

2018

中国早教行业市场研究报告

中商产业研究院

更多产业情报: <http://www.askci.com/reports/>

客服热线: 400-666-1917

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群
(不需要转发哦.....)

蜜蜂学堂 金牌助教Ada



扫一扫
回复“入群”

前言

Introduction

早教指为0-6岁儿童提供的学前教育服务，主要包括托育机构、早教中心和兴趣培训班等形式。我国早教行业起步较晚，在国家政策支持下发展迅速。早教产业，被称为“永不落幕的招商产业”，经过十来年的发展，早教行业初具雏形的发展业态在经历了新一轮洗牌后，正逐步走向规范化、专业化、系统化、科学化。预计2020年我国早教市场规模可突破3000亿元。



CONTENTS

目录

- 前言
- 1. 早教行业概况
 - 1.1 早教的定义
 - 1.2 早教行业发展历程
 - 1.3 早教行业产业链
 - 1.4 早教行业政策
- 2. 早教行业背景
 - 2.1 早教重视程度加深
 - 2.2 国民收入提高对幼儿教育投资增加
 - 2.3 女性工作就业率高托儿需求大增
 - 2.4 新生人口稳定助力早教行业发
 - 2.5 城市化进程加快早教群体增加



CONTENTS

目录

- 3. 早教行业市场现状
 - 3.1 早教行业市场广阔
 - 3.2 早教接受起始年龄分散
 - 3.3 托育机构短缺严重
 - 3.4 早教行业受资本市场青睐
 - 3.5 海外品牌、本土品牌和房地产商为主要玩家
 - 3.6 加盟+直营经营模式并行发展
- 4. 早教行业竞争格局
 - 4.1 品牌众多竞争格局分散
 - 4.2 国际品牌占据领先优势
 - 4.3 本土早教品牌分布三线城市



CONTENTS

目录

- 5. 早教行业重点企业
 - 5.1 美吉姆：高端早教龙头品牌
 - 5.2 金宝贝：国际知名品牌
 - 5.3 红黄蓝：中国最大的早教服务提供商
 - 5.4 爱乐祺：“托幼早教”理念领航者
 - 5.5 光华教育：优质早教产品和服务供应商
 - 5.6 芝兰玉树：中国领先的儿童教育娱乐服务商
- 6. 早教行业发展趋势
 - 6.1 线上平台布局线下机构
 - 6.2 打造IP形成完整产业链条
 - 6.3 科技与教学深度融合

01 早教行业概况

早教的定义

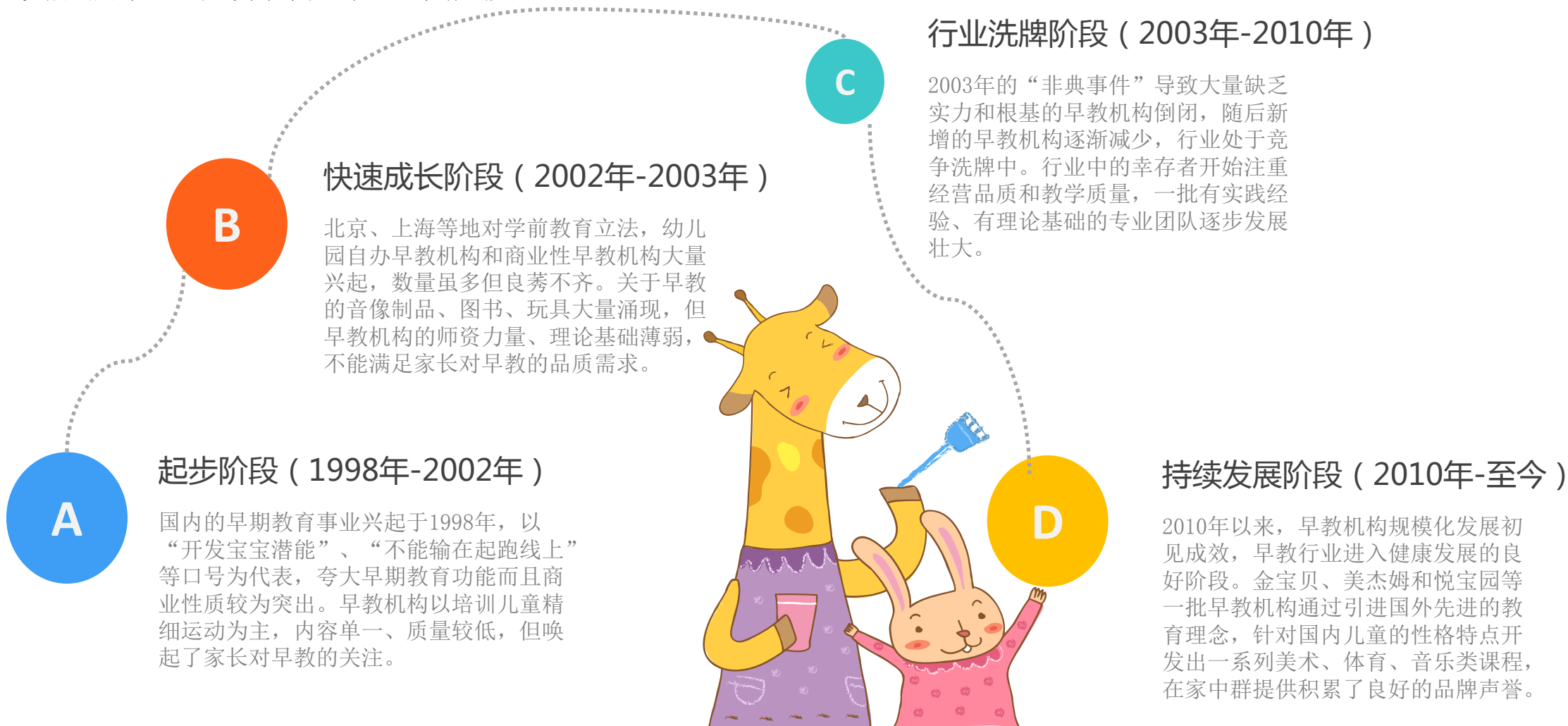
早教指为0-6岁儿童提供的学前教育服务。 根据儿童生理和心理发展的特点以及敏感期的发展特点，而进行的有针对性的指导和培养的教育阶段，主要为儿童多元智能和健康人格的培养打下良好的基础，包括托育机构、早教中心和兴趣培训班等形式。

早教业务分类			
分类	针对人群	主要机构	主要课程
早教中心	0-6岁	美吉姆、金宝贝、BBunion、抱抱熊早教、悦宝园、红黄蓝旗下竹兜育儿、新爱婴等	亲子课程
托育机构	1.5-4岁	哈奇乐教育、爱乐祺等	托管服务+课程
学前培训	1.5-6岁	哒哒英语（4-16岁） Isee灰姑娘（1.5-12岁） 精锐至慧学堂（4-12岁）	青少儿英语培训 音乐舞蹈艺术培训 学前逻辑思维培训

数据来源：中商产业研究院整理

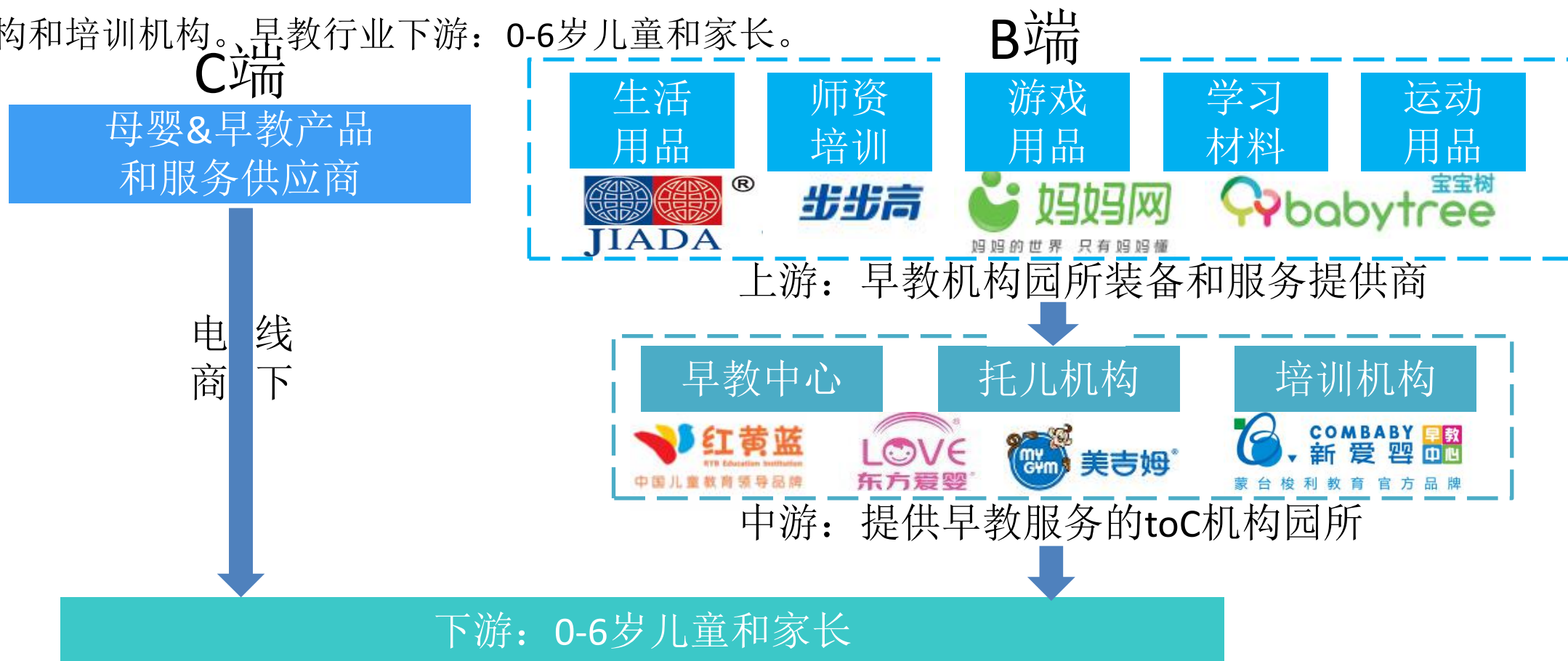
早教行业发展历程

发展历程：我国早教行业起步较晚但发展迅速。早教行业在我国正式起步时期为20世纪90年代，发展历程可以分为以下三个阶段：



早教行业产业链

早教行业上游：toB的内容/装备提供商及toC的母婴&早教产品服务供应商。前者为早教机构和培训机构提供学习材料、玩教具、运动材料等产品。后者通过电商、论坛等线上以及线下渠道直接为儿童和家长提供早教服务与产品。早教行业中游：提供早教服务的toC机构园所：早教中心、托育机构和培训机构。早教行业下游：0-6岁儿童和家长。



早教行业政策

早教对于幼儿的身心成长至关重要，随着中国日益与国际接轨，中国政府和公众也越来越重视早期教育了。国家教育部于2000年正式提出「学前教育从0岁开始」的政策，此后国家出台了一系列政策规范和鼓励早教行业发展。

早教行业相关政策			
时间	发布单位	政策名称	政策内容
2010年	国务院常务会议	《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》	将学前教育从基础教育中分离出来，独立纳入了现代国民教育体系。
2012年	教育部	《开展0-3岁儿童早期教育试点工作有关事项的通知》	以发展公益性婴幼儿早期教育服务为目标，重点在早期教育管理体制、管理制度、服务模式和服务内容等方面进行试点探索，总结经验。
2012年	教育部	《国家教育事业第十二个五年规划》	省级政府制定本区域学前教育发展规划，完善发展学前教育政策，加强学前教育师资队伍建设和建立学前教育的经费保障制度。探索营利性和非营利性
2012年	教育部	《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进入学前教育，积极扶持民办幼儿园特别是面向大众、收费较低的普惠性幼儿园。
2012年	教育部	《3-6岁儿童学习与发展指南》	遵循幼儿的发展规律和学习特点，关注幼儿身心全面和谐发展，尊重幼儿发展的个体差异，对3-6岁儿童的发展水平提出了合理期望，指导幼儿园和家庭实施科学的保育和教育。
2016年	教育部	《幼儿园工作规程》	幼儿园的任务是：贯彻国家的教育方针，按照保育与教育相结合的原则，遵循幼儿身心发展特点和规律，实施德、智、体、美等方面全面发展的教育，促进幼儿身心和谐发展。
2016年	全国人大	《关于修改〈中华人民共和国民办教育促进法〉的决定》	民办学校的举办者可以自主选择设立非营利性或者营利性民办学校。举办实施学历教育、学前教育、自学考试助学及其他文化教育的民办学校，由县级以上人民政府教育行政部门按照国家规定的权限审批。
2017年	国务院	《国家教育事业第十三个五年规划》	加快发展学前教育：继续扩大普惠性学前教育资源，基本解决“入园难”问题，学前三年入园率到2020年达到85%；提高幼儿园保育教育质量。促进和规范民办教育发展，鼓励社会力量和民间资本以多种方式进入教育领域，提供多样化教育产品和服务。
2018年	国务院	《关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》	2020年普惠性幼儿园覆盖率（公办园和普惠性民办园在园幼儿占比）达到80%。到2035年，全面普及学前三年教育，建成覆盖城乡、布局合理的学前教育公共服务体系，形成完善的学前教育管理体制、办园体制和政策保障体系，为幼儿提供更加充裕、更加普惠、更加优质的学前教育。
2018年	财政部、国家税务总局	《个人所得税专项附加扣除暂行办法（征求意见稿）》	新增个人所得税法规定的子女教育、继续教育专项附加扣除。

数据来源：中商产业研究院整理
为全球商业领袖提供决策咨询

02 早教行业背景

早教重视程度加深

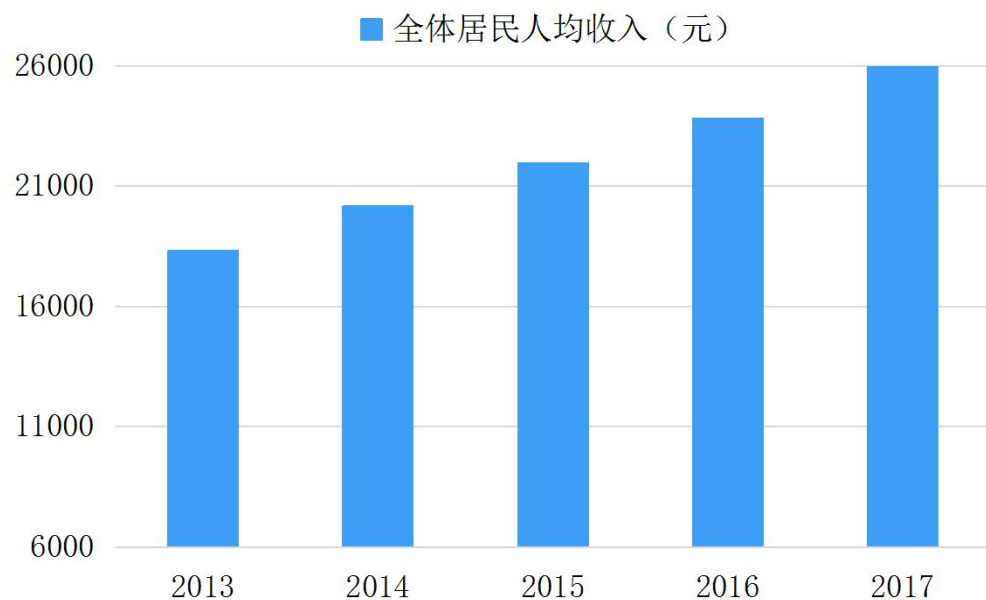
80、90后进入育龄阶段，这类家长接受高等教育，享受知识资本为其带来更多的财富和社会地位，更加比上一代中国人更加重视教育，愈加倾向于认同0-3岁早期教育对儿童智力、性格、潜能的发展有至关重要的作用，不愿自己的孩子输在起跑线上。



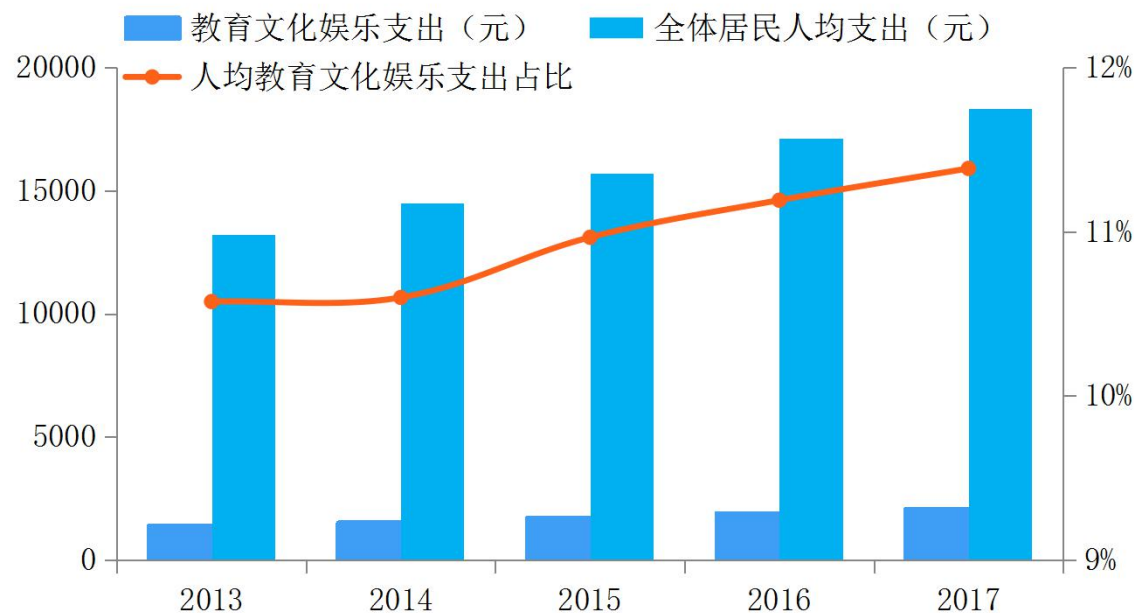
国民收入提高对幼儿教育投资增加

随着中国经济高速增长，国民收入增加。全国居民人均可支配收入由2013年的18310.8元增至2017年的25973.8元。中国自古重视教育，国民收入增加，对教育投资越来越舍得。2013年教育文化娱乐支出1398元，2017年突破2000元，人均教育文化娱乐支出占比提高至11.39%。随着，中产家庭崛起，未来早教投入将增加。

2013-2017年中国全体居民人均可支配收入情况



2013-2017年中国全体居民教育文化娱乐支出情况



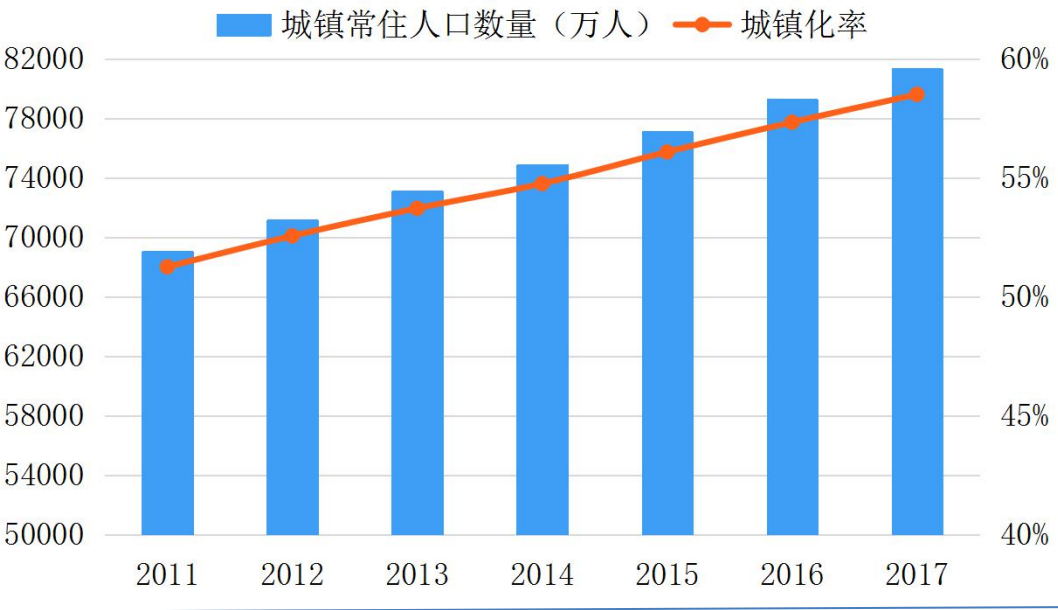
数据来源：中商产业研究院大数据库

为全球商业领袖提供决策咨询

城市化进程加快早教群体增加

中国城市化进程加快，2011年到2017年间，我国城镇化人口从6.91亿增长到8.13亿，城镇化率增加了7.25个百分点。根据国务院印发的《国家人口发展规划(2016—2030年)》，2020年我国常住人口城镇化率将会超过60%。发改委专家预测未来城镇人口将达10亿。早教机构主要分布于城镇间，城市人口的增加无疑扩充了早教市场的目标客户群体。

2011-2017年中国城镇人口数量及城镇化率情况

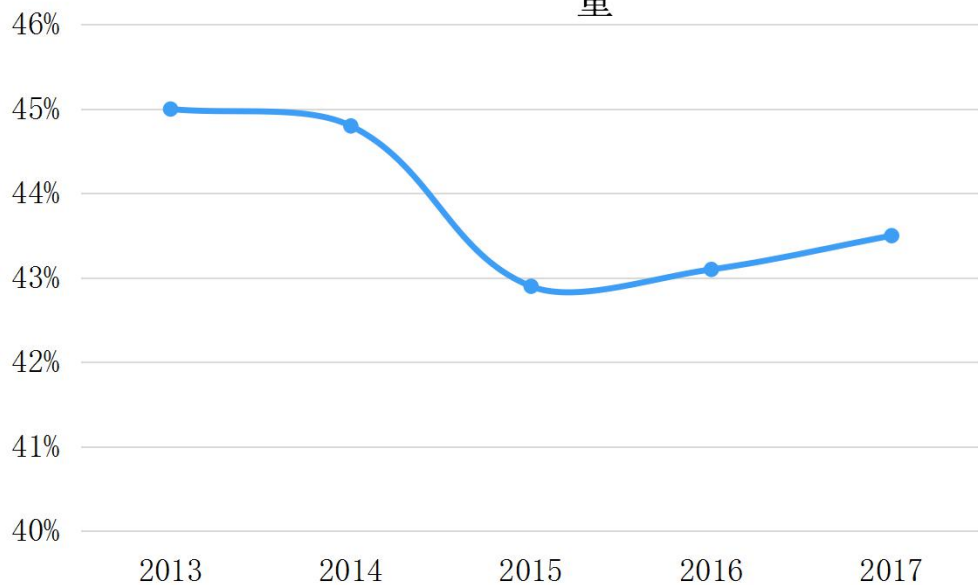


数据来源：中商产业研究院大数据库

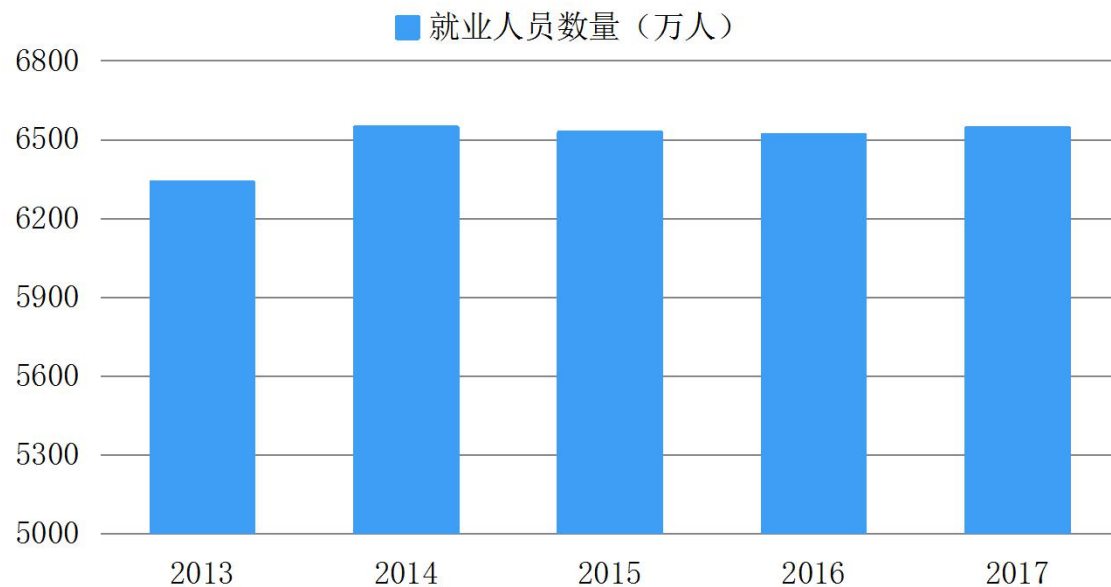
女性工作就业率高 托儿需求大增

传统观念男主外女主内，中国女性承担更多的养育子女的责任。改革开放以来，中国女性受教育程度普遍提高，就业率提升。2017年，全国女性就业人员占全社会就业人员的比重为43.5%，超过《纲要》制定的40%目标。城镇单位女性就业人员6545万人，比2013年增加207万人。中国女性参与社会劳动，对托儿服务、幼儿早教需求大幅上升。

2013-2017年中国女性就业人员占全社会就业人员的比重



2013-2017年中国城镇单位女性就业人员数量

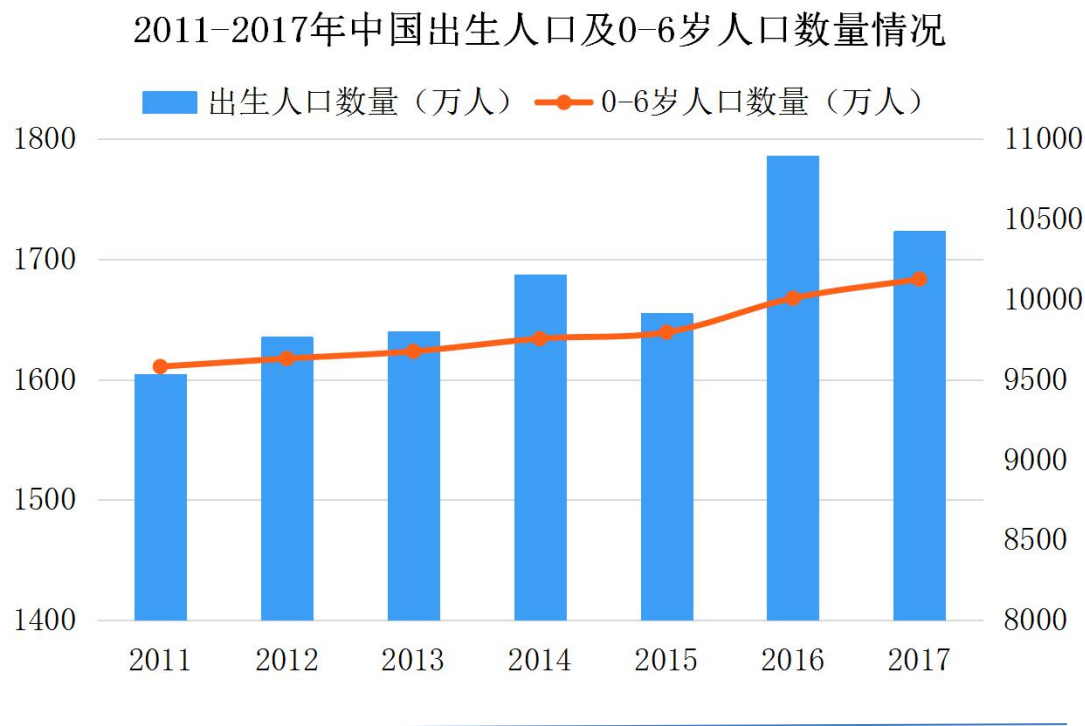


数据来源：中商产业研究院大数据库

为全球商业领袖提供决策咨询

新生人口稳定助力早教行业发展

随着2016年二胎政策的放开，我国新出生人口数量迅速增长，在政策实施的第二年，新出生人口数量有所回落，但是较政策实施前仍有所增长。全面二孩政策释放了原有的生育意愿，但是育龄女性数量减少与年轻人生育意愿的降低，2017年第一胎新生儿的数量不增反减。为了刺激人口增长，国家和地方政府出台了一系列刺激生育意愿的政策，未来政策或加码，预期新生儿数量将会保持平稳增长，早教需求进而增加。



数据来源：中商产业研究院大数据库

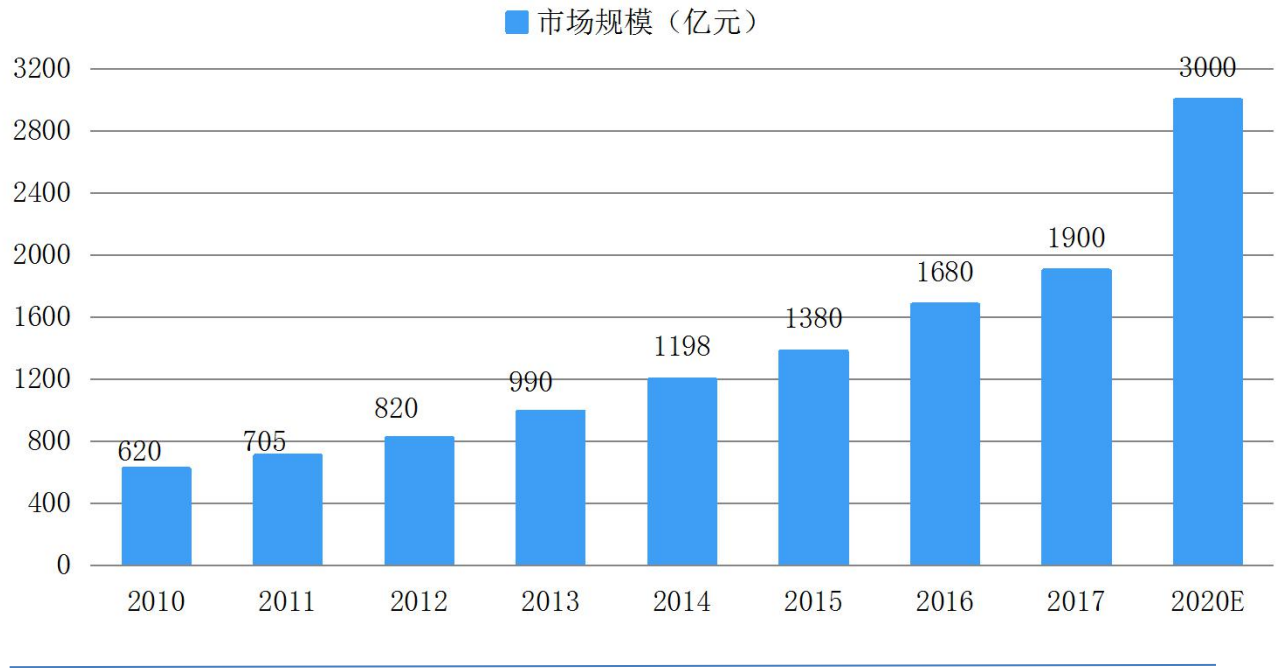
03 早教行业市场现状

早教行业市场广阔

随着国民收入不断提升，新一代家长消费观念升级，国家放开计划生育政策，幼教行业利好政策不断出台，驱动幼教市场规模持续扩容，为早幼教市场创造了良好的开端。**2010年中国早教行业市场规模仅620亿元，2017年1900亿元，2020年我国早教市场规模预计可突破3000亿元。**经过十来年的发展，早教行业初具雏形的发展业态在经历了新一轮洗牌后，正逐步走向规范化、专业化、系统化、科学化。



2010-2020年中国早教行业市场规模情况

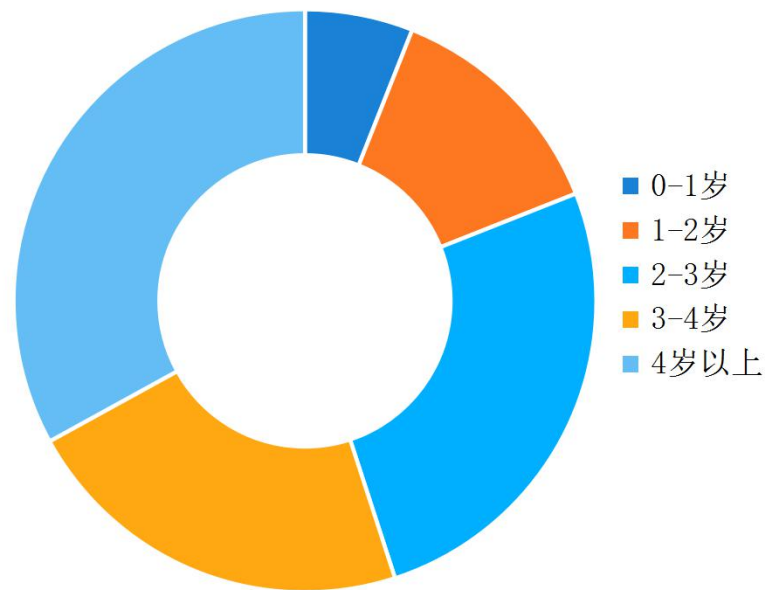


数据来源：中商产业研究院大数据库

接受起始年龄分散

随着新生代父母对科学早教的认可，0-6岁的婴幼儿在各年龄段都出现了对外期教育的需求且都在早教市场消费群体中有一定占比。其中，4岁以上开始接受早教的幼儿最多，占比33%，其次2-4岁开始接受早教的幼儿占比48%。婴儿早教相对较少，占比仅6%。

2016年0-6岁婴幼儿接受早教起始年龄分布情况



数据来源：中商产业研究院

托育机构短缺严重

当前公办幼儿园基本不招收3岁以下婴幼儿，而由机关、社区、企事业单位开办的托儿所的入学名额非常有限。2017年底国务院妇女儿童工作委员会发布的《3岁以下婴幼儿托育服务需求调查》显示，36%的0-3岁婴幼儿家长存在托育需求，无祖辈参与照看的家庭托育需求达43%，有祖辈参与照看的家庭仍有34%存在托育需求，70%的家长希望将孩子送往专业的托育机构。早教中心尝试开设婴幼儿托育服务，“早教+托班”模式或成新趋势。

国内主要早教中心开设托班课程		
机构名称	托班相关课程	课程分类
爱乐祺	进阶式入园缓释课程	1. 半日陪同班：1.5-2.5岁； 2. 半日独立班：2-3岁； 3. 全天独立班：2-4岁
袋鼠麻麻（儿童托管品牌）	Happy kids日托	1-6月儿童全天托管
多乐小熊	日托早教日托课程	日托：0-3岁
奇卡国际早教	多元智能托班	1.5-3岁幼儿全日制托班
美思欧	日托服务	班级分配：1. 糖果屋：12-18个月； 2. 土着部落：19-24个月； 3. 音乐花园：25-48个月
东方爱婴抱抱熊早教馆	蒙特梭利托班课程	日托：2-3岁

数据来源：中商产业研究院整理

早教行业受资本市场青睐

早教公司获资本市场青睐，发展前景良好。据不完全统计，2017年早教服务行业融资超过18起，总融资金额数亿。大部分获投资的早教服务商提供互联网早教产品或平台类服务，有较好的发展前景。

2017年我国早教服务商融资情况					
公司名称	融资时间	融资金额	融资阶段	投资方	公司简介
童之趣	年初	百万级人民币	种子轮	清源创投和个人投资者共同出资	专注家庭早教产品的提供商，提供AR儿童早教课程+早教玩具产品
爱婴斯坦	年初	500万人民币	天使轮	教育行业某家基金	线上早教平台，为0-3岁的宝宝提供互动早教视频课程
成长保	2月	5000万人民币	Pre-A轮	黑马基金、昆仲资本、达晨创投	在线早教平台
小牛顿科学启蒙教育	3月	6000万人民币	Pre-A轮	领汇资本领投	专注于婴幼儿科学启蒙教育的企业，融资用于发力托育产业
阳阳魔法教育	3月	近千万元人民币	Pre-A轮	港粤资本领投	学前教育的互联网科技公司，通过APP向针对2-7岁儿童提供游戏化幼教内容
微早教	5月	数百万人民币	天使轮	洪晟观通投资	早教培训行业SaaS系统服务商
启蒙听听	7月	数千万万人民币	Pre-A轮	深创投领投，华诺创投和日圆资本跟投	育儿垂直类音频分享平台
袋鼠麻麻	7月	千万人民币	Pre-A轮	双湖资本、量创资本	2-7岁儿童托管品牌
妈妈帮	7月	亿元级人民币	B轮	好未来	移动母婴生活服务平台
成长保	7月	数千万人民币	A轮	—	在线早教平台
慧昱科技教育	9月	3550万人民币	Pre-A轮	富士康、北京运胜基金、宜华资本、英诺基金、愿景资本	AR早教机器人公司，旗下产品有AR智能教育机器人“小哈”
Keeko智能早教机器人	10月	3150万人民币	B轮	华教未来	专注人工智能早教领域
微早教	10月	1000万人民币	Pre-A轮	梅花天使创投等联合投资	早教培训行业SaaS系统服务商
火火兔	11月	亿元人民币	—	复星锐正资本	儿童智能早教品牌，产品主要包括早教故事机、智能早教玩具、益智玩具以及毛绒玩具等
童之趣	12月	千万级人民币	天使轮	—	专注家庭早教产品的提供商，提供AR儿童早教课程+早教玩具产品
海帆亲子游泳	12月	千万级人民币	A轮	华谊兄弟体育	为孕妇及0—6岁婴幼儿家庭提供亲子游泳等系列课程的亲子运动教育机构

资料来源：中商产业研究院整理
为全球商业领袖提供决策咨询

海外品牌、本土品牌和房地产商为主要玩家

瞄准中国早教市场，国际早教机构品牌进驻中国，将海外课程内容进行合理的本土化改良，抓住客户痛点，充分利用自身优势，深受中国家长欢迎。中资品牌大多引进国外的早教理念，并与我国国情相结合，自主研发课程体系，实现多元化发展和差异化竞争。住宅地产商进军早教行业，依托地产资源开展“幼托早教”业务。商业地产商布局早教行业，充分利用商场内客流。

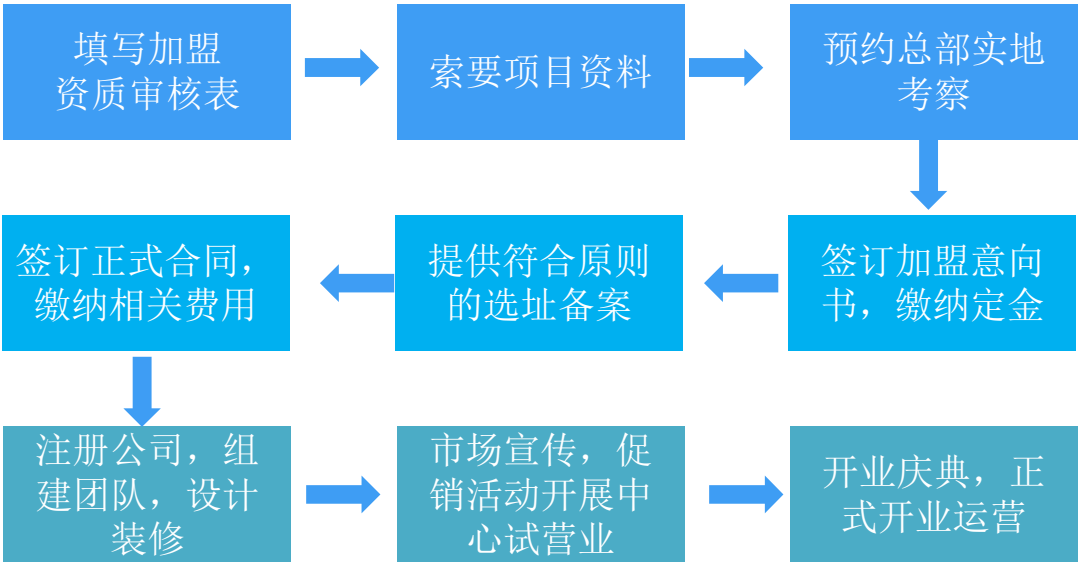
早教行业主要玩家		
类型	特点	代表企业
国际早教品牌	海外课程本土化改良，自主研发能力强、品牌声誉高	金宝贝、美吉姆、悦宝园、小小运动馆、天才宝贝
本土早教品牌	引进国外的早教理念，与我国国情相结合，自主研发课程体系	东方爱婴、红黄蓝、新爱婴、爱乐祺
房地产商	住宅地产商	依托地产资源开展“幼托早教”业务。 绿城育华奇妙园
	商业地产商	充分利用商场内客流 万达宝贝乐园

资料来源：中商产业研究院整理

加盟+直营经营模式并行发展

早教行业在发展初期扩张以直营为主的，是消费者教育（早教的理念来自海外，初期需要开拓国内认知）、品牌建设、教学研究带来的必然结果。门店以租金较高的商场店为主。随着行业逐渐走向成熟，海外和本土品牌先后入场，龙头加速扩张、抢占市场，扩张从直营转向加盟，加盟店数量突飞猛进，直营店数量不断收缩。门店也由商场店转向租金较低的临街商铺、社区店。

悦宝园加盟流程介绍



直营模式与加盟模式对比				
经营模式	投资方	控制人	收入来源	优势
直营模式	早教机构全额出资	早教机构全权控制	课时费收入	由公司直接管理，易于把控服务质量，维护品牌声誉
加盟模式	加盟商全额出资或加盟商和早教机构按比例共同分担	加盟商全权控制，早教机构负责指导和监督	加盟费用	有利于迅速扩大规模、提升品牌知名度、占领市场份额

04 早教行业竞争格局

品牌众多竞争格局分散

我国早教品牌数量众多，呈现出本土品牌和国际品牌并进，大型连锁品牌机构与小微区域品牌共存的双重格局。其中金宝贝、美吉姆等外资品牌优势较为突出，而国内东方爱婴，红黄蓝通过加盟下沉渠道，发展较为迅速。从门店数量来看，以一线城市为例，前八大知名早教品牌占比为35.7%，新爱婴、金宝贝、美吉姆的门店数占比分别为9%、8%、6%，位居前三。

国内主要早教品牌					
分类	机构	教育方式	课程设置	门店数量	每课时价格（元）
国外一线品牌	金宝贝	美式	育乐课程、音乐课程、艺术课程	500	190-350
	新爱婴	美式	蒙氏数理、奥尔夫音乐等	600	120-200
	美吉姆	美式	欢动课、音乐课、艺术课	389	200-300
	悦宝园	美式	健康认知、音乐课等	240	200-300
	纽约国际	美式	课，音乐课，艺术课，烹饪课，球类运动课，芭	100+	200-300
	爱乐乐享	国际	音乐、拼图、水上运动、厨趣、艺术等	120+	200-300
本土品牌	红黄蓝	中式	TMC音乐课、思维课程等	1200+	100+
	东方爱婴	中式	启蒙课程、音乐、逻辑、英语等	500+	100-150
	聪明树	托育	音乐、美术、蒙氏、趣味运动等七大课程	330+	100-200
	运动宝贝	中西合璧	艺术、运动、生活实践、突触能量、语言等	190	150-200
	壹号贝贝	托育	音乐、水育、绘画、父母成长课堂等	60+	100+

数据来源：中商产业研究院整理

为全球商业领袖提供决策咨询

国际品牌占据领先优势

2018年《中国早教蓝皮书》发布的中国十大早教排行榜来看，目前，排名依次是金宝贝、积木宝贝、美吉姆、东方爱婴、悦宝园、红黄蓝、纽约国际、新爱婴、爱乐、亲亲袋鼠，除红黄蓝排名下降外，积木宝贝的通过迅速拓展全国市场，奠定了中国早教行业黑马的基础。

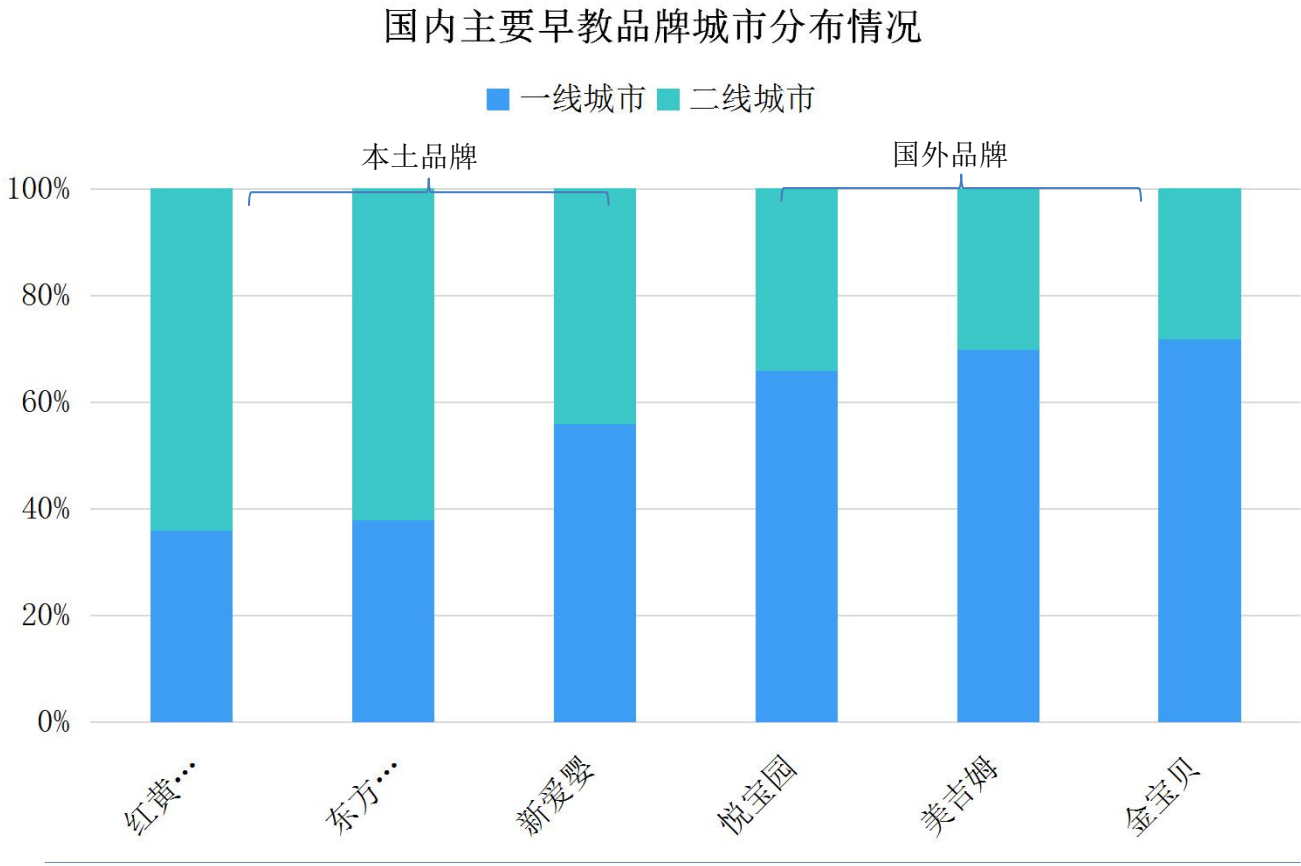
2018中国十大早教排行榜

1	金宝贝	
2	美吉姆	
3	积木宝贝	
4	东方爱婴	
5	悦宝园	
6	红黄蓝	
7	纽约国际	
8	新爱婴	
9	爱乐	
10	亲亲袋鼠	

资料来源：中商产业研究院整理

本土早教品牌分布三线城市

本土品牌优势比较明显，品牌设立时间早，加盟费和权益金相对较小，管理加盟程序相对简单，管理相对“松”，门店主要集中在三线及以下城市，二线城市门店数量占比在60%以下。国外早教品牌门店多集中在一二线城市，未来向三线及以下城市扩张空间较大。

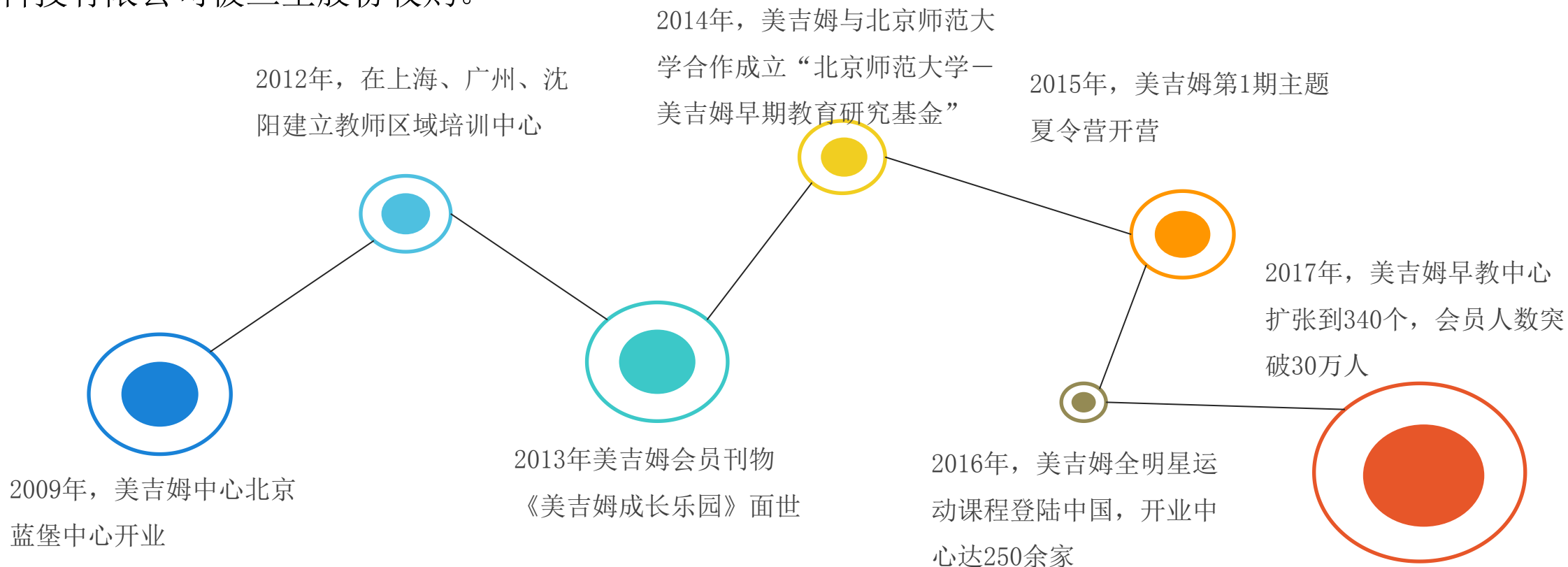


数据来源：中商产业研究院整理

05 早教行业重点企业

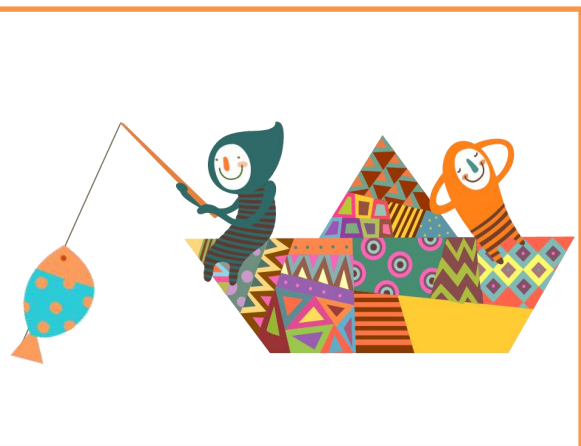
美吉姆：高端早教龙头品牌

美吉姆历史悠久，是早教品牌龙头之一，品牌知名度高。美吉姆**1983**年创立于美国，目前全球范围内已有**38**个国家和地区开设了近**700**家美吉姆国际儿童教育中心，美吉姆早已成为具有国际竞争力的早期教育品牌。**2009**年进入中国市场，是最早进入中国的国外早教品牌之一。**2018**年美杰姆教育科技有限公司被三垒股份收购。



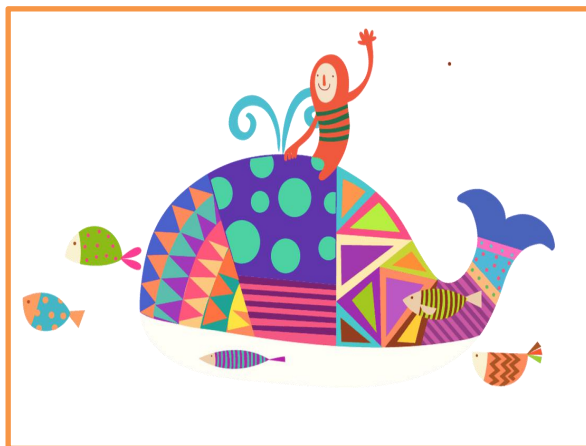
课程体系完善

美吉姆主要提供：欢动课、艺术课、音乐课三类课程，课程内容及教学体系源于国外知名品牌，课程内容及教学质量高。



欢乐课

通过开展体能运动、益智游戏等，帮助初生-6岁儿童提高体能水平、认知能力、社交能力及情感表达。



艺术课

主要通过绘画、雕塑、版画等多种艺术表现形式，培养儿童早期的艺术素养。



音乐课

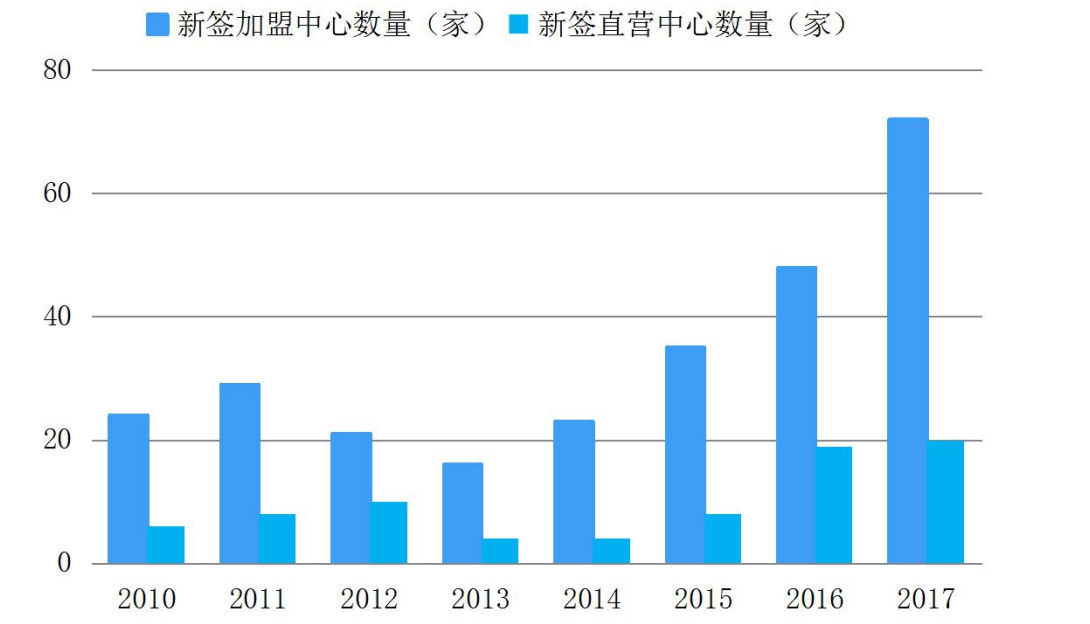
通过Lap song、手指游戏、稳定节拍的感受和练习、器乐自由演奏等形式，培养儿童的音乐基本能力和音乐素养。

扩张速度迅速

美吉姆采取加盟和直营相结合的模式运营，以加盟模式为主。截至2018年6月30日，美杰姆签约的“美吉姆”早教中心达到389家。年均扩张速度达35.6%。其中，一线城市网点70个，占比18%，排名第三；二线城市207个，三线城市112。一线/二线/三线年化扩张速度分别为25%/26%/35%。公司通过加盟方式跑马圈地，二三线城市渠道加速下沉，新签加盟中心从2010年的24家扩大三倍至2017年的72家，年化复合增长率为24%，扩张速度迅速。



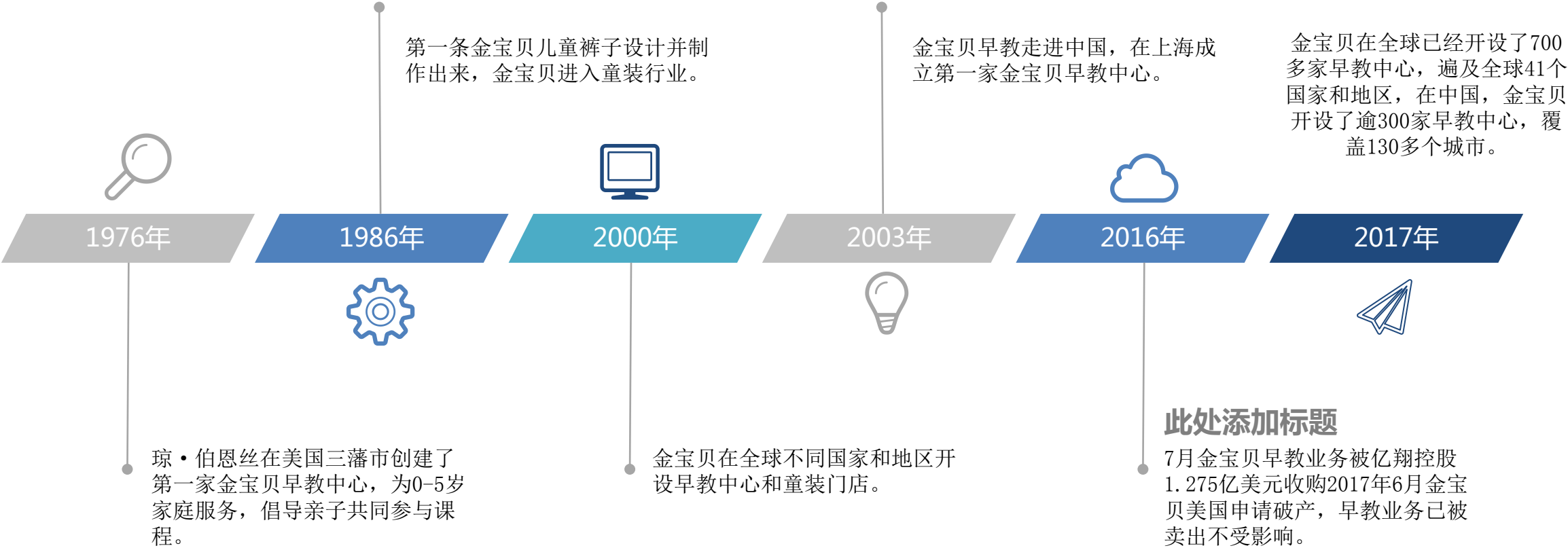
2010-2017年美吉姆早教中心扩张情况



数据来源：中商产业研究院大数据库

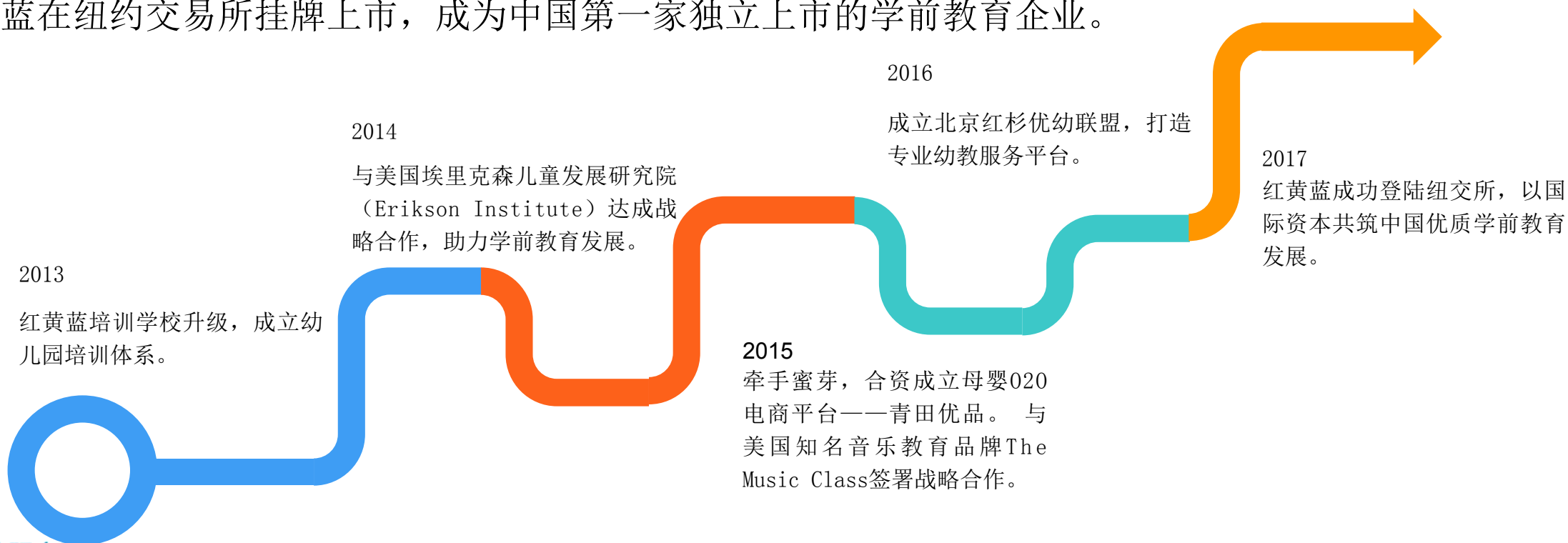
金宝贝：国际知名品牌

金宝贝为美国品牌，早教业务2016年6月被金宝贝集团剥离出售，品牌现独立运营。金宝贝1976年在三藩市成立了第一家早教中心，截止到2017年，金宝贝全球已经开设了700多家早教中心，遍及全球41个国家和地区，在中国，金宝贝开设了逾300家早教中心，覆盖130多个城市。



红黄蓝：中国最大的早教服务提供商

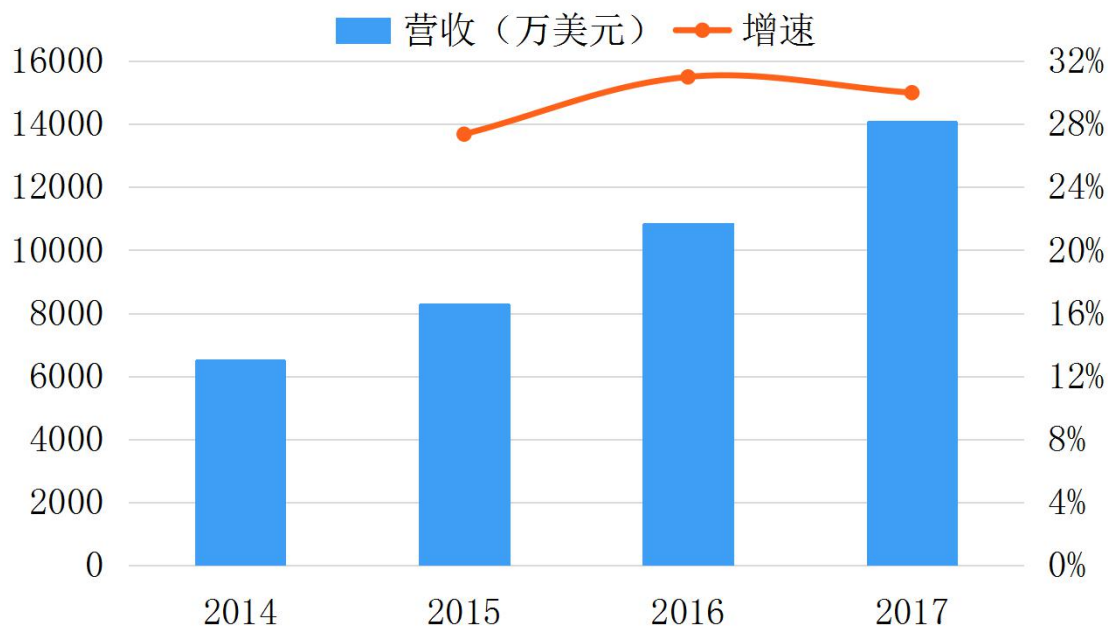
红黄蓝是中国最大的早期教育服务提供商，专注于为0~6岁儿童提供优质的早教服务。红黄蓝的主要业务包括私立幼儿园和亲子园（早教中心）业务，截至2018年3月31日，红黄蓝拥有直营幼儿园86所，加盟幼儿园212所，直营幼儿园学生入学数量2.21万人，直营和加盟亲子园共966所，包括已签约未开园的亲子园总数达1300所。红黄蓝亲子园主要提供各种早教课程和幼托服务。2017年9月，红黄蓝在纽约交易所挂牌上市，成为中国第一家独立上市的学前教育企业。



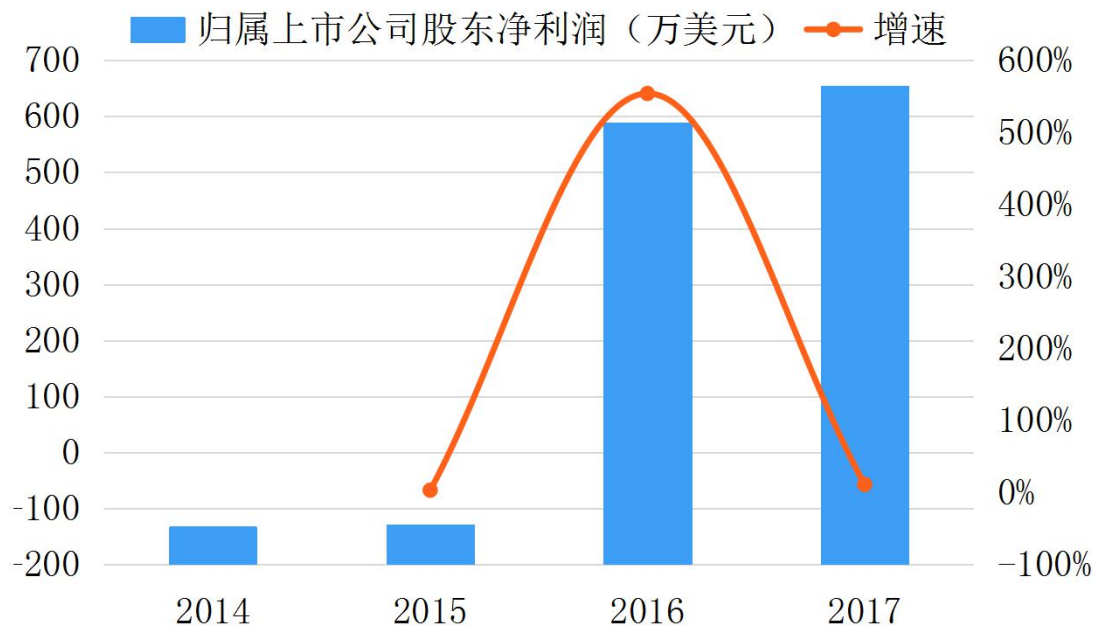
直营业务为主要收入来源

直营业务为红黄蓝主要收入来源，直营亲子园业务占应收比重较小。2017年红黄蓝总营收达到1.4亿美元，归属上市公司股东净利润654.1万美元。直营幼儿园和亲子园业务的收入来源主要是向客户收取参培费用，直营业务占总营收的比重达到了72%。红黄蓝在早教机构业务方面的营收来源主要分为由直营亲子园收取的课时费和从加盟亲子园收取的加盟费。

2014-2017年红黄蓝营收情况



2014-2017年红黄蓝净利润情况



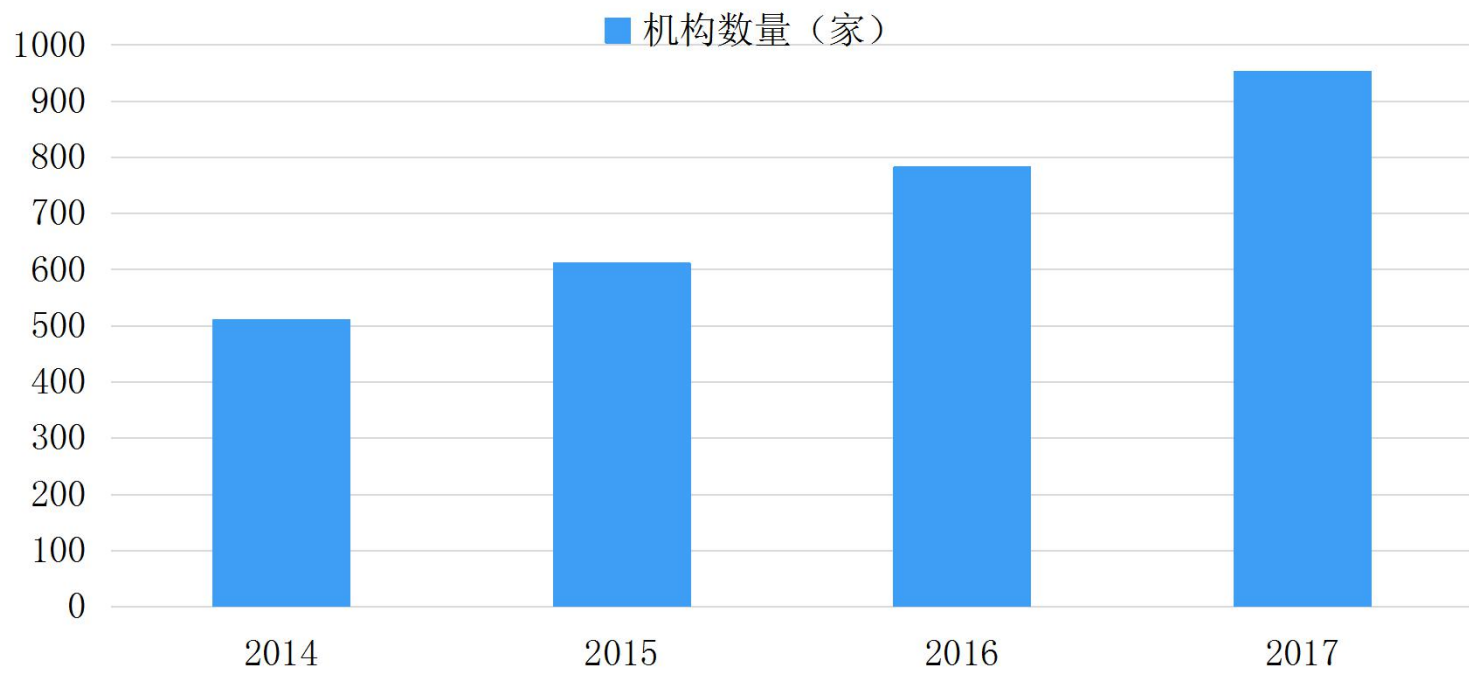
数据来源：中商产业研究院大数据库

为全球商业领袖提供决策咨询

加强管理未来业务扩张迅猛

红黄蓝直营和加盟亲子园的总数由2014年的511家增长到2017年的953家，2018年一季度末的增至966所。由于虐童事件发生，红黄蓝暂停扩张，加强加盟园整治的举措有利于促进整体管理水平，并有可能重新赢得客户的信任。预计整顿结束后，红黄蓝在早教行业的市占率将会进一步扩大，亲子园数量持续增长。

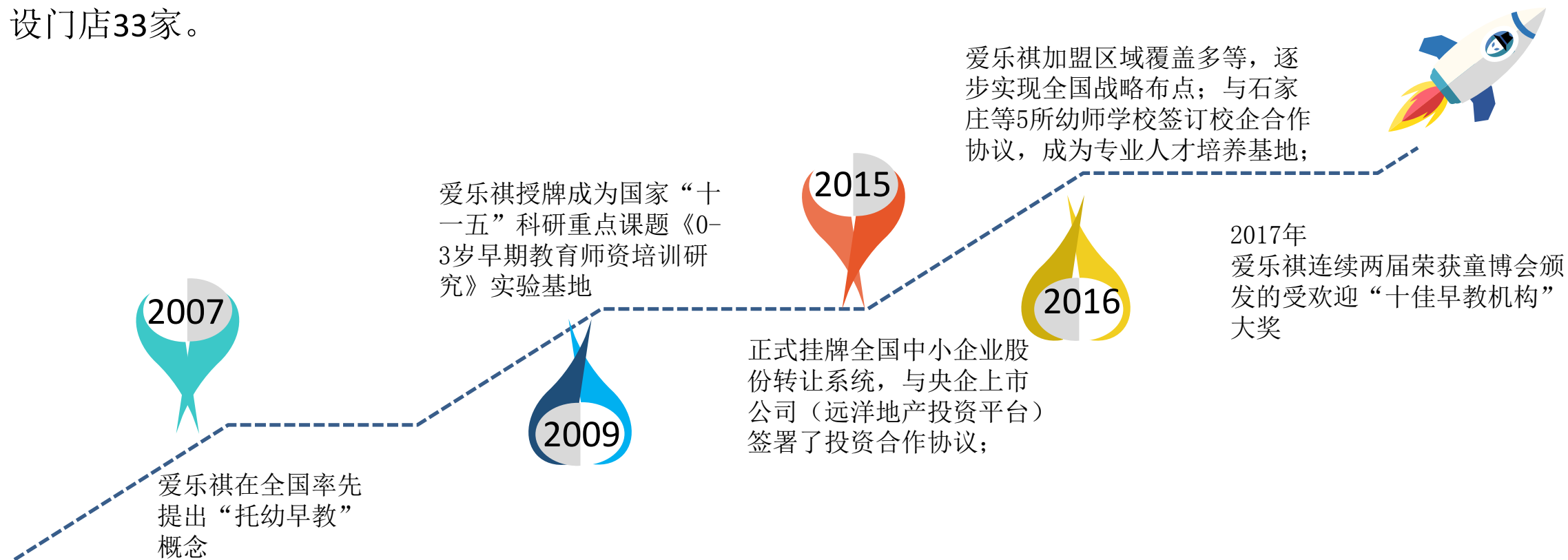
2014-2017年红黄蓝早教机构数量情况



数据来源：中商产业研究院大数据库
为全球商业领袖提供决策咨询

爱乐祺：“托幼早教”理念领航者

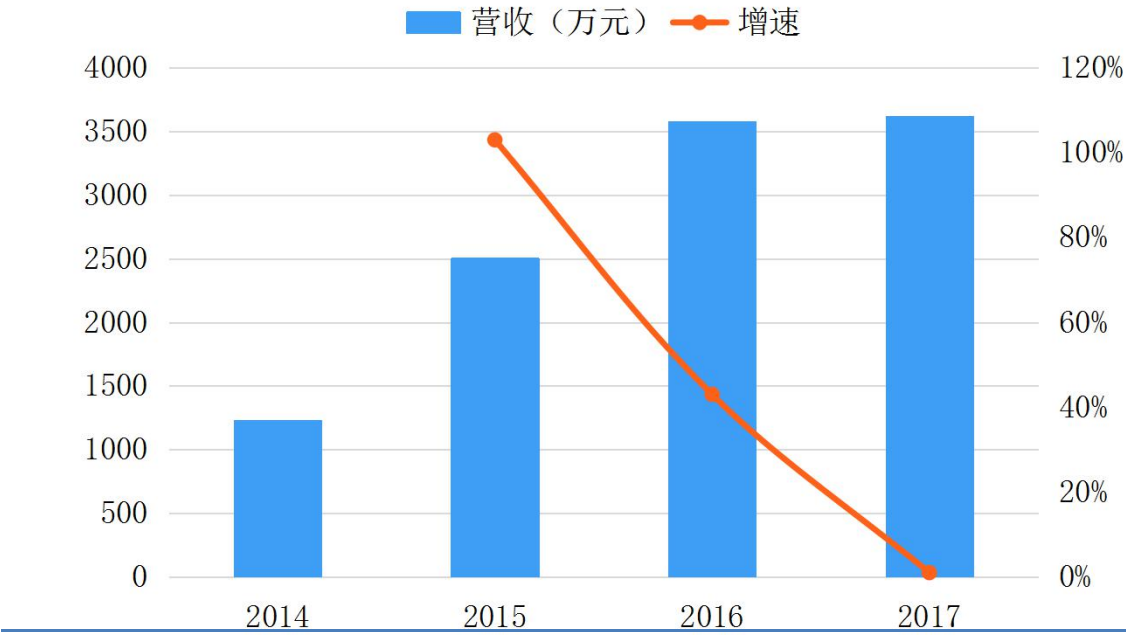
爱乐祺是一家国内知名的早教服务品牌，致力于为0-6岁儿童提供优质的学前教育服务。爱乐祺的课程借鉴欧美教育理念，由公司内部自行研发，主要包括了基础课程、核心课程和提升课程三种。基础课程包括了水中早教、亲子育动乐。2015年,爱乐祺在新三板成功挂牌上市。2018年6月爱乐祺开设门店33家。



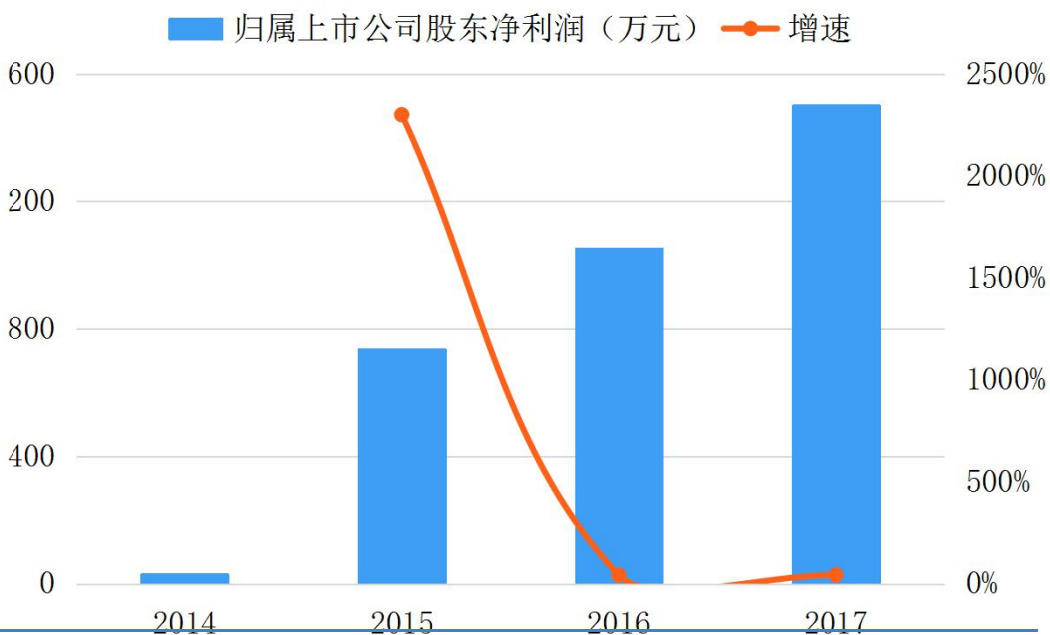
盈利能力增强

爱乐祺的营收从2014年的1230.6万元增至2016年的3578.5万元，营收的高速增长主要是由于企业挂牌后品牌影响力不断提升，归属上市公司股东净利润从2014年的30.8万元增至2016年的1053.5万元。2017年，爱乐祺的营收总额为3617.6万元，较上年仅增长1%。2017年，爱乐祺课时收入占总营收比重为83%，较上年同比减少9.08%；加盟收入占总营收比重15%，较上年增加53.33%。归属上市公司股东净利润1501.9万元，同比增长43%。

2014-2017年爱乐祺营收情况



2014-2017年爱乐祺净利润情况



数据来源：中商产业研究院大数据库
为全球商业领袖提供决策咨询

爱乐祺至今已有200余家店，爱乐祺门店主要集中在华南、华中、华东、华北、西南地区。预计2018年底将会达到400家。2020年爱乐祺将计划走出国门，逐渐将爱乐祺品牌化、国际化。

爱乐祺业务布局



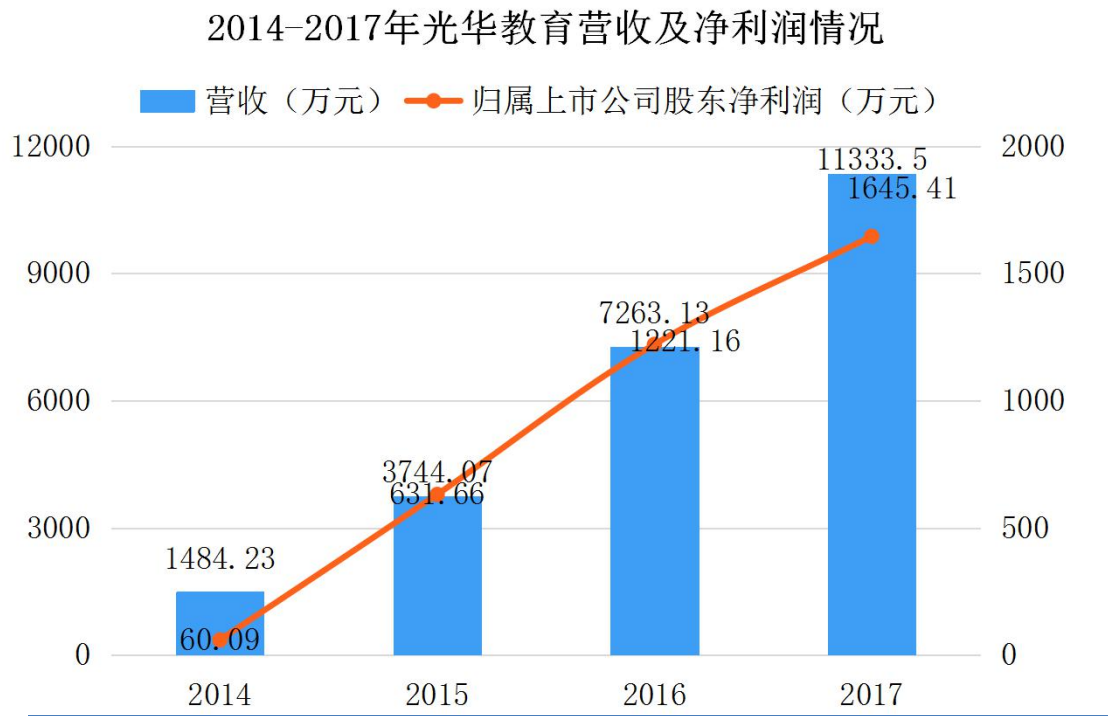
光华教育：优质早教产品和服务供应商

国内优质的综合性儿童启智和艺术教育品牌。光华教育是一家集早教+幼教多元一体化的教育服务供应商，专注于0-12岁婴童及少儿的教育培训、课程标准信息化、教育科技产品输出，提供的主要产品和服务分为教育科技产品和教育服务提供。教育已在早教行业耕耘14年，在全国300多个城市布局600余家门店。教育科技产品：“内容产品为辅+软件产品为主”实现双管齐下。教育服务提供：“加盟+直营”模式形成持续盈利模式。

光华教育主要业务			
教育产品	教育科技产品	教育内容产品	教材、音像制品、配套教学器材（玩具为主、美术材料用具、乐器和教学模具为辅）等。
	教育软件产品	教育软件产品	主要包括公司自主开发的2项测评系统（“婴幼儿智能测评系统”和“左右脑思维测评”）、家园互动APP（有公司总部、园长、教师、家长4个端口）、ERP管理系统等。
教育服务	管理服务	管理服务	向加盟商一站式提供教育科技产品、品牌授权、选址装修、运营推广、人才培养等教育管理及标准化服务。
	培训服务	培训服务	公司进行直营培训，设立培训中心，直接开展母婴培训及艺术类、启智类、文化类、舞蹈类等各项培训课程。

业绩节节攀升

近几年，光华教育通过加大对平台技术开发、网络推广、网络优化、会员系统等技术研发及升级的投入和布局，经营业绩获大幅提升。2017年光华教育营业收入为1.13亿元，同比增长56.04%，归属于挂牌公司股东的净利润为1645.41万元，同比增长34.74%。2018年上半年光华教育营业收入为4894.66万元，同比减少8.03%，归属于挂牌公司股东的净利润为913.95万元，同比增长19.97%。

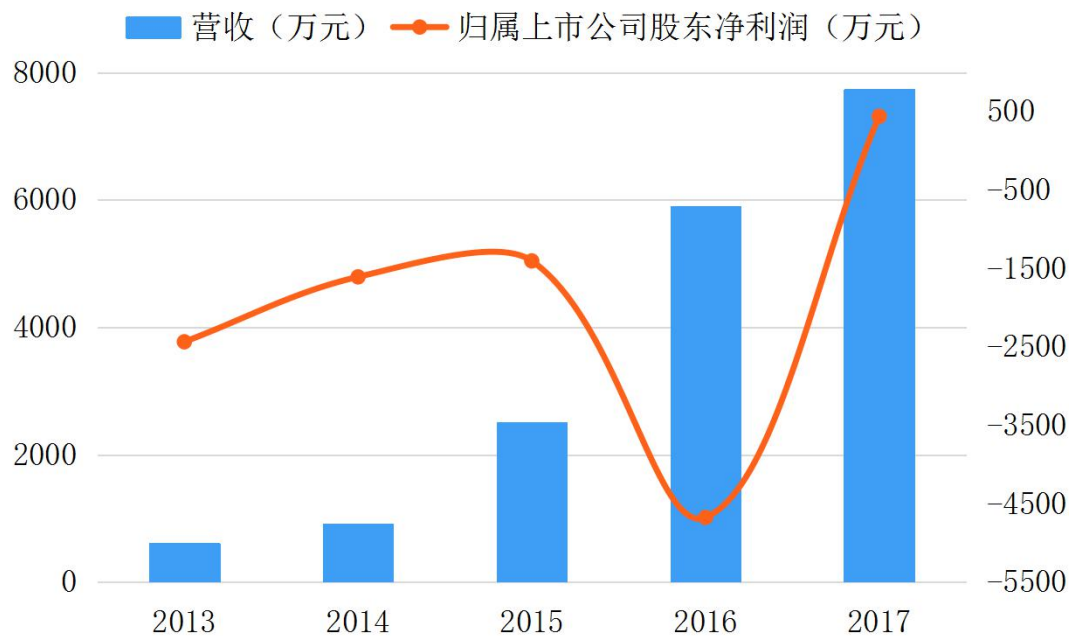


数据来源：中商产业研究院大数据库

芝兰玉树：中国领先的儿童教育娱乐服务商

芝兰玉树是中国领先的儿童教育娱乐服务商。公司围绕“小河狸贝瓦”核心卡通形象，打造了以儿童为中心的生态，建立了“内容版权”+“数字平台”+“衍生品”三大核心资产体系。坐拥“贝瓦儿歌”超级IP，目前新三板企业芝兰玉树仍在铺设渠道、烧钱扩张的过程中，营收连续5年营收高速增长，归属上市公司股东净利润连亏4年，2017年净利润扭亏为盈，营收7732.85万元，归属上市公司股东净利润440.11万元。2018年上半年，芝兰玉树营收2056.68万元，净利润亏损1242.68万元。

2013-2017年芝兰玉树营收及净利润情况



数据来源：中商产业研究院大数据库

06 早教行业发展趋势

线上平台布局线下机构

网络平台扩展业务版图布局线下早教中心，引导海量用户转为实体消费者。2017年7月，母婴家庭服务平台宝宝树与美国婴童玩具品牌美泰(Mattel, Inc.)宣布达成第二轮战略合作，正式成立独立的合资公司并逐步开设惠及全民的社区连锁早教中心。在资本助力的基础上，以宝宝树为代表的线上互联网早教服务平台，通过布局线下早教中心，通过已有的品牌优势，将海量的网络用户转化为实体消费者，线上、线下进行多重消费，增加客户粘性和客均收入，从而获取更高的市场份额。



打造IP形成完整产业链条

“内容+平台+衍生产品与服务”是早教IP主要的商业模式。大多数早教IP的商业模式，完整的产业链条主要包括前端内容、自营平台、衍生开发等三大业务板块，涵盖版权付费、会员收入、产品销售、广告植入及线下活动等多个盈利点。内容传播打造流量IP，聚集人气延展产业链条。

早教公司IP产业链				
公司名称	主打IP	内容产品	平台产品	衍生产品与服务
倍乐生	巧虎	《乐智小天地》系列教材 《巧虎来啦》动画片	巧虎系列APP	自有IP玩具及日用品 舞台剧 线下乐园及活动
芝兰玉树	小河狸贝瓦	自有IP儿歌节目	贝瓦网 贝瓦儿歌APP 贝瓦听听APP	自有IP智能玩具 自有IP早教产品
亲宝文化	多吉多莉 咕力咕力 起司公主	自有IP动画片 自有IP儿歌节目 自有IP早教节目	亲宝网、61宝宝网 系列自有APP	自有IP早教机 自有IP毛绒玩具
铁皮人科技	JOJO	系列儿童动画书	自有IP系列APP	自有IP故事机 自有IP小书包
酷学多纳	多纳	自有IP系列绘本 自有IP系列教材	自有IP系列APP	线下英语培训 公共图书馆

资料来源：中商产业研究院整理

科技与教学深度融合

近年来，早教与新兴科技结合密切，一方面得益于早教市场的消费主力80后对新兴科技产品的高接受程度，另一方面得益于国家政策上对教育科技的大力支持。随着人工智能的成熟及其对垂直领域的不断渗透，越来越多的AI技术被运用到早教产品的迭代发展上。



公司介绍/版权声明

公司介绍：

中商产业研究院是中国领先的产业咨询服务机构，自成立以来，研究院专注于围绕构建“产业研究、产业规划、产业战略、产业投资、产业招商”等“五位一体”的产业咨询体系。中商产业研究院以业内首家自建数据库“中商产业大数据库”为依托，行业覆盖传统重点行业和新兴热点领域。如研究范围不仅涵盖文化体育、物流旅游、健康养老、生物医药、能源化工、装备制造、汽车电子等产业领域，还深入研究新制造、新能源、新材料、新消费、新金融、人工智能、“互联网+”等新兴领域。

近二十余年来，中商产业研究院积累了一批长期合作的优质客户，主要包括国内外500强企业、各级地方政府、科研院所、金融投行等，逐步建立起稳固的市场地位。未来，中商产业研究院将继续以前瞻性的战略视野和严谨的专业化服务，引领中国产业咨询的创新发展。以产业咨询力量助力中国经济变革创新，推动中国新时代产业转型升级，使中国经济不断跃升世界舞台！

版权说明：

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归中商产业研究院所有。其中，部分文字及数据采集于公开信息，版权归属原作者所有。中商产业研究院取得数据的途径来源于市场调查、公开资料和第三方采购。未经本公司授权许可不得转载，如引用、刊发，需注明出处为“中商产业研究院”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将依法追究其责任。