

儿童国学教育培训行业研究

作者：武慧敏

根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754-2011），儿童国学教育培训行业所处的行业为“P82 教育”；根据证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），儿童国学教育培训行业所处行业为“P82 教育”。

一、儿童国学教育培训行业概况

1、行业基本情况

我国教育产业可以根据年龄分为4个阶段，分别为学前教育、K12教育、高等教育&出国留学、职业教育，其中儿童教育包含于学前教育与K12教育两个阶段中。



1992年4月1日，《儿童权利公约》在我国正式生效，其界定的儿童系指18岁以下的任何人，本文所指儿童主要指3-12岁幼少儿阶段。儿童时期处于人生关键时期，该时期对儿童的教育培养直接关系其以后的生长发育过程，包括知识、思想、价值观、世界观等在该时期均处于一个启蒙阶段，因此对儿童的教育培养受到了家长与社会各界的重视。

一般来说，国学主要是指以中国古典典籍为载体，表达中华民族传统社会价值观和道德伦理观的学术体系。三至六岁的儿童，智力开始发育，需要不断利用知识充实自己，就需要变被动为主动，开始培育读说能力及记忆能力，益常读诸家经典；七至十二岁的儿童，在既定的性格及对知识的初步记忆基础

上，需要大人用言行对其进行引导，因为儿童已经进入认识世界的阶段，而不再只是记忆，他们对世界的认识，已经开始了模仿学习，因此，除言行引导外，还需要更多地通过实践，让儿童对前期记忆下来的知识进行充分的消化理解。

中国的很多传统思想和美德，如孝、礼、勤、诚、耻、珍惜时间、尊老爱幼等等，都是传承了中华五千年文化的精髓之处。儿童国学教育培训通过让孩子诵读国学经典中朗朗上口的语句，进而潜移默化地学习中国传统美德，养成良好行为习惯，继而切身理解国学教育中的精华之处，既可以帮助他们了解中国文化，又能让他们从小学习美德，对他们的健康成长非常有好处，也有利于孩子正确的人生观、世界观、价值观的形成。

2、儿童国学教育培训行业背景

(1) 儿童教育培训面临旺盛需求

现阶段儿童的父母多出生于二十世纪八十年代，具备超前消费意识以及较高文化程度，对于儿童教育培训也更为重视；另一方面，得益于近年来一二线城市人均收入的提高及家长对于子女教育的重视，单位家庭对儿童教育的投入越发提高。儿童教育培训面临旺盛需求，并存在进一步上升趋势。

(2) 相关政策鼓励儿童国学教育培训行业发展

1) 习近平倡导弘扬传统文化：2013年11月26日，到曲阜开座谈会强调：“我来到曲阜、到孔子研究院，就是体现中央弘扬传统文化，建设社会主义核心价值体系的决心。”

2) 教育部印发文件弘扬传统：2014年3月26日教育部关于印发《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》。其中：第三条、分学段有序推进中华优秀传统文化教育。第四条、把中华优秀传统文化教育系统融入课程和教材体系。

3) 教育部《高考改革方案》：强调文理不分科，强调“语文”的重要性，增强中华优秀传统文化的考试内容。这样，国学尤其是文言文，将成为越来越有应试价值的硬需求。

4) 北京教委语文改革动向：在2014年11月12日公布《北京市中小学语文学科教学改进意见》，明确在北京市未来的中小学语文教学和考试中，均要大大增加中国传统文化的篇幅。

5) 各大电视台大办国学节目：如中央电视台——《中国汉字听写大会》、《中国成语大会》、《中国谜语大会》、《全球外国人汉语大会》、《百家讲坛》、《开心学国学》，河南卫视——《汉字英雄》，河北卫视——《中国好诗词》，黑龙江卫视——《最爱中国字》，甘肃卫视——《大国文化》，贵州卫视——《最爱是中华》等。

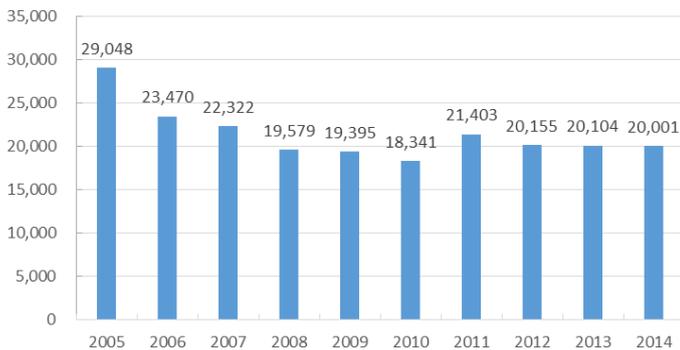
3、儿童国学教育培训行业现状及发展趋势

(1) 行业现状

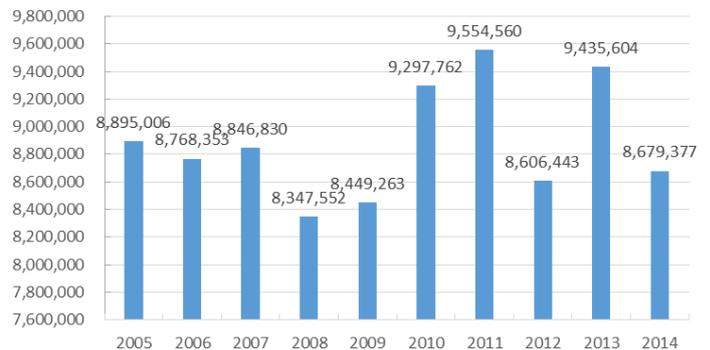
1) 行业盲目扩张阶段结束，开始角逐细分市场，品牌集中度低

随着国民文化素质的提高，以及收入水平的提升，受国外早期教育理论在国内传播的影响，越来越多的人开始重视早期教育，儿童教育培训机构经历了快速扩张，根据教育部统计数据，截止 2014 年底，全国共有民办培训机构（不计校数）20,001 家，民办培训机构学生 8,679,377 人。

民办培训机构(不计校数)



民办培训机构学生数(人)



数据来源：教育部，天风证券

随着行业进一步发展，早教和 K12 的教育培训行业疯狂扩张抢规模的时代已过去，各机构开始寻找细分市场。除西式早教、儿童英语、儿童理科三个儿童培训品类外，儿童文科（语文）这个品类的重要性凸显，将会迅速发展，如今全国尚未有一个特别强势的儿童文科（语文）培训的领导品牌。

2) 市场缺乏有效监管，尚未建立统一质量标准

我国早期教育培训服务和 6-12 岁 K12 阶段儿童教育培训服务未被纳入幼儿园管理体系，也未被教育部门纳入其监管范围之内，同时，国内尚未确立儿童教育培训服务行业的行业标准，仍处于探索阶段。此外，如今传统文化非常受到政府重视，所以各种国学教育培训机构和培训形式都如雨后春笋一样在全国遍地开

花，但是鱼目混杂，良莠不齐，很多劣质的或偏颇的国学教育机构，对市场存在严重误导作用，将对行业的良性发展造成负面影响。

3) 行业发展对人员素质提出更高要求

儿童教育培训行业具有较强的专业性，我国并未有专门的学校和专业对相关师资进行培训，过往师资往往来源于幼教行业并经短期培训或由“老带新”的形式产生，特别是细分领域方面对教员素质要求更高，而具体到国学教育培训方面，教员的文化底蕴成为从业门槛，相关人员素质成为市场竞争的重要方面。

4) 行业发展更多地依赖互联网手段

随着互联网工具性的不断发展，越来越多的儿童教育培训机构开始依赖其进行业务的开展与完善，例如通过在线教学视频吸引潜在学员，通过开发相关 APP 多渠道导流增进学员粘性，将潜在学员转化为在学学员等等。未来，互联网手段将成为行业竞争的重要一环，越来越受到教育培训机构的重视。

(2) 行业发展趋势

1) 行业监管政策有望出台

我国早期教育培训服务和 6-12 岁 K12 阶段儿童教育培训服务没有被纳入到幼儿园的管理体系，也没有被教育部门纳入其监管范围之内，同时，国内尚未制定早期教育培训服务行业的行业标准，仍在探索阶段。随着行业市场规模化发展的不断演进，国家对儿童教育培训的重视程度将不断加强，相关法律法规将得以相继出台，为我国儿童教育培训行业的科学化发展奠定基础。

2) 儿童国学教育培训竞争将脱离机械扩张，而归结到经营特色方面

儿童国学教育培训行业的各个竞争者，如今采取的主要竞争手段，就是开发一些经典诵读的读本、教材，同时采取的多为简单的机械诵读教学方法。同时以开设家庭作坊式的私塾为主，以及开办各种国学教育的公益讲座，以及传统文化的公益活动为主。各个竞争对手采取的经营方法还是非常原始和初级，没有积极引入现代企业制度和市场营销手段，同时也没有做大规模的课程研发资金和人力投入。未来少儿国学教育培训竞争将脱离机械扩张的方式，而归结到依靠诸如提供综合问题解决方案等经营特色方面来。

3) 品牌优势彰显，行业面临洗牌

随着行业的不断发展，行业内部具备较强竞争力的企业品牌优势将得以不

断彰显，而行业内依靠传统机械扩张的企业将被淘汰，行业整体将出现“大鱼吃小鱼”的局面，行业将面临大洗牌，优胜劣汰。

4、市场概况及空间测算

(1) 市场概况

1) 少儿教育培训机构追逐细分市场

早教和 K12 教育培训行业疯狂扩张抢规模的时代已过去，各机构开始寻找细分市场。除西式早教、儿童英语、儿童理科三个少儿培训品类外，儿童文科（语文）这个品类的重要性凸显，将会迅速发展。如今全国尚未有一个特别强势的儿童文科（语文）培训的领导品牌。

2) 家庭开始教育反思，重新审视中式教育

中国家庭通过对于二代、三代传承教育的反思，对纯西式的自由主义教育的反思，开始重新审视中式教育，产生对中式教育和国学教育的需求。

3) 全民学国学的时代悄然到来，催生“少儿国学教育”新品类的大发展

全国各地省级教育主管部门，都在大力组织专家编撰中小学国学校本普及教材，准备进入课堂；全国各地的公办和民办幼儿园，都在寻求超越双语和艺术之外的新的办学特色，其中较受关注的即为国学特色；中国的幼儿园和中小学教育市场方面，衍生对国学教材教辅需求以及课外培训巨额需求。

4) 全国上下弘扬传统文化，催生一个巨大“中国风商机”

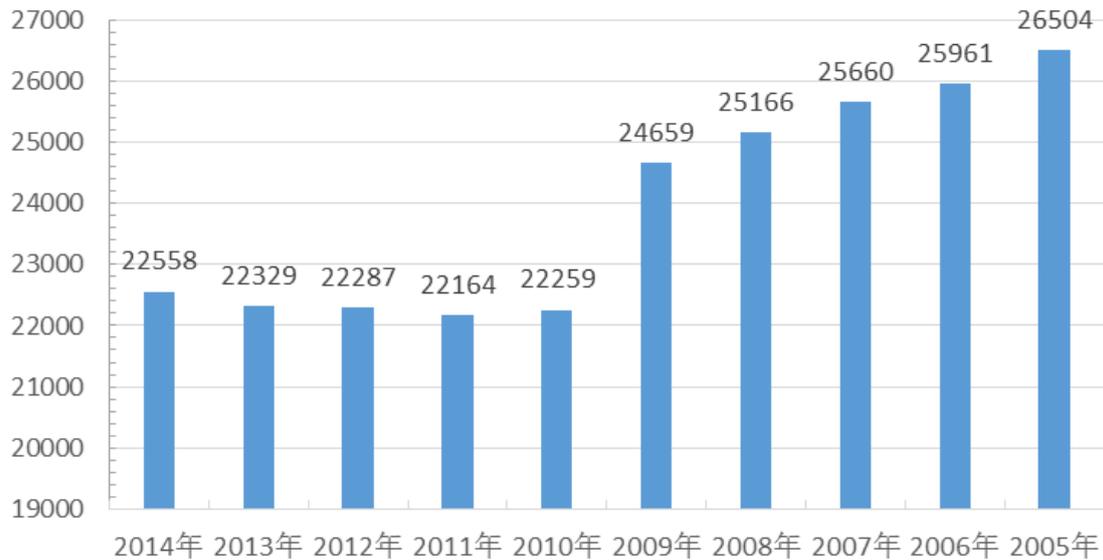
国家支持文化产业发展规划中，各个行业都会在相关方面获得发展新机。除了教育培训行业会有巨大机会外，文化创意产业里的“中国风机会”，也是巨大的；国学特色的玩具、书籍、光碟、亲子服装、儿童摄影、微电影拍摄等等，都在激发市场需求。

(2) 市场空间测算

1) 我国 0-14 岁儿童人数超 2.2 亿人

2010 年我国人口普查数据显示 0-14 岁人口数量为 22,259 万人，此后调查显示该阶段人口保持了稳中微升的趋势，截止 2014 年我国 0-14 岁儿童数量达 22558 万人，超 2.2 亿人，由此可以推测我国目前 3-12 岁少儿国学培训目标群体规模十分庞大。数据显示，随着中国又一个生育高峰期的到来，每年新增新生儿为 2600 万人。

0-14岁人口数量（万人）



数据来源：国家统计局，天风证券

注：2010年数据为当年人口普查数据推算数，其余年份数据为年度人口抽样调查数据推算。

2) 家长为儿童教育培训支付意愿较强

现阶段儿童的父母多出生于二十世纪 80 年代，具有超前的消费意识及较高的文化程度，对于儿童教育培训也更为重视，将会有力地推动儿童教育培训行业的发展。另一方面，得益于近年来一二线城市人均收入的提高及家长对于子女教育的重视，单位家庭对少儿教育的投入越发提高。根据中国产业信息网的调查显示，近 6 成的家长把孩子教育投资列在首位，35%的城市家庭每月在孩子身上的早期教育费用支出在 500-1000 元，10%的家庭每月用于孩子的教育费用支出高于 1000 元/月。

3) 儿童国学教育培训市场规模保守估测超 500 亿元

相关假设：

①按照同比例计算法，根据 2014 年 0-14 岁人口数 22558 万人测算 3-12 岁人口数约 16112 万人，即为 0-14 岁人口数的十四分之十；

②学员转化率分保守三档：5%、10%及 15%测算；

③每周每人参与少儿国学培训 2 学时，一年以 45 周时间测算；

④每学时费用以保守 35 元进行测算。

受众人数	转化率	周每人学时	年周数	培训费用
16,112 万人	5%	2	45	35 元/人·学时
	10%			
	15%			

测算过程：

转化率为 5% 时市场规模：

$$\begin{aligned} \text{市场规模} &= \text{受众人数} \times \text{周每人学时} \times \text{年周数} \times \text{培训费用} \\ &= 16112 \text{ 万人} \times 5\% \times 2 \text{ 学时} \times 45 \text{ 周} \times 35 \text{ 元/人} \cdot \text{学时} \\ &= 2,537,640 \text{ 万元} \end{aligned}$$

转化率为 10% 时市场规模：

$$\begin{aligned} \text{市场规模} &= \text{受众人数} \times \text{周每人学时} \times \text{年周数} \times \text{培训费用} \\ &= 16112 \text{ 万人} \times 10\% \times 2 \text{ 学时} \times 45 \text{ 周} \times 35 \text{ 元/人} \cdot \text{学时} \\ &= 5,075,280 \text{ 万元} \end{aligned}$$

转化率为 15% 时市场规模：

$$\begin{aligned} \text{市场规模} &= \text{受众人数} \times \text{周每人学时} \times \text{年周数} \times \text{培训费用} \\ &= 16112 \text{ 万人} \times 15\% \times 2 \text{ 学时} \times 45 \text{ 周} \times 35 \text{ 元/人} \cdot \text{学时} \\ &= 7,612,920 \text{ 万元} \end{aligned}$$

测算结果：

转化率	市场规模(万元)
5%	2,537,640
10%	5,075,280
15%	7,612,920

二、行业监管情况及主要产业政策

1、行业监管体系

我国早期教育培训服务和 6-12 岁 K12 阶段儿童教育培训服务未被纳入幼儿园管理体系，也未被教育部门纳入其监管范围之内，同时，国内尚未确立儿童教育培训服务行业的行业标准，仍处于探索阶段。在这种情况下，儿童教育行业没有明确的监管部门，缺少政策规范和引导。

2、行业相关法律法规及政策

我国为了保证学前教育的健康发展，教育部以及相关机构制定了以下法律法规及政策，来规范学前教育行业的规范发展。

序号	相关文件	颁布机构	颁布时间	主要内容
1	《中华人民共和国民办教育促进法》	全国人民代表大会	2002年12月	对举办实施民办学校的条件、程序、管理与监督、教师及受教育者的规范以及法律责任作出明确规定。
2	《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》	国务院	2010年5月	规划中明确构建灵活开放的终身教育体系，大力发展现代远程教育，支持发展各类专业化培训机构。
3	《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》	国务院	2010年7月	明确提出学前教育的发展任务，积极发展学前教育，到2020年，全面普及学前一年教育，基本普及学前两年教育，有条件的地区普及学前三年教育。
4	《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》	国务院	2010年11月	从提升学前教育重要性、多种形式扩大学前教育资源、多渠道加大学前教育投入、强化安全及加强幼儿教师培养等多方面给出意见，促进学前教育事业的发展。
5	《教育部关于鼓励和引导民间资金进入教育领域促进教育健康发展的实施意见》	教育部	2012年7月	鼓励和引导民间资金发展教育和社会培训事业，以社会需求为导向，积极鼓励民间资金参与在职人员职业培训、农村劳动力转移培训、转岗培训等各类非学历教育与教育培训，推进终身学习体系和学习型社会建设。
6	《3-6岁儿童学习和发展指南》	教育部	2012年10月	从健康、语言、社会、科学、艺术、五个领域描述幼儿的学习和发展。其内容分别针对3-4岁、4-5岁、5-6岁三个年龄段末幼儿应该知晓并达到何种水平提出合理期望。
7	《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》	教育部	2014年3月	分学段有序推进中华优秀传统文化教育、把中华优秀传统文化教育系统融入课程和教材体系。
8	《关于推进学校艺术教育发展的若干意见》	教育部	2014年5月	明确整合各类教育教学资源，形成推进学校艺术教育发展的合力。地方各级教育行政部门要充分调动社会力量关心和支持学校艺术教育，开发利用校外艺术教育资源，将更多的文化建设项目布点在学校，并尽可能向当地群众开放，实现艺术教育资源共享。

三、儿童国学教育培训行业风险特征

1、监管风险

教育行业是政府严格控制的行业，政府教育政策的相关变化可能会给行业发展带来深远影响。我国早期教育培训服务和 6-12 岁 K12 阶段儿童教育培训服务没有被纳入到幼儿园的管理体系，也没有被教育部门纳入其监管范围之内，同时，国内尚未制定早期教育培训服务行业的行业标准，仍在探索阶段。由于行业相对缺乏法律监管，尚未建立统一的依循标准，每个企业在地大小、资金规模、收费标准等方面也不尽相同。国内相关部门持续关注此类问题，力争尽快确立国内儿童教育培训服务行业标准。而新标准一旦确立，必将对行业内企业的业务产生一定影响。

2、安全风险

儿童教育培训服务行业的主要客户是 3-12 岁儿童群体，由于此类消费群体自身缺乏安全防范意识与较强自制能力，故而在服务提供过程中，可能会出现因教学设施或儿童自身无意识行为而影响儿童人身安全的问题。另一方面，由于儿童自身免疫能力较弱，在其聚集的教育培训服务机构可能会出现疾病的交叉传染问题，影响儿童自身身体健康。

3、知识产权被侵犯风险

对儿童教育培训服务行业来说，课程产品研发、设计体现了企业的创造力和核心竞争力，但市场上仿冒产品和侵犯知识产权现象却屡禁不止；许多优秀课程产品一旦推向市场，受到推崇之后，就可能出现其他商家恶意仿冒而导致侵犯知识产权的情况。

4、品牌管理风险

行业内企业经营一般采用直营与加盟结合的方式。尽管企业与加盟商签订特许经营合同来控制加盟店的选址、装修、日常运营的各个方面，但加盟店是加盟商发展的独立店，在人、财、物上相对独立，加盟店与企业利益诉求并不完全一致，加盟店在贯彻公司意图、执行发展战略方面可能偏离企业目标，从而影响企业销售业绩，甚至影响企业品牌形象等。

5、市场竞争风险

随着人口生育高峰的到来，以及社会对儿童教育培训重视程度的提高，儿童教育培训服务日益扩大的市场规模，将吸引越来越多的社会资本进入该行业，加之现有机构的竞争意识和竞争能力也在逐步增强，这些因素都将使我国儿童教育培训服务市场的竞争趋于激烈。

四、儿童国学教育培训行业竞争情况

1、行业竞争格局

(1) 儿童教育培训竞争趋向大中城市，中小城镇广大领域未开发

从分布现状分析，大型儿童教育培训机构主要集中于大中城市，但相对于大城市的巨大市场需求来说，儿童教育培训机构的数量并没有满足强大的市场需求。对于中小城镇等区域来说，儿童教育培训机构的数量大大减少，中小城镇同样存在广大的未开发领域。

(2) 儿童教育培训市场集中度较低，细分市场竞争逐渐加强

目前我国儿童教育培训市场整体集中度较低，尚未出现跨地域发展的垄断性企业，各类教育培训企业均具备巨大成长空间。从行业产品的替代性角度分析，我国儿童教育培训行业的知名企业各自都在自己的细分市场占有一定的份额，各企业之间逐渐增强在细分市场的竞争。

(3) 儿童国学教育培训行业竞争手段尚处初级阶段

儿童国学教育培训行业的各个竞争者，如今采取的主要竞争手段，主要是开发一些经典诵读的读本、教材，同时采取的多为简单的机械诵读教学方法；同时以开设家庭作坊式的私塾，开办各种国学教育的公益讲座，以及传统文化的公益活动为主；各个竞争对手采取的经营方法还是非常原始和初级，没有积极引入现代企业制度和市场营销手段；此外也没有做大规模的课程研发资金和人力投入。

2、行业内主要参与者及对比分析

行业内主要从事少儿国学培训的企业地位、课程体系、运营模式、规模等情况如下：

项目	项目定位	主要项目			规模
		项目构成	课程体系	运营模式	
秦汉胡同	国学专家、语文能手	秦汉胡同国学	国学、语文、书法、围棋、古筝、国画、	滚动开班，三至五个人为一班。	上海 22 家机构，深圳 4 家机构，广

			茶艺、古琴、竹笛、洞箫、二胡、琵琶、葫芦丝、篆刻		州 1 家机构，临汾 1 家机构
汇贤雅	少儿国学、成人国学、企业国学培训	(一) 北京国学师范班(教师研修班) (二) 汇贤雅国学馆 2015 全日制 (三) 2015 年汇贤雅国学周末班	国学、文艺、活动、英语、体育	有周末班、全日制班、教师研修班、寒假班、暑假班	54 家分支机构遍布 23 个省及直辖市。
华鼎书院	涵盖教师(成人)国学教育、少年国学教育、幼儿养正教育为一体的中华优秀传统文化教育培训体系	华鼎蒙养园、华鼎少年国学院、国学教育高端培训平台	幼儿国学教育系列 少儿国学教育系列 家庭国学教育系列	国学夏令营 幼小衔接班 传统文化通识课 国学经典导读课 书法课程	总部北京、不加盟
小夫子国学	3-15 岁少儿的高端国学启蒙教育	小夫子国学馆	知书达礼 识韵知事 夫子有教 读史明智 谈玄论道 诗书言志 六大课程 12 本教材	周末班+暑期班 精品小班 1 对 1 VIP 儿童国学 APP	总部北京，500 余家合作加盟校
博古通今教育	14 岁以下儿童的国学教育	博古少儿国学馆	识字启蒙 四书课程 诸子课程 五经课程 百家课程	亲子班	总部北京，不加盟
多闻教育	中华经典文化研究、数学、交流、培训、推广	多闻幼儿园	儿童健康、社会、语言、科学、艺术五大领域及多元智能	全日制+周末	总部广州，开展加盟
圣德东方	少儿国学教育	圣德东方诵读堂、圣德东方国艺堂、圣德东方孕妈妈乐园、圣德东方爱子俱乐部	少儿国学教育、诵读经典、六艺培训、孕期胎教和胎养	小班制个性化教学	总部北京，开展加盟
养正教育	幼儿国学教育	养正幼儿园	经学、礼学、艺学	全日制+周末	38 家分支机构遍布 14 个省及直辖市。
东学堂	新语文	东学堂语文	小学语文、初中语文、高中语文	秋季班、短期班、活动类	学而思培优旗下的语文品牌

资料来源：以上表格信息均来自于互联网

五、儿童国学教育培训行业壁垒

1、品牌壁垒

品牌是家长选择儿童教育培训服务机构最主要的考虑因素之一。随着儿童教育培训市场的发展，行业内已经产生了一些知名度与消费者信任度较高的优势品牌。形成和提升一个品牌的竞争力往往需要投入大量的人力、物力及财力，并需经过长期在市场推广、售后服务等方面的不断努力。对于新入者来讲，品牌在短期内是不可塑造的。

2、人才壁垒

儿童教育培训服务对象即为3-12岁儿童，其需要的不是教条性的知识，而是来自多方面的呵护与引导，使其能够对周围人和事物产生正确认知，落点到少儿国学教育方面，对德行的培育养成需要更高要求的引导。行业内师资往往来源于幼教行业并经短期培训或由“老带新”的形式产生，使得行业内严格标准符合者凸显了稀缺性。人才忠诚度的培养以及人才需求的满足情况都为新进入者设定了一定的行业壁垒。

3、教研实力壁垒

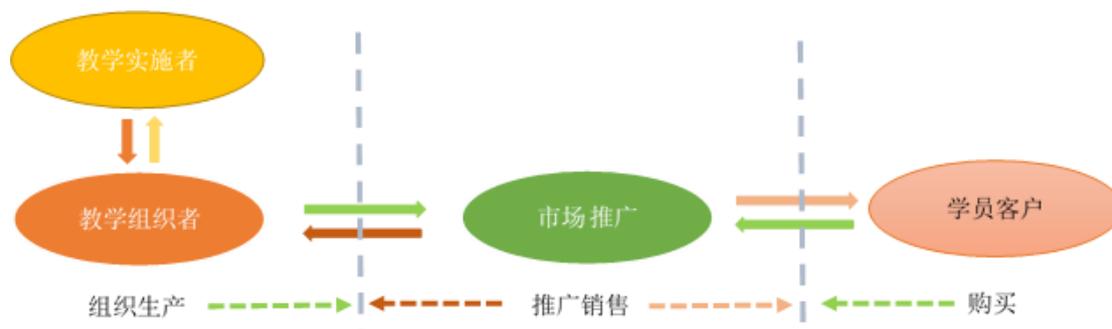
儿童教育是一门科学，通过专业、系统的教育培训课程，可以帮助儿童学会交往、开发其智力、培养其自信、让其健康快乐地成长，帮助父母成为合格的启蒙老师。企业需要在教育服务领域中具有深厚的文化积淀和对教育教学理念的深刻理解，以儿童的教学需求为导向，以提升儿童教育质量为目的，使教育课程的思想性、科学性和艺术性充分结合，才能开发出为家长和学生所接受的产品。

4、规模经营壁垒

为了实现规模扩大，实现经济效益，儿童教育培训服务行业内的企业往往采取连锁经营的模式，而这都需要匹配相应的资金实力与管理能力。对于行业新进入者来说，必然是持续努力的过程。

六、儿童国学教育培训行业上下游情况

儿童教育培训行业价值链主要由组织生产、推广销售以及服务购买三个部分构成。



行业体系中，教学组织者对教学资源进行组织分配，为教学实施者提供施教环境；教学实施者在组织者的支持下授课，同时向其就服务过程存在问题进行反馈，两者协调组织教育培训产品的有效生成。作为服务行业，服务对象即教育培训消费者是服务提供的前提，而对接服务消费者与产品供应者需要推广销售环节来架接。生产、销售、消费三个环节的协同促进构成了儿童教育培训行业的价值链条。

1、行业上游情况

儿童教育培训服务主要依靠从业者的劳动提供，特别是归结到 3-12 岁儿童阶段，其需要的不是教条性的知识，而是来自多方面的呵护与引导，使其能够对周围人和事物产生正确认知，落点到少儿国学教育方面，对德行的培育养成需要更高要求的引导。行业内师资往往来源于幼教行业并经短期培训或由“老带新”的形式产生，使得行业内严格标准符合者凸显了稀缺性。同时行业内上游还包括相关教育培训教具产品生产企业，主要提供教具、玩具等教学用具，而该类企业数量则较多。

2、行业下游情况

儿童教育培训行业下游即为 3-12 岁儿童及其父母，该年龄段儿童的父母多出生于二十世纪 80 年代，具有超前的消费意识及较高的文化程度，对于少儿教育培训也更为重视；另一方面，受益于近些年一二线城市中人均收入的提高以及家长对待子女教育的重视，单个家庭对于儿童教育投入得到大幅提高。儿童教育培训面临旺盛需求，并存在进一步上升趋势。

七、儿童国学教育培训行业发展有利因素和不利因素

1、有利因素

(1) 国家政策支持

国务院在2010年5月常务会议通过《国家中长期教育改革和发展规划纲要》把学前教育从基础教育中分离出来，独立纳入国民教育体系，体现了国家对学前教育的重视程度；2012年7月教育部颁发《教育部关于鼓励和引导民间资金进入教育领域促进民办教育健康发展的实施意见》，鼓励和引导民间资金发展教育和社会培训事业；2014年3月教育部颁发《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》，分学段有序推进中华优秀传统文化教育、把中华优秀传统文化教育系统融入课程和教材体系。此外，还包括其他多项政府对学前教育行业的扶持政策，将加快发展我国儿童教育行业，大幅度提高儿童教育培训服务的品质和质量。

(2) 居民收入快速增长，儿童教育培训观念植入

2005年以来，我国城镇居民家庭人均可支配收入由10,493元增加到2012年的24,564.7元，年复合增长率(GAGR)达12.92%；同期农村居民家庭人均纯收入由3,254元增加到7,916元，年复合增长率达13.54%，显示居民收入快速增长，消费能力得到不断增强。同时，受中华民族五千年文化中积淀下来的“望子成龙”传统观念，以及国外早期教育理论在国内传播的影响，“起跑线”式早期教育被越来越多的人重视，儿童教育培训观念得以植入。

城镇居民家庭人均可支配收入快速增长



农村居民家庭人均纯收入快速增长



数据来源：国家统计局，天风证券

(3) 全面“二胎”政策的实施

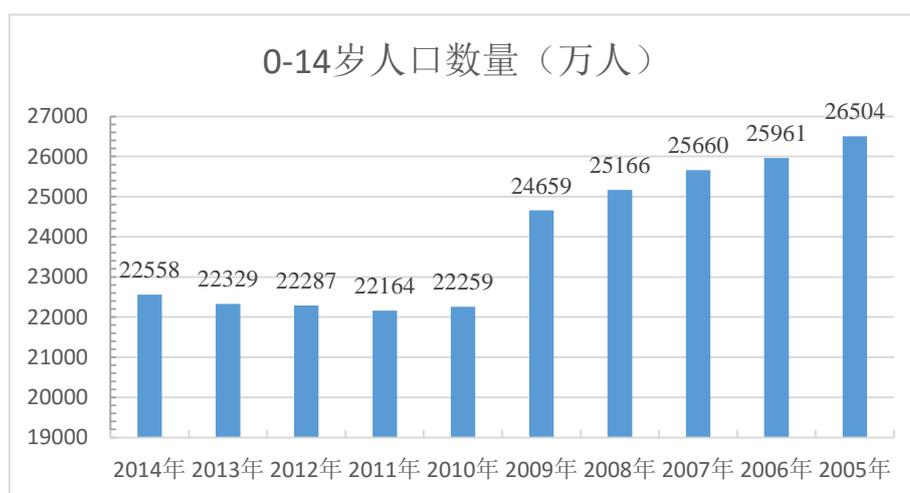
中国每年有 2,000 万婴儿出生。据第六次人口普查统计，中国 0-4 岁的婴幼儿人数已达 7,553 万，随着二胎政策的全面放开，0-14 岁幼儿将达 2.5 亿人口。婴幼儿市场每年超过 3.02 万亿元，儿童教育培训市场未来上升空间巨大；2016 年开始，国内将迎来新一轮的出生高峰，未来 3-5 年幼儿教育市场将会快速发展。



数据来源：国家统计局，天风证券

(4) 市场容量广阔

2010 年我国人口普查数据显示 0-14 岁人口数量为 22,259 万人，此后调查显示该阶段人口保持了稳中微升的趋势，截止 2014 年我国 0-14 岁儿童数量达 22,558 万人，超 2.2 亿人，由此可以推测我国目前 3-12 岁少儿国学培训目标群体规模十分庞大。保守测算，我国少儿教育培训市场规模超 500 亿元，广阔的市场容量催动行业快速发展。



数据来源：国家统计局，天风证券

注：2010年数据为当年人口普查数据推算数，其余年份数据为年度人口抽样调查数据推算。

2、不利因素

(1) 监管制度不完善

儿童教育培训市场大，但门槛较低，尚未被纳入到幼儿园的管理体系，也没有被教育部门纳入其监管范围之内，行业标准仍处于探索阶段。很多劣质的或偏颇的国学教育机构，对市场存在严重误导作用，将对行业的良性发展造成负面影响。

(2) 复制性较强

儿童教育培训行业不完善的监管制度，缺乏统一的质量标准，以及较低的门槛，导致了其复制成本相对较低；如今传统文化非常受到政府重视，所以各种国学教育培训机构和培训形式都如雨后春笋一样在全国遍地开花，但是鱼目混杂，良莠不齐。行业内服务机构随意复制的情况较为严重，阻碍了技术水平与服务水平的提升。

(3) 大众对传统文化中糟粕存忧

现阶段中国大众普遍对封建落后思想怀有戒心，对古代的教育方法抱有成见，相反，西方的自由主义的教育思想，以及西方文化资源的新奇，对广大的家长都有着很大的吸引力。如何排除大众对国学启蒙教育的错误认识，是行业发展面临的较大挑战。

2016年8月17日