

2024-2030年中国在线少儿 英语培训市场分析与行业调查报告

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

《2024-2030年中国在线少儿英语培训市场分析与行业调查报告》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/057504M99I.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-02-04

【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《2024-2030年中国在线少儿英语培训市场分析与行业调查报告》介绍了在线少儿英语培训行业相关概述、中国在线少儿英语培训产业运行环境、分析了中国在线少儿英语培训行业的现状、中国在线少儿英语培训行业竞争格局、对中国在线少儿英语培训行业做了重点企业经营状况分析及中国在线少儿英语培训产业发展前景与投资预测。您若想对在线少儿英语培训产业有个系统的了解或者想投资在线少儿英语培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。市场规模：中国幼教市场已经成为全球最大的幼教市场之一，市场规模持续扩大。据博思数据发布的《2024-2030年中国幼教市场分析与投资前景研究报告》表明，随着二胎政策的实施和人口老龄化的加剧，预计未来几年中国幼教市场的规模将进一步增长。中国幼教市场规模呈现出稳步增长的态势。这主要得益于国民经济水平的提升、家庭对幼儿教育重视程度的增加以及政府相关政策的支持。服务类型：目前，中国幼教市场主要包括幼儿教育、亲子教育、早教中心等多种形式。其中，幼儿教育占据主导地位，亲子教育和早教中心也逐渐受到家长的青睐。

据博思数据发布的《2024-2030年中国学前教育市场分析与投资前景研究报告》表明，截至2022年，我国幼儿园数量达28.9万所。虽然增速喜人，但随着中国出生人口的下降，幼儿园的生源可能会减少。这可能导致一些幼儿园面临招生困难，甚至可能关闭。并且随着幼儿园数量的增加，市场竞争可能会更加激烈。更进一步要求幼儿园管理方需要提供更好的教育服务、更个性化的课程和更优惠的价格来吸引家长。

年份	幼儿园数量（万所）	增速（%）
2015	22.6	
2016	22.9	1.33
2017	23.5	2.62
2018	24.1	2.55
2019	24.7	2.49
2020	25.3	2.43
2021	25.9	2.37
2022	28.9	11.58

数据来源：教育部、博思数据整理

地域分布：中国幼教市场在城市地区尤为发达，特别是在一线和二线城市。然而，随着农村经济的发展和家长教育观念的转变，农村地区的幼教市场也展现出巨大的潜力。

报告目录：

第1章：中国在线少儿英语培训行业发展概述

1.1 中国在线少儿英语培训行业界定

1.1.1 对“少儿”的界定

1.1.2 对“在线”的界定

1.1.3 在线少儿英语培训行业界定

1.2 中国在线少儿英语培训行业消费背景分析

1.2.1 消费者消费意愿

1.2.2 消费者消费目的

1.2.3 消费者渠道获取

1.2.4 消费者模式偏好

1.2.5 消费者品牌偏好

1.3 中国在线少儿英语培训行业政策背景分析

1.3.1 在线教育行业相关政策汇总及影响分析

1.3.2 中高考改革政策解读及影响分析

1.4 中国在线少儿英语培训行业技术背景分析

1.4.1 AI+大数据技术发展促进行业模式创新

1.4.2 5G技术将进一步推动行业发展

1.5 中国在线少儿英语培训行业社会背景分析

1.5.1 在线教育模式社会认可度逐步提升

1.5.2 80、90后父母对于少儿教育重视程度提升

第2章：中国在线少儿英语培训行业关键成功因素分析

2.1 中国在线少儿英语培训行业关键成功因素梳理

2.2 中国在线少儿英语培训行业关键成功因素解析

2.2.1 教师资源

2.2.2 课程体系

2.2.3 目标群体

（1）获客方式

（2）用户分布

2.2.4 授课模式

（1）1v1授课模式仍占主导地位

（2）大班课、轻课产品迅速崛起

第3章：中国在线少儿英语培训行业发展现状及趋势分析

3.1 中国在线少儿英语培训行业发展历程分析

3.1.1 行业发展历程图

3.1.2 行业发展周期图

3.2 中国在线少儿英语培训行业发展痛点分析

3.2.1 产品同质化严重

3.2.2 行业获客成本较高，如何实现盈利仍是难题

3.2.3 在线英语课程缺乏有效激励机制

3.3 中国在线少儿英语培训行业发展规模分析

3.3.1 在线教育市场发展现状

(1) 在线教育市场增长迅速

(2) K12教育赛道依然是资本市场争夺焦点

3.3.2 在线少儿英语培训行业市场规模分析

(1) 在线少儿英语用户规模分析

(2) 在线少儿英语培训行业市场规模分析

3.4 中国在线少儿英语培训行业发展趋势判断

3.4.1 行业核心资源配置趋势

3.4.2 行业资本市场运作趋势

3.4.3 行业市场需求下沉趋势

第4章：中国在线少儿英语培训行业商业模式分析

4.1 中国在线少儿英语培训行业招生模式分析

4.1.1 媒体广告模式

4.1.2 口碑传播模式

4.1.3 地推模式

4.1.4 主要招生模式转化率对比

4.2 中国在线少儿英语培训行业授课模式解析

4.2.1 对1模式

4.2.2 小班课模式

4.2.3 AI 互动模式

4.2.4 主要授课模式对比分析

4.3 中国在线少儿英语培训行业核心要素分析

4.3.1 师资体系

4.3.2 课程体系

(1) 注重口语能力培养，增加互动课程

(2) 提高教学频率

4.4 中国在线少儿英语培训行业盈利分析

4.4.1 行业成本分析

4.4.2 行业收入来源分析

4.5 中国在线少儿英语培训行业商业模式总结

第5章：中国在线少儿英语培训行业市场竞争分析

5.1 中国在线少儿英语培训行业总体竞争特点分析

5.2 中国在线少儿英语培训行业企业竞争实力分析

5.3 中国在线少儿英语培训行业五力竞争分析

5.3.1 现有企业竞争分析

5.3.2 潜在进入者威胁

5.3.3 替代产品威胁

5.3.4 上游议价能力

5.3.5 下游议价能力

5.3.6 五力竞争综合评价

第6章：中国在线少儿英语培训行业重点企业分析

6.1 VIPKID

6.1.1 企业发展历程

6.1.2 企业融资进度

6.1.3 企业课程体系

6.1.4 企业授课模式

6.1.5 企业定价模式

6.1.6 企业目标人群

6.1.7 企业获客方式

6.1.8 企业经营情况

6.2 叽里呱啦

6.2.1 企业发展历程

6.2.2 企业融资进度

6.2.3 企业课程体系

6.2.4 企业授课模式

6.2.5 企业定价模式

6.2.6 企业目标人群

6.2.7 企业获客方式

6.2.8 企业经营情况

6.3 叮咚课堂

6.3.1 企业发展历程

6.3.2 企业融资进度

6.3.3 企业课程体系

6.3.4 企业授课模式

6.3.5 企业定价模式

6.3.6 企业目标人群

6.3.7 企业获客方式

6.3.8 企业经营情况

6.4 DaDa

6.4.1 企业发展历程

6.4.2 企业融资进度

6.4.3 企业课程体系

6.4.4 企业授课模式

6.4.5 企业定价模式

6.4.6 企业目标人群

6.4.7 企业获客方式

6.4.8 企业经营情况

6.5 爱课

6.5.1 企业发展历程

6.5.2 企业融资进度

6.5.3 企业课程体系

6.5.4 企业授课模式

6.5.5 企业定价模式

6.5.6 企业目标人群

6.5.7 企业获客方式

6.5.8 企业经营情况

6.6 常青藤爸爸少儿英语

6.6.1 企业发展历程

6.6.2 企业融资进度

6.6.3 企业课程体系

6.6.4 企业授课模式

6.6.5 企业定价模式

6.6.6 企业目标人群

6.6.7 企业获客方式

6.6.8 企业经营情况

6.7 GoGoKid

6.7.1 企业发展历程

6.7.2 企业融资进度

6.7.3 企业课程体系

6.7.4 企业授课模式

6.7.5 企业定价模式

6.7.6 企业目标人群

6.7.7 企业获客方式

6.7.8 企业经营情况

6.8 趣趣ABC

6.8.1 企业发展历程

6.8.2 企业融资进度

6.8.3 企业课程体系

6.8.4 企业授课模式

6.8.5 企业定价模式

6.8.6 企业目标人群

6.8.7 企业获客方式

6.8.8 企业经营情况

6.9 阿卡索

6.9.1 企业发展历程

6.9.2 企业融资进度

6.9.3 企业课程体系

6.9.4 企业授课模式

6.9.5 企业定价模式

6.9.6 企业目标人群

6.9.7 企业获客方式

6.9.8 企业经营情况

6.10 久趣英语

6.10.1 企业发展历程

6.10.2 企业融资进度

6.10.3 企业课程体系

6.10.4 企业授课模式

6.10.5 企业定价模式

6.10.6 企业目标人群

6.10.7 企业获客方式

6.10.8 企业经营情况

第7章：中国在线少儿英语培训行业投资机会及策略研究

7.1 中国在线少儿英语培训行业面临机遇与挑战分析

7.1.1 中国在线少儿英语培训行业机遇分析

- (1) 教育思维转变带来的发展机遇
- (2) 政策导向带来的发展机遇
- (3) 互联网教育长足发展带来的机遇
- (4) 资本加持带来的发展机遇
- (5) 突发疫情事件带来的机遇

7.1.2 中国在线少儿英语培训行业面临挑战

- (1) 政策的不确定性
- (2) 评价体系尚待完善
- (3) 市场竞争加剧

7.2 中国在线少儿英语培训行业融资现状分析

7.2.1 行业项目融资金额统计

7.2.2 行业项目融资主要事件

7.3 中国在线少儿英语培训行业投资前景分析

7.3.1 行业投资特性分析

- (1) 在线教育行业迎新一轮“洗牌”
- (2) 行业马太效应日渐凸显
- (3) 线下教育巨头与互联网巨头企业纷纷入局

7.3.2 行业趋势预测分析

7.3.3 行业投资前景判断

- (1) 行业投资价值分析
- (2) 行业投资前景分析

7.4 中国在线少儿英语培训行业投资趋势分析

图表目录

图表1：在线少儿英语培训概念界定

图表2：受访家长愿意在在线英语课程上花费的金额（单位：元）

图表3：各线城市受访家长愿意在在线英语课程上花费的金额（单位：元）

图表4：在线少儿英语消费目的分析

图表5：在线少儿英语消费目的分析

图表6：在线少儿英语消费者获取渠道分析（单位：%）

图表7：在线少儿英语用户教学模式偏好（单位：%）

图表8：家长在线少儿英语品牌偏好（单位：%）

图表9：家长未来可能选择的在线少儿英语品牌偏好（单位：%）

图表10：近年在线教育行业政策汇总

图表11：部分省市高考英语改革内容

图表12：在线少儿英语技术背景分析

图表13：5G技术对在线少儿英语的促进作用

图表14：2021年家长对孩子英语学习方式的选择倾向分析（单位：%）

图表15：2012-2021年全国高等学校预计毕业生人数（单位：万人，%）

图表16：80、90后家长在对待互联网的态度、消费观念、教育观念上的区别

图表17：在线少儿英语培训行业关键成功因素

图表18：在线少儿英语培训机构外教数量与资质

图表19：在线少儿英语培训机构教学体系

图表20：在线少儿英语培训机构课程设置

图表21：K12在线英语用户学习频率（单位：%）

图表22：K12在线英语用户平均学习课程时长（单位：%）

图表23：在线少儿英语培训各类获客模式对比

图表24：青少儿在线英语用户数量分布最多城市及增速最快城市TOP 10

图表25：在线少儿英语主要授课模式代表品牌

图表26：在线青少儿英语各类授课模式市场占比（单位：%）

图表27：在线少儿英语不同授课模式评价对比

图表28：2013-2021年少儿英语搜索指数变化

图表29：在线少儿英语培训行业发展历程

图表30：中国在线少儿英语培训行业所处行业周期

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/057504M99I.html>