

中国大学生学习与发展白皮书

©2022.4 iResearch Inc.

1

宏观背景：当代大学生们面临着未来激烈的就业竞争压力

2022年中国大学毕业生预计达1076万人，规模和增量均创历史新高，就业竞争加剧，在此背景下大学毕业生继续升学的意愿强烈。工作起薪与学历挂钩成为大学生选择升学的驱动因素之一；除学历以外，大学生也重视高含金量证书等“求职硬通货”的获取，以求在未来赢得企业更多的青睐。

2

人群洞察：大学生们正在努力地成长，希望在未来收获一个理想的自我

大学生活丰富多彩，其中学习仍是重中之重。除了校内课程，大学生最看重的是四六级、职业资格证书、考研等课外考试，各类考试计划被大学生们安排得井井有条，但学习备考并不是一件简单的事，大学生需要付出时间与汗水，克服重重困难。同时，越来越多大学生选择通过实习来锻炼自己的专业能力，积累工作经验，以便未来能够更好地走向社会；此外，也有许多大学生重视培养爱好特长，甚至有学生希望在未来能把爱好特长发展成事业方向。很多大学生对未来理想的自我已经形成一幅相对清晰的画像：成为一个有能力、有知识、对待生活工作游刃有余的人。

3

新东方：用产品服务陪伴着大学生们一路同行

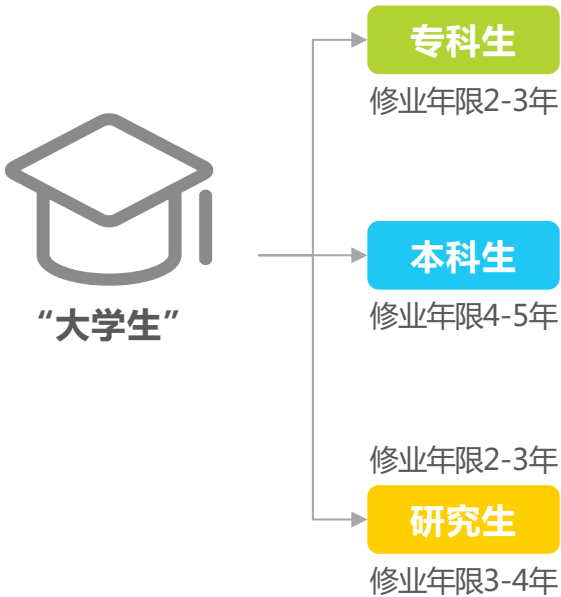
而在大学生心目中，新东方就像身边一位值得信赖的老朋友，勇于变革和创新，陪伴同学们的成长一路前行。顺应时代潮流，新东方从大学生最需要的课程和服务与对大学生有影响力的内容入手，依托近30年的教学积淀和丰富的教育资源，教学与服务覆盖四六级、考研、教师资格证、财会、专升本等各类考试，为中国4000多万大学生提供全套学习解决方案和就业指导。

宏观背景：大学生们的这个时代	1
人群洞察：这个时代的大学生们	2
产品服务：陪你遇到更好的自己	3

教育视角（1/2）

学历教育为主，包括专科生、本科生与研究生三类学历层次

本报告所谓“大学生”，特指正在接受普通高等教育或研究生教育还未毕业以及接受过这两类高等教育且已经毕业的一群人。从高等教育的学历层次来看，可将大学生群体分为专科生、本科生与研究生，其中，研究生可进一步分为硕士研究生与博士研究生。不同学历层次的高等教育对应不同的学业标准与修业年限，一定程度上影响着各类层次大学生的学习规划与发展预期。



中国大学生的学历层次及学业标准

专科教育应当使学生**掌握本专业必备**的基础理论、**专门知识**，具有从事本专业实际工作的**基本技能和初步能力**。

本科教育应当使学生**比较系统地掌握**本学科、专业**必需**的基础理论、基本知识，掌握本专业必要的**基本技能、方法和相关知识**，具有从事本专业实际工作和**研究工作的初步能力**。

硕士研究生教育应当使学生**掌握**本学科**坚实**的基础理论、系统的专业知识，掌握相应的技能、方法和相关知识，具有从事本专业实际工作和科学研究工作的**能力**。

博士研究生教育应当使学生**掌握**本学科**坚实宽广**的基础理论、**系统深入**的专业知识、相应的技能和方法，具有**独立从事本学科创造性科学研究工作和实际工作的能力**。

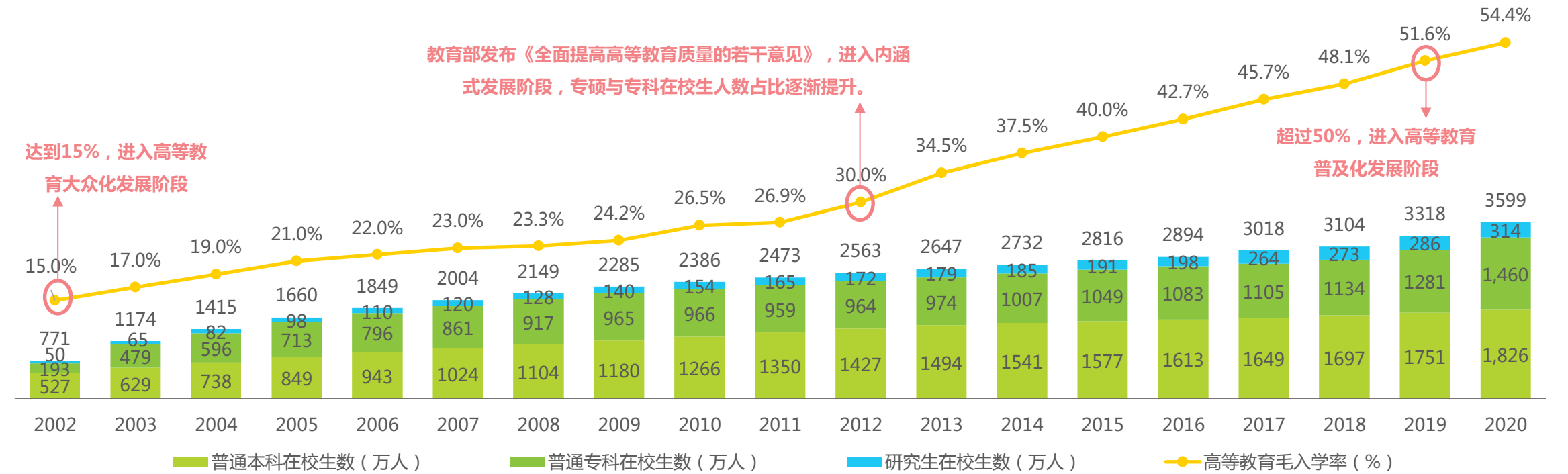
注释：成人高等教育及网络高等教育所对应的本专科学学生不在本报告研究范围内，不符合“大学生”的一般定义。

来源：《中华人民共和国高等教育法》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

走向普及化，在校大学生规模超3599万，毛入学率超过50%

进入21世纪，高等教育在校生人数大幅增长，毛入学率逐年攀升并于2002年达到15%，我国高等教育正式从精英化走向大众化。与此同时，过度扩招也带来了不少问题，例如高等教育质量下降、毕业生就业竞争激烈、应届生薪酬普遍偏低等。2012年，教育部发布《全面提高高等教育质量的若干意见》，明确提出公办普通高校本科招生规模将保持相对稳定，我国高等教育进入内涵式发展阶段，注重层次结构优化与教育质量提升。2019年，我国建成世界规模最大的高等教育体系，毛入学率首次突破50%达51.6%，这标志着我国高等教育进入普及化发展阶段。

2002-2020年中国在校大学生规模及高等教育毛入学率



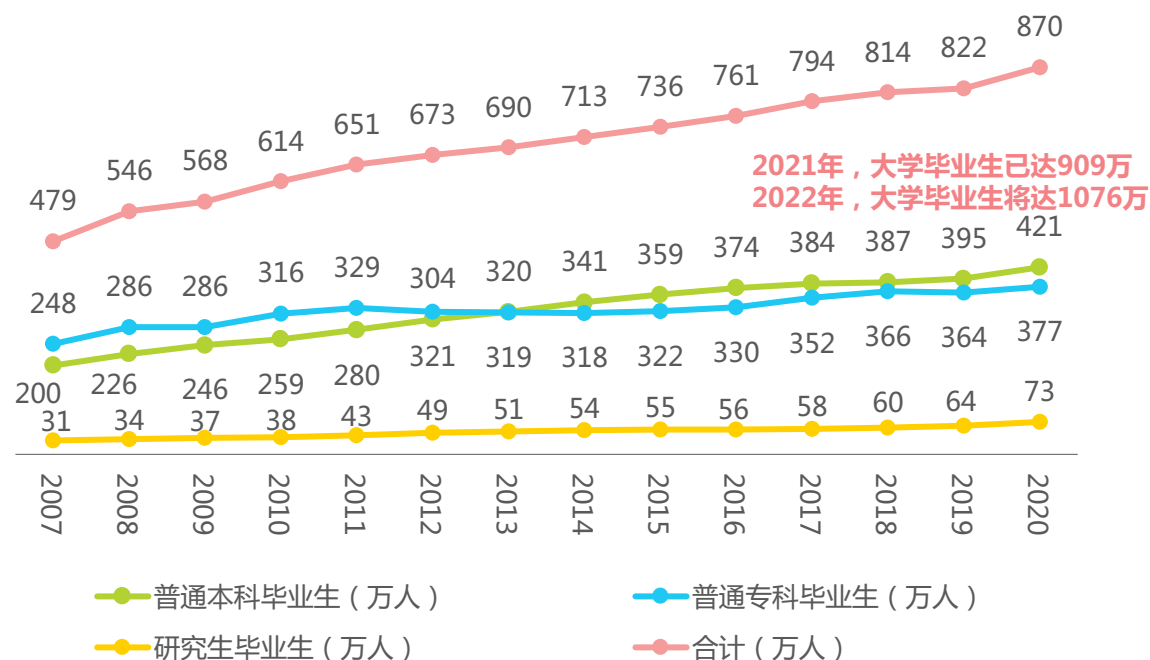
来源：教育统计年鉴，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

就业视角 (1/2)

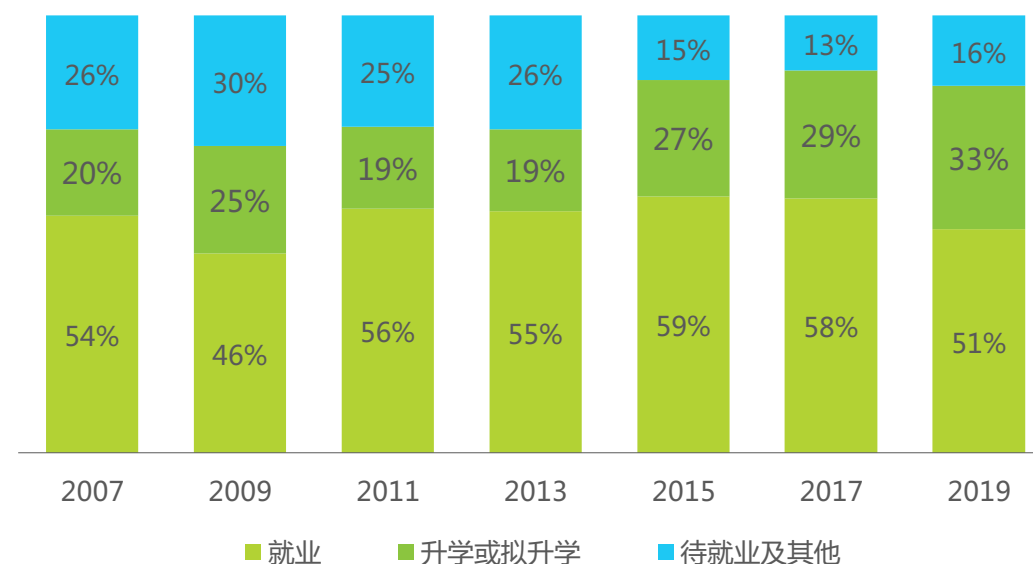
毕业生规模迈向千万，本科毕业生占比提升，升学意愿强烈

我国大学毕业生就业形势严峻。从需求端看，当前我国经济发展面临需求收缩、供给冲击和预期转弱三重压力，叠加疫情影响持续，市场用人需求存在不确定性，部分企业吸纳就业的能力下降。此外，就业的结构性矛盾尚未缓解，“就业难”与“招人难”并存，不同专业、行业和地区间用人需求差异大。从供给端看，大学毕业生规模逐年攀升，2022年预计达1076万人，同比增加167万人，规模和增量均创历史新高，就业竞争加剧。在此背景下，大学毕业生升学意愿强烈，根据北京大学教育经济研究所的调研，大学毕业生中选择升学的占比持续上升，至2019年该比重已超三成。

2007-2020年中国大学毕业生规模



2007-2019年中国大学生毕业去向



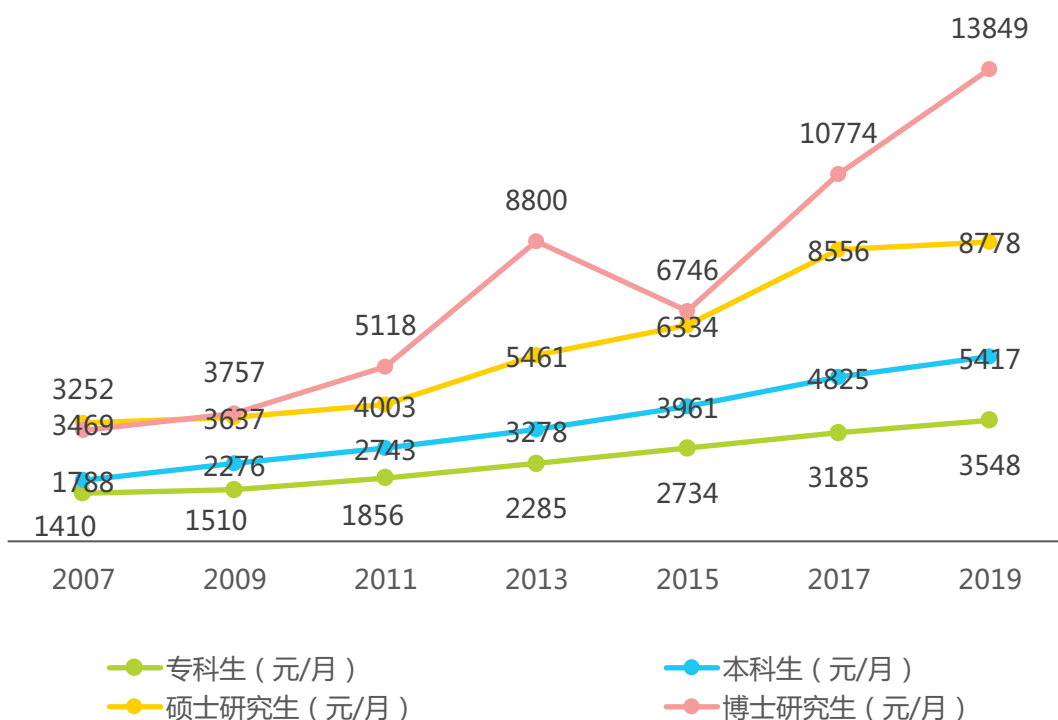
注释：本报告对原始文献所披露的数据进行了汇总处理，其中“就业”包括“已确定单位”、“自由职业”、“自主创业”和“灵活就业”，“升学或拟升学”包括“升学（国内）”、“出国/出境”和“不就业拟升学”，“待就业及其他”包括“待就业”、“其他暂不就业”和“其他”。来源：岳昌君《中国高校毕业生就业趋势分析：2003-2017》《2019年全国高校毕业生就业状况实证研究》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

就业视角 (2/2)

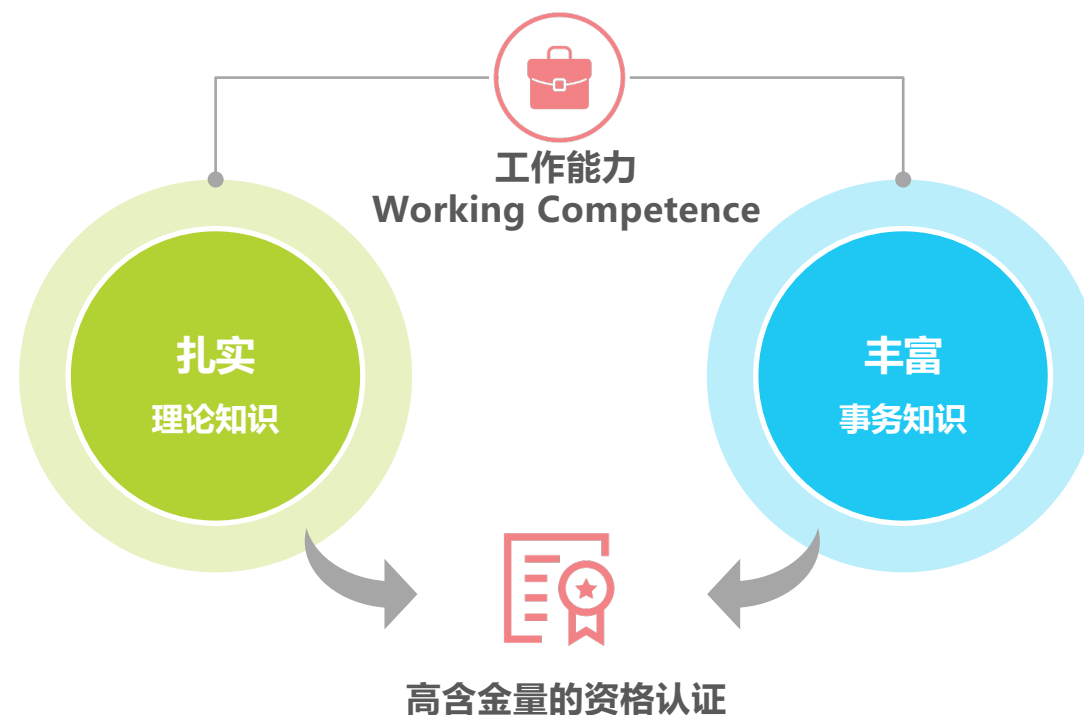
起薪与学历挂钩，高含金量证书是“求职硬通货”

起薪收入是影响大学毕业生工作满意度的关键指标。据调研，从绝对值来看，大学毕业生学历越高、起薪越高，对工作的满意度也越高，人力资本价值得以体现；从相对值来看，若以城市单位人员平均工资为基准，则研究生起薪普遍高于该基准，本专科毕业生的起薪始终不及平均水平、并逐年呈现出与平均水平差距越来越大的态势，高学历、高收入、高满意度已成为毕业生选择升学的另一驱动因素。从就业影响因素的角度来看，大学毕业生普遍认为，与就业关系越直接的因素影响越大，除了学历以外，大学毕业生需要积累包括资格证书在内的“求职硬通货”，以赢得企业更多的青睐。

2007-2019年不同学历层次大学毕业生平均起薪



大学生求职过程中指向工作能力的标签



来源：岳昌君《中国高校毕业生就业趋势分析：2003-2017》《2019年全国高校毕业生就业状况实证研究》，国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

行业视角 (1/2)

品类供给丰富，需求不断细分，市场相对成熟

围绕大学生学习与发展需求而诞生的培训产品及服务有20余年的发展史，在供需推动下行业逐渐成熟。从需求端看，大学生群体已从家长手中收回教育消费的决策权，产品及服务的使用、付费者合一，用户需求更加清晰，叠加培训效果验证周期短且指标明确，口碑效应显著，部分细分品类中已有个别机构充分占据了用户心智。从供给端看，外部环境的变化驱动产品创新与迭代，英语热、考研热、教资热、考证热等一系列热潮引领着品类供给的大方向，机构品类呈现出一定的同质化倾向。随着用户需求的不断细分，占领用户心智的大品牌有望通过打造一站式产品及服务，巩固行业头部地位。

中国大学生学习与发展的产品及服务分类



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_40417

