

2017年中国高考志愿 填报专题研究报告

2017 China Application For University
Special Research Report



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与高考志愿填报者进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

目录

1 / 2017年高考志愿填报市场发展现状

2 / 2017年高考志愿填报主要存在问题
分析

3 / 2017年高考志愿填报市场商业模式

4 / 2017年高考志愿填报市场未来发展
趋势预测

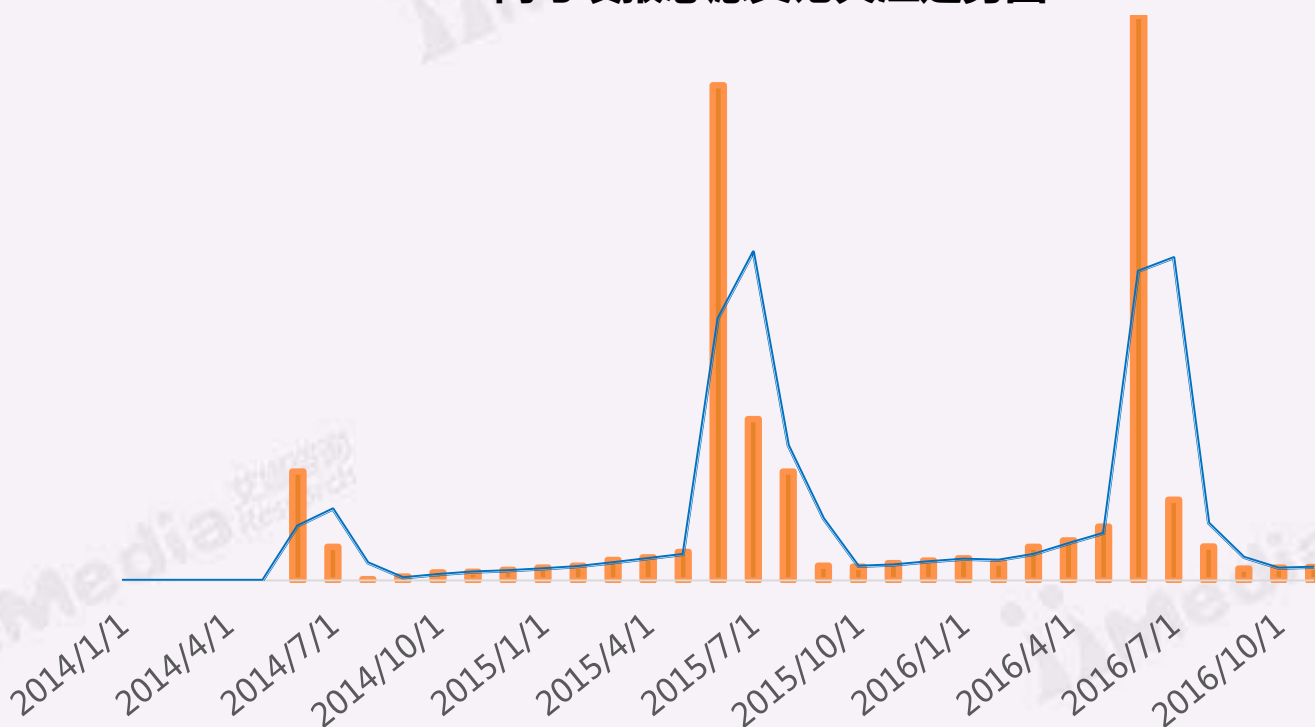
巨大需求催生填报志愿咨询市场

高考志愿填报——百亿市场潜力

教育部2017年公布数据显示，2017年全国参加高考人数约940万人，其中有约650万人能够被大学录取，而报考本科志愿有职业规划需求的学生大概有320万人左右，高考志愿填报拥有巨大的市场。艾媒咨询分析师认为，高考高招改革将催生出上百亿的市场规模，市场潜力巨大。

2014-2016高考填报志愿舆论关注走势上升

2014-2016高考填报志愿舆论关注走势图



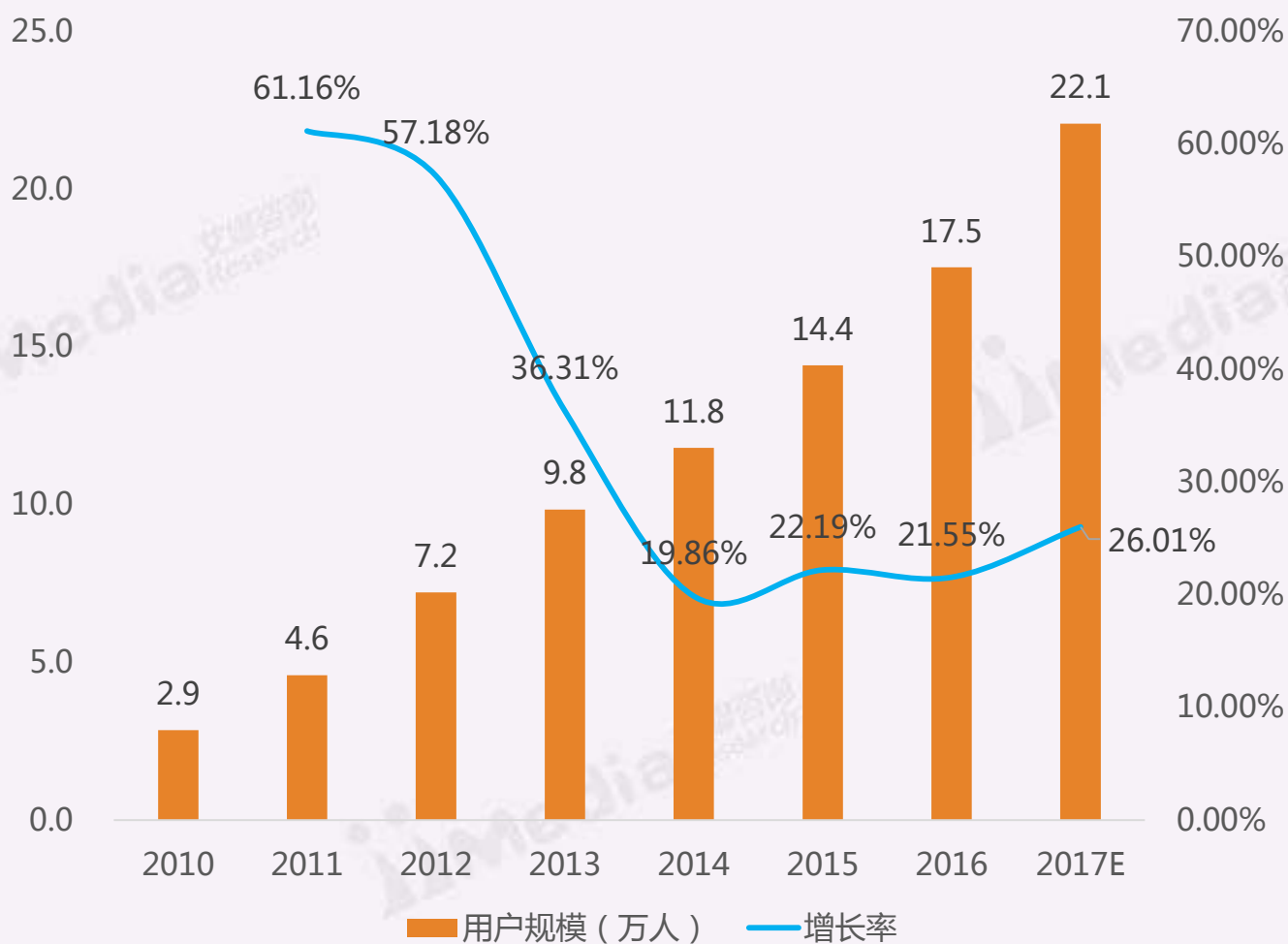
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2014年关于高考填报志愿舆论搜索热度相对冷淡，从2015年开始志愿填报舆论热度直线上升。可以看出，市场上对志愿填报的关注程度变高且持续增长。艾媒咨询分析师认为，高考新政出台催生大量报考服务需求，同时高考学生人数变动趋于平稳，从2011年至今高考人数每年均超过900万，市场基数稳定。高考报考行业市场空间广阔，对于教育类企业来说是个不容错过的抢夺“蓝海”市场的机会。

高考志愿填报付费用户占比不足3%

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年中国高考志愿填报付费用户规模预计达到22.1万人, 较2016年增长26.01%, 用户规模增长率自2014年开始波动回升, 目前增长率有继续提高的趋势。

艾媒咨询分析师认为, 2017年高考志愿填报付费用户占当年高考生总数尚不足3%, 整体看来比例甚低。随着高考高招改革推动, 志愿填报越发受到考生与家长重视, 志愿填报市场需求量增大, 巨大用户基数仍需挖掘。加之人工智能和大数据技术的进步, 将推进高考志愿填报服务内容和质量, 吸引用户消费, 用户规模将继续扩大, 市场竞争将会更加激烈。

2010-2017高考志愿填报付费用户规模及预测

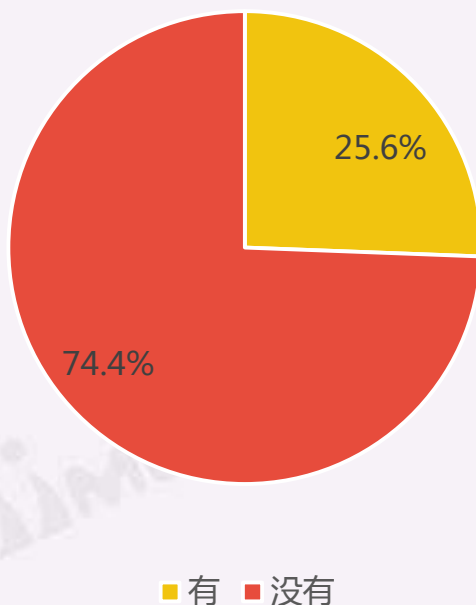


数据来源: 艾媒北极星 (截至2016年12月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测)

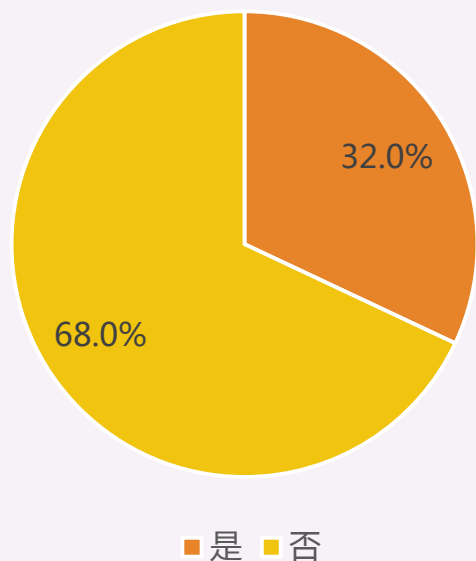
艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权, 严禁篡改、转售等侵权行为

志愿填报市场教育力度待加强

2017年高考生是否有明确报考目标专业情况



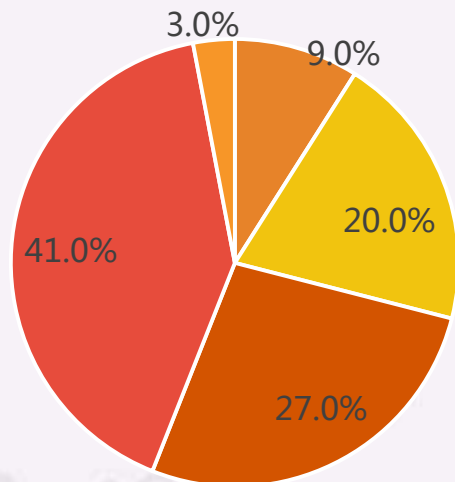
2017年高考生对所填报专业了解分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 70%以上考生不明确目标专业, 60%以上考生不了解所填报的专业。艾媒咨询分析师认为, 不明确及不了解专业的考生占据大多数意味着在市场上需要咨询服务的潜在客户仍十分巨大, 未来, 各市场竞争者应加大市场推广力度, 加强市场教育, 进而抢占客户资源。

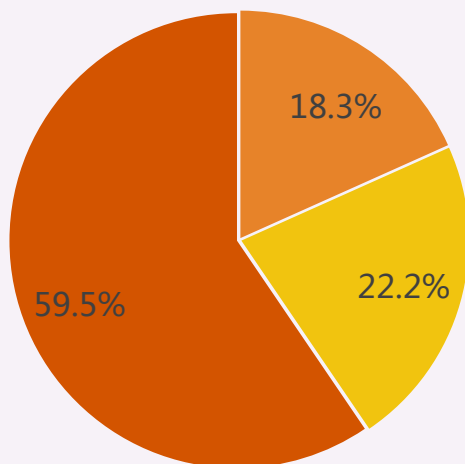
近六成意向消费群体有待市场挖掘

2017年高考生专业选择影响因素分布



■ 直觉 ■ 家长或朋友推荐 ■ 就业前景 ■ 兴趣爱好 ■ 其他

2017年高考生选择志愿填报咨询辅导意愿分布



■ 会 ■ 不会 ■ 有意向

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 考生在选择专业时, 更偏向于兴趣爱好和就业前景两个因素。另外, 只有18.3%考生会选择报考辅导, 将近60%考生有意向但不了解情况。艾媒咨询分析师认为, 虽目前考生选择付费咨询占比较低, 随内容付费、知识付费市场趋势深化, 更多消费者愿意为优质内容买单, 这将会带动高考志愿填报市场变现能力, 使更多有意向咨询的考生转化为消费者。

高考考生填报志愿咨询渠道

高考填报志愿受重视程度高，咨询渠道从线下转向线上

随着互联网发展，考生和家长获取志愿填报信息渠道增多，信息量增大，其报考咨询渠道逐渐由线下转为线上，网络信息搜索和在线教育机构成为考生和家长主要咨询渠道。随着市场需求越来越大，各大教育机构、信息网站以及教育类APP平台开始提供填报志愿咨询服务和产品，开启了志愿填报市场的争夺。

高考志愿填报渠道对比

咨询老师、前辈

老师和前辈的经验是考生宝贵的咨询资源。考生能得到常识性、通用性的答案，但通常主观性比较强，缺乏针对性和专业性

网络信息搜索渠道

教育部开设的“阳光高考信息平台”，各省招生考试信息网、各高校招生网站等是考生主要信息获取渠道之一

传统渠道

V
S

新兴渠道

线上线下教育机构咨询

教育机构如新东方、学而思，除了提供考前辅导，也开拓了考后报考咨询。为考生提供更专业、个性的服务。收费也十分昂贵

APP大数据智能推荐

目前市场上出现有报考咨询服务商如完美志愿、高考帮、乐学高考志愿等，利用大数据分析为考生提供估分、智能填报志愿、查看各校信息等服务

高考志愿填报市场存在问题

信息不对称

高考填报志愿是考生间相互影响的行动。当考生做决策时，无法得知他人决策，加之每个人掌握信息程度存在差异，造成信息不对称现象。在信息不对称情况下，掌握信息量较多的一方将占据相对优势。

不确定性

高考填报志愿是个博弈的过程，不确定性高，不同的高考分数区间对志愿填报有不同程度的影响。尤其是成绩中游的考生，填报志愿不确定性会更高。同时，大部分考生和家长在如何获取数据和如何使用数据方面存在着许多误区，只能靠简单的心理分析来填报志愿，进而增加高考志愿填报不确定性。

盲目性

由于考生和家长了解的信息有限，缺乏对报考专业和学校全面认知，盲目追求热门专业，造成专业选择扎堆现象。另外，网络信息搜索渠道信息量过于庞大和杂乱，考生和家长缺乏相关的信息搜索能力和过滤信息能力，容易被虚假信息误导，反而加剧填报志愿盲目性。

缺乏针对性

不同考生之间的志愿填报需求存在一定差异。目前大部分线上咨询渠道难以考虑到每个考生的主观因素如：考生性格、潜在兴趣、就业偏好等。而这些因素往往是考生填选志愿的主要依据。若企业缺乏这方面的考量会使得提供给考生的咨询方案缺乏针对性。目前，多数报考咨询服务商提供通用性内容，未能满足考生和家长个性化需求。

志愿填报新兴咨询渠道应运而生

志愿填报市场需求不断增大且越发个性化，传统报考咨询渠道已经无法满足市场庞大的需求。新兴报考咨询渠道，作为市场竞争者的砝码应运而生。

在线教育机构专家咨询渠道

在线教育机构如新东方、学而思，依靠自身强大的考前辅导实力和庞大的学生资源，继而拓展考后报考咨询业务，形成考前辅导+考后咨询连贯性运营模式。教育机构聘请大量高考志愿填报专家，从估分、性格、兴趣、就业等因素出发，为考生提供个性化的咨询服务。

网络直播咨询渠道

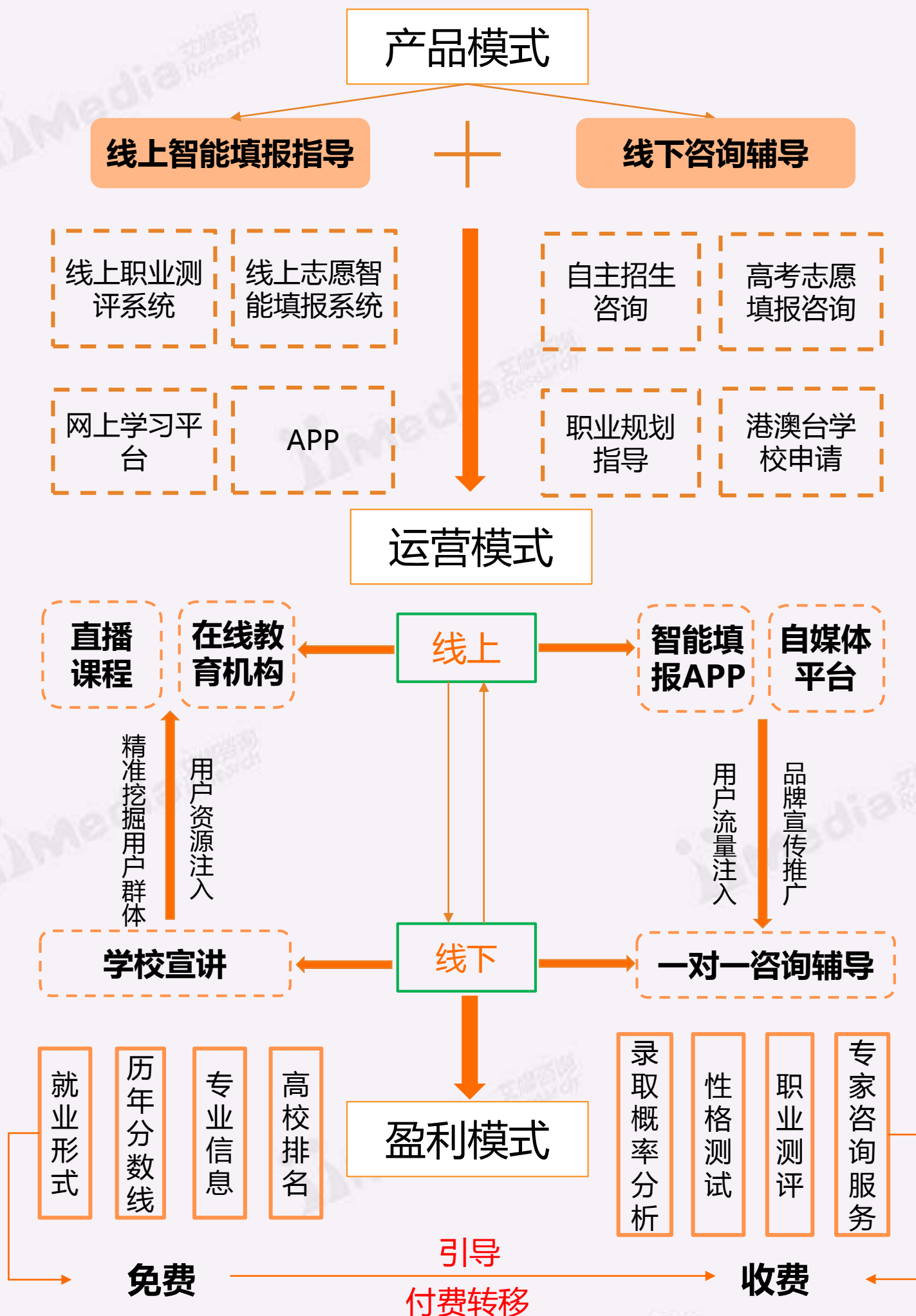
市场出现有直播平台与在线教育平台联手合作打造的“名师高考直播”新形式。为考生分享高考填报志愿信息，实现升学咨询大众化和普及化，让考生和家长免费接收报考信息。

高考志愿类APP

依靠大数据技术计算海量信息，整合高校就业数据和培养人才的真实产出数据智能推荐匹配院校和专业，加上职业测评等功能有效节省考生时间和精力，以快速精确的方式帮助考生填报志愿，辅助考生完成个人职业生涯规划。

艾媒咨询分析师认为，传统报考咨询渠道弊端与志愿填报市场问题矛盾的激化催生出新兴报考咨询渠道。人工智能和大数据分析技术的进步加剧新兴报考咨询渠道创新和发展。未来，新兴渠道将会代替大部分传统渠道，成为考生和家长主要咨询方式。

高考志愿填报市场商业模式



2017高考志愿填报市场解析及预测

大数据分析技术有效助力考生精准报考

高考志愿填报市场信息量非常巨大且持续递增，结合大数据分析技术处理海量信息是必然趋势。通过大数据分析各大高校近10-15年录取数据，采用模型算法为各地考生带来精准报考推荐，丰富考生报考选择，解决考生盲目性、信息不对称等问题。艾媒咨询分析师认为，大数据仅作为工具提供共性的参考答案，考生应根据自身实际情况填报志愿，切忌盲目依赖大数据。

人工智能进军志愿填报市场，是机遇也是挑战

通过人工智能技术对学生倾向专业进行匹配，包括计算该专业与该学生职业规划的相匹配程度。艾媒咨询分析师认为，人工智能是志愿填报咨询服务的未来方向，但也存在人工智能难以企及的地方如：学生潜在性格特征和兴趣点、学生偏好城市、大学所在城市在国内外的认可度等主观因素。

丰富考生多元化测评，加强咨询机构变现能力

目前志愿填报市场规模已经形成，发展关键在于提高变现能力。现在大部分用户在移动端的支付习惯已养成，更有相当一部分人愿意为优质内容和数据的精准买单。艾媒咨询分析师认为，要提高考生测评内容和方式多元化，提高预测精准性，打造“数据+评测+产品”连贯性优质服务，加强变现能力。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

全媒体舆情预警分析引擎 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

We focus on New Economy!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的新经济行业
大数据挖掘与分析机构