

2022-2028年中国考研培训 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2022-2028年中国考研培训市场现状分析及投资前景研究报告》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/C44775VJHR.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2022-07-08

【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《2022-2028年中国考研培训市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了考研培训行业相关概述、中国考研培训产业运行环境、分析了中国考研培训行业的现状、中国考研培训行业竞争格局、对中国考研培训行业做了重点企业经营状况分析及中国考研培训产业发展前景与投资预测。您若想对考研培训产业有个系统的了解或者想投资考研培训行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报名人数高增的同时，录取人数却受推免等多方面因素影响。招生单位偏爱推免生，从近年来的数据看，名校接收推免生的比例呈上升趋势，2015-2018年，中国人民大学接收推免生的比例从34.5%上升至50%，西安交通大学从43.6%上升至52.5%。高校每年招录计划有限，推免生比例的升高会挤占统考考生名额。不仅名校接收推免的比例在上升，获得推免资格的高校也在扩容。2017年8月，教育部新增中国科学院大学等54所高校备案推免资格，全国具备推免资格的院校扩大至366所，增加近20%。推免生比例上升造成考生焦虑，根据中国教育在线的调查，86%的考生认为推免高校扩容会影响统考考生选择机会。

报告目录：

第一章 研究概述

第一节 考研培训市场相关定义

一、考研培训的概念界定

二、考研培训的交换关系

三、考研培训的产业性质

第二节 专业的教育培训产业咨询机构

第三节 研究背景

第四节 研究目的

第五节 调研范围及报告所涉及企业

一、细分行业

二、重点企业研究对象

第六节 研究结论

一、关于市场总体规模的研究结论

二、关于细分市场规模的研究结论

三、关于市场竞争格局的研究结论

- 四、关于市场下游用户需求特征的研究结论
- 五、关于重点企业市场份额的研究结论
- 六、关于市场渠道拓展的研究结论
- 七、关于市场投资机会及风险的研究结论
- 八、关于市场发展趋势的研究结论

第二章 2021-2027年中国培训产业整体运行形势分析

第一节 2022-2028年中国培训行业动态分析

- 一、港口区以品牌培训促农民就业
- 二、国内培训业首现商业间谍

第二节 2022-2028年中国培训业发展状况

- 一、中国培训业现阶段发展综合分析
- 二、中国培训市场格局状况分析
- 三、中国培训市场九大危机
- 四、农村教育培训市场蕴藏商机

第三节 2022-2028年中国培训产业化分析

- 一、对中国培训产业化的思考
- 二、培训产业化问题的对策

第四节 2022-2028年中国培训行业存在的问题

- 一、中国培训业八大问题
- 二、中国培训业的十大危机
- 三、解析培训行业的三乱

第五节 2022-2028年中国培训行业发展对策

- 一、中国培训业的十大发展对策
- 二、中国培训业结束大乱的对策
- 三、加强中国培训业的发展措施
- 四、培训业应走向相互合作

第三章 中国考研培训行业政策与管理体制分析

第一节 政策环境

- 一、中华人民共和国民办教育促进法
- 二、认证培训机构管理办法

三、民办教育收费管理暂行办法

第二节 经济环境

一、改革开放30年我国经济运行周期

二、2020年中国主要经济指标统计

三、2020年国民经济运行简况

四、2020年中国经济发展分析

第三节 社会环境

一、中国城市居民教育支出情况

二、考研培训在社会的地位

三、考研培训成为新时代要求

四、考研培训学习的演变进程

五、国内考研培训现象的剖析

第四节 就业环境

一、国内考研培训人才就业形势普遍看好

二、考研培训人才需求持续旺盛

高校自主命题导致专业课及复试个性化强，存在信息不对称问题。高校专业课大部分由各高校自主命题，根据各高校不同情况，披露信息及更新速度有限。大量高校不公布往年专业课考试真题，甚至有院校不公布考试参考书目及考试大纲，给考生备考及考研机构培训造成一定困难。

考生自主收集资料分散精力，催生专业课及复试辅导需求。专业课来源信息分散，官方渠道获取信息有限，往届参加考试的学长学姐、高校出题导师的研究生及学校打印店等非官方渠道便成为重要的信息来源。考生在备考之余，不仅需要浏览学校官方网站，还需要从淘宝、学校周边书店、学长学姐等多渠道自己搜集、分辨、整理所需信息，并自主制定学习计划，分散大量考生备考精力，许多考研学生都寻求目标专业的在读研究生做专业课或复试辅导，根据考研帮的调查，38.1%的考生都有被辅导专业课的需求。

38.1%的考生希望被辅导专业课

对于考研考生而言，多因素决定考生备考不仅需要知识的储备，更需要包含良好的学习环境、督学服务、学习氛围等在内的全方位的配套服务。

决定考生备考需要的全方位的配套服务具体原因如下：

三、考研培训才供求严重失衡

第五节 行业管理体制分析

第六节 产业政策解读以及投资导向分析

第四章 中国考研培训业的发展

第一节 中国考研培训业的总体概述

- 一、中国考研培训市场基本状况
- 二、中国考研培训产业呈加速发展态势
- 三、中国考研培训产业发展的驱动力
- 四、中国考研培训市场迈向多元化时代
- 五、国内考研培训市场的时尚化趋向透析

第二节 中国考研培训业发展近况

- 一、国内行业考研培训市场悄然升温
- 二、中国考研培训行业风生水起
- 三、考研培训市场消费动态

第三节 中国考研培训市场的竞争状况

- 一、考研培训产业的竞争格局剖析
- 二、国内考研培训市场竞争白热化
- 三、中国考研培训市场呈三雄争霸局面
- 四、考研培训品牌激烈角逐高端市场
- 五、考研培训行业形成恶性竞争局面

第四节 中等城市考研培训市场的发展形势

- 一、中等城市考研培训市场现状分析
- 二、中等城市考研培训市场发展的制约瓶颈
- 三、中等城市考研培训市场健康发展的路径

第五节 中国考研培训业发展的问题

- 一、中国考研培训产业存在的主要问题
- 二、中国考研培训市场亟需培育强势品牌
- 三、国内考研培训市场的三大制约因素
- 四、中国考研培训市场存在的不规范现象

第六节 中国考研培训业发展的策略

- 一、促进考研培训产业发展的对策
- 二、推动考研培训市场健康运行的策略
- 三、应加强考研培训市场的规范化管理

第五章 考研培训行业发展障碍分析

- 第一节 产业政策障碍
- 第二节 资金准入障碍
- 第三节 市场准入障碍
- 第四节 技术创新障碍
- 第五节 投资退出障碍

第六章 影响考研培训行业发展的有利和不利因素

- 第一节 有利因素
- 第二节 不利因素

第七章 中国考研培训市场行业现状、市场容量及发展趋势

- 第一节 考研培训行业发展历程与发展特点
- 第二节 2022-2028年中国考研培训整体市场规模及趋势分析
- 第三节 行业利润率以及盈利能力分析
- 第四节 中国考研培训行业供求关系分析
 - 一、行业供求现状
 - 二、行业新增投资及扩张情况
 - 三、行业扩张对利润水平的影响

第八章 主要城市考研培训市场行业调研及竞争格局

- 第一节 北京考研培训市场分析
 - 一、发展现状及发展趋势
 - 二、市场需求规模
 - 三、需求特征分析
 - 四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析
- 第二节 上海考研培训市场分析
 - 一、发展现状及发展趋势

二、市场需求规模

三、需求特征分析

四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析

第三节 广州、深圳考研培训市场分析

一、发展现状及发展趋势

二、市场需求规模

三、需求特征分析

四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析

第四节 杭州考研培训市场分析

一、发展现状及发展趋势

二、市场需求规模

三、需求特征分析

四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析

第五节 南京考研培训市场分析

一、发展现状及发展趋势

二、市场需求规模

三、需求特征分析

四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析

第六节 武汉考研培训市场分析

一、发展现状及发展趋势

二、市场需求规模

三、需求特征分析

四、区域市场竞争格局及重点企业市场分析

第九章 2020年中国考研培训市场消费者需求特征分析

第一节 考研培训市场的消费者动机和态度分析

一、考研培训市场消费者的动机调查

二、考研培训市场消费者的态度调查

第二节 考研培训市场的消费者价格心理分析

一、价格的心理功能

二、消费者的价格心理表现与价格判断

三、消费者的价格预期心理

第三节 考研培训市场的消费者服务评价分析

一、消费者满意理论

二、考研培训市场的消费者服务评价分析方法

三、考研培训市场的消费者服务评价实证分析

第四节 考研培训市场的消费者行为分析

一、考研培训市场的消费者决策行为

（一）考研培训市场消费者的决策行为模式

（二）影响考研培训市场消费者决策行为的主要因素

（三）考研培训市场消费者选择目标机构决策阶段的实证分析

二、考研培训市场的消费者学习行为

（一）有关消费者学习理论的简要回顾

（二）考研培训市场消费者学习的信息构成

（三）考研培训市场消费者学习的信息传播

三、考研培训市场的消费者行为模式

（一）概论

（二）考研培训市场消费者对不满意情况的处理

（三）考研培训市场的消费者行为模式

第五节 2020年中国考研培训市场消费者需求状况分析

一、消费者不断成熟，培训采购越来越理性

二、消费者关注高级考研培训的针对性和培训效果

三、消费者需要精品课程

四、消费者对高级培训内容的需求在增加

五、消费者需要形式多样化的培训

六、市场的需求在不断扩大

第十章 中国考研培训市场绩效评价

第一节 考研培训市场绩效评价的对象、范畴

一、考研培训市场绩效评价的涵义

二、考研培训市场绩效评价的对象和内容

第二节 考研培训市场绩效评价指标体系的构建

一、建立绩效指标评价体系的基本原则

二、评价指标体系的确定

第三节 考研培训市场成本收益分析

- 一、考研培训学员成本收益分析
- 二、考研培训机构成本收益分析
- 三、社会成本收益分析

第十一章 考研培训业投资及前景分析

第一节 中国考研培训行业的swot分析

- 一、优势（ strength ）
- 二、劣势（ weakness ）
- 三、机会（ opportunities ）

第二节 中国考研培训行业的潜力及风险

- 一、社会资本加速进入考研培训行业
- 二、国内考研培训领域凸显投资价值
- 三、中国考研培训项目投资前景探析
- 四、考研培训行业的投资前景剖析

第三节 中国考研培训行业的前景展望

- 一、我国教育培训行业趋势预测长期看好
- 二、连锁经营成为考研培训业的必然趋势
- 三、未来考研培训业的趋势预测光明

第十二章 考研培训行业具有投资价值和上市潜力的企业分析

第一节 核心竞争力分析

第二节 公司投资前景分析

第三节 投资回报分析

第四节 上市潜力与预期

第十三章 考研培训市场的营销分析

第一节 现代营销理论在考研培训行业的运用

- 一、考研培训机构品牌竞争力的形成
- 二、体验营销与关系营销
- 三、定制营销与制度营销
- 四、事件营销、服务营销及网络营销

第二节 考研培训市场的营销挑战及对策研究

一、教育培训行业需要引入整合营销策略

二、4c理论在考研培训行业的应用分析

三、考研培训行业的营销挑战

四、考研培训行业的营销思路探索

第三节 考研培训市场的营销战略探析

一、考研培训市场营销的总体环境剖析

二、探究考研培训市场的营销方略

三、现代营销理念考研培训的融合发展

第十四章 准上市企业咨询建议

第一节 企业上市募集资金投向建议

第二节 企业上市企业差异化定位建议

第三节 市场投资机会分析

第四节 企业上市前融资建议

第五节 提高综合竞争力建议

第六节 公司扩张战略建议

第七节 市场营销战略建议

图表目录：

图表：2022-2028年我国国内生产总值及增长速度分析

图表：2022-2028年全部工业增加值及其增长速度

图表：2020年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2020年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2022-2028年建筑业增加值及其增长速度

图表：2022-2028年粮食产量及其增长速度

图表：2022-2028年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2020年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2022-2028年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表：2020年货物进出口总额及其增长速度

图表：2020年主要商品进口数量、金额其增长速度

图表：2022-2028年全国货物进出口总额

图表：2020年末人口数其构成

图表：2022-2028年我国人口数量变化图

图表：2022-2028年普通高等教育、中等职业教育普通高中招生人数

图表：2022-2028年中研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2022-2028年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2022-2028年中国城镇化率走势图

图表：我国城市居民各项支出的比例

图表：不同城市居民家庭日常支出构成情况比较

图表：不同收入的家庭中日常消费支出的构成

图表：不同家庭结构的家庭日常消费支出的构成

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/C44775VJHR.html>