

2018-2024年中国留学机构产业市场发展现状调查 与投资发展趋势研究报告

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《2018-2024年中国留学机构产业市场发展现状调查与投资发展趋势研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/311181311181.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

伴随经济全球化和教育国际化时代的到来,我国留学服务行业进入了快速发展阶段。近10年来我国留学人员的数量年均增加,每年约15%,当前我国已然成为全世界最大的留学人员派遣国。出国留学已成为当今时代的一大热潮,随着留学生人数的不断扩大,学生的需求不断增加。衍生的网络留学机构的形式种类也越来越多,随之问题接踵而来。当中用良心做事情的中介者有之,滥竽充数者也有之。现如今不少家长在咨询服务中,征求意见或求助遭遇上当被骗事件频繁发生;还有留学服务机制不完善,造成消费者的不信任。留学机构服务行业正遭遇着非常大的危机,留学服务机构面临着新的困难与挑战。

一、留学机构的服务管理模式存在的问题

(一) 留学机构忽视工作质量、更倾向于盈利,同时简单的绩效管理暴露了诸多坏处

当下,以盈利为主要目标的留学机构比比皆是,组织管理也更倾向于采用绩效管理方式来提高工作人员的积极性,实现组织的年度发展目标,以提高组织工作的效率达到盈利的目的。例如年终之前,组织分发年终奖的时候,组织年度目标以及个人目标的完成程度将与个人的奖金相联系。因此,很多留学机构工作者为了得到更高的奖金,会盲目地为留学者引荐学校,正因如此,现近的留学者呈现出一种低龄化现象,很多家庭优越的孩子学科成绩不足能够上大学或是不足能够进入海内名校,就是采取花费高昂的钱财,不用参加正规考试就能出国留学的方式,导致留学生的素质巨降。事实是,人力资源管理评判员工业务能力方法之一的绩效管理,这一观点最开始是由西方人阐述的。西方人在管理方式上注重法律,而我们中国人的说法,恰恰相反,中国人的想法更倾向于理性。多数人认为,在管理上,呈现了“海龟”变“海带”的悲惨现状,是因为没有自己的见解而直接去模仿西方。而近些年来,留学生回国的就业率也呈现出下降的趋势。这一现状让我们一定会考虑一个问题,那就是是否应该改变现有的管理模式?

(二) 机构的营销结构不完善,导致留学机构品牌效

近几年来,我国留学服务行业在管理上采取了一些规范的措施,营销手段也有了一定的拓展。尤其在营销策略上,总体来说,一些宣讲会和宣传广告的宣传方法仍显得较为单一;第二点是品牌策划方案没有好的创意,仅仅是停在网页设计上面,导致各种留学机构的设计方面出现雷同化的现象,从而使留学机构形象没有特色,留学市场缺乏竞争力,品牌效益大大降低。

(三) 不能顺应时代发展,留学服务管理模式依然过于陈旧

留学在中国三十年经历的几个阶段:开始是由国家成立独立机构,全权负责留学者出国;随着互联网技术的广泛应用,人们开始依托留学中介来办理留学事项,随着网络信息更新的速度飞快,大多数留学机构保持原有的服务宗旨。从当前留学服务机构的情况来看,多数采用原有的计算机技术来研究服务管理系统并没有达到预期的效果,导致服务群体应该接受的信息不完善,留学的各项方案受一定的局限,从而失去目标客户。除此之外,管理生硬、服务的不满意等词成为留学中介机构的代名词。那么采用什么方法能管理并提高好留学机构服务呢?

(四) 留学机构管理混乱带来了潜在的消费风险

国际经济一体化的大背景下，大家视教育为产业的观念日趋明显，越来越多的家长愿意把孩子送出国门进行深造。在“互联网+”的时代，随着多样化留学机构的出现，留学机构中存在的最大问题，亦是其遭到诟病的主要原因之一即因为消息不对称引起的不法办理留学签证、伪造资料以及发布虚假信息等。特别是，签证条件的苛刻、办理留学手续的繁琐等，一些留学机构为了经济效益，勉强行事导致留学生的签证受到影响。因为一些申请人也是受害者的情况，道德风险和逆向选择问题已经暴露在该行业中，留学机构行业也面临着政府监管和消费者信心不足的尴尬情境中。

图：留学机构良莠不齐

（五）留学机构工作人员专业程度参差不齐

除了需要审查留学机构的经营是否合法之外，对于像留学这样的服务行业，面对其内部工作人员的专业水平考察方面还有待加强。一些留学机构在人员招聘上，对于具体的招聘标准和人员考核制度部分还比较薄弱，这样就会出现在职人员的专业与素质水平相差甚远的现象。例如，在选择留学生是否具备留学资格的环节，如果从事该工作的人员对申请标准知道的不够细致，很会在最后判断的时候出现错误，这不仅仅是工作上出现了重大的失误，也体现出该留学机构不够专业同时也反映了该家留学机构对留学生的不尊重。

二、留学服务机构管理模式的解决方案及提升策略

（一）留学机构由简单的管理模式向多元化的管理模式发生转变 为了避免留学机构工作人员之间的竞争问题，留学机构应逐步达成由简单的绩效管理向绩效管理、制度化、温情化管理并行的目标前进。在对留学机构的管理研究中，需要对其进行慎重选择。如今市面上有许多昧着良心的黑留学机构，因此，第一步政府做的措施应当对中国的留学市场进行宏观监控，兼并在政策法规层面上严厉打击“黑”留学机构，让政府本身深入到留学机构管理体系上真正地实施对他们的监控。第二个措施是通过政府对颁布的政策法规进行仔细解读，在此基础上分析本留学机构对之制度的价值取向，使机构工作人员在工作中更加重视价值取向，规范自身，让上下级相互监督，共同进步。其次在管理中温情化地和下级相处，下级在工作生活中遇到的问题并尽力给予帮助，调动机构的工作人员的内在表现，但这并不意味着人性化作为管理的主要原则。在经济技术环境下，良心往往要向利益妥协。留学机构应为国家的健康发展研究更多的服务事业，给学生实用性和建设性的建议，而不是简单地只是为学生申请留学计划服务。不难看出，大多数留学机构的主要目的就是盈利，以一种“只要有钱，无论什么资格的学生都能出国”的观念，谋取暴利。如果留学机构以追求利益为核心、组织中采取简单的绩效管理、对员工采取漠不关心的态度等表现，这种对于想要长期发展的留学机构不适合，甚至会导致留学机构倒闭。如果上层留学机构能够被管理（即留学机构），在薪酬福利方面给予员工相当大的刺激并关注员工的生活，工作人员将在更好的工作状态下完成工作，以工作成果反馈给上级，使企业更好地发展。

（二）留学中介机构品牌的建设 留学机构品牌是指留学服务市场的定位，留学机构的品牌化发展有助于树立中介形象，还可以保护机构和消费者的合法权益。留学机构品牌

的建立是一个互动的和漫长的过程，定位并维护和品牌价值观，在外部建设中良好的品牌形象是使留学机构实现品牌市场价值的准则，品牌推广环节当然是必不可少的。品牌推广需要长期的市场调研作为依托，并要求有有效沟通和反馈，以此来实现打造强势品牌的目标。同时机构要成立具备针对性的部门，专门负责市场的宣传和监督工作，并且针对策划方案部分提出鼓励和调控的方法。机构可实行的措施有：1.利用自媒体的形式，附带独特自家风味的的项目以此来宣传自身品牌；2.专题发布会，利用明星作为机构形象代言人，运用媒体优势对留学机构的进行全方位宣传；3.参与社会公益活动，来提高留学机构的知名度。

（三）创建留学管理新模式，树立服务和管理并存的思想 在国内经济逐步改善的背景下，越来越多的学生选择出国留学，但随着互联网技术的广泛应用，服务业的竞争日趋激烈。在此背景下，分析了信息的必要性和可行性，提出了信息系统的设计方案，并确立了信息化保障的措施。留学机构都积极引进计算机技术和网络技术以提高自身的品牌价值和实力，以期通过信息系统的构建，实现留学服务行业的决策分析能力，有利于对现有数据的管理，同时也满足了现有市场和行业在信息处理过程中的需求，并且提高留学机构的管理水平，提高服务质量，从而增强企业竞争力。新的服务管理系统将继续提高客户满意度和忠诚度，以便能够给留学服务机构带来更多的收益。让留学服务机构达到高效运行、智能分析、整体协调，顾客至上的标准，达到消费群体满意的程度。又服务是管理的基础，需要通过管理加以保障，提高服务质量，与消费者进行有效的沟通服务，是评判留学机构的重要标准。

三、结束语 社会的发展，渠道格局的演变，以及信息的透明化对于创建优秀的留学机构服务管理模式是个长期艰巨的过程，是一项功在当代、利在千秋的伟大事业。为了更好地规范留学机构的经营秩序，留学机构应当脚踏实地地由简单的绩效管理向绩效管理、制度化管理模式并行的目标前进。这就要求留学机构的各级领导和全体教职员工，必须树立信心，积极投身于留学机构服务环境中，在困难面前永不退步，勇往直前，坚持不懈；若能如此，中国留学产业必定会呈现一番繁荣的场面。在这个环境下，留学机构应建立双向需求，实现双方共赢格局。最后，提出搭建一个政府管理部门、留学中介机构、社会公众、教育留学行业协会各司其职、联合管理的平台，从而成立外部监督和内部自律的管理体系，继而有效避免留学机构失范行为，使留学机构步入法制轨道，为留学者更好地服务，最终呈现留学行业的繁荣现象。

观研天下发布的《2018-2024年中国留学机构产业市场发展现状调查与投资发展趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调

查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国留学机构行业发展概述

第一节2016-2017年留学机构行业发展情况概述

一、留学机构行业相关定义

二、留学机构行业基本情况介绍

三、2016-2017年留学机构行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国留学机构行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、留学机构行业产业链条分析

三、2016-2017年中国留学机构行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国留学机构行业生命周期分析

一、留学机构行业生命周期理论概述

二、2017年留学机构行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年留学机构行业经济指标分析

二、2016-2017年留学机构行业的赢利性分析

四、2016-2017年留学机构行业的经济周期分析

三、留学机构行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国留学机构行业进入壁垒分析

一、留学机构行业技术壁垒分析

二、留学机构行业规模壁垒分析

三、留学机构行业品牌壁垒分析

四、留学机构行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球留学机构行业市场发展现状分析

第一节 全球留学机构行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球留学机构行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲留学机构行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲留学机构行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲留学机构行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲留学机构行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲留学机构发展趋势分析

第四节2016-2017年北美留学机构行业地区市场分析

一、2016-2017年北美留学机构行业市场现状分析

二、2016-2017年北美留学机构行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美留学机构行业市场前景分析

四、2018-2024年北美留学机构行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟留学机构行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟留学机构行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟留学机构行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟留学机构行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟留学机构行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界留学机构行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球留学机构行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲留学机构行业市场规模预测

二、2018-2024年北美留学机构行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟留学机构行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国留学机构产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国留学机构行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国留学机构产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国留学机构产业运行情况

第一节 中国留学机构行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国留学机构行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国留学机构行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国留学机构行业价值情况分析

三、2016-2017年中国留学机构行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国留学机构行业需求情况分析

一、2016-2017年中国留学机构行业需求分析

二、2016-2017年中国留学机构行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国留学机构行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国留学机构市场格局分析

第一节2016-2017年中国留学机构行业竞争现状分析

一、中国留学机构行业竞争情况分析

二、中国留学机构行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国留学机构行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国留学机构行业存在的问题

第四节2016-2017年中国留学机构行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国留学机构行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国留学机构市场价格走势分析

第一节2016-2017年留学机构行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第二节2016-2017年中国留学机构行业价格现状分析

- 一、2016-2017年留学机构行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年留学机构行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国留学机构行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国留学机构行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国留学机构行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国留学机构行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国留学机构行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区留学机构市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区留学机构市场规模分析

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、2016-2017年华中地区留学机构市场规模分析

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、2016-2017年华南地区留学机构市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区留学机构市场规模分析

第八章2016-2017年中国留学机构行业竞争情况

第一节2016-2017年中国留学机构行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国留学机构行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国留学机构行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国留学机构所属行业数据监测

第一节 中国留学机构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 中国留学机构所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国留学机构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 我国留学机构行业重点生产企业分析（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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第六节 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、公司优劣势分析

第七节 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、公司优劣势分析

第八节 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、公司优劣势分析

第九节 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、公司优劣势分析

第十节 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、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国留学机构行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国留学机构行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国留学机构行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国留学机构行业投资增速预测
- 第二节2018-2024年中国留学机构行业未来发展趋势预测
- 第三节2018-2024年中国留学机构行业市场发展预测
 - 一、2018-2024年中国留学机构行业市场规模预测
 - 二、2018-2024年中国留学机构行业市场规模增速预测
 - 三、2018-2024年中国留学机构行业产值规模预测
 - 四、2018-2024年中国留学机构行业产值增速预测
- 第四节2018-2024年中国留学机构行业盈利走势预测
 - 一、2018-2024年中国留学机构行业毛利润同比增速预测
 - 二、2018-2024年中国留学机构行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国留学机构行业投资风险与营销分析

- 第一节2018-2024年留学机构行业投资风险分析
 - 一、2018-2024年留学机构行业政策风险分析
 - 二、2018-2024年留学机构行业技术风险分析
 - 三、2018-2024年留学机构行业竞争风险分析
 - 四、2018-2024年留学机构行业其他风险分析
- 第二节2018-2024年留学机构行业企业经营发展分析及建议
 - 一、2018-2024年留学机构行业经营模式
 - 二、2018-2024年留学机构行业生产模式
 - 三、2018-2024年留学机构行业销售模式
- 第三节2018-2024年留学机构行业应对策略
 - 一、把握国家投资的契机
 - 二、竞争性战略联盟的实施
 - 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国留学机构行业发展策略及投资建议

- 第一节2018-2024年中国留学机构行业品牌战略分析
 - 一、留学机构企业品牌的重要性
 - 二、留学机构企业实施品牌战略的意义
 - 三、留学机构企业品牌的现状分析
 - 四、留学机构企业的品牌战略
 - 五、留学机构品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国留学机构行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国留学机构行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国留学机构行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国留学机构行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国留学机构行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年留学机构行业营销模式
- 二、2018-2024年留学机构行业营销策略

第三节2018-2024年中国留学机构行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国留学机构行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国留学机构行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/311181311181.html>