

2019年中国学历教育市场分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2019年中国学历教育市场分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/429658429658.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

“学历教育”是根据国家教育部下达的招生计划录取的学生，按教育主管部门认可的教学计划实施教学，学生完成学业后，由学校颁发国家统一印制的毕业证书和学位证书。与之相对的“非学历教育”是指各种培训、进修，完成学业后，由培训部门颁发相应结业证书。

我国常规教育体系大致可分为学历和非学历教育。学历教育包括基础教育、中等职业教育及高等教育。受政府公共开支与个人消费增长所驱动，我国学历教育行业过去几年增长迅速。根据教育部数据显示，2018年，全国教育经费总投入为46135亿元，比上年增长8.39%。

2013-2018年我国教育经费总投入情况 数据来源：教育部

在各级教育经费投入方面，2018年学前教育经费总投入为3672亿元，比上年增长12.79%；义务教育经费总投入为20858亿元，比上年增长7.73%；高中阶段教育经费总投入为7184亿元，比上年增长8.23%；高等教育经费总投入为12013亿元，比上年增长8.15%。

2018年全国各级教育经费投入情况 数据来源：教育部

在各级教育生均教育经费支出方面，2018年我国幼儿园为10648元，比上年增长8.93%；普通小学为12733元，比上年增长4.56%；普通初中为18481元，比上年增长5.32%；普通高中为20441元，比上年增长10.04%，中等职业学校为19742元，比上年增长7.45%；普通高等学校为36294元，比上年增长8.42%。

2018年全国各级教育经费支出情况 数据来源：教育部

另外在学历教育招生人数方面来看，我国学历教育招生人数从2012年开始基本保持平稳增长趋势。数据显示，2017年全国学历教育招生人数为2057万人。初步统计，到2018年，我国学历教育招生人数为2.6亿人。

2012-2018年我国学历教育招生人数情况 数据来源：教育部（GYWWJP）

【报告大纲】

第一部分 行业运行现状

第一章 学历教育行业发展综述

第一节 行业定义及范围界定

一、行业界定及分类

二、产业链

三、发展历史回顾

第二节 培训概述

一、培训产业特点

二、培训的发展

三、培训需求的层次

四、培训的周期

五、培训的经费来源

六、培训的经济效益

七、培训的成本

八、培训方法的分类

第三节 最近3-5年中国学历教育行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、教育信息化行业周期

七、在线教育竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 学历教育行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 学历教育行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、学历教育行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、GDP历史变动轨迹分析

2、固定资产投资历史变动轨迹分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、就业与人才分析

二、城市化进程分析

三、人口密度分析

四、年龄结构分析

五、学历结构分析

第四节 行业技术环境分析（T）

一、学历教育技术发展分析

二、行业主要技术应用趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国学历教育行业运行现状分析

第一节 我国学历教育行业发展状况分析

一、我国学历教育行业发展阶段

二、我国学历教育行业发展总体概况

三、我国学历教育行业发展特点分析

四、我国学历教育行业商业模式分析

第二节 学历教育行业发展现状

一、我国学历教育行业市场规模

二、我国学历教育行业发展分析

三、中国学历教育企业发展分析

第三节 学历教育市场情况分析

一、中国学历教育市场总体概况

二、中国学历教育产品市场发展分析

第四章 中国学历教育行业整体运行指标分析

第一节 中国学历教育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 中国学历教育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 中国学历教育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

第三部分 竞争格局分析

第五章 我国学历教育培训细分市场调研

第一节 网络培训市场调研

一、中国网络培训发展分析

- 1、我国网络培训发展状况及其意义
- 2、我国网络培训资金与教学设备投入情况
- 3、我国农村现代网络培训发展分析
- 4、我国网络培训发展的战略

二、中国网络培训在我国高校教学中的应用与思考

- 1、高校网上网络培训情况
- 2、高校网上网络培训的教学方式
- 3、发展高校网上网络培训的思考

三、中国网络培训学习群体分析

- 1、网络教育学生的来源
- 2、学习者对于网络培训的态度
- 3、促使学生取得学习成功的策略

第二节 MBA培训市场调研

一、中国MBA培训发展分析

- 1、我国MBA培训发展状况及其意义
- 2、我国MBA培训资金与教学设备投入情况
- 3、我国MBA培训发展的战略

二、中国MBA培训在我国高校教学中的应用与思考

- 1、高校网上MBA培训情况
- 2、高校网上MBA培训的教学方式
- 3、发展高校网上MBA培训的思考

三、中国MBA培训学习群体分析

- 1、MBA培训学生的来源
- 2、学习者对于MBA培训的态度

第三节 成人高等教育培训市场调研

一、中国成人高等教育发展分析

- 1、我国成人高等教育发展状况及其意义
- 2、我国成人高等教育资金与教学设备投入情况
- 3、我国成人高等教育发展的战略

二、中国成人高等教育在我国高校教学中的应用与思考

- 1、高校网上成人高等教育情况
- 2、高校网上成人高等教育的教学方式

3、发展高校网上成人高等教育的思考

三、中国成人高等教育学习群体分析

1、成人高等教育学生的来源

2、学习者对于成人高等教育的态度

第四节 自考培训市场调研

一、中国自考培训发展分析

1、我国自考培训发展状况及其意义

2、我国自考培训资金与教学设备投入情况

3、我国农村现代自考培训发展分析

4、我国自考培训发展的战略

二、中国自考培训在我国高校教学中的应用与思考

1、自考培训情况

2、自考培训的教学方式

3、自考培训的思考

三、中国自考培训学习群体分析

1、自考培训学生的来源

2、学习者对于自考培训的态度

第五节 中国远程教育市场调研

一、中国远程教育发展分析

1、我国远程教育发展状况及其意义

2、我国远程教育发展特点

3、我国农村现代远程教育发展分析

4、我国远程教育发展的战略

二、中国远程教育在我国高校教学中的应用与思考

1、高校网上远程教育情况

2、高校网上远程教育的教学方式

3、发展高校网上远程教育的思考

三、中国远程教育学习群体分析

1、远程教育学生的来源

2、学习者对于远程教育的态度

3、促使学生取得学习成功的策略

第六章 我国学历教育行业营销投资策略及案例分析

第一节 学历教育营销策略探析

一、聚焦策略

二、价格策略

三、分销策略

四、促销策略

五、人员策略

六、差异化策略

第二节 学历教育行业互联网营销问题探析

第三节 精准营销在高端学历教育行业中的运用

一、相关概念界定

二、学历教育行业互联网营销现状

三、学历教育行业互联网营销存在的问题

1、无法覆盖全部细分市场

2、互联网营销从业人员专业程度低

3、互联网营销的实施缺乏具体理论的指导

4、缺乏对于互联网营销效果的有效评估办法

四、推进学历教育行业互联网营销的思考

第四节 学历教育行业营销案例分析

一、学历教育行业营销案例综述

二、学历教育行业网络营销案例分析

三、学历教育行业广告与营销的结合

第七章 学历教育行业竞争模式与发展趋势展望

第一节 教育与培训市场竞争格局分析

一、教育与培训主要潜力品种分析

二、现有学历教育机构的竞争分析

三、教育与培训市场机遇把握及策略选择

四、典型企业的竞争策略分析

第二节 国内外教育与培训市场竞争现状

一、全球学历教育市场竞争现状

二、国内学历教育市场竞争现状

三、国内学历教育细分市场竞争动态

第三节 学历教育的运营模式探究

一、培训机构连锁加盟模式分析

二、培训机构连锁经营的SWOT分析

三、培训机构非加盟模式的对比分析

四、培训机构运营模式发展的趋势分析

第四节 学历教育市场品牌竞争情况

一、国内学历教育机构品牌建设情况

二、培训品牌发展及其战略

三、学历教育行业品牌投资策略研究

第五节 行业并购融资现状及发展趋势分析

一、国内学历教育机构主要的融资模式

二、国内学历教育机构并购的方式分析

三、国内学历教育机构并购的案例研究

四、未来学历教育机构发展扩张的趋势分析

第六节 2021-2026年学历教育行业的竞争格局展望

一、全球经济对教育与培训行业竞争格局的影响

二、2021-2026年我国教育与培训市场的竞争趋势

第八章 学历教育行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、学历教育行业竞争结构分析

二、学历教育行业企业间竞争格局分析

三、学历教育行业集中度分析

四、学历教育行业SWOT分析

第二节 中国学历教育行业竞争格局综述

一、学历教育行业竞争概况

二、中国学历教育行业竞争力的特点

三、中国学历教育服务竞争力培育与提高

第三节 学历教育行业竞争力分析

一、国内外学历教育竞争分析

二、我国学历教育市场竞争分析

第九章 学历教育行业领先企业经营形势分析

第一节 爱华教育

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 尚德教育

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 中锐教育集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 文华学院

一、学校发展概况

二、学校目标群体分析

三、学校发展规模分析

四、学校经营情况分析

五、学校业务分布

六、学校趋势预测展望

第五节 山东英才学院

一、学校发展概况

二、学校目标群体分析

三、学校发展规模分析

四、学校经营情况分析

五、学校业务分布

六、学校趋势预测展望

第六节 西安欧亚学院

一、学校发展概况

二、学校目标群体分析

三、学校发展规模分析

四、学校经营情况分析

五、学校业务分布

六、学校趋势预测展望

第七节 北京城市学院

一、学校发展概况

二、学校目标群体分析

三、学校发展规模分析

四、学校经营情况分析

五、学校业务分布

六、学校趋势预测展望

第八节 上海建桥学院

一、学校发展概况

二、学校目标群体分析

三、学校发展规模分析

四、学校经营情况分析

五、学校业务分布

六、学校趋势预测展望

第十章 2021-2026年学历教育行业投资机会与风险防范

第一节 学历教育行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、学历教育行业投资现状分析

第二节 2021-2026年学历教育行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、学历教育行业投资机遇

第三节 2021-2026年学历教育行业投资前景

一、政策风险

二、财务风险

三、扩张风险

第四节 中国学历教育行业投资建议

一、学历教育行业未来发展方向

二、学历教育行业主要投资建议

三、中国学历教育企业融资分析

第四部分 趋势预测展望

第十一章 2021-2026年学历教育前景及趋势预测

第一节 2021-2026年中国学历教育市场前景分析

一、未来世界学历教育市场展望

二、我国学历教育市场的趋势预测

三、我国学历教育市场需求人群上升趋势分析

第二节 2021-2026年中国学历教育行业发展趋势及方向

一、培训机构品牌化

二、培训项目综合化

三、培训课程个性化

四、培训范围国际化

五、培训模式多元化

六、培训手段多样化

七、培训服务增值化

第三节 2021-2026年中国学历教育行业需求预测

一、2021-2026年中国重点细分学历教育种类预测

二、2021-2026年中国学前学历教育市场预测

三、2021-2026年中国职业学历教育需求预测

第五部分 投资前景研究

第十二章 学历教育行业投资前景研究

第一节 学历教育行业投资前景研究

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

第二节 对我国学历教育品牌的战略思考

一、学历教育品牌的重要性

二、学历教育实施品牌战略的意义

三、学历教育企业品牌的现状分析

四、我国学历教育企业的品牌战略

五、学历教育品牌战略管理的策略

第三节 学历教育经营策略分析

一、学历教育市场细分策略

二、学历教育市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、学历教育新产品差异化战略

第四节 学历教育行业投资规划建设研究

一、学历教育行业投资规划建设

二、2021-2026年学历教育行业投资规划建设

第十三章 中国学历教育行业投资现状及建议

第一节 学历教育行业投资特性分析

一、学历教育行业进入壁垒分析

二、学历教育行业盈利因素分析

三、学历教育行业盈利模式分析

第二节 学历教育行业投资现状分析

一、教育行业投资现状分析

二、教育行业投资分布情况

1、教育行业投资案例数量分布

2、教育行业投资案例金额分析

三、学历教育行业投资现状分析

第三节 学历教育行业投融资环境分析

一、信贷环境变化

二、金融支持政策

三、“欺诈门”影响

第四节 2021-2026年学历教育行业发展建议

一、学历教育行业投资机会分析

二、学历教育行业投资前景分析

1、生源风险

2、师资风险

3、竞争风险

三、学历教育行业发展建议

图表目录：

图表：我国教育行业主要法律法规

图表：中国学历教育行业标准

图表：2017-2020年中国GDP情况及增速

图表：2017-2020年中国固定资产投资情况及增速

图表：2017-2020年城市新增就业人口

图表：2020年年末人口数及其构成

图表：2017-2020年中国各学科毕业生人数

图表：2020年中国品牌总评榜

图表：2017-2020年中国各大学数量

- 图表：2017-2020年从事学历教育工作人群数量
- 图表：学历教育行业资本保值增长率
- 图表：学历教育行业营业利润增长率
- 图表：学历教育行业总资产增长率
- 图表：2017-2020年我国教育培训细分结构变动趋势
- 图表：学历教育培训行业竞争结构
- 图表：教育培训行业主要企业市场份额占比
- 图表：2020年教育培训行业市场集中度
- 图表：2020年教育行业需求占比
- 图表：2017-2020年教育行业固定资产投资额统计
- 图表：中国教育行业需求占比
- 图表：区域发展投资调研流程图
- 图表：区域SWOT战略分析图
- 图表：四种基本的品牌战略
- 图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2020年中国学历教育市场分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。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。

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/429658429658.html>