

中国课后服务行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国课后服务行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/681434.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、课后服务行业概述

在国际和国内视角中，课后服务的内涵总体一致，指的都是基础教育时间以外针对中小學生提供的服务或活动，但在具体服务对象和服务提供者上有所差异。

资料来源：观研天下整理

近年来受到了政策推动、市场需求增长等多方面因素的影响，我国课后服务行业发展迅速，尤其是“双减”政策的落地，需求旺盛吸引了众多资本争相涌入。目前，我国课后服务市场主要由学校、社会机构、企业等提供服务。其中，学校作为课后服务的主要提供者，通过加强与校外机构的合作，为学生提供更加丰富多彩的课后服务内容。校外机构则通过不断创新和完善服务，提升服务质量和效率，满足学生的多样化需求。同时，我国课后服务市场也面临着一些挑战，如服务质量参差不齐、监管机制不完善等。为了推动市场的健康发展，政府和社会各界需要加强监管和规范市场秩序，提高服务质量和效率。未来，随着政策的进一步推动和市场需求的不断增长，我国课后服务市场将迎来更多的发展机遇。

二、我国课后服务起步较晚但发展迅猛，政策利好持续释放

1、我国课后服务起步较晚，迈入保障增效阶段

相较于国外，我国课后服务起步较晚。早在19世纪，美国、瑞典就开始出现了如“男孩女孩俱乐部”、儿童看护所等提供类似课后服务的私人资助机构，这些机构为儿童提供了课后休闲娱乐和阅读的环境，为他们的成长提供了有益的补充。日本的课后服务也于20世纪上半叶初现雏形，在这个时期，一些妇女服务协会等民间组织开始关注到幼儿和贫困儿童等人群的需求，并陆续提供托管与保育服务，这类服务项目以提供游戏和生活场所为主要目的，在看管的同时提供运动、游戏、艺术等。而我国直到2017年开始才陆续出台了关于学生课后服务发展的规定与办法，逐步确立课后服务的三大基本原则“自愿参与，公益普惠，育人为本”。

资料来源：观研天下整理

2、我国课后服务政策利好不断释放

2021年，“双减”政策的落地为我国课后服务市场带来了重要的市场化元年。在“双减”政策的推动下，我国课后服务市场的发展重点逐渐转向保障提效。后续发布的政策对课后服务内容的多元化、社会资源的利用等方面提出了进一步的要求，以保障课后服务的质量和效果。截至2023年上半年，全国大陆31个省/直辖市/自治区均陆续出台中小学课后服务配套政策，就覆盖内容、覆盖范围、服务时间、服务内容和形式、经费保障和收费标准、人员推进、保障机制等方面给出意见和指引，中小学课后服务业务逐步规范化、普及化。未来，我国课后服务将更加注重学生的全面发展，提供更加丰富多彩的活动和服务，以满足家长和学生的需

求。同时，也将不断加强市场化运作和管理，提高服务质量和效率，推动我国课后服务的可持续发展。

近年来教育课后服务政策利好持续释放

日期

政策

内容

2020.6

关于推进义务教育学校课后服务信息化管理工作的通知

教育部开发建设了全国中小学管理服务平台一课后服务模块，同时要求“加快推进义务教育学校课后服务信息化管理工作，力争在2022年底前基本实现全覆盖”。

2021.6

教育部办公厅关于推广部分地方义务教育课后服务有关创新举措和典型经验的通知

推动课后服务全覆盖，保证课后服务时间，提高课后服务质量,强化课后服务保障。

2021.7

关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见

保证课后服务时间，提高课后服务质量，拓展课后服务渠道，做强做优免费线上学习服务。

2022.9

全面构建新时代少先队社会化工作体系实施方案(2022-2025年)

开展实践活动、课后服务、假期托管等活动

2023.5

关于加强新时代中小学科学教育工作的意见

要将科学教育作为课后服务最基本的、必备的项目，不断提升课后服务的吸引力。

2023.6

关于构建优质均衡的基本公共教育服务体系的意见

要采取财政补贴、服务性收费或代收费等方式筹措义务教育课后服务经费，丰富优质课后服务资源，强化课后育人功能。

资料来源：教育部、国务院、观研天下数据中心整理

三、三大流派鼎足而立、竞相争鸣，赛道规模“剑指千亿”

1、赛道火热玩家纷至沓来，三大流派模式已经凸显

巨大的市场空间叠加政策红利的推动，课后服务赛道吸引了众多资本争相涌入。其中“课袋管家”、“米果教育”、“课外喵”、“学明科技”是较早进入该领域的先行者，并在竞争中取得了阶段性的成功。在此基础上，伴随着“双减”政策的落地，行业需求的加速，更多的头部企业开始关注并进入课后服务市场，他们更侧重通过区域统筹模式拓展市场。通过梳理市场上的参与选手，我们可以看到，以鸿合科技、科大讯飞为代表的进校巨头派、聚集头部玩家的K12教培派以及专注课后服务市场的垂直玩家派，三大流派模式已经凸显。

“双减”发布后，多家头部巨头都针对课后服务市场发布解决方案

企业

布局

进校巨头派：渠道为王：综合方案

鸿合科技

鸿合科技旗下课后服务产品“鸿合三点伴”，在“双减”之后已经进行了两次升级。今年8月最新升级后的3.0区域统筹综合解决方案，采取“A+B”模式，A模式以作业管理、基础托管和素质培养服务于“公共普惠、优质均衡”，B模式以特色课程和专业师资服务于“一校一特、个性发展”。

科大讯飞

科大讯飞为各区域开展“课后三点半”服务提供的综合解决方案，同样也已升级两次。其于2022年8月升级后的课后服务解决方案2.0版本，涵盖课后服务全局概览、资源统筹、推进进展、服务参与等全场景数据，既能提供相关分析和智能报告，又能实现应用数据的层层透视。同时，讯飞还进一步扩充素质教育资源，已建立涵盖六大领域、超250门课程、6000多课时的课后服务课程体系。

阿里云教育

阿里云教育推出了数字化课后服务平台，解决中小学生在校内课后服务涉及的监管、统计、通知、安全和教学等问题。

腾讯教育

腾讯教育推出了“课后服务综合解决方案”，基于腾讯云音视频、教育AI、大数据等技术能力，满足校内课后服务涉及的监管、统计、通知、安全和教学等基本需求，还特别定制化开发了“多场景课堂实时音视频互动教学工具”，为师生提供沉浸式、高品质、多元化的学习环境。

K12教培派：课程为王：“双师”开路

云思智学

2022年12月，作业帮旗下子品牌云思智学推出云思课后服务解决方案2.0，提出并构建了六位一体的云思课后服务体系：为区域和学校客户提供信息化管理平台、教务教学工具，升级课程体系2.0超200门素质课程，打造富有弹性的“双师+双主”教学模式，专用小程序助力家校社协同育人，并为各角色提供高价值的支持和增值服务。

美校智慧教育

2022年10月，好未来旗下美校品牌全面升级发布子品牌“美校智慧教育”，推出四款面向公立学校的教育服务产品，包括课后服务、智慧作业、智慧备课、融合教学平台等，美校智慧教育官网也于近期正式上线。

网易有道

2022年1月，网易有道在“双减”前就已上线课后服务平台有道优课的基础上，对智慧教育解

决方案全新升级，针对课后服务场景，搭建了“平台+课程+服务”一站式综合解决方案，整个解决方案以平台为支撑、课程为核心、服务为关键。整合包括编程、科创、围棋、硬笔书法、国学美育等在内的多种课程，系统解决学校课程开不足、开不齐的问题。

飞象星球

2022年6月，猿辅导旗下飞象星球推出了一站式素质教育课后服务平台飞象双师课堂，首次将“智能双师”模式应用在课后服务，线上老师通过教师大屏为线下学生讲授知识、进行游戏化教学、组织各类模拟实验，极大降低了学校课后服务的实施门槛。

新东方

2021年9月，正式发布了对公科创教育品牌“东方创科”，面向B端和G端提供科创教育解决方案，在硬件投入、课程设计、师资力量培养上和校内形成合力。

垂直玩家派：服务为王：精耕细作

好多素教

从杭州起家的好多素教，在“双减”政策落地10天后，就决定将“课后服务”作为公司的主业，提供“教师+课程+管理平台”的综合服务，并以为学校派驻老师的模式为长处。在2021年9月从杭州的4个学校起步，好多素教先在浙江省内快速扩张，到2023年春季，浙江省92个区县级市中，超过50%的教育局及所辖学校选用了好多素教的服务。同时，好多素教也已走向全国，覆盖23个省、300多个区县、6000多所学校。

课外喵

广东的代表选手课外喵，从2018年就进入课后服务市场，在“双减”之后更是深耕这一领域，凭借对于当地政策和市场的了解，很快便发展为大湾区的头部课后服务企业，进而向全国进军。到2021年，其已进入上千所公立小学，每月服务学生超50万。

青狮课后

杭州的青狮课后以课后服务的上游为切入点，占据先发优势，主要提供课程研发、教材出版与发行、教师培训、教研支撑等服务。2021年与浙江教育出版集团青云在线达成战略合作，共同开展素质教育课程配套教材的出版服务。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、多方势力加速转型，助力市场繁荣

三方势力发展踊跃。其中，2021年已经入局作业帮的云思智学、猿辅导的飞象星球，以及新东方的东方创科，原来K12的“四大天王”再次在课后服务赛道聚首博弈，依托于K12行业内多年的教学教研及课程开发的积累和储备，为单个学校的课后服务提供丰富多彩的课程内容，是这类入局者的先天优势。同时，以区域统筹的解决方案为代表的进校巨头派鸿合科技、科大讯飞等也先后在全国各地“攻城略地”。还有一类垂直派玩家，在局部区域内，比如广东的课外喵、宜教通；杭州的好多素教、青狮课后；郑州的学明教育等也取得了一定的成绩。多方势力积极拓展下，进一步加速课后服务市场繁荣。据估算，在“双减”之前，课后服务市场规模仅是百亿级别，而根据观研报告网数据显示，预计2023年课后服务的市场规模将

达1176亿，2027年将达1827亿元。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：虽然当前课后服务行业呈现出“百花齐放”的竞争态势，这种局面在未来一段时间内仍将持续，但行业发展的终局必然会逐渐从“春秋时代”走向“战国争霸”的新阶段。在这个过程中，各流派势力将展开更加激烈的竞争，争夺市场份额和资源，同时，政策也将对市场产生深远影响，推动市场向更加规范、有序的方向发展。

四、课后服务基本实现“应参尽参”，但仍面临诸多难题

在政策红利不断释放下，课后服务行业升级迎来重要的契机，各方加速布局，目前我国各地课后服务学校参与率达100%、学生自愿参与率达92.2%、教师参与率达90%以上，基本实现了“应参尽参”。从各地区情况来看，70%的地区课后服务学生参与率达90%以上，总体参与率较高。

尽管课后服务的发展随着双减政策的全面推进已经进入了新阶段，并取得了显著的成效，但在实践中，依然存在诸多难题需要家庭、学校、社会合力破解。如学校课后服务资源供给不足、教师精力和能力不足、对有的学生无法提供个性化课程等问题始终制约着行业的高质量发展。此外，由于管理体制机制等原因，大量符合条件的社会教育资源无法进入学校，客观上造成供给与需求错位，这也在一定程度上影响着高质量课后服务体系的建立，同时，课后服务的专业性和质量也受到制约，缺乏统一的标准和监管机制。

针对上述现象，家校社协同开展课后服务活动是破解这些困境的有效路径。一方面，政策应鼓励社会力量参与课后服务，让社区、博物馆、少年宫、文化资源单位等各级各类校外活动场所挖掘师资力量、研发相关课程，以“送课到校”的方式加入校园课后服务中来，不断扩大公益性优质校外教育服务供给。同时，鼓励有资质、有专长的家长在家长委员会的组织下加入课后服务的队伍中来，缓解课后服务师资紧缺的难题。另一方面，学校应建立“双减”与课后服务协调联动、有机匹配的机制，加强课后服务与“双减”的紧密衔接，避免增加学生的负担。同时，应加强教师培训，提高延时服务质量，确保学生在延时服务期间能够有所收获；注重增强课后服务的有效性、精准性，可在做好作业辅导和答疑解惑的基础上，深入开展丰富多彩的社团活动，为学生提供适宜个人兴趣和特长的“菜单式”服务，促进学生德智体美劳全面发展。

观研天下分析师观点：当前放眼全世界，课后服务的需求是客观存在的，但出于公益普惠的原则，国内课后服务市场很难逃脱盈利空间不大、过度商业化难现状的现状，但不可否认的是，这是一项有利于减轻学生学业负担、满足家长接送需求，惠及学校、学生、家长及三方机构，促进教育质量提升、社会和谐发展的民生工程，因此其发展前景是不可限量的。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国课后服务行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2024-2031年）

》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国课后服务行业发展概述

第一节 课后服务行业发展情况概述

一、课后服务行业相关定义

二、课后服务特点分析

三、课后服务行业基本情况介绍

四、课后服务行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、课后服务行业需求主体分析

第二节 中国课后服务行业生命周期分析

一、课后服务行业生命周期理论概述

二、课后服务行业所属的生命周期分析

第三节 课后服务行业经济指标分析

一、课后服务行业的赢利性分析

二、课后服务行业的经济周期分析

三、课后服务行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球课后服务行业市场发展现状分析

第一节 全球课后服务行业发展历程回顾

第二节 全球课后服务行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲课后服务行业地区市场分析

- 一、亚洲课后服务行业市场现状分析
- 二、亚洲课后服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲课后服务行业市场前景分析
- 第四节北美课后服务行业地区市场分析
 - 一、北美课后服务行业市场现状分析
 - 二、北美课后服务行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美课后服务行业市场前景分析
- 第五节欧洲课后服务行业地区市场分析
 - 一、欧洲课后服务行业市场现状分析
 - 二、欧洲课后服务行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲课后服务行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界课后服务行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球课后服务行业市场规模预测

第三章 中国课后服务行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对课后服务行业的影响分析
- 第三节中国课后服务行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对课后服务行业的影响分析
- 第五节中国课后服务行业产业社会环境分析

第四章 中国课后服务行业运行情况

- 第一节中国课后服务行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国课后服务行业市场规模分析
 - 一、影响中国课后服务行业市场规模的因素
 - 二、中国课后服务行业市场规模
 - 三、中国课后服务行业市场规模解析
- 第三节中国课后服务行业供应情况分析
 - 一、中国课后服务行业供应规模

二、中国课后服务行业供应特点

第四节中国课后服务行业需求情况分析

一、中国课后服务行业需求规模

二、中国课后服务行业需求特点

第五节中国课后服务行业供需平衡分析

第五章 中国课后服务行业产业链和细分市场分析

第一节中国课后服务行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、课后服务行业产业链图解

第二节中国课后服务行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对课后服务行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对课后服务行业的影响分析

第三节我国课后服务行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国课后服务行业市场竞争分析

第一节中国课后服务行业竞争现状分析

一、中国课后服务行业竞争格局分析

二、中国课后服务行业主要品牌分析

第二节中国课后服务行业集中度分析

一、中国课后服务行业市场集中度影响因素分析

二、中国课后服务行业市场集中度分析

第三节中国课后服务行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国课后服务行业模型分析

第一节中国课后服务行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国课后服务行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国课后服务行业SWOT分析结论

第三节中国课后服务行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国课后服务行业需求特点与动态分析

第一节中国课后服务行业市场动态情况

第二节中国课后服务行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节课后服务行业成本结构分析

第四节课后服务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国课后服务行业价格现状分析

第六节中国课后服务行业平均价格走势预测

- 一、中国课后服务行业平均价格趋势分析
- 二、中国课后服务行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国课后服务行业所属行业运行数据监测

第一节中国课后服务行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国课后服务行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国课后服务行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国课后服务行业区域市场现状分析

第一节中国课后服务行业区域市场规模分析

- 一、影响课后服务行业区域市场分布的因素
- 二、中国课后服务行业区域市场分布

第二节中国华东地区课后服务行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区课后服务行业市场分析
 - (1) 华东地区课后服务行业市场规模
 - (2) 华南地区课后服务行业市场现状
 - (3) 华东地区课后服务行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区课后服务行业市场分析
 - (1) 华中地区课后服务行业市场规模

(2) 华中地区课后服务行业市场现状

(3) 华中地区课后服务行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区课后服务行业市场分析

(1) 华南地区课后服务行业市场规模

(2) 华南地区课后服务行业市场现状

(3) 华南地区课后服务行业市场规模预测

第五节 华北地区课后服务行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区课后服务行业市场分析

(1) 华北地区课后服务行业市场规模

(2) 华北地区课后服务行业市场现状

(3) 华北地区课后服务行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区课后服务行业市场分析

(1) 东北地区课后服务行业市场规模

(2) 东北地区课后服务行业市场现状

(3) 东北地区课后服务行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区课后服务行业市场分析

(1) 西南地区课后服务行业市场规模

(2) 西南地区课后服务行业市场现状

(3) 西南地区课后服务行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区课后服务行业市场分析

(1) 西北地区课后服务行业市场规模

(2) 西北地区课后服务行业市场现状

(3) 西北地区课后服务行业市场规模预测

第十一章 课后服务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国课后服务行业发展前景分析与预测

第一节中国课后服务行业未来发展前景分析

- 一、课后服务行业国内投资环境分析
- 二、中国课后服务行业市场机会分析
- 三、中国课后服务行业投资增速预测

第二节中国课后服务行业未来发展趋势预测

第三节中国课后服务行业规模发展预测

- 一、中国课后服务行业市场规模预测
- 二、中国课后服务行业市场规模增速预测
- 三、中国课后服务行业产值规模预测

四、中国课后服务行业产值增速预测

五、中国课后服务行业供需情况预测

第四节中国课后服务行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国课后服务行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国课后服务行业进入壁垒分析

一、课后服务行业资金壁垒分析

二、课后服务行业技术壁垒分析

三、课后服务行业人才壁垒分析

四、课后服务行业品牌壁垒分析

五、课后服务行业其他壁垒分析

第二节课后服务行业风险分析

一、课后服务行业宏观环境风险

二、课后服务行业技术风险

三、课后服务行业竞争风险

四、课后服务行业其他风险

第三节中国课后服务行业存在的问题

第四节中国课后服务行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国课后服务行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国课后服务行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国课后服务行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节课后服务行业营销策略分析

一、课后服务行业产品策略

二、课后服务行业定价策略

三、课后服务行业渠道策略

四、课后服务行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/681434.html>