



学生流动 与求学动机：

China

来华与出国留学学生的认知

数据支撑：QS全球国际学生调研、
全球留学流向数据库

2026

本报告由以下QS团队成员协作完成，
全程参与调研、数据分析、内容撰写
及专家评审工作：

Alex Berka, 洞察分析经理

Louie Brand, 内容营销经理

Jeroen Prinsen, 亚太区执行总监

全球办事处



使用条款与免责声明

本报告为全球留学流向行业简报，版权及制作权属英国QS有限公司（简称 QS）所有，仅作通用信息参考用途。报告中所载调研结果、解读观点及结论不保证绝对准确、完整。报告内相关分析与预测数据未经通知可随时调整。除特殊标注外，所有金额单位均为美元。对于任何因使用本报告产生的损失，QS不承担任何法律责任。

如需获取更多资讯、媒体采访对接，请联系：
qspressooffice@qs.com

版权所有 ©2026 QS Quacquarelli Symonds。
保留所有权利。未经QS事先书面许可，不得以任何形式或任何方式（包括电子、机械、复印或其他方式）对本出版物的任何部分进行复制、存入检索系统或传播。

目录

目录	03
前言	04
中国市场整体概况	06
综合摘要	08
出境留学趋势	09
来华留学趋势	18
研究方法论	22

前言



Jeroen Prinsen
亚太区执行总监
QS Quacquarelli Symonds

在全球留学生流动格局中，中国始终占据核心地位：既是全球重要的生源输出国，同时作为国际学生留学目的地的吸引力也持续提升。本报告数据显示，当下学生在择校时规划性更强、更看重实际回报，同时对目标院校、国家的筛选标准也更加严苛。

有意来华留学的国际学生，依旧看重中国留学性价比高、社会环境包容友好两大优势，但同时也会重点考量签证办理便利度、毕业后留华工作政策、未来就业发展前景。而计划出国深造的中国学生，择校逻辑与海外来华学生高度相似：教学质量、职业发展回报、留学成本、权威可信的信息渠道，共同决定他们最终的留学选择。

本报告整合海量留学生流向预测数据与学生主观认知调研数据，帮助各大高校跳出笼统行业预判，做出清晰、精准的招生决策。报告完整展现全球留学需求的变动方向、学生核心诉求，助力院校更贴合学生需求、高效且自信地开展招生宣传工作。

当下海外院校招生行业面临诸多挑战，但挑战同样倒逼行业精准定位。依托本报告详实的数据洞察，院校可精准把握留学需求走向，精准匹配学生期待，以客观数据而非主观臆断为依据制定招生策略。QS将持续为全球院校提供全方位支持，助力高校理清复杂的留学市场、挖掘潜在生源、贴合学生需求开展及时、适配、实用的招生运营工作。



将洞察转化为 招生人数：

精准定位、对接、
录取适配生源

我们可提供以下配套服务：

- 做出稳妥的海外市场拓展决策
- 提升院校招生抗风险能力
- 搭建稳定可持续的生源招生渠道
- 将学生咨询意向转化为实际入学名额

1,500+

全球高校信赖QS，
依托我们来扩大生源规模、
丰富学生多元背景

14,000+

过去五年累计完成的
招生合规核查工作总量

50,000+

通过QS线下线上的
招生展会，累计对接的
意向留学生人数

探索QS的无限可能

[了解我们的学生招生解决方案](#)

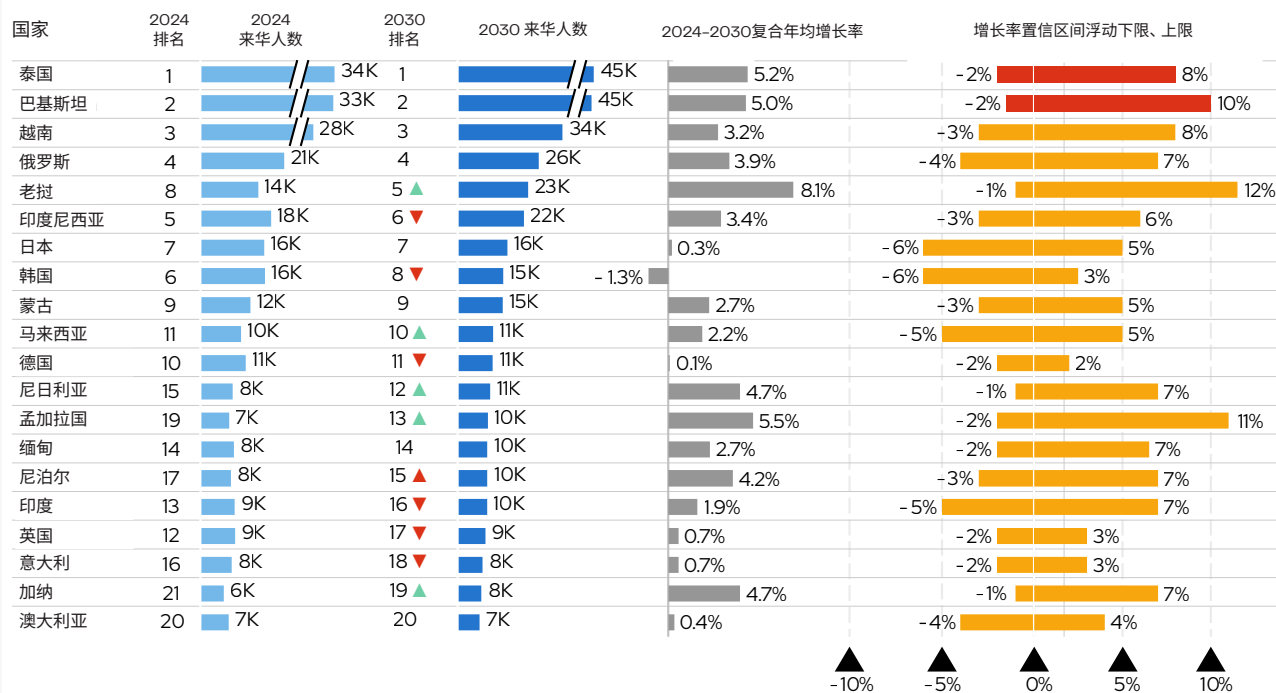


中国市场整体概况

外国学生来华留学流动趋势

在《2025全球学生流动报告：中国篇》中，我们曾做出预判：中国在全球国际留学生招生市场的地位将持续巩固；到2030年，来华国际留学生总注册人数预计增长2.5%，总量达到55万。来华留学生的核心生源国预测排名前四位为：泰国、巴基斯坦、越南、俄罗斯（详见图表1）。

图表1: 来华留学的生源国TOP 20数据表 - 2024-2030年(预测)



数据来源: QS全球留学流向, 2025年10月

中国学生出境留学流动趋势

数十年间，英语四大留学目的地——美国、英国、澳大利亚、加拿大，长期占据中国出境留学生的绝对主流市场。但当下这一格局正发生转变：各国签证政策收紧、留学生招收名额限制、全球市场环境变化，持续改变中国学生的择校需求。2019至2024五年间，选择前往上述四大英语国家留学的中国学生占比，从64%下滑至56%。整体来看，中国出境留学总规模依旧保持增长，但未来增量不会再高度集中于这四个传统英语国家。

预计赴韩国、马来西亚、越南和新西兰留学的中国学生人数，将实现7%至9%的增长。

赴西班牙留学的中国学生复合年均增长率预期为5.2%，全欧洲整体接收中国留学生的复合年均增长率为3.3%。

传统四大英语留学目的地，没有任何一国的中国留学生年增速能突破5%。

完整数据可查阅《全球学生流动报告：中国篇》



综合摘要

中国跨境留学市场的走向，越来越受学生主观认知的影响。学生们会综合考量留学目的地能提供的资源、院校能否清晰传递自身价值，以及自己信任哪些信息渠道。

对于计划来华留学的海外学生而言，包容友好的社会环境与费用可负担性依旧是核心考量，但他们的择校决策变得更加务实：签证办理便利度、毕业后工作居留权限、毕业生就业前景的重要性持续攀升；而文化吸引力、笼统的教学质量口碑，权重相比往年有所下降。

对于计划出国深造的中国学生，院校综合声誉的区分作用正在减弱。优质教学仍是学生选择留学国家的首要因素，但大家愈发看重可落地的实际收益，包括毕业后的就业去向、留当地工作的机会以及留学成本。学生获取信息的渠道也发生了变化：高校官网依旧是最实用的信息来源，社交媒体、校友交流、院校排名、留学中介的影响力同步提升。这一趋势说明当下学生筛选院校更谨慎，且倾向于依靠客观佐证做选择。

面对这样的趋势，那些想要吸引中国学生的海外院校，必须清晰地展示其投资回报率，实现数字化营销的本土化，并能迅速提供个性化的信息，从而帮助学生充满自信地做出决策。

出境留学趋势

中国学生对海外院校有哪些诉求？

快速总览

学生流向何处？

2030年前增速最快的留学目的地



中国出境留学总规模持续上涨，但生源不再高度集中于传统“四大英语留学国”。

2019至2024年，赴美、英、澳、加留学的中国学生占比从64%下滑至56%。

学生偏好攻读哪些专业？

2026年热门专业

#1

商务与管理学：25%

#2 计算机科学：11%

#3 创意艺术与设计：10%

#4 工程与技术：8%

#5 传播与媒体：6%

2022年至今专业偏好变动幅度

▲ 创意艺术与设计：+5%

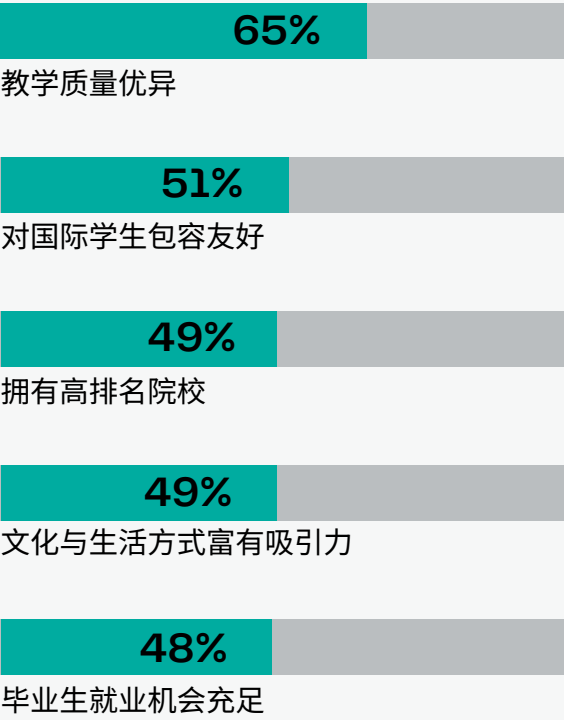
▲ 计算机科学：+2%

▼ 社会科学：-5%

▼ 商务与管理学：-4%

中国学生选择留学国家的核心驱动因素

2026年择校核心考量因素占比



2022年至今权重涨幅最高的择校因素

- ▲ 毕业后合法工作居留权限：+14%
- ▲ 毕业生就业前景：+11%
- ▲ 学费性价比高、负担得起：+8%
- ▲ 签证申请便捷度：+5%

学生对咨询回复时效的期待

- 34% 的学生希望咨询能在24小时内得到回复
- 70% 的学生要求3天内收到答复
- 25% 的学生期待24小时内获知申请审核结果

影响力最高的信息渠道占比

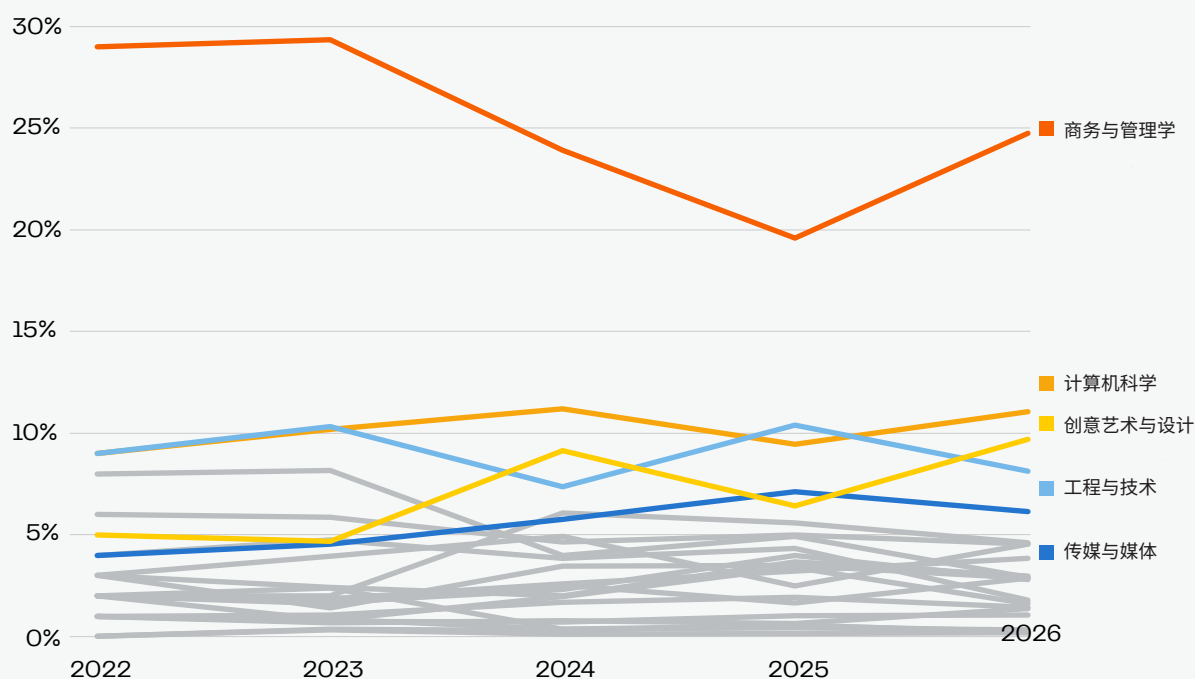
- 73% 高校官方网站
- 65% 大学排名榜单
- 61% 社交媒体平台
- 41% 留学中介机构
- 39% 亲友介绍

意向就读专业

商务与管理学依旧是中国留学生首选专业，但自2022年起关注度持续走低。其余大部分专业热度整体平稳，历年浮动仅1至2个百分点。

涨幅最明显的是创意艺术与设计，关注度提升5个百分点，占比达到10%；跌幅最大的是社会科学，关注度下降5个百分点。

图表2：中国出境留学：中国学生意向就读专业分布



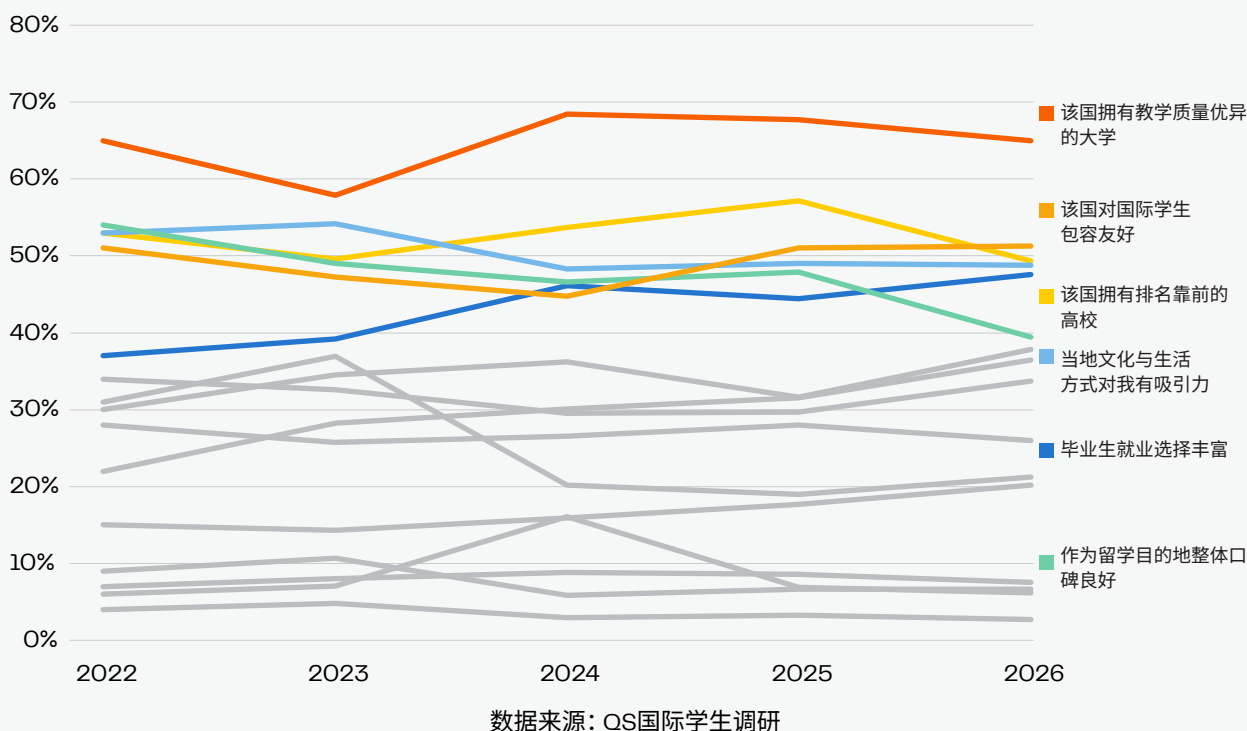
数据来源：QS国际学生调研

需重点思考的问题：

- 院校针对中国学生的申请转化链路，是否匹配当下专业偏好变化？
- 院校如何面向中国学生推广工程、计算机类专业？
- 各专业的宣传内容，是否贴合学生最看重的择校要素？

驱动学生出境留学的核心因素

图表3：中国出境留学：选择留学国家时的核心考量因素



留学投入回报、签证与就业权限对中国学生愈发重要，反映出学生择校高度聚焦实际收益。自2022年以来，毕业生就业前景的关注度上涨11个百分点，毕业后工签资格的关注度上涨14个百分点。留学成本的权重也持续提升：2026年有38%学生将费用视作重要考量，2022年该比例仅30%。

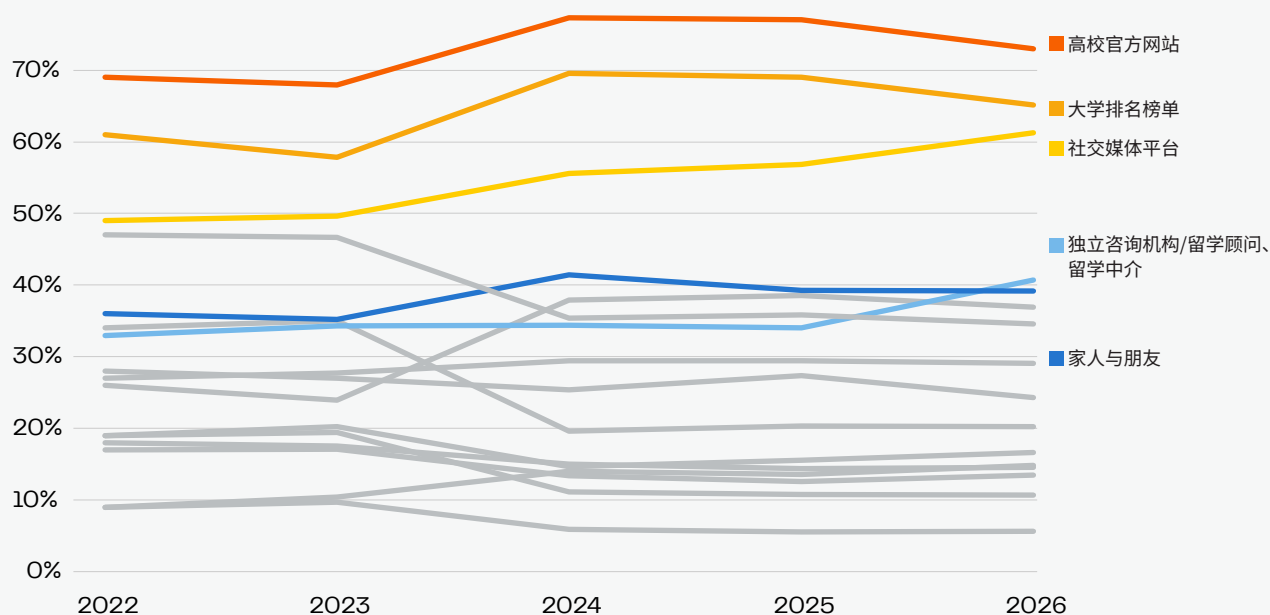
优质教学依旧是选择留学国家的第一标准，但依托“声誉”的择校要素重要性全面下降：一国整体留学口碑的权重自2022年下跌15个百分点；高排名院校、特色文化生活两项分别下滑4个百分点。

需重点思考的问题：

- 当下中国生源择校愈发看重实际收益，院校如何调整宣传话术匹配这一需求？
- 除榜单排名、综合口碑之外，院校可通过哪些方式直观佐证自身教学质量？相较同行院校是否具备优势？
- 院校可以使用哪些客观数据，向学生证明选择本国留学的投入回报价值？

学生择校决策所使用的信息渠道

图表4: 中国出境留学：学生获取信息的渠道变化趋势



数据来源：QS国际学生调研

在搜集海外留学备选方案时，中国学生更偏好可信度高、精准垂直的信息渠道，而非宽泛的全网通用搜索。高校官方网站始终是学生认为最有价值的信息来源；社交媒体渠道的重要度自2022年大幅上涨，增幅达12个百分点。校友交流分享、院校排名、留学中介的参考价值同步提升，这表明，学生们正在积极寻找那些具备明确公信力和高度相关性的信息来源。

与之形成对比：仅有20%的学生认为高校线下展会、宣讲会具备参考价值，该比例自2022年持续走低；全网通用搜索引擎的使用依赖度同步下滑；第三方非院校官方教育资讯网站的关注度下降8个百分点。

需重点思考的问题:

- 院校自有线上宣传渠道是否完成本土化运营，最大化吸引中国学生参与互动？
- 院校如何与留学中介开展深度合作，保障本校办学特色、招生优势有效触达生源？
- 院校当前正在使用哪些招生渠道，但该渠道对中国学生的吸引力正在持续衰减？



学生转化与沟通服务

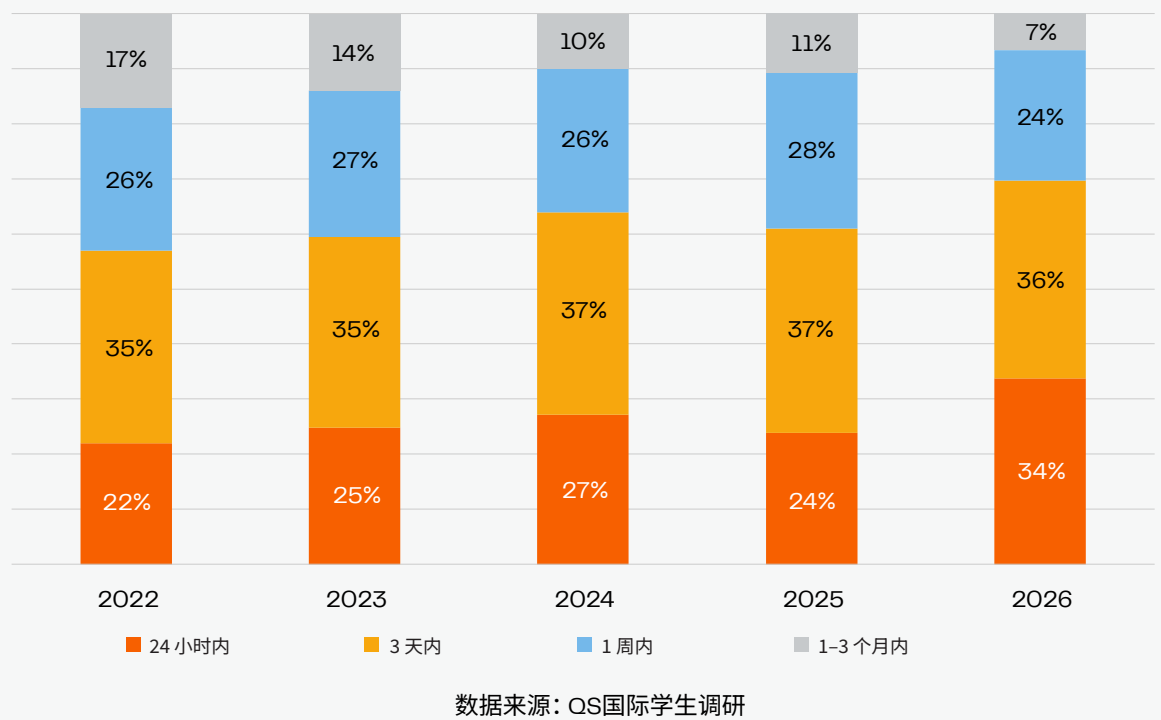
无论通过哪类渠道发起咨询，越来越多中国学生期望24小时内收到回复，对长时间等待的容忍度持续下降。2026年，34%的学生期望个人咨询在24小时内得到回复，2022年该比例仅为22%。因此咨询回复速度不仅是基础服务标准，更是院校差异化竞争的核心优势。许多学生会同时考虑多所院校，因此快速、有针对性的回复有助于抢占生源先机头。

仅有16%的学生仅考虑或选择申请一所院校；14%学生备选2所院校，18%备选3所，10%备选4所，16%备选5所。值得注意的是，44%的学生会同时考量5所以上院校，其中15%的学生备选院校数量超过10所。这一数据凸显咨询、申请、录取全流程高效管理的紧迫性：当学生横向对比多家院校时，沟通延迟可能使学生失去对学校的关注与入学意愿。

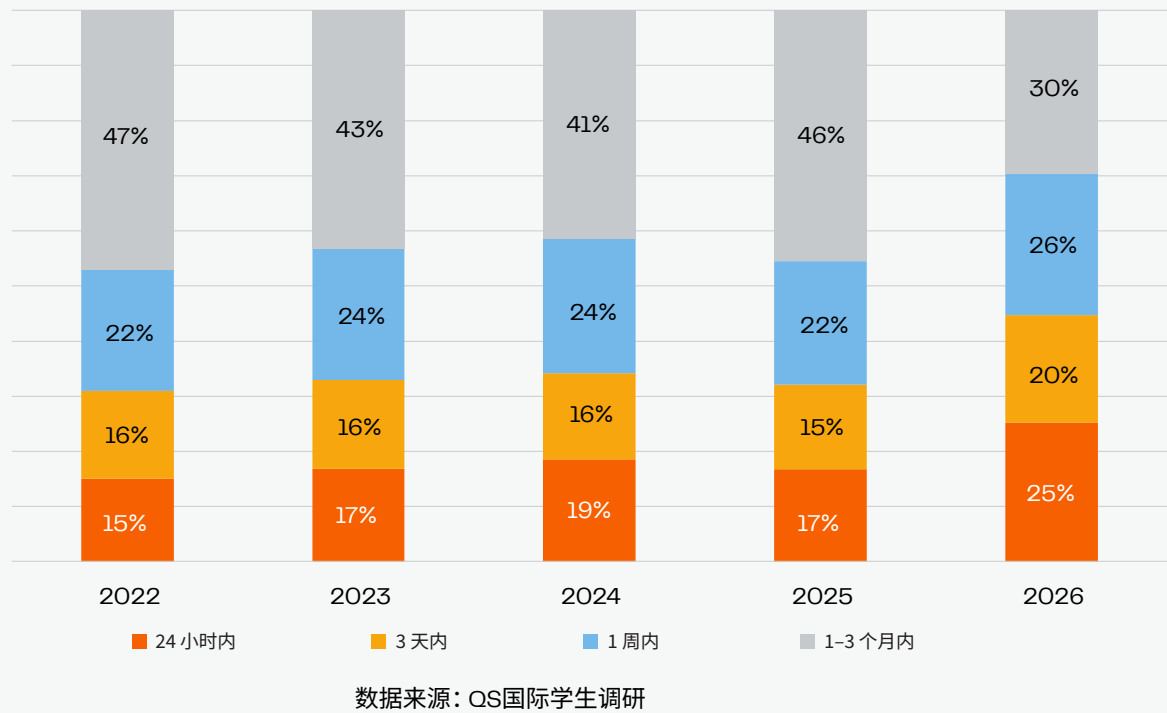
需重点思考的问题：

- 院校是否持续追踪咨询回复时长？现有时效指标是否匹配学生的期待标准？
- 院校可以通过哪些方式缩短回复时长、提升咨询工单处理效率？
- 哪些工作流程可自动化处理、设置优先级，确保高入学意向的咨询获得及时、个性化跟进服务？

图表5: 中国出境留学：学生期待收到完整个性化咨询回复的时效



图表6: 中国出境留学：学生期待获知申请审核结果的时效



来华留学趋势

来华留学生对院校有哪些核心诉求？



快速总览

学生来自何处？

2030年前增长潜力最高的生源市场



550,000 预计到2030年在华国际学生数量

学生倾向学习哪些专业？

2026年热门专业

#1

工程与技术 17%

#2 商务与管理学 13%

#3 计算机科学 11%

#4 医学与口腔医学 9%

#5 医学相关学科 7%

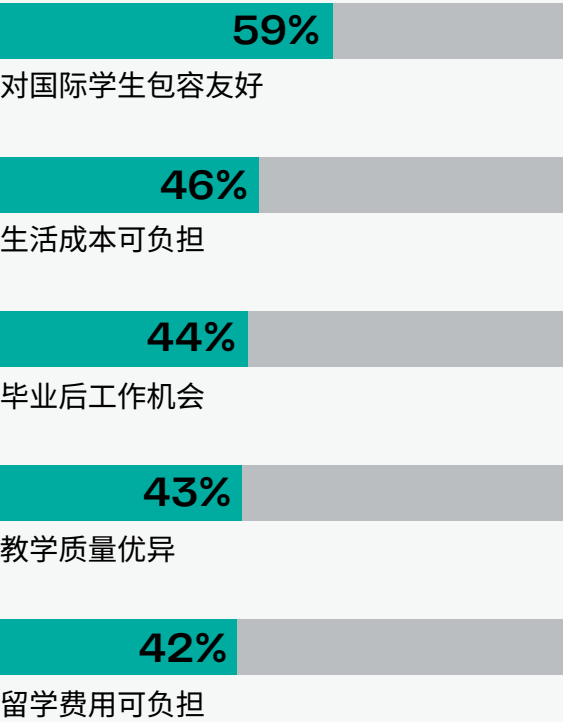
增长幅度最大的领域：

▲ 医学与口腔医学自2024年上涨2%

▼ 商务与管理学自2022年下降6%

有意来华留学的学生最看重什么？

2026年来华留学生择校核心考量因素



2022年以来增长最快的因素

- ▲ 毕业后合法工作居留权限：+6%
- ▲ 签证办理便利度：+4%
- ▲ 职业人脉资源：+3%
- ▲ 毕业生就业发展前景：+3%

学生对回复时效的期望

- 26% 的学生希望能够在24小时内获知申请审核结果
- 46% 的学生期望3天内收到回复
- 20% 的学生愿意为申请结果等待一个月

影响力最高的信息获取渠道

- 73% 高校官方网站
- 58% 搜索引擎
- 49% 社交媒体平台
- 43% 高校线下招生展会
- 32% 大学排名榜单

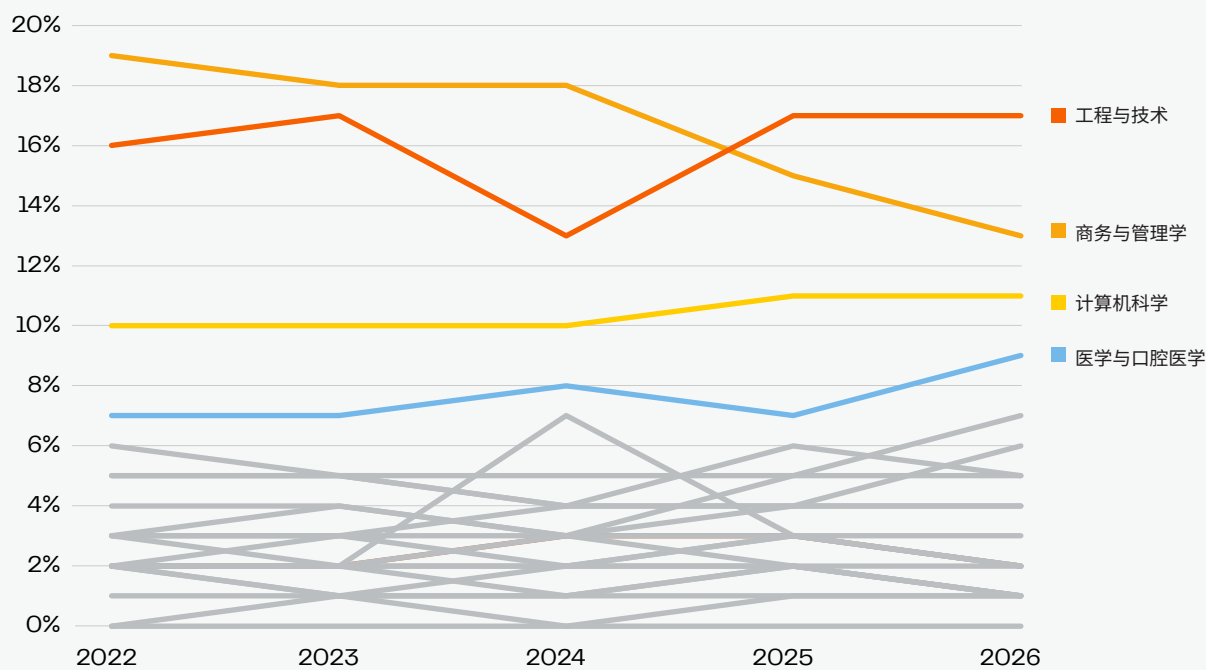
意向就读专业

自2022年以来，工程与技术首次成为意向来华学生中最受欢迎的学科领域。商务与管理仍然受欢迎，但兴趣自2022年起逐年下降；医学及相关学科涨幅尤为突出，感兴趣的学生比例从2024年的10%升至2026年的19%。

这些趋势与QS其他指标相符：

- 在生命科学与医学领域，中国C9高校联盟的雇主声誉中位排名自2023年持续提升，从141名升至63名。
- 在工程与技术学科，C9联盟高校中位排名自2023年前进16位。
- 反观商务与管理学领域，C9联盟院校的学术声誉、雇主声誉均出现小幅下滑。

图表7: 来华留学：海外学生意向就读专业趋势



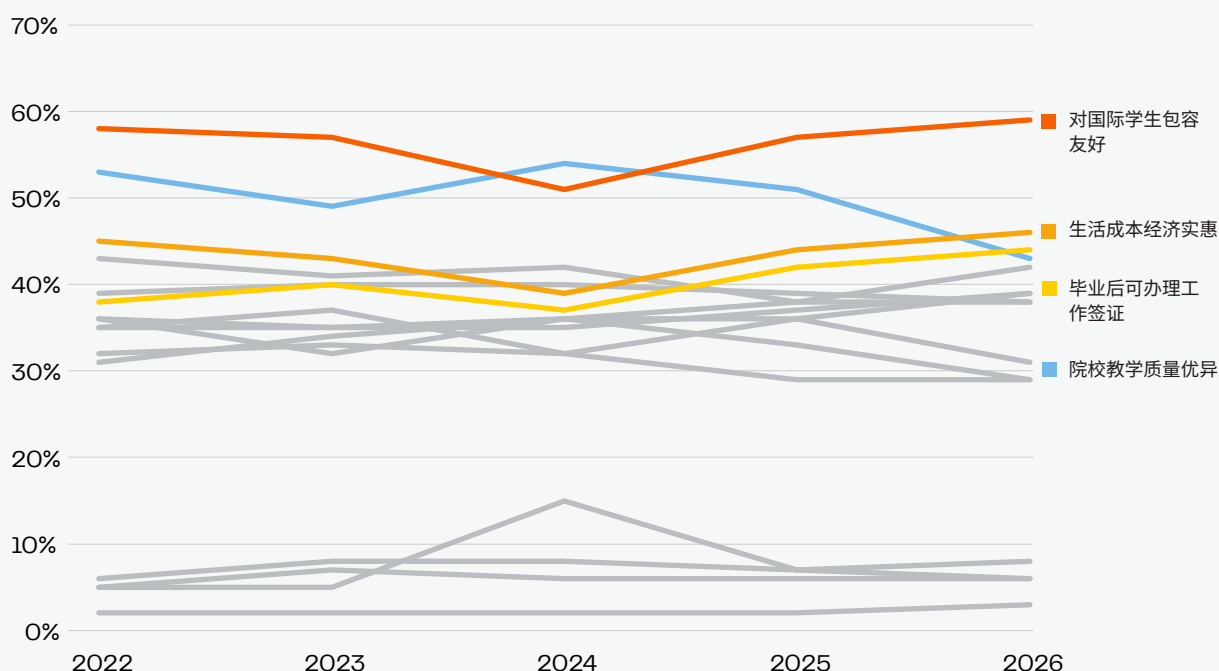
数据来源：QS国际学生调研

驱动学生来华留学的核心因素

包容友好的校园环境依旧是学生选择来华留学的第一大因素，可承担的学习与生活成本也持续是拉动入境留学的核心驱动力。但除此之外，学生择校优先级出现明显变动。

计划来华深造的学生择校愈发务实，签证办理便利度、毕业后工签资格、毕业生就业机会三大因素重要度自2022年同步上涨；而教学质量、特色文化吸引力两项指标的权重有所降低。

图表8: 来华留学：学生选择来华留学时的核心考量因素趋势



数据来源：QS国际学生调研

需重点思考的问题：

- 泰国、巴基斯坦、越南、俄罗斯是中国未来四大核心生源国，院校如何向这几国学生直观展示本校包容友好的就读环境？
- 院校可以通过哪些方式，向海外学生证明来华就读的投入回报价值？
- 当下学生愈发看重签证政策、毕业后工作权益，院校应如何调整海外招生宣传策略？

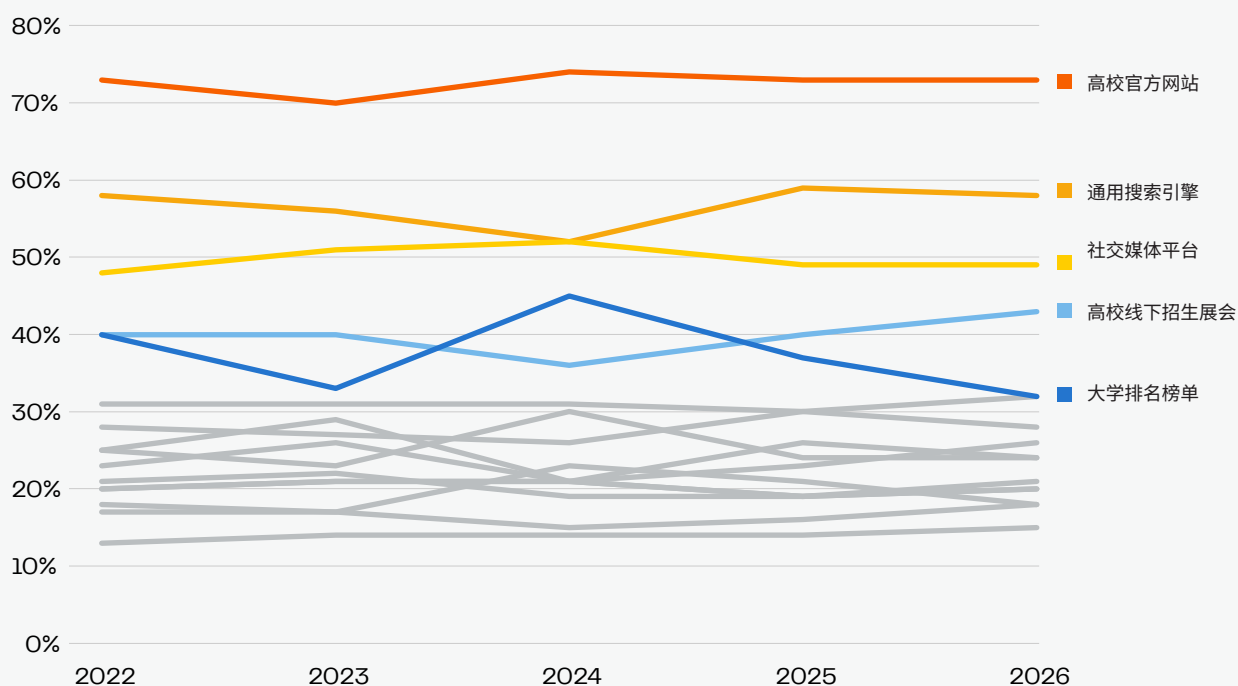
学生了解中国院校的信息渠道

来华学生搜集院校信息的渠道整体保持稳定，高校官方网站仍是最核心信息来源；通用网络搜索、社交媒体分别为第二、第三常用渠道。

自2022年起，线下高校招生展会的参考价值小幅提升（涨幅3%）。

近三分之一学生仍会参考大学排名，但排名的使用占比相较2022年持续下滑，仅依靠榜单排名，已经无法保障海外招生效果。

图表9: 来华留学趋势：学生信息获取渠道变化趋势



数据来源：QS国际学生调研

需重点思考的问题：

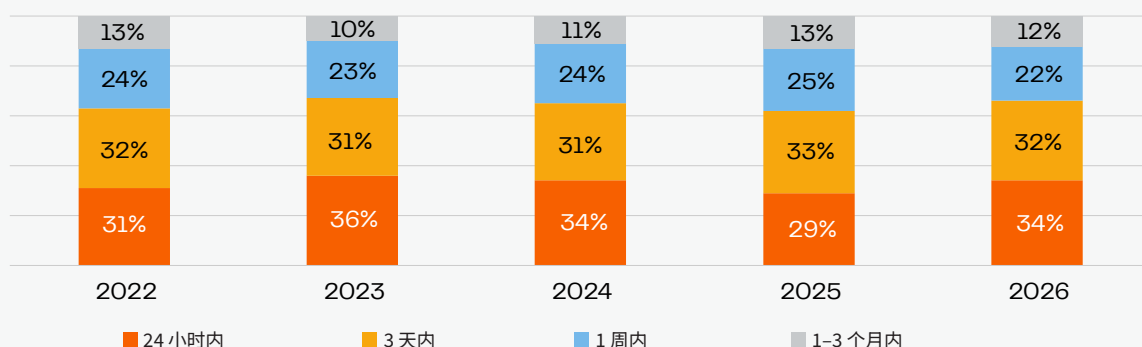
- 院校官网是否做了本地化，以顾及可能不会中文的国际学生？
- 院校面向海外市场的搜索引擎优化、社交媒体运营策略是否有效？
- 院校是否在有效利用学生和校友的声音，在学生最依赖的渠道中建立信任？

学生转化与沟通服务

2026年，26%的来华学生期望在24小时内得知申请审核结果，高于2022年的20%。愿意为申请结果等待一个月的学生比例，在2025到2026年

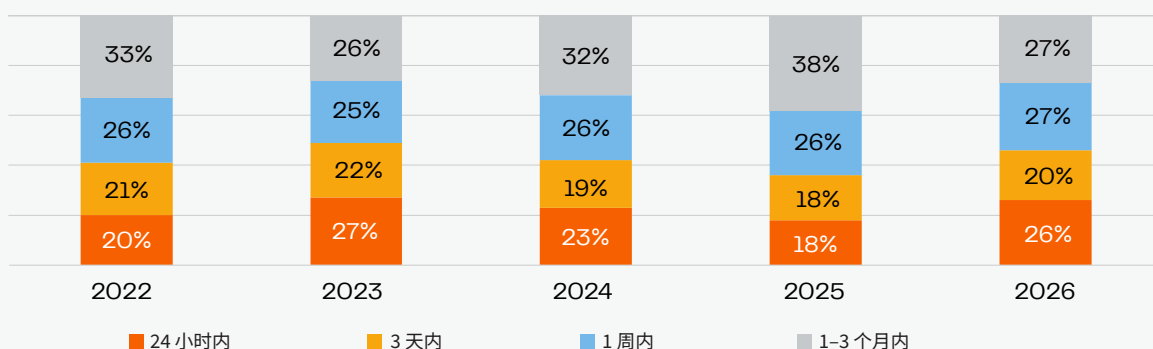
间从27%显著下降至20%。这共同凸显了快速响应学生咨询的重要性。

图表10：来华留学趋势：学生期待完整个性化咨询回复的时效



数据来源：QS国际学生调研

图表11：来华留学趋势：学生期待获知申请审核结果的时效



数据来源：QS国际学生调研

需重点思考的问题：

- 院校能否匹配学生期待，在3天内为学生提供个性化咨询答复？
- 2030年前来华国际留学生规模持续增长，院校现有业务系统是否做好准备，快速、高效处理各国学生咨询？
- 哪些咨询工单需要设置优先级，提供更快、更定制化的跟进服务，避免高意向生源流失？

研究方法论

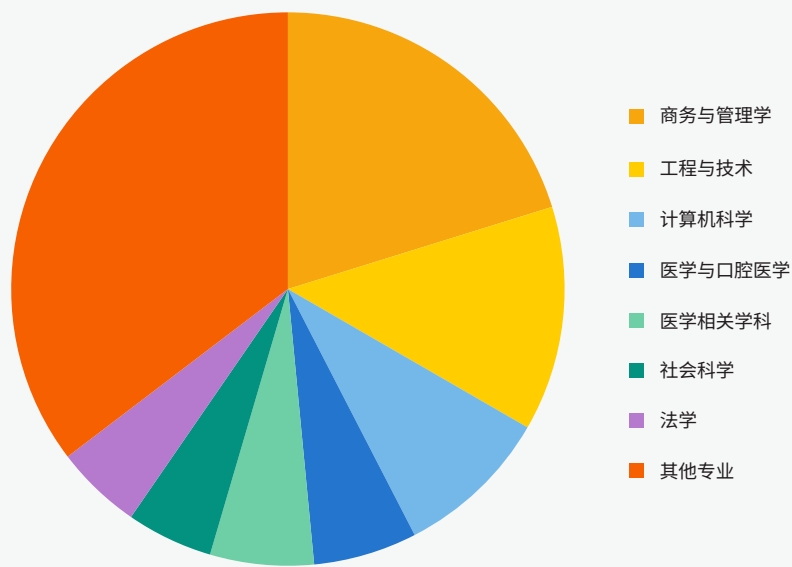
QS国际学生调研旨在精准刻画意向国际学生群体画像。2026年度调研共收集来自全球191个地区、超42115名学生的有效问卷；本份报告整合了过去五年累计超50万份调研反馈数据。

本次调研设计的系列问题，旨在助力高等院校制定科学的海外招生策略与对外沟通方案。结合全球留学流向数据库，本报告完整呈现学生留学目的地选择偏好，以及完整决策逻辑。为精准把握学生核心诉求，调研围绕学生择校全流程设置多维度问题：学生选择留学国家、院校、专业时的优先级考量；学生对高质量教学的评判标准；家庭意见对学生择校决策的影响程度；学生获取留学资讯常用的社交媒体与线上数字渠道。该调研拥有长期持续的数据积累优势：2026年已是第14次调研。历年问卷核心问题保持统一，能够清晰追踪学生诉求逐年变化趋势，预判未来留学市场走向；每年还会新增专项问题，快速捕捉当下学生的认知与偏好快照。

严谨的调研方法论确保样本能够客观反映意向国际学生的整体想法。调研受访者由QS联合全球各大高校共同招募：本年度与全球82所高校合作，由合作院校向本校意向国际学生推送问卷。本次线上调研依托专业问卷平台Qualtrics开展，数据采集周期为2026年1月5日至4月6日。问卷共设置50道独立题目，全面覆盖意向学生择校全链路相关话题：个人留学背景、择校核心优先级、院校营销宣传偏好、主要信息获取渠道、职业发展目标、毕业后规划等。2026年度问卷新增专项问题，收集学生对各国作为留学目的地的主观评价。所有参与调研的合作院校，均会收到专属对标分析报告，详细展示本校意向学生的调研结果。

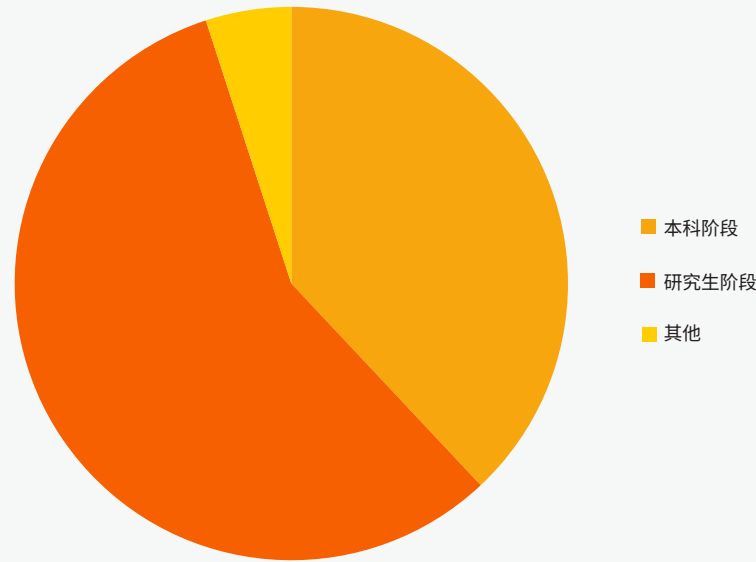
国际学生调研受访者样本概况

专业偏好



数据来源：QS国际学生调研

就读阶段



数据来源：QS国际学生调研

QS: 值得信赖的全球 高等教育合作伙伴

当下全球高校均面临市场环境挑战，纷纷调整办学与招生战略，应对全新行业格局，而QS正是院校可靠的长期合作伙伴。

我们拥有独家行业数据库、覆盖全球的资源网络、深耕高等教育领域的专业经验，深度洞悉全球高校发展现状，掌握提升办学绩效、生源互动度、院校规模增长的完整路径。

三十余年来，QS已与全球数千所高校达成深度合作。

我们希望能够：

将复杂海量调研数据梳理为清晰、可直接落地执行的决策参考依据。

提供行业领先的分析与洞察，助力院校实现全球对标与绩效提升。

依托自有平台、数据和定向推广，帮助高校匹配合适的学生。

将紧缺技能需求与教学、科研及就业能力培养相对接，提升学生未来就业准备度。

支持创新、新模式和市场拓展，助力院校长期增长。

[扫码获取更多招生洞察](#)

