

2017-2022年中国留学服务 市场深度评估与发展机遇预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国留学服务市场深度评估与发展机遇预测报告》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.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/114382C3LM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

随着经济、社会、教育及技术环境不断发展变化，留学服务的市场空间有望持续壮大。经济环境角度，可支配收入提升、私人财富快速增长，都极大地促进了留学服务市场的发展。

再结合中国历来尊师重教的社会传统，教育在家庭中的支出占比越来越高。

经济、社会、产业等多因素推动留学服务向前发展

可支配收入提升，教育支出占比逐年提升。2015年，我国城镇居民人均消费性支出为21392元，文教娱乐服务消费支出占比11.14%，文化、教育和娱乐是家庭消费支出的重要组成。根据2016年相关数据的统计，家庭月收入在1万~1.5万之间的家庭，其家庭教育产品月支出在1000元以上的占比16.9%，而月收入1.5万~2万的家庭，其教育产品月支出在1000元以上的占比为27.1%，2万~3万月收入家庭的教育产品支出在1000元以上的占比为36.7%，而月收入在3万以上的家庭，其教育产品支出在1000元以上的占比则达49.3%。家庭月收入越高，教育支出额度越大。特别是随着家庭整体收入的提高，家庭对教育越发重视，教育在家庭支出中的占比越来越高。

我国家庭月收入/平均月教育产品支出情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国留学服务市场深度评估与发展机遇预测报告》共十八章。首先介绍了留学服务行业市场发展环境、留学服务整体运行态势等，接着分析了留学服务行业市场运行的现状，然后介绍了留学服务市场竞争格局。随后，报告对留学服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了留学服务行业发展趋势与投资预测。您若想对留学服务产业有个系统的了解或者想投资留学服务行业，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 留学服务行业相关概述 21

第一节 留学服务行业概述 21

一、留学服务行业概述 21

（一）留学服务意义涵盖 21

(二) 留学服务业务范围 22

二、留学中介机构概述 23

(一) 留学中介定义 23

(二) 中介存在意义 23

(三) 留学中介作用 24

(四) 留学中介义务 25

三、留学培训机构概述 26

(一) 留学培训业务范围 26

(二) 留学机构必备条件 26

第二节 留学服务行业发展环境分析 27

一、留学服务行业政策环境分析 27

(一) 自费出国留学中介服务管理规定分析 27

(二) 自费出国留学中介服务广告管理通知 31

(三) 阳光留学服务系统建设工作管理办法 32

(四) 自费出国留学中介服务行业规范(试行) 38

二、留学服务行业最新政策分析 44

1983年以来我国留学相关政策梳理

(一) 中小学学生赴境外研学旅行活动指南(试行) 44

(二) 关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定 44

(三) 2016年部分地区留学利好政策 45

三、留学服务行业社会环境分析 47

(一) 教育消费支出 47

我国家庭教育支出水平逐年提升

(二) 居民收入情况 48

(三) 教育发展情况 49

第二章 中国留学市场现状分析 53

第一节 留学发展历程 53

一、第一阶段(1978年-1984年) 53

二、第二阶段(1985年-1989年) 53

| | | |
|----|-------------------|----|
| 三、 | 第三阶段（1989年-1991年） | 53 |
| 四、 | 第四阶段（1991年-1999年） | 54 |
| 五、 | 第五阶段（2000年-至今） | 54 |
| | 第二节 出国留学规模分析 | 55 |
| 一、 | 出国留学总体规模 | 55 |
| 二、 | 出国自费留学生规模 | 55 |
| 三、 | 国家公派留学生规模 | 55 |
| 四、 | 单位公派留学生规模 | 56 |
| | 第三节 出国留学市场发展情况分析 | 56 |
| 一、 | 留学市场走向多元化 | 56 |
| 二、 | 高中国际班迅速扩张 | 57 |
| 三、 | 留学市场进入定制细分时代 | 58 |
| 四、 | 后置审批对出国留学服务市场的影响 | 58 |
| | 第四节 出国留学市场发展特点分析 | 60 |
| 一、 | 出国留学市场特点 | 60 |
| 二、 | 留学更加趋向于理性 | 60 |
| 三、 | 更多留学优惠项目适合工薪家庭 | 61 |
| 四、 | 留学生人群朝低龄化的方向发展 | 61 |
| 五、 | 国内外留学政策促进了学生留学 | 62 |
| | 第五节 来华留学生规模分析 | 62 |
| 一、 | 来华留学生总体规模 | 62 |
| 二、 | 不同国家来华留学生排名 | 63 |
| 三、 | 不同省市接收来华留学生排名 | 64 |
| | 第三章 中国出国留学调查分析 | 65 |
| | 第一节 留学生出国留学主要因素调查 | 65 |
| 一、 | 出国经历对学生的影响 | 65 |
| 二、 | 具有留学经历的人的影响 | 65 |
| | 第二节 留学目的地选择及其原因调查 | 66 |
| 一、 | 留学生选择留学国家或地区 | 66 |
| 二、 | 选择留学国家或地区的因素 | 66 |
| | 第三节 留学生主要攻读的学历调查 | 67 |

第四节 留学生出国留学选择专业调查 68

第五节 留学生留学主要选择因素调查 68

一、选择学校因素分析 68

二、选择专业因素分析 69

第六节 留学生获取留学信息来源及关注内容调查 70

一、了解留学相关信息的渠道 70

二、出国留学前的忧虑分析 70

三、对海外求学的忧虑分析 71

第四章 美国 72

第一节 美国留学市场现状 72

一、美国留学政策分析 72

(一) 美国留学考试及申请政策 72

(二) 美国对留学生就业政策 73

(三) 美国对留学生签证政策 73

二、美国留学市场现状 74

(一) 在美留学人数的国家构成 74

(二) 中国在美国留学生学历占比 74

(三) 中国留美学生选择各专业的比例 75

三、留学美国费用分析 76

(一) 学费 76

(二) 生活费 76

四、美国大学排名 77

五、美国留学不同阶段申请条件 77

(一) 美国高中申请条件 77

(二) 美国本科申请条件 78

(三) 美国研究生申请条件 78

第二节 赴美读研发展现状与趋势分析 79

一、赴美留学人数规模分析 79

二、赴美读研人数规模分析 79

(一) 赴美读研人数规模 79

(二) 赴美读研人数占比 80

- 三、赴美读本科人数规模分析 80
 - (一) 赴美读本科人数规模 80
 - (二) 赴美读本科人数占比 81
- 四、国内大学生赴美留学意向调查 81
 - (一) 赴美留学意向调查 81
 - (二) 留学专业分析 82
- 五、影响赴美留学人数因素分析 82
 - (一) 国内大学生质量 82
 - (二) 美国名校研究生录取竞争分析 84
 - (三) 留学生就业压力 85
 - (四) 学生不愿吃苦 87
- 六、赴美研究生留学未来发展趋势 87

第五章 英国 89

第一节 英国留学基本情况 89

一、英国留学政策分析 89

- (一) 就业政策 89
- (二) 考试政策 89
- (三) 申请要求 89

二、留学英国费用分析 90

- (一) 学费 90
- (二) 生活费 90

三、英国大学排名 91

四、英国留学五大热门申请专业 92

第二节 英国留学市场现状 92

- 一、中国留学生规模进一步扩大 92
- 二、授课式研究生课程最受欢迎 93
- 三、中国留学生较青睐名牌学校 93
- 四、推广两大国际学生实习计划 94

第三节 英国留学不同阶段申请条件 94

- 一、英国中学申请条件 94
- 二、英国本科申请条件 94

三、英国研究生申请条件 95

第六章 澳大利亚 96

第一节 澳大利亚留学基本情况 96

一、澳洲留学政策分析 96

(一) 就业打工 96

(二) 考试政策 97

(三) 签证政策 97

(四) 申请要求 97

二、留学澳洲费用分析 98

(一) 学费 98

(二) 生活费 98

三、澳洲留学知名院校 99

四、澳洲留学热门专业 100

第二节 澳大利亚留学市场现状 101

一、中国成最大留学生生源国 101

二、名校联盟凸显竞争优势 102

三、二三线城市学生选择赴澳留学呈现增长趋势 102

四、IELTS分数逐级提高 有条件录取顺利衔接 102

第三节 澳大利亚留学不同阶段申请条件 103

一、澳大利亚高中申请条件 103

二、澳大利亚大学本科申请条件 103

三、澳大利亚研究生申请条件 104

第七章 加拿大 105

第一节 加拿大留学基本情况 105

一、加拿大留学政策分析 105

(一) 就业政策 105

(二) 申请要求 105

(三) 签证政策 105

二、留学加拿大费用分析 105

(一) 学费 105

- (二) 生活费 106
- 三、加拿大大学排名 106
- 四、加拿大留学热门专业 107
- 第二节 加拿大留学市场现状 107
- 一、新注册中国留学生人数 107
- 二、利好政策促进留学 108
- 第三节 加拿大留学不同阶段申请条件 108
- 一、加拿大高中申请条件 108
- 二、加拿大本科申请条件 109
- 三、加拿大研究生申请条件 110

第八章 其他国家 111

- 第一节 日本 111
- 一、日本最新留学政策分析 111
- 二、留学日本费用分析 111
- (一) 学费 111
- (二) 生活费 111
- (三) 留学申请条件分析 112
- 三、日本留学知名院校 112
- 四、日本留学热门专业 113
- 第二节 新西兰 115
- 一、新西兰最新留学政策分析 115
- 二、留学新西兰费用分析 117
- (一) 学费 117
- (二) 生活费 117
- 三、新西兰留学知名院校 118
- 四、新西兰留学热门专业 120

第九章 中国留学服务市场发展情况分析 121

- 第一节 留学服务市场运行状况分析 121
- 一、留学服务市场进入品牌时代 121
- 二、留学机构争抢生源情况分析 123

| | |
|----------------------|-----|
| 三、留学服务机构呼唤品质升级 | 123 |
| 四、国内留学“低龄化”的现象 | 124 |
| 第二节 自费留学服务市场供需分析 | 125 |
| 一、留学服务供给分析 | 125 |
| 二、留学服务需求分析 | 126 |
| 三、留学供需短缺分析 | 126 |
| 第三节 自费出国留学发展状况分析 | 127 |
| 一、自费出国留学主要特点 | 127 |
| 二、自费出国留学中介性质 | 128 |
| 三、自费出国存在问题分析 | 129 |
| 第四节 自费出国留学中介发展方向 | 132 |
| 一、突出育人的功能 | 132 |
| 二、提升核心竞争力 | 133 |
| 三、加大监督的力度 | 135 |
| | |
| 第十章 中国留学服务机构经营研究分析 | 136 |
| 第一节 留学中介的核心能力建设分析 | 136 |
| 一、核心资源分析 | 136 |
| 二、诚信情况分析 | 136 |
| 三、服务质量分析 | 137 |
| 四、增值服务分析 | 138 |
| 第二节 留学服务机构的营销模式探讨 | 138 |
| 一、留学市场规模测算 | 138 |
| 二、留学服务营销系统 | 139 |
| 三、留学服务市场策略 | 141 |
| 四、留学服务推广策略 | 142 |
| 五、留学服务定价问题 | 143 |
| 第三节 留学服务机构与相关利益者合作情况 | 144 |
| 一、国外教育机构来华招生渠道分析 | 144 |
| 二、国外教育项目本土化的合作情况 | 144 |
| 三、国内大学招收外国留学生的桥梁 | 145 |
| 四、中外办学项目中合作各方的关系 | 145 |

第十一章 中国留学服务行业品牌效应透析 148

第一节 留学服务品牌发展情况分析 148

一、留学主要群体分析 148

二、留学的心理和习惯 148

三、留学服务品牌格局 149

四、留学中介竞争情况 150

第二节 留学服务行业发展存在的问题分析 152

一、品牌形象缺失 152

二、企业管理无序 152

三、营销结构失调 152

四、附带消费不足 153

第三节 留学服务行业品牌发展对策分析 153

一、合理定位品牌 153

二、高效推广品牌 153

三、服务强化品牌 154

四、完善品牌补救 154

五、文化深化品牌 155

第十二章 中国留学中介市场现状分析 157

第一节 留学中介发展历程 157

一、机构的萌芽诞生期 157

二、发展与混乱共存期 157

三、监管及自律并行期 157

四、竞争的加剧品牌期 157

第二节 留学中介市场定位 158

一、信息提供商的角色 158

二、代理服务商的角色 159

三、留学服务商的角色 160

第三节 留学中介市场特点分析 161

一、留学市场集中化 161

二、中介机构品牌化 161

- 三、服务行为规范化 162
- 四、服务水平专业化 162
- 第四节 2015年留学中介机构排名 163
 - 一、留学中介机构排名意义 163
 - 二、留学中介机构评估体系 163
 - 三、2015年自费留学中介服务机构排名 163
- 第五节 留学中介机构调查分析 164
 - 一、成立时间调查 164
 - 二、注册资本调查 165
 - 三、认证情况调查 166
 - 四、办公环境调查 167
 - 五、服务态度调查 167
 - 六、收费政策调查 168
 - 七、人员素质调查 169
 - 八、服务质量调查 169
 - 九、院校合作调查 169
 - 十、结果保障调查 169
 - 十一、退费机制调查 169

第十三章 中国留学培训市场现状分析 171

- 第一节 留学语言培训分析 171
 - 一、学生选择培训机构考虑因素 171
 - 二、学生获取语言培训信息渠道调查 171
 - (一) 经常登录的留学类网站 171
 - (二) 经常登录的英语类网站 172
 - (三) 经常登录的搜索引擎 173
 - (四) 经常登录的社交类网站 174
 - (五) 经常登录的微博类网站 174
 - (六) 经常登录的视频类网站 175
 - (七) 经常登录的考试信息类网站 175
- 第二节 留学预科课程培训分析 176
 - 一、留学预科课程概述 176

二、留学相关入学考试项目 177

(一) SAT考试 177

(二) GRE考试 178

(三) GMAT考试 179

第三节 出国留学培训基地 179

一、北京外国语大学出国留学培训基地 179

二、广东外语外贸大学出国留学培训基地 180

三、上海外国语大学出国留学培训基地 180

四、西安外国语大学出国留学培训基地 181

五、青岛大学出国留学培训基地 181

六、西南财经大学出国留学培训基地 182

七、天津师范大学出国留学培训基地 182

八、东北财经大学出国留学培训基地 182

九、湖南大学出国留学培训基地 183

十、河北师范大学出国留学培训基地 183

十一、厦门大学出国留学培训基地 183

十二、云南大学出国留学培训基地 184

十三、哈尔滨工程大学出国留学培训基地 184

第十四章 中国一二线城市出国留学服务市场分析 185

第一节 一线城市留学服务市场分析 185

一、北京市留学服务市场分析 185

(一) 2015年北京教育发展分析 185

(二) 北京市留学人数规模分析 186

(三) 北京市留学服务市场现状 187

(四) 北京市主要留学中介机构 188

(五) 北京市留学市场发展前景 190

二、上海市留学服务市场分析 190

(一) 2015年上海教育发展分析 190

(二) 上海市留学相关政策分析 192

(三) 上海市留学人数规模分析 192

(四) 上海市留学服务市场现状 193

| | |
|--------------------|-----|
| (五) 上海市主要留学中介机构 | 193 |
| (六) 上海市留学市场发展前景 | 193 |
| 三、广州市留学服务市场分析 | 194 |
| (一) 2015年广州教育发展分析 | 194 |
| (二) 广州市留学人数规模分析 | 195 |
| (三) 广州市留学服务市场现状 | 195 |
| (四) 广州市主要留学中介机构 | 195 |
| (五) 广州市留学市场发展前景 | 196 |
| 四、深圳市留学服务市场分析 | 196 |
| (一) 2015年深圳市教育发展分析 | 196 |
| (二) 深圳市留学人数规模分析 | 197 |
| (三) 深圳市主要留学中介机构 | 198 |
| (四) 深圳市留学市场发展前景 | 198 |
| 第二节 二线城市留学服务市场分析 | 198 |
| 一、天津市留学服务市场分析 | 198 |
| (一) 2015年天津教育发展分析 | 198 |
| (二) 天津市留学人数规模分析 | 200 |
| (三) 天津市留学服务市场现状 | 200 |
| (四) 天津市主要留学中介机构 | 200 |
| (五) 天津市留学市场发展前景 | 201 |
| 二、南京市留学服务市场分析 | 201 |
| (一) 2015年南京教育发展分析 | 201 |
| (二) 南京市留学服务市场现状 | 202 |
| (三) 南京市主要留学中介机构 | 203 |
| (四) 南京市留学市场发展前景 | 203 |
| 三、重庆市留学服务市场分析 | 204 |
| (一) 2015年重庆教育发展分析 | 204 |
| (二) 重庆市留学相关政策分析 | 205 |
| (三) 重庆市留学服务市场现状 | 206 |
| (四) 重庆市主要留学中介机构 | 206 |
| (五) 重庆市留学服务市场动态 | 206 |
| 四、成都市留学服务市场分析 | 207 |

- (一) 2015年成都市教育发展分析 207
- (二) 成都市留学人数规模分析 208
- (三) 成都市留学服务市场现状 208
- (四) 成都市主要留学中介机构 208
- (五) 成都市留学市场发展前景 209
- 五、杭州市留学服务市场分析 209
 - (一) 2015年杭州市教育发展分析 209
 - (二) 杭州市留学服务市场现状 210
 - (三) 杭州市主要留学中介机构 211
 - (四) 杭州留学服务市场最新动态 211
- 六、武汉市留学服务市场分析 212
 - (一) 2015年武汉教育发展分析 212
 - (二) 武汉市留学人数规模分析 212
 - (三) 武汉市主要留学中介机构 213
 - (四) 武汉市留学中介最新排名 214
 - (五) 武汉市留学服务市场动态 214
- 七、长沙市留学服务市场分析 214
 - (一) 2015年长沙教育发展分析 214
 - (二) 长沙市留学相关政策分析 215
 - (三) 长沙市主要留学中介机构 215
 - (四) 长沙市留学市场发展前景 216
- 八、沈阳市留学服务市场分析 216
 - (一) 2015年沈阳教育发展分析 216
 - (二) 沈阳市留学服务市场现状 218
 - (三) 沈阳市主要留学中介机构 218
 - (四) 沈阳市留学发展趋势变化 219
- 九、西安市留学服务市场分析 220
 - (一) 2015年西安市教育发展分析 220
 - (二) 西安市留学生就业动态分析 221
 - (三) 西安市主要留学中介机构 222
 - (四) 西安市留学市场发展前景 222
- 十、济南市留学服务市场分析 223

- (一) 2015年济南教育发展分析 223
- (二) 济南市留学相关政策分析 224
- (三) 济南市留学服务市场现状 227
- (四) 济南市主要留学中介机构 228
- 十一、厦门市留学服务市场分析 229
 - (一) 2015年厦门教育发展分析 229
 - (二) 厦门市留学相关政策分析 231
 - (三) 厦门市留学服务市场现状 234
 - (四) 厦门市主要留学中介机构 235

第十五章 中国留学服务市场竞争分析 236

第一节 留学服务市场竞争要素分析 236

- 一、资源的竞争 236
- 二、跨区域竞争 236
- 三、服务的竞争 237
- 四、团队的竞争 237

第二节 留学服务市场竞争态势分析 238

- 一、差异化竞争分析 238
- 二、精细化竞争分析 238

第三节 留学服务机构竞争趋势分析 239

- 一、资源整合趋势 239
- 二、争夺市场份额 239
- 三、教育咨询理念 240
- 四、品牌建设趋势 240

第四节 留学服务机构竞争力策略分析 241

- 一、品牌培育的战略 241
- 二、服务多元化战略 242
- 三、改进持续性战略 243

第十六章 中国留学服务行业领先企业竞争力分析 245

第一节 启德教育集团 245

- 一、企业发展基本情况 245

| | |
|---------------------|-----|
| 二、企业服务资质情况 | 245 |
| 三、企业服务内容分析 | 245 |
| 四、企业市场地位分析 | 246 |
| 五、企业连锁机构分析 | 246 |
| 第二节 金吉列出国留学咨询服务有限公司 | 246 |
| 一、企业发展基本情况 | 246 |
| 二、企业服务资质情况 | 247 |
| 三、企业服务内容分析 | 247 |
| 四、企业市场地位分析 | 247 |
| 五、企业连锁机构分析 | 248 |
| 第三节 新通国际教育集团 | 248 |
| 一、企业发展基本情况 | 248 |
| 二、企业服务资质情况 | 249 |
| 三、企业服务内容分析 | 249 |
| 四、企业连锁机构分析 | 249 |
| 第四节 北京澳际教育咨询有限公司 | 250 |
| 一、企业发展基本情况 | 250 |
| 二、企业服务资质情况 | 250 |
| 三、企业服务内容分析 | 250 |
| 四、企业市场地位分析 | 250 |
| 五、企业连锁机构分析 | 250 |
| 第五节 北京金东方国际教育文化交流中心 | 251 |
| 一、企业发展基本情况 | 251 |
| 二、企业服务资质情况 | 251 |
| 三、企业服务内容分析 | 251 |
| 四、企业市场地位分析 | 251 |
| 第六节 北京五湖中视咨询有限公司 | 252 |
| 一、企业发展基本情况 | 252 |
| 二、企业服务资质情况 | 252 |
| 三、企业服务内容分析 | 252 |
| 四、企业连锁机构分析 | 253 |
| 第七节 北京科润教育文化发展有限公司 | 253 |

- 一、企业发展基本情况 253
- 二、企业服务资质情况 253
- 三、企业市场地位分析 254
- 四、企业连锁机构分析 254
- 第八节 北京嘉华世达国际教育交流有限公司 255
 - 一、企业发展基本情况 255
 - 二、企业服务内容分析 255
 - 三、企业市场地位分析 255
 - 四、企业连锁机构分析 255
- 第九节 威久国际教育集团 256
 - 一、企业发展基本情况 256
 - 二、企业服务资质情况 256
 - 三、企业服务内容分析 256
 - 四、企业市场地位分析 257
 - 五、企业连锁机构分析 257
- 第十节 北京艾迪国际教育发展有限公司 258
 - 一、企业发展基本情况 258
 - 二、企业服务内容分析 258
 - 三、企业市场地位分析 259
 - 四、企业连锁机构分析 259
- 第十一节 北京华钜（津桥）留学服务中心 259
 - 一、企业发展基本情况 259
 - 二、企业服务内容分析 260
 - 三、企业市场地位分析 261
 - 四、企业连锁机构分析 261
- 第十二节 北京华通信诺国际文化交流中心 262
 - 一、企业发展基本情况 262
 - 二、企业服务资质情况 263
 - 三、企业服务内容分析 263
 - 四、企业市场地位分析 263
 - 五、企业连锁机构分析 263
- 第十三节 加成顾问有限公司 264

| | |
|----------------------|-----|
| 一、企业发展基本情况 | 264 |
| 二、企业服务资质情况 | 264 |
| 三、企业服务内容分析 | 264 |
| 四、企业市场地位分析 | 264 |
| 五、企业连锁机构分析 | 265 |
| 第十四节 北京达利通留学教育科技有限公司 | 265 |
| 一、企业发展基本情况 | 265 |
| 二、企业服务资质情况 | 265 |
| 三、企业服务内容分析 | 266 |
| 四、企业连锁机构分析 | 266 |
| 第十五节 上海上教国际交流有限公司 | 266 |
| 一、企业发展基本情况 | 266 |
| 二、企业服务资质情况 | 267 |
| 三、企业服务内容分析 | 267 |
| 四、企业下属机构分析 | 267 |
| 第十六节 上海中锐国际教育服务有限公司 | 268 |
| 一、企业发展基本情况 | 268 |
| 二、企业服务资质情况 | 268 |
| 三、企业服务内容分析 | 268 |
| 四、企业连锁机构分析 | 269 |
| 第十七节 中国对外友好合作服务中心 | 269 |
| 一、企业发展基本情况 | 269 |
| 二、企业服务资质情况 | 269 |
| 三、企业服务内容分析 | 270 |
| 四、企业连锁机构分析 | 270 |
| 第十八节 江苏好年华出国咨询服务有限公司 | 271 |
| 一、企业发展基本情况 | 271 |
| 二、企业服务资质情况 | 272 |
| 三、企业服务内容分析 | 272 |
| 四、企业市场地位分析 | 273 |
| 五、企业连锁机构分析 | 273 |
| 第十九节 北京成功启航教育咨询有限公司 | 273 |

- 一、企业发展基本情况 273
- 二、企业服务资质情况 274
- 三、企业服务内容分析 274
- 四、企业竞争实力分析 279
- 五、企业连锁机构分析 280
- 六、企业成功案例分析 280
- 第二十章 北京美加百利咨询有限公司 281
 - 一、企业发展基本情况 281
 - 二、企业服务资质情况 282
 - 三、企业服务内容分析 282
 - 四、企业竞争实力分析 283
- 第二十一章 北京锡华未来教育实业股份有限公司 284
 - 一、企业发展基本情况 284
 - 二、企业服务资质情况 284
 - 三、企业服务内容分析 285
 - 四、企业连锁机构分析 285
- 第二十二章 北京高仕登咨询有限责任公司 285
 - 一、企业发展基本情况 285
 - 二、企业服务资质情况 286
 - 三、企业服务内容分析 286
 - 四、企业市场地位分析 287
 - 五、企业连锁机构分析 287
- 第二十三章 东方育才（北京）国际教育咨询服务有限公司 288
 - 一、企业发展基本情况 288
 - 二、企业服务资质情况 288
 - 三、企业服务内容分析 288
 - 四、企业市场地位分析 292
 - 五、企业竞争实力分析 293
 - 六、企业连锁机构分析 295
- 第二十四章 江苏省教育国际交流服务中心 295
 - 一、企业发展基本情况 295
 - 二、企业服务资质情况 295

- 三、企业服务内容分析 296
- 四、企业市场地位分析 296
- 五、企业连锁机构分析 296
- 第二十五节 湖北省教育自费留学服务中心 296
 - 一、企业发展基本情况 296
 - 二、企业服务资质情况 297
 - 三、企业服务内容分析 297
 - 四、企业市场地位分析 298
 - 五、企业竞争优势分析 298
- 第二十六节 广东教育国际交流服务中心 299
 - 一、企业发展基本情况 299
 - 二、企业服务资质情况 299
 - 三、企业服务内容分析 300
 - 四、企业竞争优势分析 301
- 第二十七节 陕西海派国际教育有限公司 301
 - 一、企业发展基本情况 301
 - 二、企业服务内容分析 302
 - 三、企业竞争优势分析 302
 - 四、企业连锁机构分析 303
- 第二十八节 珠海中广国际教育交流有限公司 303
 - 一、企业发展基本情况 303
 - 二、企业服务资质情况 303
 - 三、企业服务内容分析 304
 - 四、企业精品留学项目 304
 - 五、企业连锁机构分析 305
- 第二十九节 广东省留学人员服务中心 305
 - 一、企业发展基本情况 305
 - 二、企业服务资质情况 306
 - 三、企业服务内容情况 306
 - 四、企业竞争优势分析 306
 - 五、企业连锁机构分析 307
- 第三十节 吉林省国际人才技术合作有限公司 307

一、企业发展基本情况 307

二、企业服务资质荣誉 308

三、企业服务内容分析 308

四、企业竞争实力分析 309

五、企业连锁机构分析 309

第三十一节 成都华樱出国服务有限责任公司 309

一、企业发展基本情况 309

二、企业服务资质荣誉 309

三、企业服务内容分析 310

四、企业竞争优势分析 311

第三十二节 河南省志成科技教育咨询服务有限公司 311

一、企业发展基本情况 311

二、企业服务资质情况 312

三、企业服务内容分析 312

四、企业连锁机构分析 313

第十七章 2017-2022年中国留学服务行业发展趋势及规模预测 314

第一节 2017-2022年留学服务行业发展趋势分析 314

一、出国留学市场变化趋势分析 314

(一) 留学服务行业的品牌时代 314

(二) 教育国际化催生联合办学 315

(三) 热门留学国家将领跑市场 315

(四) “高龄留学”需求凸显 316

二、留学服务业务发展趋势分析 317

(一) 留学预备教育与中介业务的结合 317

(二) 留学生在国外学习生活跟踪服务 317

三、留学服务行业品牌趋势分析 318

第二节 2017-2022年赴各国留学趋势发展分析 319

一、赴美留学发展趋势分析 319

(一) 低龄化现象凸显 319

(二) 留学更加理性 319

(三) 热门专业竞争激烈 319

二、赴英留学发展趋势预测 320

(一) 留学人数持续增长 320

(二) 新兴专业备受青睐 320

(三) 名校申请竞争“白热化” 320

三、赴澳留学发展趋势预测 321

(一) 初中留学增长 321

(二) 高中留学升温 321

(三) 本科、研究生持续走红 321

(四) 自贸协议带来更多就业机会 322

第三节 2017-2022年留学服务行业规模预测 322

一、中国留学生总体规模预测 322

二、按费用分中国留学生规模预测 323

(一) 公费出国留学规模预测 323

(二) 自费出国留学规模预测 323

三、按国家分中国留学生规模预测 324

(一) 美国留学生规模预测 324

(二) 英国留学生规模预测 324

(三) 加拿大留学生规模预测 325

第十八章 2017-2022年中国留学服务行业投资前景分析 326 (ZY GXH)

第一节 2017-2022年留学服务行业投资环境分析 326

一、教育发展趋势 326

二、留学政策趋势 327

第二节 2017-2022年留学服务行业投资风险分析 328

一、宏观政策风险 328

二、市场运营风险 328

三、信誉风险分析 328

四、市场竞争风险 329

第三节 2017-2022年留学服务行业投资前景及建议 329

一、留学服务投资影响因素 329

二、留学服务行业投资建议 331 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2009-2015年中国城镇居民人均文教娱乐服务消费支出增长趋势图 48

图表 2 2009-2015年中国农村居民家庭平均每人文教娱乐消费支出增长趋势图 48

图表 3 2009-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入增长趋势图 49

图表 4 2009-2015年中国农村居民家庭人均纯收入增长趋势图 49

图表 5 2010-2015年全国普通高中学生数统计 50

图表 6 2010-2015年全国普通高中学生毕业生数及增长率 50

图表 7 2010-2015年全国普通本专科学生情况 50

图表 8 2010-2015年全国普通本专科学生毕业生数及增长率 51

图表 9 2010-2015年全国研究生情况 51

图表 10 2010-2015年全国研究生毕业生数及增长率 52

图表 11 2010-2015年中国出国留学人员增长趋势图 55

图表 12 2011-2015年中国自费留学人数统计 55

图表 13 2011-2015年中国国家公费留学人数统计 56

图表 14 2011-2015年中国国家公费留学人数统计 56

图表 15 北京部分重点高中国际班收费情况 58

图表 16 2009-2015年来华留学生规模增长趋势图 63

图表 17 2015年来华留学生按洲别统计 63

图表 18 2015年来华留学生生源国排名统计 64

图表 19 2015年中国接收来华留学生分省市排名统计 64

图表 20 出国经历对学生的影响统计 65

图表 21 具有留学经历的人对留学生的影响统计 65

图表 22 2015年中国留学生留学国家的分布图 66

图表 23 留学生出国选择国家首要考虑因素分析 67

图表 24 2015年中国留学生留学学历意向 68

图表 25 2015年中国学生出国留学选择的学科统计 68

图表 26 留学生出国选择学校首要考虑因素分析 69

图表 27 留学生在出国前的忧虑统计 70

图表 28 留学生对海外求学的忧虑统计 71

图表 29 2013/2015学年在美留学学生分国家构成图 74

图表 30 2013/2015学年中国在美学生学历构成图 75

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/114382C3LM.html>