

2016-2022年中国校外数学 培训行业分析及投资规划建议研究报告

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

《2016-2022年中国校外数学培训行业分析及投资规划建议研究报告》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/qtzzh1601/383827MUVO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-04

【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《2016-2022年中国校外数学培训行业分析及投资规划建设研究报告》介绍了校外数学培训行业相关概述、中国校外数学培训产业运行环境、分析了中国校外数学培训行业的现状、中国校外数学培训行业竞争格局、对中国校外数学培训行业做了重点企业经营状况分析及中国校外数学培训产业发展前景与投资预测。您若想对校外数学培训产业有个系统的了解或者想投资校外数学培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录:

第一章 2014-2015年中国数学培训产业发展情况综述 7

第一节 2014-2015年中国数学培训市场发展现状分析 7

一、 2015年中国数学培训市场规模分析 7

二、 中国数学培训市场发展的特点 8

三、 中国数学培训市场的投资主体 8

四、 中国国内数学培训机构师资组成 9

五、 中国国内数学培训机构教学设备投入分析 10

第二节 2014-2015年中国数学培训规模机构对比分析 10

一、 经营方式分析 10

二、 教学模式的对比 10

三、 教学服务的对比 11

四、 市场推广的对比 12

五、 促销和公关的对比 12

六、 扩张思路的比较 13

第三节 2014-2015年中国数学培训产业发展中问题与机遇 13

一、 发展中遇到的问题 13

二、 在问题中飞速发展 13

第二章 2014-2015年中国数学培训行业宏观环境分析 14

第一节 2014-2015年中国宏观经济指标及影响分析 14

一、 2014-2015年中国GDP增长情况分析 14

二、 2014-2015年中国社会消费品零售总额分析 14

三、 2014-2015年中国城乡居民收入与消费分析 15

第二节 2014-2015年中国数学培训行业政策环境分析 15

一、中国培训行业相关政策 15

二、《民办教育促进法实施条例》、《国家教育中长期发展纲要》、《中小学数学课程标准（修订稿）》 16

三、国家整顿教辅出版市场带给数学培训行业的影响 16

第三节 2014-2015年中国数学培训行业社会环境分析 17

一、2015年中国人口规模及结构分析 17

二、2015年城镇家庭教育费用支出情况 17

三、应试教育向素质教育改革、教育评价方式的变革推动数学培训产业发展 18

四、英语培训机构的大洗牌，促使数学成为培训机构新的增长点 18

第四节 2014-2015年中国数学英语培训行业技术环境分析 19

一、多媒体技术将给数学培训业带来新的活力 19

二、情景互动式教学模式将得到有利的发展 20

三、教科研的力量对于中国数学培训行业核心竞争力的提升 21

第三章 2014-2015年中国数学培训行业发展形势分析 22

第一节 2014-2015年中国数学培训行业特点分析 22

一、引进数学培训成为潮流 22

二、数学培训市场发展新理念 23

三、数学培训与其他学科培训的不同 23

第二节 2014-2015年中国数学培训行业地域战略分析 24

一、地域战略格局分析 24

二、地域条件分析 24

三、地域战略发展趋势分析 24

第三节 2014-2015年规模机构数学培训情况分析 25

一、规模机构举办数学培训的SWOT分析 25

二、规模机构举办数学培训的具体策略分析 25

第四章 2014-2015年中国大陆数学培训行业市场运行状况分析 27

第一节 2014-2015年中国大陆数学培训行业市场新动态 27

一、北京“佳一数学”强势布局全国数学培训市场 27

二、日本“公文数学”进驻上海、广州 29

第二节 2014-2015年中国数学培训供求格局现状分析 30

- 一、需求空间继续增长，数学消费市场初步形成 30
- 二、数学培训开始向低年龄段拓展、中学数学培训兴起 30
- 三、需求产品多样化品牌越来越重要 30

第五章 2014-2015年中国数学培训细分市场供需分析分析 32

第一节 学龄前数学培训 32

第二节 中小数学培训 32

第三节 高端数学培训 32

- 一、数学培训走向高端数学培训 32
- 二、新东方进军数学培训 33
- 三、个性化需求衍生高端数学培训 33

第四节 在线远程数学培训（台湾） 33

第六章 2014-2015年中国数学培训市场消费者需求特征调查分析 35

第一节 2014-2015年中国数学培训市场消费者需求变量分析 35

- 一、人口统计变量分析 35
- 二、地理变量分析 36
- 三、心理变量分析 36

第二节 2014-2015年中国数学培训市场消费者需求特征分析 36

- 一、消费品牌偏好 36
- 二、市场消费偏好 37
- 三、消费影响因素 37

第三节 未来中国数学培训市场消费者需求分析 38

第七章 2014-2015年中国数学培训行业市场竞争格局分析 39

第一节 2014-2015年中国数学培训市场竞争现状分析 39

- 一、数学培训竞争力分析 39
- 二、数学培训企业并购案例分析 41

第二节 2014-2015年中国数学培训行业集中度分析 42

- 一、品牌集中度分析 42
- 二、区域集中度分析 42

第八章 2014-2015年中国大陆以外部分数学培训机构综合竞争力分析 43

第一节 日本公文教育 43

- 一、企业整体概况 43
- 二、发展战略分析 43
- 三、营业规模分析 43
- 四、业务范围分析 44
- 五、教学内容分析 44
- 六、师资力量分析 44
- 七、市场策略分析 44
- 八、综合竞争力分析 45

第二节 台湾MPM数学 45

- 一、企业整体概况 45
- 二、发展战略分析 45
- 三、营业规模分析 46
- 四、业务范围分析 46
- 五、教学内容分析 46
- 六、师资力量分析 46
- 七、市场策略分析 46
- 八、综合竞争力分析 46

第三节 瑞思学科数学 47

- 一、企业整体概况 47
- 二、发展战略分析 47
- 三、营业规模分析 48
- 四、业务范围分析 48
- 五、教学内容分析 48
- 六、师资力量分析 49
- 七、市场策略分析 49
- 八、综合竞争力分析 49

第九章 2014-2015年中国大陆数学培训行业企业综合竞争力分析 50

第一节 学而思数学 50

- 一、企业整体概况 50
- 二、发展战略分析 50
- 三、营业规模分析 50
- 四、业务范围分析 51
- 五、教学内容分析 51
- 六、师资力量分析 51
- 七、市场策略分析 52
- 八、综合竞争力分析 52

第二节 佳一数学 53

- 一、企业整体概况 53
- 二、发展战略分析 53
- 三、营业规模分析 53
- 四、业务范围分析 53
- 五、教学内容分析 53
- 六、师资力量分析 54
- 七、市场策略分析 54
- 八、综合竞争力分析 55

第三节 安博数学 55

- 一、企业整体概况 55
- 二、发展战略分析 55
- 三、营业规模分析 56
- 四、业务范围分析 57
- 五、教学内容分析 57
- 六、师资力量分析 58
- 七、市场策略分析 58
- 八、综合竞争力分析 58

第四节 清华少儿数学 59

- 一、企业整体概况 59
- 二、发展战略分析 59
- 三、营业规模分析 60
- 四、业务范围分析 60
- 五、教学内容分析 60

- 六、师资力量分析 61
- 七、市场策略分析 61
- 八、综合竞争力分析 61
- 第五节 巨人奥数 62
 - 一、企业整体概况 62
 - 二、发展战略分析 62
 - 三、营业规模分析 62
 - 四、业务范围分析 63
 - 五、教学内容分析 63
 - 六、师资力量分析 63
 - 七、市场策略分析 64
 - 八、综合竞争力分析 64

第十章 2016-2022年中国数学培训行业市场发展趋势分析 65

第一节 2016-2022年中国数学市场趋势分析 65

- 一、数学培训市场发展迅速前景广阔 65
- 二、中国数学培训市场发展趋势分析 65
- 三、中国考前（小升初、中考）数学培训行业发展趋势 66
- 四、中国数学培训人群将向两端拓展 66
- 五、在线数学培训市场将会快速扩张 66

第二节 2016-2022年中国数学培训市场前景与趋势分析 67

- 一、数学培训市场规模持续增长 67
- 二、中国数学培训的趋势特点 67
- 三、数学培训连锁加盟成趋势 67
- 四、具有特色教学模式的数学培训成为新热点 68

第三节 2016-2022年中国数学培训市场盈利预测分析 68

第四节 2016-2022年中国数学培训提升竞争力策略分析 68

第十一章 2016-2022年中国数学培训行业行业前景调研分析分析 70

第一节 2014-2015年中国数学培训行业投资环境分析 70

第二节 2016-2022年中国数学培训行业投资机会分析 70

- 一、数学培训市场投资优势分析 70

二、数学培训投资机会分析 70

第三节 2016-2022年中国数学培训行业投资前景分析 71

第四节 2016-2022年中国数学培训市场投资建议 72

图表目录:

图表 1：中国数学培训市场投资主体结构情况 9

图表 2：中国国内数学培训机构师资组成情况 10

图表 3：佳一数学全国布局情况 27

图表 4：2015年全国不同年龄层校外数学培训市场需求规模 35

图表 5：2015年全国不同教育水平校外数学培训市场需求人数规模 35

图表 6：全国不同收入水平校外数学培训年人均消费需求情况 36

图表 7：2015年不同城市类型校外数学培训消费需求规模 36

图表 8：2015年不同消费者校外数学培训心理变量影响程度分析 36

图表 9：产业竞争力因素 39

图表 10：日本公文教育 43

图表 11：台湾MPM数学 45

图表 12：学而思国际教育集团 50

图表 13：学而思教育集团师资结构 52

图表 14：动态数学教学法 54

图表 15：安博教育集团 55

图表 16：安博在国内教育机构分支 57

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/383827MUVO.html>