

行业报告

Industry Report

留学行业

搜索市场研究报告

360营销研究院 2016年4月



目录

留学行业整体趋势

留学行业人群洞察

留学行业品牌研究

出国留学人数逐年增长

2011-2015年出国留学人数



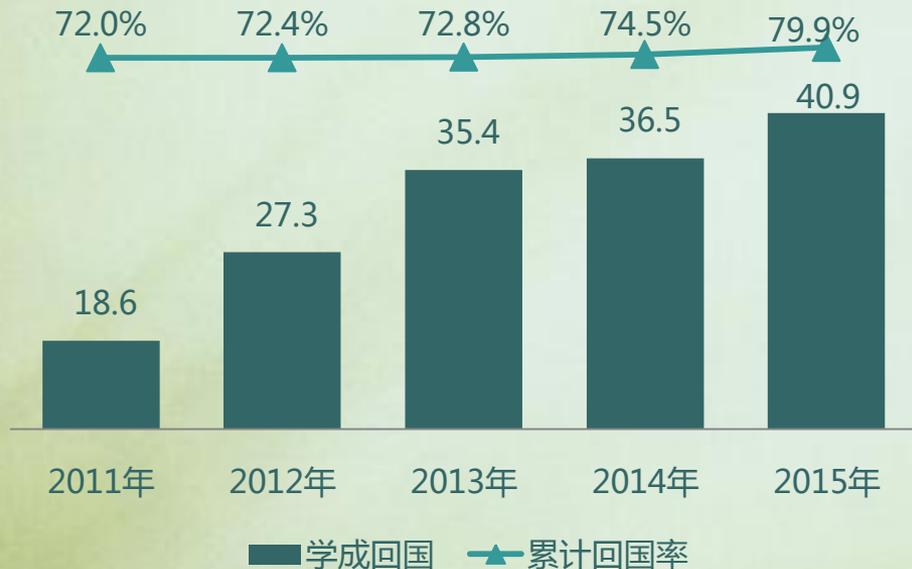
从1978年到2015年底，出国留学人员累计达404.21万人。

2015年度我国出国留学人员总数为52.37万人，出国留学人数增加6.39万人，增长了13.9%。

数据来源：教育部

八成留学生选择回国发展

2011-2015年留学回国人数



从1978年到2015年底，累计回国人数达到221.86万人。

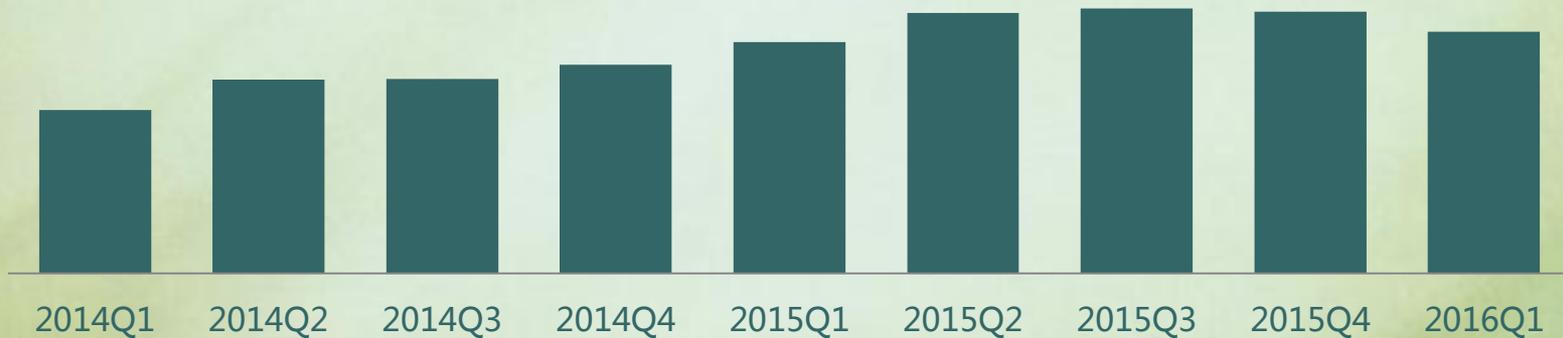
随着年度回国人数与出国人数的增长，两者之间的差距呈逐渐缩小趋势。年度出国/回国人数比例从2006年的3.15 : 1下降到了2015年的1.28 : 1。

数据来源：教育部

留学行业搜索流量稳中有升

2015年留学行业搜索流量相比2014年提升34%，下半年为搜索旺季。
2016年Q1搜索流量同比增长4%。

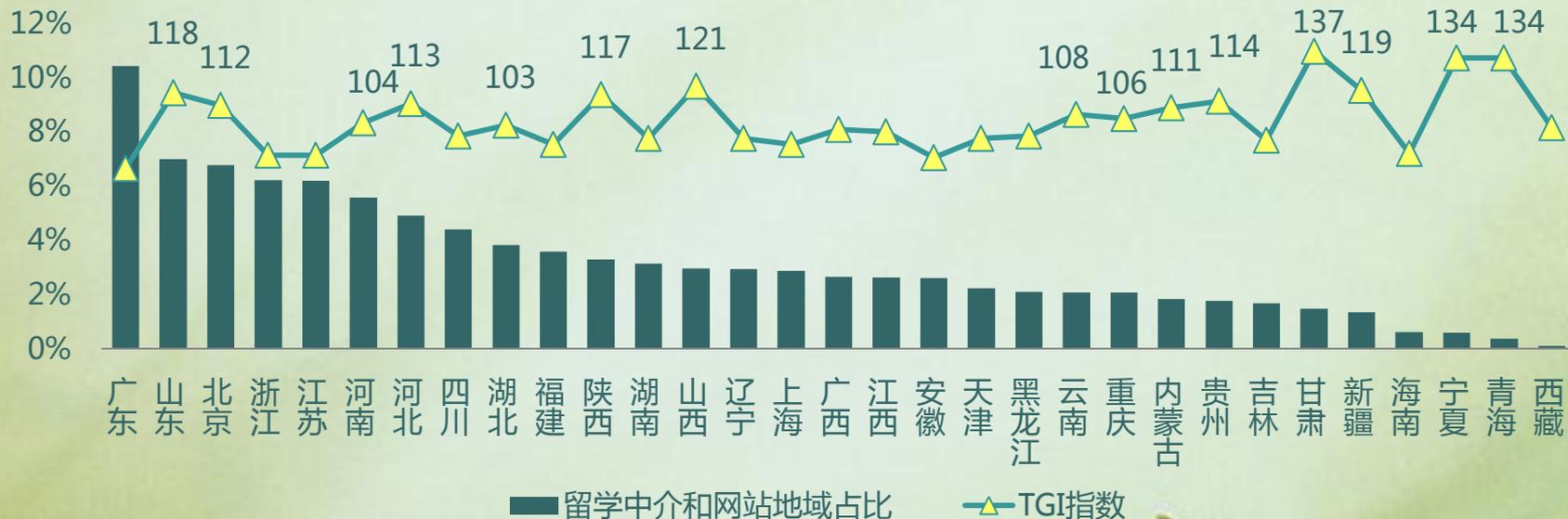
2014-2016年留学行业搜索流量



数据来源：360大数据平台

山东和北京留学人群量大且特征明显

2016年Q1留学行业中介和网站论坛人群地域分布

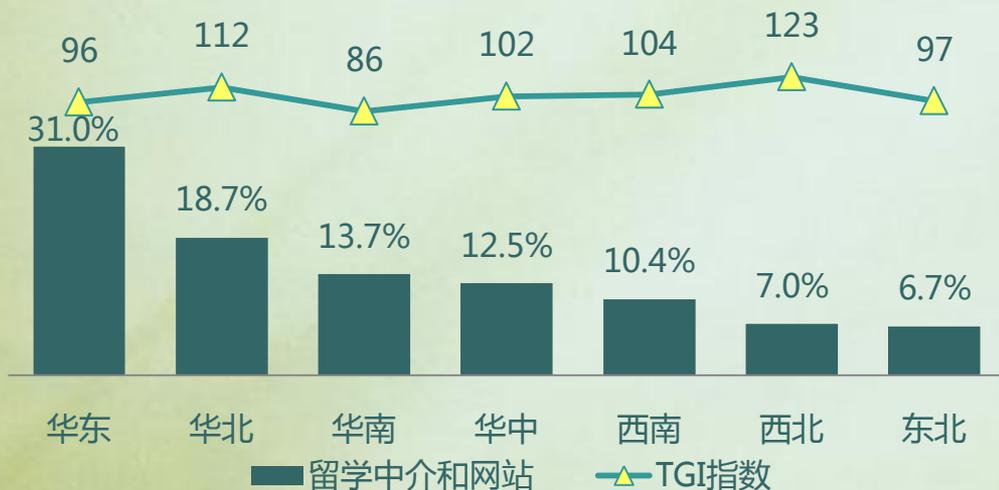


注：TGI指数指对应地区留学中介和网站的覆盖率/对应地区360整体人群的覆盖率；
“>100”表示目标人群更偏好，越大越偏好；“<100”则表示不偏好，越小越不偏好。

数据来源：360商易

华北、西北地区留学人群特征明显

留学中介和网站论坛人群区域分布



留学行业华东地区人群覆盖最大，达到31%，但是TGI指数小于100，人群特征不明显；华北、西北、西南、华中这些离沿海地区更远的区域，留学人群特征更加明显。

注：TGI指数指对应地区留学中介和网站的覆盖率/对应地区360整体人群的覆盖率；“>100”表示目标人群更偏好，越大越偏好；“<100”则表示不偏好，越小越不偏好。

数据来源：360商易



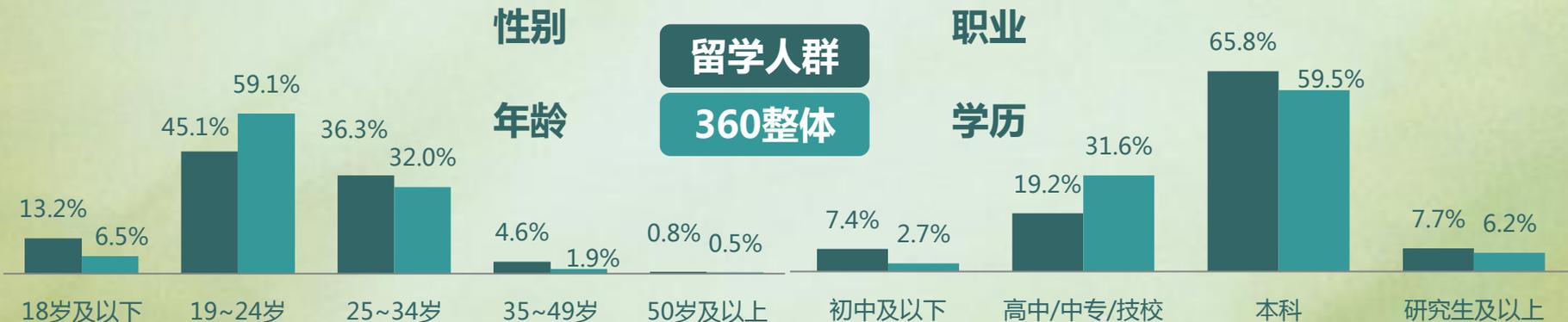
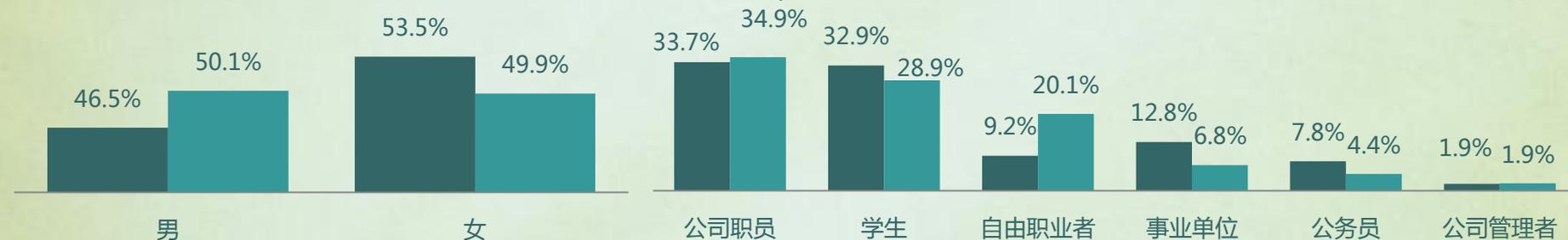
目录

留学行业整体趋势

留学行业人群洞察

留学行业品牌研究

女大学生和事业单位、公务员人群特征明显



注：留学人群占比 > 360整体人群占比则表示对应属性人群特征明显，越大越明显；
留学人群占比 < 360整体人群占比则表示对应属性人群特征不明显，越小越不明显；

数据来源：360商易

美妆、旅游、休闲和健康兴趣偏好明显



留学行业人群对时尚美妆、旅游、休闲爱好和健康养生有明显的兴趣偏好，其中健康养生主要表现为：减肥、心理健康和睡眠障碍等。

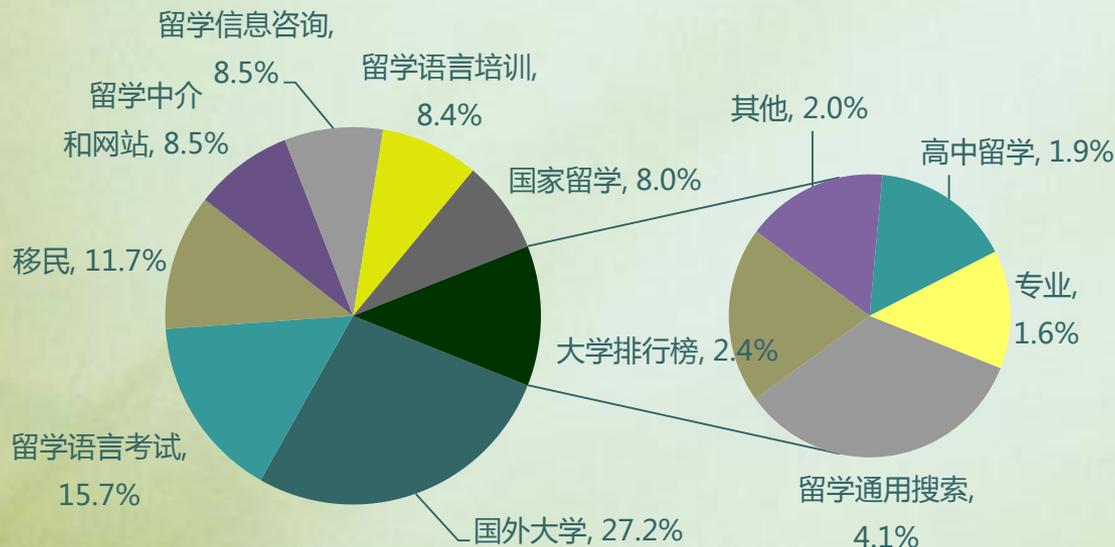
注：TGI指数指对应兴趣偏好的覆盖率/360整体人群的覆盖率；

"> 100" 表示目标人群更偏好，越大越偏好； "< 100" 则表示不偏好，越小越不偏好。



搜索大学名称和留学通用词占比最高

留学行业关注内容占比



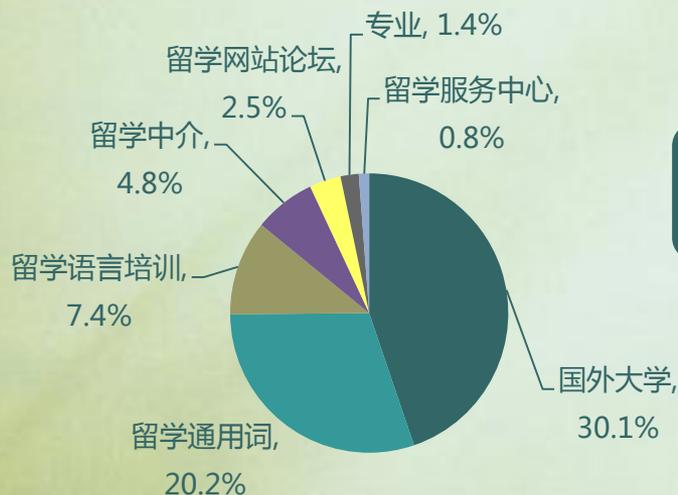
注：留学信息咨询、国家留学、留学通用搜索都属于留学通用词。

留学行业人群最关注国外大学，直接搜索大学名称的占比最高（27.2%）。直接搜索留学通用词的合计占比超过20%，其中国家留学（如“美国留学”）和留学信息咨询的占比都超过8%。

数据来源：360大数据平台

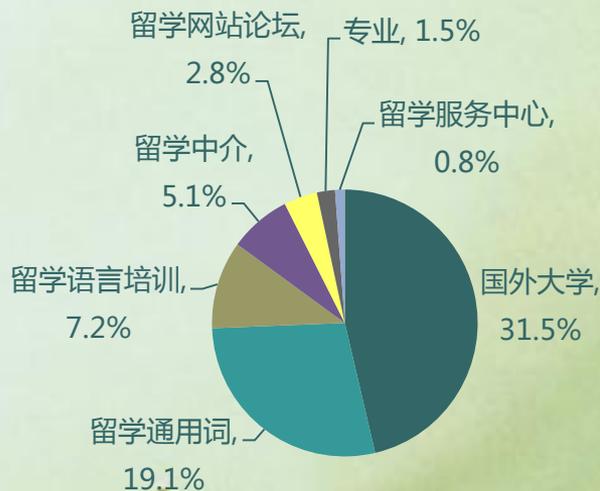
大学词和通用词在搜索序列中截流作用明显

在搜索序列的开始和结束阶段，直接搜索国外大学和留学通用词的合计占比超过50%，这两部分词的搜索点击结果为网民的搜索决策提供重要参考信息。



搜索开始

搜索结束



注：留学通用词包括留学信息咨询、国家留学、留学通用搜索。

最关注美国、英国、澳大利亚和加拿大

TOP20关注留学国家占比超过99%，最关注美、英、澳、加；亚洲发达国家也排名靠前。

留学国家关注度TOP20

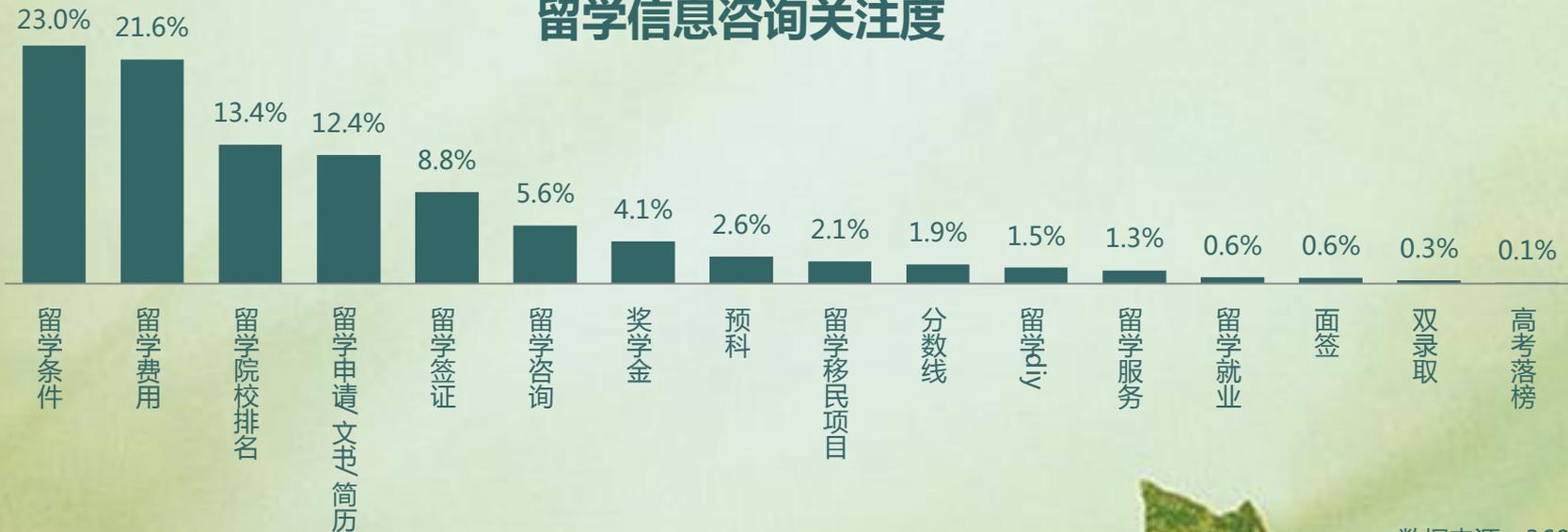


数据来源：360大数据平台

最关注留学条件和留学费用

留学信息中最关注留学费用和留学条件；申请学校的排名和留学申请/文书/简历也排名靠前。

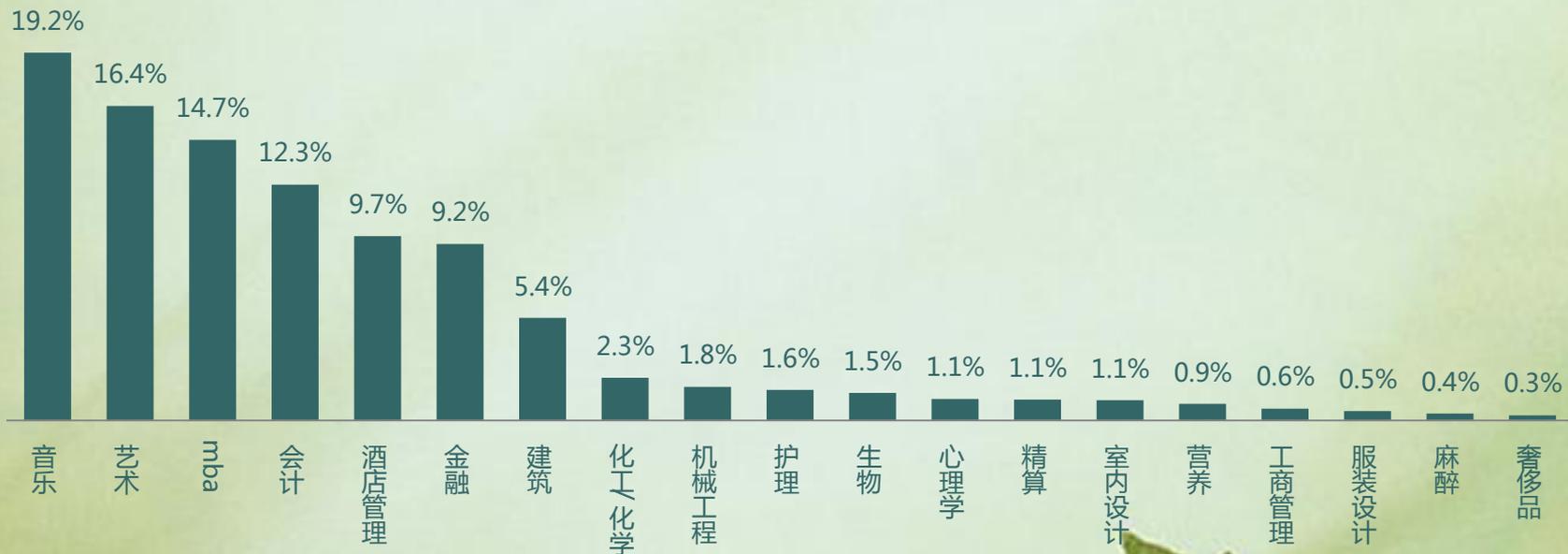
留学信息咨询关注度



数据来源：360大数据平台

最关注音乐、艺术、MBA和会计专业

留学专业关注度



注：如“伯克利音乐学院”、“柯蒂斯音乐学院”等被纳入专业关注度计算

数据来源：360大数据平台



目录

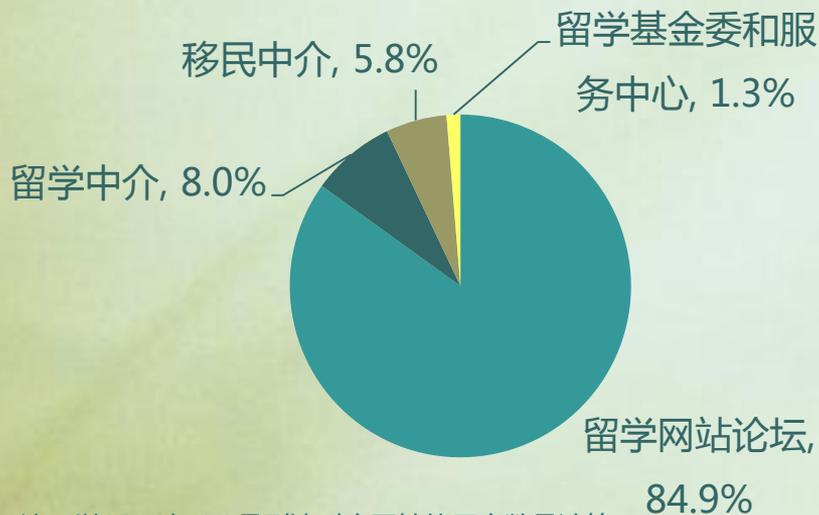
留学行业整体趋势

留学行业人群洞察

留学行业品牌研究

留学网站和论坛关注度远超留学中介

留学行业网站类型关注度占比



注：以2016年1-3月到达对应网站的用户数量计算。

留学网站类型举例

留学网站论坛：

出国留学网、一亩三分地、太傻超级论坛等

留学中介：

金吉列留学、澳际留学、启德留学等

移民中介：

环球移民、和中移民等

留学基金委和服务中心：

国家留学基金委、教育部留学服务中心

数据来源：360商易

留学移民中介有较大截流提升空间

360搜索为留学中介和移民中介的导流占比（8.1%和11%），远低于为留学基金委/留学服务中心导流的21.7%和留学行业网站论坛导流的52.9%，留学移民中介仍有获取流量的巨大提升空间。

360搜索为留学行业网站的导流占比



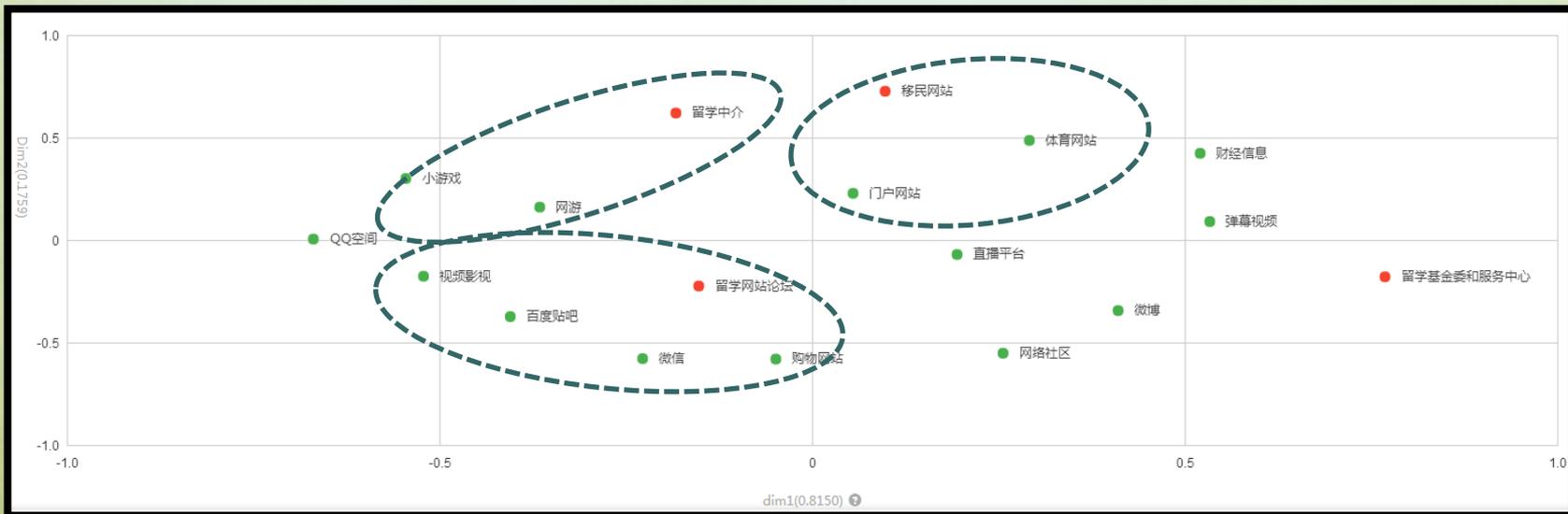
注：以2016年1-3月到达对应网站的用户数量计算。

数据来源：360商易

360营销研究院

不同留学网站的人群上网偏好有差异

留学中介的人群游戏人群特征更加明显；留学网站论坛的人群对视频网站、购物网站等有使用偏好。



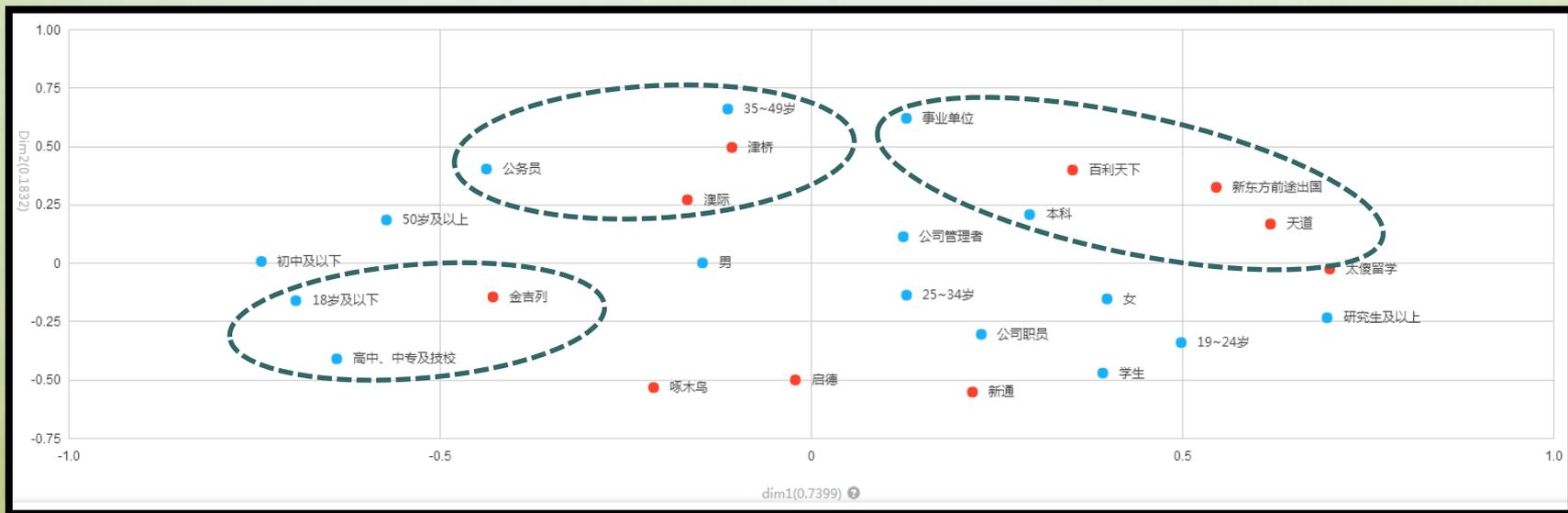
CA图说明：在CA图中，两者之间的距离越近，两者越相似；反之，两者之间的距离越远，两者差异越大。

数据来源：360商易

360营销研究院

不同留学中介的人群属性有差异

金吉列的人群年龄相对偏小；澳际和津桥的人群年龄偏大且公务员特征更加明显；新东方前途出国、百利天下和天道的人群事业单位特征明显。

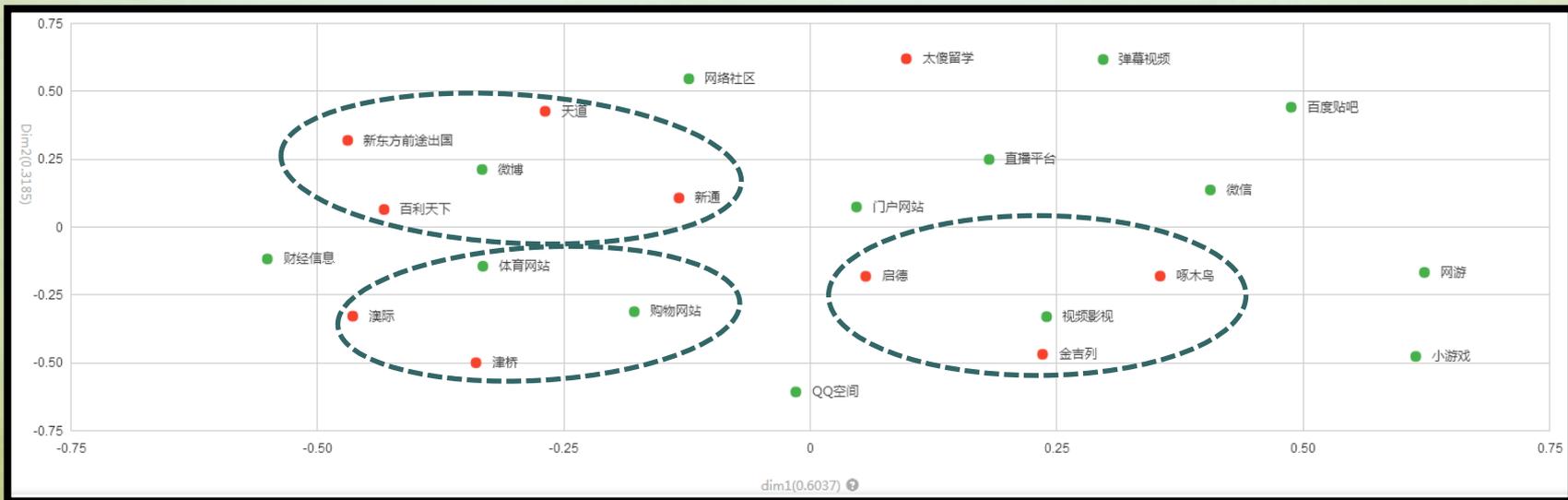


CA图说明：在CA图中，两者之间的距离越近，两者越相似；反之，两者之间的距离越远，两者差异越大。

数据来源：360商易

不同留学中介的人群上网偏好有差异

金吉列的和启德人群更多偏好视频网站；澳际和津桥的人群体育和购物网站偏好更加明显；新东方前途出国、百利天下和天道的人群使用微博特征明显。



CA图说明：在CA图中，两者之间的距离越近，两者越相似；反之，两者之间的距离越远，两者差异越大。

数据来源：360商易



谢谢观看

360营销研究院 2016年4月