

摘要

2015 年以来,中国提倡重视美育教育,提出学校美育课程建设要以艺术课程为主体,各学科相互渗透融合,并鼓励教师合作开发美育课程,倡导跨学科合作。加之新课改后,美术教育成了培育孩子的必要素质,现代家庭对美术教育的刚需不断提升。根据中国青少年研究中心预测,到 2021 年,中国美术教育培训市场规模预计达到 1000 亿。

基于这一市场环境,本文提出“A 美术教育”项目,是美术教育专业大学生在依托学校美术、学前、中文和英语等品牌专业,潜心打造美术课+文化课的“双课”创新差异化美术课程,推出美术教育结合学前教育、语文(古诗词曲)、英语等四个教育专业融合的美术教育产品,通过开设直营店、店中店、合作店及加盟店等线上线下相结合的商业模式变现,主要提供定制化素质教育授课、课程师资加盟、美术师资输出、美术师资培训、企业美术课程定制、线上美术课程等产品服务的全科美术教育创业项目。将各学科进行适当的融合,大大增强本项目教育产品和服务的差异化,项目可行性极高,并通过编制完整的商业计划书,论证该项目在实际市场中的操作性。先是对项目研究背景和研究方法进行描述,详细介绍了项目的概况,运用 PEST 模型、波特五力模型和 SWOT 模型分析项目实施的宏观环境、行业环境、行业痛点和市场机遇,做出了市场规模预测,从而确定了 A 美术教育项目差异化的产品体系;然后运用 STP 理论和 4P 营销理论,明确 A 美术教育项目的市场定位和市场推广策略方案,制定了项目的商业模式;再分析 A 美术教育项目整体运营计划,对整个项目组织架构和人力资源管理进行设计;完成财务预测与分析,明确项目的可行性;最后进行项目风险分析并制定解决的对策。

最后得出结论:一是项目贴合美术教育市场痛点来提出解决方案,围绕细分市场与目标客户推广营销,结合项目团队和实际资源来建立核心竞争力,项目具有可操作性。二是项目打造了差异化的产品体系,制定了多种盈利模式相结合的创新性商业模式,具有创新性。三是项目前期投入少,销售能力强,盈利能力好,风险小,可持性强,以规模化合作加盟方式发展有很大的利润空间,具备可投资性。本文希望可以为 A 美术教育项目提供可行性研究报告以及相关创业项目提供科学的理论依据,还能为美术教育行业有意向的投资者提供参考。

关键词: 美术教育; 全科教育; 商业计划书

Abstract

Since 2015, China has advocated attaching importance to aesthetic education, proposing that the construction of school aesthetic education curriculum should take art courses as the main body, and various disciplines should be penetrated and integrated with each other, encouraged teachers to cooperate in the development of aesthetic education courses, and advocated interdisciplinary cooperation. In addition, after the new curriculum reform, art education has become a necessary quality for cultivating children, and the rigid demand for art education in modern families has been continuously improved. According to the forecast of the China Youth Research Center, the size of China's art education and training market is expected to reach 100 billion yuan by 2021.

Based on this market environment, this article proposes the "A art education" project, which is a "double course" for college students majoring in art education, relying on the school's brand majors such as art, preschool, Chinese and English, devoted to creating an innovative and differentiated art course of art courses + culture courses, and launching art education combined with preschool education and Chinese (ancient poetry). Four art education products integrating education majors, such as lyrics and English, mainly provide customized quality education teaching, course teacher franchise, art teacher output, art teacher training, and enterprise art course customization through the opening of online and offline business models such as direct-sale stores, in-store stores, cooperative stores and franchise stores. General art education and entrepreneurship projects for product services such as production and online art courses. The proper integration of disciplines has greatly enhanced the differentiation of the project's educational products and services. The feasibility of the project is extremely high, and the operability of the project in the actual market has been demonstrated through the preparation of a complete business plan. First of all, it describes the research background and research methods of the project, introduces the general situation of the project in detail, and uses the PEST model, Porter five-force model and SWOT model to analyze the macro environment, industry environment and market opportunities of the project implementation, thus determining the A art education project. Differentiated product system; then use STP theory and 4P marketing theory to clarify the market positioning and marketing strategy plan of A art education project; then analyze the overall operation plan of A art education project, design the organizational structure and human resources management of the whole project; complete financial prediction and analysis, clear confirm the feasibility of the project; finally carry out the project risk analysis and formulate countermeasures.

Finally, the conclusions are drawn: first, the project puts forward solutions according to the pain points of the art education market, promotes marketing around the market segments and target customers, and establishes core competitiveness in combination with the project team and actual resources. The project is operable. Second, the project has created a differentiated product system and formulated an innovative business model combining a variety of profit models, which is innovative. Third, the project has less investment in the early stage, strong sales ability, good profitability, low risk and strong sustainability. The development in the form of large-scale cooperation and alliance has a large profit space and can be invested. I hope this article can provide a scientific theoretical basis for the feasibility study report of A art education project and related entrepreneurial projects, and also provide reference for interested investors in the art education industry.

Keywords: art education; general education; business plan

目 录

| | |
|------------------------|------|
| 摘 要..... | I |
| Abstract | II |
| 图表目录..... | VIII |
| 第一章 绪论 | 1 |
| 1.1 研究背景及意义..... | 1 |
| 1.1.1 研究背景..... | 1 |
| 1.1.2 研究意义..... | 2 |
| 1.2 研究综述及理论基础..... | 3 |
| 1.2.1 国外美术教育现状..... | 3 |
| 1.2.2 国内美术教育现状..... | 4 |
| 1.2.3 商业计划书的作用与撰写..... | 5 |
| 1.2.4 主要理论基础..... | 6 |
| 1.3 研究内容与研究设计..... | 7 |
| 1.3.1 研究目的..... | 7 |
| 1.3.2 研究内容..... | 8 |
| 1.3.3 研究方法..... | 8 |
| 1.3.4 技术路线图..... | 9 |
| 第二章 项目概况 | 11 |
| 2.1 项目概述..... | 11 |
| 2.1.1 项目创立的缘由..... | 11 |
| 2.1.2 项目简介..... | 11 |
| 2.1.3 项目的产品构成..... | 11 |
| 2.2 项目选址..... | 16 |
| 2.3 项目的核心竞争力..... | 16 |
| 2.4 项目的团队资源..... | 18 |
| 2.5 项目的发展规划..... | 19 |
| 2.5.1 项目的战略选择..... | 19 |
| 2.5.2 项目的发展规划..... | 20 |

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 2.6 本章小结 | 20 |
| 第三章 项目实施的环境分析与市场规模预测 | 21 |
| 3.1 宏观环境分析 | 21 |
| 3.1.1 政策环境分析 | 21 |
| 3.1.2 经济环境分析 | 22 |
| 3.1.3 社会环境分析 | 22 |
| 3.1.4 技术环境分析 | 23 |
| 3.2 行业环境分析 | 23 |
| 3.2.1 行业现有主要竞争者分析 | 23 |
| 3.2.2 潜在竞争者分析 | 25 |
| 3.2.3 替代品分析 | 25 |
| 3.2.4 供应商议价能力分析 | 26 |
| 3.2.5 客户议价能力分析 | 26 |
| 3.3 行业痛点与市场规模预测 | 26 |
| 3.3.1 行业痛点与解决方案 | 26 |
| 3.3.2 市场规模预测 | 27 |
| 3.4 优劣势分析 | 29 |
| 3.5 本章小结 | 30 |
| 第四章 市场定位、商业模式与营销策略分析 | 31 |
| 4.1 STP 市场定位 | 31 |
| 4.1.1 市场细分 | 31 |
| 4.1.2 目标市场 | 32 |
| 4.1.3 市场定位 | 33 |
| 4.2 项目的商业模式 | 33 |
| 4.3 营销策略 | 36 |
| 4.3.1 产品策略 | 36 |
| 4.3.2 价格策略 | 37 |
| 4.3.3 渠道策略 | 39 |
| 4.3.4 促销渠道 | 39 |
| 4.4 本章小结 | 40 |

| | |
|--------------------------|----|
| 第五章 项目组织与运营分析 | 41 |
| 5.1 组织架构与股权设置 | 41 |
| 5.1.1 组织架构 | 41 |
| 5.1.2 股权设置 | 41 |
| 5.2 人力资源管理 | 42 |
| 5.2.1 人员规划与工作职责 | 42 |
| 5.2.2 绩效与激励 | 42 |
| 5.2.3 培训 | 43 |
| 5.3 项目运营管理 | 44 |
| 5.3.1 运营计划 | 44 |
| 5.3.2 经营模式 | 44 |
| 5.4 项目进度分析 | 45 |
| 5.5 本章小结 | 46 |
| 第六章 项目财务分析 | 47 |
| 6.1 资金来源与规划 | 47 |
| 6.2 项目效益分析 | 47 |
| 6.2.1 收入预测 | 48 |
| 6.2.2 成本预测 | 49 |
| 6.2.3 利润预测 | 51 |
| 6.3 财务指标评价 | 51 |
| 6.3.1 净现值（NPV）分析 | 51 |
| 6.3.2 内部收益率（IRR）分析 | 52 |
| 6.3.3 主营业务利润率分析 | 52 |
| 6.4 财务敏感性分析 | 53 |
| 6.5 本章小结 | 54 |
| 第七章 项目风险控制分析 | 55 |
| 7.1 政策风险与防范 | 55 |
| 7.1.1 政策风险 | 55 |
| 7.1.2 政策风险防范 | 56 |
| 7.2 市场风险与防范 | 56 |

| | |
|-----------------------|----|
| 7.2.1 市场风险 | 56 |
| 7.2.2 市场风险防范 | 57 |
| 7.3 经营风险与防范 | 58 |
| 7.3.1 经营风险 | 58 |
| 7.3.2 经营风险防范 | 59 |
| 7.4 财务风险与防范 | 60 |
| 7.4.1 财务风险 | 60 |
| 7.4.2 财务风险防范 | 61 |
| 7.5 本章小结 | 61 |
| 结论与展望 | 63 |
| 参考文献 | 64 |
| 攻读硕士学位期间取得的研究成果 | 66 |
| 致 谢 | 67 |

图表目录

| | |
|--|----|
| 图 1-1 研究技术路线 | 10 |
| 图 2-1 “双课”美术教育课程部分作品 | 12 |
| 图 2-2 A 美术教育项目产品 A 课程理念设计图 | 13 |
| 图 2-3 A 美术教育项目校企合作模式 | 18 |
| 图 3-1 2018—2022 年我国美术教育培训市场规模预测（单位：亿元） | 29 |
| 图 4-1 四大系统管理法示意图 | 35 |
| 图 4-2 多种盈利模式示意图 | 36 |
| 图 5-1 A 美术教育项目组织架构图 | 41 |
| 表 2-1 A 美术教育项目的产品（服务）体系 | 12 |
| 表 2-2 A 美术教育项目产品 A 的价格表 | 13 |
| 表 2-3 A 美术教育项目产品 A 全科教育班别开设设计表 | 14 |
| 表 2-4 产品 B 全科教育“三感”美术师资培训输出的设计与价格 | 15 |
| 表 2-5 产品 C 全科教育“三感”课程教材输出的设计与价格 | 16 |
| 表 2-6 A 美术教育与传统美术教育的区别 | 17 |
| 表 2-7 A 美术教育项目发展规划 | 20 |
| 表 3-1 A 美术教育项目主要竞争对手对照表 | 24 |
| 表 3-2 A 美术教育优劣势 SWOT 分析 | 29 |
| 表 4-1 A 美术教育项目商业模式画布 | 34 |
| 表 4-2 四大系统管理事项 | 35 |
| 表 4-3 A 美术教育项目的产品（服务）体系 | 37 |
| 表 4-4 A 美术教育项目产品 A 价格表 | 38 |
| 表 4-5 A 美术教育项目产品 B 价格表 | 38 |
| 表 4-6 A 美术教育项目产品 C 价格表 | 38 |
| 表 5-1 股东股权分配及责任分工表 | 41 |
| 表 5-2 合作双方提供服务内容 | 45 |
| 表 6-1 初始资金规划表 | 47 |
| 表 6-2 A 美术教育项目进度表 | 48 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 表 6-3 五年收入预测 | 49 |
| 表 6-4 五年营业成本预测 | 50 |
| 表 6-5 五年销售费用预测 | 50 |
| 表 6-6 五年管理费用预测 | 50 |
| 表 6-7 五年成本预测 | 50 |
| 表 6-8 A 美术教育项目五年利润预测表 | 51 |
| 表 6-9 A 美术教育项目五年现金流量预测表 | 52 |
| 表 6-10 未来五年主营业务利润率 | 53 |
| 表 6-11 A 美术教育项目财务敏感性分析表 | 54 |

第一章 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

随着我国经济的增长，人们的物质丰富，生活得到了极大的保障。教育理念也随之更新，开始更加注重对孩子多方面能力的培养，尤其是家长对孩子的教育投入逐年加大。近几年，家长对孩子的美术教育关注度提升，儿童美术教育已经成为孩子兴趣培养的必然道路，孩子在成长过程得到更多的艺术熏陶。根据中国青少年研究中心预测，到 2021 年，中国才艺少儿教育培训市场规模预计达到 9000 亿。从 2015 年以来，国家也越来越关注美术教育，在国务院最新颁发的《关于加强美育教育的意见》中明确指出美育教育是教育中不可缺少的部分，能够培养学生的审美，陶冶学生的情操，是真正意义上的心灵教育，在教育的过程中，提高受教育者的审美素养，促进学生的情感表达，是人类的精神及心灵都会得到升华，产生更加积极乐观的人生态度^[5]。美育教育的地位应该上升到和德育、体育及智育教育一样的高度，它们四者之间相互联系，共同依存，提高受教育者的人文素养。以上阐述说明了美育教育的重要性，因此学校应该加强美育教育的课程体系建设，将艺术课程的教授上升到主体地位上，各学科也需要和美育教育之间融合，积极进行美育教育的创新型探索，共同促进全面友好的学习体系建设。我国习总书记写信给美院教授时就已经强调，他认为美育教育的核心就是进行美术教育，强调了美育教育的重要性，想要做好美育教育就必须抓好美育教育的特点，将教育树人的理念融入到美育教育中，发扬中国的美育精神，使每代孩子都能够提升艺术修养。早在 2016 年，我国教育部就针对考试改革做出了进一步探索，发布了招生改革的指导意见，规定了全国高中录取模式需要对学生的学业水平考试及综合素质等方面进行综合评价，择优录取。而综合评价阶段则需要对学生的音乐及美术等素养进行综合打分，纳入评价指标。而在 2019 年教育部就对普通高校提出了建议，要求学校普及艺术教育，提升学生的艺术修养。学生必须修满规定的公共艺术学分才能够毕业。加之 2021 年开始，广州市的中考也正式实行全科开考，美术也被列为录取参考科目之一。这等等一系列的政策利好，都给广州地区乃至全国的美育教育行业，抑或美术教育行业增加了巨大的市场刚需，毋庸置疑美术教育将成为未来资本市场和创业市场的蓝海，本商业计划书将根据政策导向与市场需求，挖掘美术教育市场的新刚需，推动 A 美术教育项目的实施发展。

目前，传统美术教育市场痛点明显，一是在新课改后，美术教育成了培育孩子的必

要素质，现代家庭对美术教育的刚需不断提升，但同时孩子的文化课压力很大，传统的美术教育已无法满足美术教育要兼顾文化课教育的需求；二是美术专业毕业生就业率持续下滑，根据教育部发布的《中国大学生就业报告》统计，美术学专业在 2013 年-2018 年已经连续 6 年成为红牌专业，然而高考的美术考生在逐年增多，同期的 2017 年美术艺考生达到了 4.7 万人，美术专业毕业生的供需矛盾凸显，造成市场上的美术专业毕业生就业形势严峻，传统美术教育市场萎缩，无法消化逐年增长的美术专业毕业生；三是现有的传统美术教育机构存在美术课程培训单一、招聘师资难、系统课程研发难、学生二次消化难、机构闲置空间多、人力成本高等痛点。A 美术教育项目将紧紧围绕这些市场痛点和需求，针对性提出解决方案，专心于全科美术教育的创新试验，对项目进行科学的调研考察，充分考虑到现实需求并采取相应的理论研究方法，总结相关的项目经验，提供更为准确的战略定位，使项目在财务分析、风险防范及策划营销等方面进行积极的探索。综上所述，全面评估项目的方案及可行性，加大对 A 美术教育项目的资源投入，推动美术教育行业的创新发展。

1.1.2 研究意义

首先是顺应时代趋势，响应国家关于重视美育教育的号召，以实际行动投身美育教育实践，呼吁现代家庭应注重孩子美育教育乃至综合素质教育的培养，履行企业的社会责任。

其次是通过美术教育行业现状的剖析，聚焦现有美术教育市场存在的痛点及机遇，围绕现有市场痛点和需求，针对性提出解决方案，专注于全科美术教育的创新试验，对项目进行科学的研究策划，运用相关的理论知识与实际相结合，为项目进行实施科学的调研考察，充分考虑到现实需求并采取相应的理论研究方法，总结相关的项目经验，提供更为准确的战略定位，使项目在财务分析、风险防范及策划营销等方面进行积极的探索。综上所述，全面评估项目的方案及可行性，加大对 A 美术教育的资源投入，推动美术教育行业的创新发展。

最后是通过商业计划书的形式，为全科美术教育项目进行了全方位的论证，保障了项目实施的成功率，防范了可能出现的风险，提升了项目的举办经验。同时，在理论与实践的指导下，研究美术教育项目的创新思路与未来的发展趋势，希望能够给美术教育行业未来实践发展提供一些建设性的建议，也为以后教育领域的产业创新提供理论上的参考，并在一定程度上提供了实践的经验。

1.2 研究综述及理论基础

1.2.1 国外美术教育现状

通过对国外美术教育与美育行业的研究资料的查阅，了解到国外美术教育的发展历程。这可为 A 美术教育项目的创立提供一些参考思路。

国外美术教育起源比国内要早，美育正式作为术语出现可追溯自 18 世纪席勒的《审美教育书简》，席勒指出美是“理性与感性的统一”，强调美育对人格完善的积极作用，对美育在美学中的地位及意义从学理层面予以肯定与阐释^[2]。

国外的美术教育同中国的美术教育具有截然相反的教育模式，国外的美育教育的理念也很复杂，不同学派有着不同的教育观点，大体可根据出发点的不同分成两个主要的派系，首先第一个则是以英国里德及美国罗恩菲德的观点最为出名，他们将美术教育看成是工具，通过创造美术活动来保障人类的个性发展。而另一派则是由格里尔为代表，他和上个派系的观点不同，认可美术的本质论，强调通过合适的美术课程体系指导学生认识学习美术学习技能^[19]。

美术教育理念并不是一成不变的，它也会跟随时代的发展进行理论优化，比如，在本世纪的初期阶段，艾斯纳和格瑞率则积极进行理论上的探索，并首次提出了“DBEA”，它是一种具有全面及综合性的教育理论，它是以美国教育体系理论为基石，将多个学科融入到美术教学中去，在多个领域进行了广泛应用。该理论强调了美术教育的理论要求，认为应当具备多元化的发展路线。在进行少儿美育的过程中，小孩的个体与认知不同，因此产生的理解会有差异性，而该理论则是强调了孩子对于美术教育的差异性，让孩子加工不同的材料去创造不一样的审美，学会欣赏不同的艺术作品。因此这类教育的关键是对视觉艺术的开发，关注孩子的动手创造能力。在学生进入更高的学校中，加大对这方面的培养力度，是孩子充分理解美术等艺术形式带来的美感，进一步激发孩子探索世界的欲望，使其学习积极性增加，从而全面提升各方面的素养及能力。

而在一些欧洲国家，教育理念也会发生变化。从当前情况分析，欧洲的美术教育做的不错，具有很高的普及率。因此，各国家的中小学校具有浓厚的艺术氛围，而教师及家长则会发掘孩子相对感兴趣的艺术形式，通过课余时间培养这部分兴趣，从而实现艺术教育的培养工作。而在美术教学中，教学这可以根据课堂学习的目的进行课堂流程的设计，针对性的传授教学内容。在教学活动中，孩子可以通过艺术创造的形式合理的表达自己的需求和心情，无拘无束的绘制自己的画作，教学者并不会注重作品的质量高低，注重而反而是对于艺术的感悟力及孩子绘制过程中的想象力，更加注重孩子在创造中的

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/365210310331011123>