

2016-2022年中国留学服务行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国留学服务行业市场运行态势及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/286389.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

进入2015年，中国留学市场将体现如下特点：低龄留学趋势更加明显、名校申请更加激烈、国外就业或将更加便利。出国读高中的学生群体将保持强劲增长，特别是在美国、加拿大、新加坡等国；出国读本科的学生数量或将赶超出国读硕士的学生数量，特别是在澳大利亚等国。随着海外院校优秀申请者数量的增加，招生标准也随之水涨船高，名校竞争将更加激烈、入学要求也将日趋严格。随着一些国家签证政策的放宽，或将为更多中国留学生提供在国外就业的机会和时间；留学机构把对学生的服务延伸到境外，为他们提供一些包括就业在内的后端服务。

2014年度我国出国留学人员总数为45.98万人，其中：国家公派2.13万人，单位公派1.55万人，自费留学42.30万人。2014年度与2013年度的统计数据相比较，出国留学人数增加4.59万人，增长了11.09%。未来几年，留学人数还会呈现出增长的态势，希望留学人数能在高位上稳定地发展。

2015年，中国学生的主要留学目的地国家变化不大，仍然为美国、英国、加拿大、澳大利亚等国家。男生和女生在留学意向国家上有显著差异。男生倾向于选择理工科较强的美国、德国，而女生更中意文科、商科好的英国、新加坡和法国等。有意思的是，家长和孩子的想法有所不同。家长更倾向于北美留学，而孩子对到英国等国留学更感兴趣。在选择美国作为主要留学意向国家的受访者中，更多的人选择东部地区和西部地区，占比达到50%以上。美国东西部地区是优秀大学的聚集地，包括哈佛大学、加州大学伯克利分校、斯坦福大学等。中国学生选择留学国家时的考虑因素主要是教育水平和国家的综合实力和文化。其中教育水平占到49%，国家综合实力和文化分别占到39%和38%。与家长相比，学生多关注国家文化、是否有心仪名校、该国在专业领域的优势等，而家长更关注留学安全问题。当然，留学目的地国家不同，考虑因素亦不同。例如，选择去美国留学的受访者注重教育水平、国家综合实力和专业领域优势，选择澳大利亚留学的受访者更看重气候环境的宜居性。在专业选择上，商科是中国学生留学的首选专业，为超过35%的受访者所选择。其次是工科（18%）、理科（10%）和计算机（6%）等专业。男女生的专业选择差异较大。选择商科的女生比男生多，选择工科的男生比女生多，而在传媒、文科、教育、艺术等文科专业上，女生占比更大。中学生和家长在专业选择的意见上差异不大。

2015年，留学中介面临的各类挑战依然在加剧。在留学方面，从整体来看，中介相关的检索需求占比较低，仅为7%；最高为国外院校，占49%。在中介的搜索细分统计中，关于中介品牌的选择占到了80%。这意味着未来中介品牌的竞争将更为激烈，这对大机构而言是优势，而对中小型机构来说却隐藏着危机。另外，对于院校信息直接的检索和获取也令客户对于中介的依存度降低。从近几年发展趋势来看，有不少试图进入留学行业的从业者在创业时选择绕开留学中介，从周边服务入手。在留学产业链中，近年来行业内不断注入的新鲜血液，非中介机构的表现可谓抢眼。

中国留学市场2015年三大趋势。一是低龄化将更明显，出国读高中的学生群体将保持强劲增长，特别是在美国、加拿大、新加坡等国；出国读本科的学生数量或将赶超出国读硕士的学生数量，特别是在澳大利亚等国。二是名校申请将更激烈，申请排名靠前院校的竞争将越来越激烈，中国学生不仅将面对来自本国的学生竞争，还将面对更多来自印度的学生；院校对申请者的要求将更加严格、审核时间或将更长。三是国外就业将更便利，随着各国签证政策的放宽，将为更多中国留学生提供在国外就业的机会和时间；留学机构将延伸对学生的服务到境外，为他们提供一些列包括就业在内的后端服务。全国目前教育部认定的留学机构中介共 500 余家，且地理分布以一线城市，沿海城市及发达内陆城市为主。机构地域性也十分明显，北上广，成都，重庆贡献了超过 70% 的销售额。

1995-2015 年出国留学人员数量（万）

1995 年-2015 年出国留学人员增速

2015年，留学行业已进入深度洗牌阶段。留学市场的大趋势是大机构、小机构并存，小机构若找不准自己的生存之道，便有可能被大机构鲸吞。“小机构做点，大机构做面”暗合留学市场的发展规律。“小而美”，是一些踏足行业不久的小机构的发展路线。近两年，国内涌现出多家针对特定群体提供高端服务的小型机构。它们大都是抓住整个市场中某一类细分受众，围绕该群体提供区别于竞争对手的特色服务。精准的服务定位，是小机构在竞争加剧的2015年谋求生存之道。留学行业内的大机构，要想在新的竞争环境下保住行业地位，必须在既有规模上寻求突破。另外，越来越多的留学机构开始对互联网引发的业务模式创新充满期待，并希望借助互联网改变现有的市场格局，留学服务在线化，将是更多留学机构在2015年谋求业务增长的利器。例如，部分机构推出留学生学长学姐在线文书修改服务，在线文书修改服务，以及留学中介在线选购服务。

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。

报告目录：

第一部分 留学服务产业环境透视

第一章 留学服务行业发展综述

第一节 留学服务行业定义及分类

一、留学服务行业的定义

二、留学服务行业细分业务

- 1、公派留学服务
- 2、自费留学服务
- 3、留学回国服务
- 4、教育外事服务
- 5、来华留学服务

第二节 留学服务行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国留学服务行业经济指标分析

- 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、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 留学服务行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章 留学服务行业市场环境及影响分析

第一节 留学服务行业政治法律环境

- 一、行业管理体制分析
 - 二、行业主要法律法规
 - 三、留学服务行业标准
 - 四、行业相关发展规划
- 1、留学服务行业国家发展规划
 - 2、留学服务行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析

一、留学服务产业社会环境

1、中国人口规模分析

2、中国人口年龄结构

3、中国人口学历结构

4、中国就业形势分析

二、社会环境对行业的影响

三、留学服务行业发展对社会发展的影响

第四节 行业资质环境分析

一、留学服务资质分析

1、资质水平总体发展情况

2、我国留学服务行业新服务研究

二、留学服务资质规范水平

1、我国留学服务行业资质水平分析

2、与国外留学服务行业的服务资质差距

三、2013-2015年留学服务资质发展分析

四、行业主要资质发展趋势

五、资质环境对行业的影响

第三章 国际留学市场运行格局与前景

第一节 留学市场总体运行格局

第二节 美国留学市场现状与前景

一、美国教育体系分析

二、美国留学政策分析

三、美国留学市场优势分析

四、美国留学市场运行概况

五、美国留学费用分析

六、美国留学市场前景预测

第三节 英国留学市场现状与前景

一、英国教育体系分析

二、英国留学政策分析

三、英国留学市场优势分析

四、英国留学市场运行概况

五、英国留学费用分析

六、英国留学市场前景预测

第四节 澳洲留学市场现状与前景

一、澳洲教育体系分析

二、澳洲留学政策分析

三、澳洲留学市场优势分析

四、澳洲留学市场运行概况

五、澳洲留学费用分析

六、澳洲留学市场前景预测

第五节 加拿大留学市场现状与前景

一、加拿大教育体系分析

二、加拿大留学政策分析

三、加拿大留学市场优势分析

四、加拿大留学市场运行概况

五、加拿大留学费用分析

六、加拿大留学市场前景预测

第六节 荷兰留学市场现状与前景

一、荷兰教育体系分析

二、荷兰留学政策分析

三、荷兰留学市场优势分析

四、荷兰留学市场运行概况

五、荷兰留学费用分析

六、荷兰留学市场前景预测

第七节 德国留学市场现状与前景

一、德国教育体系分析

二、德国留学政策分析

三、德国留学市场优势分析

四、德国留学市场运行概况

五、德国留学费用分析

六、德国留学市场前景预测

第八节 法国留学市场现状与前景

一、法国教育体系分析

二、法国留学政策分析

三、法国留学市场优势分析

四、法国留学市场运行概况

五、法国留学费用分析

六、法国留学市场前景预测

第九节 意大利留学市场现状与前景

一、意大利教育体系分析

二、意大利留学政策分析

三、意大利留学市场优势分析

四、意大利留学市场运行概况

五、意大利留学费用分析

六、意大利留学市场前景预测

第十节 日本留学市场现状与前景

一、日本教育体系分析

二、日本留学政策分析

三、日本留学市场优势分析

四、日本留学市场运行概况

五、日本留学费用分析

六、日本留学市场前景预测

第十一节 韩国留学市场现状与前景

一、韩国教育体系分析

二、韩国留学政策分析

三、韩国留学市场优势分析

四、韩国留学市场运行概况

五、韩国留学费用分析

六、韩国留学市场前景预测

第四章 中国留学服务行业的国际比较分析

第一节 中国留学服务行业的国际比较分析

一、中国留学服务行业竞争力指标分析

二、中国留学服务行业经济指标国际比较分析

三、留学服务行业国际竞争力比较

1、留学服务项目分析

2、需求条件

3、支援与相关产业

4、企业战略、结构与竞争状态

5、政府的作用

第二节 全球留学服务行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第三节 全球留学服务行业服务机构规模分析

一、服务机构数量分析

二、服务机构分布分析

三、服务机构服务项目分析

四、服务机构业务发展分析

第二部分 留学服务行业深度分析

第五章 留学服务行业现状调研与趋势

第一节 留学市场发展分析

一、留学市场规模分析

二、留学市场特征分析

三、留学市场发展趋势与前景

1、留学市场发展趋势分析

2、留学市场发展前景预测

第二节 留学服务行业发展现状

一、留学服务经营模式转变

二、留学服务行业运行态势

2008-2015 年首次出国留学通过中介申请比例

首次出国留学通过中介申请比例（按阶段）

三、留学服务行业市场需求

四、留学服务行业存在问题

五、留学服务行业发展建议

第三节 留学服务行业调研分析

一、2013-2015年留学意向调查报告

- 1、留学目标国家意向
- 2、选择留学国家考虑因素
- 3、选择留学学校考虑因素
- 4、计划出国留学的学生情况
- 5、阻碍学生出国主要因素
- 6、留学生家庭收入情况
- 7、获取留学信息渠道情况
- 8、选择留学机构考虑因素

二、2013-2015年出国留学调查报告

- 1、学生计划留学时间
- 2、学生留学国别选择
- 3、学生计划留学阶段
- 4、学生留学专业选择
- 5、专业选择影响因素

第四节 留学服务行业发展趋势

- 一、留学服务行业发展趋势
- 二、留学服务行业发展前景

第三部分 留学服务市场全景调研

第六章 公派留学服务项目发展与前景

第一节 公派留学服务发展现状

- 一、国家公派出国留学政策规定
 - 1、国家公派出国留学选派办法
 - 2、国家公派出国留学研究生管理规定
 - 3、国家公派出国留学政策趋势分析
- 二、国家公派留学事业发展历程
 - 1、1978-1991年的留学教育
 - 2、1992年至今的留学教育
- 三、公派留学市场规模分析
- 四、年公派留学动向分析

第二节 公派研究生项目分析

- 一、公派研究生项目简介

二、公派研究生项目高校分析

1、第一批高校

2、第二批高校

三、公派研究生项目学费资助办法

四、2013-2015年公派研究生项目分析

第三节 公派留学服务发展趋势

一、公派留学服务发展趋势

二、公派留学服务规模潜力分析

三、公派留学服务发展前景

第七章 自费留学服务业务运营分析

第一节 自费留学服务从业人员分析

一、自费留学服务从业人员的基本素养

1、从业人员应具备的职业意识

2、从业人员应具备的专业知识

3、从业人员应具备的基本能力

二、自费留学服务从业人员的培养

1、专业知识的培养

2、业务能力的培养

3、服务质量及服务效率的提升

第二节 自费出国留学咨询业务分析

一、自费出国留学咨询服务的特征及重要性

1、自费出国留学咨询服务的特征

2、自费出国留学咨询服务的重要性

二、自费出国留学服务对象层次分析

1、高中在读生自费出国留学分析

2、应届高中毕业生自费出国留学分析

3、院校在读生自费出国留学分析

4、大专毕业生自费出国留学分析

5、本科毕业生自费出国留学分析

6、自考、成教类学生自费出国留学分析

7、研究生毕业生自费出国留学分析

8、在职人员自费出国留学分析

三、自费出国留学咨询服务的能力要求

四、自费出国留学咨询服务的要点

第三节 国外院校入学申请业务分析

一、国外院校的入学申请条件和要求

1、国外院校入学申请的基本要求

2、入学申请时间要求

3、入学申请材料要求

二、国外院校入学申请的要点与技巧

1、入学申请的要点

2、入学申请的技巧

三、国外院校入学申请的步骤

第四节 留学签证申请业务分析

一、自费出国留学签证的类型

二、自费出国留学签证服务的特征及重要性

1、自费出国留学签证服务的特征

2、自费出国留学签证服务的重要性

三、从事自费出国留学签证服务应具备的专业知识

四、自费出国留学签证服务的要点

1、自费出国留学签证服务注意事宜

2、自费出国留学签证服务的要点

第八章 其他留学服务发展现状与趋势

第一节 留学回国服务发展现状与趋势

一、留学回国政策分析

1、留学回国政策沿革

2、留学回国服务最新政策

3、留学回国政策趋势分析

二、留学回国市场分析

1、留学回国规模分析

2、留学回国就业分析

3、留学回国趋势分析

三、留学回国服务发展现状

四、留学回国服务发展趋势

第二节 来华留学服务发展现状与趋势

一、来华留学政策分析

1、来华留学最新政策

2、来华留学政策趋势分析

二、来华留学市场分析

- 1、来华留学生人数
- 2、来华留学生学习专业
- 3、来华留学生国别分析

三、来华留学服务发展现状

四、来华留学服务发展趋势

第三节 教育外事服务发展现状与趋势

一、教育外事服务发展现状

- 1、双边与多边合作
- 2、学历学位互认协议
- 3、国际汉语推广

二、教育外事服务发展趋势

第四部分 留学服务行业竞争格局分析

第九章 自费留学服务竞争与趋势分析

第一节 自费留学服务机构的界定

一、自费留学服务机构的界定

- 1、自费留学服务机构的定义
 - 2、自费留学服务机构的资质
- ##### 二、自费留学服务机构产生的背景
- ##### 三、自费留学服务机构的发展历程

第二节 自费留学服务发展现状分析

- 一、自费留学服务市场需求分析
- 二、自费留学服务利润空间分析
- 三、自费留学服务盈利点分析
- 四、自费留学服务营销策略分析

- 1、线上媒介营销
- 2、老客户营销策略
- 3、BtoB营销模式

4、留学培训一体化战略

第三节 自费留学服务竞争态势分析

一、自费留学服务竞争资源分析

- 1、资源的竞争
- 2、跨区域竞争
- 3、服务的竞争

4、团队和明星的竞争

二、自费留学服务竞争对手分析

1、交流项目

2、语言培训机构

3、高端留学DIY

4、中外合作办学机构

三、自费留学服务核心竞争力分析

第四节 自费留学服务区域分析

一、华北地区自费留学服务分析

二、华南地区自费留学服务分析

三、华东地区自费留学服务分析

四、华中地区自费留学服务分析

五、西南地区自费留学服务分析

六、东北地区自费留学服务分析

七、西北地区自费留学服务分析

第五节 自费留学服务发展趋势分析

一、资源的整合

二、争夺市场份额

三、品牌建设将成新亮点

四、坚持国际教育咨询理念

第十章 2016-2022年留学服务行业领先机构经营形势分析

第一节 北京澳际教育咨询有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构经营情况分析

四、机构留学国别分析

五、机构营销增长分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构品牌影响力分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第二节 北京新东方前途出国咨询有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构盈利能力分析

三、机构运营能力分析

四、机构偿债能力分析

五、机构发展能力分析

六、机构留学合作资源

七、机构留学业务分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第三节 启德教育集团

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构营销模式分析

四、机构经济指标分析

五、机构品牌影响力分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构留学业务分析

八、机构最新动态分析

第四节 金吉列出国留学咨询服务有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构经济指标分析

三、机构发展目标分析

四、机构营销渠道分析

五、机构扩张规划分析

六、机构行业影响力分析

七、机构留学合作资源

八、机构广告投入分析

九、机构最新动态分析

第五节 啄木鸟国际教育咨询(北京)有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构经济指标分析

三、机构留学业务分析

四、机构服务涉及领域分析

五、机构留学国别分析

六、机构品牌影响力分析

七、机构投资效益分析

八、机构发展方向分析

九、机构营销模式分析

第六节 北京嘉华世达国际教育交流有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构投资效益分析
- 三、机构留学国别分析
- 四、机构服务市场定位分析
- 五、机构品牌效益分析
- 六、机构留学合作资源
- 七、机构留学业务分析
- 八、机构人才资源分析
- 九、机构市场渠道分析

第七节 津桥国际教育集团

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构盈利能力分析
- 三、机构运营能力分析
- 四、机构偿债能力分析
- 五、机构发展能力分析
- 六、机构留学合作资源
- 七、机构留学业务分析
- 八、机构发展战略分析

第八节 北京世纪伯乐留学咨询服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构经济指标分析
- 三、机构留学业务分析
- 四、机构服务涉及领域分析
- 五、机构留学国别分析
- 六、机构品牌影响力分析
- 七、机构投资效益分析
- 八、机构发展方向分析
- 九、机构最新动态分析

第九节 北京威久咨询有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构人才资源分析
- 三、机构营销模式分析
- 四、机构经济指标分析

五、机构品牌影响力分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构留学业务分析

八、机构最新动态分析

第十节 北京科润教育文化发展有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构经营情况分析

四、机构留学国别分析

五、机构营销增长分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构品牌影响力分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第十一节 中锐教育集团

一、机构发展概述分析

二、机构经济指标分析

三、机构发展目标分析

四、机构营销渠道分析

五、机构扩张规划分析

六、机构行业影响力分析

七、机构留学合作资源

八、机构下属网点分布分析

九、机构发展规划分析

第十二节 浙江新通留学有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构投资效益分析

三、机构留学国别分析

四、机构服务市场定位分析

五、机构品牌效益分析

六、机构留学合作资源

七、机构留学业务分析

第十三节 北京艾迪国际教育发展有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构盈利能力分析

三、机构运营能力分析

四、机构偿债能力分析

五、机构发展能力分析

六、机构留学合作资源

七、机构留学业务分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第十四节 施强国际集团有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构经济指标分析

三、机构发展目标分析

四、机构营销渠道分析

五、机构扩张规划分析

六、机构行业影响力分析

七、机构留学合作资源

第十五节 北京四达留学服务有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构经营情况分析

四、机构留学国别分析

五、机构营销增长分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构品牌影响力分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第十六节 北京金东方国际教育文化交流中心

一、机构发展概述分析

二、机构投资效益分析

三、机构留学国别分析

四、机构服务市场定位分析

五、机构品牌效益分析

六、机构留学合作资源

七、机构留学业务分析

第十七节 中教国际教育交流中心

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构营销模式分析

四、机构经济指标分析

五、机构品牌影响力分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构留学业务分析

八、机构最新动态分析

第十八节 河南省教育国际交流服务有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构经济指标分析

三、机构留学业务分析

四、机构服务涉及领域分析

五、机构留学国别分析

六、机构品牌影响力分析

七、机构投资效益分析

八、机构发展方向分析

九、机构最新动态分析

第十九节 青海环球留学出国服务有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构营销模式分析

四、机构经济指标分析

五、机构品牌影响力分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构留学业务分析

八、机构最新动态分析

第二十节 北京澳加教育咨询有限公司

一、机构发展概述分析

二、机构人才资源分析

三、机构经营情况分析

四、机构留学国别分析

五、机构营销增长分析

六、机构行业竞争力分析

七、机构品牌影响力分析

八、机构发展战略分析

九、机构最新动态分析

第二十一节 广州华侨服务中心

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构投资效益分析
- 三、机构留学国别分析
- 四、机构服务市场定位分析
- 五、机构品牌效益分析
- 六、机构留学合作资源
- 七、机构留学业务分析

第二十二节 江苏好年华出国集团

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构经济指标分析
- 三、机构发展目标分析
- 四、机构营销渠道分析
- 五、机构扩张规划分析
- 六、机构行业影响力分析
- 七、机构留学合作资源
- 八、机构市场生源分析
- 九、机构发展规划分析

第二十三节 北京华通信诺国际文化交流中心

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构盈利能力分析
- 三、机构运营能力分析
- 四、机构偿债能力分析
- 五、机构发展能力分析
- 六、机构留学合作资源
- 七、机构留学业务分析
- 八、机构发展战略分析

第二十四节 哈尔滨加成出国咨询服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构投资效益分析
- 三、机构留学国别分析
- 四、机构服务市场定位分析
- 五、机构品牌效益分析
- 六、机构留学合作资源

七、机构留学业务分析

第二十五节 北京燕伦信息咨询有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构经济指标分析
- 三、机构发展目标分析
- 四、机构营销渠道分析
- 五、机构扩张规划分析
- 六、机构行业影响力分析
- 七、机构留学合作资源

第二十六节 辽宁留学服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构人才资源分析
- 三、机构营销模式分析
- 四、机构经济指标分析
- 五、机构品牌影响力分析
- 六、机构行业竞争力分析
- 七、机构留学业务分析
- 八、机构最新动态分析

第二十七节 天津市菲思柯外企留学服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构经济指标分析
- 三、机构留学业务分析
- 四、机构服务涉及领域分析
- 五、机构留学国别分析
- 六、机构品牌影响力分析
- 七、机构投资效益分析
- 八、机构发展方向分析

第二十八节 吉林省教育留学服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构盈利能力分析
- 三、机构运营能力分析
- 四、机构偿债能力分析
- 五、机构发展能力分析
- 六、机构留学合作资源
- 七、机构留学业务分析

八、机构发展战略分析

第二十九节 北京世纪博园留学咨询服务有限责任公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构人才资源分析
- 三、机构经营情况分析
- 四、机构留学国别分析
- 五、机构营销增长分析
- 六、机构行业竞争力分析
- 七、机构品牌影响力分析
- 八、机构发展战略分析
- 九、机构最新动态分析

第三十节 上海留学港教育服务有限公司

- 一、机构发展概述分析
- 二、机构经济指标分析
- 三、机构留学业务分析
- 四、机构服务涉及领域分析
- 五、机构留学国别分析
- 六、机构品牌影响力分析
- 七、机构投资效益分析
- 八、机构发展方向分析

第五部分 留学服务行业发展前景展望

第十一章 留学服务行业“十三五”规划研究

第一节 “十二五”留学服务行业发展回顾

- 一、“十二五”留学服务行业运行情况
- 二、“十二五”留学服务行业发展特点
- 三、“十二五”留学服务行业发展成就

第二节 留学服务行业“十三五”总体规划

- 一、留学服务行业“十三五”规划纲要
- 二、留学服务行业“十三五”规划指导思想
- 三、留学服务行业“十三五”规划主要目标

第三节 “十三五”规划解读

- 一、“十三五”规划的总体战略布局
- 二、“十三五”规划对经济发展的影响
- 三、“十三五”规划的主要精神解读

第四节 “十三五”区域产业发展分析

- 一、“十二五”区域发展态势与存在问题
- 二、“十三五”我国区域政策的基本走向
- 三、“十三五”区域产业布局与产业转移

第五节 “十三五”时期留学服务行业热点问题研究

- 一、行业技术发展热点问题
- 二、产业增长方式转型问题
- 三、行业产业链延伸问题
- 四、行业节能减排问题
- 五、产业转移及承接问题

第六节 “十三五”规划将为留学服务业找到新的增长点

第十二章 2016-2022年留学服务行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年留学服务市场发展前景

- 一、2016-2022年留学服务市场发展潜力
- 二、2016-2022年留学服务市场发展前景展望
- 三、2016-2022年留学服务细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年留学服务市场发展趋势预测

一、2016-2022年留学服务行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2016-2022年留学服务市场规模预测

- 1、留学服务行业市场容量预测
- 2、留学服务行业销售收入预测
- 三、2016-2022年留学服务行业应用趋势预测
- 四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国留学服务行业供需预测

- 一、2016-2022年中国留学服务行业供给预测
- 二、2016-2022年中国留学服务行业产量预测
- 三、2016-2022年中国留学服务市场销量预测
- 四、2016-2022年中国留学服务行业需求预测
- 五、2016-2022年中国留学服务行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势

- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2016-2022年留学服务行业投资价值评估分析

第一节 留学服务行业投资特性分析

- 一、留学服务行业进入壁垒分析
- 二、留学服务行业盈利因素分析
- 三、留学服务行业盈利模式分析

第二节 2016-2022年留学服务行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2016-2022年留学服务行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十四章 2016-2022年留学服务行业投资机会与风险防范

第一节 留学服务行业投融资情况

- 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、留学服务行业投资现状分析
 - 1、留学服务产业投资经历的阶段
 - 2、2013-2015年留学服务行业投资状况回顾
 - 3、2013-2015年中国留学服务行业风险投资状况
 - 4、2016-2022年我国留学服务行业的投资态势

第二节 2016-2022年留学服务行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、留学服务行业投资机遇

第三节 2016-2022年留学服务行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国留学服务行业投资建议

一、留学服务行业未来发展方向

二、留学服务行业主要投资建议

三、中国留学服务企业融资分析

1、中国留学服务企业IPO融资分析

2、中国留学服务企业再融资分析

第六部分 留学服务行业发展战略研究

第十五章 2016-2022年留学服务行业面临的困境及对策

第一节 2016年留学服务行业面临的困境

第二节 留学服务企业面临的困境及对策

一、重点留学服务企业面临的困境及对策

1、重点留学服务企业面临的困境

2、重点留学服务企业对策探讨

二、中小留学服务企业发展困境及策略分析

1、中小留学服务企业面临的困境

2、中小留学服务企业对策探讨

三、国内留学服务企业的出路分析

第三节 中国留学服务行业存在的问题及对策

一、中国留学服务行业存在的问题

二、留学服务行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国留学服务市场发展面临的挑战与对策

第十六章 留学服务行业发展战略研究

第一节 留学服务行业发展战略研究

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 对我国留学服务品牌的战略思考

一、留学服务品牌的重要性

二、留学服务实施品牌战略的意义

三、留学服务企业品牌的现状分析

四、我国留学服务企业的品牌战略

五、留学服务品牌战略管理的策略

第三节 留学服务经营策略分析

一、留学服务市场细分策略

二、留学服务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、留学服务新产品差异化战略

第四节 留学服务行业投资战略研究

一、2016年留学服务行业投资战略

二、2016-2022年留学服务行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及投资建议

第一节 留学服务行业研究结论及建议

第二节 留学服务子行业研究结论及建议

第三节 留学服务行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：留学服务行业生命周期
- 图表：留学服务行业产业链结构
- 图表：国家公派留学选派类别及留学期限
- 图表：国家公派留学申请人条件
- 图表：国家公派留学各申请类别条件
- 图表：国家公派留学选拔办法与资助内容
- 图表：国家公派留学研究生选拔和派出规定
- 图表：国家公派出国留学发展概况
- 图表：2015年国家公派留学项目按类别分布情况
- 图表：2015年国家公派留学项目按国家分布情况
- 图表：2015年公派博士研究生项目选派计划
- 图表：公派研究生项目签约“211”工程建设高校
- 图表：公派研究生项目签约“特色重点学科项目”建设高校
- 图表：公派研究生项目学费资助办法主要内容
- 图表：自费出国留学中介服务机构必备条件
- 图表：自费留学服务机构发展历程
- 图表：2006-2014年我国自费留学人员数量变化趋势
- 图表：2013-2014年我国自费留学中介市场规模
- 图表：在线留学主要商业模式剖析
- 图表：在线留学服务主要盈利模式剖析
- 图表：自费留学服务资源竞争表现
- 图表：截至2015年自费留学服务机构数量区域分布
- 图表：截至2015年自费留学服务机构数量区域结构
- 图表：华北地区自费留学服务政策环境分析
- 图表：2013-2015年全球留学服务行业市场规模
- 图表：2013-2015年中国留学服务行业市场规模
- 图表：2013-2015年留学服务行业重要数据指标比较
- 图表：2013-2015年中国留学服务市场占全球份额比较
- 图表：2016-2022年留学服务行业销售收入预测
- 图表：2016-2022年留学服务行业利润总额预测

图表：2016-2022年留学服务行业资产预测

图表：2016-2022年留学服务行业负债预测

图表：2016-2022年留学服务行业竞争力预测

图表：2016-2022年留学服务市场价格走势预测

图表：2013-2015年留学服务行业主营业务收入

图表：2013-2015年留学服务行业主营业务成本

图表：2013-2015年留学服务行业销售费用分析

图表：2013-2015年留学服务行业管理费用分析

图表：2013-2015年留学服务行业财务费用分析

图表：2013-2015年留学服务行业销售毛利率分析

图表：2013-2015年留学服务行业销售利润率分析

图表：2013-2015年留学服务行业成本费用利润率分析

图表：2013-2015年留学服务行业总资产利润率分析

图表：2016-2022年留学服务行业需求预测

图表：2016-2022年留学服务行业集中度预测

图表：2016-2022年中国国内生产总值及增长率预测

图表：2016-2022年中国居民消费价格指数预测

图表：2016-2020中国居民消费价格涨跌幅预测

图表：2016-2022年中国人口规模及增长情况预测

图表：2013-2015年中国各年龄段人口占总人口比重

图表：中国人口学历结构

图表：中国出国留学结构分析

图表：2013-2015年中国人口就业情况

图表：2013-2015年我国出国留学人员数量统计

图表：2013-2015年我国自费出国留学人员情况统计

图表：2013-2015年学生意向留学热点国家分布图

图表：2013-2015年学生留学选择培训方式意向分布图

图表：2013-2015年学生留学选择学校考虑因素分布图

图表：2013-2015年计划出国留学的学生学历分布图

图表：2013-2015年毕业生毕业打算情况分布图

图表：2013-2015年阻碍学生出国主要因素分布图

图表：2013-2015年留学生家庭收入情况分布图

图表：2013-2015年获取留学信息渠道分布图

图表：2013-2015年选择留学机构考虑因素分布图

图表：2013-2015年学生计划留学时间分布图

图表：2013-2015年学生出国留学目的国家分布图

图表：2016-2022年学生计划留学阶段分布图预测

图表：2013-2015年学生出国留学计划所读专业分布图

图表：2016-2022年我国公派出国留学人员情况预测

图表：2013-2015年自费留学服务机构数量区域分布

图表：2016-2022年华北自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年华南自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年华东自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年华中自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年西南自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年东北自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年西北自费留学服务机构数量预测

图表：2016-2022年我国回国留学人员数量预测

图表：2016-2022年我国公派回国留学人员情况预测

图表：2016-2022年我国自费回国留学人员情况预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286389.html>