业政策环境分析 11

一、行业管理体制 11

二、行业发展规划 11

三、行业政策与法律法规 87

四、行业政策发展趋势 89

第四节 行业经济环境分析 91

一、GDP运行情况 91

二、财政收入分析 93

三、居民收入分析	94
第五节 行业社会环境分析	95
一、中国人口结构分析	95
1、中国人口规模	95
2、中国人口年龄结构	96
二、教育行业发展现状	98
三、国民教育支出水平	101
第二章 国际学前教育行业发展分析	103
第一节 国际学前教育行业发展状况	103
一、国际学前教育行业总体情况	103
二、国际学前教育投资策略	103
三、国际学前教育发展特点	109
四、国际学前教育发展对我国的启示	113
第二节 各国学前教育行业发展分析	117
一、美国学前教育发展分析	117
1、美国学前教育制度概况	117
2、美国学前教育机构的种类	121
3、美国学前教育的教学形式	122
4、美国学前教育立法保障	123
5、美国学前教育投资主体	126
6、美国学前教育课程设置	128
7、美国幼小衔接经验	129
二、法国学前教育行业发展分析	132
1、法国学前教育发展概况	132
2、法国学前教育的目标	136
3、法国学前教育性质与经费承担情况	137
4、法国幼儿园的职能及课程设置	137
5、法国幼儿教师的定位与培训	138
6、法国学前教育的法律保障	138
7、法国幼小衔接经验	139
三、德国学前教育发展分析	141
1、德国学前教育发展概况	141

2、德国学前教育的目标	142
3、德国学前教育立法保障	142
4、德国学前教育机构模式	146
5、德国学前教育课程设置	147
6、德国幼小衔接经验	149
四、日本学前教育发展分析	149
1、日本学前教育发展概况	149
2、日本学前教育的目标	152
3、日本学前教育形式	154
4、日本幼儿园学制	155
5、日本学前教育环境与设施设备	155
6、日本幼小衔接经验	156
五、新西兰学前教育发展分析	159
1、新西兰学前教育发展概况	159
2、新西兰学前教育的目标	160
3、新西兰学前教育机构模式	160
4、新西兰学前教育课程设置	161
5、新西兰学前教育师资培训	162
6、新西兰幼小衔接经验	162
六、澳大利亚学前教育发展分析	163
1、澳大利亚学前教育发展概况	163
2、澳大利亚学前教育的目标	164
3、澳大利亚学前教育机构模式	165
4、澳大利亚学前教育课程设置	165
5、澳大利亚幼儿教育质量保障体系	166
6、澳大利亚幼小衔接经验	167
第二部分 行业深度分析	172
第三章 中国学前教育行业发展分析	172
第一节 中国学前教育行业发展状况	172
一、中国学前教育行业发展总体概况	172
二、中国学前教育行业发展动因分析	206
三、中国学前教育办学模式分析	208

1、教育部门办模式 208

2、民办模式 208

3、集体办模式 209

4、其他部门办模式 209

四、学前教育发展中外对比 209

1、入园率对比 209

2、学前教育经费对比 209

3、学前教育师资对比 210

第二节 中国学前教育发展规模 211

一、学前教育学校数统计 211

二、我国学前班班数统计 212

三、学前教育师资力量 214

四、学前教育基础设施建设 220

国家统计局发布的《2015年国民经济和社会发展统计公报》显示，全年研究生教育招生64.5万人，在学研究生191.1万人，毕业生55.2万人。普通本专科招生737.8万人，在校生2625.3万人，毕业生680.9万人。中等职业教育招生601.2万人，在校生1656.7万人，毕业生567.9万人。普通高中招生796.6万人，在校生2374.4万人，毕业生797.6万人。初中招生1411.0万人，在校生4312.0万人，毕业生1417.6万人。普通小学招生1729.0万人，在校生9692.2万人，毕业生1437.2万人。特殊教育招生8.3万人，在校生44.2万人，毕业生5.3万人。学前教育在园幼儿4264.8万人。九年义务教育巩固率为93.0%，高中阶段毛入学率为87.0%。2007-2015年我国幼儿园在园幼儿数量走势图

资料来源：国家统计局、教育部

五、幼儿园在园人数统计 222

六、学前教育入学率 223

七、学前教育分年龄学生数 224

第三节 中国学前教育行业经营模式分析 226

一、中国学前教育行业主要经营模式 226

1、连锁加盟模式 226

2、幼儿园与亲子园兼营模式 227

3、婴幼儿社区保健早教中心模式 227

二、经营模式的比较 227

第四节 中国学前教育行业竞争分析 229

一、学前教育竞争的形式	229
二、学前教育市场品牌竞争现状	229
三、文化差异导致国外学前教育品牌难以本土化	230
第五节 学前教育师资力量分析	231
一、学前教育师资的规模现状	231
1、学前教育师资的城乡分布	231
2、学前教育师资的性别结构	232
3、学前教育师资的学历层次	232
4、学前教育师资的专业化程度	233
二、学前教育师资需求分析	234
三、学前教育师资培养现状	235
第六节 早教培训机构消费市场运营状况分析	242
一、早教培训市场调研	242
二、早教机构信誉度市场运营状况分析	248
1、早教机构品牌情况	248
2、早教机构信誉度影响因素	249
三、培训机构信誉度市场运营状况分析	256
1、培训机构品牌占有率	256
2、培训机构信誉度影响因素	257
四、早期教育的消费行为偏好	260
五、选择早教培训机构的考虑因素	263
六、选择参加的培训课程	266
七、获取育儿知识的渠道	269
第四章 学前教育行业重点区域发展分析	271
第一节 我国重点区域学前教育教育经费收支分析	271
一、幼儿教育经费支出分析	271
二、幼儿教育经费收入分析	272
第二节 北京市学前教育发展分析	275
一、北京市学前教育发展环境因素	275
1、经济发展	275
2、居民收入	276
3、人口结构	277

4、居民消费	279
二、北京市学前教育发展现状	280
三、北京市学前教育竞争格局	283
四、北京市幼儿园收费情况	287
五、北京市幼儿园缺口预计	289
六、北京市学前教育发展规划	290
第三节 上海市学前教育发展分析	295
一、上海市学前教育发展环境因素	295
1、经济发展	295
2、居民收入	296
3、人口结构	297
4、居民消费	298
二、上海市学前教育发展现状	300
三、上海市幼儿园收费情况	301
四、上海市幼儿园缺口预计	302
第四节 广东省学前教育发展分析	303
一、广东省学前教育发展环境因素	303
1、经济发展	303
2、居民收入	304
3、人口结构	305
4、居民消费	305
二、广东省学前教育发展现状	306
三、广东省学前教育竞争格局	307
四、广东省幼儿园收费情况	308
五、广东省学前教育发展规划	311
第五节 浙江省学前教育发展分析	319
一、浙江省学前教育发展环境因素	319
1、经济发展	319
2、居民收入	320
3、人口结构	321
4、居民消费	322
二、浙江省学前教育发展现状	323

三、浙江省学前教育竞争格局	325
第六节 江苏省学前教育发展分析	330
一、江苏省学前教育发展环境因素	330
1、经济发展	330
2、居民收入	331
3、人口结构	332
4、居民消费	332
二、江苏省学前教育竞争格局	333
三、江苏省幼儿园缺口预计	334
四、江苏省学前教育发展规划	334
第七节 福建省学前教育发展分析	341
一、福建省学前教育发展环境因素	341
二、福建省学前教育经费收支	345
三、福建省学前教育发展现状	345
四、福建省学前教育竞争格局	346
五、福建省幼儿园收费情况	347
六、福建省幼儿园缺口预计	347
七、福建省学前教育发展规划	348
第八节 山东省学前教育发展分析	353
一、山东省学前教育发展环境因素	353
二、山东省学前教育经费收支	358
三、山东省学前教育发展现状	359
四、山东省学前教育竞争格局	360
五、山东省幼儿园缺口预计	361
六、山东省学前教育发展规划	361
第九节 四川省学前教育发展分析	369
一、四川省学前教育发展环境因素	369
二、四川省学前教育经费收支	372
三、四川省学前教育发展现状	373
四、四川省学前教育竞争格局	375
五、四川省幼儿园收费情况	375
六、四川省学前教育发展规划	376

第十节 云南省学前教育发展分析	380
一、云南省学前教育发展环境因素	380
二、云南省学前教育经费收支	383
三、云南省学前教育发展现状	384
四、云南省幼儿园收费情况	384
五、云南省幼儿园缺口预计	385
六、云南省学前教育发展规划	385
第十一节 辽宁省学前教育发展分析	387
一、辽宁省学前教育发展环境因素	387
二、辽宁省学前教育经费收支	388
三、辽宁省学前教育发展现状	389
四、辽宁省幼儿园收费情况	389
五、辽宁省幼儿园缺口预计	390
六、辽宁省学前教育发展规划	390
第五章 中国民办学前教育发展分析	399
第一节 中国民办学前教育发展分析	399
一、中国民办学前教育发展概况	399
二、民办学前教育在学前教育中的地位	400
三、民办学前教育机构竞争优势分析	404
第二节 中国民办学前教育发展规模	404
一、民办幼儿园园数及占比	404
二、民办幼儿园在园人数及占比	406
第三节 中国民办学前教育发展瓶颈及策略	407
一、我国民办教育发展瓶颈	407
二、中国民办学前教育投资策略	409
第四节 中国民办学前教育发展趋势与前景	410
一、中国民办学前教育发展趋势	410
二、中国民办学前教育趋势预测	411
第三部分 行业竞争分析	412
第六章 中国学前教育行业重点企业分析	412
第一节 我国学前教育行业企业总体竞争状况分析	412
一、中国学前教育行业竞争格局综述	412

- 1、学前教育行业竞争概况 412
- 2、中国学前教育行业竞争分析 413
- 3、中国学前教育特征分析 414
- 2、规模大，增速快 415
- 3、供给弱 415
- 4、格局乱 416
- 5、资本热 416
- 6、政策谜 416
- 7、模式多 417
- 二、学前教育行业竞争格局分析 420
- 1、国内外学前教育竞争分析 420
- 2、我国学前教育市场竞争分析 421
- 3、我国学前教育市场集中度分析 422
- 4、国内主要学前教育企业动向 423
- 三、学前教育市场竞争策略分析 424
- 1、看大势，认清行业主要矛盾 424
- 2、回归教育本质，唯有特色可持续发展 425
- 3、深耕区域市场短期内仍将是主流，未来会出现大平台机构 426
- 第二节 我国学前教育行业重点企业经营分析 427
- 一、北京红黄蓝儿童教育科技有限公司 427
- 1、企业发展简况分析 427
- 2、企业经营情况分析 427
- 3、企业运作模式分析 428
- 4、企业课程体系分析 429
- 5、企业教育网点布局 431
- 6、企业师资力量分析 431
- 7、企业经营状况优劣势分析 431
- 8、企业最新动向分析 432
- 二、山东宝威教育机构 433
- 1、企业发展简况分析 433
- 2、企业经营情况分析 433
- 3、企业运作模式分析 434

4、企业课程体系分析	434
5、企业教育网点布局	436
三、北京金宝国际幼儿园	436
1、企业发展简况分析	436
2、企业经营情况分析	436
3、企业运作模式分析	437
4、企业课程体系分析	437
5、企业教育网点布局	438
6、企业办学模式分析	438
四、上海世纪昂立幼儿园	438
1、企业发展简况分析	438
2、企业经营情况分析	438
3、企业运作模式分析	439
4、企业课程体系分析	439
5、企业教育网点布局	440
6、企业师资力量分析	440
7、企业硬件设施分析	441
五、河南启元教育集团	441
1、企业发展简况分析	441
2、企业经营情况分析	442
3、企业运作模式分析	442
4、企业课程体系分析	442
5、企业师资力量分析	443
6、企业发展优势分析	443
六、大地幼教机构	443
1、企业发展简况分析	443
2、企业经营情况分析	444
3、企业运作模式分析	444
4、企业课程体系分析	445
5、企业师资力量分析	446
6、企业课程模式分析	446
7、企业发展优势分析	446

七、先策教育集团公司	447
1、企业发展简况分析	447
2、企业经营情况分析	447
3、企业课程体系分析	448
4、企业教育网点布局	448
5、企业师资力量分析	448
6、企业发展优势分析	448
八、汇佳教育机构	449
1、企业发展简况分析	449
2、企业经营情况分析	449
3、企业发展优势分析	449
九、伊顿国际教育集团	451
1、企业发展简况分析	451
2、企业经营情况分析	451
3、企业课程体系分析	451
4、企业教育网点布局	454
5、企业教育项目分析	454
6、企业发展优势分析	457
十、金宝贝国际早教中心	457
1、企业发展简况分析	457
2、企业经营情况分析	457
3、企业运作模式分析	457
4、企业课程体系分析	458
5、企业教育网点布局	459
6、企业教育特色分析	459
7、企业发展优势分析	459
十一、北京市东方爱婴咨询有限公司	461
1、企业发展简况分析	461
2、企业经营情况分析	461
3、企业课程体系分析	462
4、企业教育网点布局	467
5、企业发展优势分析	468

十二、天才宝贝早教中心 468

- 1、企业发展简况分析 468
- 2、企业经营情况分析 469
- 3、企业运作模式分析 469
- 4、企业教育网点布局 469
- 5、企业教育特色分析 470

十三、金色摇篮潜能教育机构 471

- 1、企业发展简况分析 471
- 2、企业经营情况分析 473
- 3、企业师资力量分析 474
- 4、企业发展优势分析 475

十四、北京华夏爱婴教育集团 475

- 1、企业发展简况分析 475
- 2、企业经营情况分析 475
- 3、企业运作模式分析 476
- 4、企业课程体系分析 476
- 5、企业教育网点布局 476
- 6、企业师资力量分析 476
- 7、企业教学模式分析 477
- 8、企业发展优势分析 477

十五、上海美邦教育信息咨询有限公司 478

- 1、企业发展简况分析 478
- 2、企业经营情况分析 478
- 3、企业课程体系分析 479
- 4、企业教育网点布局 479
- 5、企业师资力量分析 479
- 6、企业发展优势分析 479

十六、小哈津(中国)幼儿教育连锁机构 480

- 1、企业发展简况分析 480
- 2、企业经营情况分析 481
- 3、企业运作模式分析 481
- 4、企业课程体系分析 482

5、企业教育网点布局 487

6、企业发展优势分析 488

十七、幸福泉儿童发展集团 489

1、企业发展简况分析 489

2、企业经营情况分析 489

3、企业运作模式分析 489

4、企业课程体系分析 490

5、企业教育网点布局 491

6、企业教育特色分析 491

7、企业发展优势分析 491

8、企业2049计划分析 491

十八、杭州笑笑幼教集团 492

1、企业发展简况分析 492

2、企业经营情况分析 493

3、企业课程体系分析 493

4、企业教育网点布局 493

5、企业核心竞争力分析 493

6、企业发展优势分析 494

十九、澳美教育国际连锁机构 494

1、企业发展简况分析 494

2、企业经营情况分析 495

3、企业课程体系分析 495

4、企业师资力量分析 496

5、企业发展优势分析 497

二十、东方剑桥教育集团 498

1、企业发展简况分析 498

2、企业经营情况分析 498

3、企业运作模式分析 498

4、企业课程体系分析 499

5、企业教育网点布局 499

6、企业师资力量分析 499

7、企业发展优势分析 499

二十一、德慧泉全脑潜能开发教育发展中心 500

- 1、企业发展简况分析 500
- 2、企业运作模式分析 500
- 3、企业课程体系分析 501
- 4、企业师资力量分析 503
- 5、企业主要服务分析 504
- 6、企业发展优势分析 504

二十二、神州智慧星国际教育集团 505

- 1、企业发展简况分析 505
- 2、企业经营情况分析 505
- 3、企业课程体系分析 506
- 4、企业发展优势分析 506

二十三、诺亚舟教育控股有限公司 507

- 1、企业发展简况分析 507
- 2、企业经营情况分析 507
- 3、企业教育网点布局 508
- 4、企业教育特色分析 508
- 5、企业发展优势分析 508

二十四、美吉姆国际儿童教育中心 509

- 1、企业发展简况分析 509
- 2、企业经营情况分析 509
- 3、企业课程体系分析 510
- 4、企业发展优势分析 513

二十五、爱乐国际早教中心 514

- 1、企业发展简况分析 514
- 2、企业经营情况分析 514
- 3、企业课程体系分析 514
- 4、企业教育网点布局 518
- 5、企业七大特色分析 519
- 6、企业五大优势分析 520

二十六、北京亿婴天使教育咨询有限公司 521

- 1、企业发展简况分析 521

2、企业经营情况分析	521
3、企业运作模式分析	522
4、企业课程体系分析	522
5、企业师资力量分析	522
6、企业发展优势分析	523
二十七、上海启稚爱婴健康咨询有限公司	524
1、企业发展简况分析	524
2、企业经营情况分析	525
3、企业运作模式分析	525
4、企业课程体系分析	527
5、企业教育网点布局	528
6、企业主要特色分析	529
7、企业发展优势分析	531
二十八、北京红缨时代教育科技有限公司	532
1、企业发展简况分析	532
2、企业经营情况分析	533
3、企业运作模式分析	534
4、企业课程体系分析	534
5、企业师资力量分析	535
6、企业发展优势分析	536
二十九、深圳海丽达国际幼儿教育有限公司	537
1、企业发展简况分析	537
2、企业经营情况分析	537
3、企业运作模式分析	537
4、企业课程体系分析	538
5、企业教育网点布局	538
6、企业师资力量分析	538
7、企业发展优势分析	539
三十、深圳市南方贝贝早期教育咨询有限公司	539
1、企业发展简况分析	539
2、企业经营情况分析	540
3、企业课程体系分析	540

4、企业师资力量分析	545
5、企业“PAP”课程分析	545
6、企业发展优势分析	548
第四部分 投资规划建议分析	550
第七章 2016-2022年学前教育行业前景及趋势	550
第一节 2016-2022年学前教育市场趋势预测	550
一、2016-2022年学前教育市场发展潜力	550
二、2016-2022年学前教育市场发展方向	553
三、2016-2022年学前教育市场趋势预测展望	555
第二节 2016-2022年学前教育市场发展趋势预测	559
一、2016-2022年学前教育市场学校规模预测	559
三、2016-2022年中国学前教育教职工数预测	560
四、2016-2022年中国学前教育学校占地面积预测	561
第三节 中国学前教育发展对策与建议	561
一、坚持政府主导，保证学前教育事业健康发展	561
二、建立和健全学前教育事业发展与质量提高的保障机制	563
三、制定科学合理的收费标准，规范幼儿园的收费	565
四、增加经费总投入量，调整现有财政投入的分配格局	566
五、采取有效措施稳定学前教师队伍，提高师资专业素养	568
第八章 2016-2020年学前教育行业投资价值评估分析	570
第一节 学前教育行业投资特性分析	570
一、学前教育行业进入壁垒分析	570
1、资质条件	570
2、服务场所	571
3、服务人员	572
4、审批机构	572
5、教育收费	574
二、学前教育行业盈利因素分析	577
三、学前教育行业盈利模式分析	577
第二节 2016-2020年学前教育行业发展的影响因素	579
一、有利因素	579
二、不利因素	580

1、制约幼儿教育发展的因素	580
2、制约农村学前教育发展的因素	581
第三节 2016-2020年学前教育行业投资价值评估分析	584
一、行业投资效益分析	584
1、行业活力系数比较及分析	584
2、行业投资收益率比较及分析	584
3、行业投资效益评估	584
二、产业发展的空白点分析	587
三、投资回报率比较高的投资方向	589
四、新进入者应注意的障碍因素	589
第九章 2016-2022年学前教育行业投资机会与风险防范	591
第一节 学前教育行业投资模式分析	591
一、民营资本投资	591
二、上市融资	592
三、品牌幼教机构和房产“联姻”	592
第二节 学前教育行业投融资情况	593
一、行业资金渠道分析	593
二、学前教育行业投资现状分析	593
三、学前教育行业趋势预测分析	595
四、学前教育行业投资前景分析	598
第三节 2016-2022年学前教育行业投资机会	598
一、产业链投资机会	598
二、细分市场投资机会	598
三、重点区域投资机会	599
四、学前教育行业投资机遇	600
第四节 2016-2022年学前教育行业投资前景及防范	601
一、政策风险	601
二、财务风险	602
三、品牌风险	602
四、扩张风险	603
五、其他风险	604
第五节 中国学前教育行业投资建议	605

一、学前教育行业未来发展方向	605
二、学前教育行业主要投资建议	606
三、中国学前教育企业融资分析	607
第十章 2016-2020年学前教育行业面临的困境及对策	611
第一节 2016年学前教育行业面临的困境	611
一、个别教师素质不高	611
二、幼师数量存在缺口	612
三、公办、民办待遇差异大	612
第二节 学前教育企业面临的困境及对策	613
一、重点学前教育企业面临的困境及对策	613
二、中小学前教育企业发展困境及策略分析	615
三、国内学前教育企业的出路分析	618
第三节 中国学前教育行业存在的问题及对策	619
一、中国学前教育行业存在的问题	619
1、对学前教育认识存在偏差	619
2、行业发展缺乏保障	619
3、缺乏有力的政策规范	620
4、教师待遇、培训问题未能很好的解决	620
5、行业科学研究未能收到重视与支持	620
二、学前教育行业发展的建议对策	621
1、把握国家投资的契机	621
2、竞争性战略联盟的实施	621
3、企业自身应对策略	622
三、市场的重点客户战略实施	622
1、政府部门加强对学前教育的重视	622
2、加强学前教育立法工作	623
3、加强对学前教育科学研究	623
4、加强教师队伍建设	623
5、进行幼儿园办园体制改革	624
第四节 中国学前教育市场发展面临的挑战与对策	624
一、中国学前教育市场发展面临的挑战	624
二、中国学前教育市场发展对策分析	625

第十一章 学前教育行业投资前景研究	627
第一节 学前教育行业投资前景研究	627
一、战略综合规划	627
二、技术开发战略	627
三、业务组合战略	630
四、区域战略规划	630
五、产业战略规划	631
六、营销品牌战略	631
七、企业信息化战略规划	633
第二节 对我国学前教育品牌的战略思考	636
一、学前教育品牌的重要性	636
二、学前教育实施品牌战略的意义	637
三、学前教育企业品牌的现状分析	638
四、我国学前教育企业的品牌战略	638
五、学前教育品牌战略管理的策略	639
第三节 学前教育经营策略分析	639
一、学前教育市场细分策略	639
二、学前教育市场创新策略	639
三、品牌定位与品类规划	640
四、学前教育新产品差异化战略	640
第四节 学前教育行业投资规划建议研究	640
一、2016年教育行业投资规划建议	640
二、2016-2020年学前教育行业投资规划建议	641
三、2016-2020年细分行业投资规划建议	642

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z75104OF45.html>