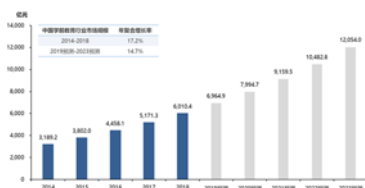


2019 年 中国学前教育行业研究报告

行业走势图



TMT 团队

宁泽天 分析师

邮箱: cs@leadleo.com

相关热点报告

- 少儿教育系列深度研究——2019 年中国少儿国学教育行业研究报告
- 少儿教育系列深度研究——2019 年中国少儿体育培训行业研究报告
- 教育系列深度研究——2019 年中国民办基础教育行业研究报告
- 在线教育系列深度研究——2019 年中国在线外语教育行业市场研究

报告摘要

学前教育是教育体系中的重要组成部分，是教育的初始阶段。随着中国家庭收入与财富增长带来的教育消费升级，全面开放二胎带来的市场拓宽，以及政策与资本双轮驱动，近五年学前教育市场规模稳步增长。2018 年中国学前教育市场规模约为 6,010.4 亿元，2014 年~2018 年的年复合增长率为 17.2%。伴随中国家长对于幼儿教育重视程度的持续提高，预计到 2023 年中国学前教育市场规模有望突破 12,054.0 亿元。

热点一：全面开放二胎为学前教育市场拓宽增长空间

随着二孩政策的全面开放和国民生活水平逐步提高，未来几年的新生儿数量将呈现稳中有升态势，保守预计到 2020 年学前教育适龄人口超过 1.2 亿人，这将为学前教育产业发展提供良好的人口规模基础，打破增长瓶颈的束缚。从幼儿园供给来看，幼儿园数量需匹配中长期全面二孩政策带来的人口增量，这也验证学前教育适龄人口增长是促进行业进一步发展的重要驱动因素之一。

热点二：学前教育业务拓展成为发展新路径

由于最严幼教政策的出台，未来大量的资本将从民办幼儿园行业退出。同时，政策还规定民办幼儿园要严格向国家的普惠园看齐，其利润空间被严重压缩。民办幼儿园如仍按照目前的发展路径将无法实现长期可持续发展，企业必须进行业务转型，将自身优势教学项目复制拓展到课外培训领域。

热点三：学前教育信息化管理需求逐渐增长

在互联网教育浪潮影响下，传统教育领域正在发生着变革和创新，“互联网+幼教”的创新型企业将成为未来发展的方向。随着互联网技术的发展以及 80 后逐渐成为幼儿园家长的主力，幼儿园对于信息化管理的需求逐渐增长。随着移动互联网技术的发展和成熟，家长利用移动终端不仅可以随时进行家校互动，还可以获得育儿信息分享等。

目录

1	方法论.....	4
1.1	方法论.....	4
1.2	名词解释.....	4
2	中国学前教育行业市场综述.....	5
2.1	中国学前教育定义及分类.....	5
2.2	中国学前教育发展历程.....	7
2.3	中国学前教育市场规模.....	8
2.4	中国学前教育产业链.....	10
3	中国学前教育行业驱动因素.....	14
3.1	中国家庭收入增长，教育消费升级.....	14
3.2	全面开放二胎为学前教育市场拓宽增长空间.....	15
3.3	政策与资本双轮驱动，为学前教育发展释放红利.....	15
4	中国学前教育行业制约因素.....	18
4.1	行业监管体系尚不完备，导致学前教育质量良莠不齐.....	18
4.2	师资力量发展相对滞后，幼教缺口巨大.....	19
4.3	民办园资本化路径受限，行业营利水平受政策影响.....	20
5	中国学前教育行业发展趋势.....	21
5.1	学前教育业务拓展成为发展新路径.....	21

5.2	学前教育行业将向三、四线城市下沉, 探索新的发展突破口	22
5.3	学前教育信息化管理需求逐渐增长	23
6	中国学前教育行业竞争格局	25
6.1	竞争格局分析	25
6.2	典型代表企业分析	27
6.2.1	威创股份	27
6.2.2	红黄蓝教育	32

图表目录

图 2-1 中国学前教育分类.....	6
图 2-2 中国学前教育市场规模，2014-2023 年预测.....	9
图 2-3 中国幼儿园数量，2014-2018 年.....	10
图 2-4 中国学前教育产业链.....	10
图 2-5 中国幼儿园在园儿童数量，2014-2023 年预测.....	12
图 3-1 中国中上阶层家长为子女教育消费观念.....	14
图 3-2 新中国历史上的婴儿潮.....	15
图 3-3 中国各阶段民办学校占比，2018 年.....	16
图 3-4 中国学前教育相关政策法规.....	17
图 6-1 中国学前教育运营模式.....	25
图 6-2 中国学前教育学校行业代表企业.....	26
图 6-3 威创股份企业发展沿革.....	27
图 6-4 红黄蓝企业发展沿革.....	32

1 方法论

1.1 方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从教育行业，幼儿教育行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 3 月完成。

1.2 名词解释

- Cloud School——专业的校园运营管理云平台。
- 华蒙星体育——一家幼儿体育教育机构。
- 睿艺——是一个专注于素质教育的行业垂直媒体。

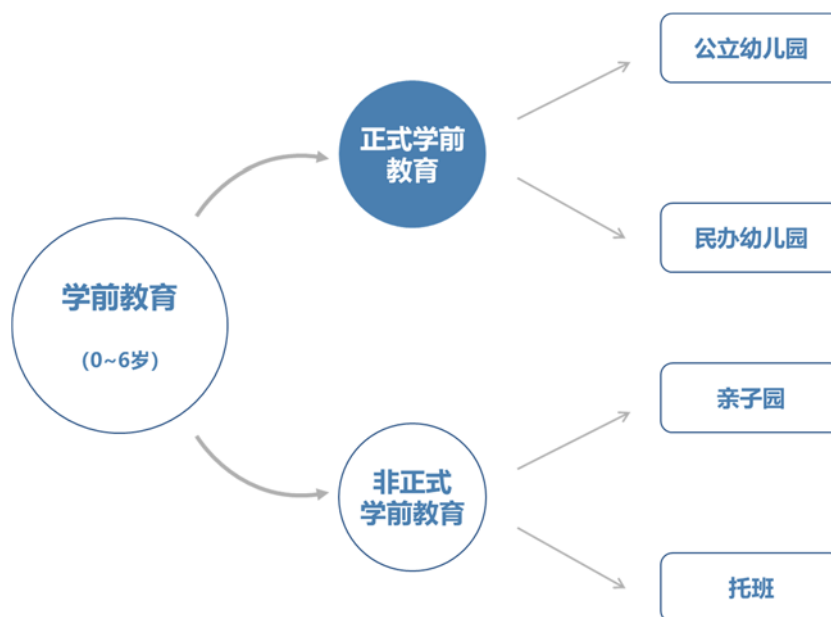
-
- Wonder Workshop——一家从事儿童机器人销售的公司。
 - 咻啦看书——一款儿童移动端数字阅读平台。
 - 幼师口袋——是一款简单实用的幼儿园教师资源分享应用。

2 中国学前教育行业市场综述

2.1 中国学前教育定义及分类

学前教育是教育体系中的重要组成部分，是教育的初始阶段。学前教育是指为 7 岁以下儿童提供的保育或教育，具体可细分为正式学前教育和非正式学前教育。正式学前教育一般指幼儿园，而非正式学前教育包括亲子园、托班等（见图 2-1）。

图 2-1 中国学前教育分类



来源：头豹研究院绘制

➤ 公立幼儿园

公立幼儿园是指一切财产均属公有，园长由教育局任命，建设经费、办公经费、教师及保育员工资均为财政拨款。公立幼儿园又可细分为教办园、集体园、部门园等，教办园是指由教育部门开办的幼儿园，一切资产归属教育部门；集体园是指由乡镇、街道、村、社区开办的幼儿园，一切资产归集体所有；部门园是指由政府某个机关部门、国有企业或者部队院校等开办的幼儿园，统称部门园，一切资产归主办单位所有。

公立幼儿园教学严格按照国家制定的大纲进行，管理更加严格，师资根据国家标准严格制定，一般是统一经过事业编考试进入。在收费方面，由于有国家专项资金的补贴，整体费用透明且偏低。

➤ 民办幼儿园

民办幼儿园是指由国家机构以外的社会组织或者个人，利用非国家财政性经费，面向社会开办的幼儿园。无论是园长、教师的招聘还是园所建设均由民营企业全权负责。

民办幼儿园管理相对较宽松，更注重人性化，教学自由度高于公立园，会引入较为先进的教学理念，亲子活动等园区活动也明显多于公立幼儿园。但民办幼儿园收费差异较大，整

体费用高于公立幼儿园。

➤ **亲子园**

亲子园有别于幼儿园，是提供父母与孩子进行学习、活动的场所，更强调亲子之间的互动。

➤ **托班**

托班一般面向低龄儿童，主要负责孩子的学习、玩耍和餐食，可解决父母没有时间照料孩子的难题。

2.2 中国学前教育发展历程

中国学前教育发展至今已经有超过百年的历史。1903年，清政府在湖北武汉建立了第一所幼儿园。1904年，清政府颁布了《癸卯学制》，正式把幼儿园教育纳入教育体系。这是中国公共学前教育体系的开端，也意味着学前教育正式成为中国学制体系的一部分。中国学前教育诞生初期，深受日本文化的影响，幼儿园教师或从日本直接引进，或接受过日本培训。随后，在洋务运动逐步推进的背景下，幼儿园逐渐在大城市建立，但当时幼儿园主要接收来自富裕家庭的幼儿。1912年，在中华民国成立后，幼儿园加大了对公众开放的力度，保育和教育儿童的责任逐渐从家庭转移到幼儿园。截至1949年中华人民共和国成立时，中国已有1,300所幼儿园，接收了约13万名幼儿。

学前教育在1949~1957年间得到迅猛发展，城市和农村均开办了大量公办幼儿园和托儿所，以期为参加工作的父母提供育儿服务。但自1958年到1977年期间，由于大跃进导致了国民经济比例严重失调，中国经济出现断崖式下跌，中国学前教育发展中断，特别是十年文革期间，幼儿园等教育机构被大量关闭。自1978年文革结束后，中国政府陆续推出了对外开放、经济改革和独生子女等系列政策，在学前教育方面，政府发布了一系列意在恢复秩序的政策，以期学前教育的发展提供支持。学前教育获得了前所未有的发展，幼儿园

及教师和在园幼儿的数量都显著增加。幼儿园的重点从保育转向保育和教育并重。

1994~2009年,中国的学前教育发展出现两大趋势,一是公办幼儿园大规模缩减,二是私立幼儿园“异军突起”。自二十世纪90年代起,中国政府推行公办幼儿园改革,鼓励政府与私营部门等合作发展学前教育,鼓励社会组织和个人依法建立和经营幼儿园。该政策推动了幼儿园的承办主体从政府向私营机构转移,导致大量公办幼儿园的关、停、并、转、卖。很多公办幼儿园转型为以市场为导向的民营幼儿园。2005年,学前教育经费在中央财政预算中被削减为零,地方政府也只有极低比例的教育经费用以支撑为数不多的公办幼儿园的发展,导致学前教育的数量和质量整体下降,中国公办幼儿园的发展陷入非常不利的境地。与此同时,政府通过学前教育私有化解决学前教育的基础设施与经费的缺乏等问题,鼓励非政府组织和个人开办私立幼儿园,以缓解学前教育压力,满足公众需求。在此期间,私立幼儿园迅速发展,几乎占据中国学前教育的大半壁江山。

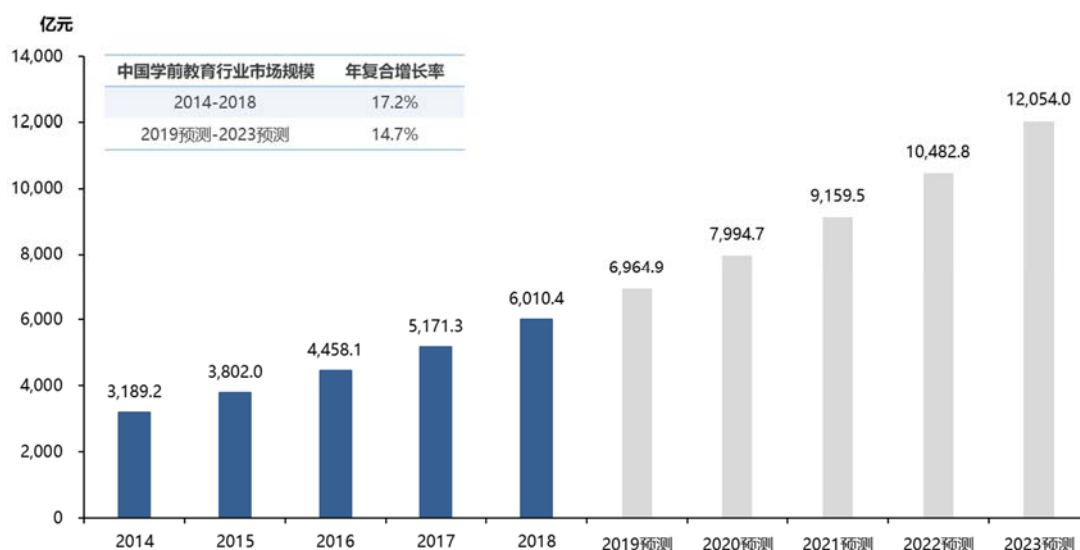
2010年7月,国务院发布《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》,提出了关于学前教育的发展任务和战略目标,通过国家政策支持与经费保障解决学前教育困境,促进学前教育事业健康发展。为了实现规划纲要中的目标,中央政府于2010年同时出台了《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》,要求各级政府加大力度发展学前教育,包括多形式扩大学前教育资源,多渠道加大学前教育投入等,在这两个重要政策性文件的推动下,各级政府陆续出台了学前教育发展“三年行动计划”,强调兴建公办幼儿园,为地方学前教育事业发展提供更多资金支持,在政策的大力扶持下,学前教育行业出现新一轮的增长高峰。

2.3 中国学前教育市场规模

随着中国家庭收入与财富增长带来的教育消费升级,全面开放二胎带来的市场拓宽,以及政策与资本双轮驱动,近五年学前教育市场规模稳步增长。2018年中国学前教育市场规

模约为 6,010.4 亿元, 2014 年~2018 年的年复合增长率为 17.2%。伴随中国家长对于幼儿教育重视程度的持续提高, 预计到 2023 年中国学前教育市场规模有望突破 12,054.0 亿元 (见图 2-2)。

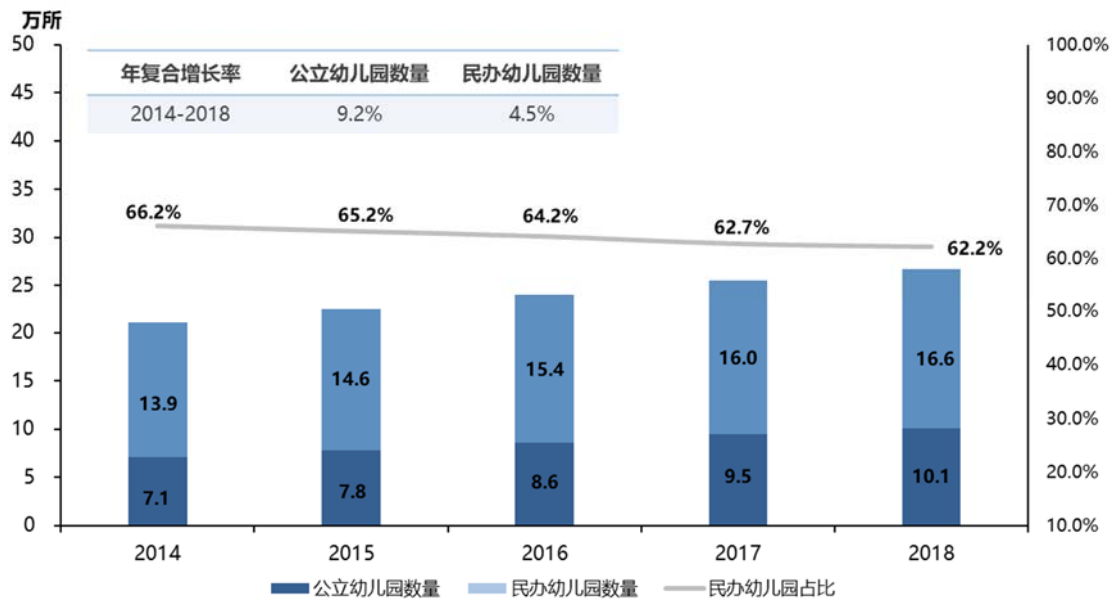
图 2-2 中国学前教育市场规模, 2014-2023 年预测



来源: tbTEAM 软件采编, 头豹数据中心编制

此外, 根据教育部统计数据显示, 中国幼儿园数量持续增长, 从 2014 年总数 21.0 万所增长至 2018 年 26.7 万所 (见图 2-3), 其中公立幼儿园增长至 10.1 万所, 民办幼儿园增长至 16.6 万所。虽然近年来民办幼儿园占比略有下滑, 但仍保持占据市场整体 60% 以上的份额。未来, 民办幼儿园在政策利好、消费升级推动、公立幼儿园发展受限等综合因素下迎来发展新机遇, 在学前教育行业中的占比将稳步上升。

图 2-3 中国幼儿园数量，2014-2018 年

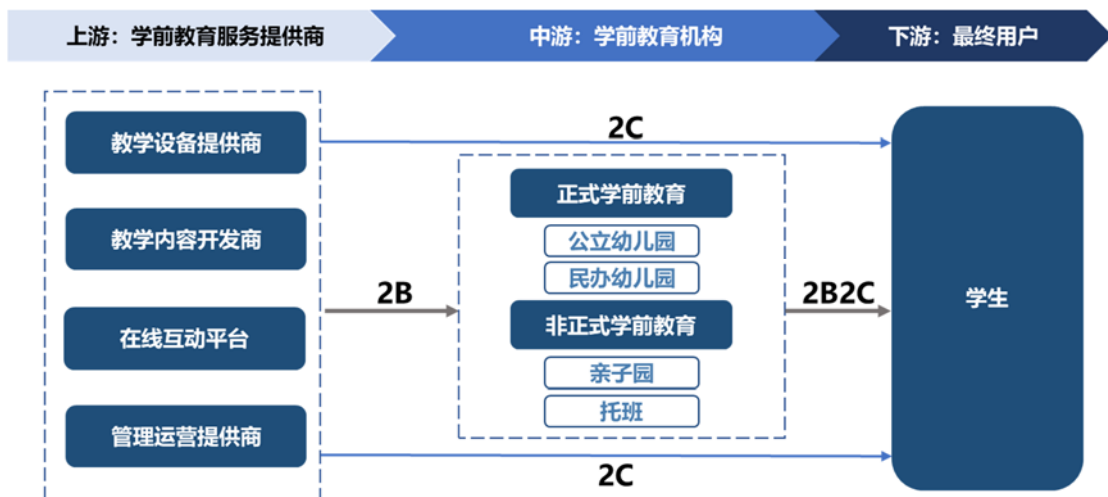


来源: tbTEAM 软件采编, 头豹数据中心编制

2.4 中国学前教育产业链

学前教育行业具有较为清晰的产业链模式: 上游为学前教育服务提供商, 中游学前教育机构 (即幼儿园), 下游为受众客户 (见图 2-4)。

图 2-4 中国学前教育产业链



来源: 头豹研究院绘制

➤ 产业链上游

上游的学前教育服务提供商涉及到的方面包括了从保证游乐设施、桌椅、文具背包等设施设备的安全供给到保障食品安全、人身安全、园所安全等防卫体系的配套管理提供, 再到

课程教材管理、师资培训、学校管理等教务资源的输送,最后到顶层的师生互动、家校互动、学习效果分析等一系列的围绕学前教育而展开的资源衔接。

按照学前教育服务公司提供服务的类型可分为教学设备提供商、教学内容提供商、家校管理运营提供商和平台构建商四个大类。教学设备包括安全系统设备、教学硬件、学习设备、以及教学玩具等;教学内容包括课程开发、助学游戏、助学类应用软件以及师资培训等;平台构建包括家校互动平台、师生互动平台、亲子类互动平台等;运营管理包括综合信息系统、教学运营管理、安全运营管理等、家校共育管理等。

“学前新政”的出台阻止了资本通过上市实现过度逐利的路径,但换言之也意味着将有更多的资金流入到学前教育服务行业,面对“普惠性幼儿园覆盖率达到 80%”的需求,学前教育服务行业将迸发出强大的市场需求。巨大的市场需求必然带动和学前教育建设有关的各类资源的开发,而能提供与之配套产品的企业将迎来发展机会。

➤ 产业链中游

产业链中游为学前教育机构,包括公立幼儿园、民办幼儿园以及亲子园和托班。主要执行招生、教学、保育、运营等职能。目前中国境内外资本市场中涉及幼儿园运营的上市公司有近 30 家,既有红黄蓝等加盟连锁机构,也有如威创股份等通过并购发展壮大的集团企业。私有资本的进入一定程度缓解了幼儿教育领域“入园难”的问题,但资本的过度逐利让“入园贵”矛盾凸显。自学前教育新政的出台,学前教育被重新定位为重要的社会公益性事业,政策对民办幼儿园资本运作进行了规范,限制资本控制非营利性幼儿园,禁止营利性幼儿园资产上市。

虽然民办幼儿园从规模与教学体系上而言更具备竞争优势,通过连锁扩张的模式形成的规模效应使学前教育上市企业对上下游拥有更强的议价能力。但未来随着幼儿园产业的投资重新回归以财政和公共投资为主,民间资本参与幼儿教育投资的节奏与方向将被调整,头部

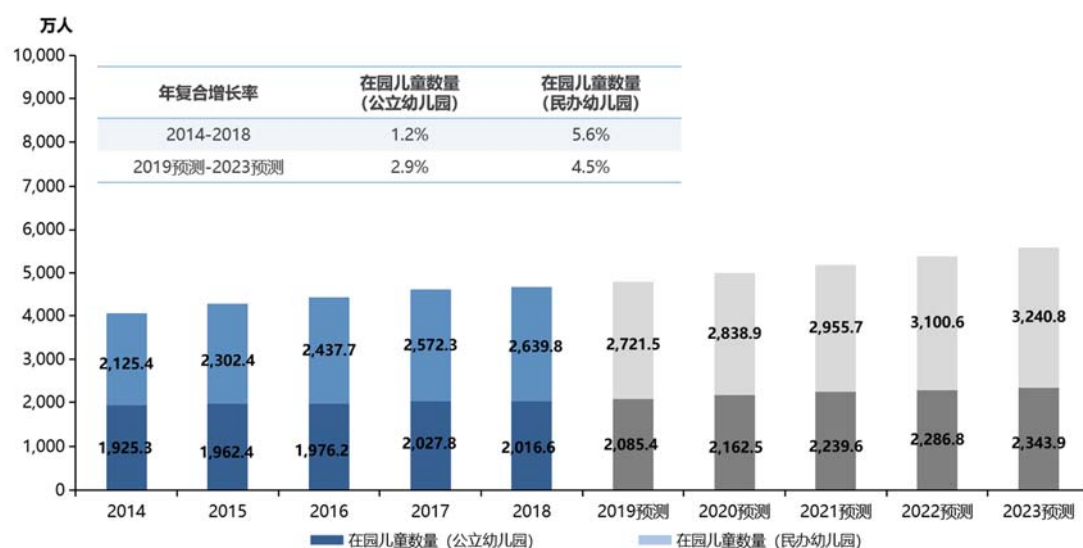
企业加盟、并购的效率将被放缓。

与此同时，随着政府强化对幼儿园的监管与评价，幼儿园也将加强与第三方专业教育服务机构的合作，通过课程开发、在线教育支持、营销和招生等专业服务来提高保教质量。新政出台后，多家学前教育机构已经提出了将从直营幼儿园向外输出运营体系和教育服务转型。

➤ 产业链下游

教育部统计数据显示，2018年，中国幼儿园在园儿童数量为4,656.4万人，比上年同期增长1.2%，其中，民办幼儿园的在园儿童数量为2,639.8万人，比上年同期增长2.6%（见图2-5）。同时，中国各级教育普及水平不断提高，国民受教育机会进一步扩大。2018年中国学前教育毛入学率达到81.7%，比上年同期增长2.1%。根据国家出台的《关于实施第三期学前教育三年行动计划的意见》，按照到2020年中国学前教育毛入学率提升至85%的目标，预计到2020年中国接受学前教育的人数将突破5,000万人。幼儿园学生数量的增长为学前教育行业的持续增长增添动力。

图 2-5 中国幼儿园在园儿童数量，2014-2023 年预测



来源：中国教育部，头豹数据中心编制

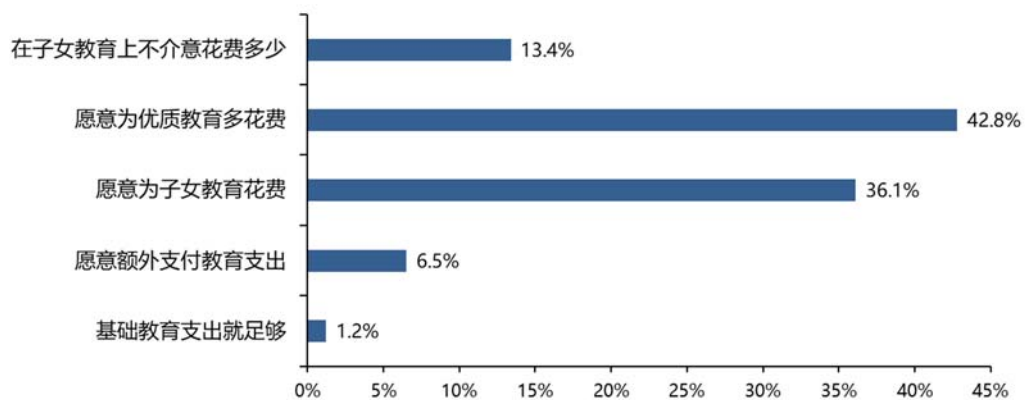
3 中国学前教育行业驱动因素

学前教育学校发展的驱动因素主要包括（1）中国家庭收入与财富增长带来的教育消费升级；（2）全面开放二胎为学前教育市场拓宽增长空间；（3）政策与资本双轮驱动，为学前教育发展释放红利。

3.1 中国家庭收入增长，教育消费升级

随着中国经济高速发展，居民可支配收入增加，人们的生活水平与精神需求提升，许多家庭加大对子女教育的投资。过去五年中国中上层家庭数量稳定上升（中上层家庭指家庭年可支配收入在 20 万元以上的家庭），从 2014 年的 986.2 万户上升至 2018 年 1,576.9 万户。中上层家庭中普遍接受过良好的教育，他们通常有强烈的意愿让孩子在更早期阶段接受最良好的教育，“不让孩子输在起跑线”的家庭教育观念也逐渐增强，对学前教育的投入也持续增长。随着“重教”思想被广泛认同，对于儿童教育的关注度也在不断提高，中国中上层 56.2% 的家庭愿意在优质教育上为子女多消费（见图 3-1）。在教育升级与对学前教育重视度不断提升的背景下，中国家庭在学前教育方面的投入金额将持续上升，很大程度地保证了行业的稳定增长。

图 3-1 中国中上层家长为子女教育消费观念



来源：tbTEAM 软件采编，N=410，头豹数据中心编制

3.2 全面开放二胎为学前教育市场拓宽增长空间

在“全面两孩”政策逐步落地实施与新一轮婴儿潮的双重影响下，中国将迎来了新一波生育高峰（见图 3-2）。

图 3-2 新中国历史上的婴儿潮

时间	推动因素	主要影响
1949年~1957年	进入和平年代，国家鼓励生育的政策	战后婴儿潮人口基数小，人口净增1.05亿
1962年~1973年	三年自然灾害结束，国民经济情况逐渐好转，补偿性生育来势猛	中国历史上最大的一波婴儿潮，10年全国共出生近2.6亿人，这批人已成长为社会中坚力量
1986年~1990年	上一次“婴儿潮”新增人口成家立业，进入生育年龄	虽受到计划生育政策影响，仍新增人口1.24亿，被称作“回声婴儿潮”
2015年~2020年	回声婴儿潮人口进入生育年龄，生育政策放开	释放新一轮人口红利，促进消费和经济增长

来源：头豹研究院绘制

随着二孩政策的全面开放以及国民生活水平逐步提高，未来几年的新生儿数量将呈现稳中有升的态势，保守预计到2020年学前教育适龄人口将超过1.2亿人，这将为学前教育产业的发展提供良好的人口规模基础，打破增长瓶颈的束缚。从幼儿园供给来看，幼儿园数量需要匹配中长期全面二孩政策带来的人口增量，这也验证了学前教育适龄人口的增长是促进行业进一步发展的重要驱动因素之一。

3.3 政策与资本双轮驱动，为学前教育发展释放红利

从2010年起，学前教育行业连续多年在教育行业众多子领域中脱颖而出，在投资景气度、行业成长力、投资回报率方面排名第一，备受资本市场青睐。在市场需求和政策导向的共同作用下，学前教育成为充满潜力的朝阳行业。

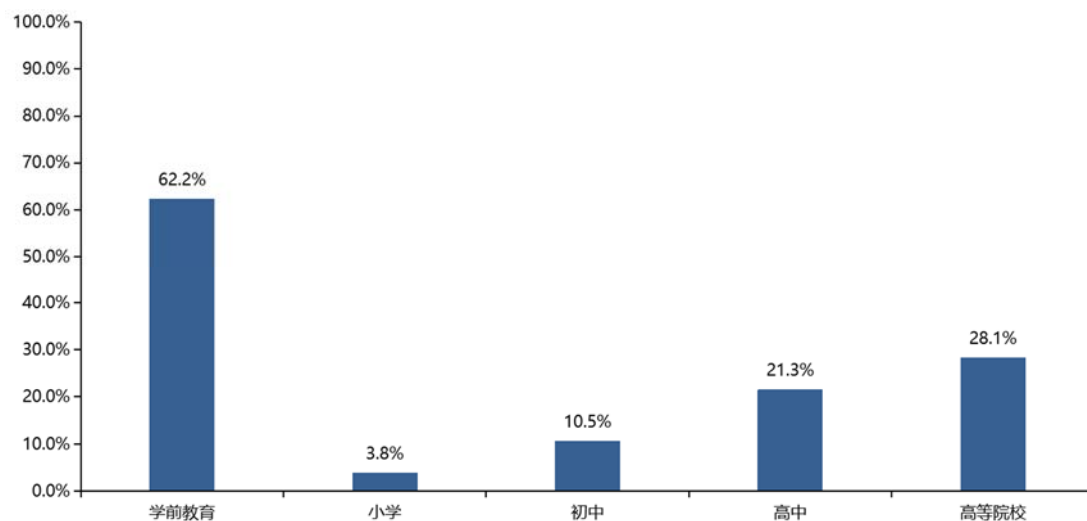
2017年1月，民办教育促进法草案三审正式通过，国务院发布重要文件《国务院关于鼓励社会力量兴办教育促进民办教育健康发展的若干意见》，教育部等五部门印发《民办幼儿园分类登记实施细则》、《营利性民办幼儿园监督管理实施细则》等细则，民办教育分类

管理和发展迎来了发展机遇，同时，密集的政策出台可以看出国家对学前教育的政策支持力度在不断加大。

2017年4月，经国家教育体制改革领导小组审议通过，教育部、国家发展改革委、财政部、人社部四部门印发了《关于实施第三期学前教育行动计划的意见》。《意见》指出，“十三五”期间，学前教育将面临资源不足和普惠不够的双重压力，必须在巩固一期、二期行动计划成果的基础上，继续编制实施第三期学前教育行动计划，保持重视程度不减、投入力度不减，持续推进学前教育改革发展。

在一系列利好政策的背景下，学前教育行业一度引来了大量社会资本，在教育行业各细分领域中，由于学前教育的特殊性，学前教育阶段的市场化程度相对较高，民办教育起到重要的作用。与K12阶段的民办小学、初中、高中以及民办高等院校不同，民办K12以及高等院校均未超过30%，其中民办小学仅占3.8%。而民办幼儿园数量已远远超过公办幼儿园。

图 3-3 中国各阶段民办学校占比，2018 年



来源：中国教育部，头豹数据中心编制

学前教育近几年快速发展，但其资源短缺问题并未得到有效改善，仍然无法满足社会公众的需求。由于资本逐利导致了行业内“入园难”的问题尚未妥善解决，“入园贵”的问题却凸显出来。2018年7月，中央全面深化改革委员会第三次会议审议通过《关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》，《意见》明确指出，学前教育是社会公益事业，强调学前

教育的普惠性属性，同时提出到 2020 年，全国学前三年毛入园率达到 85%，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%的发展目标。建设广覆盖、保基本、有质量的学前教育公共服务体系，以及学前教育管理体制、办园体制和政策保障体系。该《意见》还明确提出了民办园一律不准单独或作为一部分资产打包上市。上市公司不得通过股票市场融资投资营利性幼儿园，旨在遏制一些民办园的过度逐利倾向，坚持学前教育的公益性和普惠性，解决“入园难”、“入园贵”这一行业痛点。从短期来看，政策出台限制了营利性幼儿园的整体发展，幼儿园行业的利润率下行成定势，但长期来看教育行业是直接受益于人口红利的行业，资本将从幼儿园产业流向教育机构上游的学前教育服务市场，整体来看，对行业整体的发展仍然发挥着推动作用。

图 3-4 中国学前教育相关政策法规

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010 - 2020年)》	2010-07	国务院	<ul style="list-style-type: none"> 基本普及学前教育。到2020年，学前一年毛入园率要达到95%，学前两年毛入园率要达到80%，学前三年毛入园率要达到75%； 明确政府职责，积极发展公办幼儿园，大力扶持民办幼儿园，实行成本分担机制，制定相关法律法规，依法落实幼儿园教师地位及待遇，保证学前教育质量； 重点发展农村学前教育，努力提高农村学前教育普及程度，着力保证留守儿童入园。
《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》	2010-11	国务院	要求各级政府将发展学前教育的任务摆在更加重要的位置，以促进学前教育的发展。提出了若干行动策略，包括多形式扩大学前教育资源，多渠道加大学前教育投入等
《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》	2012-06	教育部	鼓励和引导民间资金进入学前教育和学历教育领域，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，完善民办学校许可制度，适当放宽幼儿园审批条件。
《关于实施第二期学前教育三年行动计划的意见》	2014-11	教育部	巩固一期成果，加快学前教育发展，进一步优化学前教育资源配置，加快发展公办幼儿园，积极扶持普惠性民办幼儿园。到2016年，全国学前三年毛入园率达到75%左右。
《关于申报国家学前教育改革发展实验区的通知》	2015-09	教育部	大力发展公办园，结合本地公办资源现状，采取积极有效的措施，新建、改扩建教育部门办园，管理好城镇小区配套幼儿园，支持企事业单位、集体办园，探索公办园领办分园等多种方式，不断扩大公办资源，努力扭转公办资源短缺、布局不合理等问题。积极扶持普惠性民办园，探索引导和支持民办园提供普惠性服务的政策和措施。
《民办学校分类登记实施细则》和《营利性民办学校监督管理实施细则》	2016-12	教育部等五部门	全面推进实施第二期学前教育三年行动计划和国家学前教育重大项目，推进学前教育改革国家试验区建设，完善普惠性幼儿园发展机制。出台新修订的《幼儿园工作规程》，研究制定第三期学前教育三年行动计划。
《国家教育事业发展规划“十三五”规划》	2017-01	国务院	继续扩大普惠性学前教育资源，基本解决“入园难”问题，以区县为单位实施学前教育行动计划及后续行动，支持企事业单位和集体办园，扩大公办学前教育资源。完善普惠性民办幼儿园扶持政策，鼓励地方通过政府购买服务、补贴租金、培训教师等方式，加快民办普惠性幼儿园发展。发展0—3岁婴幼儿早期教育，探索建立以幼儿园和妇幼保健机构为依托，面向社区、指导家长的公益性婴幼儿早期教育服务模式。提高幼儿园保育教育质量。
《关于实施第三期学前教育三年行动计划的意见》	2017-05	教育部	到2020年，建设广覆盖、保基本、有质量的学前教育公共服务体系，以及学前教育管理体制、办园体制和政策保障体系。全国学前三年毛入园率达到85%，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%的发展目标。
《关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》	2018-11	国务院	国家进一步加大学前教育投入力度，逐步提高学前教育财政投入和支持水平，主要用于扩大普惠性资源、补充配备教师、提高教师待遇、改善办园条件。政府加大支持力度，引导社会力量更多举办普惠性幼儿园。各省（自治区、直辖市）要进一步完善普惠性民办园认定标准、补助标准及扶持政策。社会资本不得通过兼并收购、受托经营、加盟连锁、利用可变利益实体、协议控制等方式控制国有资产或集体资产举办的幼儿园、非营利性幼儿园，参与并购、加盟、连锁经营的营利性幼儿园，应与相关利益企业签订的协议报县级以上教育部门备案并向社会公布。
《关于开展城镇小区配套幼儿园治理工作的通知》	2019-01	国务院	将着力构建以普惠性资源为主体的学前教育公共服务体系，聚焦小区配套幼儿园规划、建设、移交、办园等环节存在的问题开展治理。已建成的小区幼儿园应按照规定及时移交当地教育行政部门，办成公办园或委托成普惠性民办园，不得办成营利性幼儿园

来源：头豹研究院绘制

4 中国学前教育行业制约因素

4.1 行业监管体系尚不完备，导致学前教育质量良莠不齐

虽然自 2010 年以来中国学前教育取得了明显进步，但就幼儿园教育工作者、理论研究者 and 政策制定者而言，未来中国学前教育发展仍面临许多问题，亟待解决。例如，在学前教育资源有限的情况下，大批适龄儿童入园会导致新的“入园难”“入园贵”和“入园差”问题产生。无论学前教育是否私有化、市场化和商业化，缺少公平的资金支持体系和科学的监管体系，学前教育的发展都将面临挑战。

➤ 财政投入体制尚不完善

由于中国幅员辽阔，中央政府很难对全国的学前教育发展进行集中监管。这就意味着地方政府需要承担更多学前教育发展的责任。从另一个角度讲，地方政府拥有较大的自主权，本可以探索适合地方发展以及当地家长和儿童需要的财政投入体制，然而由于中央政府多年来投向学前教育的资金很少，很多省级政府投向学前教育的经费也很少，结果导致很多经济不发达地区学前教育发展受挫。农村地区和城市地区的学前教育三年毛入园率有明显差异，2017 年城镇地区的学前三年毛入园率已超过 85%，而农村地区尚不足 50%。2011 年以来，中央政府通过四项主要举措加大了对学前教育的公共财政支持力度，重点是促进中西部地区和农村地区学前教育事业的发展，但大部分资金实际上被用在了为农村和贫困地区修建幼儿园上，很少用于教师培训，也很少用于资助贫困家庭幼儿。因此，尽快建立有利于学前教育公平发展的投入和分配机制，保证中央和省级政府增加的财政投入能确保农村和贫困地区及贫困家庭幼儿受益是目前最亟待解决的发展难题之一。

➤ 科学监管体制亟需建立

民办幼儿园如不受政府部门的资助，也不受教育部门监督，其教育质量很难得到有效保

证。目前，中国缺少针对民办幼儿园的质量检查和监管机制，也缺少对民办幼儿园利润水平的监管机制。民办幼儿园的快速扩张带来了教育质量良莠不齐等发展难题，现有的民办经济型幼儿园往往规模较小，缺乏政府补贴和相应的支持，办园条件、管理水平以及师资素质等与公办幼儿园相比都存在着不足，还有很多幼儿园甚至没有办学资质，目前全国已取缔了 1 万多处不合规的幼儿园。即便是正规幼儿园，大多数也存在规模小、管理混乱、师资薄弱、课程体系不科学等问题。因此，现在迫切需要建立完善的财政投入体制及科学监管体制，以确保学前教育的质量。

4.2 师资力量发展相对滞后，幼教缺口巨大

随着民办幼儿园数量的增加和政府财政投入的增加，公办和民办幼儿园并举，弥补幼儿园数量上的缺口问题可以在短时间内得到解决，但是幼儿教师师资队伍的缺口却不是短时间内能够迅速得到缓解的问题。从现行的中国教育体系来看，所有高职、本科院校培养的学前教育专业毕业生远远不能满足幼儿教师的缺口。如果单单依靠学校全日制培养专业学生，则难以缓解幼儿教师的巨大需求。

目前国内早教师资培养、幼教行业的注册、管理都存在不足。进入幼儿、早教行业的企业看中的是市场，于是以降低幼师或保育员资质的做法来降低运营成本成了很多民办幼儿园或早教机构的通行做法。此外，虽然中国学前教师培训政策发展已有三十余年，但也存在针对性不强、内容泛化、方式单一等问题。2012 年数起幼儿园虐童事件发生后，政府在幼儿教师队伍建设方面更加关注幼儿安全问题的处理，2018 年 11 月，中国出台了《幼儿园教师违反职业道德行为处理办法》，列出 11 种应予处理的教师违反职业道德行为，包括歧视、侮辱幼儿、体罚和变相体罚幼儿、采用学校教育方式提前教授小学内容等行为。中国应该尽快出台并完善相关监管制度与法律，由教育部牵头，并引入涉及到的妇联、卫计委、工商以及人事部门进行统筹管理。

中国幼儿园专任教师 243.2 万人，其中，专科及以上学历教师比例由上年的 76.5% 提高到 79.1%，增加 2.6 个百分点，农村专任教师中大专及以上学历教师比例为 73.4%，比城市低 12 个百分点，差距仍然较大。在中国大部分地区，对师资力量要求至少是专科毕业和拿教师资格证，但实际上很多幼教机构并没有达到。

除教学人员外，学前教育的运营及管理岗位的优秀人才同样稀缺。学前教育的管理人员除了应具备基本的组织运作经验外，还需具备多元文化管理的能力，还应注意学前教育不同于一般企业，其教书育人的特性决定管理人员的管理方式必须更为细腻而不能偏于短视。然而学前教育在过去的发展中并未被重视，相应的人才培养体系尚未形成，原有的适应普通教育行业的人才供给无法满足学前教育行业的需求，具备综合能力的学前教育管理人才稀缺，一定程度上影响学前教育行业的稳定运营。

4.3 民办园资本化路径受限，行业营利水平受政策影响

2018 年 11 月由国务院出台的学前教育新政《关于学前教育深化改革规范发展的若干意见》将一定程度阻碍社会资本流入学前教育行业，特别是幼儿园行业。该意见指出社会资本不得通过兼并收购、受托经营、加盟连锁、利用可变利益实体、协议控制等方式控制国有资产或集体资产举办的幼儿园、非营利性幼儿园。参与并购、加盟、连锁经营的营利性幼儿园，应与相关利益企业签订的协议报县级以上教育主管部门备案并向社会公布；实施加盟、连锁行为的营利性幼儿园原则上应取得省级示范园资质。此外，关于幼儿园的收费定价，要求非营利性民办园（包括普惠性民办园）收费具体办法由省级政府制定；营利性民办园收费标准实行市场调节，由幼儿园自主决定。

新政出台后，就市场现状而言，已上市的公司不会退市。但如果未来幼儿园证券化受阻，上市公司幼儿园业务的增长逻辑就会受到极大影响。目前在学前教育领域排名靠前的加盟品牌，其园所多为小区配套园，因为法令限制，在分类管理时会被划分为非营利性幼儿园。社

会资本不能通过加盟连锁方式控制非营利性园所，非营利性幼儿园不能参与连锁品牌，连锁品牌也不能授权非营利性幼儿园。目前来看行业内的资本流向及盈利水平必然会受到影响。

5 中国学前教育行业发展趋势

5.1 学前教育业务拓展成为发展新路径

由于最严幼教政策的出台，未来大量的资本将从民办幼儿园行业退出。同时，政策还规定民办幼儿园要严格向国家的普惠园看齐，其利润空间被严重压缩。民办幼儿园如仍按照目前的发展路径将无法实现长期可持续发展，企业必须进行业务转型，将自身优势教学项目复制拓展到课外培训领域。

随着国家经济水平的提升，在消费升级大趋势下，教育支出在每个家庭的支出中所占比重越来越高，对于中产阶级家庭而言更是如此。在当下幼教新政策下，中高端托管和 2~6 岁培训领域会迎来新机遇。首先，家长在孩子的教育投入方面不惜成本。2018 年有近 80% 的中产阶级家庭在子女课外教育上的年消费在 10,000 元以上；超过半数的家庭在课外教育

上的年消费在 20,000 元以上;近三成家庭在课外教育上的年消费在 30,000 元以上。其次,在孩子的教育紧迫性上来看,英语是家长用户普遍认为紧迫性最高、培训机构必要性也最高的课外辅导品类,其次为兴趣素质,其次为数学。综合分析,由于幼儿园教学以五大领域为主,很难满足家长多样化的需求,一些 2~6 岁的课外教育培训机构会成为幼儿园很好的补充。

5.2 学前教育行业将向三、四线城市下沉,探索新的发展突破口

展望未来十年,中国学前教育行业有着人口基数、城镇化、消费升级、家庭结构、教育传统等五大因素的强力支撑,发展前景十分广阔。在此背景下,现阶段行业最大的矛盾是社会日益增长的学前教育旺盛需求与优质教育资源有限供给之间的矛盾,充分体现在在一、二线城市的公办幼儿园及少数中高端民办幼儿园,以及三、四线城市的部分特色学前教育机构上,市场需求在不断升级,但供给能力普遍较弱,同质化竞争严重,未来优质教育资源的稀缺性将能够产生高额溢价。

未来三、四线城市的幼儿园市场蕴含着巨大发展机遇。从需求方面看,消费升级、居民对教育的投入不断增加,家长对学前教育品质的追求不断提升;但从供给方面看,一方面地方性学前教育机构有效供给不足,目前幼儿园主流服务模式仍是低端的看护养护为主,不能满足家长的中高端需求;另一方面全国性的中高端学前教育机构短期内也无法扩张至三、四线城市,或者无法将有竞争力的产品与服务提供给终端客户,目前通过加盟或者品牌授权的方式提供的产品与服务品质会大打折扣,大多数机构仍将其看做是一种盈利模式,而并未从最终消费者的需求出发构建整个价值链。因此,整个三、四线城市市场的需求与供给是严重不匹配的。

从短期来看,由于供需关系尚未平衡,学前教育市场竞争仍未整体进入白热化阶段,一、二线城市竞争相对激烈,但目前已有向下一级城市转移的趋势;无论对全国性机构,还是地

方性机构来讲，未来三、四线城市都蕴含着巨大的市场机遇，是行业未来发展的突破口。

5.3 学前教育信息化管理需求逐渐增长

在互联网教育浪潮影响下，传统教育领域正在发生着变革和创新，“互联网+幼教”的创新型企业将成为未来发展的方向。随着互联网技术的发展以及 80 后逐渐成为幼儿教师的主力，幼儿园对于信息化管理的需求逐渐增长。随着移动互联网技术的发展和成熟，家长利用移动终端不仅可以随时进行家校互动，还可以获得育儿信息分享等。

近年来幼儿园的安全问题日益成为社会各界关心的热点问题，移动终端在校园安全领域、校园规范管理等方面的应用需求日趋明显。目前市场上针对幼儿安全接送管理系统一般运作原理为软件中储存有幼儿的各种基本信息和本照片，家长的资料及照片。家长凭卡接送幼儿，家长打卡时，电脑会马上显示该幼儿的资料和家长的资料，需要幼儿园的管理员确认后才能放行，从而避免冒领、错领事件的发生。

作为学前教育信息化行业中的一个重要应用领域，视频安防也日益受到广大消费者重视，幼儿园是否具备开放的视频安防系统甚至成为部分家长择校时的必备考虑因素。特别是携程、红黄蓝旗下幼儿园等虐童事件发生后，引发社会公众对于幼儿园视频监控安防建设的关注。

目前许多幼教企业逐渐进入教育信息化领域，将移动终端与安全管理系统、教务管理系统相连接，通过软硬件结合的方式提供服务。幼教信息服务涉及到教育和互联网信息技术两个行业，要求服务提供商既要具备学前教育知识和经验，准确地理解用户教育信息服务需求，又要熟悉信息技术，具备将服务需求转化为信息产品的能力。只有两者紧密结合开发出具有针对性的产品，并根据学前教育服务需求及信息化技术发展，持续地改进、创新，才能保持业务持续增长，巩固和提高市场份额。当今幼教信息服务功能越来越复杂、

信息终端模式越来越多样化，对相关公司的系统架构设计能力、数据处理能力、信息传输能力等提出了较高的要求。

未来随着学前教育信息化行业不断完善成熟，幼教信息服务商通过输出专业化和规范化的幼儿园运营管理服务、信息化平台服务以及商品销售等多项增值性服务，帮助幼儿园全面提升教学及管理服务品质。

6 中国学前教育行业竞争格局

6.1 竞争格局分析

目前,中国学前教育按运营模式可分为三类:直营型,加盟型和综合型(直营+加盟)。直营模式由总公司直接经营,所有权和经营权归属总部;加盟模式由总公司将服务标章授权给加盟幼儿园,加盟园需交纳加盟费并使用加盟总部的形象、品牌、声誉等;而综合类幼儿园以直营园建设为核心,形成品牌和旗舰作用,同时扩张加盟网络(见图 6-1)。

图 6-1 中国学前教育运营模式

运营模式	优势	劣势	代表品牌
直营	教学标准化管理,贯彻系统教育理念。有利于异地扩张经营,控制品牌形象。	人力财力投入大,需要建立高效管控、服务网络,分园扩张过程中管理和教师队伍需求量大。	新东方 好未来 伊顿
加盟	快速扩张,占领市场。灵活性、自主性和主动性较强。	难以实现标准化经营,内部网络松散,风险控制能力低。需要完善的加盟服务体系支撑。	红缨教育 金宝贝
直营+加盟	通过直营带动加盟,便于人才培养,有利于为直营储备资源。	资金要求高,需要系统的教师培养体系、信息管理体系和教师体系支撑直营和加盟系统的平衡发展。	红黄蓝 金色摇篮

来源:头豹研究院绘制

对比三类模式,直营园的教学、管理和质量更可控,有利于树立品牌形象,但投入和需承担的经营风险更大,持续扩张需要强大的资金支持。而加盟模式可以快速跑马圈地,实现快速的规模化扩张,但在标准化经营和质量上难以控制。

中国现在的幼儿园市场格局比较散乱,市场前五家最大加盟+直营幼儿园之和不足幼儿园总数的 5%,行业集中度比较低。虽然近年来相继出现一些快速发展的品牌,如红缨教育、北京博苑、金色摇篮、红黄蓝等,但整个幼教行业的集中度仍很低,且连锁数较多的幼儿园如红缨教育主要是通过加盟完成的,最大的直营幼儿园旗下管控程度较高的连锁园数仅为 100 余家,直营园市场集中度非常低,缺乏大型直营幼教连锁品牌。截至 2018 年底,业内规模最大的红缨教育集团旗下约有 4000 余家幼儿园,占全国幼儿园总数的 1.6%,占民办

幼儿园总数的 2.5%。而排名前十的学前教育集团旗下幼儿园数量合计占全国幼儿园、民办幼儿园的比重也仅为 3.4%和 4.8%，行业内企业格局较小，市场份额分散，尚未出现能够把控市场的龙头企业。

图 6-2 中国学前教育学校行业代表企业

品牌名称	成立时间	园所数量	运营模式	主要分布地区
红缨教育	2001年	4000余家	加盟为主	全国主要省市
北京博苑	1998年	1000余家	直营+加盟（主要）	全国中东部大部分省份
大风车	2001年	600余家	直营+加盟（主要）	全国300余座城市
金色摇篮	1995年	500余家	直营+加盟（主要）	全国主要省市
红黄蓝	1998年	500余家	直营+加盟	全国主要省市
大地	1985年台北成立 1993年进入内地	300余家	直营+参股	全国140余座城市
三之三	1985年台北成立 2003年进入上海	300余家	直营+加盟	全国大部分省份
小太阳	1989年	150余家	加盟	全国大部分省份
小红帽	1997年	100余家	直营为主	全国大部分省份
中国科学院幼儿园	1954年	100余家	直营+加盟	全国多个省市

来源：头豹研究院绘制

从区域覆盖的角度来看，学前教育行业有一个显著特征。即区域化割据明显，行业内全国性品牌屈指可数，绝大多数是区域性品牌。导致这一特征形成的原因主要有三点：

- 幼儿园本身业态特点决定了单体辐射范围较小，一般为圆心三公里之内范围，因此机构主观上多选择在相同或者相邻区域密集布点，在一个城市甚至一个区内来扩张；
- 教育机构本身就不易复制，产品与服务不易标准化，管控难度较大，过于依靠人的复制；
- 对比其他教育培训领域，幼儿园是强资源型市场，选址具有稀缺性，且与政府、房地产开发商、社区等关联密切，跨区域公关难度非常大。

因此，可以预计在未来相当长的一段时间内，深耕区域市场，在单一领域做出品质与口碑是绝大多数机构的选择，行业将按照全国型平台—区域旗舰园—区域直营园—区域加盟园—区域教材园（培训园）的模式演进。由于中国市场有足够的纵深，只有依靠这样的路径与方式才能将散乱的幼教资源有序的整合在一起。再加之互联网等信息技术的应用，其演进

模式将成为未来全国性幼教机构的雏形。

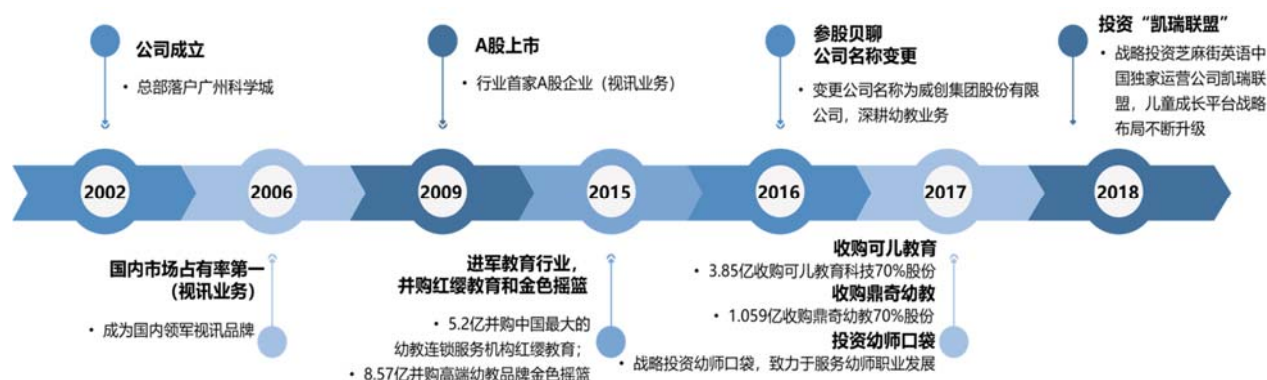
6.2 典型代表企业分析

6.2.1 威创股份

6.2.1.1 企业概况

威创集团股份有限公司，成立于 2002 年。2015 年，公司通过收购红缨教育、金色摇篮两家幼教行业优秀企业，战略性的进入幼教行业，通过对幼教领域进行连续的投资整合，初步成长为幼教领域的领先企业集团，并形成了超高分辨率数字拼接墙系统业务和幼儿园运营管理服务两大主营业务。

图 6-3 威创股份企业发展沿革



来源：头豹研究院绘制

威创集团致力于打造多品牌幼教矩阵，目前旗下拥有红缨教育、金色摇篮、可儿教育、鼎奇教育四大品牌。

➤ 红缨教育

红缨教育成立于 2001 年，专注于幼儿教育，是中国幼儿园连锁经营的领先品牌。目前红缨教育旗下拥有“HOING”和“悠久联盟”两大品牌，在全国拥有幼儿园 4000 多家，覆盖中国大陆全部省份，8 万名幼儿教师，80 万名幼儿。“红缨教育”全方位提供幼儿园一体化解决方案，包括但不限于幼儿园招标、装修设计、设施设备采购、幼儿园招生、幼儿园教师招聘及培训、幼儿园管理、幼儿园教学、幼儿园家长工作等。

➤ 金色摇篮

金色摇篮教育创办于 1995 年，建立了以 0-3 岁婴儿家庭教育、3-6 岁幼儿学前教育，6-15 岁中、小学教育，以及 15 岁以上国际教育文化交流为业务核心的成长管理优质教育生态系统。目前，金色摇篮在中国约有 700 余所直营和加盟园校，分布在 30 个省市自治区 200 多个重点城市，境外教育业务分布在北美。旗下业务涵盖早教、幼教、基础教育、产品研发、线上教育、互联网创新科技、新媒体、国际留学等业务。

➤ 可儿教育

可儿教育是一家专注于学前教育研究与发展的民办教育机构。办学地点遍及北京市多个城区以及大连、贵州、青岛、重庆、苏州等多个城市。可儿教育在实践探索中发展出了艺术特色园、0-3 岁大小学堂、亲子水育馆、国际化双语园、蒙台梭利园以及直升学校等满足多样化需求的教育模式。

➤ 鼎奇教育

鼎奇幼教成立于 2003 年，是内蒙古颇具影响力的中高端幼儿园连锁品牌。在教育过程中结合美国的 NAEYC 十大标准，将中国传统文化和集体认知教育优势与美国学前教育的先进科研成果和个性化教学方案相结合，尊重幼儿的个性发展，以幼儿为中心，进行科学的课程设置。

6.2.1.2 业务模式分析

威创股份是综合性的幼教服务集团。其主要的幼教服务模式包括品牌加盟、品牌联盟、托管加盟三种形态。

➤ 品牌加盟

品牌加盟是指采用统一的品牌、教学理念和课程体系，按照统一的管理与服务标准对加盟园进行培训和支持，涵盖开园前的准备、后续经营管理，教学督导和教学培训等环节，品

牌加盟主要收入包括品牌加盟费和课程费等。

➤ **品牌联盟**

品牌联盟是指区域品牌代理按照幼教总部提供的标准和方法、全权负责为当地加盟幼儿园提供服务。品牌联盟旨在为县域幼儿园提供全方位一体化解决方案，包括但不限于强势品牌导入、专业督导支持、招生指导、家长工作指导、特色课程使用、产品支持、网络平台等。

➤ **托管加盟**

托管加盟是指在品牌加盟业务基础上提供更全面、更深入、更成体系的咨询和管理服务，不只提供品牌、教学体系和培训，还帮助加盟商建立教学体系、管理体系、教师培训及考评升级体系、后勤服务支持体系，并提供教学现场辅导、协助招生工作以及协助对外宣传等，同时向加盟商外派园长及主要教师。

2017年，公司总部能力进一步加强，平台型组织初步成型。随着人力资源、IT、金融等行业优秀人才的加盟，公司在人才队伍建设、信息系统和互联网产品打造以及幼教生态产业链布局上均取得了较大突破。公司总部对子公司运营，尤其是旗下幼教业务的支持能力显著增强。各子品牌之间的资源聚合、协同效应逐步显现。更多产业链合作伙伴的加入，也为威创股份未来的战略升级，奠定了坚实的基础。在产业布局上，威创股份依托具有丰富行业经验的产业资本人才团队，通过产业投资与战略合作双管齐下的方式，以幼儿园为基础，向幼教生态链加速延展。

6.2.1.3 核心竞争优势分析

➤ **以领先的园所数量和卓越地理位置为代表的线下渠道优势和产业先发优势**

截至2018年底，威创股份旗下的幼教品牌共拥有加盟幼儿园超过5000家，从市场占有率上来说，是目前幼教行业内管理幼儿园数量最多的公司，相较于同行业竞争对手具有较大的领先优势。另外，威创股份目前的托管幼儿园主要集中在以北京为代表的一、二线城市，

且托管加盟园所整体定位于中高端幼儿园，具有较强的地理位置优势和品牌影响力。威创股份于 2015 年起先后并购红缨教育、金色摇篮、可儿教育和鼎奇幼教，经过三年的品牌运营管理经验积累，已确立在幼教行业的领先地位和先发优势。

➤ **并购投后管理、多品牌管控、幼教资产运营等方面经验日趋成熟**

2015 年~2017 年，红缨教育和金色摇篮连续三年实际利润均较大幅度超过并购业绩承诺，彰显出公司在并购投后管理、多品牌管控、幼教资产运营等方面能力趋向成熟。2017 年公司先后完成对可儿教育和鼎奇幼教的并购，形成集团内部四大幼教品牌布局，园所规模和覆盖区域得到进一步扩大。同时，公司在总部层面成立投后管理部门，加强集团对各个子品牌的管理和支持力度，对于幼教行业有深刻认知且拥有丰富运营经验的管理团队逐渐成型。

➤ **强大的教育科研实力**

威创股份旗下幼教品牌红缨教育和金色摇篮均拥有自主研发、具备自有知识产权的幼儿园课程体系。红缨教育方面，自主研发的三 S 课程是业界颇具影响力的课程体系，并根据家长日益增长的需要调整教育内容和表现形式，不断升级和优化红缨的课程体系，相继推出《阳光体育》、《玩美时光》和《发现相似》等优质课程。金色摇篮方面，以“潜能发展理论”为依托，凭借近 20 年的儿童心理学研发经验，对儿童成长进行跟踪指导及分析研究，并根据科学的儿童发展测评系统进行记录，在 10 余年的发展过程中，积累大量的婴幼儿成长发展档案/数据，具有较强的教研价值和商业价值。2017 年度，金色摇篮研究院独立成立公司，升级为威创潜能研究院，研究院围绕金色摇篮独有的教育理念，结合世界上优秀的教育形式和科技手段，整体升级其教育体系，实现课程内容产品化，市场化，国际化，并丰富玩具种类，进一步提升金色摇篮的核心竞争力。

➤ **形成体系的幼教产业生态优势**

威创股份打造多品牌幼教管理集团，逐步完善公司在幼教行业的生态体系布局。在线上形成了多流量平台布局，在线下形成了以红缨教育、金色摇篮、可儿教育和鼎奇幼教为主的运营服务平台布局，并与睿艺、咿啦看书、华蒙星体育、Wonder Workshop (奇幻工房)、Cloud School 等各细分领域的专业公司建立战略合作伙伴关系，初步构建线上线下一体化的幼教生态体系。威创股份将依托已有体系，未来在艺体培训、人工智能、消费金融、健康诊断等儿童成长领域继续寻求投资和合作机会，探索新的商业模式，进一步打通园所家庭端的入口，构建儿童成长平台。

➤ **幼教信息化和智慧幼教的研发优势和儿童成长数据的积累**

威创股份经过超过两年的研发投入和积累，已经完成幼教领域的园务管理、加盟业务管理以及供应链业务管理系统的研发，未来将逐步推进教师培训和内容信息系统的开发和落地，已经形成适合幼教行业且功能较为完善的产品，初步实现对集团公司内部幼儿园的信息化管理，建立起完备的儿童成长数据积累机制。另外，公司旗下金色摇篮已经累计超过 20 年的儿童成长数据，且目前公司的智慧幼教团队也和百度等顶级人工智能领域专家机构在儿童成长数据的积累和分析上进行不断的推进，未来在儿童成长大数据的积累上将逐步成为公司主要的核心竞争力，帮助儿童实现更加精准和个性化的教养。

6.2.1.4 未来发展战略

威创股份近年来致力于打造威创平台服务能力，全面为品牌赋能。成立儿童成长研究院，形成幼儿园课程及运营管理体系，输出中国儿童成长规范和幼儿园评估体系。以四个品牌线下管理和课程体系为基础，结合其他国内外相关资源，形成“云+端”产品体系，同时打造师资培训体系并形成稳定的人才输出，强化打造威创儿童成长平台品牌形象，传递威创儿童成长价值观。

逐步提升切入园所管理的深度，不断提高服务园所的质量。公司目前为幼儿园提供的服

务主要包括品牌授权、招生服务、培训指导以及定期督导和物质销售等，公司子品牌相继推出托管式加盟服务，通过委派园长到幼儿园实际进行园所管理、教师培训以及教学管理，并植入信息化管理系统，协助强化打造品牌，提升园所保教质量。2019年，公司将会继续推进托管式加盟服务的推广力度，利用标准化、流程化、模块化的教学和管理流程植入到服务幼儿园里，帮助园长大幅提升园所质量，从而也从中获得更高的客单价。同时，将充分利用幼儿园用户基础，继续推进儿童成长平台战略，向素质教育艺术体育培训机构方向发展，一方面通过加大投资儿童成长产业的公司力度，布局儿童产业生态，另一方面积极推动生态公司之间的生态联动，利用公司已有的资源扶持生态公司共同成长，在生态系统内部形成较大范围的协同效应。

6.2.2 红黄蓝教育

6.2.2.1 企业概况

红黄蓝教育（RYB Education）及其前身创建于1998年，目前红黄蓝遍布中国，拥有近1300家亲子园和近500家高品质幼儿园，为0~6岁婴幼儿和家庭提供优质学前教育指导与服务。2017年9月27日，红黄蓝（NYSE:RYB）在美国纽约证券交易所挂牌上市。



来源：头豹研究院绘制

6.2.2.2 业务模式分析

红黄蓝教育旗下拥有红黄蓝亲子园、红黄蓝幼儿园与竹兜教育三大教育品牌以及红黄蓝艺术团、源工厂、教育研究院三个延伸子品牌。

➤ 红黄蓝亲子园

红黄蓝亲子园及其前身于 1998 年创建以 0~6 岁儿童早期教育为主的亲子园，具有接轨国际、专业师资、立体课程与多元环境四大特色。课程体系包括情商小达人、萌宝口才秀、TMC 音乐课程、探索课程、思维课程等。

➤ **红黄蓝幼儿园**

2003 年，伴随红黄蓝亲子园的快速发展，红黄蓝幼儿园应运而生，开始了 0~6 岁学前教育一体化的探索之路。经过十余年稳健发展，目前在全国已拥有近 500 家园所，为 2~6 岁儿童提供专业的教育指导与服务。依托亲子园与幼儿园互动发展的独特模式，红黄蓝倡导快乐教育、健康成长的新生活方式。

➤ **竹兜教育**

竹兜教育依靠海量早期教育案例研究成果，借助大数据、人工智能和互联网等技术，开发了多品类、个性化的家庭教育产品及服务，致力于为中国家庭提供科学的早期教育解决方案。成立七年以来，每周为超过 50 万婴幼儿家庭，全国 300 多个城市的数百万儿童提供产品与服务。

竹兜教育旗下业务主要面向家庭和园所两大群体。针对家庭用户，提供竹兜育儿 APP、竹兜妈妈等线上产品，同时提供竹兜早教套装系列、竹兜百宝箱系列产品、竹兜智能机器人及其他衍生品等丰富的线下产品；针对园所用户，提供线上商城青田优品、线上产品“双师课堂”，以及线下课程竹兜特色系列课程（竹兜情商课、竹兜财商课、竹兜安全课）等产品和服务。

6.2.2.3 核心竞争优势分析

红黄蓝独特的 0 岁~6 岁一体化教育模式在早教行业的激烈竞争中具有不可取代的优势。首先，亲子园和幼儿园互动发展，在教学、管理、团队建设、市场拓展等方面都可以进行资源整合和共享。红黄蓝亲子园为幼儿园提供了大量生源，而且这些孩子在亲子园接受过

红黄蓝的教育理念和教育方法，进入幼儿园后能够很快地适应，顺利度过分离焦虑，保障了幼儿园的稳定运营。

其次，从教师培养来看，亲子教师和幼儿教师相互之间的学习和促进，提升了专业能力。亲子园的老师服务意识强，与孩子和家长的互动性更加灵活，尤其在市场拓展和活动组织方面具有大量的实战经验；而幼儿园的老师在教育的系统性和专业性上更胜一筹，对幼儿的一日生活关注非常耐心和细致。此外，两支队伍在职业选择上也多了条出路，可以进行轮岗机制，为人才打开了职业上升通道，从而有利于维系师资稳定性。

最后，幼儿园属于教育系统，无论教学、管理还是后勤保障对从业者都提出了更高的要求，这也使得幼教相较早教在消费市场更具专业形象，也就是说红黄蓝幼儿园的存在直接提升了红黄蓝亲子园的品牌专业度和人气。同时，红黄蓝亲子园和幼儿园互动衔接，共同搭建起完整的0岁~6岁一体化教育体系，形成独特的核心竞争力。

6.2.2.4 未来发展战略

2018年，红黄蓝在战略升级、业务架构、人才引进和安全提升等方面做出的重要探索，发布了公司的三年发展战略。聚焦到幼儿园领域，未来三年将持续推进分层战略，强化安全管理、注重品质提升、凸显教学特色、打造智慧园所，加强人才培养和家园共育，积极搭建资源服务平台，巩固和提升差异化竞争优势，确保幼儿园业务可持续发展。安全是幼儿园的生命线，从培训保障、专家引进、安全机制和硬件升级等方面入手，构建人防、物防、技防三位一体的安全保障体系，提升安全管理意识和能力。

面对日益多元化、差异化的市场需求，红黄蓝幼儿园立足扎实的研究和运营经验，不断进行产品升级，逐步建立高端国际品牌、中高端品牌和非品牌联盟的分层体系，多品牌、多业务融合发展，连接一切成长的力量，打造专业且优质的儿童教育生态圈。未来红黄蓝将继续在学前教育领域精耕细作，以更可靠的安全管控，更高效的管理机制，更丰富的人才资源，

更优秀的文化基因，更好用的科技手段，为孩子和家长创设安全、透明、开放的园所环境，
打造成为值得信赖的学前教育品牌。