

民办高校招生何以困？ ——知识市场视角的审视与纾解之道

周琳

安徽工业大学公共管理与法学院，安徽 马鞍山

收稿日期：2025年6月18日；录用日期：2025年7月17日；发布日期：2025年7月28日

摘要

在知识经济时代，高等教育作为知识生产与传播的核心载体，其市场竞争日益激烈。民办高校作为我国高等教育体系的重要组成部分，近年来面临严峻的招生困境，主要表现为生源数量不断缩减、生源质量持续下滑、报到率低等问题。本文基于知识市场理论，将民办高校的招生过程视为知识产品的供需匹配过程，分析民办高校招生困境的成因，包括知识产品供需失衡、信息不对称、竞争策略失效等，并从完善专业结构、提升知识产品质量、优化信息传递机制、强化市场细分策略、构建协同创新生态等维度提出对策，以期为破解民办高校招生困境提供理论参考与实践路径，实现民办高校的可持续发展。

关键词

民办高校，招生困境，知识市场，校企合作，教育质量

Why Do Private Universities Struggle with Enrollment? —A Diagnosis and Pathways from the Knowledge Market Perspective

Lin Zhou

School of Public Management & Law, Anhui University of Technology, Ma'anshan Anhui

Received: Jun. 18th, 2025; accepted: Jul. 17th, 2025; published: Jul. 28th, 2025

Abstract

In the era of knowledge economy, higher education, as the core carrier of knowledge production and dissemination, is facing increasingly fierce market competition. Private colleges and universities, as an important part of China's higher education system, have encountered severe enrollment difficulties

in recent years, mainly manifested in the continuous reduction of the number of students, the continuous decline in the quality of students, and the low enrollment rate. Based on the theory of knowledge market, this paper regards the enrollment process of private colleges and universities as the matching process of supply and demand of knowledge products, analyzes the causes of the enrollment difficulties of private colleges and universities, including the imbalance of supply and demand of knowledge products, information asymmetry, and the failure of competitive strategies, and proposes countermeasures from the dimensions of improving the professional structure, enhancing the quality of knowledge products, optimizing the information transmission mechanism, strengthening market segmentation strategies, and building a collaborative innovation ecosystem, in order to provide theoretical references and practical paths for solving the enrollment difficulties of private colleges and universities and achieving their sustainable development.

Keywords

Private Colleges and Universities, Enrollment Predicament, Knowledge Market, School-Enterprise Cooperation, Educational Quality

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着我国高等教育从精英化迈向普及化，民办高校在扩大教育资源供给、满足多元化教育需求等方面发挥了重要作用。然而，近年来民办高校普遍面临招生难问题：据教育部数据显示，2024年全国民办普通高校计划招生人数较2020年增长12%，但实际报到率下降至68%，部分院校甚至出现“断档”现象[1]。传统研究多从政策支持、办学特色、招生宣传等视角分析困境，但缺乏对教育服务作为知识产品的市场属性的深入探讨。知识市场理论强调知识的商品属性及其供需匹配机制，为重新审视民办高校招生问题提供了新范式。本文试图回答：在知识市场框架下，民办高校招生困境的本质是什么？如何通过优化知识市场中的供需关系与交易机制破解困境？

2. 知识市场理论的核心内涵与分析框架

2.1. 知识市场的概念界定

知识市场是知识供给方与需求方通过知识产品的交换、共享与整合，实现知识价值增值的动态系统[2]。在高等教育领域，知识市场的“产品”表现为高校提供的教育服务(如课程、专业、学位)，“供给方”包括高校及其教师，“需求方”为学生、家长及社会用人单位，“交易机制”涉及招生录取、就业反馈、社会评价等环节。知识市场的有效运行依赖三个核心要素：

1. 知识产品质量：即教育服务满足需求方(学生与社会)知识获取、能力提升、职业发展等需求的程度；
2. 信息对称性：供需双方对知识产品属性(如教学水平、就业前景)的认知匹配度；
3. 市场竞争与协同：不同供给主体(高校)在知识市场中的差异化定位与合作共赢机制。

2.2. 民办高校在知识市场中的定位

与公办高校相比，民办高校在知识市场中具有双重属性：

1. 市场驱动性：依赖自主招生、自负盈亏，对市场需求反应更灵敏；

2. 资源约束性：在办学历史、政府投入、社会声誉等方面存在先天劣势。

这种定位决定了民办高校需通过市场化手段提升知识产品的竞争力，但也使其在与公办高校的竞争中面临“马太效应”——优质生源更倾向于选择品牌效应强的公办院校，导致民办高校陷入“低录取分数 → 低培养质量 → 低社会认可”的恶性循环[3]。

2.3. 知识市场视角民办高校招生分析框架

基于知识市场的概念和内涵，民办高校扮演着中介兼供给方的角色，首先学校作为中介角色通过招生录取的方式将需求者学生招录到学校，知识产品的供给方教师借助学校提供的资源将知识产品，即专业知识、技能等提供给第一需求方学生，而学生则将获取的知识、能力、综合素养等转化为就业能力提供给该框架中的第二需求方用人单位。通过用人单位的评价形成就业反馈和民办高校的社会评价，就业反馈为学校招生录取提供动态调整依据，而社会评价则是影响学校招生的重要因素之一。这样，民办高校招生在知识市场分析框架中形成闭环，具体分析框架见图 1。

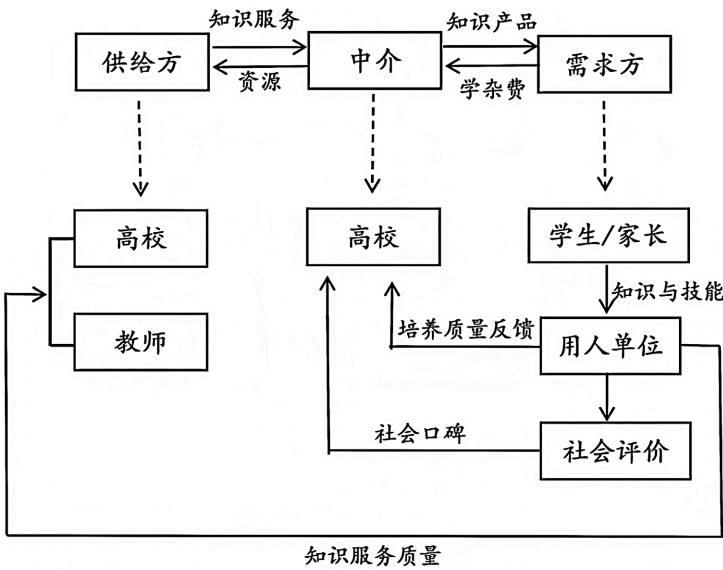


Figure 1. An analysis framework for student recruitment in private universities from a knowledge market perspective
图 1. 知识市场视角民办高校招生分析框架

3. 民办高校招生困境的现状

3.1. 招生生源获取困难

近年来，我国民办高等学校普遍面临生源获取困境，这一现象折射出高等教育市场生态的深层变革。在公办院校持续扩招与职业本科教育快速崛起的双重压力下，民办高校的生存空间遭遇结构性挤压，形成独特的“教育虹吸效应”。公办院校凭借政策倾斜与历史积淀形成的资源集聚优势，持续强化其市场吸引力；新兴职业本科院校则通过产教融合的鲜明定位，精准对接产业转型升级需求，两者共同构建起多维竞争优势网络，导致民办高校在生源竞争中渐失阵地。

3.2. 录取分数和报到率呈现双低趋势

民办高校在招生竞争中处于劣势，录取分数线普遍低于公办院校。2023 年江西省民办高校文史类本科最低控制线为 472 分，较公办院校低 30 分以上，生源质量难以保障。民办高校新生“失约”现象普遍。

广东省部分民办高职院校报到率仅为 50%，学生因学费高昂或选择复读而放弃入学，导致民办高校运营成本增加与资源浪费。

3.3. 竞争力相对薄弱与“知识产品”价值认知困境

民办高校在高等教育市场中，其核心“知识产品”的竞争力相对公办高校存在明显短板。核心痛点在于社会认可度与品牌溢价不足。历史短、积淀浅导致社会(尤其是考生、家长及用人单位)普遍对其教育质量、学术水平、管理规范性和学生发展前景存在疑虑，甚至存在刻板印象。这种认可度缺失直接削弱了其文凭的“市场价值”。学费高昂是另一关键劣势。缺乏政府财政拨款，主要依赖学费运营的模式必然导致收费远高于公办院校。在考生家庭看来，支付高昂学费购买一个社会认可度相对较低、未来收益(就业质量、升学机会)不确定性较高的“知识产品”，其“性价比”受到严重质疑。

4. 知识市场视角下民办高校招生困境的多维分析

4.1. 供给侧同质化与需求侧多元化的矛盾带来知识产品供需失衡

当前民办高校的知识产品供给存在显著同质化问题。同质化竞争陷阱导致教育供给与市场需求错位，大量院校在专业设置、培养模式等方面陷入低水平模仿，难以形成差异化竞争优势。据中国民办教育协会 2024 年调研显示，70%以上的民办本科院校开设了会计、计算机、英语等热门专业，而人工智能、新能源、数字媒体等新兴领域专业设置不足 30% [4]。这种“随大流”的专业布局导致供给与产业升级需求脱节：一方面，传统专业毕业生过剩，2023 年教育行业就业报告显示，会计专业毕业生失业率连续三年高于全国平均水平 [5]；另一方面，新兴产业急需的技能型人才(如工业机器人运维、数据分析师)供给不足，民办高校的人才培养未能有效响应知识市场对“新工科”“新文科”的需求 [6]。

对学生而言，多元化教育需求(如职业技能培训、国际教育、个性化发展)未得到充分满足。部分民办高校仍沿用传统学科导向的培养模式，忽视实践教学与产教融合，导致知识产品的“使用价值”被低估，难以吸引注重就业导向的生源。

4.2. 信息不对称引发的社会信任危机

知识市场中的信息不对称表现为三个层面：

1. 办学质量信息失真：部分民办高校通过夸大就业率、虚假宣传师资力量等手段包装招生信息，导致学生入学后发现实际培养条件与预期不符，形成负面口碑 [7]。

2. 教育收益预期模糊：家长和学生难以评估民办高校教育投资的回报率。社会认知偏差加剧马太效应，“重公轻民”的传统观念与用人单位隐形门槛形成负向循环，削弱潜在生源的报考意愿。相较于公办高校，民办高校的社会认可度较低，2024 年企业招聘数据显示，62%的用人单位在同等条件下更倾向于录用公办院校毕业生 [8]，这种“信号效应”降低了民办高校知识产品的市场吸引力。

3. 反馈机制缺失：缺乏有效的渠道将毕业生就业表现、社会评价等需求侧信息反馈至招生与培养环节，导致知识产品迭代滞后，进一步加剧信息不对称 [9]。

4.3. 市场竞争策略单一导致价格竞争与品牌建设的失衡

在知识市场竞争中，民办高校普遍依赖“价格竞争”而非“价值竞争”。一方面，高额学费(年均 1.5 万-3 万元)与教学质量不匹配，形成“性价比”争议；另一方面，品牌建设投入不足，全国仅 12% 的民办高校拥有省级特色专业或教学成果奖 [10]，难以通过差异化优势吸引生源。

此外，部分民办高校忽视知识市场的“长尾效应”，即对细分领域(如艺术设计、康养护理、跨境电

商)的潜在需求挖掘不足,未能形成“小而精”的竞争优势,导致在与公办高校的同质化竞争中处于被动地位[11]。

4.4. 政策环境与市场规则的双重约束

资源获取劣势形成发展掣肘,民办院校在财政支持、师资建设、校企合作等关键领域与公办院校存在显著差距,制约教育质量提升。《民办教育促进法实施条例》(2021 年修订)中很多条例为民办高校提供了更为公平的发展环境,但仍然存在部分政策执行上的偏差。例如,招生计划审批制使得部分省份对民办高校招生计划设置严格限制,导致其无法根据市场需求灵活调整规模[12];在公共资源的分配上也存在不均衡的情况,公办高校在科研经费、师资招聘、学生资助等方面享受政策倾斜,民办高校则在这些方面缺少政策的扶持,使的民办高校的知识生产能力受限[13];此外,市场监管的缺位导致对虚假招生宣传、违规招生行为的监管力度不足,破坏知识市场的公平性,损害优质民办高校的声誉[14]。

4.5. 知识产品质量未达需求方预期

民办高校知识产品供给与需求端的结构性错位,呈现出多维度失配特征。课程体系与产业技术迭代间的代际差日益显著,部分专业教学内容仍停留在过去,课程迭代未能跟上时代发展。面对当今时代催生的新型职业岗位,培养方案却困在原有的学科框架中。这种错位使得毕业生携带过时的知识工具箱踏入职场,自然难解现实场景中的技术方程式。

师资队伍的综合能力缺失加剧知识生产困境。理论传授者与实践引领者的角色割裂,导致课堂成为概念复读机而非知识转化器。教师群体中普遍存在的“三栖能力”缺失——既未深谙学术前沿动态,亦缺乏产业实战积淀,更疏于教育技术创新——使得知识传递过程沦为照本宣科的单向灌输。这种境况下培养的“标准件”人才,其思维模式与解决复杂问题的能力,已难以匹配用人单位对创新素养的期待。

更为隐蔽的质量裂痕存在于评价体系的闭环缺失。教育成效评估往往自限于校园围墙之内,既缺乏与产业标准的动态校准,也疏于对知识转化效能的持续追踪。用人单位反馈的岗位能力缺口,如同投入深潭的石子,仅在毕业季激起短暂涟漪,却未能触发培养方案的实质性迭代。这种断裂直接导致知识产品的“保质期”不断缩短,学生毕业即面临二次知识更新的生存压力。

最后,产教融合、校企合作流于形式。校企合作的浅层化互动难以构建知识创新的共生系统,行业前沿技术向教学资源的转化路径梗阻,实践教学环节沦为形式主义的表演,致使知识产品与市场需求间的鸿沟便演化成难以跨越的认知天堑。

5. 知识市场视角下民办高校招生困境的纾解之道

5.1. 从“供给驱动”到“需求迭代”以需求为导向重构知识产品体系

建立产业需求监测机制,动态调整专业布局。联合行业协会、龙头企业定期发布《紧缺人才培养目录》,重点发展与数字经济、绿色经济、银发经济等匹配的专业(如智能养老管理、跨境电子商务),形成“专业设置-培养方案-就业反馈”的闭环迭代系统[15]。学校的专业设置要结合地方经济和发展以及目前市场对就业人才得需求,精准对接企业,联合行业和企业需求开设专业。在人才培养的过程中,除了要教授学生相关的理论知识,还要联合相关企业进行专业的实践课程的教授,把从学校学子到企业员工的“最后一公里”在学生步入工作岗位之前完成,以达到毕业就能上岗的要求。在学生进入单位就业之后则要建立就业效果学生与用人单位的双重跟踪机制,从学生和用人单位两个不同角度对学校人才培养结果进行反馈,进而优化学校的人才培养和招生专业的动态调整。例如,广东某民办高校对接当地制造业升级需求,开设“工业互联网应用”专业,与华为、美的等企业共建实训基地,招生报到率提升 40% [16]。

针对不同学生群体的需求,打造差异化培养模式,提供“知识产品套餐”。可以通过霍兰德职业兴趣测评、MBTI 性格测试等工具对学校学生进行测试,测试结果可以为学生职业规划提供科学依据和参考。推行“一类学生一政策”,结合学生的测评结果、性格、能力、就业意向等多维度因素,为不同类型和需求学生打造专属的“知识产品套餐”助力学生成长成才。例如,为就业导向型学生推出“技能证书+学位”双轨培养,为升学导向型学生开设“考研强化班”“国际课程班”,通过个性化服务提升知识产品的附加值[17]。

强化产教融合深度,通过微专业的形式,对接行业 and 企业的真实需求,将企业真实项目、行业标准嵌入课程体系,实行校内老师教授理论知识、校外导师指导专业实践的“双轨”教学模式,通过订单班、现代学徒制等形式实现“知识生产”与“市场需求”的无缝对接,使学生在入学阶段即形成对知识产品价值的清晰认知[18]。

5.2. 降低市场交易成本以构建透明化信息传递机制

1. 民办高校应主动公开师资力量、教学设施、就业去向等核心数据,引入第三方教育评估机构(如麦可思研究院)发布培养质量报告,建立质量信息披露平台,通过客观数据增强市场信任[19]。例如,武昌理工学院连续 10 年发布《毕业生就业质量白皮书》,详细披露各专业就业率、平均薪资及行业分布,招生咨询量增长 35% [20]。

2. 从“单向灌输”转向“体验式传播”,通过校园开放日、专业直播课、校友分享会等形式,创新招生宣传策略,让潜在生源直接感受知识产品的实际价值。利用短视频、社交媒体等新媒体平台,展示教学场景、实践成果和校园文化,降低信息获取成本[21]。

3. 建立毕业生跟踪调查系统,将用人单位评价、薪资水平、职业发展等信息及时反馈至招生部门,建立完善就业反馈机制,形成“招生-培养-就业”的正向循环。例如,浙江某民办高校与招聘平台合作,实时更新毕业生就业热力图,为招生宣传提供数据支撑[22]。

5.3. 实施精准化市场细分策略以挖掘利基市场机会

1. 定位特定客户群体:针对高考分数边缘群体(如本科线附近学生)、职业教育需求群体(如希望掌握一技之长的学生)、国际化需求群体(如计划出国深造的学生),设计差异化的招生方案。例如,西安欧亚学院聚焦“应用型商科人才”培养,通过校企合作认证、创业孵化等项目,吸引目标生源报考[23]。

2. 打造区域化知识服务品牌:立足地方经济发展需求,成为区域内技能型人才培养基地。例如,江苏民办高校主动对接长三角制造业集群,在智能制造、生物医药等领域形成专业集群,本地生源占比提升至 70% [24],降低跨区域招生成本。

3. 开发非学历教育产品:拓展知识市场的“增量空间”,针对在职人员推出职业技能培训、资格认证课程,形成学历教育与非学历教育协同发展的格局,提升高校资源利用率[25]。

5.4. 构建协同创新网络以优化知识市场生态

1. 民办高校应联合成立区域或行业性联盟(如民办高等教育协会),加强行业自律与联盟合作,共同制定招生规范、共享优质资源(如师资库、实训基地),避免恶性竞争。例如,山东省民办高校联盟推出“学分互认、教师互聘”计划,提升整体办学实力[26]。

2. 民办高校应积极参与政府主导的产教融合项目(如现代产业学院、职教集团),争取政策支持与资源整合,如争取专项经费、招生指标倾斜。同时,引入社会资本共建实验室、产业学院,缓解资源约束问题[27]。

3. 通过校企合作、校友捐赠、社会捐赠等方式拓宽资金来源,强化社会资本与知识市场的良性互动,反哺知识产品升级。例如,武汉学院设立“陈一丹奖教奖学金”,通过企业家捐赠提升教学质量,形成“社会投入-质量提升-声誉增值”的正向循环[28]。

5.5. 民办高校知识产品供需适配性提升策略

实施课程体系动态重构机制。紧跟行业发展动态,实时捕捉行业技术跃迁信号,构建“基础模块+技术插件”的弹性课程框架。设立课程快速迭代通道,将行业技术标准分解为教学能力单元,形成教学内容的动态更新图谱。开发“技术预警-课程解构-模块重组”的三阶响应模型,确保知识供给始终与产业前沿保持同频共振。

提升师资复合能力。实施教师能力三维度提升计划:学术维度建立学者工作坊,通过前沿文献共读机制激活学术敏锐度;产业维度推行驻企研修制度,要求教师每五年累积不少于六个月的深度产业实践;教育技术维度构建虚拟教研室,融合AI助教与混合式教学工具重塑课堂形态。设立“双栖型”教师认证体系,将产业问题解决能力纳入职称评审核心指标。

打造教育质量生态化评估体系。构建“三环反馈”质量监控网络:学校内部要依托学习分析技术实时诊断教学效能,中介环节则是引入第三方认证机构开展培养质量调查,外部建立毕业生职业发展追踪系统。设计知识转化率评估模型,将岗位胜任力成长曲线、技术迁移效率等纳入质量评价维度。

推进产教融合共生系统建设。将企业真实项目拆解为教学单元,形成“问题导入-知识建构-方案输出”的教学闭环。建设产业技术转化中心,搭建技术研发-教学应用-商业转化的立体通道。创新校企资源置换机制,允许企业以技术模块、实训设备等资源置换优先人才选用权,构建可持续的价值交换生态。

6. 结论与展望

民办高校招生困境是多重因素交织的结果,从知识市场视角看,民办高校招生困境本质上是知识产品供需失衡、信息不对称、竞争策略失效的综合体现。破解困境需跳出传统招生思维,将高校视为知识市场中的“理性主体”,通过优化知识产品设计、提升信息透明度、强化市场细分、构建协同生态,实现从“招生竞争”到“价值竞争”的转型。民办高校可以增强自身的竞争力,吸引更多优质生源,实现可持续发展,为构建更具活力的高等教育知识市场提供持续动力。

基金项目

安徽省社科规划一般项目《知识市场驱动地方大学学院管理创新研究》(项目批准号 AHSKY2023D041)。

参考文献

- [1] 教育部发展规划司. 2024 年全国教育事业统计公报[Z]. 教育部, 2025.
- [2] Nonaka, I. and Konno, N. (2020) The Concept of BA: Building a Foundation for Knowledge Creation. *California Management Review*, **62**, 27-50.
- [3] 王洪才, 李栋. 民办高校招生困境的制度分析[J]. 中国高教研究, 2021(5): 89-94.
- [4] 中国民办教育协会. 2024 年中国民办高等教育发展报告[R]. 北京: 中国民办教育协会, 2024.
- [5] 麦可思研究院. 2023 年中国大学生就业报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2023: 45-48.
- [6] 教育部高等教育司. 中国新工科研究与实践项目年度报告(2024) [Z]. 教育部, 2024.
- [7] 刘献君. 高等教育市场化进程中的信息不对称问题[J]. 高等教育研究, 2022, 43(2): 34-40.
- [8] 智联招聘. 2024 年高校毕业生就业竞争力报告[R]. 智联招聘, 2024.

-
- [9] 陈厚丰, 张瑜. 高等教育知识市场的运行机制及其优化[J]. 教育研究, 2023(7): 68-75.
- [10] 教育部评估中心. 全国普通高校本科教学工作合格评估报告(2020-2024) [Z]. 教育部, 2024.
- [11] 菲利普·科特勒. 高等教育市场营销[M]. 北京: 清华大学出版社, 2021: 78-82.
- [12] 张力. 民办教育促进法实施中的问题与对策[J]. 中国教育学刊, 2022(10): 12-17.
- [13] 邬大光. 民办高等教育的转型发展: 从规模扩张到内涵建设[J]. 教育研究, 2020(9): 56-63.
- [14] 国务院教育督导委员会. 2023 年全国教育督导报告[Z]. 国务院, 2024.
- [15] 产教融合发展中心. 中国产业人才需求报告(2024) [R]. 中国教育科学研究院, 2024.
- [16] 广东民办教育协会. 广东省民办高校产教融合优秀案例集[Z]. 广东民办教育协会, 2024.
- [17] 黄荣怀. 个性化学习: 理论与实践[M]. 北京: 教育科学出版社, 2021: 112-115.
- [18] 教育部职业教育与成人教育司. 现代学徒制试点工作总结报告(2024) [Z]. 教育部, 2024.
- [19] 赵炬明. 高等教育质量保障中的第三方评估[J]. 高等工程教育研究, 2022(3): 23-28.
- [20] 武昌理工学院. 2024 年毕业生就业质量白皮书[Z]. 武昌理工学院, 2024.
- [21] 新媒体联盟. 2024 年高等教育新媒体传播报告[R]. 新媒体联盟, 2024.
- [22] 浙江教育评估院. 浙江省民办高校就业质量监测报告[Z]. 浙江教育评估院, 2024.
- [23] 西安欧亚学院. 应用型商科人才培养模式创新实践[J]. 中国大学教学, 2023(6): 45-49.
- [24] 江苏省教育厅. 江苏省民办高校服务地方经济发展白皮书[Z]. 江苏省教育厅, 2024.
- [25] 终身教育研究中心. 中国非学历教育发展趋势报告(2024) [R]. 中国成人教育协会, 2024.
- [26] 山东省民办高等教育协会. 山东省民办高校联盟发展报告[Z]. 山东省民办高等教育协会, 2024.
- [27] 国家发展改革委. 产教融合建设试点实施方案(2024-2026) [Z]. 国家发展改革委, 2024.
- [28] 武汉学院. 陈一丹基金会年度报告(2024) [Z]. 武汉学院, 2024.