

机密

中国海外大学课程辅导行业 白皮书

版权所有©2025 弗若斯特沙利文。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

2025年10月



1

中国海外大学课程辅导行业综述

2

中国海外大学课程辅导行业产业链

3

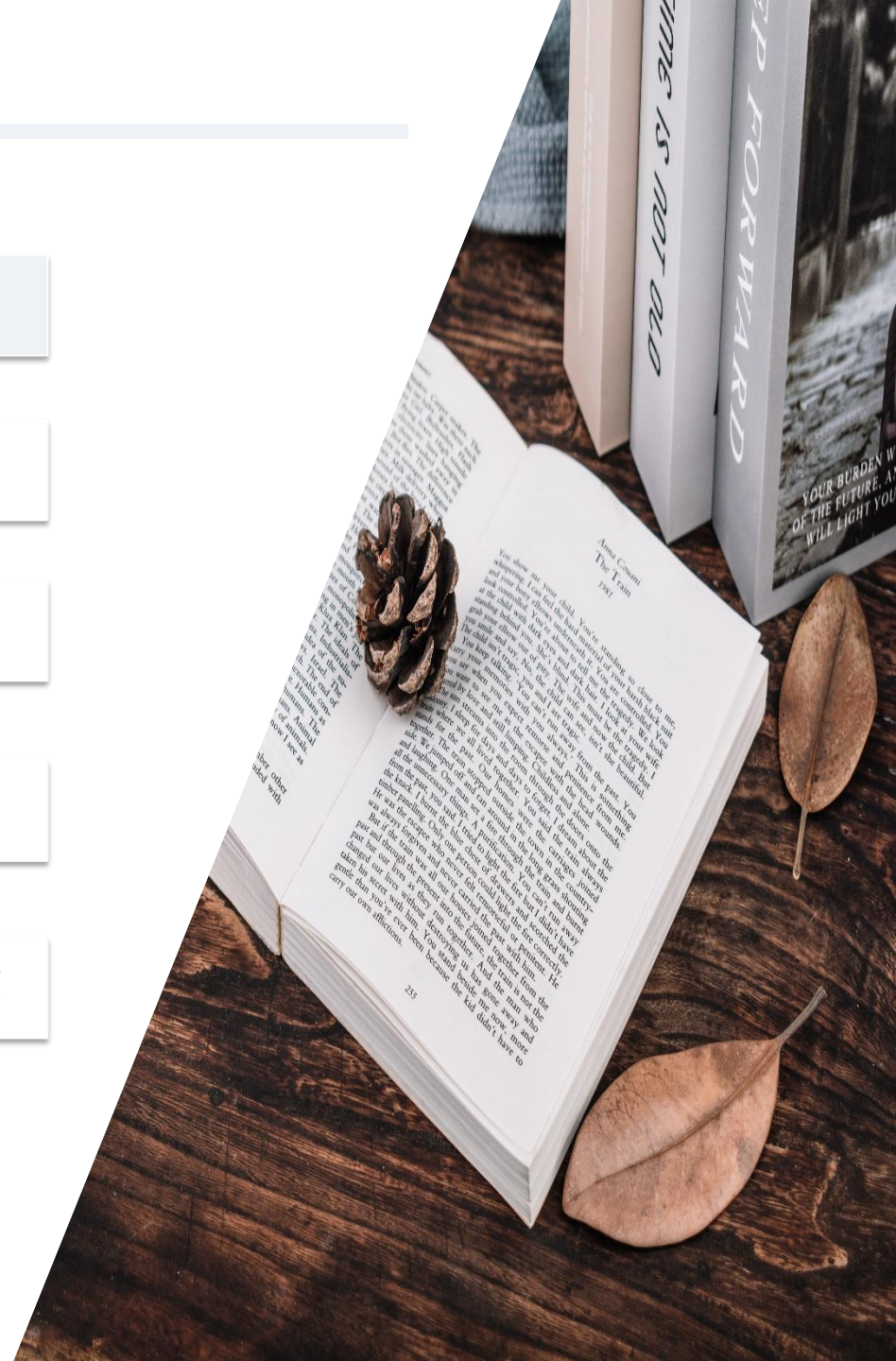
中国海外大学课程辅导行业消费者画像

4

中国海外大学课程辅导行业驱动因素及发展趋势

5

中国海外大学课程辅导行业竞争格局及标杆企业案例



■ 中国海外大学课程辅导定义

中国海外大学课程辅导是指开设在中国的面向在海外高等教育机构就读的中国留学生，为其提供学术支持与课程辅导的服务，旨在帮助留学生适应海外大学教育环境、提升学术表现

海外大学课程辅导定义

■ 中国海外大学课程辅导是指开设在中国的面向在海外高等教育机构就读的中国留学生，为其提供学术支持与课程辅导的服务，旨在帮助留学生应对因语言障碍、学习内容与方式差异、学术要求差异等原因产生的学习问题，从而达到帮助留学生适应海外大学教育环境、提升学术表现的目的。

中国留学生存在课程辅导需求

海外大学课程辅导服务应运而生



学习内容与方式差异造成学习困难

学习内容方面，由于部分学生在申请海外大学时选择跨专业学习，或在留学期间选择转专业，且其在新专业领域基础较为薄弱，导致此类学生在留学期间更易产生学习困难等问题。

教学方式方面，受文化差异等因素影响，欧美等发达国家较为倾向于开放式教学，导致部分学生因较难适应新的教学方式产生学习困难等问题。



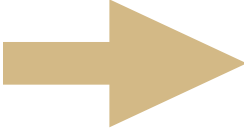
语言障碍造成学习困难

由于语言考试知识与实际大学学习期间所需掌握的语言知识之间存在较大差异，导致部分学生在通过IELTS、TOEFL等语言考试后仍较难适应外语环境下的学习生活。特别是留学地为德国、法国等非英语母语国家和地区的留学生，更易产生因语言障碍导致的学习困难。



学术要求差异造成学习困难

不同国家和地区及不同学校在学术要求和标准方面存在一定差异，使得部分学生在初次进入该大学并进行论文撰写时易产生格式错误等论文撰写方面的问题。



在进行海外大学课程辅导前，学生需要与辅导机构提前沟通，确认机构的辅导服务是否覆盖学生所在院校。确认后学生可自由选择辅导内容及辅导模式

选择辅导内容

选择辅导模式



学生根据自身需要，选择辅导内容，包括课程辅导、作业辅导、考试辅导、论文辅导



学生根据自身需要，选择辅导模式，包括线上/线下，以及1V1/小班课

中国海外大学课程辅导服务行业发展背景

中国海外大学课程辅导服务行业正处于快速发展阶段，地缘政治和宏观经济因素推动留学目的地多元化，同时行业从业人员数量不断增加，但师资质量参差不齐、行业规范尚不完善的问题依然突出

中国海外大学课程辅导服务行业发展背景

留学趋势变化



- ◆ **地缘政治因素显著影响中国学生的留学选择：**中美关系的波动导致赴美留学人数持续下降，部分学生转向英国、加拿大、澳大利亚及欧洲等其他热门留学目的地。同时，一些国家通过放宽签证政策和提供更多就业机会，增强了对中国留学生的吸引力，推动留学目的地的多元化发展。
- ◆ **宏观经济环境变化重塑留学需求：**留学的投资回报率越来越成为热门话题。学生和家长更加注重通过辅导提升学业成绩，缩短学习周期，并倾向选择与职业发展紧密相关的课程，以提高海外就业竞争力。

■ 中国海外大学课程辅导服务行业正处于快速发展阶段，受到留学趋势变化和从业者结构双重影响。地缘政治和宏观经济因素推动留学目的地多元化与课程需求实用化，促使学生和家庭更加关注学业成绩和职业竞争力提升。与此同时，行业从业人员数量虽不断增加，推动市场扩容，但师资质量参差不齐、行业规范尚不完善的问题依然突出。

从业者结构



- ◆ 随着中国海外大学课程辅导服务行业发展壮大，从业人员数量也持续增长。**师资水平和服务质量参差不齐的问题日益突出**，部分机构存在教学能力不足、服务体验不佳等现象，影响了整体行业的信誉和口碑。
- ◆ **行业规范和监管体系尚不完善，缺乏统一的资质认证和质量标准**，导致市场竞争无序且良莠不齐。加强行业自律与监管，建立科学的评价机制和服务标准，是提升整体服务水平、保障消费者权益和促进行业健康发展的关键。



留学趋势及发展快速变化



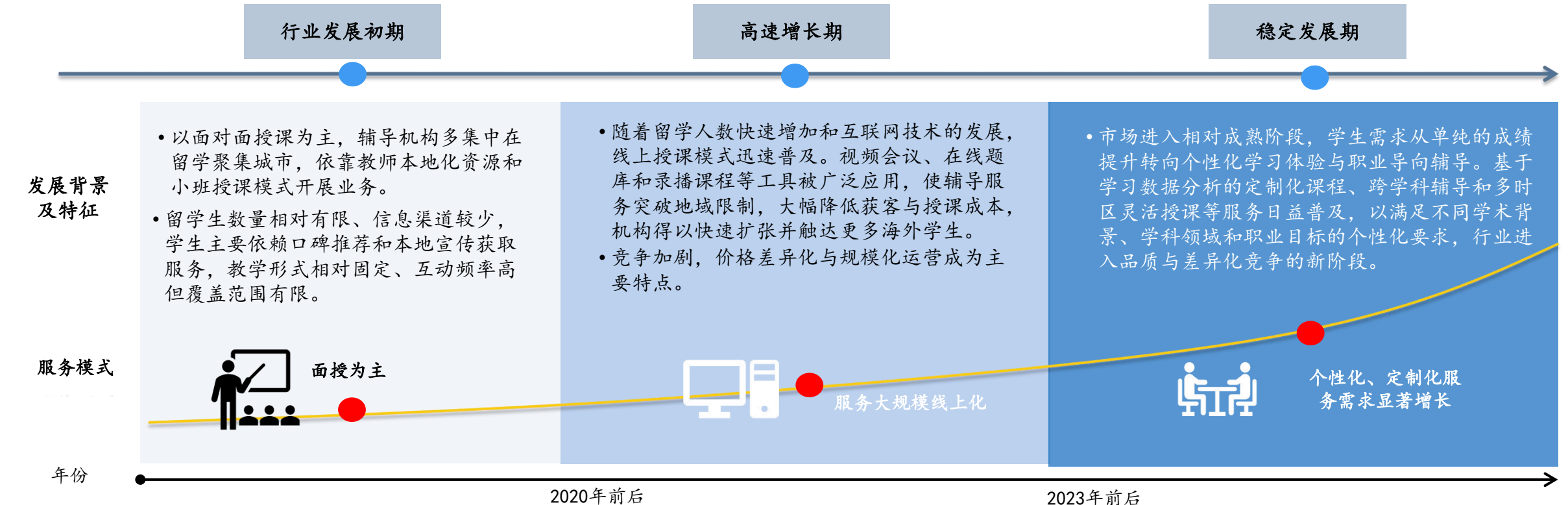
从业者结构尚未成熟

中国海外大学课程辅导行业发展现状——服务模式演变

依托互联网及留学生学习模式和习惯改变，中国海外大学课程辅导行业在2020年前后实现了服务模式的规模化线上化，随后步入稳定发展期，服务模式进一步演变，留学生个性化与定制化需求显著增长

中国海外大学课程辅导服务模式演变

中国海外大学课程辅导服务模式经历了从早期以本地化、小班制为主的线下授课，到高速增长期依托互联网及留学生学习模式和习惯改变而实现的大规模线上化，再到稳定发展期聚焦个性化与定制化需求的演变过程。行业在技术进步、留学规模扩大及学生需求多元化推动下，服务模式不断演进，服务内容也进一步革新，从地域受限的高接触服务逐步迈向高效率、差异化竞争的新阶段。



■ 中国海外大学课程辅导行业发展现状——服务内容拓展

随着行业发展，中国海外大学课程辅导服务内容从早期单一的课内辅导，逐步拓展为涵盖课前预习、课后复习及学业风险应对的全周期、综合化学业保障体系

中国海外大学课程辅导服务内容拓展

■ 中国海外大学课程辅导服务内容早期以课内辅导为核心，主要帮助学生理解课堂知识、完成作业和备考，侧重弥补语言与学术基础差距；中期在留学人数增长与学科难度加大的背景下，服务链延伸至课前预习与课后复习，形成全流程学习管理模式，提升学业表现的持续性与稳定性；稳定发展期则在此基础上进一步加入学业风险应对，包括学术申诉、延期申请、申辩辅导等，帮助学生应对挂科、警告等高风险情况，构建起集学业提升、合规指导与心理支持于一体的综合保障体系。

服务内容持续拓展



课内辅导
服务结构相对简单

主要集中在帮助学生理解课堂知识、完成作业和备考，重点是弥补语言与学术基础差距。由于留学生数量较少、学业支持渠道有限，机构以单一的课内辅导满足基础学业需求

基础学业补足



课内辅导
+ 课前预习、课后复习等
学生系统化学习支持的需求上升

服务链延伸至课前预习和课后复习，帮助学生提前掌握课程重点并巩固学习成果，从单点式辅导升级为全流程学习管理，提高学业表现的可持续性

全流程学习管理



课内辅导 + 课程相关辅导
+ 海外学业风险应对
从基础支持向全方位学业保障的升级

在市场成熟期，学生需求不仅限于学习支持，还扩展到学业风险管理，如学术申诉、延期申请等，以应对学术警告等高风险情况，服务内容由单纯学业提升转向“学业+合规+心理支持”的综合体系

综合化学业保障

中国海外大学课程辅导行业发展现状——服务范围

在市场需求推动下，目前中国海外大学课程辅导行业服务范围已基本实现对美、英、澳、加等主要留学国家和地区及其知名院校的全覆盖，且逐渐向欧洲、马来西亚等新兴留学国家和地区扩张

中国海外大学课程辅导服务覆盖国家及院校

服务范围	服务覆盖情况*
美国	➢ 目前行业能为在哈佛大学、耶鲁大学等50余所美国院校中学习的中国留学生提供课程辅导服务。
	➢ 对QS200**的美国院校覆盖率≥ 94.7%（QS200中美国院校共38所）
英国	➢ 目前行业能为在帝国理工大学、剑桥大学等70余所英国院校中学习的中国留学生提供课程辅导服务。
	➢ 对QS200的英国院校覆盖率≥ 96.3%（QS200中英国院校共27所）
澳大利亚	➢ 目前行业能为在悉尼大学、墨尔本大学等10余所澳大利亚院校中学习的中国留学生提供课程辅导服务。
	➢ 对QS200的澳大利亚院校覆盖率≥ 93.3%（QS200中澳大利亚院校共15所）
加拿大	➢ 目前行业能为在多伦多大学、麦吉尔大学等20余所加拿大院校中学习的中国留学生提供课程辅导服务。
	➢ 对QS200的加拿大院校覆盖率为100.0%（QS200中澳大利亚院校共11所）
其他服务国家和地区	➢ 除美、英、澳、加外，行业也能为在新加坡、新西兰、马来西亚等国家留学的中国留学生提供课程辅导服务。

*注：服务覆盖情况参考路觅教育、考而思教育、万能班长等机构官网

**注：QS排名为2024年最新公布排名

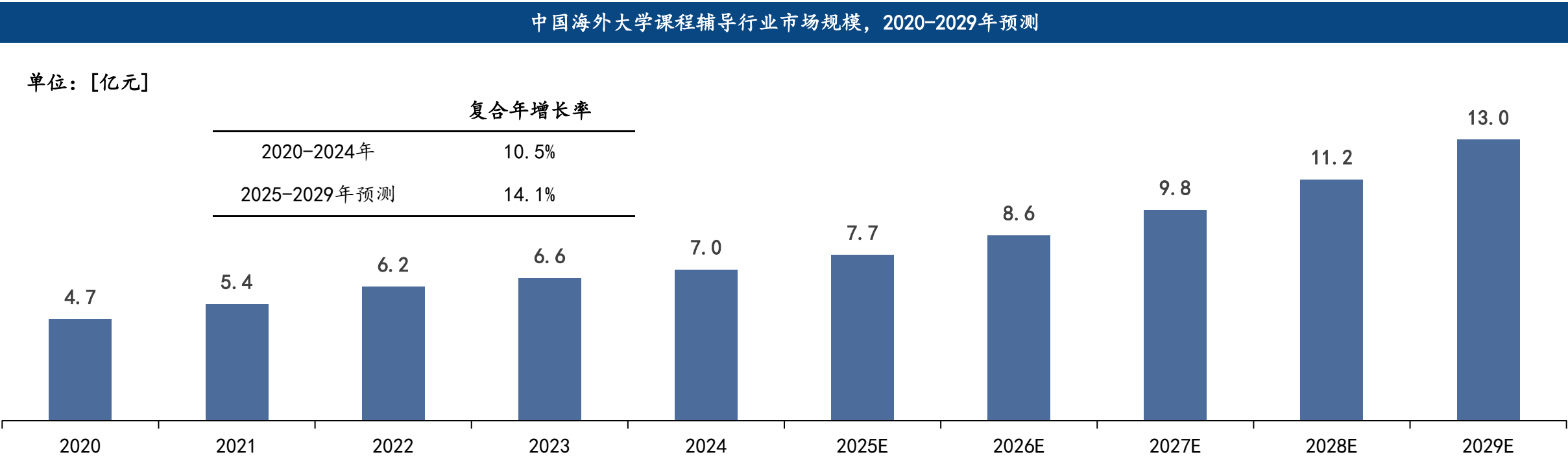
■ 美、英、澳、加四国教育资源较为丰富，国家发展水平较高，是中国学生主要留学地和意向留学地，也是海外大学课程辅导行业主要布局国家。目前在美国等四国的中国留学生人数占中国留学生总人数超60%，且美国和英国的知名院校较多，接受优质教育的机会较大，因此是中国留学生数量占比最高的两个国家。这也使得海外大学课程辅导机构在美、英两国的覆盖院校数量普遍高于澳、加等其他国家和地区。

■ 在市场需求推动下，目前中国海外大学课程辅导行业的服务范围已基本覆盖美、英、澳、加等主要留学国家和地区的知名院校。此外，随着法国、德国等欧洲国家、马来西亚、新加坡、新西兰等国家和地区逐渐成为新兴留学国家，在此类国家的中国留学生逐渐增多，带动当地市场对海外大学课程辅导的需求，并逐渐吸引辅导机构业务向当地扩张。

■ 中国海外大学课程辅导行业市场规模

2020年至2024年，中国海外大学课程辅导行业市场规模由4.7亿元增长至7.0亿元，复合年增长率达10.5%；预计未来随着中国留学生的增长及行业渗透率的持续提升，2029年市场规模将增长至13.0亿元

中国海外大学课程辅导行业历史年份市场规模及预测，2020-2029年预测



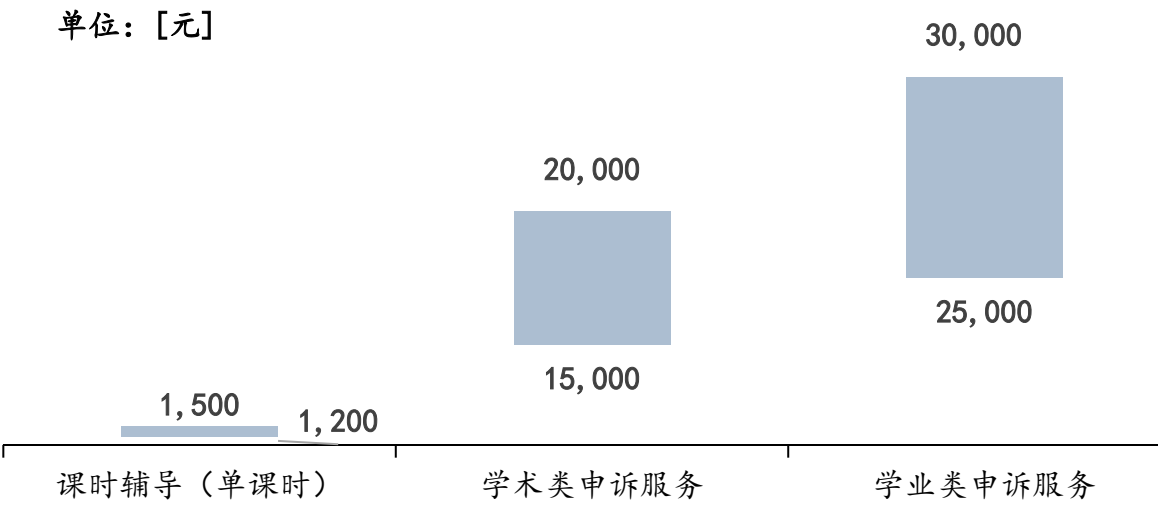
■ 2020年至2024年，中国海外大学课程辅导行业市场规模由4.7亿元增长至7.0亿元，复合年增长率达10.5%；预计到2029年将增长至13.0亿元，2025至2029年复合年增长率达14.1%。2020年，受疫情影响，大量中国留学生由线下学习转为线上，学习效果因此受到一定程度影响，使得市场对海外大学课程辅导需求增加，推动了行业市场规模高速增长。随着留学教育恢复常态之后，海外大学重新开放线下教学，行业市场规模增速有所放缓。虽然留学市场仍存在地缘政治等动荡因素，但未来中国留学生数量将保持增长趋势，同时随着服务内容的拓展，海外大学课程辅导市场渗透率逐渐增加，预计海外大学课程辅导服务的市场需求仍将持续增加，市场规模持续增长。

中国海外大学课程辅导行业发展现状——平均价格及渗透率

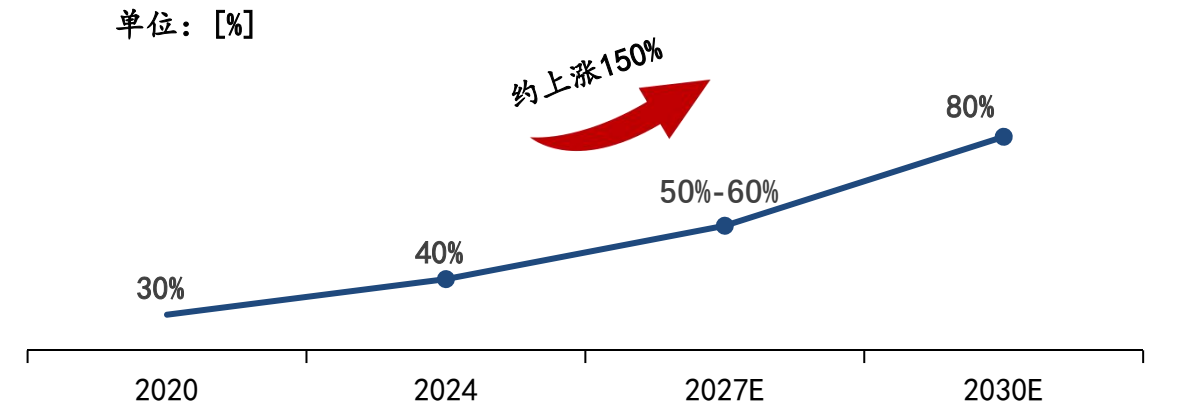
中国海外大学课程辅导服务的价格呈现显著分层化特征，凸显其高附加值和高专业门槛，中国海外大学课程辅导服务的渗透率也在持续攀升，预计2030年70%-80%的中国留学生会使用课程辅导服务

中国海外大学课程辅导行业平均价格及渗透率情况

中国海外大学课程辅导各类服务主要价格区间，2024年



中国海外大学课程辅导服务渗透率*, 2020-2030年预测



*注：按使用过海外大学课程辅导服务的中国留学生人数占中国总留学生人数的比重计算

- 中国海外大学课程辅导服务的价格呈现显著分层化特征，凸显其高附加值和高专业门槛。单课时辅导费用普遍在1200-1500元，主要针对常规课业答疑和知识点梳理，价格反映的是师资和个性化教学的成本。而学术类申诉服务（如作业成绩争议、考试申诉）费用高达15000-20000元，学业类申诉（如退学申诉）甚至达25000-30000元，这类服务定价高昂，涉及对海外院校政策法规的精准解读、申诉文书的法律化撰写、紧急case处理能力，成功与否直接关系学生学业存续，因此价格更高。
- 中国海外大学课程辅导服务的渗透率持续攀升，从2020年的30%增长至2024年的40%，并预计在2027年达到50%-60%，到2030年进一步升至70%-80%。渗透率提升的背后，是留学群体规模的扩大、学业竞争压力的加剧。学生和家长愈发意识到海外学术环境的挑战性，因此更倾向于通过专业辅导规避风险、保障学业成果。同时，市场供给端的成熟也降低了使用门槛，推动了渗透率的加速增长。未来，随着留学低龄化和目的地多元化发展，辅导需求将进一步深化，渗透率有望向高位攀升，

■ 中国海外大学课程辅导相关政策

中国政府长期重视高等教育问题，同时持续出台教育信息化相关支持政策，为线上教育环境提供良好保障，有利于中国海外大学课程辅导行业充分利用线上教育发展实现规模扩张

中国海外大学课程辅导相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容
《加快数字人才培养支撑数字经济发展行动方案（2024—2026年）》	2024. 04	人力资源社会保障部等九部门	开展数字人才国际交流活动。加大对数字人才倾斜力度，引进一批海外高层次数字人才，支持一批留学回国数字人才创新创业，组织一批海外高层次数字人才回国服务。加强留学人员创业园建设，支持数字人才在国内创新创业。
《教育部等六部门关于推进教育新型基础设施建设构建高质量教育支撑体系的指导意见》	2021. 07	教育部等六部门	推动各级各类教育平台融合发展，构建互联互通、应用齐备、协同服务的“互联网+教育”大平台。升级面向广大师生的网络学习空间，兼容各类平台终端，支持开发网络学习空间的移动应用，支撑泛在学习和掌上服务。依托空间汇聚各类终端、应用和服务产生的数据，为教育教学改革提供支撑，促进规模化教育与个性化培养有机结合。
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	2021. 03	十三届全国人大四次会议	更大力度吸引和利用外资，有序推进电信、互联网、教育、文化、医疗等领域相关业务开放。发展服务消费，放宽服务消费领域市场准入，推动教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等消费提质扩容，加快线上线下融合发展。
《教育部等十一部门关于促进在线教育健康发展的指导意见》	2019. 09	教育部等十一部门	满足多样化教育需求。鼓励社会力量举办在线教育机构，开发在线教育资源，提供优质教育服务。支持互联网企业与在线教育机构深度合作，综合运用大数据分析、云计算等手段，充分挖掘新兴教育需求，大力发展智能化、交互式在线教育模式，增强在线教育体验感。
《2019年教育信息化和网络安全工作要点》	2019. 02	教育部办公厅	充分利用各类媒体特别是新媒体，通过多种方式，围绕教育信息化工作的重要政策、重大部署和进展成效，开展全方位、多角度、立体化宣传。中国教育报、中国教育新闻网、中国教育电视台和中国教育网络电视台也进一步加大报道力度，为推进教育信息化建设营造良好舆论氛围。

1

中国海外大学课程辅导行业综述

2

中国海外大学课程辅导行业产业链

3

中国海外大学课程辅导行业消费者画像

4

中国海外大学课程辅导行业驱动因素及发展趋势

5

中国海外大学课程辅导行业竞争格局及标杆企业案例



中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链总览

中国海外大学课程辅导行业产业链上游为各类资源提供方，中游专业海外大学课程辅导机构凭借专业团队与师资力量占据市场主导地位，下游的终端客户为在海外大学进行学习中国留学生

中国海外大学课程辅导行业产业链总览

中国海外大学课程辅导行业产业链由上游各类资源提供方，中游的海外大学课程辅导机构，下游的终端客户构成。

产业链上游资源提供方主要包括导师资源和技术资源提供方，导师通常包含全职导师与兼职导师，通常线上辅导还需要技术资源的支持，包括基础设施、软件平台、硬件设备。产业链中游环节是海外大学课程辅导行业的核心，包括各辅导机构。这些机构直接面向学生和家长提供服务，包括课程学习辅导、考试辅导、论文指导等，通过整合上游资源，提供专业的课程服务，以满足下游客户对于知识补充、技能提升等方面的需求。专业机构配有专业团队负责进行各渠道的市场推广，如社交媒体、广告宣传、口碑传播等，具有更广阔的客户群体资源。产业链下游终端客户包括留学生与留学生家长两类群体，终端客户通过支付费用来获取所需的课程辅导。在海外大学进行学习中国留学生，学习阶段覆盖本科、硕士、博士等多个阶段，其中本科及硕士留学生为主要消费群体。



上游参与主体包含导师及软件平台方案、硬件设备、基础设施供应商等技术资源提供方，导师负责对用户提供实际的课程辅导服务，技术资源提供方主要为实现线上辅导提供技术支持

中国海外大学课程辅导行业上游参与主体

- 中国海外大学课程辅导行业上游参与主体包含导师、软件平台方案解决商、硬件设备供应商、基础设施供应商。导师分为全职导师与兼职导师，因具有工作时间和空间灵活自由的优势，目前行业内头部企业兼职导师占比达到80%。1对1教学是行业内课程辅导的主要形式，通常通过线上平台提供辅导，技术资源提供方主要负责为辅导机构实现线上辅导提供技术支持。

课程辅导

导师负责对用户提供实际的课程辅导服务。导师按照工作状态分为全职导师与兼职导师，因具有工作时间和空间灵活自由的优势，目前行业内头部企业兼职导师占比达到80%。



海外各知名院校

软件平台

平台方案解决商为线上辅导提供技术和服务支持，包括云计算、大数据、人工智能等，需要各服务商开发出高效、可扩展的平台，以支持教育内容的存储、分发和管理，代表厂商包括腾讯会议等。



基础设施

基础设施商负责为线上辅导提供基础网络和通信设施，包括有线和无线网络、宽带接入等，确保网络的稳定、高速、安全，以支持教育内容的传输和互动，同时考虑未来网络升级和扩容的需求，代表厂商包括中国电信、中国移动等。



硬件设备

硬件设备商负责提供线上辅导所需的各种设备，主要为各类终端设备，通常需要性能优越、易操作、耐用，以辅助教学双方进行线上辅导，代表厂商包括三星、联想等。



中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链上游（2/2）

导师是中国海外大学课程辅导机构核心资源，完善的师资管理体系能够提升辅导机构市场竞争力，辅导机构师资管理包含从师资招募到培训考核管理及最终匹配学员的全流程

中国海外大学课程辅导机构师资管理体系

■ 导师是中国海外大学课程辅导机构核心资源，完善的师资管理体系能够提升辅导机构市场竞争力，辅导机构师资管理包含从导师招募到培训考核管理及最终匹配学员的全流程。师资招募阶段通常需要筛选导师简历并安排导师进行试讲，通过后进入导师培训阶段；师资管理阶段通常需要导师经过多轮培训与考核，通过考核后方能正式进行教学；最后的师资匹配阶段则结合学生需求，快速筛选出最为契合的导师，确保辅导高效、专业。



学历审核

- 多渠道获取导师资源，充实导师储备供应链
- 可靠性：通常为QS前100院校背景、硕博学历
 - 真实性：核实成绩单和学位证明，确保数据真实可靠

教学能力考核

- 熟悉知识点，能迅速梳理重难点
- 课堂逻辑清晰、表达顺畅、教学节奏适宜



教学规范培训

- 入职培训：包括导师义务、出席要求、违规行为等课程规范，通过考核后导师可正式授课
- 教学基本功培训：包括教学方法与技巧、课堂互动技巧等培训
- 教学案例与实践培训：优秀教学案例分析与学习，模拟教学场景并优化教学问题

日常教学品控

- 定期会看课程录屏，跟进学生反馈，持续优化教学内容与方法
- 学生可给导师评分，多方反馈促进课程优化



- 通过记录导师的专业背景、教学风格等信息，结合学生需求，为学生快速匹配最为契合的导师，确保辅导高效、专业
- 通常为48小时内完成匹配，确保时效性



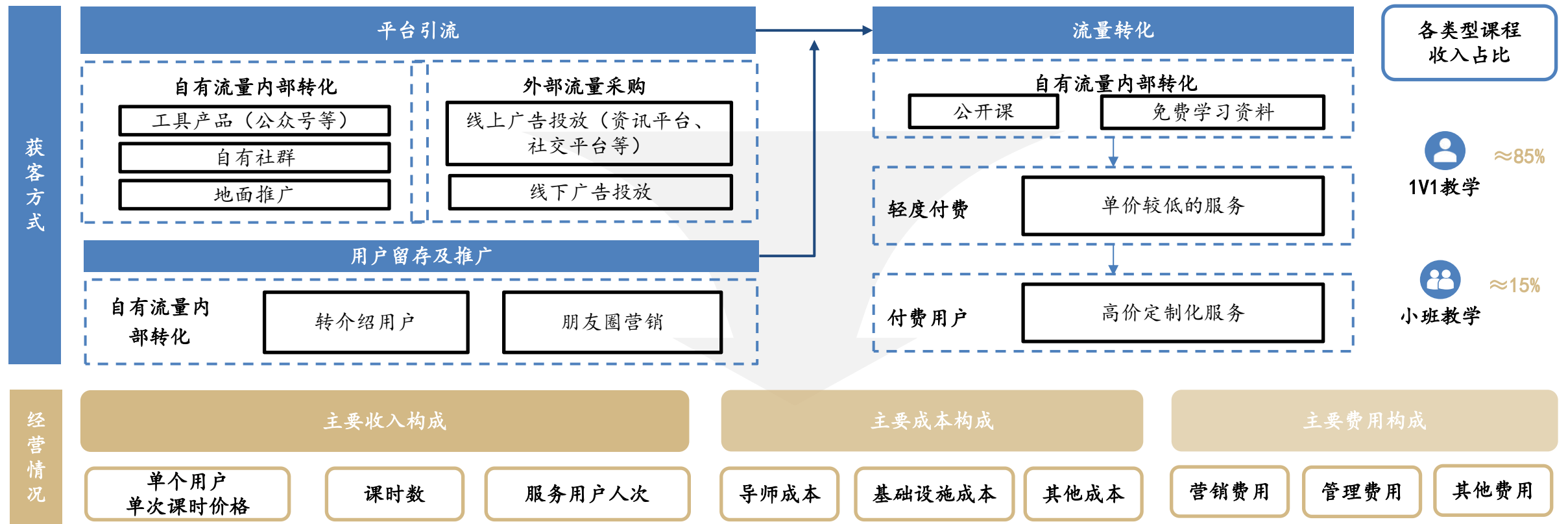
通过完善的师资管理体系获取优质导师资源，并保证供应稳定性，为学生提供专业可靠的全面辅导服务。

中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链中游（1/2）

海外大学课程辅导机构通常从平台获客以及用户留存和推广，获得用户流量后再进行流量转化从而盈利，其盈利核心在于实现规模效应，摊薄单位成本，降本增效

中国海外大学课程辅导行业商业模式

从获客方式来看，海外大学课程辅导机构通常从平台引流以及用户留存和推广获客，获得用户流量后再进行流量转化从而盈利，通常辅导机构引流方式包含自有流量转化和外部流量采购，流量转化路线由免费学习资料逐渐进阶至高价定制化服务。从经营情况来看，海外大学课程辅导机构的主要收入来源为提供课程辅导服务，通常由单个用户单次课时价格、课时数、服务用户人次等构成，重点支出项目为教师薪资和营销费用，盈利核心在于实现规模效应，摊薄单位成本，降本增效。



中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链中游（2/2）

中国海外大学课程辅导机构服务链条较长，包括前期沟通阶段、中期服务辅导阶段及后期用户反馈阶段，期间由课程导师、课程顾问、申诉导师等多位专业人员负责全程把控

中国海外大学课程辅导行业服务流程



中国海外大学课程辅导机构的学业辅导服务链条较长，期间由课程顾问、课程规划师、导师等多位专业人员负责全程把控：



与学业辅导服务有所不同，学业申诉服务更注重实战演练，优秀的申诉导师通过专业能力和实战演练保证学员达到最佳参会状态：



■ 中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链下游（1/2）

中国留学市场呈现总量回升但增速放缓、目的地选择多元化、专业取向更务实的特点，同时留学政策体系持续升级，系统性引导留学与国家战略需求对接，提升国际教育交流的效益与安全性

中国留学市场背景

■ 中国留学市场呈现总量回升但增速放缓、目的地选择多元化、专业取向更务实的特点，同时留学政策强化风险预警、回国服务与人才吸引双向发力，通过奖学金优化、认证便利化及落户补贴等措施，系统性引导留学与国家战略需求对接，提升国际教育交流的效益与安全性。

中国留学市场风向变化

- 中国留学市场近年来在多个维度呈现出显著变化。中国家庭对留学决策更加谨慎，对于留学回报率的关注度持续提升，中国学生留学目的地结构不断优化，同时学生专业选择也更务实，从商科、工程等传统领域转向实用性更强的学科。
- 总量增长与决策谨慎化：**中国家庭更理性评估留学投入与回报，市场从“规模扩张”转向“质量与效益优先”，推动留学辅导服务向精细化、个性化发展。
- 目的地多元化与区域吸引力重构：**美英澳传统优势仍在，但加拿大、欧洲及亚洲地区的崛起反映学生追求性价比、安全性和政策稳定性。
- 专业选择务实化与就业导向强化：**数据科学、医疗健康等实用专业的兴起，表明学生更关注留学与职业发展的直接关联，呼应全球劳动力市场对技能型人才的需求变化。

市场端

中国留学政策体系升级

- 为推动留学市场的发展，政策端也在不断地完善升级。例如推出出国预警机制、奖学金项目、留学生归国补贴政策等，全方位提升中国留学政策体系，推动中国留学市场进一步规范化，同时促进市场健康有序发展。
- 出国预警机制启用：**2025年4月，中国教育部首次针对赴美留学发布风险预警，紧急提示可能有签证取消、实习阻碍等风险，部分学生撤回申请，转投加拿大、新加坡、英国等国家。
- 奖学金体系进一步完善：**中国国家留学基金管理委员会（CSC）继续扩大规模，通过“启明星”等项目吸引高层次人才回国，并鼓励国际学者来华交流
- 留学回国服务体系强化：**留学回国人员享受与高校毕业生同等的就业政策，学历认证流程规范且可用于公务员考试、职称评审，地方政府还放宽落户限制并提供补贴支持。

政策端

■ 中国海外大学课程辅导行业产业链——产业链下游（2/2）

美国是中国出国留学人数占比最高的留学国家，近年来留美申请要求愈加严格、持续的政治压力降低留美吸引力，从专业来看，2023至2024学年有40.4%的中国留学生选择在美国攻读理工及计算机类专业

中国赴美留学生教育层次构成及热门学科

美国留学市场风向变化

- 留美申请要求愈加严格：2025年5月27日开始，美国国务院暂停全球范围内的F、M与J签证面谈，造成大量2025年秋季入学的申请被长期搁置。美方将对申请F、M、J类非移民签证的申请人进行“全面彻底”的审查，包括对其社交媒体等网络活动进行审查。
- 持续的政治压力降低留学吸引力：政府干预高校国际生项目引发诉讼。受政治因素影响，美国高校校园审查压力持续存在等政策综合效应正削弱美国的吸引力。
- 留学生生源地结构变化：根据美国教育委员会数据，2023-2024学年，印度学生首次成为美国最大留学生来源，共计331,602人，占国际学生总数的29.4%；相比之下，中国留学生占比较前一年下降4.2%。

按专业划分的中国赴美留学生人数构成，2022-2024学年*

专业名称	2022-2023学年 人数占比（%）	2023-2024学年 人数占比（%）
数学和计算机科学 (Math and Computer Science)	23.2%	23.3%
工程 (Engineering)	16.8%	17.1%
工商管理 (Business and Management)	13.4%	12.7%
社会科学 (Social Sciences)	11.7%	10.7%
艺术相关 (Fine and Applied Arts)	5.8%	6.1%

- 中国是美国国际留学生中的重要组成部分，美国也是中国出国留学人数占比最高的留学国家。近年来受政治等因素影响，留美市场风向转变明显。签证政策收紧导致审查加剧引发大量申请延误和“撤签”风险，加之政府干预高校国际生项目引发诉讼，削弱了美国吸引力，导致中国留学生数量减少，印度已成最大生源国。然而，美国仍被视为含金量最高的留学目的地之一，其教育质量、研究机会及就业前景持续受到全球学生认可。
- 从专业来看，工程、数学及计算机类专业更受中国赴美留学生欢迎，2023至2024学年共有40.4%的中国留学生选择在美国攻读该类专业，同比增长1%。美国高校在这些专业具有较强实力，同时美国政府持续出台相关政策扶持该类专业发展，因此STEM专业在中国赴美留学生群体中最受欢迎。受市场经济及就业环境影响，工商管理、社会科学类偏文科专的业2023至2024学年攻读人数占比有所下降。

*注：按照美国国际教育研究所数据公布口径统计

1

中国海外大学课程辅导行业综述

2

中国海外大学课程辅导行业产业链

3

中国海外大学课程辅导行业消费者画像

4

中国海外大学课程辅导行业驱动因素及发展趋势

5

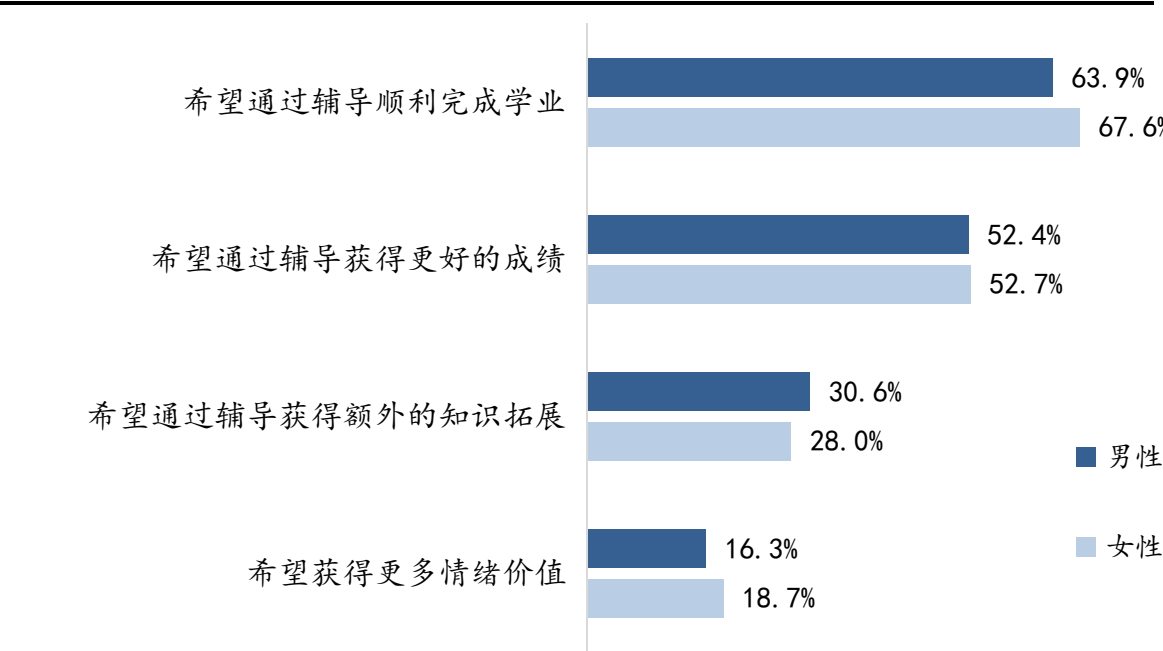
中国海外大学课程辅导行业竞争格局及标杆企业案例



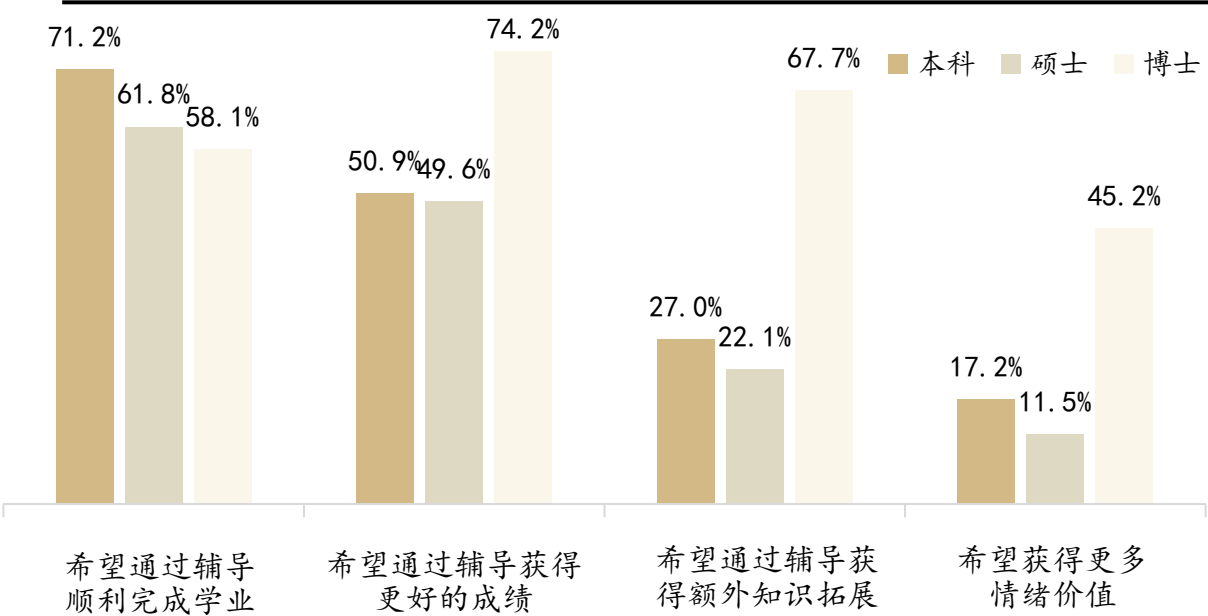
中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者需求偏好（1/2）

所调研消费者平均成绩为79.7分，完成学业是所有寻求海外大学课程辅导的消费者的核心诉求，本科及硕士阶段学生注重于通过基础学业，博士阶段消费者则更关注更好成绩、拓展课外知识需求

不同性别消费者消费需求偏好



不同学习阶段消费者消费需求偏好

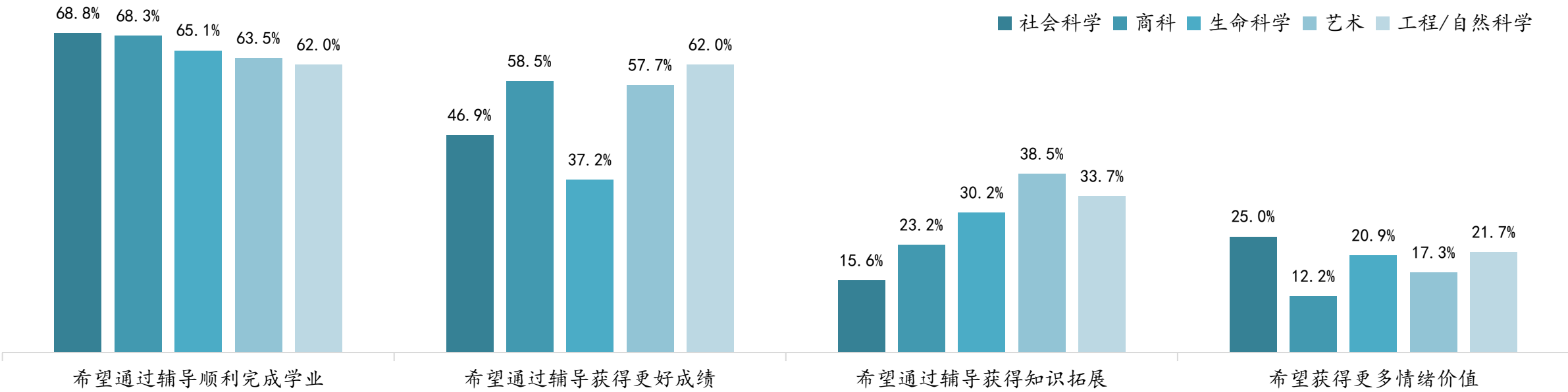


- 希望通过辅导顺利完成学业是所有寻求海外大学课程辅导的消费者的核心诉求。从分数来看，所调研的消费者在进行海外大学学习时的平均成绩为79.7分（满分100分）。从性别来看，女性消费者对学业保障的诉求更强，更倾向于借助辅导确保学业顺利完成，同时在辅导过程中对情感支持、陪伴的需求有较高要求；男性更倾向于在完成学业的基础上进一步拓展课程外知识。
- 从学习阶段来看，本科及硕士阶段的消费者更注重于通过基础学业，博士阶段消费者更希望通过辅导获得更好成绩、拓展课外知识，同时对于情绪价值有一定要求。博士阶段对高水平研究与学术成果产出有较高要求，处于深入的学习研究阶段，对探索前沿知识、拓展学术视野有着强烈渴望。同时其学习常伴随高压，如研究难题与繁重学术任务，对情绪支持的需求更大。本科阶段的消费者处于仍在构建学术基础的阶段，在适应学术体系过程中面临更多挑战，因此对辅导助力顺利毕业的需求更为强烈。

中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者需求偏好 (2/2)

不同学科背景的留学生在选择辅导机构时，对成绩保障、知识拓展、职业能力提升与情绪价值获取的重视程度呈现出明显差异

不同学科消费者的消费需求偏好

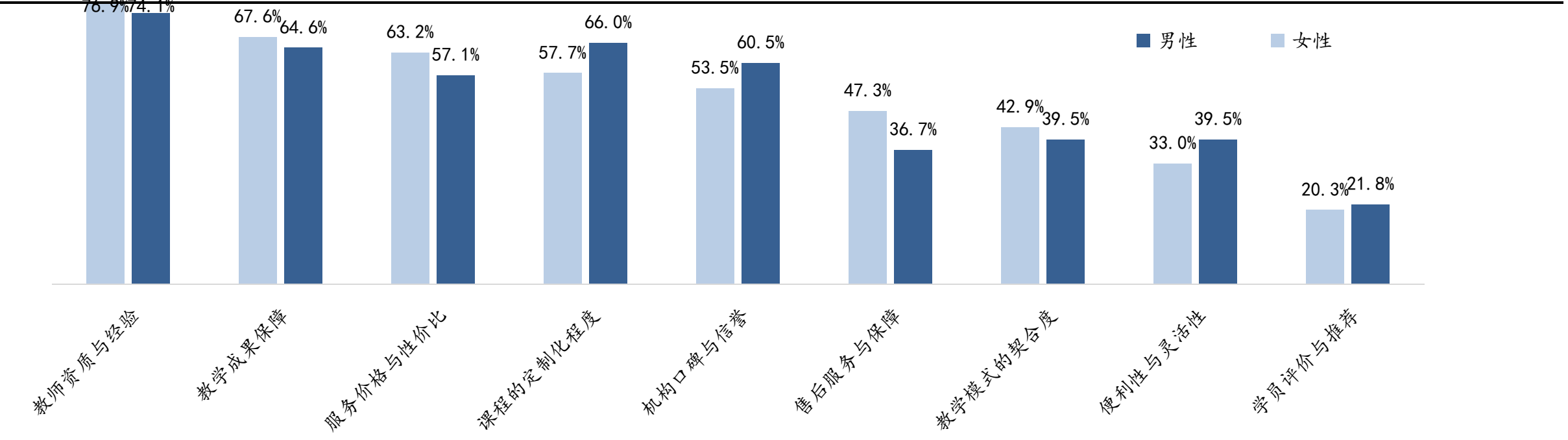


不同学科背景的留学生在选择辅导机构时，对成绩保障、知识拓展、职业能力提升与情绪价值获取的重视程度呈现出明显差异。艺术类专业学生虽然同样关心学业成绩，但更注重辅导在拓展艺术视野、激发创意灵感以及跨学科融合方面的价值，期望借此接触更多元的艺术形式与国际文化语境。生命科学专业因课程理论与实验并重、学习强度大，学生不仅需要辅导帮助其高效掌握专业知识、顺利完成学业任务，还对情绪支持和心理疏导有较高需求，以缓解长时间高压学习带来的身心负担。工程与自然科学专业学生面临复杂的理论推导、实验设计及技术应用，除了通过辅导提升成绩，更希望快速获取新兴技术与最新科研成果，以保持知识与能力的前沿性。商科学生所学内容与实际商业环境紧密相连，因此在稳固学业基础之余，更看重辅导能否提供行业趋势分析、实战案例解析以及人脉与资源拓展机会，以增强职场竞争力。

中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者服务决策偏好（1/3）

优秀的教师资源是所有选择海外大学课程辅导服务的消费者最看重的决策因素，女性消费者在挑选辅导机构的老师时中更倾向于结果导向与风险控制，男性消费者在选择时偏向体验优化与个性化匹配

不同性别消费者选择海外大学课程辅导的决策因素

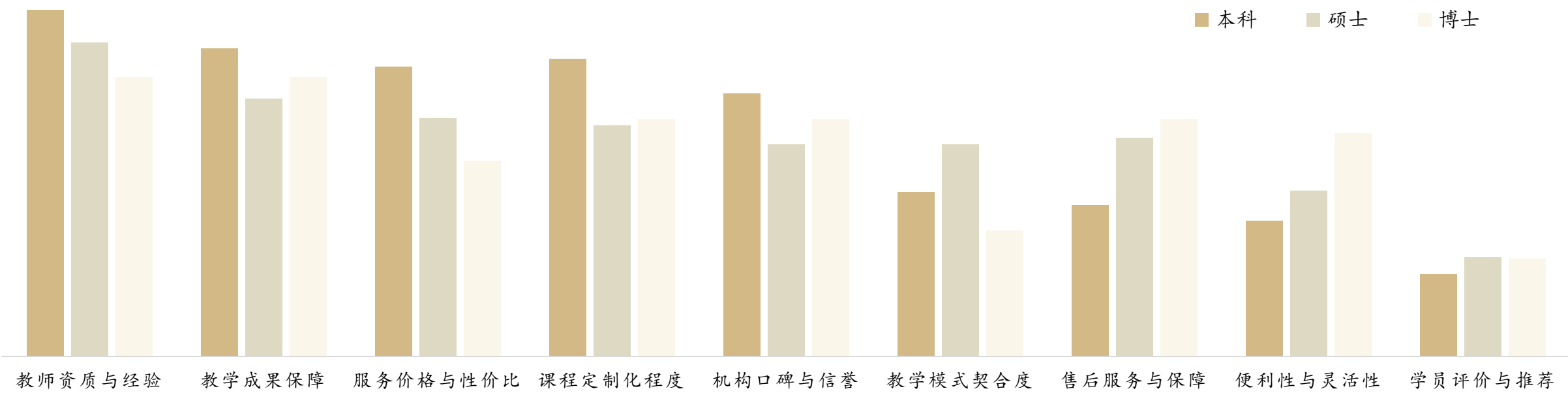


- 教师资质与经验是所有选择海外大学课程辅导服务的消费者最看重的服务体验，教学成果是评判课程辅导机构竞争力的核心维度。高水平教师不仅能保障教学内容 的专业性与学术权威，还能根据海外大学的课程特点和评分标准提供有针对性的辅导，从而直接影响学员的成绩与留学体验。教学成果既是教师能力的直接体现，也是 机构品牌信誉的重要支撑，因此成为衡量机构竞争力的核心指标。
- 从性别来看，女性消费者相对更加看重辅导机构的教学成果、服务价格、售后服务与保障，而男性消费者更加看重课程的定制化程度、机构口碑与信誉、以及提供服 务的便利性与灵活性。女性消费者在挑选辅导机构的老师时中更倾向于结果导向与风险控制，希望在确保学习效果的同时获得价格与服务的综合价值感；而男性消费 者在选择时偏向体验优化与个性化匹配，愿意为更契合自身需求和便利性的服务付费。

中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者服务决策偏好（2/3）

本科阶段消费者看重教师质量与教学成果的可靠性，且对价格更为敏感；硕士及博士阶段的消费者更关注教学模式是否契合自身专业与学习方式，以及课程安排的便利性与灵活性

不同学习阶段消费者选择海外大学课程辅导的决策因素

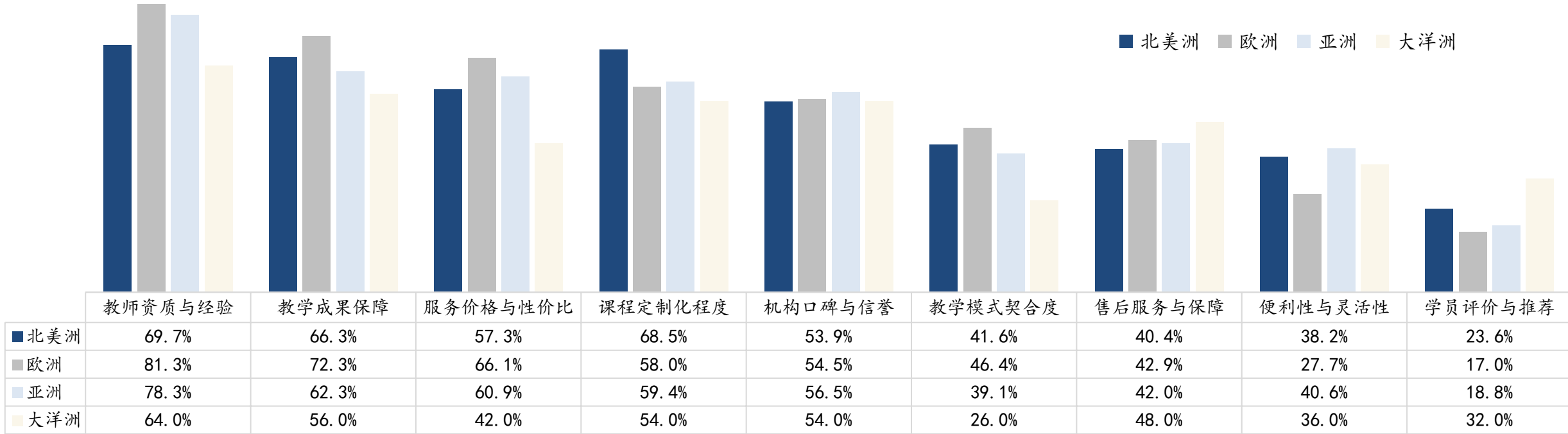


- 在不同学习阶段，消费者在选择海外大学课程辅导服务时的关注重点呈现出明显差异。本科阶段的消费者主要处于学术基础打牢与成绩提升的阶段，课程覆盖面广、考核频繁，因此更加看重教师质量与教学成果的可靠性，同时因经济多依赖家庭支持，对价格敏感，更加强调性价比。
- 硕士阶段的学习侧重专业深度与实践能力的培养，课程形式多样且节奏紧凑，促使消费者更关注教学模式是否契合自身专业与学习方式，并期望通过完善的售后保障如课后答疑、补课服务等，来降低学业风险。
- 博士阶段则面临高强度、个性化的学术研究任务及不规律的日程安排，因此消费者更强调课程安排的便利性与灵活性，并倾向选择可提供学术辅导、数据分析、文献整理等在内的综合服务支持，以确保在复杂研究周期中获得持续、高效的学习资源与帮助。

中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者服务决策偏好（3/3）

从地区来看，欧洲地区留学生在选择辅导机构时最为看重教师资质与经验，北美地区留学生则最关心课程的定制化程度，亚洲与大洋洲地区留学生在关心教师资质与经验的同时，同样关注教学成果的保障

不同留学地区消费者选择海外大学课程辅导的决策因素

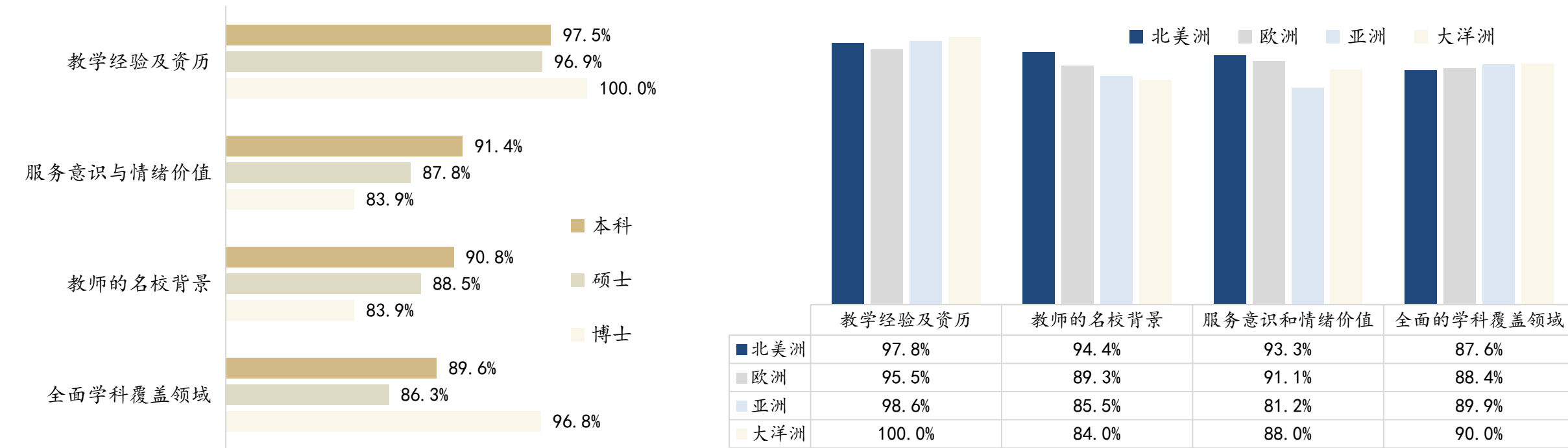


- 从地区来看，欧洲地区留学生在选择辅导机构时最为看重教师资质与经验，北美地区留学生则最关心课程的定制化程度，亚洲与大洋洲地区留学生在关心教师资质与经验的同时，同样关注教学成果的保障。
- 欧洲高校普遍强调导师学术背景，因此学生更倾向于依托高水平师资确保学术质量与课程契合度。北美教育环境下高度个性化、以学生为中心的学习文化，以及多样化学术路径对灵活教学方案的需求，因此北美地区留学生更关注课程定制化程度。亚洲与大洋洲部分地区学生更加以结果为导向，因此更看重机构能否在优质师资基础上提供可量化、可验证的成绩提升效果。

中国海外大学课程辅导行业消费者画像——师资力量评价决策

优秀的教学经验及资历是消费者评价辅导机构师资力量最重要的因素，尤其是在大洋洲及北美地区的留学生，欧洲地区更青睐能够具有服务意识的导师，亚洲地区则更看重导师的学科覆盖领域

不同学习阶段及留学地区的消费者师资力量评价决策

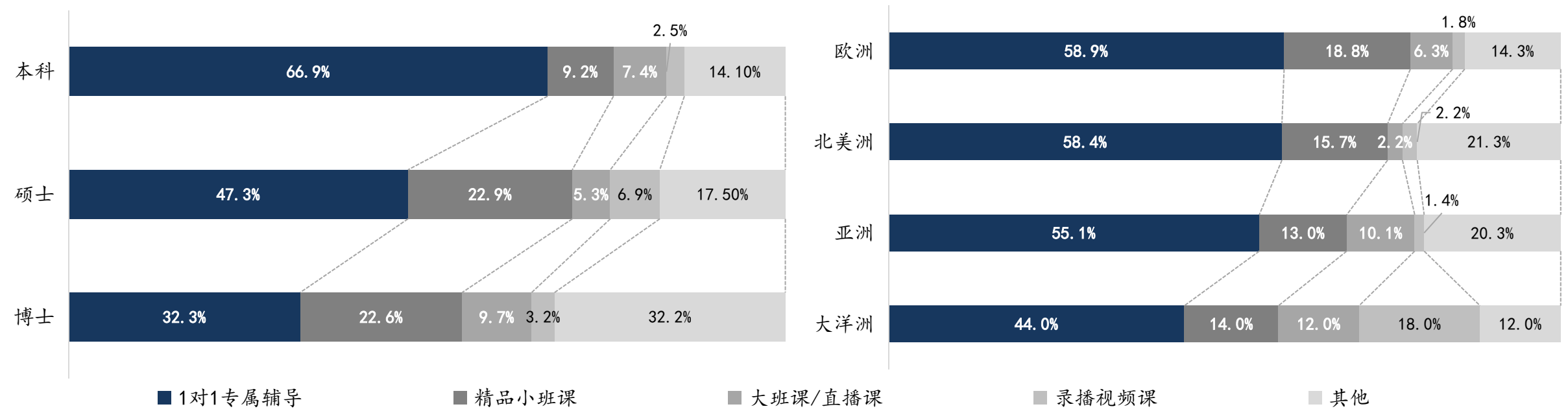


- 优秀的教学经验及资历是所有选择海外大学课程辅导服务的消费者评价机构师资力量最重要的决策。从不同学习阶段来看，博士阶段消费者更关注与高水平学术研究需求关联紧密的全面学科覆盖、教学经验；本科阶段消费者看重能带来学术指引与情绪支撑的名校背景、服务意识与情绪价值。
- 从不同留学地区来看，大洋洲留学生对于教师的教学经验及资历最为看重，而北美地区留学生则更青睐具有名校背景的导师，同时希望导师能够提供情绪价值以及具有强服务意识。与北美地区留学生类似，欧洲地区留学生同样更加青睐能够提供情绪价值以及具有强服务意识的导师。亚洲地区留学生则更看重导师的教学经验、资历以及辅导机构全面的学科覆盖领域。

■ 中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者教学模式倾向

1对1专属辅导是所有选择海外大学课程辅导服务的消费者最青睐的教学模式，不同学习阶段消费者差异与各阶段自主性、学术任务、个性化需求紧密相关，不同地区文化、资源、习惯共同塑造教学模式偏好

不同阶段及不同留学地区消费者教学模式倾向

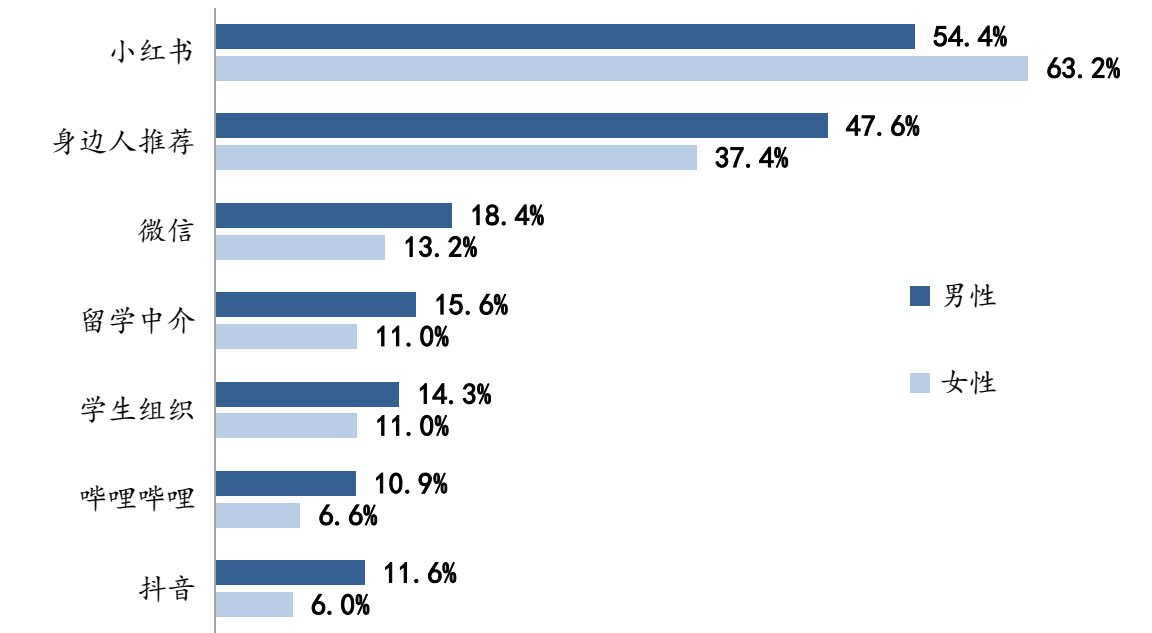


- 1对1专属辅导具有针对性强、效率高的优势，是所有选择海外大学课程辅导服务的消费者最青睐的教学模式。
- 从学习阶段来看，66.9%的本科阶段消费者选择1对1专属辅导，满足基础知识学习与个性化指导需求。硕士阶段消费者除专属辅导课外，更偏好精品小班课与其他模式结合；博士阶段消费者对录播视频课+社群答疑、灵活选择等灵活自主的教学模式接受度更高，适配其独立科研与多元学术任务特点。
- 从不同地区来看，欧洲消费者与北美消费者教学模式偏好较为一致，均青睐1对1专属辅导与精品小班课，既需个性化学术支持，也重视科研交流，偏好受学术特性驱动；亚洲消费者对专属辅导需求高，同时也关注灵活模式；大洋洲消费者对1对1辅导依赖相对较弱，对于录播视频课+社群答疑的教学模式接受度最高，贴合当地自主学习习惯，平衡独立科研与互动需求。

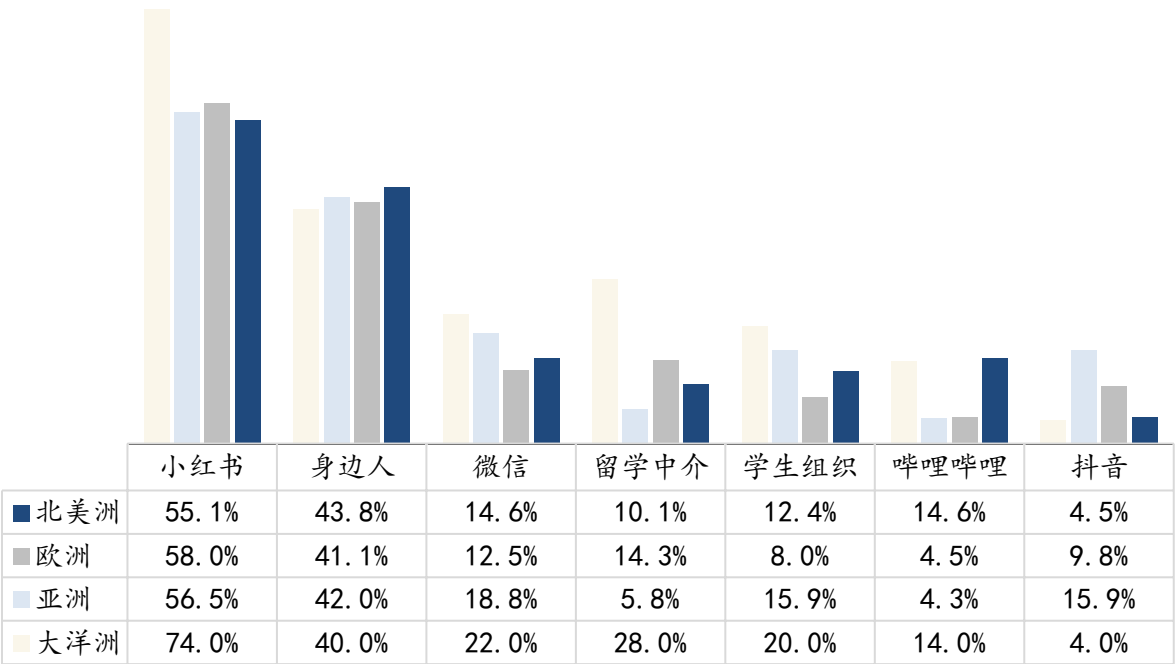
中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者宣传渠道偏好

小红书是当前海外大学课程辅导行业最主要的宣传平台，尤受女性消费者青睐，其中大洋洲留学生最偏好小红书，北美洲留学生除小红书外，更愿意相信身边人推荐

不同性别消费者宣传渠道偏好



不同留学地区消费者宣传渠道偏好

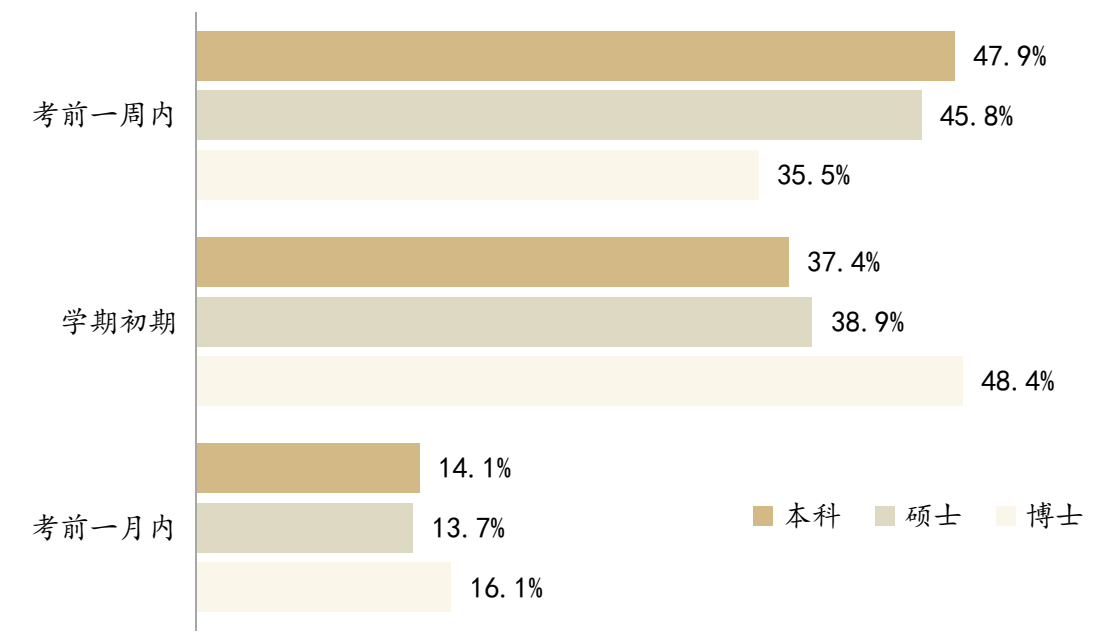


- 在当前海外大学课程辅导行业中，小红书凭借其内容社区属性与高度活跃的留学相关话题生态，已成为覆盖性别与地区最广、渗透率最高的核心宣传渠道。该平台聚集了大量处于留学决策与备考阶段的潜在用户，对机构的品牌塑造与课程转化具有显著引流效应。从性别来看，女性用户更偏好小红书，其社交互动与内容分享特性与女性用户的决策习惯高度契合；而男性用户除小红书外，更倾向于靠身边人推荐。
- 从地区分布来看，大洋洲留学生对社交媒体的依赖度显著高于其他地区，北美用户的信息来源则呈现碎片化与分散化特征，各类数字平台均能发挥一定影响力；而欧洲与亚洲留学生在社交媒体、熟人推荐与垂直留学渠道之间表现出较为均衡的偏好结构，反映出不同留学目的地在信息生态构成上的差异化格局。

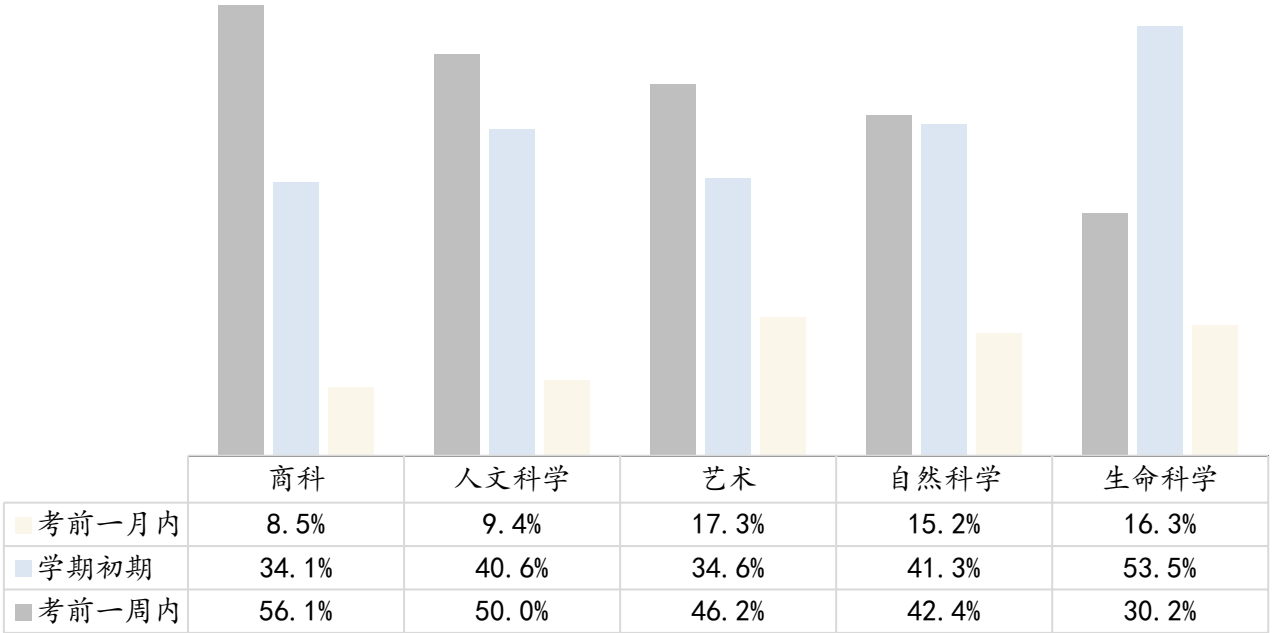
中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者服务时间偏好

从选择课程辅导服务的时间来看，学生决策呈现“全学期辅导的规划”与“考前巩固冲刺”两极化趋势，其中，早期规划、长期准备的多为博士阶段和生命科学类专业消费者

不同学习阶段的消费者选择课程辅导服务时间偏好



不同专业的消费者选择课程辅导服务时间偏好

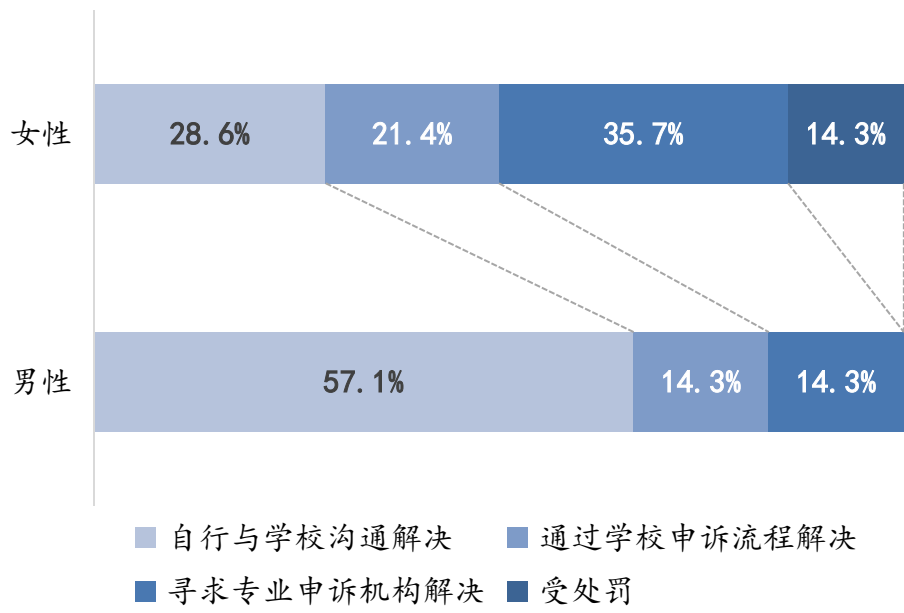


- 从选择课程辅导服务的时间来看，多数消费者或在学期初期即启动全学期规划，或在考试一周内巩固冲刺。学期初的辅导有助于系统性提升，适用于长期进阶型需求；而考前一周的短期辅导则强调提分效率，周期短，性价比较高，易被大部分消费者接受。
- 按学习阶段来看，博士生群体更依赖长期支持，48.4%在学期初启动辅导，同时也契合该阶段消费者希望获得课外知识拓展的辅导诉求，而近50%的本科及硕士生只在学期末寻求一周的辅导巩固，从而能够顺利完成学业。
- 从专业来看，生命科学类专业最注重系统性与连续性，有53.5%的生命科学专业消费者选择在学期初期即启动辅导。商科和人文科学更加注重日常的积累，因此在考前一周内进行知识点的集中复习更为高效。所有学科中，艺术类学科的消费者在考前一月内接受辅导的比例最高。

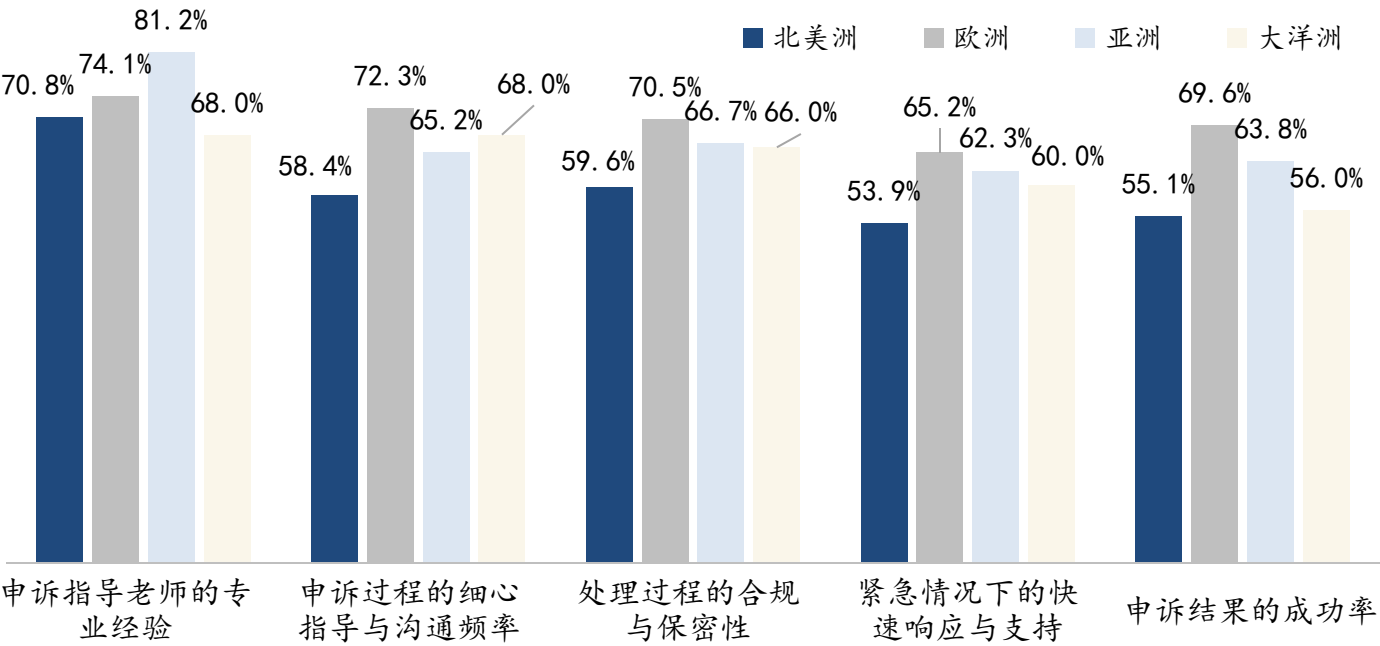
■ 中国海外大学课程辅导行业消费者画像——学术不端事件的预防与处理

大部分学术不端事件可通过自行与学校沟通、或学校申诉流程解决，但专业申诉机构凭借其经验与专业度，仍受众多留学生青睐，其中寻求专业申诉机构是女性留学生在面临学术不端事件时的首选

不同性别消费者解决学术不端事件的方式偏好



不同留学地区消费者寻求专业申诉机构的考虑因素

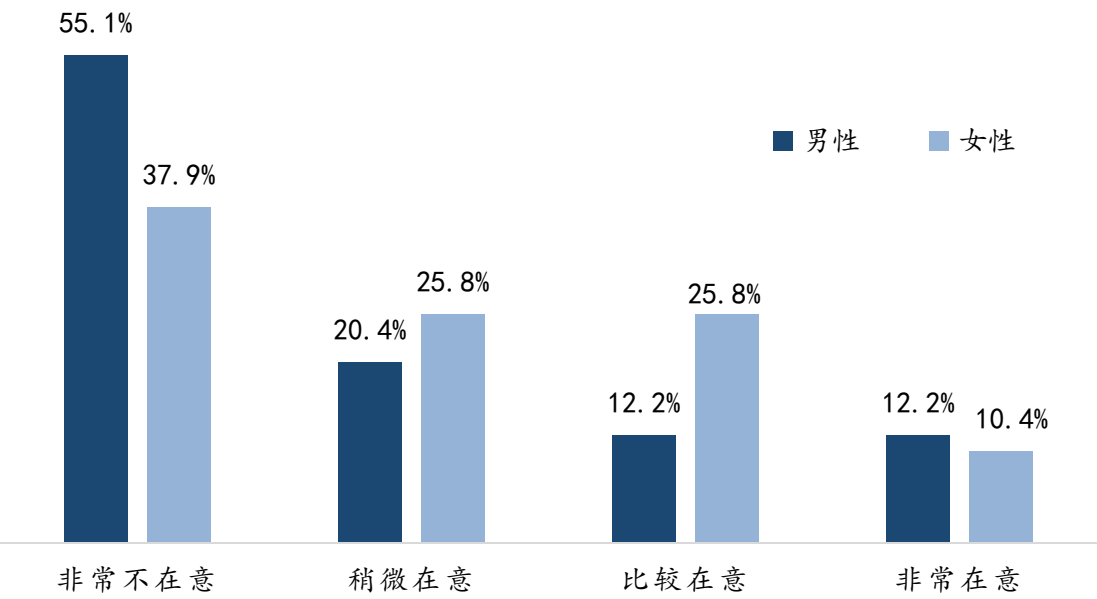


- 学术不端事件对于留学生的学业生涯影响巨大，因此妥善处理学术不端事件十分重要。大部分学术不端事件可通过自行与学校沟通、或学校申诉流程解决，但专业申诉机构凭借其经验与专业度，仍受众多留学生青睐，尤其是女性留学生，寻求专业申诉机构是女性留学生在面临学术不端事件时的首选。
- 不同留学地区的消费者对于专业申诉机构的考虑因素有所差异。申诉指导老师的专业经验是留学生选择申诉机构的核心考虑因素，除此之外，欧洲地区留学生更看重申诉过程中导师的细心程度与沟通频率；北美地区留学生则对于导师处理过程的合规性与保密性有较高要求；亚洲地区留学生则较为看重申诉结果的成功率；大洋洲地区留学生与欧洲地区类似，对于导师的细心指导与沟通频率更为在意。

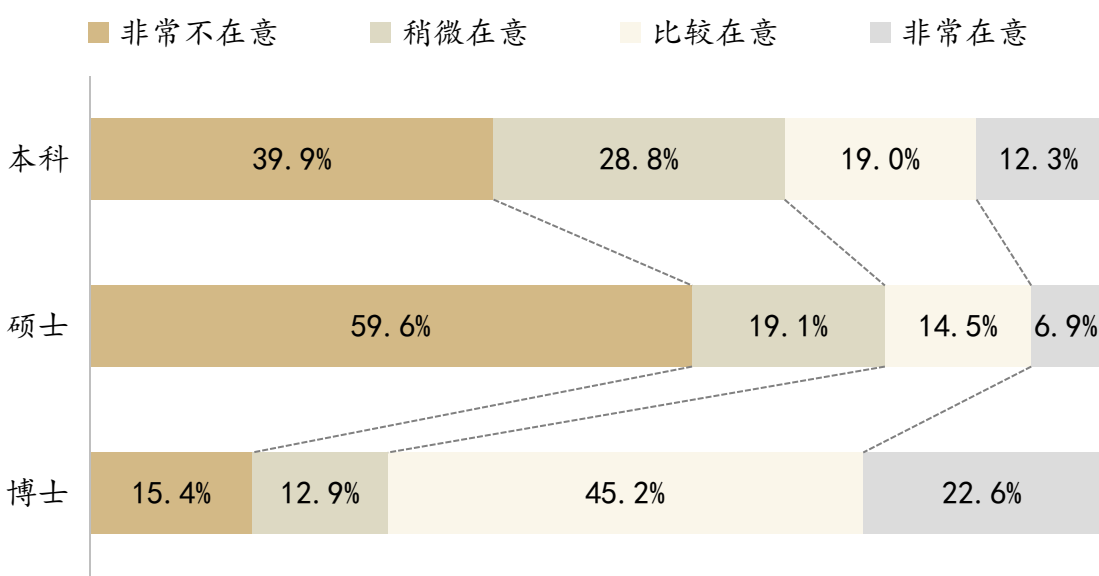
中国海外大学课程辅导行业消费者画像——消费者隐私敏感度

随着海外大学课程辅导服务越来越普及，大部分消费者并不介意被其他人得知使用课程辅导服务，男性对隐私问题的关注度较低，女性则更加谨慎，且低年级留学生对课程辅导的接受度更高

不同性别的消费者海外大学课程辅导隐私敏感度



不同学习阶段的消费者海外大学课程辅导隐私敏感度



- 随着海外大学课程辅导服务越来越普及，大部分消费者并不介意被其他人得知使用课程辅导服务，仅有少部分消费者非常在意。
- 从性别来看，男性对隐私问题的关注度较低，女性则更加谨慎。31.3%的男性对隐私问题“完全不在意”，而女性的这一比例为20.3%。男性选择服务时更注重学业问题的解决效果，隐私考量处于次要地位；女性消费者则表现出更强的隐私保护意识，尤其在涉及公开个人信息及学习情况时更为谨慎。
- 从学习阶段来看，低年级留学生对课程辅导的接受度较高，隐私顾虑相对较少，而博士生群体普遍更敏感。消费者中大多数本科学生和绝大多数硕士研究生对课程辅导的公开完全不在意。相比之下，近68%的博士学生介意服务公开，博士阶段学术研究有更严谨的专业性要求，因此隐私敏感度更高。

1

中国海外大学课程辅导行业综述

2

中国海外大学课程辅导行业产业链

3

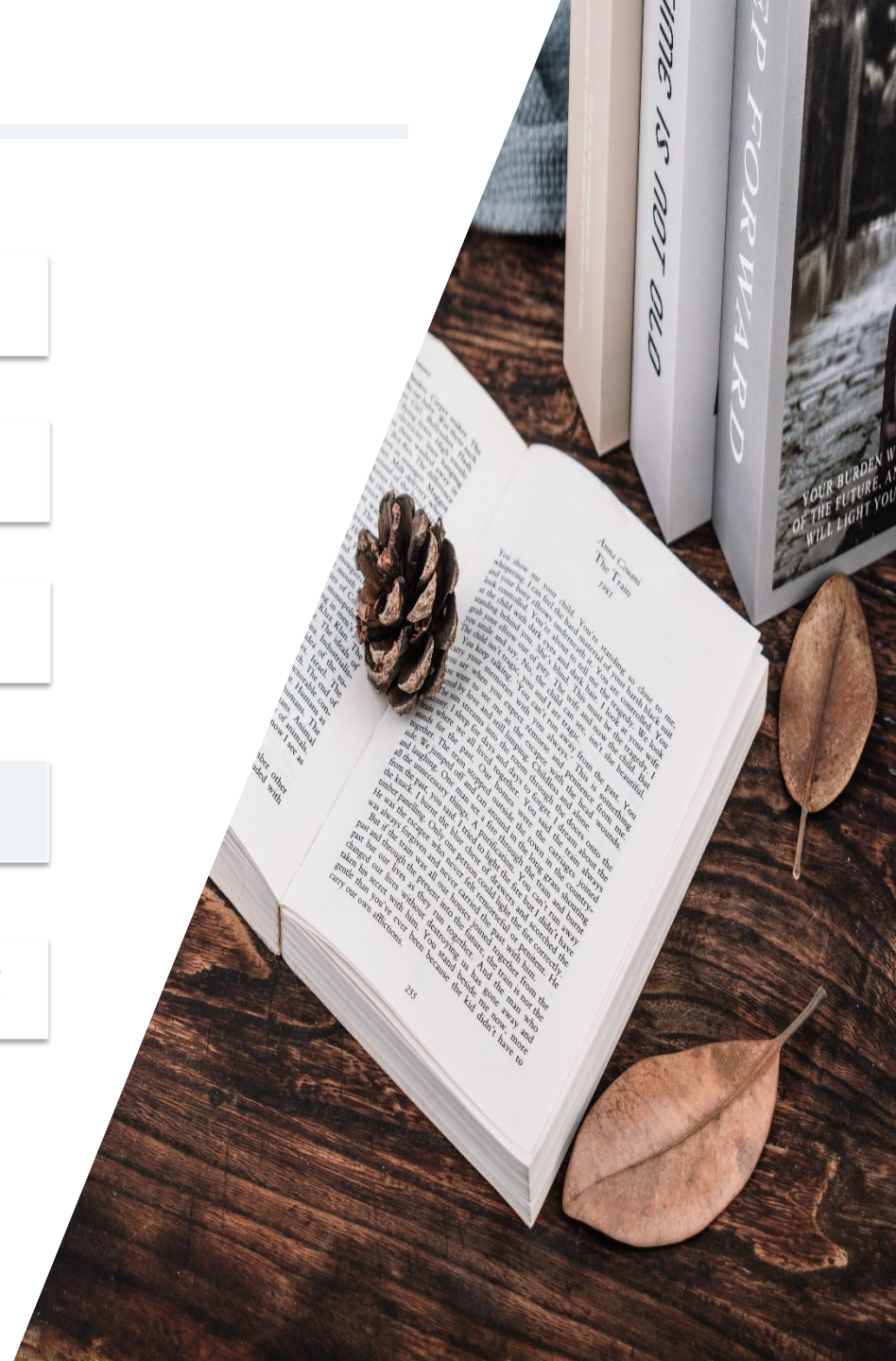
中国海外大学课程辅导行业消费者画像

4

中国海外大学课程辅导行业驱动因素及发展趋势

5

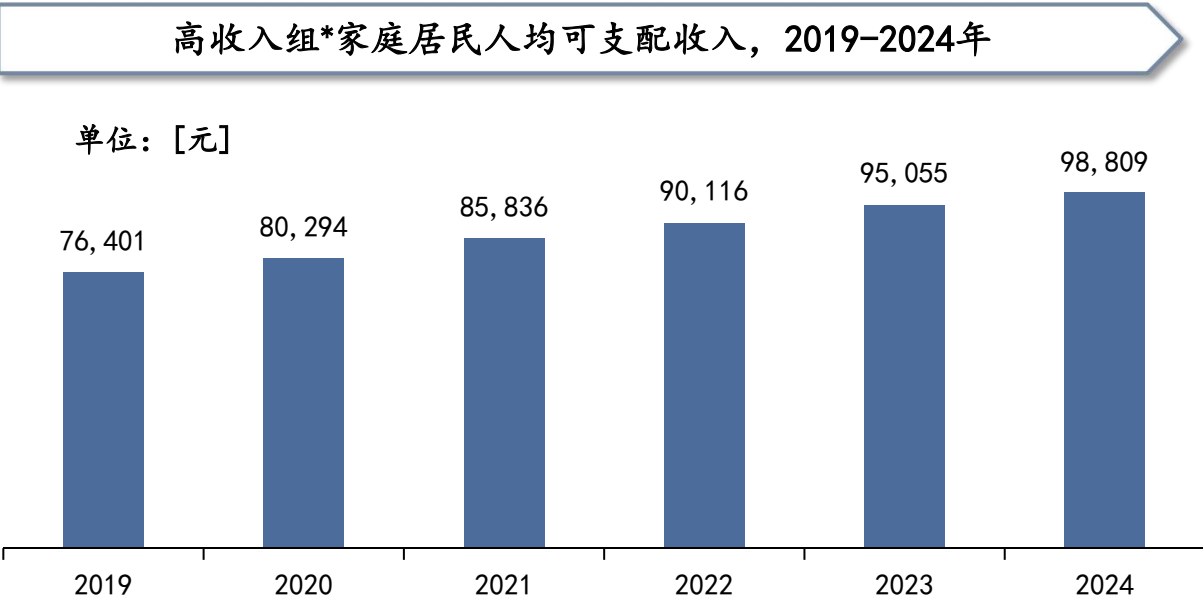
中国海外大学课程辅导行业竞争格局及标杆企业案例



中国海外大学课程辅导行业发展驱动因素——教育消费能力提升

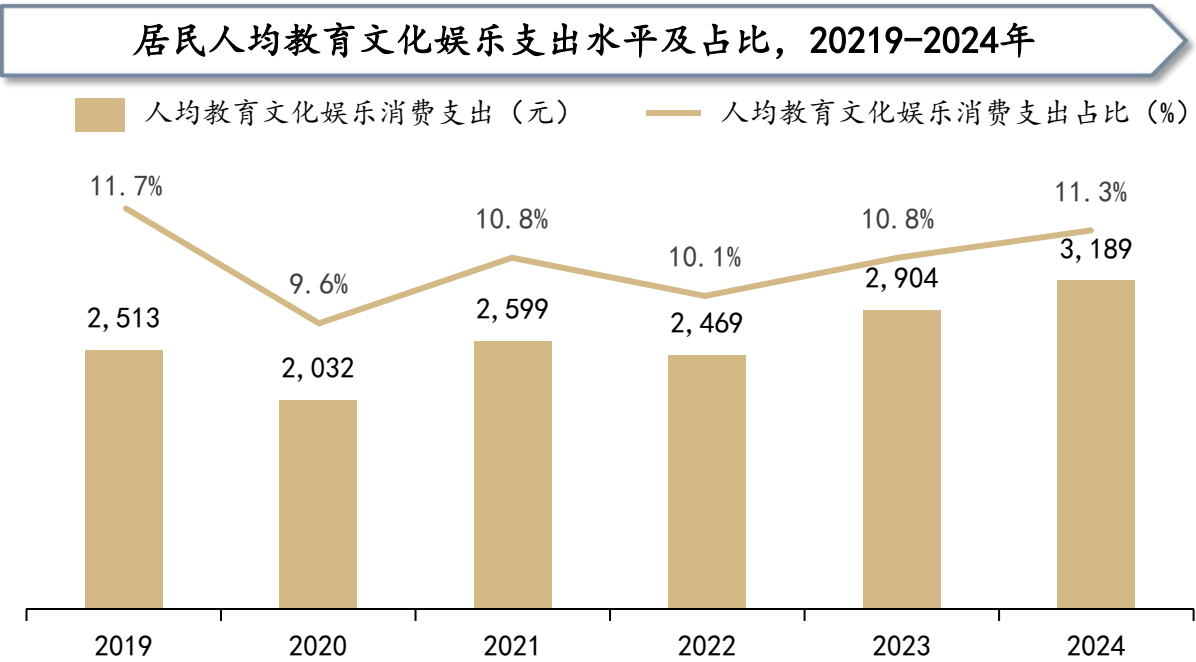
中国家庭对在教育方面的支出长期具有较高意愿，且随着留学生家庭消费能力的提升，有能力为留学投入额外辅导成本的家庭逐渐增加，推动中国海外大学课程辅导行业发展

高收入组家庭居民人均可支配收入



*注：按人均收入水平从低到高顺序排列，平均分为五个等份，处于最高20%的收入家庭为高收入组

教育文化娱乐支出在居民人均消费支出中的变化情况



- 由于支持学生留学需要投入较大成本，留学生家庭普遍为高收入组家庭。2024年意向留学家庭年平均收入为45.4万元，留学花费平均预算达52.8万元。而随着中国经济的持续发展，高收入组家庭的消费能力逐渐提升。2019年至2024年，中国高收入组家庭居民人均可支配收入由76,401元增长至99,809元。而随着主要留学家庭消费能力的逐渐提升，有能力为留学投入额外辅导成本的家庭逐渐增加，使得中国海外大学课程辅导行业潜在消费人群规模增加。
- 此外，中国居民长期重视教育文化投入，2019年至2024年，中国居民人均教育文化娱乐消费支出整体呈上涨趋势，且在居民消费总支出中的占比也波动上涨。在教育消费能力的提升和对教育支出的高意愿共同推动下，中国海外大学课程辅导行业得以持续发展。

■ 中国海外大学课程辅导行业发展驱动因素——技术发展与商业模式驱动

在线教育技术的成熟与普及，叠加不断演进的平台化模式与精准匹配为行业发展提供了坚实且具有广阔发展空间的技术基础，灵活的商业模式则进一步推动精细化运营和提升用户体验

线上教育技术发展与灵活的商业模式驱动行业发展

在线教育技术的成熟与普及

- 在线教育技术的成熟不仅解决了跨国辅导的时空障碍，更通过技术下沉与体验深化重构了教学场景。例如超低延迟音视频、智能噪声抑制和高清共享屏幕等技术确保了跨国教学的流畅性与沉浸感。这些技术使"一对一深度辅导"和"小班研讨课"等高阶模式得以规模化落地，显著提升了教学效率。
- 同时，云端录播、学习行为数据采集等技术为教学过程数字化提供了基础，使学习效果量化评估成为可能。在线化不仅降低了机构的场地与运营成本，更通过全球师资整合实现了供给端优化，使高质量教育服务覆盖全球的中国留学生群体。

平台化与精准匹配

- 平台化模式的核心价值已从简单师资对接升级为智能化的教育资源优化配置系统。头部机构通过构建动态更新的导师数据库，涵盖教学风格、专业背景、学生评价等多维标签，并运用机器学习算法实现多维度精准匹配。智能匹配系统能对接特定院校课程代码和教授教学风格，预测学生的潜在需求，实现"需求未发，服务先行"的预见性服务。
- 另一方面，平台通过持续收集辅导过程数据，不断优化匹配模型，形成自我强化的智能匹配生态，沉淀出极具价值的全球课程知识图谱。

灵活的服务模式

- 灵活的服务模式体现了行业对留学生学习场景碎片化特征的深度适应，已从单一产品创新升级为完整的价值交付体系。服务机构通过将传统辅导解构为标准化"知识单元"，形成按需取用的服务菜单，涵盖从常规课业辅导、论文专项润色到考前冲刺、学术申诉等全场景需求。这种模块化设计不仅降低了决策门槛，还通过"紧急服务"等高附加值产品捕获急迫性需求的溢价价值。最终形成"服务-支付-数据-优化"的闭环运营体系，实现精细化运营和用户体验的持续提升。

■ 中国海外大学课程辅导行业发展趋势——服务范围与内容深化发展

随着中国学生留学目的地的选择性逐渐丰富,以及中国留学生辅导服务需求的多样性变化,未来中国海外大学课程辅导机构在服务范围和服务内容上将不断深化发展

中国海外大学课程辅导行业在服务范围和内容上不断深化发展

服务范围持续扩张

拓展新兴留学目的地

- 德国、法国等欧洲国家以及马来西亚、泰国等“一带一路”国家正成为留学生的新选择。非英语国家可能带来更大的语言障碍和学习挑战,形成对专业课程辅导的需求潜力巨大的新兴市场。

覆盖更多院校与专业

- 未来,行业覆盖的院校数量和排名范围有望进一步扩大。随着赴美留学中攻读硕士学位人数的递增,STEM专业等热门领域的需求尤为突出,各机构也将加强在这些热门专业领域的师资和服务能力。

延伸服务对象

- 未来行业将开辟B2B第二增长曲线,通过向留学中介、国际学校及预科项目输出模块化的课程辅导解决方案,将服务对象从C端学生延伸至B端机构,形成从“直接服务”到“能力输出”的模式转型。

服务范围与内容深化发展

服务内容不断深化

核心学术支持

- 辅导机构正从单一的课程辅导向提供全周期、一站式服务转变。包括课程辅导、作业辅导、考试辅导和论文辅导等传统项目在内的核心学术支持仍是行业的基础。

延伸服务增值

- 未来,服务内容将向前后两端延伸。向前涵盖留学咨询、学校申请、选课规划等;向后扩展至职业规划、实习推荐、就业指导等增值服务,以更好地满足留学生的个性化需求,帮助其提升学术水平和职业发展能力。

个性化定制服务

- 激烈的市场竞争促使机构提供更精细化的服务。机构将更注重根据留学生的具体需求、学习习惯和专业特点来制定个性化的辅导方案,更为专业和细致的服务形式将逐渐成为行业主流。

■ 中国海外大学课程辅导行业发展趋势——行业专业化与规范化发展

随着未来中国海外大学课程辅导行业不断发展，行业内企业数量增多，行业内企业将通过提升师资队伍专业化水平、品牌化与信誉建设、建立标准等措施，推动行业专业化与规范化发展

中国海外大学课程辅导行业趋于专业化与规范化发展

1	提升师资队伍专业化水平	• 师资队伍专业化：导师资源从可替换的“临时工”转变为行业最重要的“人力资本”和“智力资产”。这一转变要求整个行业在宏观上形成一套专业化人才的培养、认证和流通体系。 • 行业良性循环：未来行业内导师资格认证将越来越专业化，推动师资来源从“背景依赖”向“能力依赖”转变，拥有优秀导师资源的品牌将更受学生青睐。师资队伍专业化水平的提升将带动整个行业供给端的质量与稳定性，吸引更多高素质人才进入，形成良性循环。
2	品牌化与信誉建设	• 从“信息中介”到“信任品牌”：当行业缺乏标准时，学生选择机构像是在“拆盲盒”。未来，强大的品牌将成为“质量、可靠、有效”的信任符号，极大降低学生的决策成本。规范化运营和专业化服务自然会催生高质量的学员成果和正面口碑。这些真实案例的积累和传播将成为最有力、成本最低的获客方式，形成良性循环。 • 社会责任与品牌形象：头部品牌更注重承担社会责任，如发布行业白皮书、举办公益学术讲座、普及学术诚信观念，从而塑造负责任的行业领导者形象，获得社会、家长和学生的广泛尊重与认可。
3	建立标准与强化监管	• 监管体系建立：当前行业的发展痛点在于服务标准缺失与监管空白，导致了服务质量的不稳定和消费者权益的潜在风险。未来，行业的规范化发展将依赖于系统性标准的建立和多层次监管体系的形成。 • 行业良性竞争：行业标准将延伸至服务全流程的精细化规范，第三方行业联盟或协会等自律机构也将逐渐形成。最终，行业将通过标准与监管的“基础设施”建设，构建一个让消费者放心选择、机构有序竞争的健康生态。

1

中国海外大学课程辅导行业综述

2

中国海外大学课程辅导行业产业链

3

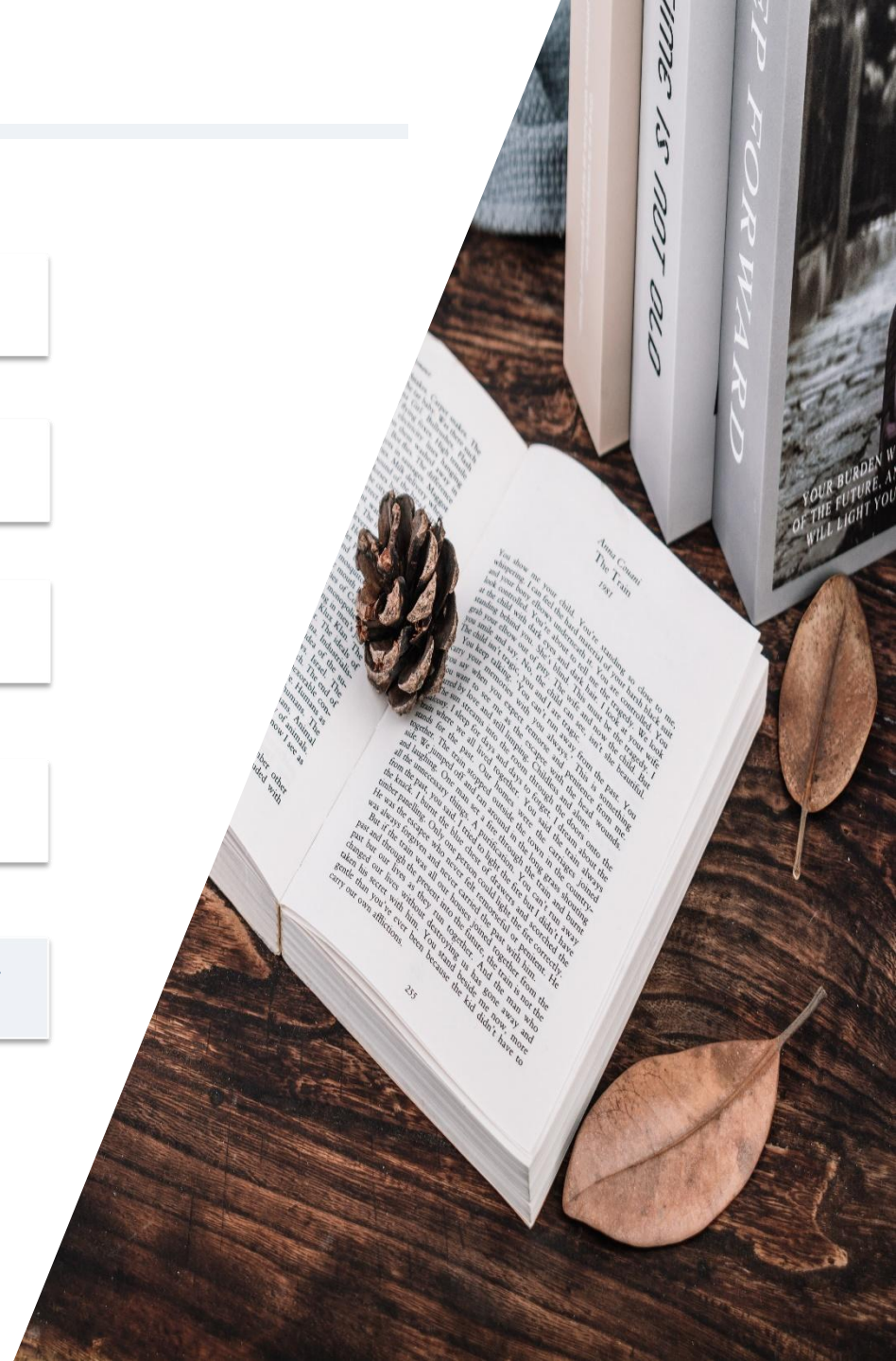
中国海外大学课程辅导行业消费者画像

4

中国海外大学课程辅导行业驱动因素及发展趋势

5

中国海外大学课程辅导行业竞争格局及标杆企业案例



■ 中国海外大学课程辅导行业竞争格局

海外大学课程辅导机构的整体用户满意度、教学质量、师资力量、服务效果是体现其市场竞争力的重要指标，路觅教育在目前中国海外大学课程辅导机构中具有更大的市场竞争优势

中国海外大学课程辅导行业竞争格局

中国海外大学课程辅导机构评分*, 2025年

	整体评分	教学质量	师资力量	服务效果
路觅教育	4.5	4.5	4.6	4.6
机构A	4.0	4.1	3.9	4.1
机构B	4.0	4.1	4.0	4.2
机构C	3.9	3.9	3.8	4.0

*注：分数为1-5分，1分代表用户对该辅导机构非常不满意，5分代表非常满意

- 海外大学课程辅导机构的整体用户满意度、教学质量、师资力量、服务效果是体现其市场竞争力的重要指标，高教学质量体现了辅导机构优质的导师资源和辅导水平；强大的师资力量为辅导机构提供更广泛的学科覆盖及客户粘性；好的服务效果例如高成功率的申诉服务、学生成绩提分明显等则成为辅导机构扩大市场影响力的重要因素，为品牌赢得市场口碑。
- 中国海外大学课程辅导行业发展时间较短，仍处于行业发展早期，市场参与玩家较少，多为私人辅导机构，拥有成熟团队的专业辅导机构较少。路觅教育作为专业辅导机构，拥有成熟的导师招聘与培训流程，并配备有专业的服务团队，与私人辅导机构相比，能够提供更为专业和细致的服务。通过对比用户评分可以看出，路觅教育在目前中国海外大学课程辅导机构中具有高整体评分、高教学质量、强大的师资力量、优异的服务效果，与其他机构相比具有更大的市场竞争优势。

■ 中国海外大学课程辅导行业企业推荐——路觅教育（1/2）

路觅教育主要从事留学生辅导服务，业务内容覆盖海外大学课程辅导、学业申诉服务、国际课程辅导等留学服务，业务范围覆盖美国、加拿大、英国、澳大利亚、香港及亚太等全球多个热门留学目的地

企业介绍

路觅（北京）教育科技有限公司（以下简称“路觅教育”）是一家立足中国，专注于为留学生提供海外高校课程辅导的专业教育科技企业。公司主要业务涵盖海外大学课程辅导、学业申诉服务、国际课程辅导等服务。

路觅教育现覆盖全球大学校区合计**1,278**所，及超过**219,000**门高校课程数量，拥有全球导师人数**8,276**名，其中来自全球TOP100高校的导师占比达**97.2%**。通过对各国教育体系的深刻理解和专业的辅导团队，路觅教育致力于提升学生的学术表现，帮助他们顺利完成海外学业，并为未来的职业发展打下坚实的基础。

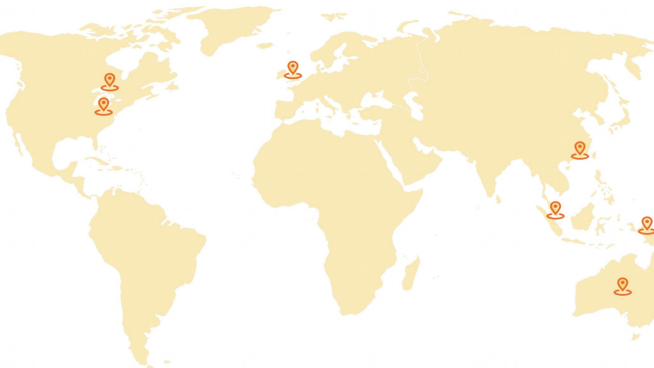


覆盖区域

路觅教育业务现已覆盖全球多个热门留学目的地，包括美国、加拿大、英国、澳大利亚、新西兰、新加坡等主要英语国家。例如路觅教育申诉服务覆盖**98%**的全球高校。通过覆盖这些国际化教育重要阵地，路觅教育为各个留学国家及地区的中国留学生提供优质的课程辅导及申诉服务。

路觅教育覆盖院校

美国 | 加拿大 | 英国 | 澳大利亚 | 新西兰 | 新加坡 | 中国·香港 | 中国·澳门



路觅教育发展历程

路觅教育自2020年成立以来，主要从事留学生辅导领域，经历多次融资，快速建立起完善的海外留学生辅导产品



中国海外大学课程辅导行业企业推荐——路觅教育（2/2）

路觅教育服务业务包含各类课程辅导及学术、学业申诉服务，拥有强大的师资力量，较高的服务创新力，深度挖掘客户需求为其进行个性化定制，辅导服务覆盖广泛的专业及院校

路觅教育主营业务

路觅教育核心服务

- 路觅教育专注于提供专业学术辅导与申诉咨询服务。学术辅导包含学前预习辅导、同步灵活学辅导、全程安心学辅导及论文辅导四大板块；申诉服务涵盖学术申诉与学业申诉等，全方位为学员学术之路保驾护航。



课程辅导服务



学前预习辅导：面向四类学员精准服务，包括担忧难以适应海外高校授课环境者、计划用AP/IB成绩兑换部分课程学分者、高中阶段未接触海外授课教材者，以及前期基础课程掌握不牢固者。



同步灵活学辅导：针对学期中需及时解决学习疑难的学员，支持根据个人实际情况灵活规划学习，随时查漏补缺，可按需预约辅导，高效攻克学习难点



全程安心学辅导：聚焦有明确学术目标的学员，如对单门课程GPA有硬性要求、专业必修课需冲刺高分、有转校或转专业计划、筹备申请名校硕博，以及海外预科/本科即将升入专业阶段的学生。由经验丰富的导师全程深度指导，确保学员达成既定学术目标。



论文辅导：为有论文修改与润色需求的学员提供支持，通过体系化、专业化的学术论文指导，覆盖从基础写作到高端研究的全周期，助力学员显著提升论文质量与学术竞争力。



申诉服务



申诉服务：依托海外律师领衔的专家级申诉团队，为学员量身定制个性化申诉方案。服务涵盖校方政策深度解析、专业学术申诉、学业申诉办理，以及法律相关援助咨询等，帮助学员有效维护合法权益，成功化解学术危机。

路觅教育竞争优势

1

强大的师资力量

路觅教育拥有强大的师资力量，导师团队累积服务时长达15,701,000小时，全球TOP100高校导师占比达97.2%，导师平均处理Case数超过360起。申诉服务业务拥有多为来自剑桥、牛津等顶尖大学的博士导师且从业经验3年以上，服务学员成功案例超过5,000例，服务培训累计时长达到33,000小时。高质量且富有经验的师资体系不仅保障了学员的学习效果和满意度，也为路觅教育构筑了行业难以复制的核心壁垒。

2

客户需求定制个性化

路觅教育师资部门会综合考虑学生的不同需求、性格特点和个人倾向，包括使用MBTI性格测试等工具，为每位学生匹配最合适的学术导师。在申诉服务中，个性化的匹配过程可以帮助学生与适合的导师建立良好的互动关系，从而提升学习效果。

3

服务创新力强

路觅教育创新性的策划并成立“路觅公开课”，通过一系列公益性的信息类课程，帮助留学生及有留学意向的学生打破信息不对称。例如，“路觅公开课”中重点课程“新生第一课系列”，为刚踏入海外高校的留学生量身定制，帮助其适应全新的学术环境和文化差异。