

少儿舞蹈培训

作者 常乔雨

摘要 中国少儿舞蹈行业是一个具有广阔市场潜力的领域，其市场规模逐年增长。目前，该行业主要由舞蹈培训机构、舞蹈教师、舞蹈演出公司、舞蹈比赛机构等组成。随着人们对于艺术文化和少儿教育的关注度不断提高，该行业的发展空间也在不断扩大。在中国，少儿舞蹈的培训已经成为了家长们给孩子提供的重要教育方式之一。在近年来，由于政府对于文化艺术教育的大力扶持和国民收入水平的提高，少儿舞蹈培训市场得到了快速发展。随着市场的扩大和竞争的加剧，越来越多的舞蹈培训机构开始注重教学质量和教育理念的创新，积极推出各种优秀的舞蹈教学课程和活动，以满足不同层次、不同需求的学员。中国少儿舞蹈行业市场前景广阔，未来将会呈现出更加多元化和专业化的发展趋势。

行业

头豹分类/教育/教育/技能培训、教育辅助及其他教育/技能培训、教育辅助及其他教育

港股分类法/服务/居民服务

1. 少儿舞蹈培训行业定义

中国少儿舞蹈行业是指专门从事针对未成年人进行舞蹈教育、培训和表演等相关活动的产业。它包括舞蹈培训机构、舞蹈教师、舞蹈演出公司、舞蹈比赛机构等多种类型的组织形式。通过专业化的课程体系、教学方法和演出平台，帮助少儿培养音乐、节奏、身体协调和表演等方面的综合能力。提高艺术素养和审美修养，培养少儿的情感、智力、体能和社交能力，促进其全面发展。本报告围绕明确的少儿舞蹈教育类别展开研究，向3-18岁以下的青少年和儿童提供校外舞蹈培训服务的服务商为研究主体，类别包括民族舞、古典舞、现代舞、童话舞、和舞蹈操。

2. 少儿舞蹈培训行业分类

按中国少儿舞蹈培训的课程分类，舞蹈类别大致可分为民族舞蹈类、古典舞蹈类、现代舞蹈类、童话舞蹈类、和舞蹈操类。少儿舞蹈培训提供的舞蹈课程分类是多样化的，旨在满足不同年龄、不同兴趣的儿童的要求，帮助他们在舞蹈方面得到全面的发展。

类型名称	类型说明
民族舞蹈类	包括蒙古族舞蹈、藏族舞蹈、彝族舞蹈等，这些舞蹈的特点是体现了中国各民族的特色和风情。
古典舞蹈类	包括古典芭蕾舞、古典舞剧、古典舞蹈等，这些舞蹈形式源于欧洲古典舞的发展，在中国经过本土化的改进和创新。
现代舞蹈类	包括爵士舞、街舞、现代舞、现代芭蕾舞等，这些舞蹈形式都是在现代社会中发展起来的，结合了当代音乐和文化的特点。
童话舞蹈类	童话类舞蹈多以儿童故事、童话剧为主题，如《小红帽》、《灰姑娘》等，通过舞蹈形式让孩子们了解并体验故事的情节和氛围。
舞蹈操类	舞蹈操通常是在音乐的节奏下，配合各种动作完成的一种舞蹈形式，旨在帮助儿童锻炼身体，提高协调能力和节奏感。

3. 少儿舞蹈培训行业特征

中国少儿舞蹈培训行业拥有以下特征：1.舞蹈行业的竞争格局高度分散；2.区域化竞争格局显著，多个“小而美”的龙头并存；3.中游舞蹈培训机构呈现多品类、和立体品牌的发展趋势。

舞蹈行业的竞争格局高度分散

中国舞蹈培训行业的竞争格局高度分散，CR3为0.75%。

中国舞蹈培训机构的线下网点数量已达到4万家。市场上存在大量品牌的竞争，CR3为0.75%。其中小天鹅艺术中心、Isee灰姑娘和嘻哈帮是规模较大的三家培训机构，它们的教学网点合计超过300家，占总数的0.75%。虽然一些知名品牌在主要城市拥有多家门店，但许多小型舞蹈培训机构也在二三线城市和乡镇设立门店。这种竞争格局使得消费者的选择更加多样化，但也增加了舞蹈培训机构的竞争压力。

<p>区域化竞争格局显著，多个“小而美”的龙头并存</p>	<p>中国舞蹈培训行业的区域化竞争格局显著，多个“小而美”的龙头并存。</p> <p>中国舞蹈培训行业地域分布不均，不同地区的消费者对舞蹈类型、教学方式、价格等方面有着不同的偏好。因此、本土品牌或是小型舞蹈培训机构可以根据当地市场需求，开发更符合当地消费者需求的舞蹈课程和服务，从而提高一定的市场竞争力。根据相关数据统计，小天鹅艺术中心的68家直营网点全部位于总部南京，外省则是通过加盟和双师模式进行输出。中央芭蕾舞的32家门店中有25家门店位于北京。中国舞蹈培训行业区域化竞争格局明显，不同地域存在多个“小而美”的龙头。</p>
<p>中游厂商行业呈现多品类、和立体品牌的发展趋势</p>	<p>单品类机构通过发展打造立体品牌是构建自身护城河的方式。多元化多品类的策略可以将流量池重复利用以加速规模化和提升营销效率，将成为未来头部舞蹈培训机构的竞争主旋律。</p> <p>舞蹈培训机构面临区域性竞争的挑战，传统的线下授课和加盟开店的模式已经无法带来更多的增长。为了增强市场竞争力，企业需要寻找新的增长路径。例如，小天鹅艺术中心开创了“七彩美育，乐在双师”的线上美育课堂，成功发展了超过400家加盟校，大大提高了品牌知名度和行业覆盖率。该中心的双师模式有效提高了教师的利用率和经营效率，同时还扩大了品牌的边界，促进了跨区域扩张。未来，课程多样化和教学模式的创新将成为行业竞争的主流趋势。头部企业需要更好地利用新兴科技和创造多元化的课程内容来提高竞争力。单一品类舞蹈培训机构跨界发展打造立体品牌也是发展路径之一。例如街舞品牌嘻哈帮，通过打造除街舞教学外的大师IP、赛事活动、文化内容运营、潮流社区等丰富自身产业链布局，提高营收水平。</p>

4. 少儿舞蹈培训发展历程

20世纪80年代，随着中国经济的发展和文化水平的提高，越来越多的人开始喜爱舞蹈艺术。舞蹈培训机构开始萌芽，但规模较小，培训方式传统。到了1990年代初，随着舞蹈艺术需求的增加和经济的发展，中国的舞蹈培训行业进入启动期，数量和课程开始扩展，培训范围也覆盖儿童和成人。随着经济和文化需求的增长，舞蹈艺术的爱好者和受众逐渐增多，进一步推动了舞蹈培训机构的快速发展。在2000年左右，舞蹈培训机构数量迅速增加，以个体创业为主，规模较小但经营方式灵活。然而，行业监管不严和疫情的影响导致了大批企业的倒闭，中国舞蹈培训行业面临着问题和挑战。为提高整体行业质量，需要更严厉的监管和整顿。目前，中国少儿舞蹈培训行业正处于震荡调整期。

开始时间：1960 结束时间：1992 阶段：萌芽期

行业动态：1. 1960年代初，中国舞蹈学院专业舞蹈学校陆续恢复招生和培训，标志着中国舞蹈培训行业的重新开启。
2. 1979年，上海芭蕾舞团成立。
3. 1982年，中国首个现代舞蹈团体“云门舞集”成立，标志着中国现代舞的崛起。

行业影响/

阶段特征：20世纪80年代，随着中国经济的发展和文化水平的提高，舞蹈作为一种高雅的艺术形式开始受到越来越多人的追捧和喜爱。在这一时期，中国的舞蹈培训机构开始萌芽发展，但规模较小，培训方式也比较传统。**例如，创办于1960年的上海舞蹈学校，是中国舞蹈教育领域的知名机构之一。该学校创立之初只有几十名学生。云门舞集团队处理建立时舞者不过百人。舞蹈培训行业整体处在萌芽期。**

开始时间：1993 结束时间：2000 阶段：启动期

行业动态：1. 1993年，北京艺海舞蹈培训中心成立，当时规模已经超过2,000平方米，而且课程覆盖了多种舞蹈类型。
2. 1993年，北京现代音乐研修学院艺术培训中心成立，是中国最早的舞蹈培训机构之一。

行业影响/

阶段特征：**1990年代初，随着经济的发展和舞蹈艺术的需求增加，中国的舞蹈培训行业进入了启动期。**在这一时期，舞蹈培训机构数量开始增加，培训课程也得到了拓展，培训范围也扩大到了儿童和成人。例如，北京现代音乐研修院是中国最早的舞蹈培训机构之一。这个机构在创立之初，以现代舞为主要课程，吸引了许多爱好者前来学习。后来，艺术培训中心逐渐扩大了课程设置，引进了芭蕾舞、中国舞、拉丁舞、街舞等多个舞种，吸引了更多的学员。

开始时间：2000 结束时间：2017 阶段：高速发展期

行业动态：1. 2007年，Isee灰姑娘国际儿童艺术中心成立，是目前少儿舞蹈培训的头部企业，目前已经成立5个区域分公司，13个城市公司，进驻全国70余座城市，全国拥有近150家艺术中心。
2. 2002年，小天鹅艺术中心成立，是南京闪电教育集团旗下知名的品牌，20年来已在多个省市成立连锁校238+家，合作校超3,000家。

行业影响/

阶段特征：**随着中国经济的飞速发展和文化需求的提高，舞蹈艺术的受众和爱好者逐渐增多，从而促进了舞蹈培训机构的快速发展。**在2000年左右，舞蹈培训机构开始快速兴起，数量迅速增加。这一时期，舞蹈培训机构主要以个体创业为主，经营规模相对较小，但经营方式灵活，适应市场需求，因此在市场上表现良好。其中，小天鹅艺术中心是一个具有代表性的品牌舞蹈培训机构，它于2002年成立于北京，致力于为中国儿童提供高品质的舞蹈教育。经过二十多年的发展，小天鹅艺术中心已经成为全国规模最大的舞蹈培训机构之一，拥有覆盖全国的分支机构网络。**舞蹈培训机构的商业模式化落地致使中国少儿舞蹈培训行业步入高速发展期。**

开始时间：2018 结束时间：2023 阶段：震荡期

- 行业动态：
1. 深圳市福田区华星舞蹈艺术中心发生聚集性疫情，导致疫情暴发式扩散传播。被迫关停并接受调查。
 2. lsee灰姑娘河北燕郊门店疑似“爆雷”，涉及200余名家长、200余万元的未消课费用。
 3. 上海知名音乐教育机构“小音咖”被曝教师多月没有领到工资，集团卷钱跑路。

行业影响/

阶段特征：中国少儿舞蹈培训行业在快速发展的同时也面临着一些问题和挑战。**首先中国现存的舞蹈培训机构数量庞大、行业监管不严。**例如，据不完全统计，在西安市平均每平方公里就有23家大小不一的民办艺术培训机构。从业者水平参差不齐，乱象丛生。创造者内容不受保护，抄袭、销售为王、非法经营等问题层出不穷。**其次，疫情的出现更是导致了大批经营企业暴雷，对舞蹈培训行业产生极大不良影响。**中国少儿舞蹈培训行业需要更严厉的行业监管与整顿来提高整体行业的质量。2021年国务院出台《关于进一步规范校外培训机构发展的意见》，该文件提出，对校外培训机构要实行备案、定位、备案前置审批等制度，并对校外培训机构从业人员资格、教学内容、收费标准等方面进行规范。**中国少儿舞蹈培训行业目前处于震荡调整期。**

5. 少儿舞蹈培训产业链分析

中国少儿舞蹈培训行业的产业链生态中，上游的舞蹈教育和文化产出机构为中下游的少儿舞蹈培训机构和个人舞蹈教师提供资源和技术支持，如舞蹈教学、舞台表演和相关人才培养等方面的支持。中游则为广大3-18岁的舞蹈学生提供舞蹈教学的平台和课程。下游的舞蹈爱好者和专业学生接受舞蹈培训和表演。这三个部分联系在一起共同构成了少儿舞蹈培训行业的完整生态系统。

通过对中国少儿舞蹈培训行业上中下游的整体分析，提炼出两个重要的趋势：**1.中国舞蹈教育的未来发展空间和前景良好。**上游政策、上游人才供给、下游育儿观念、下游人口红利都对中游舞蹈培训机构发展提供了有力的支持。预计2026年，中国舞蹈培训机构的市场规模有望达到760亿元，发展空间广阔。**2. 少儿舞蹈培训品牌将向着多元化、创新化模式发展。**由于舞蹈培训机构区域性竞争的特征，传统的线下授课和加盟开店扩张的增长方式已经达到了行业的天花板。企业需要通过另辟蹊径来增加在市场上的竞争力。例如，小天鹅艺术中心就通过创造“七彩美育，乐在双师”的线上美育课堂在全国发展加盟校超400家，大大提高了小天鹅的知名度和行业覆盖度。小天鹅艺术中心的双师模式提高了师资利用率，企业的经营效率，还拓宽了品牌的边界，助力跨区增长。未来，课程多元化和教学模式创新化将成为行业竞争的主流旋律，头部企业需要更好地利用新兴科技技术加持和创造多元化的课程内容矩阵来达到竞争力的质变。

上游环节	上游分析	上游参与方
舞蹈教育和文化机构	<p>上游包括舞蹈教育和文化产出机构。舞蹈培训行业上游的主要功能是提供资源和技术支持。上游的参与者包括舞蹈学校、艺术学院、舞蹈团、文化机构等，旨在为中下游提供舞蹈教学、舞台表演、相关人才培养等方面的支持。</p> <p>从上游人才供给端分析来看，中国过去十年的大学舞蹈专业毕业生的数量呈逐年上涨趋势，从2012年的1.26万人上涨到2021年的2.35万人，年复合增长率达到6.43%。这与社会经济水平提高和家庭教育观念转变有着一定的关系。未来数年内，人口红利还将短暂持续，舞蹈专业毕业生的数量有望继续增长。专业人才的供给增长有益于提高中游培训机构的师资质量和增加企业的竞争力，整体利于中游培训机构的发展。</p> <p>从上游技术发展端分析，云计算SaaS的发展拓展了舞蹈培训机构的线上教学方式，有效提高师生比例，降低用工成本、增加连锁企业的运行效率。例如，小天鹅艺术中心的“七彩美育”双师课堂，仅需要在现场搭配助教，舞蹈老师便可同时完成多门课题的授课，降低了教师的人力成本。DANCEA提供的云课堂搭建模块覆盖了智能排课、智能考勤等自动化模块，帮助连锁中游厂商提供运营的效率，降低出错成本。未来，随着云原生、VR/AR等技术的突破和普及，舞蹈线上教学的可行性有望迎来质变。现阶段诸如Keep、刘畊宏等线上舞蹈操、健身操等教学已证实有一定的商业效应。上游技术端的发展突破革新有望带动舞蹈培训行业商业模式的转变，付费场景和受众群体有望双双迎来质变。</p>	北京舞蹈学院、沈阳音乐学院、浙江音乐学院、广东舞蹈戏剧职业学院、西安音乐舞蹈专修学院、上海德艺舞蹈专修学院、上海戏剧学院附属舞蹈学校、吉林艺术学院、大连国际舞蹈学校、湘潭市岳塘区新月舞蹈学校、哈尔滨市华艺舞蹈艺术中等职业学校

	<p>从上游政策端分析，政府近年来大力推进教育改革，提出了“立德树人”教育方针，以培养德智体美全面发展的人才为目标。鼓励学校开展综合素质评价，不再仅仅注重学生的考试成绩，而是注重学生的全面发展，提高学生的综合素质。2020年，教育部发布《关于进一步加强和规范教育收费管理的意见》。此政策一方面提高了对素质教育规范性的要求，严格落实去除乱收费、乱经营等乱象。另一方面支持课后服务经费的保障，呼吁多省市将课后服务经费纳入财政预算，加大投入。因此，少儿舞蹈培训行业整体在未来的政策风险低，发展空间广阔。</p>	
--	--	--

中游环节	中游分析	中游参与方
------	------	-------

<p>少儿舞蹈培训机构</p>	<p>中游包括少儿舞蹈培训机构和个人舞蹈教师。少儿舞蹈培训行业的中游主要为广大学生提供舞蹈教学的平台和课程。中游的参与者包括舞蹈培训机构、教育机构、舞蹈工作室、舞蹈培训APP、舞蹈团等，旨在提供舞蹈教学、技术指导、考试辅导、和演出机会等方面的服务。从中游竞争格局端分析，中国舞蹈培训机构的数量庞大，竞争格局主要呈现市场集中度较低和区域化竞争态势。</p> <p>市场集中度方面，中国知名头部的舞蹈连锁品牌有小天鹅、Isee灰姑娘、和嘻哈帮三家。根据相关披露信息，三家的教学网点合计超过300家，占中国舞蹈培训机构网店总数的0.75%.CR3不足1%，行业集中度低。区域化竞争方面，小天鹅艺术中心超70%的网点在总部南京，芭蕾舞超90%的网点在总部北京。不同地区的消费者对舞蹈类型、教学方式、价格等方面有着不同的偏好。因此，舞蹈机构很难做到跨省连锁，经营一致性管理难度大，从而造成少儿行业的区域化竞争趋势明显。</p> <p>从中游厂商的商业模式的角度分析，舞蹈教培行业以线下教学模式为主，直营和加盟是目前主要的线下扩张模式，当下随着互联网的高速发展，部分企业正逐步探索线上线下融合的创新教学方式。舞蹈培训与其它知识学科类的培训不同，其教学过程中师生需要进行近距离、频繁的交流互动，这使得线下教学成为重要的交流方式。此外，舞蹈练习对于场地的要求也很高，因此线上教学，家中练习的模式可行性相对较低。目前企业主要的扩张方式是线下门店直营和加盟。例如，小天鹅艺术中心在全国拥有超过200家直营和加盟店，通过加盟和直营的方式去扩大业务的覆盖量。Isee灰姑娘在全国也拥有超过100家网点。随着互联网的高速发展，部分企业也开始尝试线上业务模式的探索。目前线上舞蹈培训的主要方式有线上教学资源平台、兴趣社区和SaaS</p>	<p>南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司、北京舞研艺美教育咨询有限公司、北京舞蕾文化发展有限公司、福州市维爱教育科技有限公司、北京红舞鞋文化艺术有限公司、北京嘻哈帮文化传播有限公司、上海平蝶文化传播有限公司、上海育荣文化艺术有限公司、上海大禾升平文化传媒有限公司、中央芭蕾舞团（中央芭蕾舞团舞蹈学校）、北京红舞鞋文化艺术有限公司、杭州爱的酷教育咨询有限公司、北京舞邦文化传媒有限公司、天津零下舞度艺术培训学校有限公司、深圳奇妙时代教育科技有限公司</p>
-----------------	---	---

	+内容服务。例如，KOD中国是中国最大街舞兴趣社区组织，通过举办比赛，分享舞蹈视频等组建街舞爱好者的垂直社区。DANCEA是一家为舞蹈培训机构提供SaaS服务的公司，通过为企业搭建云课堂、线上课程内容等，为企业的经营效率赋能。整体来看，目前舞蹈培训机构的核心商业模式还是以线下当面授课为主。线上模式主要有线上授课、社区、和SaaS类服务。 AI辅助和云课堂等技术可有效提高运营效率和降低教师用工成本，但线上具体的盈利模式和落地效果还处在探索中。	
--	---	--

下游环节	下游分析	下游参与方
少儿舞蹈培训机构的消费群体	<p>下游包括3-18岁的舞蹈学生。少儿舞蹈培训行业的下游主要是接受舞蹈培训和表演的学生。下游的主要参与者包括舞蹈爱好者、舞蹈专业学生等。</p> <p>从消费者对舞蹈培训机构的关注点分析，不同于K12校外培训，舞蹈培训机构属于非直接结果导向型培训机构，教学成果难以量化。消费者选择向舞蹈培训机构付费更多的是以兴趣的培养和综合素质的提高为目的。因此，口碑评价成为舞蹈培训消费者重要的关注点。根据消费者调研统计，75%的消费者在选择舞蹈培训机构时会着重考虑口碑评价，考量优先性仅次于师资质量（87%），排名第二。并且，由于3-18岁的少年儿童大多不具备经济支配权，对舞蹈机构的选择更多是由家长来决定。所以，如何提高舞蹈机构在家长之间的口碑是中游厂商在营销方面的重要考虑因素。</p> <p>从消费者特征分析，80后和90后在成长过程中接受到的教育理念相较于前辈们有所改变，更注重培养学生的综合素质，而不仅是单纯的学习成绩。根据消费者数据调研，中国80后、90后的家长的教育观念中，人格健全（42.3%）、自我管理（38.5%）、和理性思维（38.4%）成为了育儿观念最重要的三点。80、90后的孩子中，超过60%的少儿在成长阶段参与过艺术类课程的培训。总体来看，中国新一代家庭的育儿理念正在从对智力和分数的关注向全方面高素质人格培养转变，对少儿舞蹈培训行业发展有利好的作用。</p>	消费者

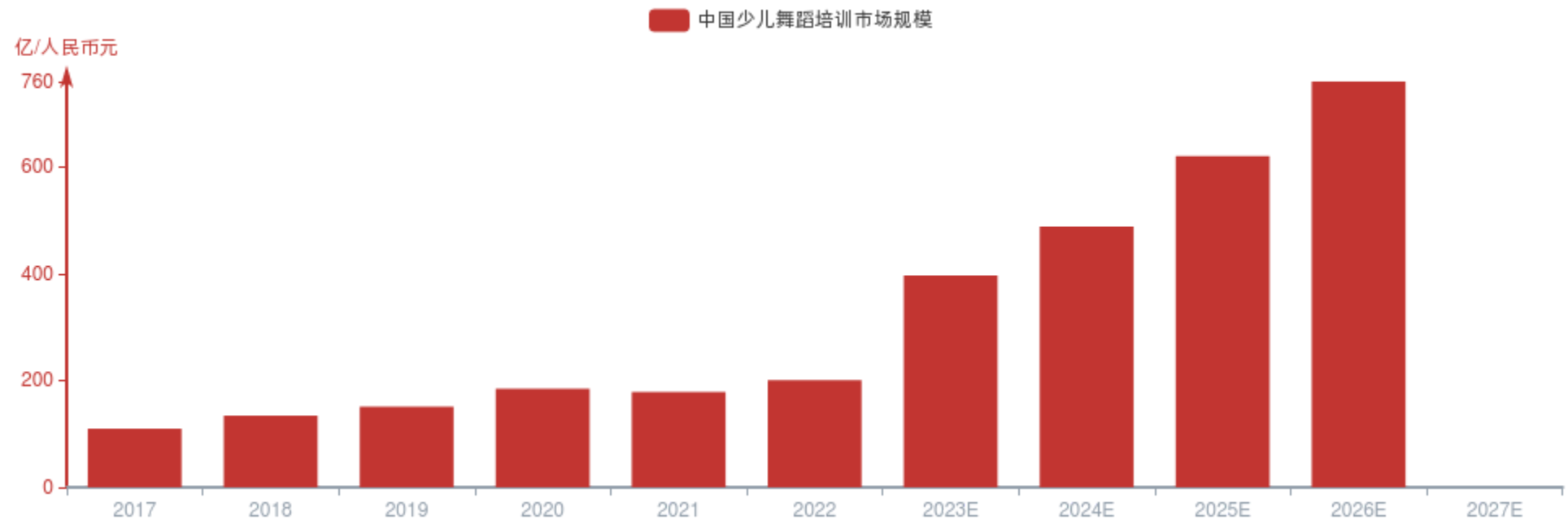
6. 少儿舞蹈培训行业规模

中国少儿舞蹈行业的市场规模从2017年的109.65亿元增长至2022年的200.85亿元，CAGR达到10.61%。预计中国少儿舞蹈培训行业规模的未来市场规模将高速增长，在2022-2026年将达到759.8亿元,CAGR达18.06%。

舞蹈培训市场整体在2020年以前处在高速发展期，2017-2020年的CAGR达到了14%。高速的发展的原因主要是因为两点：**1.人口红利大。**2019年的中国6-14岁少儿的数量达到了1.8亿。2010-2019年的人口出生的平均数量每年超过1,500万人，总体呈上升趋势。**2. 家庭教育观念改变。**随着中国经济的发展和家庭收入水平的提高，家长对于子女的教育投入逐渐增加。同时，家长的教育观念也发生了变化，更加注重子女的素质教育和综合素质的培养。这也促进了教育培训行业的发展。**而在2021年，舞蹈培训市场出现了小幅的下降，主要原因有两点：1.中国教育部在2020年颁布的教培行业的双减政策实施了对校外培训的一系列规范措施。**这些措施包括减少校外培训机构的规模和数量、限制校外培训机构的收费标准、限制招生范围、和严格控制校外培训的质量和效果。虽然舞蹈培训行业不是双减政策的打击目标，但受行业整体质量控制影响，在2020年后开始有了小幅的衰退。**2.新冠疫情的出现对舞蹈培训行业有着较为重大的打击。**舞蹈教育与其他学科不同，其教学过程中师生需要进行近距离、频繁的交流互动，这使得线下教学成为必不可少的方式。可见，疫情与政策的双重打击导致少儿舞蹈培训的市场规模在过去两年迎来大幅的下降。

预计未来5年，中国少儿舞蹈培训行业的市场规模将会快速回升，在2026年达到759.8亿元。市场规模会回升的原因有两点论据支撑：1.教培双减政策的影响已落实。在教育部政策落地出台后，教培行业受到了较大的影响，线上和线下的课程都受到了不同程度的冲击。但时间到了2022年末，政策的影响基本已经落实，行业整体发展趋于稳定，教培行业的上市公司股价开始逐渐回升，线上线下的教培机构也在政策框架下找到了新的合理运作方式。2. 新冠疫情在2022年底迎来结束，中国彻底放开一切线下场所活动。根据相关数据统计，居民人均教育文化娱乐消费支出已经回归疫情之前的水准，2022年全国居民人均教育文化娱乐消费支出达到2,469元，相较2018年的2,226元增长10.9%。由于舞蹈教学对线下教学场景的天然依赖性，疫情的开发对行业整体利好作用强。综上所述，未来数年内，中国少儿舞蹈培训的市场规模会开启高速增长势态，未来4年内以18.06%的CAGR增长。

中国少儿舞蹈培训行业规模



中国少儿舞蹈培训机构市场规模=中国素质教育的市场规模*中国艺术类教育在素质教育的渗透率*中国少儿舞蹈培训在艺术类教育的渗透率

头豹研究院

7. 少儿舞蹈培训政策梳理

政策名称：《中小学生艺术素质测评办法》 颁布主体：教育部 生效日期：2015 影响：7 政策性质：鼓励性政策

政策内容：建立中小学艺术教育测评制度，是检验学校艺术教育成果的重要手段，是改进和加强学校艺术教育工作的重要依据。中小学校艺术教育工作自评，以学年为单位进行。各地中小学校于9月底前将2014-2015学年《学校艺术教育工作自评报表》报至当地主管教育行政部门。

政策解读：教育部文件规定学生的综合素质评价内容包括五项：学业水平、艺术素养、思想品德、身心健康和社会实践。学业水平是重点考虑学生的学业成绩、选修课程的内容和成绩，以及具有优势的学科学习情况和研究性学习和创新成果等。艺术素养是重点考虑学生在音乐、美术、舞蹈、戏剧、戏曲、影视、书法等方面表现出来的兴趣特长，以及参加艺术活动所形成的成果等。思想品德是重点考虑学生参与党团活动、社团活动、公益劳动、志愿服务等的次数和持续时间等。身心健康是重点考虑学生参加《国家学生体质健康标准》测试的主要结果、体育运动特长项目、参加体育运动的效果以及应对困难和挫折的表现等。社会实践是重点考虑学生参加实践活动的次数和持续时间，以及所形成的作品、调查报告等。

政策名称：《关于规范校外培训机构办学行为的意见》 颁布主体：国务院 生效日期：2018 影响：8 政策性质：规范类政策

政策内容：依法依规对校外培训机构进行审批登记、开展专项治理、强化日常监管，切实规范校外培训秩序。鼓励发展以培养中小学生学习兴趣爱好、创新精神和实践能力为目标的培训，重点规范语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训，坚决禁止应试、超标、超前培训及与招生入学挂钩的行为。

政策解读：该文件要求校外培训机构严格遵守课程设置、师资力量、收费标准等方面的规定，同时规定了教学质量评估、培训机构备案等制度，以确保校外培训机构的合法性和规范性。

政策名称：《关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》 颁布主体：中共中央、国务院 生效日期：2019 影响：4

政策性质：鼓励性政策

政策内容：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。

政策解读：该政策提出要促进多元化的教育方式的发展，鼓励学校、社会机构和家庭等多方面参与教育教学，支持各种形式的教育和培训活动。加强职业教育和实践教育，提高学生的实践能力和实用技能。整体利好少儿舞蹈行业的发展。

政策名称：《文化艺术类校外培训机构管理办法》 颁布主体：文化和旅游部办公厅 生效日期：2020 影响：7 政策性质：指导性政策

政策内容：为加强文化艺术类校外培训机构管理，促进文化艺术类校外培训机构规范有序发展，切实减轻中小学生学习负担，文化艺术类校外培训机构应当贯彻党的教育方针，坚持社会主义办学方向，坚持教育的公益属性，落实立德树人根本任务，自觉遵守法律法规和各项规章制度，遵循教育规律和青少年成长发展规律，严格规范培训行为。

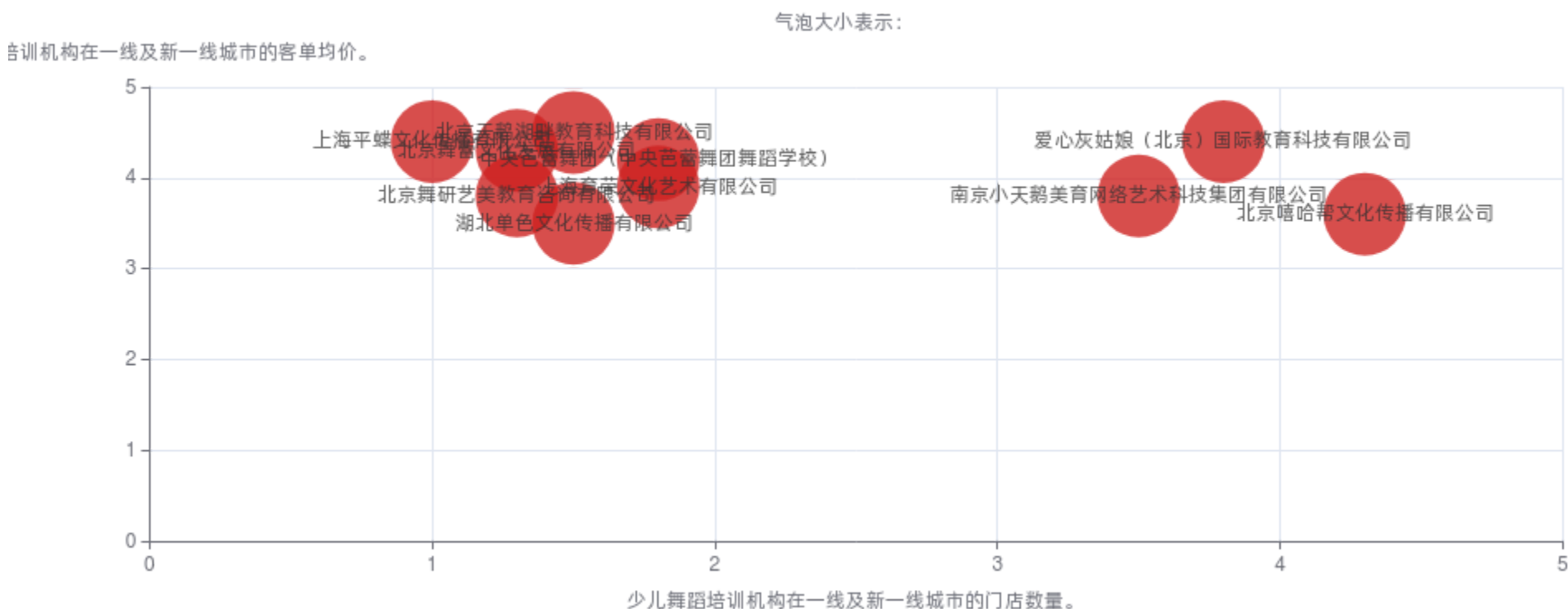
政策解读：该文件在支持校外文化艺术类培训发展外，要求各级教育部门进一步加强艺术类中小学校外培训机构的管理工作，确保培训机构的合法性和规范性，同时明确规定了教学质量评估、师资力量要求等。

政策名称：《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》和《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》 颁布主体：国务院、中共中央
 生效日期：2020 影响：8 政策性质：鼓励性政策
 政策内容：坚持健康第一的教育理念，推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展，帮助学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。
 政策解读：该政策明确指出要从师资力量、课程设置、合作交流、设施建设、评价激励等多个方面支持和促进学校体育和美育工作的发展。通过这些政策措施，有望提高学校体育和美育工作的质量和水平，促进学生全面素质的发展。

8. 少儿舞蹈培训竞争格局

中国少儿舞蹈培训机构行业的集中度低，行业准入门槛低，竞争者众多，品牌区域化明显。中国少儿舞蹈培训机构共计超40,000家，头部的三家培训机构小天鹅艺术中心、lsee灰姑娘、和嘻哈帮街舞，线下教学网点数量合计超过300家，占总量的0.75%。其中，小天鹅艺术中心超70%的线下网点位于总部南京，嘻哈帮超50%的线下网点在上海和杭州，中央芭蕾舞团78%的线下网点在北京，天鹅湖畔芭蕾舞64%的线下网点在上海，舞蹈培训机构的品牌呈现区域化竞争态势。

行业集中度低的原因是舞蹈培训机构入行门槛低、规模化管理难度大。1. 行业入行门槛低：舞蹈行业目前没有硬性的职业资格要求，目前仅需通过简单的教师资格证考试并可进入行业，且教学结果难以通过量化体现，使得行业进入门槛较低。根据相关数据统计，舞蹈教育行业中，仅有10%的教师拥有学士学位及以上学历，相当一部分舞蹈教育工作者只具备高中及以下的学历，她们后天通过多种渠道学习专业技能来获得相关的教学资格和技能。2. 规模化管理难度大：不同地区的文化和偏好有着明显的差异。舞蹈培训机构中适用于某区域的商业模式难以轻易复制到它省。例如，民族舞和现代舞在北方的受众相比南方更广，如果北方的商家将相同的模式跨省至南方运行便会遇到很大的困难。地方在政策和商业环境也有所不同，通常成功的舞蹈培训机构需要数年的时间在一定区域内沉淀和发展以完全掌握当地的运行规则。**因此，舞蹈培训机构的规模化管理难度大，跨省经营可行性低，品牌区域化特征明显。随着素质教育在中国的认可度和重要性越来越高，少儿舞蹈培训的发展空间广阔，竞争会愈发激烈。**少儿舞蹈培训的市场规模在2021年逐渐回暖，预计会以18.06%的CAGR在未来数年内继续增长。中国政策和家庭育儿观念同样也会促进舞蹈培训行业的整体发展。未来，中国少儿舞蹈培训机构会通过品牌多元化和教学模式创新优化的方式来增强机构在行业的竞争力。通过提供多元化和多模式的课程，结合AR/VR、直播、云课堂等新兴技术来更好地提高学员的学习效果和满意度。**少儿舞蹈培训需要更好地定位品牌特色，与时俱进，更新迭代依来在竞争激烈的市场中保持领先地位。**



X轴：少儿舞蹈培训机构在一线及新一线城市的门店数量。Y轴：少儿舞蹈培训机构在一线及新一线城市的客单均价。

上市公司速览

股票代码	上市公司	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
暂无数据					

9. 少儿舞蹈培训代表企业分析——北京嘻哈帮文化传播有限公司

北京嘻哈帮文化传播有限公司

- 企业状态：存续
- 注册资本：1110.5264万人民币
- 企业总部：市辖区

行业：商务服务业

法人：韩学继

统一社会信用代码：911101050695605914

企业类型：有限责任公司(外商投资企业与内资合资)

成立时间：2013-06-05

经营范围：组织文化艺术交流活动（不含演出）；舞蹈技术培训；声乐技术培训；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；从事文化经纪业务；教育咨询（不含出国留学及中介服务）；设计、制作、代理、发布广告；会议及展览服务；服装设计；礼仪服务；电脑动画设计；技术推广服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发（不含医用软件）；软件开发；产品设计。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

品牌名称：北京嘻哈帮文化传播有限公司

：

北京嘻哈帮文化传播有限公司融资信息

财务指标

北京嘻哈帮文化传播有限公司竞争优势

1. 门店数量庞大，品牌体系覆盖多个省市。

2. 具有出色文化活动和品牌运营能力，举办线下街舞比赛，线上IP，与中央电视台、湖南卫视等多个知名媒体合作。

企业官网

10. 少儿舞蹈培训代表企业分析——北京舞研艺美教育咨询有限公司

北京舞研艺美教育咨询有限公司

企业状态：存续

注册资本：114.2857万人民币

企业总部：市辖区

行业：商务服务业

法人：薛思科

统一社会信用代码：91110108MA008U3E6D

企业类型：有限责任公司(自然人投资或控股)

成立时间：2016-10-18

经营范围：教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；舞蹈培训（不得面向全国招生）；声乐培训（不得面向全国招生）；技术咨询、技术开发、技术转让、技术推广、技术服务；承办展览展示活动；会议服务；摄影扩印服务；设计、制作、代理、发布广告；企业策划、设计；电脑动画设计；销售日用品、文化用品、工艺品、体育用品、服装。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

品牌名称：北京舞研艺美教育咨询有限公司

：

北京舞研艺美教育咨询有限公司融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
暂无数据						

北京舞研艺美教育咨询有限公司竞争优势

1. 中国舞蹈艺考的第一品牌，口碑良好。
2. 拥有强大的师资团队，拥有百余位毕业于顶级学院的教师。

企业官网

11. 少儿舞蹈培训代表企业分析——南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司

南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司

企业状态：存续

注册资本：2000万人民币

企业总部：南京市

行业：娱乐业

法人：王进

统一社会信用代码：91320111MA1NF4UA59

企业类型：有限责任公司(自然人投资或控股)

成立时间：2017-02-23

经营范围：广告设计、制作、代理、发布服务；演出；电影制作；组织文化艺术交流活动；企业管理培训；艺术培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；面向家长实施的家庭教育咨询服务；中小学生校外托管服务；幼儿园外托管服务；体育竞赛组织；体育赛事策划；组织体育表演活动；健身休闲活动；文具用品零售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

品牌名称：南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司

:

南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司融资信息

财务指标

南京小天鹅美育网络艺术科技集团有限公司竞争优势

1. 课程内容齐全，产品丰富度高。
2. 线下门店数量广泛。
3. 拥有七彩美育双师品牌，助企业跨省跨区扩张发展。

企业官网

头豹“数字行研”——词条报告

诚 邀

■ 优质企业共建词条报告

—展示企业优势地位

■ 第三方数据机构应用合作招募

—头豹词条数据库流量赋能转化

■ 开通会员账号，查阅数据底稿

—市场规模、竞争格局工作底稿一览无余

详情咨询：400-072-5588

136-1163-4866

■ 体量庞大、创作效率高

➢ 上万词条由概念级、产业级、行业级、产品级分层搭建，为垂直细分研究提供基础

■ 创作全程溯源

- 原创内容溯源：创作过程中一手调研资料、访谈纪要、数据底稿（数据来源、预测逻辑、模型公式等）文件均上传头豹脑力擎系统存储，确保每个词条有据可查
- 第三方资料溯源：创作过程中的参考文献、权威机构名称及网址等内容精准溯源
- AI生成类内容溯源：AI生成的内容进行区分标识

■ 科技赋能

- 脑力擎系统：词条数据库、写作指引及视频指南、溯源功能、写作助手、AI生成、专家访谈工具、数字资产确权等功能，实现数字行研
- 开源、扩展性：词条内涉及的公司名可与第三方企业库对接获取信息；脑力擎系统接口可与第三方对接，获取实时数据或输出数据

■ 方法论模型

- 词条基于头豹行企研究8-D方法论组成，概述+数据+分析相结合，内容清晰，数据量足，观点结论丰富
- 依托多年行研咨询经验，脑力擎Size3.0控件独创市场规模及竞争格局搭建及测算模型