

2024-2030年中国少儿思维 能力培养市场前景研究与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2024-2030年中国少儿思维能力培养市场前景研究与未来发展趋势报告》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/R1303/202402/04-596448.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

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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国少儿思维能力培养市场前景研究与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国少儿思维能力培养行业定义及发展背景

1.1 中国少儿思维能力培养行业基本概念

1.1.1 思维能力定义

1.1.2 少儿思维能力阶段划分及其特点

1.1.3 少儿思维能力培养重点

1.2 中国少儿思维能力培养行业背景分析

1.2.1 行业发展政策背景分析

1.2.2 行业发展经济背景分析

（1）GDP增长情况

（2）居民可支配收入情况

（3）居民消费支出情况

1.2.3 行业发展社会背景分析

（1）中国青少年人口数量规模

（2）中国家庭教育支出规模

（3）新生代家长教养观念升级

（4）平衡应试教育和素质教育

1.2.4 行业发展技术背景分析

第2章：中国少儿思维能力培养行业产业链条发展分析

2.1 中国少儿思维能力培养行业产业链条概述

2.2 中国少儿思维能力培养行业产业链条解析

2.2.1 教师资源培养

2.2.2 课程体系设计

2.2.3 目标群体设定

2.2.4 目标群体消费引导

第3章：中国少儿思维能力培养行业发展现状及趋势分析

3.1 中国少儿思维能力培养行业发展历程分析

3.1.1 行业发展历程

3.1.2 行业发展阶段判断

3.2 中国少儿思维能力培养行业发展痛点分析

3.2.1 获客成本高居不下

3.2.2 产品缺乏统一标准

3.2.3 师资培养速度跟不上

3.2.4 家长认知有待提升

3.2.5 教学产品有待研发和完善

3.2.6 行业发展尚不规范

3.3 中国少儿思维能力培养行业发展规模分析

3.3.1 线下少儿思维培训市场规模

3.3.2 线上少儿思维培训市场规模

3.3.3 行业总体市场规模

3.4 中国少儿思维能力培养行业发展趋势及前景预测

3.4.1 行业发展趋势分析

3.4.2 行业发展前景预测

第4章：中国少儿思维能力培养行业主要商业模式对比分析

4.1 中国少儿思维能力培养行业主要模式及代表案例

4.2 中国少儿思维能力培养行业线下机构商业模式解析

4.2.1 线下机构用户导入模式分析

4.2.2 线下机构教学模式分析

（1）教学形式

（2）教学体验

（3）标准化程度

4.2.3 线下机构运营成本分析

4.2.4 线下机构收入来源分析

4.2.5 线下机构客户维护分析

4.3 中国少儿思维能力培养行业线上机构商业模式解析

4.3.1 线上机构用户导入模式分析

4.3.2 线上机构教学模式分析

(1) 教学形式

(2) 教学体验

(3) 标准化程度

4.3.3 线上机构运营成本分析

4.3.4 线上机构收入来源分析

4.3.5 线上机构客户维护分析

4.4 中国少儿思维能力培养行业主要商业模式优劣势分析

4.4.1 线下少儿思维能力培养模式优劣势分析

(1) 线下模式优势分析

(2) 线下模式劣势分析

4.4.2 线上少儿思维能力培养模式优劣势分析

(1) 线上模式优势分析

(2) 线上模式劣势分析

第5章：中国少儿思维能力培养行业市场竞争分析

5.1 中国少儿思维能力培养行业总体竞争特点分析

5.1.1 以一二线城市竞争为主

5.1.2 行业竞争者主要分为两大类

5.1.3 行业竞争逐渐向线上转移

5.1.4 行业市场竞争格局初显

5.1.5 课程布局主要以数理思维培训为主

5.2 中国少儿思维培训行业总体竞争情况

5.2.1 行业总体竞争情况

5.2.2 行业区域竞争情况

5.2.3 行业企业竞争层次

5.3 中国少儿思维培训行业竞争趋势

5.4 中国少儿思维培训行业并购重组情况

5.4.1 行业并购重组情况

5.4.2 行业并购重组趋势

第6章：中国少儿思维能力培养行业企业案例分析

6.1 火花思维

6.1.1 企业发展简况

6.1.2 企业融资情况

6.1.3 企业课程体系及特色

6.1.4 企业授课模式

6.1.5 企业业务覆盖

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

6.1.9 企业最新动向

6.2 豌豆思维

6.2.1 企业发展简况

6.2.2 企业融资情况

6.2.3 企业课程体系及特色

6.2.4 企业授课模式

6.2.5 企业业务覆盖

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

6.2.9 企业最新动向

6.3 斑马AI课

6.3.1 企业发展简介

6.3.2 企业融资情况

6.3.3 企业课程体系及特色

6.3.4 企业授课模式

6.3.5 企业业务覆盖

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

6.3.9 企业最新动向

6.4 摩比思维

- 6.4.1 企业发展简况
- 6.4.2 企业融资情况
- 6.4.3 企业课程体系及特色
- 6.4.4 企业授课模式
- 6.4.5 企业业务覆盖
- 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 爱因思维
 - 6.5.1 企业发展简况
 - 6.5.2 企业融资情况
 - 6.5.3 企业课程体系及特色
 - 6.5.4 企业授课模式
 - 6.5.5 企业业务覆盖
 - 6.5.6 企业目标人群
 - 6.5.7 企业获客方式
- 6.6 海豚思维
 - 6.6.1 企业发展简况
 - 6.6.2 企业融资情况
 - 6.6.3 企业课程体系及特色
 - 6.6.4 企业授课模式
 - 6.6.5 企业业务覆盖
 - 6.6.6 企业目标人群
 - 6.6.7 企业获客方式
- 6.7 你拍一
 - 6.7.1 企业发展简况
 - 6.7.2 企业融资情况
 - 6.7.3 企业课程体系及特色
 - 6.7.4 企业授课模式
 - 6.7.5 企业业务覆盖
 - 6.7.6 企业目标人群
 - 6.7.7 企业获客方式

6.7.8 企业最新业务布局动向

6.8 噜啦数学

6.8.1 企业发展简况

6.8.2 企业融资情况

6.8.3 企业课程体系及特色

6.8.4 企业授课模式

6.8.5 企业业务覆盖

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 麦斯数学

6.9.1 企业发展简况

6.9.2 企业融资情况

6.9.3 企业课程体系及特色

6.9.4 企业授课模式

6.9.5 企业业务覆盖

6.9.6 企业目标人群

6.9.7 企业获客方式

6.10 掌门少儿

6.10.1 企业发展简况

6.10.2 企业融资情况

6.10.3 企业课程体系及特色

(1) 语文思维课程体系

(2) 数理思维课程体系

6.10.4 企业授课模式

6.10.5 企业业务覆盖

(1) 数理思维课程

(2) 语文思维课程

(3) 学习力课程

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：中国少儿思维能力培养行业投资机会及策略研究

7.1 中国少儿思维能力培养行业融资现状分析

7.1.1 行业项目总体融资情况

7.1.2 行业项目融资轮次分布

7.1.3 行业项目融资事件汇总

7.2 中国少儿思维能力培养行业投资价值与机会分析

7.2.1 行业投资壁垒分析

7.2.2 行业投资风险分析

7.2.3 行业投资价值分析

7.2.4 行业投资机会分析

（1）区域投资机会

（2）产业链投资机会

（3）产品/服务投资机会

7.3 中国少儿思维能力培养行业投资方式和投资建议分析

7.3.1 行业投资方式选择

7.3.2 行业投资建议分析

图表目录

图表1：少儿思维发展的阶段划分及其特点

图表2：少儿思维能力培养行业产业链条

图表3：我国少儿思维培训相关政策汇总及主要内容

图表4：2014-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表5：2013-2021年中国城乡居民收入水平（单位：万元）

图表6：2014-2021年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表7：2017-2021年青少年（0-15岁）人口数量（单位：万人）

图表8：中国家庭学前和中小学教育阶段生均家庭教育支出情况（单位：元）

图表9：中小学教育 & 儿童教育用户年龄和消费能力分布（单位：%）

图表10：2016-2021年全国普通小学数量（单位：所）

图表11：少儿思维培训技术背景分析

图表12：少儿思维能力培养行业产业链条

图表13：2015-2021年民办小学专职教师数量（单位：人）

图表14：少儿思维培训教师招聘流程及选拔标准

图表15：少儿思维培训教师招聘流程及选拔标准

图表16：儿童认知阶段论在思维教学中的应用

图表17：不同教育形式对比情况

图表18：不同班型教学效果和企业运营成本对比情况

图表19：国内主要少儿思维品牌目标人群情况

图表20：中国少儿思维能力培养行业发展历程

图表21：少儿思维能力培养行业AMC模型

图表22：2021年我国线下少儿思维培训行业市场规模（单位：亿元）

图表23：2021年我国线上少儿思维培训行业市场规模（单位：亿元）

图表24：少儿思维培训行业技术与教研发展趋势与方向

图表25：豌豆思维未来布局方向

图表26：精锐教育旗下数理思维产品矩阵

图表27：少儿思维培训行业市场空间测算（单位：亿元）

图表28：中国少儿思维能力培养行业典型模式及代表企业

图表29：少儿思维培训线下模式优势分析

图表30：少儿思维培训线下模式劣势分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202402/04-596448.html>