

2021年中国民办高校市场调研报告- 行业运营态势与前景评估预测

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《2021年中国民办高校市场调研报告-行业运营态势与前景评估预测》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/532883532883.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

我国民办高校兴起于20世纪80年代初，在2010年发布的《国家中长期教育改革和发展规划(2010-2020年)》(以下简称《教育规划纲要》)赋予民办教育两个重要历史使命：“民办教育是教育事业发展的重要增长点，民办教育是促进教育改革的重要力量”。2016年11月，我国《民办教育促进法》修正案发布，明确提出了“民办学校的举办者可以自主选择设立非营利性或者营利性民办学校”。2020年11月，教育部文件中表示对合法合规的关联交易持开放态度，很大程度上进一步给民办高等教育消除市场壁垒。因此，近年来我国高职教育活力不断提高。

2011-2020年国家鼓励职业教育发展相关政策

时间

文件

内容

2011.12

《教育部关于推进中等和高等职业教育协调发展的指导意见》

高等职业教育是高等教育的重要组成部分，重点培养高端技能型人才

2014.06

《现代职业教育体系建设规划(2014-2020年)》

2015年初步形成现代职业教育体系框架;2020年基本建成中国特色现代职业教育体系

2015.07

《教育部关于深入推进职业教育集团化办学的意见》

鼓励多元主体组建职业教育集团，深化职业教育办学体制机制改革，推进现代职业教育体系建设

2015.09

《高等职业教育创新发展行动计划(2015-2018年)》

以高职率先改革引领带动职业教育整体发展。全国共启动建设优质学校456所，校企共建生产性实习基地1933个，省级协同创新中心727个，职业教育大规模培养技术技能人才的能力得以增强。打造“双师”团队方面，通过校企合作共建双师型教师，促进了高职教师和企业的双向交流和合作

2016.11

《民办教育促进法》修正案

明确提出了“民办学校的举办者可以自主选择设立非营利性或者营利性民办学校”

2018.03

《关于提高技术工人待遇的意见》

突出“高精尖缺”导向，大力提高高技能领军人才待遇水平。实施工资激励计划，提高技术工

人收入水平。构建技能形成与提升体系，支持技术工人凭技能提高待遇。强化评价使用激励工作，畅通技术工人成长成才通道

2019.02

《国家职业教育改革实施方案》

职业教育与普通教育是两种不同教育类型，具有同等重要地位。到2022年，建设50所高水平高等职业学校和150个骨干专业（群）。推动建设300个具有辐射引领作用的高水平专业化产教融合实训基地。2019年开始，在职业院校、应用型本科高校启动1+x证书制度试点

2020.09

《职业教育提质培优行动计划(2020-2023年)》

目标包括：分类考试招生成为高职学校招生的主要渠道，“学分银行”投入运行。职业教育与普通教育规模大体相当、相互融通。职业学校办学水平、人才培养质量和就业质量整体提升，职业教育的吸引力和社会认可度大幅提高。数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。我国民办高校行业供应方主要来自生源、政策、资金链，其议价能力较强。

（1）我国大部分的民办高校仍然是靠学生的学费维持基本的运作和管理，生源的争夺异常激烈，而作为供方学生和家可选择的学校很多。所以在同等情况下，口碑好、社会认可度高的民办高校势必占有优势。

（2）政府作为政策的制定者，也属于供方，例如《民办教育促进法》的颁布，才使得民办高校有法可依，有了与公办高校同等的法律地位。所以政府政策的保驾护航，是民办高校可持续性发展必要条件。

（3）民办高校投资人的资金持续投入也是实现其良性运转不可或缺的重要一环。无论民办高校选择营利性还是非营利性，都需要投资人持续稳定的投入支撑民办高校的发展。

2015-2018年我国民办高等教育经费支出和收入统计情况 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

民办高校的买方是指民办高校产出“产品”的购买者，民办高校产出的“产品”是毕业生，而买方即是用人单位、就业市场。与公办高校相比，民办高校的侃价能力较弱。

由于民办高校的社会认可度较低，地位不高，用人单位往往带着“有色眼镜”去看待民办高校的学生。因此，作为买方的用人单位、就业市场，具有较强的侃价能力。

三、新进入者的威胁

2016年，十二届全国人大常委会第二十四次会议审议通过关于修改《中华人民共和国民办教育促进法》的决定，对学校法人属性不清、财产归属不明等民办学校普遍关心的问题进行了明确规定。这对于民办高校而言，无疑是一大利好。但是同时，我们也应该看到对民办高校潜在的威胁依然存在。一些大型的企业和投资者将会引进国外的品牌教育机构，创办新型的办学模式，无论在分类管理中选择营利性还是非营利性都将从现有的民办高等教育中

分走一杯羹。此外，随着“双一流”建设的启动实施，众多高校加快了国际化进程，国际合作办学将会越来越多地进入大众的视野，势必给考生带来更多的选项，对民办高校的冲击是显而易见的。

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为。大数据时代，学校教学模式发生了根本的变化。国内外著名高校纷纷开出了慕课，繁盛大规模的在线课程。网上进行注册，大部分课程免费，学生足不出户就能免费入读国内外名校。可以预测，在大数据背景下智慧教育的兴起，必将推动这种模式的网络学院的发展。大部分课程免费，同时名牌大学的课程质量高，用户转换成本偏低，其产生的竞争压力就比较强。

而且，民办高校收费昂贵，往往是同类公办学校的三四倍，由于成绩较低，部分学生家长宁愿选择通过中介去国外的一些高校就读，自费出国留学就顺理成章地成了民办高校的替代品。此外，由于我们高等教育群体庞大，各种培训机构、非学历教育、职业资格证书考试等都会成为民办高校的替代品。

五、同业竞争者的竞争程度

随着“双一流”建设的启动实施，各高校纷纷通过“挖人战”“资金争夺战”使出浑身解数，其目的就是在未来的竞争中占有有利位置。与民办高校行业内的竞争者有：公立高校、公立高职院校、独立学院以及同类别的民办高校。

(1) 公立高校与民办高校相比优势明显：师资力量雄厚，基础设施建设投入大，建校时间普遍早于民办高校，社会认可度高。从2016年新生报考志愿开始，明确取消了A线、B线的招生限制，此举使二者间的碰撞更加激烈。

(2) 独立学院与民办高校相比，由于有母体的依托，独立学院无论在招生方面，还是师资力量方面均能受惠于母体，优势明显，对民办高校冲击尤为强烈。

(3) 同类别的民办高校间的竞争，教育部《2019年全国教育事业发展统计公报》显示，2019年，我国民办高等学校757所(含独立学院257所，成人高校1所)，普通本专科招生219.69万人，在校生708.83万人。因此，民办高校在发展过程中不仅要同上述高校竞争，还得与同类别的民办高校“厮杀”。

2012-2019年中国民办高等教育学校(机构)数 数据来源：教育部

2012-2019年中国民办高等教育在校学生数量统计情况 数据来源：教育部

综上所述，通过“五力模型”的分析可以看出，无论是供方生源数量、政策、资金链还是买方用人单位、市场需求，都对民办高校的生存和发展有着较大的影响。一些潜在的竞争者，如国外品牌教育机构、国内外合作办学的高校对民办高校的地位产生强烈的冲击。此外，网络学院、各种培训机构、出国留学也给民办高校带来了新的挑战。因此，我国民办高校可以采用成本领先战略、标歧立异战略、目标集聚战略来提高市场竞争力。

我国民办高校行业发展策略 数据来源：公开资料整理(WYD)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国民办高校市场调研报告-行业运营态势与前景评估预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国民办高校行业发展概述

第一节 民办高校行业发展情况概述

- 一、民办高校行业相关定义
- 二、民办高校行业基本情况介绍
- 三、民办高校行业发展特点分析
- 四、民办高校行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、民办高校行业需求主体分析

第二节 中国民办高校行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、民办高校行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国民办高校行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国民办高校行业生命周期分析

一、民办高校行业生命周期理论概述

二、民办高校行业所属的生命周期分析

第四节 民办高校行业经济指标分析

一、民办高校行业的赢利性分析

二、民办高校行业的经济周期分析

三、民办高校行业附加值的提升空间分析

第五节 中国民办高校行业进入壁垒分析

一、民办高校行业资金壁垒分析

二、民办高校行业技术壁垒分析

三、民办高校行业人才壁垒分析

四、民办高校行业品牌壁垒分析

五、民办高校行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球民办高校行业市场发展现状分析

第一节 全球民办高校行业发展历程回顾

第二节 全球民办高校行业市场区域分布情况

第三节 亚洲民办高校行业地区市场分析

一、亚洲民办高校行业市场现状分析

二、亚洲民办高校行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲民办高校行业市场前景分析

第四节 北美民办高校行业地区市场分析

一、北美民办高校行业市场现状分析

二、北美民办高校行业市场规模与市场需求分析

三、北美民办高校行业市场前景分析

第五节 欧洲民办高校行业地区市场分析

- 一、欧洲民办高校行业市场现状分析
- 二、欧洲民办高校行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲民办高校行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界民办高校行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球民办高校行业市场规模预测

第三章 中国民办高校产业发展环境分析

第一节 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、全社会消费品民办高校总额
- 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 中国民办高校行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国民办高校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 中国民办高校行业运行情况

第一节 中国民办高校行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国民办高校行业市场规模分析

第三节 中国民办高校行业供应情况分析

第四节 中国民办高校行业需求情况分析

第五节 我国民办高校行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国民办高校行业供需平衡分析

第七节 中国民办高校行业发展趋势分析

第五章 中国民办高校所属行业运行数据监测

第一节 中国民办高校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 中国民办高校所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国民办高校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

第六章 2017-2020年中国民办高校市场格局分析

第一节 中国民办高校行业竞争现状分析

一、中国民办高校行业竞争情况分析

二、中国民办高校行业主要品牌分析

第二节 中国民办高校行业集中度分析

一、中国民办高校行业市场集中度影响因素分析

二、中国民办高校行业市场集中度分析

第三节 中国民办高校行业存在的问题

第四节 中国民办高校行业解决问题的策略分析

第五节 中国民办高校行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2020年中国民办高校行业需求特点与动态分析

第一节 中国民办高校行业消费市场动态情况

第二节 中国民办高校行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 民办高校行业成本结构分析

第四节 民办高校行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国民办高校行业价格现状分析

第六节 中国民办高校行业平均价格走势预测

一、中国民办高校行业价格影响因素

二、中国民办高校行业平均价格走势预测

三、中国民办高校行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国民办高校行业区域市场现状分析

第一节 中国民办高校行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区民办高校市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区民办高校市场规模分析

四、华东地区民办高校市场规模预测

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、华中地区民办高校市场规模分析

四、华中地区民办高校市场规模预测

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、华南地区民办高校市场规模分析
- 四、华南地区民办高校市场规模预测

第九章 2017-2020年中国民办高校行业竞争情况

第一节 中国民办高校行业竞争结构分析（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 中国民办高校行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国民办高校行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 民办高校行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国民办高校行业发展前景分析与预测

第一节 中国民办高校行业未来发展前景分析

一、民办高校行业国内投资环境分析

二、中国民办高校行业市场机会分析

三、中国民办高校行业投资增速预测

第二节 中国民办高校行业未来发展趋势预测

第三节 中国民办高校行业市场发展预测

一、中国民办高校行业市场规模预测

二、中国民办高校行业市场规模增速预测

三、中国民办高校行业产值规模预测

四、中国民办高校行业产值增速预测

五、中国民办高校行业供需情况预测

第四节 中国民办高校行业盈利走势预测

一、中国民办高校行业毛利润同比增速预测

二、中国民办高校行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国民办高校行业投资风险与营销分析

第一节 民办高校行业投资风险分析

- 一、民办高校行业政策风险分析
- 二、民办高校行业技术风险分析
- 三、民办高校行业竞争风险分析
- 四、民办高校行业其他风险分析

第二节 民办高校行业应对策略

- 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 2021-2026年中国民办高校行业发展战略及规划建议

第一节 中国民办高校行业品牌战略分析

- 一、民办高校企业品牌的重要性
- 二、民办高校企业实施品牌战略的意义
- 三、民办高校企业品牌的现状分析
- 四、民办高校企业的品牌战略
- 五、民办高校品牌战略管理的策略

第二节 中国民办高校行业市场重点客户战略实施

- 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 中国民办高校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

第四节 民办高校行业竞争力提升策略

- 一、民办高校行业产品差异性策略
- 二、民办高校行业个性化服务策略

- 三、民办高校行业的促销宣传策略
- 四、民办高校行业信息智能化策略
- 五、民办高校行业品牌化建设策略
- 六、民办高校行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国民办高校行业发展策略及投资建议

第一节 中国民办高校行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国民办高校行业营销渠道策略

- 一、民办高校行业渠道选择策略
- 二、民办高校行业营销策略

第三节 中国民办高校行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国民办高校行业重点投资区域分析
- 二、中国民办高校行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/532883532883.html>