

# 2022-2028年中国美术培训 市场深度分析与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国美术培训市场深度分析与战略咨询报告》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/202204/287368.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

2012-2018年我国参加美术联考的人数呈现波动发展态势。但总体而言，参考人数均处于45万人以上，处于较高水平。这对于美术教育行业来讲，是稳定的行业收入来源，并随着国家二胎政策的放开，我国的适龄高考人数将会逐渐提升，行业的需求端将会逐渐增强。我国美术教育市场的用户需求广阔，行业的发展空间较为广阔。

美术高考是我国高考的一种考试方式，普通高中可通过统招高考、中职学生可通过对口高考或统招高考进入高等学校就读美术类专业。美术高考一般由各省市自主进行，考试形式包括联考（又称省级统考）和校考，考试科目包括专业考试和文化课考试。截至2019年6月15日，全国共有高等学校2956所，其中559所都开设了美术类专业，每年招收超50万美术生（艺考生）。这559所院校中，除了教育部批准的29所独立设置的本科艺术院校和15所参照独立设置本科艺术院校招生高校以外，还包括普通高中生熟知的“双一流”高校及其他一本、二本综合型院校。

另外，除艺考生外，部分高校也在年度招生计划总数的1%范围内招收艺术特长生，艺术特长生可报考法学、经济学、工商管理、计算机等普通本科专业，不一定报考美术类专业，但在高中阶段对艺术培训也有较大需求。2016-2019年全国18岁适龄人口趋势2016-2019年全国高考报名人数趋势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国美术培训市场深度分析与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国美术培训行业市场发展环境、美术培训整体运行态势等，接着分析了中国美术培训行业市场运行的现状，然后介绍了美术培训市场竞争格局。随后，报告对美术培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美术培训行业发展趋势与投资预测。您若想对美术培训产业有个系统的了解或者想投资中国美术培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2019年中国美术培训产业运行整体综述

第一节 2019年中国美术培训市场动态分析

第二节 2019年中国美术培训产业现状综述 美术行业的核心痛点是产品同质化与运营流程不标

准。绝大多数的少儿美术培训机构的产品类型一致，创新能力较差，互相模仿；同时，许多小规模美术培训机构私人经营，规模小，运营流程较不规范，难以做到课程完整性和系统性。其次，与大部分的素质教育培训一样，美术行业的问题还包括培训机构专业化、规范化问题，教师和课程设置方面的问题。首先，培训机构缺乏行业规范性，培训机构行业间缺乏交流，同时缺少与学校交流。其次，多数美术培训机构教育理念和培养目标不明确，课程设置不恰当，忽视美术学科的本质，缺少自己特色的校本课程。此外，教师专业化、职业化程度低，流动性大、不稳定等问题也影响美术培训机构的长期稳定发展。美术培训行业痛点 - 美术培训行业痛点 机构 运营流程不标准，培训机构缺乏行业规范性，行业间缺乏交流，同事缺少与学校交流 师资 教师专业化。职业化程度低，流动性大，不稳定 课程设置 产品同质化严重，教育理念和培养目标不明确，课程设置不恰当，忽视美术学科的本质，缺自己特色的校本课程

一、经营方式分析

二、品牌机构渗透情况

三、促销和形象

四、扩张思路比较研究

第三节 2019年中国美术培训产业发展中存在的问题

第四节 2019年全球美术培训发展现状及潜力研究

第二章 2019年中国美术培训行业发展环境深度研究

第一节 2019年中国美术培训行业经济环境剖析

一、国民经济运行情况gdp

二、消费价格指数cpi、ppi

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2019年中国美术培训行业政治环境研究

一、行业相关产业政策探讨

二、政策背后对策战略

第三节 2019年中国美术培训行业社会环境深度研究

第四节 2019年中国美术培训行业技术环境研究

一、网络技术融入

二、教学模式

三、师资力量

四、其它

第三章 2019年中国美术培训行业市场运行状况分析

第一节 2019年中国美术培训行业市场动态分析

一、培训市场目前以中低端培训为主，高端市场培训正在兴起

二、考生纷纷改学艺术

三、其它

第二节 2019年中国美术培训行业供求格局发展现状分析

一、需求

二、区域市场分析

三、服务应配套市场

第三节 2019年中国美术培训行业市场规模分析

第四章 2019年中国美术培训细分市场运行态势研究

第一节 学院式培训/掌握绘画技巧

第二节 淘宝式体验/满足个人兴趣

第三节 自主性学习/放松陶冶情操

第五章 2015-2019年中国美术培训行业重点区域市场调研

第一节 华北地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第二节 东北地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第三节 华东地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第四节 华中地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第五节 华南地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第六节 西南地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第七节 西北地区美术培训市场监测

一、2019年行业发展现状分析

二、2019年市场规模情况分析

三、2022-2028年市场需求情况分析

四、2022-2028年行业发展前景预测

## 第六章 2019年中国美术培训市场消费者需求调研数据

### 第一节 2019年中国美术培训市场消费者需求变量分析

#### 一、人口统计变量分析

#### 二、地理变量分析

#### 三、心理变量分析

#### 四、行为变量分析

### 第二节 2019年中国美术培训市场消费者需求特征分析

#### 一、消费者品牌偏好

#### 二、消费者环境偏好

#### 三、消费者价格偏好

#### 四、消费者师资力量偏好

#### 五、消费者影响因素

### 第三节 未来中国美术培训市场消费者需求趋势预测

## 第七章 2019年中国美术培训行业市场格局评价研究

### 第一节 2019年中国美术培训市场竞争现状评价

#### 一、中国美术培训竞争力市场考察

#### 二、中国美术培训企业并购研究

#### 三、中国美术培训市场竞争程度研究

### 第二节 2019年中国美术培训行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、区域集中度分析

### 第三节 2019年中国美术培训提升竞争力策略研究

## 第八章 中国美术培训行业知名品牌企业综合竞争力考察

### 第一节 北京画时代教育咨询有限公司

### 第二节 央美博艺美术培训中心

### 第三节 邦意教育

### 第四节 北京原创金榜美术培训中心

### 第五节 零壹零画室

### 第六节 清美东方

## 第九章 2022-2028年中国美术培训行业市场供需状况展望

### 第一节 2022-2028年中国培训市场未来前景展望

### 第二节 2022-2028年中国美术培训行业市场规模预测

### 第三节 2022-2028年中国美术培训行业市场盈利预测研究

### 第四节 2022-2028年中国美术培训行业发展潜力预测

## 第十章 2019年中国美术培训市场销售策略与盈利模式研究

### 第一节 2019年中国美术培训市场销售策略探讨研究

### 第二节 2019年中国美术培训市场盈利模式深度调研

### 第三节 2019年中国美术培训市场营销渠道调查

## 第十一章 2019年中国美术培训行业未来发展形势预测

### 第一节 2019年中国美术培训行业特点分析

### 第二节 2019年中国美术培训行业现状综述

### 第三节 2019年中国美术培训行业发展建议及对策

## 第十二章 2022-2028年中国美术培训行业投资潜力与未来前景预测

### 第一节 2022-2028年中国美术培训行业投资价值研究()

### 第二节 2022-2028年中国美术培训行业投资机会分析

### 第三节 2022-2028年中国美术培训行业投资机会与风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、经营风险分析

#### 三、信誉风险分析()

#### 四、其他风险分析

### 第四节投资建议点评

## 图表目录：

图表1 2019年美术培训行业资产现状分析

图表2 2019年美术培训市场规模分析

图表3 2022-2028年美术培训市场需求预测

图表4 2022-2028年美术培训行业利润增长预测



图表5 2019年美术培训行业资产现状分析

图表6 2019年美术培训市场规模分析

图表7 2022-2028年美术培训市场需求预测

图表8 2022-2028年美术培训行业利润增长预测

图表9 2019年美术培训行业资产现状分析

图表10 2019年美术培训市场规模分析

图表11 2022-2028年美术培训市场需求预测

图表12 2022-2028年美术培训行业利润增长预测

图表13 2019年美术培训行业资产现状分析

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/287368.html>