

# 2021-2027年中国艺术教育 O2O市场深度研究与行业发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国艺术教育O2O市场深度研究与行业发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202102/03-384999.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

国家政策历史悠久，近年来由升学时的直接加分向纳入综合素质评价体系的方式转变。我国历年来各地对艺术特长生的加分政策，逐步培育了市场对艺术教育的需求。近年艺术教育

领域相关国家政策	时间	政策文件	核心内容
《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》	2019/7/8	《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》	严格落实音乐、美术、书法等课程，结合地方文化设立艺术特色课程。广泛开展校园艺术活动，引导学生了解世界优秀艺术。支持艺术院校在中小学建立对口支援基地。
《教育部关于做好2019年普通高校招生工作的通知》	2019/3/13	《教育部关于做好2019年普通高校招生工作的通知》	推进高中综合素质档案使用，各地要指导中学完善学生综合素质档案制度。
《教育部关于做好2018年普通高校招生工作的通知》	2018/3/1	《教育部关于做好2018年普通高校招生工作的通知》	强化对高中学生综合素质档案的使用，在保送生、自主招生、高水平艺术团等类型招生中，将学生综合素质评价结果作为招生录取的重要参考。
《教育部办公厅关于做好2018年普通中小学招生入学工作的通知》	2018/2/12	《教育部办公厅关于做好2018年普通中小学招生入学工作的通知》	要逐步压缩特长生招生规模，直至2020年前取消各类特长生招生。尚未全面取消体育、艺术加分项目的地方，要从2018年初中起始年级开始执行。

数据来源：公共资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国艺术教育O2O市场深度研究与行业发展趋势报告》共五章。首先介绍了艺术教育O2O行业市场发展环境、艺术教育O2O整体运行态势等，接着分析了艺术教育O2O行业市场运行的现状，然后介绍了艺术教育O2O市场竞争格局。随后，报告对艺术教育O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了艺术教育O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对艺术教育O2O产业有个系统的了解或者想投资艺术教育O2O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1章：中国艺术教育O2O行业发展综述

1.1 艺术教育O2O行业概述

1.1.1 艺术教育O2O行业的概念分析

1.1.2 艺术教育O2O行业的特征分析

## 1.2 艺术教育O2O行业发展环境分析

### 1.2.1 行业经济环境分析

### 1.2.2 行业政策环境分析

### 1.2.3 行业社会环境分析

### 1.2.4 行业技术环境分析

## 1.3 艺术教育O2O行业发展机遇与威胁分析

## 第2章：中国艺术教育O2O行业发展状况分析

### 2.1 中国艺术教育O2O行业发展状况分析

#### 2.1.1 中国艺术教育O2O行业状态描述总结

#### 2.1.2 中国艺术教育O2O行业发展历程分析

#### 2.1.3 中国艺术教育O2O行业发展规模分析

#### 2.1.4 中国艺术教育O2O行业竞争格局分析

#### 2.1.5 中国艺术教育O2O行业发展痛点分析

### 2.2 重点地区艺术教育O2O行业发展分析

#### 2.2.1 北京市艺术教育O2O行业发展分析

##### (1) 北京市艺术教育O2O发展环境分析

##### (2) 北京市艺术教育O2O发展规模分析

##### (3) 北京市艺术教育O2O市场需求前景预测

#### 2.2.2 上海市艺术教育O2O行业发展分析

##### (1) 上海市艺术教育O2O发展环境分析

##### (2) 上海市艺术教育O2O发展规模分析

##### (3) 上海市艺术教育O2O市场需求前景预测

#### 2.2.3 广东省艺术教育O2O行业发展分析

##### (1) 广东省艺术教育O2O发展环境分析

##### (2) 广东省艺术教育O2O发展规模分析

##### (3) 广东省艺术教育O2O市场需求前景预测

#### 2.2.4 江苏省艺术教育O2O行业发展分析

##### (1) 江苏省艺术教育O2O发展环境分析

##### (2) 江苏省艺术教育O2O发展规模分析

##### (3) 江苏省艺术教育O2O市场需求前景预测

## 第3章：中国艺术教育O2O行业细分市场发展分析

### 3.1 舞蹈教育O2O市场发展分析

#### 3.1.1 舞蹈教育O2O市场发展现状分析

预计2019年舞蹈教育市场规模约360亿元。人口方面，我国舞蹈市场适龄人口基础大，预计2019年适龄人口约2.62亿人。平均支出方面，兴趣类舞蹈学生年度客单价约2400元左右。渗透率方面，我国舞蹈教育综合渗透率约5.8%。2019年舞蹈教育市场规模约360亿元

数据来源：公共资料整理

#### 3.1.2 舞蹈教育O2O市场竞争格局分析

#### 3.1.3 舞蹈教育O2O市场发展前景分析

#### 3.1.4 舞蹈教育O2O市场发展趋势分析

### 3.2 音乐教育O2O市场发展分析

#### 3.2.1 音乐教育O2O市场发展现状分析

#### 3.2.2 音乐教育O2O市场竞争格局分析

#### 3.2.3 音乐教育O2O市场发展前景分析

#### 3.2.4 音乐教育O2O市场发展趋势分析

### 3.3 书法美术教育O2O市场发展分析

#### 3.3.1 书法美术教育O2O市场发展现状分析

#### 3.3.2 书法美术教育O2O市场竞争格局分析

#### 3.3.3 书法美术教育O2O市场发展前景分析

#### 3.3.4 书法美术教育O2O市场发展趋势分析

## 第4章：中国艺术教育O2O行业领先企业个案分析

### 4.1 艺术教育O2O相关服务企业领先个案分析

#### 4.1.1 深圳市佳创视讯技术股份有限公司

##### (1) 企业发展简况分析

##### (2) 企业资质能力分析

##### (3) 企业艺术教育O2O业务分析

##### (4) 企业市场渠道分析

##### (5) 企业经营情况分析

##### (6) 企业经营优劣势分析

#### 4.1.2 广州珠江钢琴集团股份有限公司

##### (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业艺术教育O2O业务分析
- (4) 企业市场渠道分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业经营优劣势分析

#### 4.1.3 海伦钢琴股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业艺术教育O2O业务分析
- (4) 企业市场渠道分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业经营优劣势分析

#### 4.1.4 铅笔人（北京）科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业艺术教育O2O业务分析
- (4) 企业市场渠道分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业经营优劣势分析

### 4.2 艺术教育O2O领先平台个案分析

#### 4.2.1 尚课无忧

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台资质能力分析
- (3) 平台艺术教育O2O业务分析
- (4) 平台市场渠道分析
- (5) 平台经营情况分析
- (6) 平台投融资分析

#### 4.2.2 润教育

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台资质能力分析
- (3) 平台艺术教育O2O业务分析
- (4) 平台市场渠道分析

(5) 平台经营情况分析

(6) 平台投融资分析

#### 4.2.3 美术宝

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台资质能力分析

(3) 平台艺术教育O2O业务分析

(4) 平台市场渠道分析

(5) 平台经营情况分析

(6) 平台投融资分析

#### 4.2.4 小央美儿童美术

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台资质能力分析

(3) 平台艺术教育O2O业务分析

(4) 平台市场渠道分析

(5) 平台经营情况分析

(6) 平台投融资分析

#### 4.2.5 弹琴吧

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台资质能力分析

(3) 平台艺术教育O2O业务分析

(4) 平台市场渠道分析

(5) 平台经营情况分析

(6) 平台投融资分析

#### 4.2.6 滴滴学琴

(1) 平台发展简况分析

(2) 平台资质能力分析

(3) 平台艺术教育O2O业务分析

(4) 平台市场渠道分析

(5) 平台经营情况分析

(6) 平台投融资分析

#### 4.2.7 为艺

(1) 平台发展简况分析

- (2) 平台资质能力分析
- (3) 平台艺术教育O2O业务分析
- (4) 平台市场渠道分析
- (5) 平台经营情况分析
- (6) 平台投融资分析

#### 4.2.8 跳吧

- (1) 平台发展简况分析
- (2) 平台资质能力分析
- (3) 平台艺术教育O2O业务分析
- (4) 平台市场渠道分析
- (5) 平台经营情况分析
- (6) 平台投融资分析

### 第5章：艺术教育O2O行业发展前景预测与投资建议

#### 5.1 艺术教育O2O行业发展前景预测

- 5.1.1 行业生命周期分析
- 5.1.2 行业发展前景预测
- 5.1.3 行业发展趋势预测

- (1) 行业整体趋势预测
- (2) 行业竞争趋势预测

#### 5.2 艺术教育O2O行业投资潜力分析

- 5.2.1 行业投资热潮分析
- 5.2.2 行业进入壁垒分析

- (1) 资源壁垒
- (2) 人才壁垒
- (3) 其他壁垒

#### 5.2.3 行业投资风险预警

- (1) 政策风险
- (2) 市场风险
- (3) 宏观经济风险
- (4) 其他风险

#### 5.2.4 行业投资主体分析



- (1) 行业投资主体构成
- (2) 各主体投资切入方式
- (3) 各主体投资优势分析

#### 5.2.5 行业投资兼并重组分析

### 5.3 艺术教育O2O行业投资策略与建议

#### 5.3.1 行业投资价值分析

#### 5.3.2 行业投资机会分析

#### 5.3.3 行业投资策略与建议

### 图表目录

图表1：艺术教育O2O行业的特征简析

图表2：中国艺术教育O2O行业发展机遇与威胁分析

图表3：中国艺术教育O2O行业状态描述总结表

图表4：中国艺术教育O2O行业发展历程分析

图表5：中国艺术教育O2O行业发展规模

图表6：中国艺术教育O2O行业竞争格局分析

图表7：深圳市佳创视讯技术股份有限公司基本信息表

图表8：深圳市佳创视讯技术股份有限公司业务能力简况表

图表9：2015-2019年深圳市佳创视讯技术股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表10：2015-2019年深圳市佳创视讯技术股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表11：2015-2019年深圳市佳创视讯技术股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表12：2015-2019年深圳市佳创视讯技术股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表13：2015-2019年深圳市佳创视讯技术股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表14：深圳市佳创视讯技术股份有限公司发展优劣势分析

图表15：广州珠江钢琴集团股份有限公司基本信息表

图表16：广州珠江钢琴集团股份有限公司业务能力简况表

图表17：2015-2019年广州珠江钢琴集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表18：2015-2019年广州珠江钢琴集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表19：2015-2019年广州珠江钢琴集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表20：2015-2019年广州珠江钢琴集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表21：2015-2019年广州珠江钢琴集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表22：广州珠江钢琴集团股份有限公司发展优劣势分析

图表23：海伦钢琴股份有限公司基本信息表

图表24：海伦钢琴股份有限公司业务能力简况表

图表25：2015-2019年海伦钢琴股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表26：2015-2019年海伦钢琴股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表27：2015-2019年海伦钢琴股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表28：2015-2019年海伦钢琴股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表29：2015-2019年海伦钢琴股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表30：海伦钢琴股份有限公司发展优劣势分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202102/03-384999.html>