

中国考研培训行业发展深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）

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《中国考研培训行业发展深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568836.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

1993年我国诞生了第一家研究生考试培训品牌“海文考研”，此后其他考研培训品牌机构陆续成立，考研培训市场初现雏形；2006年开始，行业受到资本的加持，市场迅速崛起，行业走开始向规范化和规模化。

近几年来，国内外经济增速放缓，高校毕业生就业压力增大，对我国高校毕业生而言，读研考研几乎成为了性价比最高、收益最大化的“战略拖延”。根据中国教育在线调查显示，我国考研考生动机排行榜中“提高就业和从业的核心竞争力”排名第一；其次便是“完善自身的知识结构、提高文化层次”，该项动机比例较以往数据有所提升，考生对于自我提升的诉求愈发强烈。除此之外，我国各地积极出台吸引高层次人才的政策，一线城市就业及住房政策的倾斜，也间接增加了许多本科生继续考研的动力。以北京为例：2020年《北京市积分落户管理办法》明确规定积分落户申请人在取得国民教育系列及教育部认可的学历（学位）的，可以获得相应的落户积分，研究生学历并取得硕士学位的同学可以加26分。

从2015-2021年，我国研究生报考和录取人数逐年递增。其中2016-2021年每年报考研究生人数增长率都保持在10%以上；2019年我国研究生报考人数增长率更是突破20%；2020年-2021年，受到新冠疫情影响，国外留学受限，国内就业形势严峻，我国考研报名人数激增。2021年报考人数达到377万人，预计2022年报考人数将突破400万人。

资料来源：观研天下整理

然而，在我国考研需求高速增长情况下，国内考研试题难度正在逐年提高，与此同时，保研比例不断扩大，统考人数呈收缩趋势。据公开数据估算，2021届我国推免生总数超过12.2万人。2021年7月以来，上海、安徽等地相继发文，将适度增加推免名额。更为严峻的是，当前我国部分院校往届生报考比例约占六成，且从2017年到2020年我国考研人群中往届毕业生比重呈现逐年上升态势，可见在考研这场“恶战”中二战、三战已逐渐常态化。考研竞争激烈程度在不断加剧。考研培训行业也因此蓬勃发展。

资料来源：观研天下整理

根据中国在线教育及考研帮的调查数据显示，我国报考研究生考试的考生中有超过六成的考生认为视频资料利于学习，超过三成的考生会选择报班学习。目前，国内考研考生参培率已达到30-40%。市场规模上，据不完全统计，2020年我国考研培训行业市场规模已经突破百亿级，达到112亿元；预计2021年将达到139亿元；2022年将达到170亿元。未来我国考研培训市场广阔。

资料来源：观研天下整理

随着我国考研培训市场规模的扩大，以及受到2021年“双减政策”的影响，K9业务几乎无法生

存近年来，一些专注于其他教育培训细分领域的企业也开始涉足考研业务。例如：新东方开始回归大学生业务，升级四六级、考研、出国考试、职业教育四大业务板块；昂立教育宣布回归大学生培训与终身教育业务，并推出“昂立考研”，其产品包含考研课程、伴学服务等。我国考研培训行业入局者变多，市场愈发拥挤。

当前我国考研培训行业市场格局相对分散，参与者大致可分为线上考研培训品牌、线下考研培训品牌、OMO模式品牌和OAO模式品牌四大类型。其中，以传统面授课程为单一业务模式的线下考研品牌多为区域型品牌；另外三种品牌类型多为全国性考研培训品牌，且已普遍发展出在线直播和录播课等业务。

资料来源：观研天下整理

我国考研培训行业主要代表企业	企业名称	商业模式	主要交付模式	营收规模	主要优势
海文考研	线下分校	线下小班、周末班、包过班		3-6亿元	
重分校、基地建设、主要靠代理渠道	新东方考研	线上线下融合（OMO）	线上：大班、小班、线下：集训班、包过班、周末班、1V1	8-10亿元	品牌基础、英语学科强势、资源复用度强
线下小班、集训、包过产品	中公考研	线上+线下(OAO)	线下渠道强、师资场地复用率高	6-8亿元	品牌、名师IP、分校全、线下渠道强势
线上+线下(OAO)	文都考研	线上大班直播	在线大班、小班	1-3亿元	名校合作、运营能力强
考虫考研	高途考研	线上大班直播	1-3亿元	名师IP、运营能力较强	

资料来源：观研天下整理

OMO模式考研培训代表企业：新东方

目前，新东方已经形成了较为成熟的线上线下深度融合的OMO模式，随着该模式的不断发展，新东方利用线上、线下优势，互相引流来促进业务扩张，同时通过教学服务融合提升用户体验，且开始逐步深入下沉市场，形成了差异化的核心竞争力。

资料来源：观研天下整理

OAO模式考研培训代表企业：文都考研

文都考研的业务开展主要是借助加盟的方式实现全国范围内的扩张。截止目前为止，文都考研已开设30多家自营机构，加盟600多家合作机构，以及3000多个教学网点。教学师资上，文都考研的名师主要上公共大班课，外聘专业课讲师，同时也招聘在读研究生对学员进行一对一辅导。但在业务布局上该机构重线下轻线上，因此疫情期间业务受到较大影响。2021年初，原属文都的考研名师纷纷跳槽；文都在教学上，教学课程上，开设线上网课和线下面授课程；教研方面，多以公共课单科名师为核心进行教学课程和教材研发，其教辅的热卖课程多为其名师编著，这也成为该公司营收的重要部分。

资料来源：观研天下整理

新兴互联网考研培训机构：考虫

考虫最开始是以英语四六级为切入点打开市场，此后逐步发展考公考研业务，迅速发展成大学生考试在线直播品牌，在2018年便获得了5500万美元D轮融资。

考虫考研业务以线上轻量级课程为主，旗下的考虫APP产品提供在线直播课程、题库练习考试资讯等核心内容。但其师资力量、专业课覆盖均有待进一步提升。目前，考虫所有课程学员已超过1000万，付费学员超200万人次。疫情期间，考虫与名校清华大学、北京体育大学等高校展开联合公益行动，同时还跟新华网，央视频等媒体及视频平台合作，多渠道提供免费在线课程。此后，考虫还联合今日头条举办全国高校创作大赛，并于考9虫APP内开设打榜专区；考虫书籍《考入名校》入驻四川大学、中南大学等28所高校图书馆。

资料来源：观研天下整理

新的时代背景和发展任务对研究生的选拔与培养提出了更高要求，我国考研培训需求也在持续释放，目前行业集中度不高，竞争相当激烈，但可以看出行业市场广阔，发展空间较大。

与此同时，行业发展趋势也开始变得明朗化：

市场将进一步细分。就考研人群来看，往届考生占比在逐年上升，而往届考生的试错成本更大，因此他们的考研报班需求相对较大，而且往届考生已经脱离学校，因此针对二战、三战、多战人群打造的考研自习室、考研宿舍等细分市场也有一定发展潜力。就考研培训的内容来看，因为考研专业繁多，所以当前市场上的大部分培训机构都是做的英语、政治和数学三科的培训。然后随着考研人数的增加以及考研难度的加大，考生对专业科目培训需求也将逐步扩大，而专业课的培训老师又可招聘（考生目标学校）同学校同专业的在读研究生来兼职，成本相较于全职名师等相对较低，再利用线上直播课/录播课扩大业务地域范围。因此未来一些小而美、专注某一专业的考研机构也存在一定发展潜力，可在考研培训行业市场竞争中分一杯羹。

考研培训服务线上线下进一步融合深化发展。纯线上模式和纯线下模式都存在一定的优势和弊端，就当前形势来看，在疫情反复时期和业务下沉市场时，线下课程服务受阻较大，线上网课等服务则提供了较大便利；而针对自制力较差、注意力不够集中的考生，线下面授课则更受青睐。当前我国以考虫为代表的线上考研品牌也正走向线下，挤占着传统考研培训机构空间，而以传统线下业务为主的海文考研也在2021年国庆推出了线上直播课程。未来行业线上与线下培训服务深度融合的OMO模式将逐步成主流。（LQM）

观研报告网发布的《中国考研培训行业发展深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国考研培训行业发展概述

第一节考研培训行业发展情况概述

- 一、考研培训行业相关定义
- 二、考研培训行业基本情况介绍
- 三、考研培训行业发展特点分析
- 四、考研培训行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、考研培训行业需求主体分析

第二节中国考研培训行业生命周期分析

- 一、考研培训行业生命周期理论概述
- 二、考研培训行业所属的生命周期分析

第三节 考研培训行业经济指标分析

- 一、 考研培训行业的赢利性分析
- 二、 考研培训行业的经济周期分析
- 三、 考研培训行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球考研培训行业市场发展现状分析

第一节 全球考研培训行业发展历程回顾

第二节 全球考研培训行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲考研培训行业地区市场分析

- 一、 亚洲考研培训行业市场现状分析
- 二、 亚洲考研培训行业市场规模与市场需求分析
- 三、 亚洲考研培训行业市场前景分析

第四节 北美考研培训行业地区市场分析

- 一、 北美考研培训行业市场现状分析
- 二、 北美考研培训行业市场规模与市场需求分析
- 三、 北美考研培训行业市场前景分析

第五节 欧洲考研培训行业地区市场分析

- 一、 欧洲考研培训行业市场现状分析
- 二、 欧洲考研培训行业市场规模与市场需求分析
- 三、 欧洲考研培训行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界考研培训行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球考研培训行业市场规模预测

第三章 中国考研培训行业产业发展环境分析

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、 全社会消费品零售总额
- 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 我国宏观经济环境对考研培训行业的影响分析

第三节 中国考研培训行业政策环境分析

- 一、 行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对考研培训行业的影响分析

第五节中国考研培训行业产业社会环境分析

第四章 中国考研培训行业运行情况

第一节中国考研培训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

第二节中国考研培训行业市场规模分析

一、影响中国考研培训行业市场规模的因素

二、中国考研培训行业市场规模

三、中国考研培训行业市场规模解析

第三节中国考研培训行业供应情况分析

一、中国考研培训行业供应规模

二、中国考研培训行业供应特点

第四节中国考研培训行业需求情况分析

一、中国考研培训行业需求规模

二、中国考研培训行业需求特点

第五节中国考研培训行业供需平衡分析

第五章 中国考研培训行业产业链和细分市场分析

第一节中国考研培训行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、考研培训行业产业链图解

第二节中国中国考研培训行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对考研培训行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对考研培训行业的影响分析

第三节我国考研培训行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章2018-2022年中国考研培训行业市场竞争分析

第一节中国考研培训行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节中国考研培训行业竞争现状分析

- 一、中国考研培训行业竞争格局分析
- 二、中国考研培训行业主要品牌分析

第三节中国考研培训行业集中度分析

- 一、中国考研培训行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国考研培训行业市场集中度分析

第七章2018-2022年中国考研培训行业模型分析

第一节中国考研培训行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国考研培训行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国考研培训行业SWOT分析结论

第三节中国考研培训行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章2018-2022年中国考研培训行业需求特点与动态分析

第一节中国考研培训行业市场动态情况

第二节中国考研培训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

第三节考研培训行业成本结构分析

第四节考研培训行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国考研培训行业价格现状分析

第六节中国考研培训行业平均价格走势预测

一、中国考研培训行业平均价格趋势分析

二、中国考研培训行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国考研培训行业所属行业运行数据监测

第一节中国考研培训行业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

第二节中国考研培训行业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

第三节中国考研培训行业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

第十章2018-2022年中国考研培训行业区域市场现状分析

第一节中国考研培训行业区域市场规模分析

影响考研培训行业区域市场分布的因素

中国考研培训行业区域市场分布

第二节中国华东地区考研培训行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区考研培训行业市场分析

(1) 华东地区考研培训行业市场规模

(2) 华东地区考研培训行业市场现状

(3) 华东地区考研培训行业市场规模预测

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、华中地区考研培训行业市场分析

(1) 华中地区考研培训行业市场规模

(2) 华中地区考研培训行业市场现状

(3) 华中地区考研培训行业市场规模预测

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、华南地区考研培训行业市场分析

(1) 华南地区考研培训行业市场规模

(2) 华南地区考研培训行业市场现状

(3) 华南地区考研培训行业市场规模预测

第五节华北地区考研培训行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区考研培训行业市场分析

(1) 华北地区考研培训行业市场规模

(2) 华北地区考研培训行业市场现状

(3) 华北地区考研培训行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区考研培训行业市场分析

- (1) 东北地区考研培训行业市场规模
- (2) 东北地区考研培训行业市场现状
- (3) 东北地区考研培训行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区考研培训行业市场分析

- (1) 西南地区考研培训行业市场规模
- (2) 西南地区考研培训行业市场现状
- (3) 西南地区考研培训行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区考研培训行业市场分析

- (1) 西北地区考研培训行业市场规模
- (2) 西北地区考研培训行业市场现状
- (3) 西北地区考研培训行业市场规模预测

第十一章 考研培训行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章2022-2029年中国考研培训行业发展前景分析与预测

第一节中国考研培训行业未来发展前景分析

一、考研培训行业国内投资环境分析

二、中国考研培训行业市场机会分析

三、中国考研培训行业投资增速预测

第二节中国考研培训行业未来发展趋势预测

第三节中国考研培训行业规模发展预测

一、中国考研培训行业市场规模预测

二、中国考研培训行业市场规模增速预测

三、中国考研培训行业产值规模预测

四、中国考研培训行业产值增速预测

五、中国考研培训行业供需情况预测

第四节中国考研培训行业盈利走势预测

第十三章2022-2029年中国考研培训行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国考研培训行业进入壁垒分析

一、考研培训行业资金壁垒分析

二、考研培训行业技术壁垒分析

三、考研培训行业人才壁垒分析

四、考研培训行业品牌壁垒分析

五、考研培训行业其他壁垒分析

第二节考研培训行业风险分析

一、考研培训行业宏观环境风险

二、考研培训行业技术风险

三、考研培训行业竞争风险

四、考研培训行业其他风险

第三节中国考研培训行业存在的问题

第四节中国考研培训行业解决问题的策略分析

第十四章2022-2029年中国考研培训行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国考研培训行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国考研培训行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节考研培训行业营销策略分析

一、考研培训行业产品营销

二、考研培训行业定价策略

三、考研培训行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568836.html>