

2023-2029年中国高校招生 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2023-2029年中国高校招生市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/K247759VRQ.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】 2023-05-23

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国高校招生市场分析与投资前景研究报告》介绍了高校招生行业相关概述、中国高校招生产业运行环境、分析了中国高校招生行业的现状、中国高校招生行业竞争格局、对中国高校招生行业做了重点企业经营状况分析及中国高校招生产业发展前景与投资预测。您若想对高校招生产业有个系统的了解或者想投资高校招生行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国人口众多，教育需求巨大，公共教育资源早已无法满足居民对于教育的需求，民办教育在我国教育发展历程中承担着越来越多的教育任务。经过多年的发展，中国民办教育从无到有、从小到大、从弱到强，到目前已经形成了有一定规模的民办教育体系。

2010-2019年中国民办普通高等教育在校学生占比

年份		民办普通高等教育在校学生：万人		普通高等教育在校学生：万人	
人	民办普通高等教育在校学生占比：%	2010年		568.86	3105
	18.32%	2011年		593.21	3167
616	3325	2012年		645.51	3460
	18.53%	2013年		675.45	3559
616	3325	2014年		688.64	3647
	18.53%	2015年		709.62	3699
616	3325	2016年		687.39	2831
	18.88%	2017年		760.19	3032
703.05	2799	2018年		760.19	3032
	25.12%	2019年		760.19	3032
2022年		2022年		760.19	3032
		2022年		760.19	3032

资料来源：教育部、博思数据整理

时间	中国教育培训行业市场规模情况(亿元)	增速 (%)	2013年	10226
2014年	12042	17.76	2015年	14243
2015年	14243	18.28	2016年	16190
2016年	16190	13.67	2017年	18567
2017年	18567	14.68	2018年	20960
2018年	20960	12.89	2019年	23142
2019年	23142	10.41	2020年	*****
2020年	*****	*****	2021年	*****
2021年	*****	*****	2022年	*****

报告目录第一章 高等教育行业发展现状分析1.1 高等教育机构的界定1.1.1 高等教育机构的定义1.1.2 高等教育机构的分类1.2 高等教育机构发展规模分析1.2.1 高等教育机构总体规模1.2.2 民办高等教育机构规模1.2.3 高等教育机构分类规模（1）研究生培养机构规模（2）本科院校数量规模（3）专科院校数量规模（4）成人高校数量规模1.3 高等教育行业供需情况分析1.3.1 高等教育资源供给1.3.2 高等教育经费投入1.3.3 高等教育毛入学率1.3.4 高等教育消费支出1.4 高等教育机构竞争状况分析1.4.1 普通高等教育集中度1.4.2 高等教育进入/退出壁垒1.4.3 高等教育

行业竞争现状 (1) 公办教育与民办教育的竞争 (2) 国内教育与国外教育的竞争 (3) 普通教育与职业教育的竞争

第二章 中国高考考试招生制度及改革动向分析

2.1 中国高考考试招生制度改革

2.1.1 高考考试招生制度发展演变

2.1.2 现有高考招生制度特征与问题

2.1.3 高考考试招生制度改革动向

(1) 异地高考开始实施 (2) 新的考试招生改革开始试点

2.2 国际高校考试招生制度介绍

2.2.1 国际高校招生制度特点

2.2.2 主要高校招生制度介绍

(1) 英国大学考试招生制度 (2) 德国大学考试招生制度 (3) 法国大学考试招生制度 (4) 美国大学考试招生制度 (5) 日本大学考试招生制度 (6) 英国大学考试招生制度

第三章 全国高校高考招生形势分析

3.1 高考招生总体形势分析

3.1.1 高考报名人数及录取率

(1) 高考报名人数变化趋势 (2) 高考录取率变化趋势 (3) 高考招生计划增长趋势

3.1.2 高考生源外流形势分析

(1) 出国留学人数增长趋势 (2) 赴海外本科留学变化趋势 (3) 赴海外硕士留学变化趋势

3.1.3 生源危机现象持续蔓延

(1) 专科招生成全国性难题 (2) 本科高校也普遍无法完成招生计划 (3) 各地生源危机持续发酵 (4) 高招计划无法完成现象蔓延

3.1.4 高考规模未来几年预测

3.2 高校本科生招生情况分析

3.2.1 普通本科招生情况分析

(1) 普通本科招生规模分析 (2) 普通本科不同学科招生情况 (3) 普通本科毕业人数与授予学位人数

3.2.2 成人本科招生情况分析

(1) 成人本科招生规模分析 (2) 成人本科不同学科招生情况 (3) 成人本科毕业人数与授予学位人数

3.2.3 网络本科招生情况分析

(1) 网络本科招生规模分析 (2) 网络本科不同学科招生情况 (3) 网络本科毕业人数与授予学位人数

3.3 高校专科生招生情况分析

3.3.1 普通专科招生情况分析

(1) 普通专科招生规模分析 (2) 普通专科不同学科招生情况 (3) 普通专科生在校与毕业人数

3.3.2 成人专科招生情况分析

(1) 成人专科招生规模分析 (2) 成人专科不同学科招生情况 (3) 成人专科生在校与毕业人数

3.3.3 网络专科招生情况分析

(1) 网络专科招生规模分析 (2) 网络专科不同学科招生情况 (3) 网络专科生在校与毕业人数

3.4 2022年高考生志愿填报调查

3.4.1 志愿填报信息收集及关注问题

(1) 志愿填报信息收集渠道 (2) 志愿填报最关注的问题

3.4.2 高考生志愿填报高校的选择

(1) 学校选择最关注的问题 (2) 学校选择在地域上的倾向 (3) 不同类型高校的选择迥异

3.4.3 高考生志愿填报专业的选择

(1) 专业选择的诸多影响因素 (2) 所要报考专业的认识

3.4.4 学生心目中学校与专业重要性对比

第四章 全国高校研究生招生形势分析

4.1 研究生招生总体形势分析

4.1.1 研究生生源情况分析

(1) 研究生报考人数分析 (2) 中国学生赴美读研申请量

4.1.2 研究生招生情况分析

(1) 研究生招生计划增长趋势 (2) 研究生招生规模增长趋势

4.1.3 研究生生源竞争形势

4.2 2022年研究生考试人群分析

4.2.1 研究生生源地区分布

4.2.2 研究生考生原就读大学性质

4.2.3 考生报考目的

4.2.4 研究生报考热门专业分析

4.2.5 研究生报考热门地区

4.2.6 报考研究生类型

4.2.7 研究生报考热门高校

4.2.8 影响学校及专业选择的因素

4.3 硕士研究生招生情况分析

4.3.1 硕士研究生招生计划增长情况

4.3.2 硕士研究生招生规模分析

4.3.3 硕士研究生招生计划完成比例

4.3.4 专业硕士与学术型硕士招生人数变化

4.3.5 硕士

研究生不同学科招生特点4.3.6 硕士研究生整体录取比例4.3.7 硕士研究生毕业人数与授予学位人数4.4 博士研究生招生情况分析4.4.1 博士研究生招生计划增长情况4.4.2 博士研究生招生录取人数统计4.4.3 博士研究生招生计划完成比例4.4.4 博士研究生不同学科招生录取特点4.4.5 博士研究生整体录取比例4.4.6 博士研究生毕业人数与授予学位人数4.5 在职人员攻读博士硕士学位招生情况分析第五章 高校自主招生形式及创新分析5.1 高校自主招生模式概述5.1.1 自主招生政策概述5.1.2 高校自主招生主要形式（1）“非完全”自主招生模式（2）“完全”自主招生模式5.1.3 自主招生高校类型分析（1）高水平大学自主招生（2）单独试点的自主招生改革试验院校（3）本省高职自主招生试点院校5.1.4 高校自主招生5种实施模式5.1.5 高校自主招生四大联盟（1）“北约”联盟自主招生模式（2）“华约”联盟自主招生模式（3）“卓越”联盟自主招生模式（4）“京派”联盟自主招生模式5.1.6 高校自主招生现状分析5.2 高职院校自主招生模式创新5.2.1 国家示范性（骨干）商职业院校自主招生选拔模式（1）“文化基础测试+综合素质评价/技能考核”模式（2）“校长推荐+综合素质测试”模式（3）“免试入学”模式5.2.2 各省（市、自治区）高职院校自主招生创新模式（1）“分组联考”模式（2）“校考单录”模式（3）“三位一体”模式（4）“综合评价招生”模式（5）“注册入学”模式（6）“推荐入学”模式（7）“技能高考”模式（8）“高会统招”模式（9）“考后自主招生”模式（10）“多次录取”模式5.2.3 高职院校自主招生选拔模式的评析与建议5.3 高校按学科大类招生模式分析5.3.1 大类招生模式的内涵5.3.2 大类招生模式产生背景5.3.3 大类招生三种模式分析（1）按学科招生（2）“基地班”或一些特殊实验班招生（3）对新生进行通识教育5.3.4 大类招生模式优点分析5.3.5 大类招生模式实施现状5.3.6 大类招生模式趋势预测5.4 南科大“631”招生模式评析5.4.1 南科大简介5.4.2 “631”招生模式特点5.4.3 “631”招生模式效果5.4.4 “631”招生模式评析第六章 高校招生宣传模式及策略构建6.1 高校招生宣传的必要性6.1.1 高等教育机构不断扩大6.1.2 高等教育学生数量减少6.1.3 出国学生和国外教育机构逐渐增多6.1.4 招生宣传是创建学校品牌、展示学校的重要途径6.2 高校招生宣传媒介的应用分析6.2.1 人际传播媒介的应用分析（1）人际传播媒介应用概述（2）人际传播媒介的应用优劣势（3）高校招生宣传人际传播媒介应用形式6.2.2 印刷传播媒介的应用分析（1）印刷宣传媒介应用概述（2）印刷传播媒介应用的优劣势分析（3）高校招生宣传印刷传播媒介应用形式6.2.3 网络传播媒介的应用分析（1）网络宣传的优势分析（2）高校招生网络宣传应用方式分析（3）网络宣传需注意的问题6.2.4 其它电子传播媒介的应用（1）其它电子传播媒介概述（2）其它电子传播媒介应用形势分析6.2.5 招生宣传各类媒介总体应用趋势6.3 高校招生宣传典型案例分析6.3.1 某高校基本情况6.3.2 某高校

招生宣传媒介6.3.3 某高校招生宣传成本6.3.4 某高校招生宣传效果分析 (1) 以实际招生人数为例的考察 (2) 以招生工作报告为例的考察 (3) 学生问卷调查——传播对象的视角6.4 高校招生宣传策划与策略6.4.1 高校招生宣传周期划分 (1) 宣传定义阶段 (2) 宣传设计阶段 (3) 宣传实施及维护阶段6.4.2 高校招生对象定位策划 (1) 生源市场细分, 确定目标市场 (2) 招生目标规模定位 (3) 定位生源特色和招生优势6.4.3 高校招生宣传重点内容6.4.4 高校招生宣传渠道的选择6.4.5 高校招生宣传时间的把握6.4.6 高校招生宣传队伍的建设 (1) 招生宣传队伍的人员组成 (2) 招生宣传队伍成员的要求第七章 民办高校招生形势及策略分析7.1 民办教育机构概述7.1.1 民办教育机构特点7.1.2 民办教育机构性质7.1.3 民办教育机构法律地位7.1.4 民办教育机构的类型7.1.5 民办教育机构的政策扶持7.2 民办高校招生形势分析7.2.1 民办高校招生环境分析 (1) 政策环境分析 (2) 生源形势分析 (3) 竞争形势分析7.2.2 民办高校招生形势分析 (1) 民办高校总体招生情况 (2) 民办高校本科招生情况 (3) 民办高校专科招生情况 (4) 民办独立学院招生情况7.2.3 民办高校招生宣传特点 (1) 民办高校营销理念的引入 (2) 民办高校招生方式多样 (3) 民办高校招生乱象丛生7.3 民办高校重点招生宣传模式分析7.3.1 广告媒介招生及应用效果7.3.2 互联网招生及应用效果7.3.3 关系营销及应用效果7.3.4 借势招生及应用效果7.3.5 事件活动招生及应用效果7.3.6 服务招生及应用效果7.3.7 全员招生及应用效果7.3.8 驻点招生及应用效果7.3.9 代理招生及应用效果7.4 民办高校招生宣传策略建议7.4.1 民办高校招生中的困境 (1) 民办教育产品的双重属性 (2) 学费定价方法与策略不灵活 (3) 民办高校招生渠道单一 (4) 民办教育促销效果有限7.4.2 民办高校招生宣传方式的选择 (1) 把握重点招生宣传时段 (2) 不同招生时段的宣传策略选择 (3) 招生宣传的定位7.4.3 民办高校招生宣传策略 (1) 对生源目标进行合理的定位 (2) 通过服务营销赢得生源 (3) 开发招生营销组合策略第八章 高校留学生招生形势与策略创新8.1 高校留学生生源分析8.1.1 来华留学生数量统计8.1.2 来华留学生生源地区分布8.1.3 来华留学生国内地区分布8.1.4 来华留学生类别统计8.1.5 来华留学生经费类别统计8.2 高校留学生招生现状分析8.2.1 高教国际化与留学生8.2.2 高校留学生招生实力较弱8.2.3 高校留学生招生渠道单一化8.2.4 制约留学生招生的主要因素8.3 国内高校留学生招生优秀案例8.3.1 北京语言大学 (1) 学校基本情况 (2) 学校留学生现状分析 (3) 学校留学生教育课程体系 (4) 学校留学生奖金项目设置 (5) 学校留学生招生宣传策略8.3.2 复旦大学 (1) 学校留学生现状分析 (2) 学校留学生教育课程体系 (3) 学校留学生奖金项目设置 (4) 学校留学生招生改革分析 (5) 学校留学生招生宣传策略8.3.3 暨南大学 (1) 学校留学生现状分析 (2) 学校留学生教育课程体系 (3) 学校留学生奖金项目设置 (4) 学校留学生招生宣传策略8.3.4 华东师范大学 (1) 学校留学生现状分析 (2) 学校留学生教育课程体系 (3) 学校留学生奖金项目设置 (4) 学校留学生招生宣传策略8.4 高校留学生招生策略创新8.4.1 强化服务意识8.4.2 加强校际合作8.4.3 开展2+2项目8.4.4 多渠道、多层次招生第九章 典

型高校招生情况及策略借鉴9.1 公办本科高校招生情况及招生策略借鉴9.1.1 清华大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.2 北京大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.3 复旦大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.4 上海交通大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.5 中国人民大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.6 浙江大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.1.7 武汉大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）自主招生政策9.2 公办专科院校招生情况及招生策略借鉴9.2.1 江苏联合职业技术学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.2 河南机电职业学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.3 北京科技职业学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.4 昆明卫生职业学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.5 重庆工业职业技术学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.6 西安东方亚太职业技术学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.7 山西华澳商贸职业学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.2.8 江苏城市职业学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3 民办高校招生情况及招生策略借鉴9.3.1 江西科技学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.2 仰恩大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.3 浙江树人大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.4 广东岭南职业技术学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.5 广东白云学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.6 北京邮电大学（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.7 浙江育英职业技术学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略9.3.8 上海建桥学院（1）学校基本情况（2）专业设置特色（3）软硬件配套实力（4）招生录取策略图表目录图表：高校招生市场产品构成图图表：高校招生市场生命周期示意图图表：高校招生市场产销规模对比图表：高校招生市场企业竞争格局图表：2021-2023年中国高校招生市场规模图表：2021-2023年我国高校招生供应情况图表：2021-2023年我国高校招生需求情况图表：2023-2028年中国高校招生市场规模预测图表：2023-2028年我国高校招生供应情况预测图表：2023-2028年我国高校招生需求情况预测图表：高校招生市场上游供给情况图表：高校招生

市场下游消费市场构成图图表：高校招生市场企业市场占有率对比图表：2021-2023年高校招生市场投资规模图表：2023-2028年高校招生市场投资规模预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/K247759VRQ.html>