

2023-2029年中国高等教育 机构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年中国高等教育机构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/X51618NY4J.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】2023-08-04

【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年中国高等教育机构市场分析与投资前景研究报告》介绍了高等教育机构行业相关概述、中国高等教育机构产业运行环境、分析了中国高等教育机构行业的现状、中国高等教育机构行业竞争格局、对中国高等教育机构行业做了重点企业经营状况分析及中国高等教育机构产业发展前景与投资预测。您若想对高等教育机构产业有个系统的了解或者想投资高等教育机构行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在一个客户需求主导趋势的经济时代，企业（机构）成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的企业（机构）往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

近年来，我国高等教育行业形势发生了巨大变化。一方面，国内高等教育机构快速扩张；另一方面，高等教育学生数量在减少，而且伴随着出国学生和国外教育机构的逐渐增多，导致我国高等教育生源危机从专科高校向本科高校蔓延，各地生源危机持续发酵，高校之间生源竞争日趋激烈。在这样的形势下，如何通过创新招生策略，为高校争取丰富生源和争夺高素质的考生，成为高校的重点工作之一，甚至成为高校存亡的关键。

报告目录：

第1章：高等教育行业发展现状分析14

1.1 高等教育机构的界定14

1.1.1 高等教育机构的定义14

1.1.2 高等教育机构的分类14

1.2 高等教育机构发展规模分析15

1.2.1 高等教育机构总体规模15

1.2.2 民办高等教育机构规模17

1.2.3 高等教育机构分类规模17

（1）研究生培养机构规模17

（2）本科院校数量规模18

（3）专科院校数量规模18

（4）成人高校数量规模19

1.3 高等教育行业供需情况分析19

1.3.1 高等教育资源供给分析19

- (1) 高等教育资源供给20
- (2) 高等教育经费投入20
- 1.3.2 高等教育行业需求分析21
 - (1) 高等教育毛入学率21
 - (2) 高等教育消费支出22
- 1.4 高等教育机构竞争状况分析22
 - 1.4.1 普通高等教育集中度22
 - 1.4.2 高等教育进入/退出壁垒23
 - (1) 经济型壁垒24
 - (2) 行政性壁垒25
 - 1.4.3 高等教育行业竞争现状25
 - (1) 公办教育与民办教育的竞争25
 - (2) 国内教育与国外教育的竞争26
 - (3) 普通教育与职业教育的竞争26
 - (4) 高校教育竞争激烈原因27

第2章：中国高考考试招生制度改革动向分析29

- 2.1 中国高考招生制度改革29
 - 2.1.1 高考招生制度发展演变29
 - 2.1.2 现有高考招生制度特征与问题30
 - (1) 招生制度特征30
 - (2) 存在问题31
 - 2.1.3 高考考试招生制度改革动向31
 - (1) 异地高考开始实施31
 - (2) 新的考试招生改革开始试点32
- 2.2 国外高校考试招生制度介绍33
 - 2.2.1 国外高校招生制度特点33
 - (1) 考试方式33
 - (2) 高校招生录取模式33
 - 2.2.2 主要国家高校招生制度介绍33
 - (1) 英国大学考试招生制度33
 - (2) 德国大学考试招生制度36

- (3) 法国大学考试招生制度36
- (4) 美国大学考试招生制度38
- (5) 日本大学考试招生制度41

第3章：全国高校高考招生形势分析42

3.1 高考招生总体形势分析42

3.1.1 高考报名人数及录取率42

- (1) 高考报名人数变化趋势42
- (2) 高考录取人数及录取率变化趋势42
- (3) 高考招生计划增长趋势43

3.1.2 生源外流形势分析43

- (1) 出国留学人数增长趋势44
- (2) 赴海外本科留学变化趋势44
- (3) 赴海外硕士留学变化趋势45
- (4) 留学趋势带来的生源外流46

3.1.3 生源危机现象持续发酵46

- (1) 专科招生成全国性难题46
- (2) 本科高校也普遍无法完成招生计划46
- (3) 各地生源危机持续发酵47
- (4) 高招计划无法完成现象蔓延52

3.1.4 高考规模未来几年预测52

3.2 高校本科生招生情况分析54

3.2.1 普通本科招生情况分析54

- (1) 普通本科招生规模分析54
- (2) 普通本科不同学科招生情况54
- (3) 普通本科毕业人数与授予学位人数55

3.2.2 成人本科招生情况分析56

- (1) 成人本科招生规模分析56
- (2) 成人本科不同学科招生情况56
- (3) 成人本科毕业人数与授予学位人数57

3.2.3 网络本科招生情况分析57

- (1) 网络本科招生规模分析58

(2) 网络本科不同学科招生情况	58
(3) 网络本科毕业人数与授予学位人数	59
3.3 高校专科生招生情况分析	59
3.3.1 普通专科招生情况分析	59
(1) 普通专科招生规模分析	59
(2) 普通专科不同学科招生情况	60
(3) 普通专科生在校与毕业人数	61
3.3.2 成人专科招生情况分析	61
(1) 成人专科招生规模分析	61
(2) 成人专科不同学科招生情况	62
(3) 成人专科生在校与毕业人数	63
3.3.3 网络专科招生情况分析	63
(1) 网络专科招生规模分析	63
(2) 网络专科不同学科招生情况	64
(3) 网络专科生在校与毕业人数	65
3.4 2014年高考生志愿填报调查	65
3.4.1 志愿填报信息收集及关注问题	65
(1) 志愿填报信息收集渠道	65
(2) 志愿填报最关注的问题	66
3.4.2 高考生志愿填报高校的选择	67
(1) 学校选择最关注的问题	67
(2) 学校选择在地域上的倾向	67
(3) 不同类型高校的选择迥异	68
3.4.3 高考生志愿填报专业的选择	68
(1) 专业目标	69
(2) 专业选择的诸多影响因素	69
(3) 所要报考专业的认识	70
3.4.4 学生心目中学校与专业重要性对比	70
3.4.5 职业能力测试与志愿填报辅导	71

第4章：全国高校研究生招生形势分析72

4.1 硕士研究生招生总体形势分析72

4.1.1 研究生生源情况分析	72
(1) 研究生报考人数分析	72
(2) 中国学生赴美读研申请量	74
4.1.2 研究生招生情况分析	74
(1) 研究生招生计划增长趋势	74
(2) 研究生招生规模增长趋势	75
4.1.3 研究生生源竞争形势	75
4.2 高校研究生招生出现生源危机	76
4.2.1 生源数量持续下降	76
4.2.2 研究生招生较大面积出现计划未完成现象	79
4.2.3 报考专业呈现两极分化	81
4.2.4 研究生报考热门地区	81
4.3 硕士研究生招生改革分析	82
4.3.1 研究生招生政策放宽，“推免”成招生利器	82
4.3.2 专业硕士扩招猛增 成考研热门	83
4.4 硕士研究生招生情况分析	83
4.4.1 硕士研究生招生计划增长情况	83
4.4.2 硕士研究生招生规模分析	84
4.4.3 硕士研究生招生计划完成比例	84
4.4.4 专业硕士与学术型硕士招生人数变化	85
4.4.5 硕士研究生不同学科招生特点	86
4.4.6 硕士研究生整体录取比例	87
4.4.7 硕士研究生毕业人数与授予学位人数	87
4.5 博士研究生招生情况分析	88
4.5.1 博士研究生招生计划增长情况	88
4.5.2 博士研究生招生录取人数统计	88
4.5.3 博士研究生招生计划完成比例	89
4.5.4 博士研究生不同学科招生录取特点	89
4.5.5 博士研究生毕业人数与授予学位人数	90
4.6 在职人员攻读博士硕士学位招生情况分析	91

第5章：高校自主招生形式及创新分析	92
-------------------	----

5.1 高校自主招生模式概述92

5.1.1 自主招生政策概述92

(1) 自主招生是高校招生制度体系的一部分92

(2) 政策内容92

(3) 自主招生多样化发展趋势92

(4) 自主招生存在的问题93

5.1.2 高校自主招生主要形式95

5.1.3 自主招生高校类型分析95

5.1.4 高校自主招生5种实施模式96

5.1.5 高校自主招生四大联盟97

(1) “北约”联盟自主招生模式97

(2) “华约”联盟自主招生模式98

(3) “卓越”联盟自主招生模式98

(4) “京都”联盟自主招生模式99

5.1.6 高校自主招生现状分析99

5.2 高职院校自主招生模式创新101

5.2.1 国家示范性（骨干）职业院校自主招生选拔模式101

(1) “文化基础测试+综合素质评价/技能考核”模式101

(2) “校长推荐+综合素质测试”模式102

(3) “免试入学”模式103

5.2.2 各省（市、自治区）高职院校自主招生创新模式103

5.2.3 高职院校自主招生选拔模式的评析与建议107

(1) 各省区自主招生模式现状107

(2) 高职院校自主招生模式建议108

(3) 高职院校自主招生的意义108

5.3 高校按学科大类招生模式分析109

5.3.1 大类招生模式的内涵109

5.3.2 大类招生模式产生背景109

5.3.3 大类招生模式分析110

(1) 按学院招生110

(2) 按学科招生110

(3) 以“基地班”或一些特殊实验班招生110

(4) 不分专业招生与培养。110

5.3.4 大类招生模式优点分析111

(1) 有利于促进学校院系调整和专业建设111

(2) 有利于提高办学效益和教育质量111

(3) 有利于使“冷热”专业趋向平衡111

(4) 有利于因材施教，提高人才素质112

(5) 有利于体现“按需培养”的原则112

5.3.5 大类招生模式实施现状112

5.3.6 大类招生模式趋势预测113

5.4 南科大“631”招生模式评析113

5.4.1 南科大简介113

5.4.2 “631”招生模式特点113

5.4.3 “631”招生模式效果114

5.4.4 “631”招生模式评析114

第6章：高校招生宣传模式及策略构建116

6.1 高校招生宣传的必要性116

6.1.1 高等教育机构不断扩大116

6.1.2 高等教育学生数量减少116

6.1.3 出国学生和国外教育机构逐渐增多116

6.1.4 招生宣传是创建学校品牌、展示学校的重要途径116

6.2 高校招生宣传媒介的应用分析117

6.2.1 人际传播媒介的应用分析117

(1) 人际传播媒介应用概述117

(2) 人际传播媒介的应用优劣势117

(3) 高校招生宣传人际传播媒介应用形式118

6.2.2 印刷传播媒介的应用分析119

(1) 印刷宣传媒介应用概述119

(2) 印刷传播媒介应用的优劣势分析119

(3) 高校招生宣传印刷传播媒介应用形式119

6.2.3 网络传播媒介的应用分析120

(1) 网络宣传的优势分析121

- (2) 高校招生网络宣传应用方式分析121
- (3) 高校招生网络宣传需注意的问题122
- 6.2.4 其它电子传播媒介的应用123
 - (1) 其它电子传播媒介概述123
- 6.2.5 招生宣传各类媒介总体应用趋势124
- 6.3 高校招生宣传典型案例分析125
 - 6.3.1 某高校基本情况125
 - 6.3.2 某高校招生宣传媒介125
 - 6.3.3 某高校招生宣传成本126
 - 6.3.4 某高校招生宣传效果分析128
 - (1) 以实际招生人数为例的考察128
 - (2) 以招生工作报告为例的考察129
 - (3) 学生问卷调查——传播对象的视角130
- 6.4 高校招生宣传策划与策略132
 - 6.4.1 高校招生宣传周期划分132
 - (1) 宣传定义阶段132
 - (2) 宣传设计阶段133
 - (3) 宣传实施及维护阶段133
 - 6.4.2 高校招生对象定位策划133
 - (1) 生源市场细分，确定目标市场133
 - (2) 招生目标规模定位134
 - (3) 定位生源特色和招生优势134
 - 6.4.3 高校招生宣传重点内容135
 - 6.4.4 高校招生宣传渠道的选择136
 - 6.4.5 高校招生宣传时间的把握136
 - 6.4.6 高校招生宣传队伍的建设137
 - (1) 招生宣传队伍的人员组成137
 - (2) 招生宣传队伍成员的要求137

第7章：民办高校招生形势及策略分析139

- 7.1 民办教育机构概述139
 - 7.1.1 民办教育机构定义139

7.1.2 民办教育机构特点	139
7.1.3 民办教育机构性质	139
7.1.4 民办教育机构法律地位	140
7.1.5 民办教育机构的类型	140
7.1.6 民办教育机构的政策扶持	142
7.2 民办高校招生形势分析	143
7.2.1 民办高校招生环境分析	143
(1) 政策环境分析	143
(2) 生源形势分析	144
(3) 竞争形势分析	145
7.2.2 民办高校招生形势分析	145
(1) 民办高校总体招生情况	145
(2) 民办高校本科招生情况	146
(3) 民办高校专科招生情况	146
(4) 民办独立学院招生情况	147
7.2.3 民办高校招生宣传特点	147
(1) 民办高校营销理念的引入	148
(2) 民办高校招生方式多样	149
(3) 民办高校招生乱象丛生	151
7.3 民办高校重点招生宣传模式分析	151
7.3.1 广告媒介招生及应用效果	151
7.3.2 互联网招生及应用效果	151
7.3.3 关系营销及应用效果	151
7.3.4 借势招生及应用效果	151
7.3.5 事件活动招生及应用效果	152
7.3.6 服务招生及应用效果	152
7.3.7 全员招生及应用效果	152
7.3.8 驻点招生及应用效果	152
7.3.9 代理招生及应用效果	152
7.4 民办高校招生宣传策略建议	153
7.4.1 民办高校招生中的困境	153
(1) 民办教育产品的双重属性	153

- (2) 学费定价方法与策略不灵活153
- (3) 民办高校招生渠道单一153
- (4) 民办教育促销效果有限154
- 7.4.2 民办高校招生宣传方式的选择154
 - (1) 把握重点招生宣传时段154
 - (2) 不同招生时段的宣传策略选择154
 - (3) 招生宣传的定位154
- 7.4.3 民办高校招生宣传策略155
 - (1) 对生源目标进行合理的定位155
 - (2) 通过服务营销赢得生源155
 - (3) 开发招生营销组合策略156

第8章：高校留学生招生形势与策略创新157

- 8.1 高校留学生生源分析157
 - 8.1.1 来华留学生数量统计157
 - 8.1.2 来华留学生生源地区分布157
 - 8.1.3 来华留学生国内地区分布158
 - 8.1.4 来华留学生类别统计158
 - 8.1.5 来华留学生经费类别统计159
- 8.2 高校留学生招生现状分析159
 - 8.2.1 高等教育国际化与留学生159
 - 8.2.2 高校留学生招生实力较弱159
 - 8.2.3 高校留学生招生渠道单一化160
 - 8.2.4 扩大来华留学生招生规模的有效对策160
- 8.3 国内高校留学生招生优秀案例161
 - 8.3.1 北京语言大学161
 - (1) 学校基本情况161
 - (2) 学校留学生现状分析161
 - (3) 学校留学生教育课程体系162
 - (4) 学校留学生奖金项目设置163
 - (5) 学校留学生招生宣传策略164
 - 8.3.2 复旦大学164

- (1) 学校留学生现状分析164
- (2) 学校留学生教育课程体系165
- (3) 学校留学生奖金项目设置165
- (4) 学校留学生招生改革分析165
- (5) 学校留学生招生宣传策略165

8.3.3 华东师范大学166

- (1) 学校留学生现状分析166
- (2) 学校留学生教育课程体系166
- (3) 学校留学生奖金项目设置167
- (4) 学校留学生招生宣传策略167

8.4 高校留学生招生策略创新168

8.4.1 强化服务意识168

8.4.2 加强校际合作168

8.4.3 开展2+2项目169

8.4.4 多渠道、多层次招生169

第9章：典型高校招生情况及策略借鉴171

9.1 公办本科高校招生情况及招生策略借鉴171

9.1.1 清华大学171

- (1) 学校基本情况171
- (2) 专业设置特色172
- (3) 软硬件配套实力175
- (4) 自主招生政策175
- (5) 招生宣传策略176
- (6) 学校招生情况分析176
- (7) 生源竞争优劣势176

9.1.2 北京大学177

- (1) 学校基本情况177
- (2) 专业设置特色177
- (3) 软硬件配套实力182
- (4) 自主招生政策182
- (5) 招生宣传策略182

(6) 学校招生情况分析183

(7) 生源竞争优劣势183

9.1.3 复旦大学183

(1) 学校基本情况183

(2) 专业设置特色184

(3) 软硬件配套实力186

(4) 自主招生政策187

(5) 招生宣传策略189

(6) 学校招生情况分析190

(7) 生源竞争优劣势190

9.1.4 上海交通大学190

(1) 学校基本情况190

(2) 专业设置特色191

(3) 软硬件配套实力193

(4) 自主招生政策194

(5) 招生宣传策略196

(6) 学校招生情况分析196

(7) 生源竞争优劣势197

9.1.5 中国人民大学197

(1) 学校基本情况197

(2) 专业设置特色198

(3) 软硬件配套实力198

(4) 自主招生政策198

(5) 招生宣传策略199

(6) 学校招生情况分析200

(7) 生源竞争优劣势200

9.1.6 浙江大学200

(1) 学校基本情况200

(2) 专业设置特色201

(3) 软硬件配套实力202

(4) 自主招生政策202

(5) 招生宣传策略203

(6) 学校招生情况分析	203
(7) 生源竞争优劣势	203
9.1.7 武汉大学	203
(1) 学校基本情况	203
(2) 专业设置特色	204
(3) 软硬件配套实力	205
(4) 自主招生政策	206
(5) 招生宣传策略	206
(6) 学校招生情况分析	206
(7) 生源竞争优劣势	207

图表目录

图表1：高等教育机构隶属关系分类	14
图表2：2016-2021年我国高等教育机构分类别发展规模（单位：所）	16
图表3：2016-2021年我国高等教育机构发展规模（单位：所，%）	16
图表4：2016-2021年我国民办高等教育机构发展规模（单位：所，%）	17
图表5：2016-2021年我究生培养机构发展规模（单位：所，%）	17
图表6：2016-2021年我国本科院校发展规模（单位：所，%）	18
图表7：2016-2021年我国专科院校发展规模（单位：所，%）	18
图表8：2016-2021年我国成人高校发展规模（单位：所，%）	19
图表9：2016-2021年我国高等教育投入经费统计（单位：亿元）	20
图表10：2016-2021年我国高等教育毛入学率（单位：%）	21
图表11：“985工程”（一期）高校的教育部经费情况（单位：亿元）	22
图表12：我国普通高等学校教育经费排名前二十的院校情况（单位：亿元）	23
图表13：我国高考招生制度演变	29
图表14：2016-2021年部分省份异地高考报名人数（单位：人）	31
图表15：2016-2021年高考报名人数变化趋势（单位：万人，%）	42
图表16：2016-2021年高考录取人数与录取率（单位：万人，%）	42
图表17：2016-2021年高考招生计划与增长率（单位：万人，%）	43
图表18：2016-2021年我国赴海外留学变化趋势（单位：万人，%）	44
图表19：2016-2021年我国赴美国本科留学人数及占比变化趋势（单位：人，%）	45
图表20：2016-2021年我国赴美国硕士留学人数及占比变化趋势（单位：人，%）	45

图表21：2016-2021年北京高考报名人数与招生人数（单位：万人）47

图表22：2016-2021年上海高考报名人数与录取人数（单位：万人）48

图表23：2016-2021年河南高考报名人数（单位：万人）48

图表24：2016-2021年河南高考录取率（单位：%）49

图表25：2016-2021年广东高考报名人数及增长率变化（单位：万人，%）50

图表26：2016-2021年陕西高考报名人数及增长率变化（单位：万人，%）51

图表27：2016-2021年陕西高考录取率变化（单位：%）51

图表28：2016-2021年部分省份招生计划未完成情况（单位：万人）52

图表29：2016-2021年全国新生婴儿数量（单位：万人）52

图表30：2016-2021年全国普通小学招生数（单位：万人，%）53

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/X51618NY4J.html>