

2021-2027年中国考研培训 行业深度研究与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国考研培训行业深度研究与市场年度调研报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202104/21-401165.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

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。名校接收推免生比例上升（以人大和西交大为例）我国考研的主力人群为“非双一流”普通高校学生

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国考研培训行业深度研究与报告》共十四章。首先介绍了中国考研培训行业市场发展环境、考研培训整体运行态势等，接着分析了中国考研培训行业市场运行的现状，然后介绍了考研培训市场竞争格局。随后，报告对考研培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国考研培训行业发展趋势与投资预测。您若想对考研培训产业有个系统的了解或者想投资中国考研培训行业，本报告是您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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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运行态势二、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 2021-2027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发展趋势研究及竞争格局

第一节 北京考研培训市场研究一、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深度调研 第二节 上海考研培训市场研究一、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深度调研 第三节 广州、深圳考研培训市场研究一、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深度调研 第四节 杭州考研培训市场研究一、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深度调研 第五节 南京考研培训市场研究一、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深度调研 第六节 武汉考研培训市场研究一、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深度调研 第七节 大连考研培训市场研究一、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深度调研 第八节 成都考研培训市场研究一、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深度调研 第九节 西安考研培训市场研究一、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深度调研 第十节 青岛考研培训市场研究一、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深度调研

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

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)

四、 威胁 (threats)

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潜力探析

四、 考研培训行业的投资风险剖析

第三节 中国考研培训行业的前景展望

一、 我国教育培训行业发展前景长期看好

二、 连锁经营成为考研培训业的必然趋势

三、 未来考研培训业的发展前景光明

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 公司发展战略分析

第三节 投资回报分析

第四节 投资风险分析

第五节 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：2021-2027年我国国内生产总值及增长速度分析图 图表：2021-2027年全部工业增加值及其增长速度图 图表：2020年主要工业产品产量及其增长速度图 图表：2020年规模以上工业企业实现利润及其增长速度图 图表：2021-2027年建筑业增加值及其增长速度图 图表：2021-2027年粮食产量及其增长速度图 图表：2021-2027年全社会固定资产投资及其增长速度图 图表：2020年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度图 图表：2021-2027年社会消费品零售总额及其实际增长速度图 图表：2020年货物进出口总额及其增长速度图 图表：2020年主要商品进口数量、金额其增长速度图 图表：2021-2027年全国货物进出口总额图 图表：2020年末人口数其构成图 图表：2021-2027年我国人口数量变化图 图表：2021-2027年普通高等教育、中等职业教育普通高中招生人数图 图表：2021-2027年中国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图 图表：2021-2027年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图 图表：2021-2027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 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.chinairr.org/report/R13/R1303/202104/21-401165.html>