

留学发展趋势报告发布(精选5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

留学发展趋势报告发布篇一

根据2022《中国留学发展报告》统计，美国所接收的留学生人数最多，2019-2020年间有107万国际生在美留学；其次则是英国，有50多万国际生在英留学。

不过我们也能明显看出这两年赴美留学的人数确实大幅度减少，其中原因很多，但不可否认的就是，美国教育综合实力依旧世界第一。

英国作为仅次于美国的全球留学目的国，近年来留学人数增势明显，2020-2021年间其留学生人数增至60余万人，接近美国本土留学生人数的2/3。此外，法国、俄罗斯、德国等国家的留学生人数近两年也仍处于增势之中。

2022《中国留学发展报告》中表示，未来，有留学计划的中国学生有可能将目光投向留学环境及签证政策更为友好的地区，留学需求有可能向欧洲和亚洲地区转移。

□

疫情当下，全球留学仍然保持增长势头，而中国仍然是全球最大留学生生源国。2019年中国在海外高等教育机构留学的学生共1061511人，以超过第二名印度461792人近60万的数量稳居全球首位；同时印度出国留学人数增长迅速，在多个国家已接近甚至超过中国。

而且在留学目的地国开放边境并逐步放宽入境限制措施、高校开始恢复校园开放及面对面授课的趋势下，出国留学的积极性及人数将迎来反弹。不过像印度、越南等国家的出国留学人数同样也明显上升。如果大家出国后就会发现，留学生群体中除了中国人几乎都是印度人。可以说，未来留学竞争会越来越激烈。

留学发展趋势报告发布篇二

根据2022《中国留学发展报告》统计，最近几年，中国赴美国、加拿大、法国、德国、澳大利亚的留学生以攻读stem专业和商科、社会科学为主。

美国：中国留学生首选专业是数学与计算机科学，占比22.2%；

- 加拿大：中国留学生首选专业是工商管理，占比27.3%；
- 法国：中国留学生首选专业为人文学与语言学，占比高达39.6%；
- 德国：中国留学生首选专业为工程学，占比为压倒性的41%；
- 澳洲：中国留学生首选专业为管理和贸易，占比41.8%。

而根据上述专业对比可看出，计算机专业方面，美国有压倒性的优势；澳洲、加拿大的经管专业更受认可；德国的工程专业则是全球闻名；法国则无愧欧洲艺术文化中心之名。目前，中国留学生选择专业方向受到目的国签证政策的影响。

从去年开始以美国为首的五眼联盟国家一定程度上放宽了对stem领域留学的限制。考虑到工签续签的偏好，选择stem领域的留学生也不在少数。

留学发展趋势报告发布篇三

市场调查报告是开展一切咨询业务的基石，通过对特定行业的长期跟踪监测，分析行业需求、供给、经营特性、获取能力、产业链和价值链等多方面的内容，整合行业、市场、企业、用户等多层面数据和信息资源，为客户提供深度的行业市场研究报告，以专业的研究方法帮助客户深入的了解行业，发现投资价值和投资机会，规避经营风险，提高管理和运营能力。

什么样的市场调查报告才是合格的？

市场调查报告的核心目标主要有两点：

其一：让项目发起方自己明确项目运作模式与经营计划；

其二：用于引资或者企业长期发展战略规划

因此，市场调查报告的质量标准也要围绕有效实现这两个目标来衡量。

我们认为，一份合格的市场调查报告至少应注意以下几点：

- (1) 产品与服务介绍清晰准确；
- (2) 商业模式清晰
- (3) 目标市场分析清楚
- (4) 本项目的目标市场定位有效
- (5) 团队组合具有能实现计划书所称之目标的能力与要素
- (6) 资金运用合理，现金流分析令投资人信服

(7) 项目估值合乎行业规矩，要为投资人安排合理

(8) 项目风险分析详细，风险规避措施合理有效

(9) 文字处理精要准确，错误的地方要少，包装简洁大方，体现认真之精。

墙纸，也称为壁纸，它是一种应用相当广泛的室内装饰材料。因为墙纸具有色彩多样、图案丰富、豪华气派、安全环保、施工方便、价格适宜等多种其它室内装饰材料所无法比拟的特点，故在欧美、东南亚、日本等发达国家和地区得到相当程度的普及。

据调查了解，英国、法国、意大利、美国等国的室内装饰墙纸普及率达到了90%以上，在日本的普及率更是实现了100%。

日前□20xx年国际墙纸流行趋势发布会在北京国家会议中心举行。其中黑白元素色彩、花之时尚、蓝色海洋和纯色将是20xx年国际墙纸的四大流行趋势。

20xx年国际墙纸的四大流行趋势主要体现在，一、黑白元素色彩、霓虹灯色系，18-30岁的年轻人是其主流消费群体。这种风格更新潮，属于未来家装流行色之首，是在哑光的背景色上配以闪亮与明艳色彩。

克的氛围，置身于形态各异的花之海洋。大花重返时尚。用此风格墙纸装饰你的家，让消费者拥有一个舒适安逸的家，让每位置身其中的人感受被爱。经典与时尚的结合演奏出迷人的节奏。

三、“蓝色海洋”系列，丁克家庭尤其偏爱这个系列。这类型家庭经济独立、花费大笔资金用于购买时尚品牌。他们总是需要购买最新的产品。这种消费的主流色是海蓝色与青绿色。纯净、深邃、梦幻、活力成为新的主旋律。

四、纯色或叫单色系，其主流消费者是50岁以上的黄金消费群体。他们拥有社会上大量的财富，他们会进行大手笔的内部装修；他们偏爱质地精良的家居产品等，更注重绿色、环保、健康的墙纸等装饰材料。此类群消费者不仅需要家装在色彩和形式上卓而不凡，更需要一个宁静、雅致的品位生活，设计风格更稳重大气，极致之美。

《20xx年全球及中国墙纸市场研究报告》是目前墙纸领域最专业和最全面系统的深度市场研究报告。报告首先介绍了墙纸的背景知识，包括墙纸的相关概念、分类、应用、产业链结构、产业概述，国际市场动态分析，国内市场动态分析，宏观经济环境分析及经济形势对墙纸行业的影响，墙纸行业国家政策及规划分析，墙纸产品技术参数，生产工艺技术，产品成本结构等；接着统计了中国主要企业墙纸产能产量成本价格利润产值利润率等详细数据，同时统计了这些企业墙纸产品客户应用产能市场地位企业联系方式等信息，然后对这些企业相关数据进行汇总统计和总结分析，得到中国墙纸产能市场份额，产量市场份额，供应量需求量供需关系，进口量出口量消费量等数据统计，同时介绍中国墙纸2009-20xx年产能产量售价成本利润产值利润率等。

留学发展趋势报告发布篇四

中国的学生在毕业之后会承受巨大的就业压力，但如果说有留学经历，那么孩子的自身竞争力后劲就会更加强。

学生去国外留学，那么自身的英文程度就可以达到国内英语系毕业生的水平，实际运用的能力也会增强很多。

学生们可以根据将来要就读大学的专业和兴趣来选择课程，不仅调动学习的积极性，而且更容易获得高分。

学生在国外留学期间锻炼了独自生活的能力，那么这对于适应社会有很大的帮助。

留学发展趋势报告发布篇五

调查方法分成两部分：第一部分为全国性大样本消费者网络调研，将全国分为七区，以15-44岁的消费者为调查对象，共收集2520份有效问卷。主要调查涉及金融危机下，消费者支出型态的改变与不同餐饮趋势主题的关心程度。第二部分为协会餐饮业态会员的调查，共收集76份有效样本。涉及中式正餐、快餐、西式正餐、快餐、火锅、咖啡、休闲饮品等业态的代表性连锁企业，针对未来经济景气预测，采取的经营策略等。

自2019年国际金融危机爆发后，全球陷入一个低迷的经济景气中，许多大型的国际公司都陆续倒闭/重整。现在经过半年多的经济影响，我们的调研发现：

1. 相比其它行业，餐饮受金融危机影响有限

就食/衣/住/行/娱乐/奢侈品类别的产品消费中，消费者因金融危机影响而降低支出其中奢侈品/金融产品影响最大，其次是娱乐/衣/行/3c产品，民生必需品及电信影响不大。食的部分，因为不同类别的餐饮受影响程度不同，介于影响不大到有影响之间。

2. 西式/高价位的餐厅比中式/低价位的餐厅受影响大

从餐饮类型来看，发现西式餐厅受到影响最大，其次是有特色的异国料理，接着是咖啡饮料及中式餐厅。低价、有品牌的零售食品影响最小，高价位的商品受影响最大。

3. 餐饮业在华南地区受影响最大，其次是华中/华东地区

以区域性来看，不论哪一种餐饮类别，华南地区受到影响最大，华中/华东影响次之。这与区域经济发展类型有关，东

南沿海地区以外向型经济发展为主，受国际金融危机影响最大，中西部地区相对受波及较小。

4. 连锁企业以稳固中档次消费群及餐饮组合的差异化方式渡过危机

在会员方面的调查显示，有36%和28%特色、西式餐厅的经营策略是采更积极的逆势投资方式，继续增开新店，提高销售额。反而受影响较小的中式、咖啡馆业态扩张趋势放缓，分别只有21%和14%。

但不论企业是采取积极或保守的扩张经营策略，面对经济危机大多是以稳固中档次消费群及增加餐饮组合的差异化来渡过难关。其中低价位的餐厅会更重视餐饮组合的差异化，高价位的餐厅则是着重固守既有的消费群，有些还会兼顾中价位的消费群体。

5. 受经济危机影响，企业销售额、毛利多数处于停滞或下降

调查显示，因受累当前经济环境影响，使八成原处于销售额快速增长的餐饮企业速度明显放缓或趋于停滞，甚至有约四成的企业呈现销售额下降的现象，只有不到二成的被调查者表示能维持销售额持续增长。与此同时，原材料、劳动力、房租等成本有所下降，但由于销售额下降幅度较大，使得毛利还是呈现下降的趋势。

6. 国内经济景气度已开始复苏

超过九成的被调查者认为国内此次金融危机已经到谷底了，今年下半年景气度应该会持平并逐渐回暖。其中64%的咖啡馆经营者最看好下半年的景气度，其次是西式餐厅、特色餐厅和中式餐厅。

为应对金融危机影响，餐饮组合差异化可帮助餐饮连锁企业

降低产品成本，并吸引消费者增加销售额。通常餐饮组合可根据食用时机、消费族群、流行议题这几个方向来强化差异性。

1. 食用时机

不论是何时食用，营养/卫生/价格是消费者的基本需求。除此之外：

早餐时，消费者会特别需要购买方便及烹调快速的产品，大多消费者都是外带早餐，不会花太多时间在享受早餐。

午餐时，对上班族而言是填饱肚子，补充工作活力的泉源，因此，消费者特别重视午餐的份量及购买地点的便利性。

晚餐不同于早餐和午餐，消费者愿多花一点时间、金钱在晚餐上慰劳自己或朋友聚会，特色的产品提供更符合消费者需求，同时，消费者会要求晚餐要色香味俱全。

图5：消费者食用时机特点：

2. 消费族群

消费者可分为四大族群：忙碌族(31%)、diy族(25%)、享乐族(22%)、饕餮族(22%)。这四群特性分别为：

饕餮族：15-29岁年轻人为主，常用美食犒赏自己，喜欢自助餐的餐厅，认为用餐时，联络感情/感受气氛比食物本身更重要，请客时浪费一点也无所谓。

根据这些族群的属性，其餐饮组合差异化特点如下：

享乐族- 以美艳新奇为诉求的餐饮；diy族- 以健康有机为诉求的餐饮；

饕餮族 - 以份量为诉求的餐饮；忙碌族 - 以简捷快速为诉求的餐饮。

3. 流行议题

(1) 超过八成的消费者对餐厅的清洁卫生、服务员态度都越来越重视。因此，经营者除了关注产品品质外，还要更重视人员的培训。

(2) 有机食品、再生素材、绿能概念的装潢设计是有潜力和吸引力的，因为超过七成的消费者对养生、环保的关注度持续增长。

(3) 以养颜/美容为题材或针对老年族设计的餐饮也颇具潜力，因为有六成左右的消费者对这些议题的关注度在增长。

1. 相比其它行业，餐饮业受金融危机影响有限。其中西式、高价位的餐厅受影响比中式、低价位的餐厅大，华南地区受影响大于华中、华东地区。

2. 受经济危机影响，73%消费者消费减少奢侈品、金融产品的支出，65%消费者减少娱乐、衣、行、3c产品支出，民生必需品及电信影响不大。食的部分，因为不同类别的餐饮受影响程度不同，介于影响不大到有影响之间。

3. 受累当前经济环境，餐饮企业普遍销售额、毛利率双双下滑，使80%原处于销售额快速增长的餐饮企业速度明显放缓或趋于停滞，甚至下降，只有不到20%的被调查者表示能维持销售额持续正常增长。

4. 餐饮连锁企业普遍放缓扩张，以稳固中档次消费群及研究餐饮组合的差异化方式渡过危机。

5. 超过90%的被调查者认为国内此次金融危机已经到谷底了，

今年下半年景气度应该会持平并逐渐回暖。其中64%的咖啡馆经营者最看好未来经济。