



# 2017年留学行业 大数据报告

360数字营销中心 2017年9月

# 目 录

## CONTENTS

01

### 留学行业宏观背景

Macro Background Of The Study Industry

02

### 留学行业关注趋势

Trend Of The Study Industry

03

### 留学行业人群洞察

Study Industry Crowd Insight



01

# 留学行业宏观背景

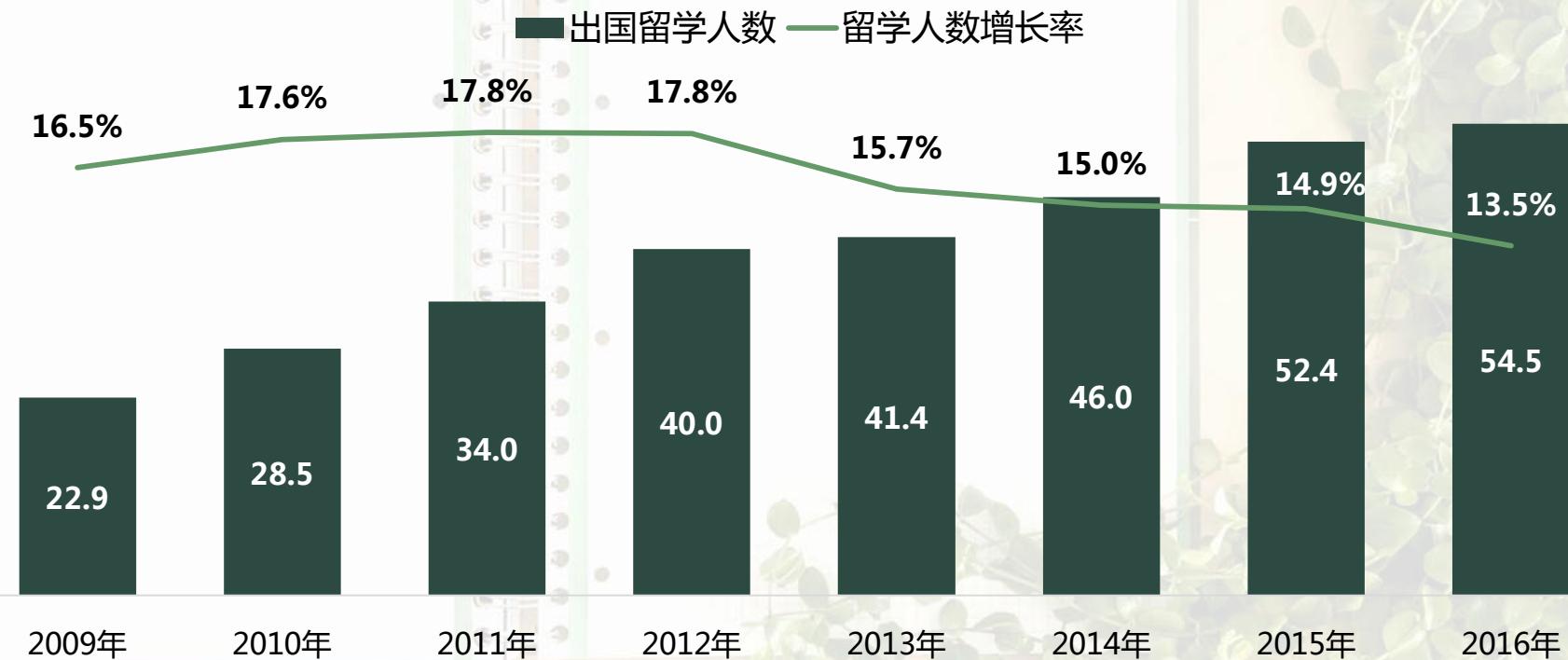
Macro Background Of The Study Industry



# 出国留学人数逐年增长，增长率略有下降

- 2016年我国出国留学人员总数超54万人
- 留学人数增长率略有下降，但增速仍超10%

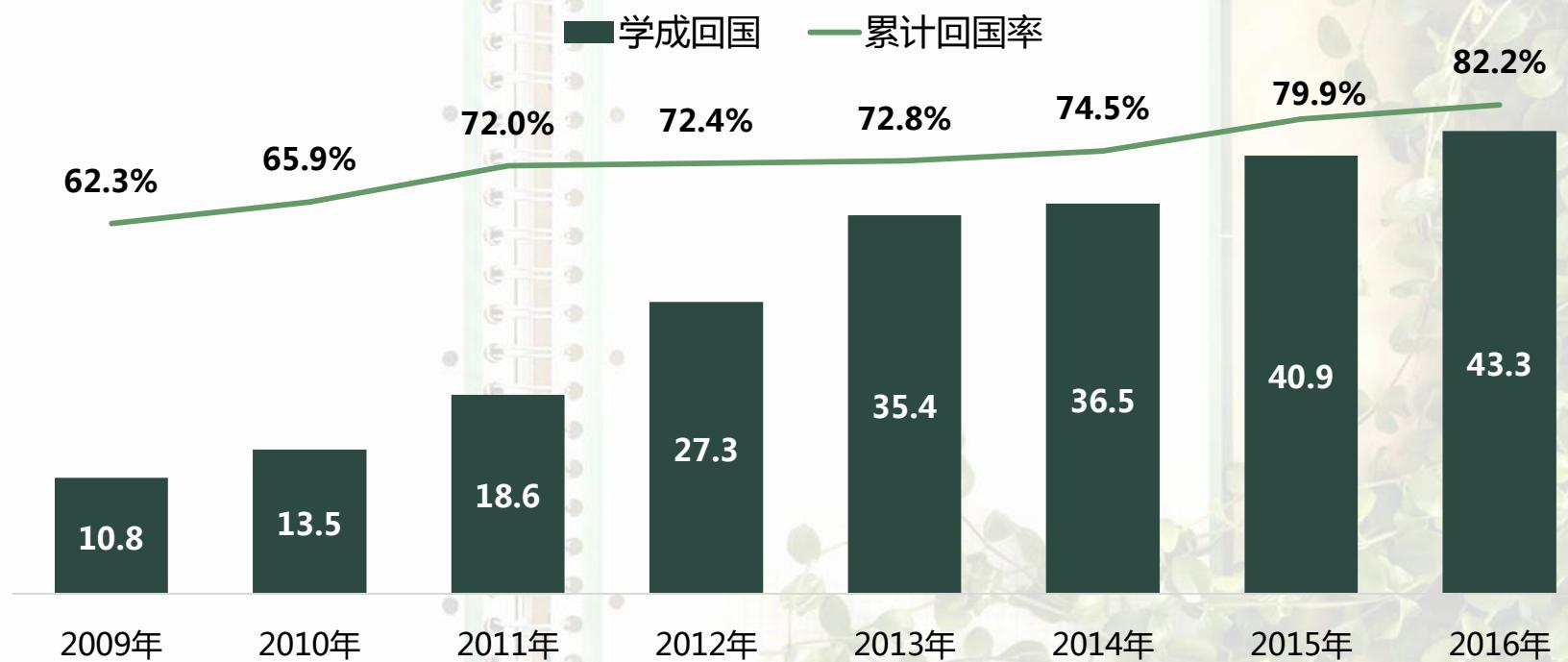
2009-2016年出国留学人数及增长率变化



# 逾八成留学人员学成后选择回国发展

- 2016年我国留学回国人员总数43.25万人
- 累计回国率不断攀升，留学生回国意愿增强

2009-2016年出国留学人数及增长率变化



Source : 教育部国际合作与交流司 , 2009年-2016年



# “恋家”是留学生归国的主要原因

- 70.6%的海归为了方便与家人团聚回国，归国原因多出于主观意愿

## 海归选择回国发展的原因

方便与家人团聚, 70.60%

情感与文化因素影响, 63.00%

国内经济形势好、政局稳定, 55.00%

国内社会网络关系, 22.00%

专业在国内前景, 16.20%

奉献精神, 15.80%

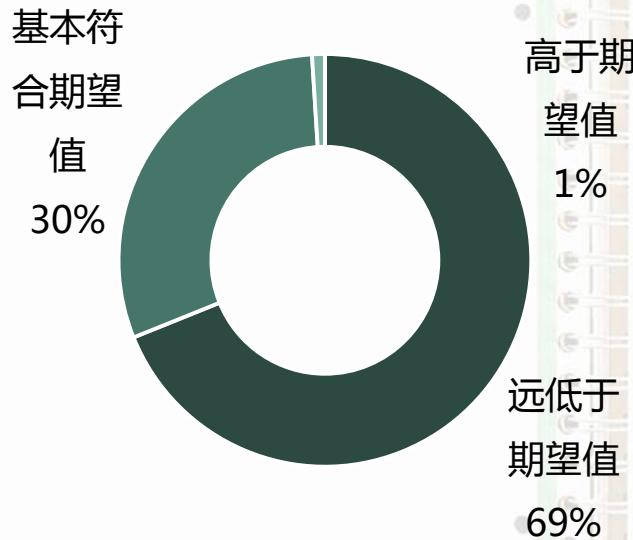
政策, 8.80%



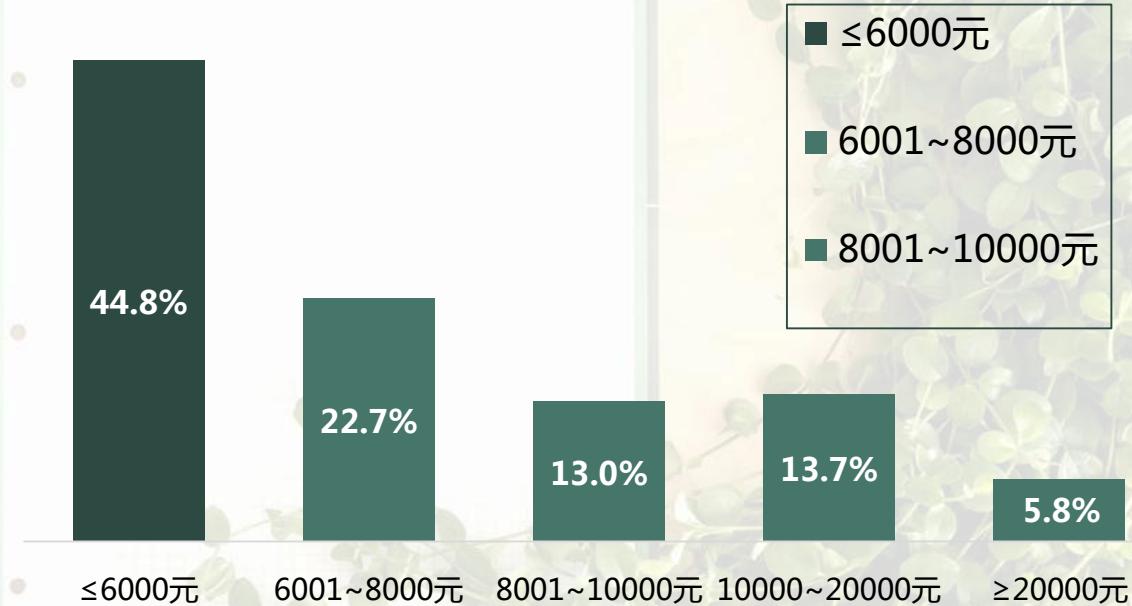
# “海归” 就业满意度低

- 近7成海归的实际收入远低于个人期望值
- 海归初次就业实际收入偏低，近半数薪资不及211本科毕业生

海归实际收入与个人期望  
是否一致



海归初次就业的工资分布



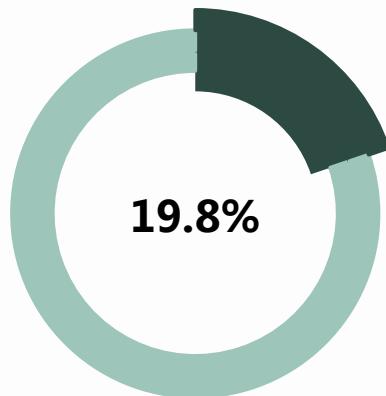
Source : 全球化智库 (CCG) 与智联招聘联合发布的《2017中国海归就业创业调查报告》

# 留学生归国前需要就业指导服务

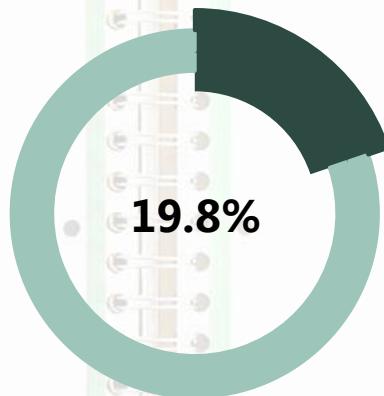
- 就业信息咨询和海归政策解读成为海归回国最期望得到的服务

## 留学生回国前最渴望获得的服务

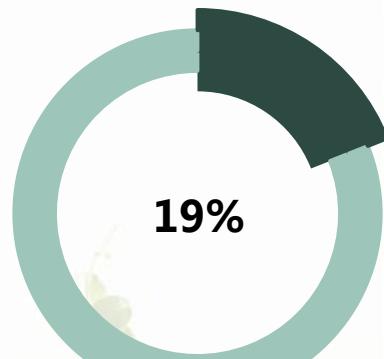
就业信息咨询



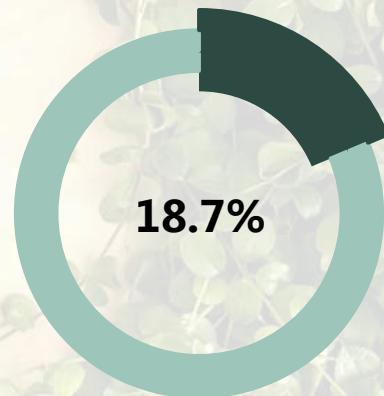
海归政策解读



职业规划



就业推荐



02

## 留学行业关注趋势

Trend Of The Study Industry



# 留学行业关注量持续提升，移动端提升迅猛

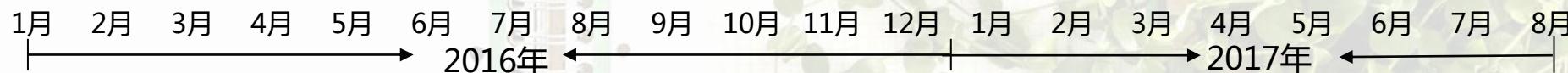
- 2017年留学行业关注量保持增长，但相较16年增幅有所下降
- 移动搜索17年发力，月均增长达32.4%，8月环比增长达80.8%

## 2016-2017年留学行业关注趋势

■ 留学行业关注量

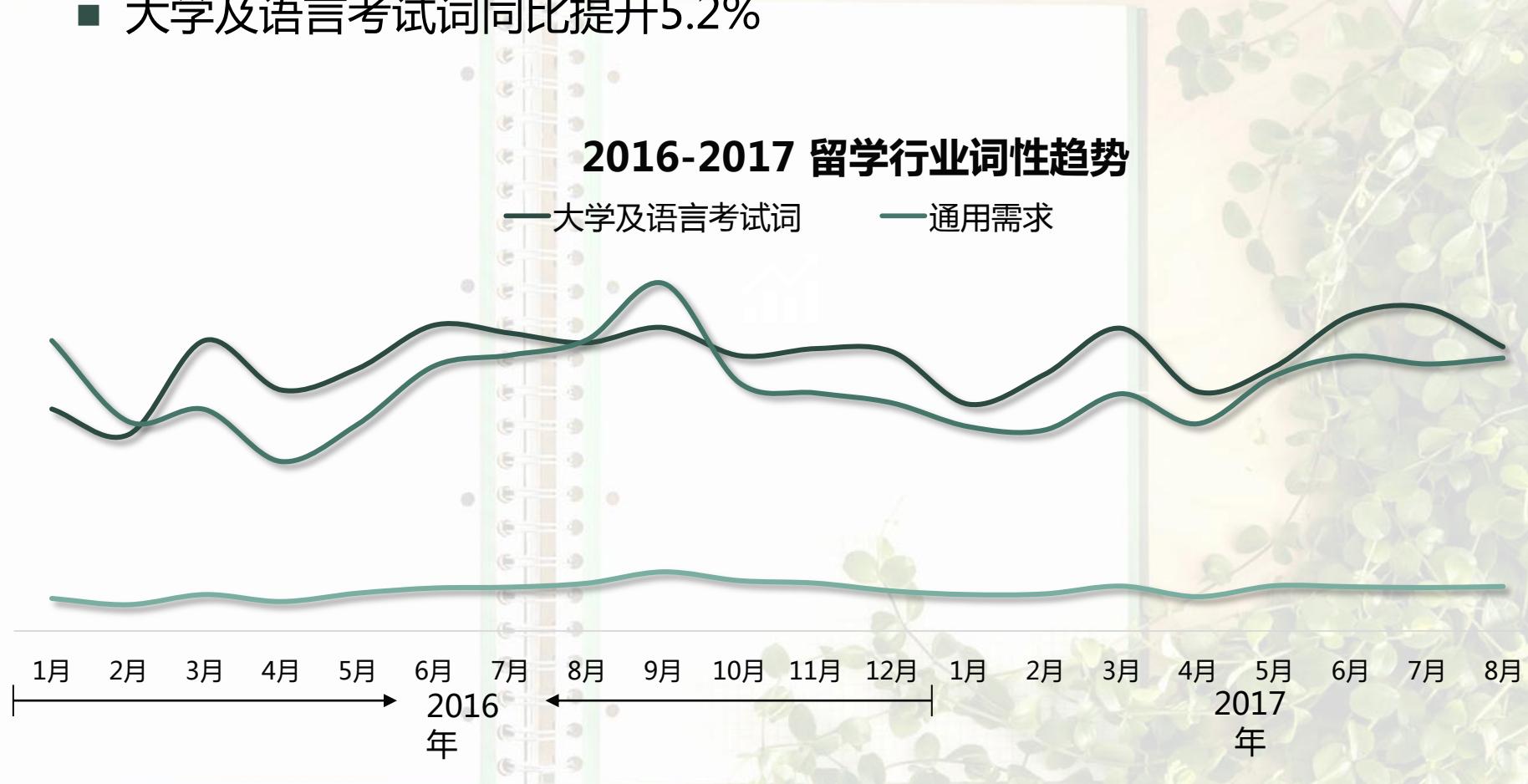
17年1-8月整体同比增长率：2.4%

17年移动搜索月均环比增长率：32.4%



# 留学中介品牌词、大学及语言考试词同比去年提升

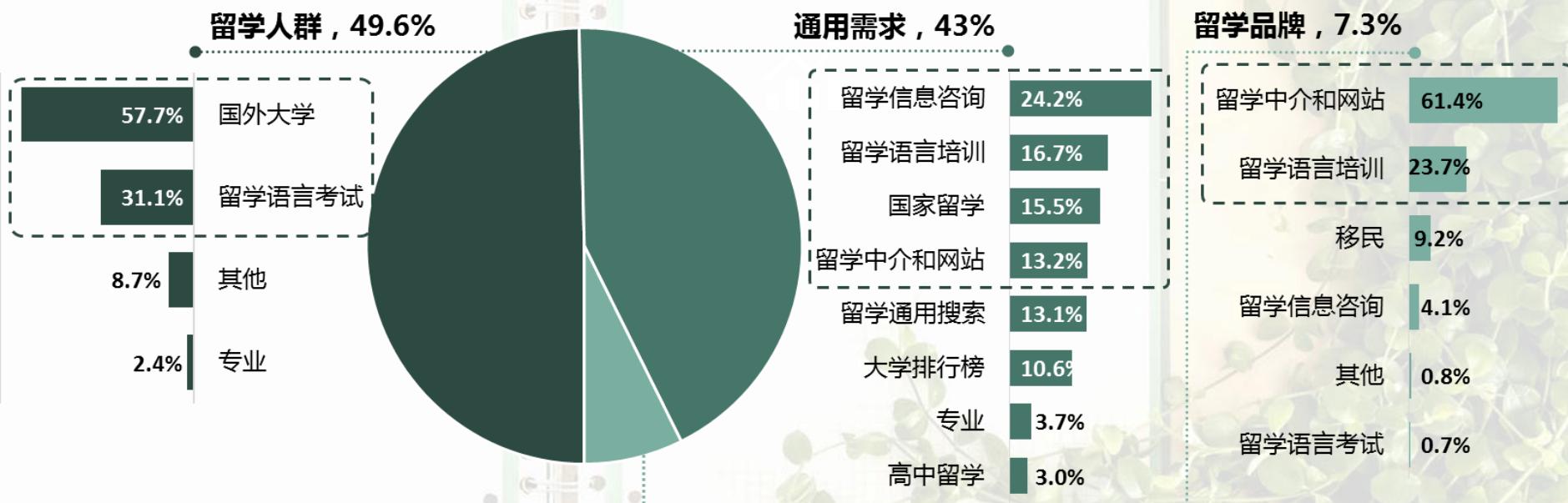
- 留学中介品牌词同比去年同期提升11.3%，用户对品牌认知程度加深
- 大学及语言考试词同比提升5.2%



# 大学及语言考试词占比近半

- 关注大学及语言考试占比高，是留学人群的主要部分
- 留学中介品牌词占比较低，说明用户较少直接关注中介品牌

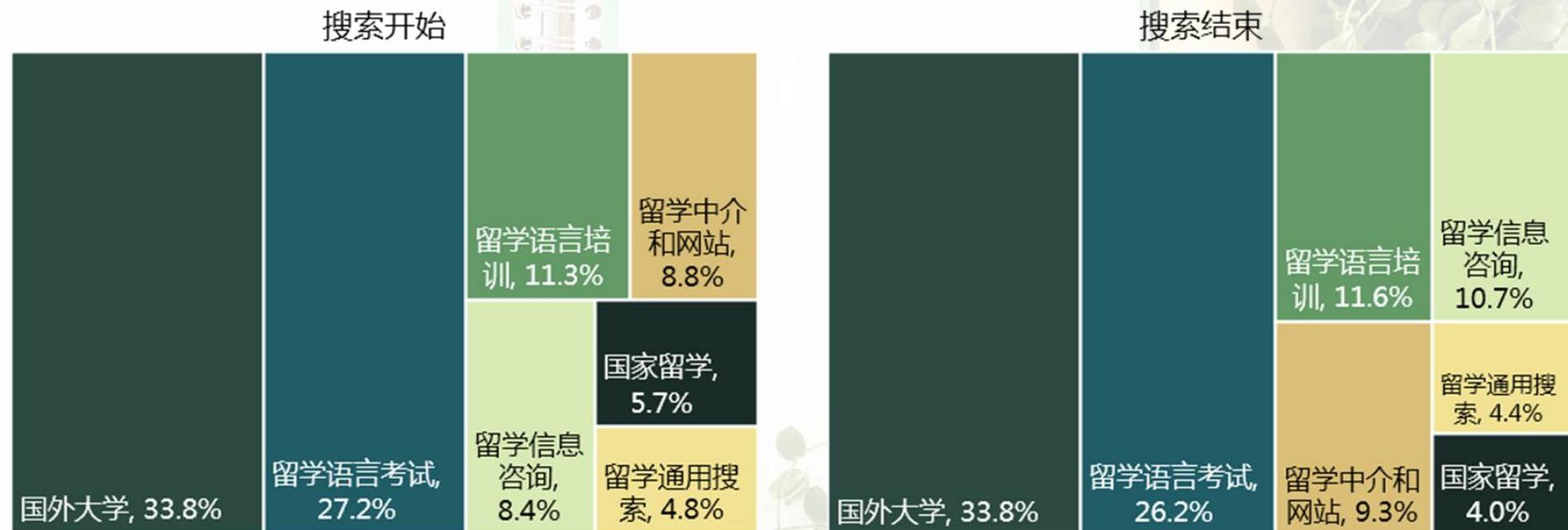
留学行业关注词性分布



# 留学语言考试、国家留学和通用搜索具有导流作用

- 留学语言考试、国家留学和留学通用搜索，对留学信息咨询、留学中介和网站有导流作用

不同类型检索词在搜索序列前后占比变化



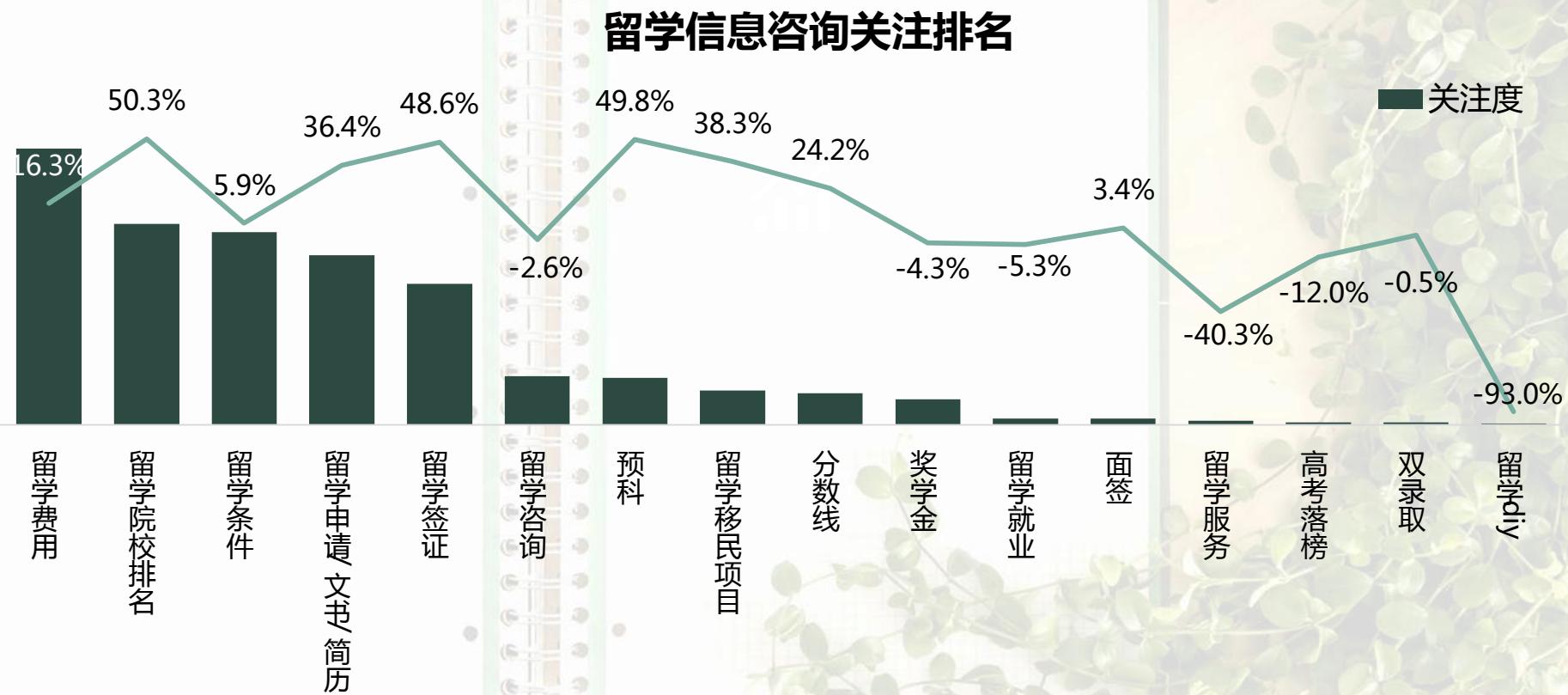
# 留学国家关注度集中，关注名校占比近半

- TOP5国家占78.7%，美国、英国和澳大利亚是留学生最青睐的国家
- 对留学国家的关注中，近半为名校



# 留学费用关注度最高，留学院校排名提升显著

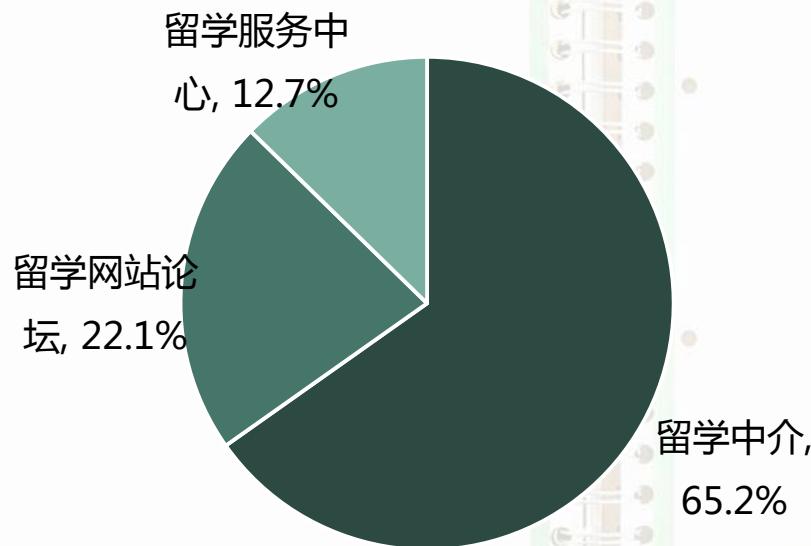
- 留学费用是留学生最为关注的信息
- 留学院校排名关注量同比增长超50%，留学生对留学质量要求更高



# 留学中介关注度高，留学论坛服务逐渐延伸

- 相比留学论坛和留学服务中心，用户对留学中介有更多需求
- 留学论坛服务逐渐延伸，少部分已具有中介性质

留学行业网站类型关注占比



## 留学网站类型举例

### 留学中介：

留学中介、天道留学、金吉列留学等

### 留学网站论坛：

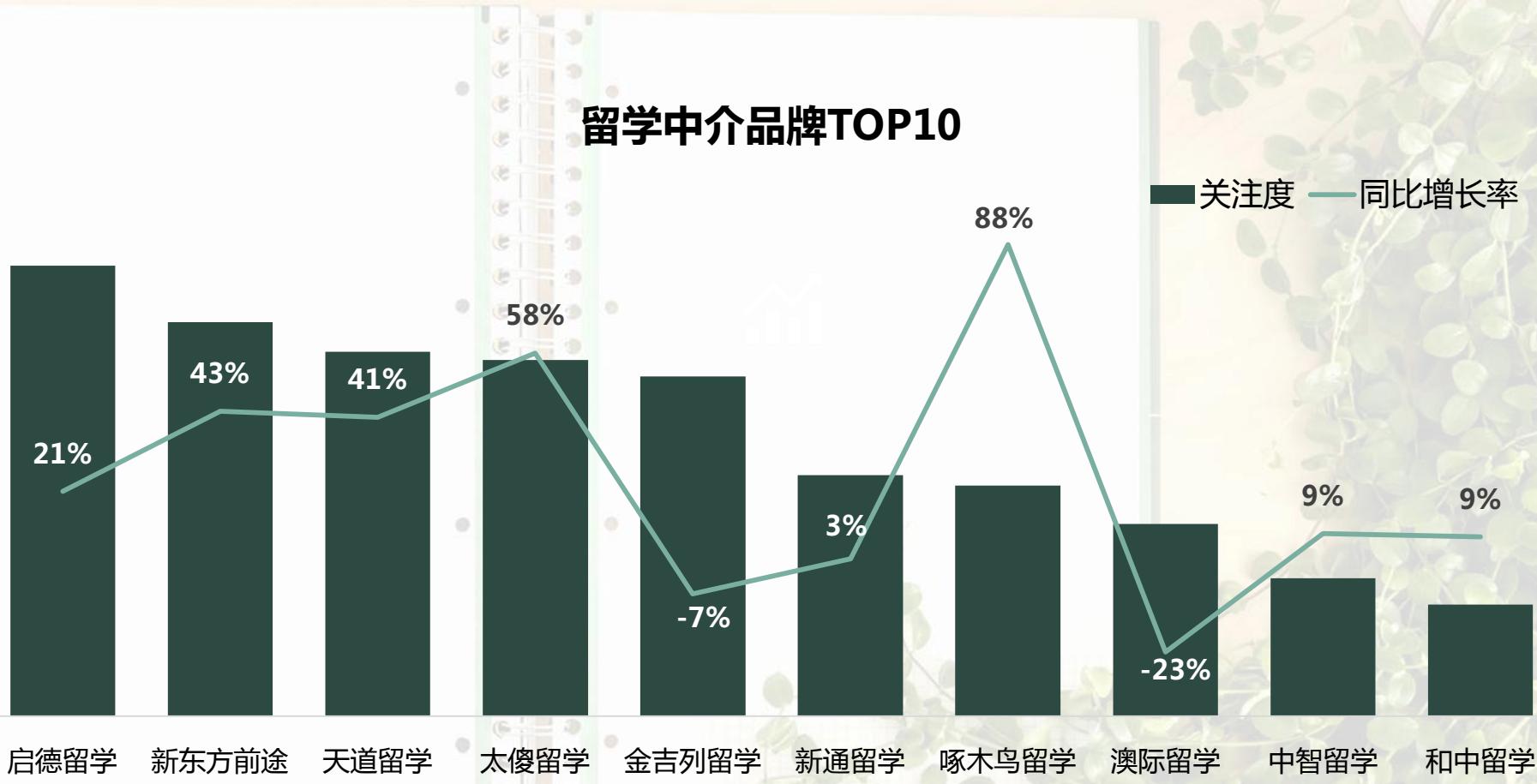
出国留学网、一亩三分地、太傻超级论坛等

### 留学基金委和服务中心：

国家留学基金委、教育部留学服务中心等

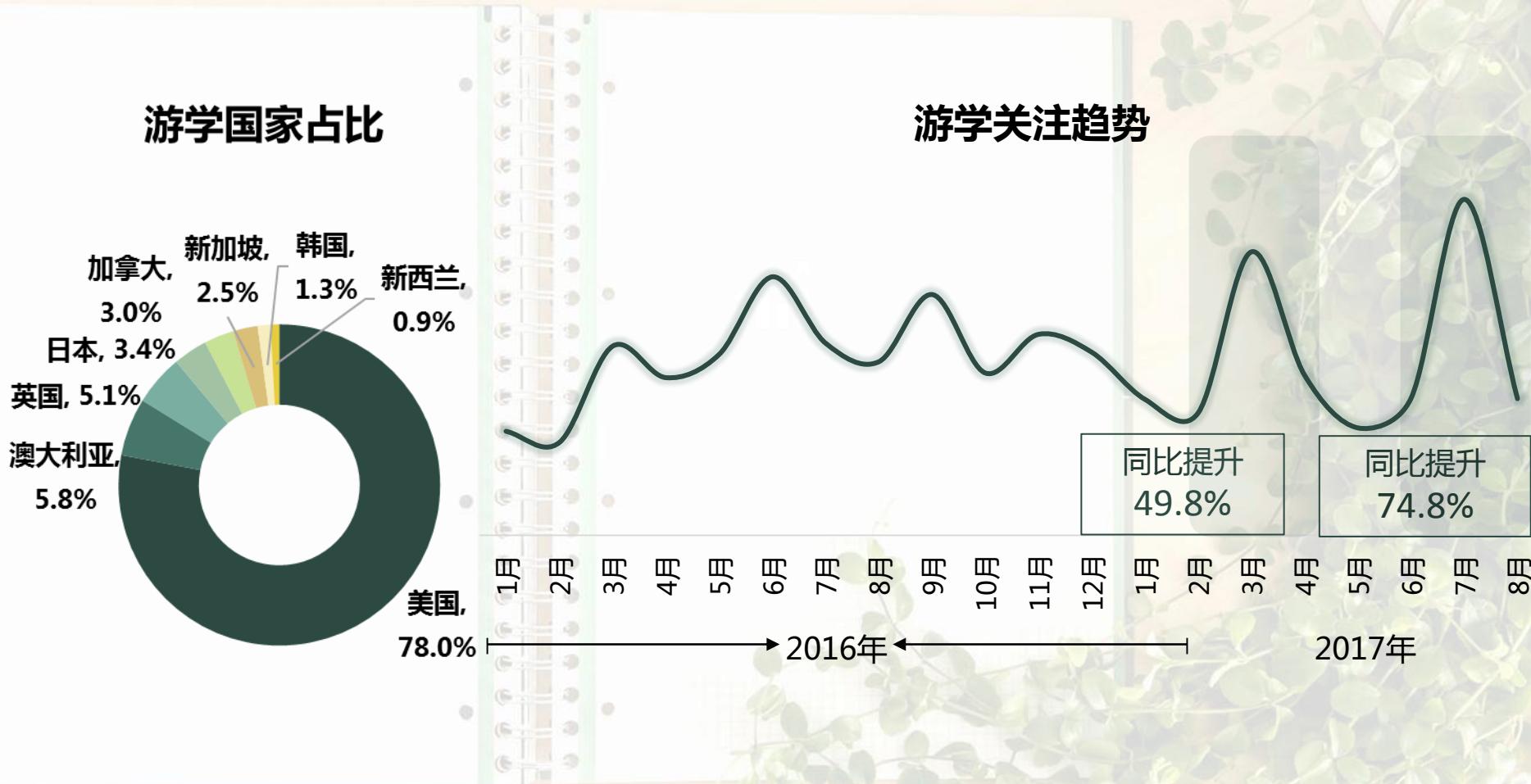
# TOP10留学中介品牌中八家关注度提升

- TOP10留学中介品牌中八家同比去年有所提升，啄木鸟同比提升88%



# 游学作为留学简化形式增长显著，美国为主要目的地

- 游学在3月和暑期为高峰期，2017年增长率高达50%



03

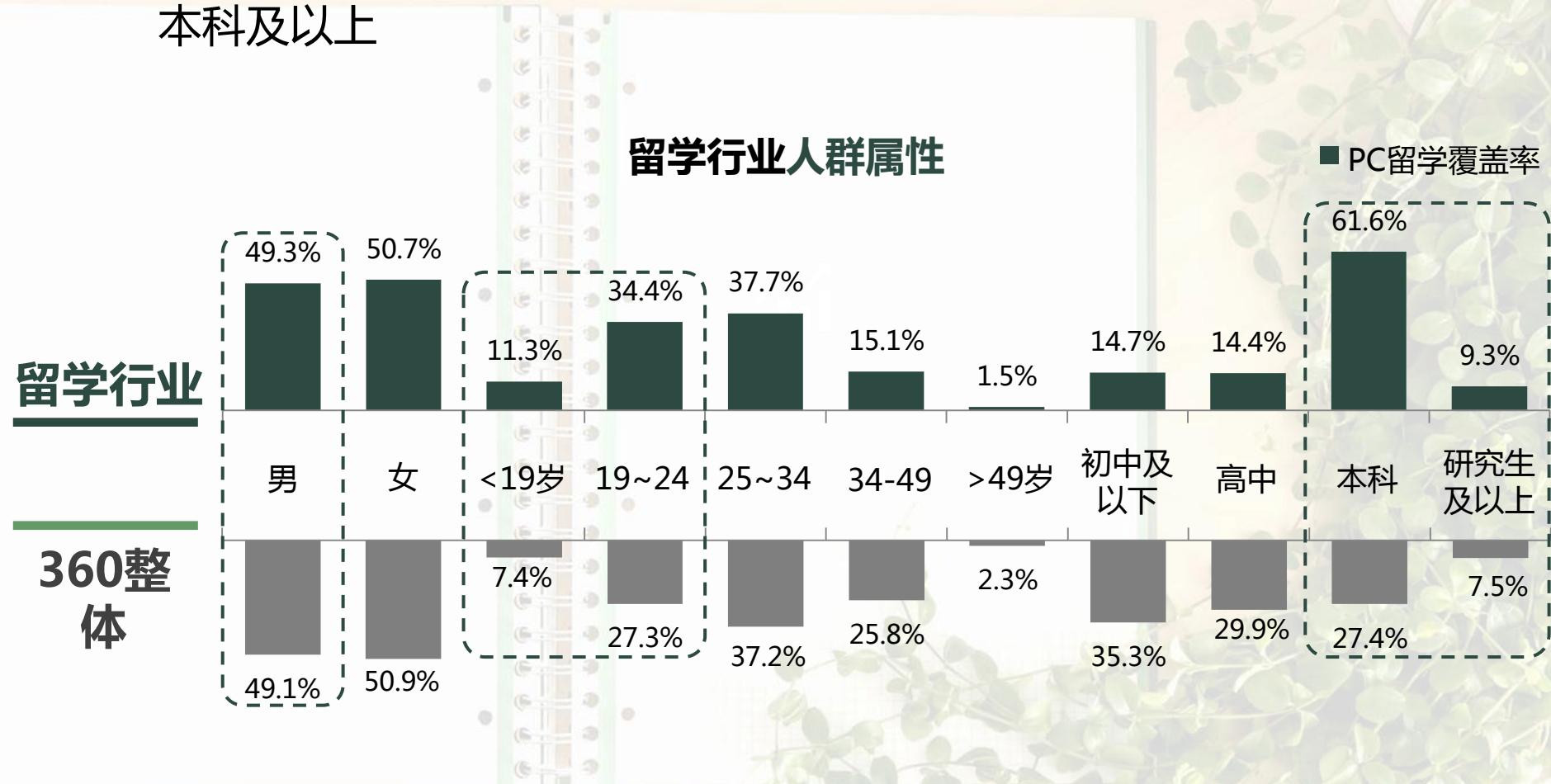
# 留学行业人群洞察

Study Industry Crowd Insight



# PC : 95后本科以上学历人群特征明显

- 相比360整体，关注留学男性人群特征更明显，95后占比高，学历多为本科及以上

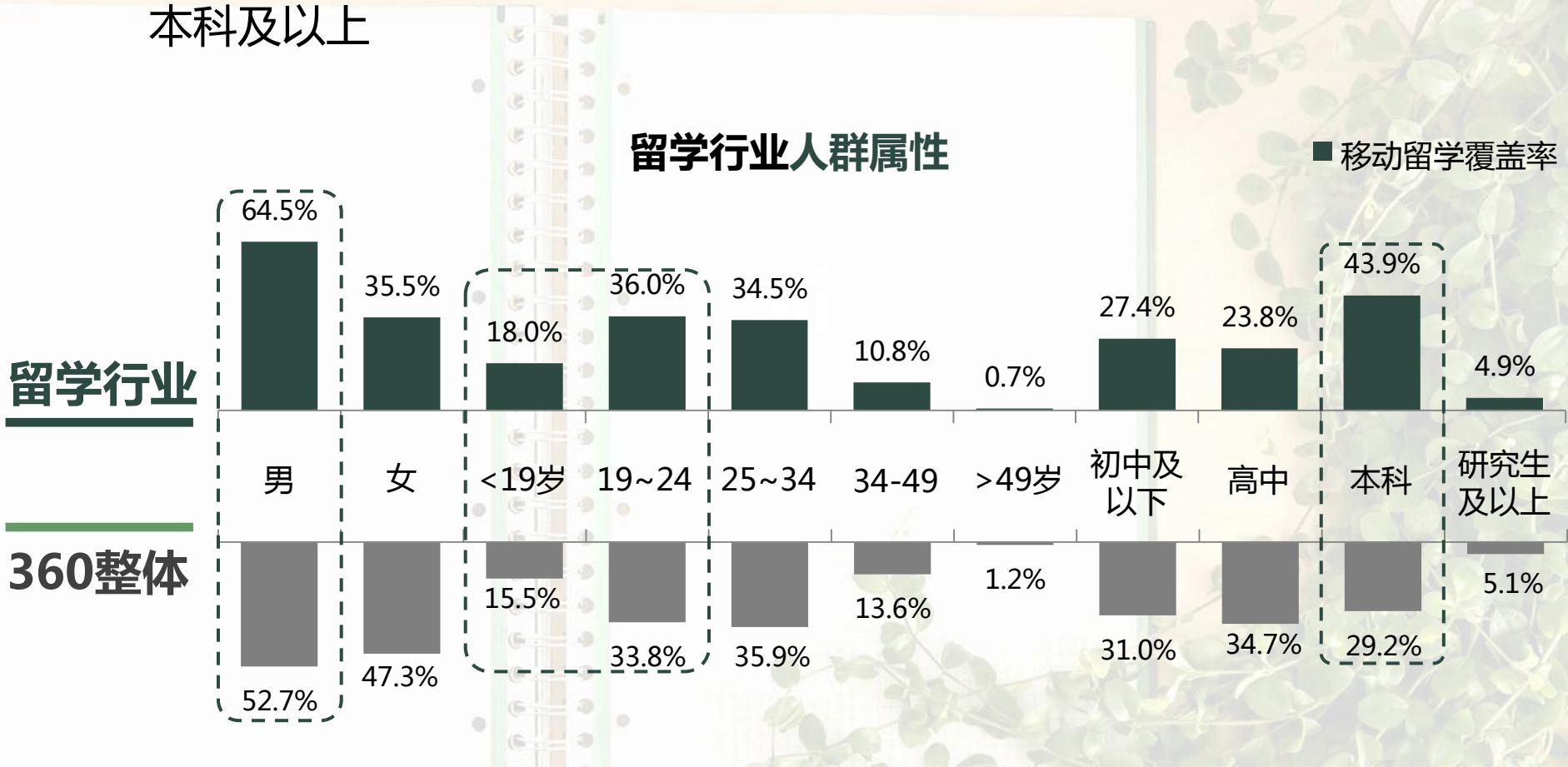


Source : 360商易，2017年Q2

注：TGI大于100，说明特征（性别、年龄、学历）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

# 移动：95后本科学历男性人群特征明显

- 相比360整体，关注留学男性人群特征更明显，95后占比高，学历多为本科及以上



Source : 360商易，2017年Q2

注：TGI大于100，说明特征（性别、年龄、学历）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

# 华东、华中地区人群特征明显

- 上海、江苏和湖北对留学关注度最高
- 华中和华东地区人群特征尤为明显，东北和华北部分地区对留学较为关注

## 关注留学人群地域分布TGI指数

### 上海/江苏/湖北

- 检索量占总检索量：18.8%； $TGI \geq 130$
- 对留学的关注度最高

### 北京/江西/四川/浙江

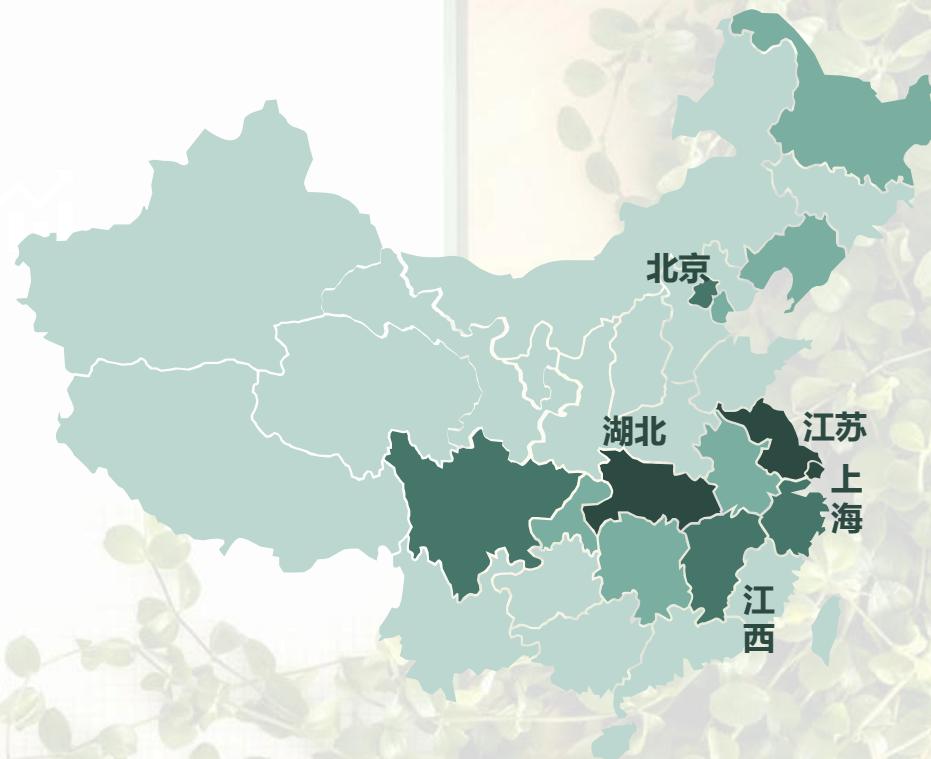
- 检索量占总检索量23.8%； $110 \leq TGI < 130$
- 对留学的关注度较高且检索量贡献大

### 黑龙江/天津/安徽等

- 检索量占总检索量：16%； $100 \leq TGI < 110$
- 对留学有一定关注但占比不高

### 其他地区

- 检索量占总检索量41.4%； $TGI < 100$

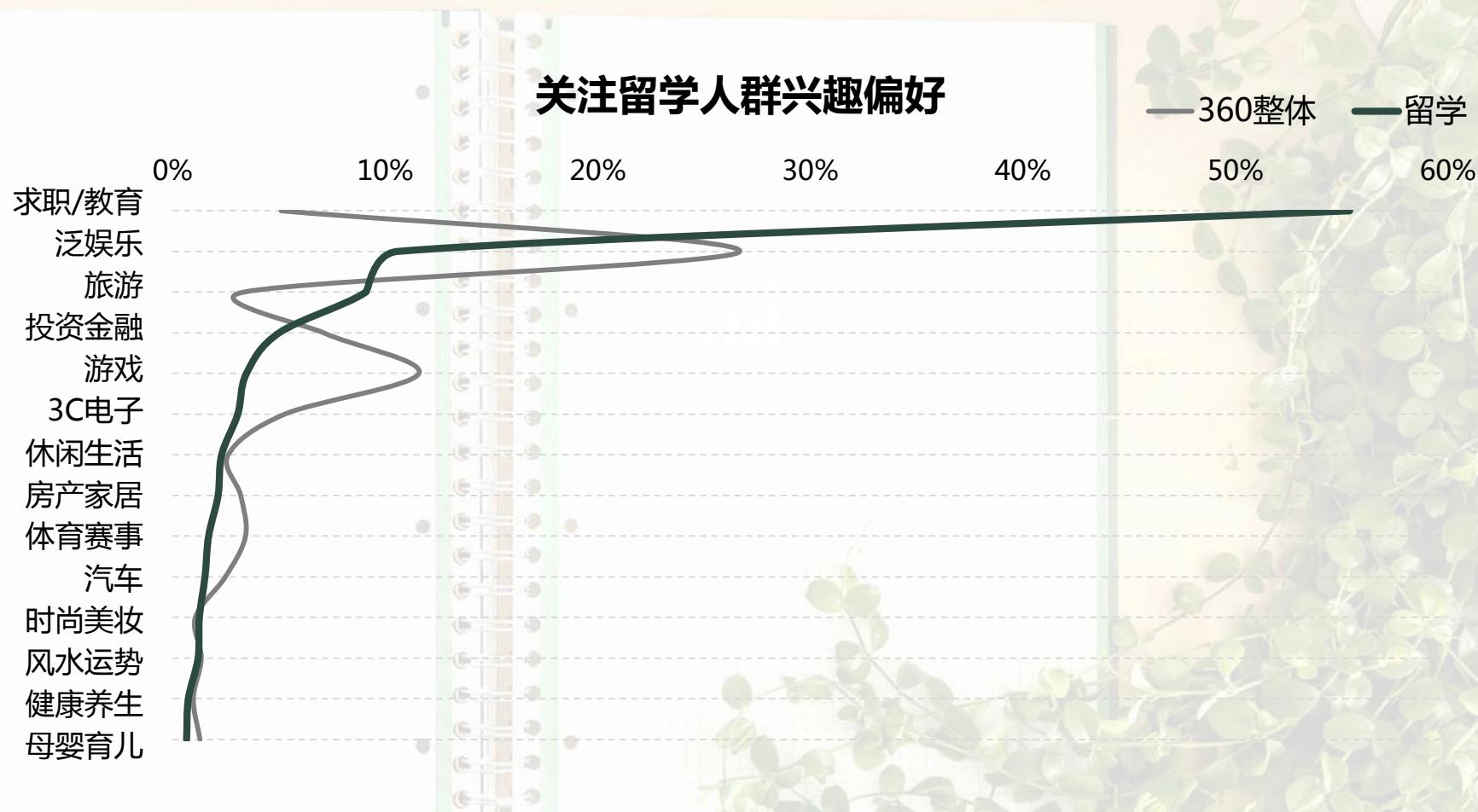


Source : 360大数据 , 2017年Q2

注 : TGI大于100 , 说明特征 ( 留学 ) 在该人群占比大于特征在全网占比 ; 小于100则相反。

# 对求职/教育、旅游和时尚美妆更为关注

- 相比360整体，留学人群对求职/教育、旅游和时尚美妆更为关注

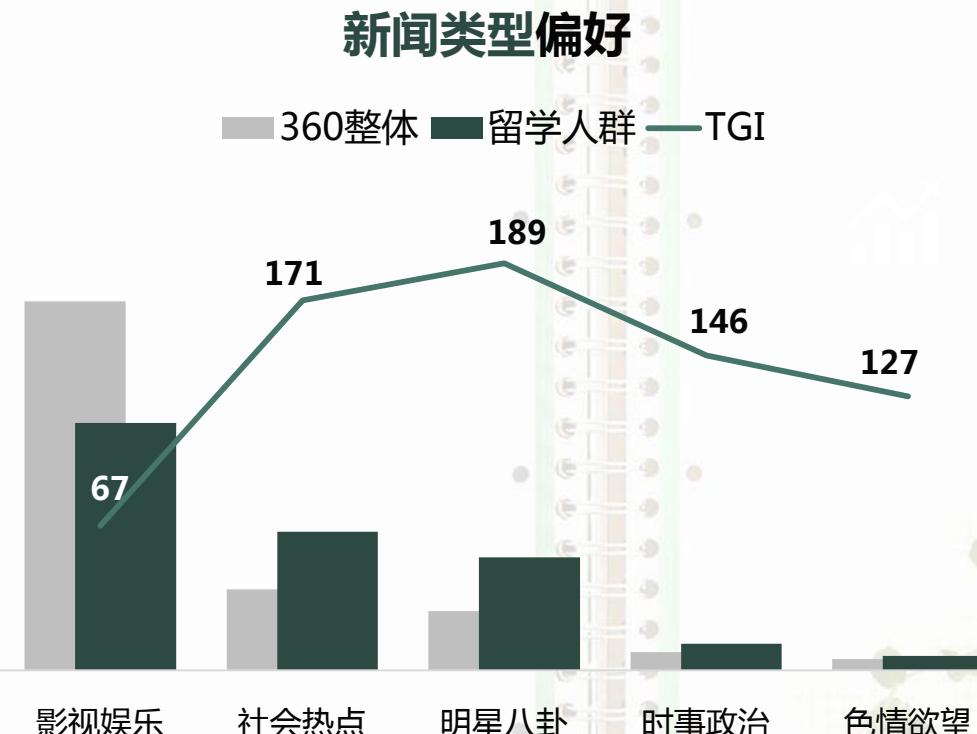


Source : 360大数据 , 2017年Q2

注：特征在留学人群占比相对特征在全网占比越高，特征越明显。

# 关注社会热点和明星八卦类新闻

- 相比360整体，留学人群对社会热点和明星八卦最为关注，对影视娱乐关注度高但TGI低



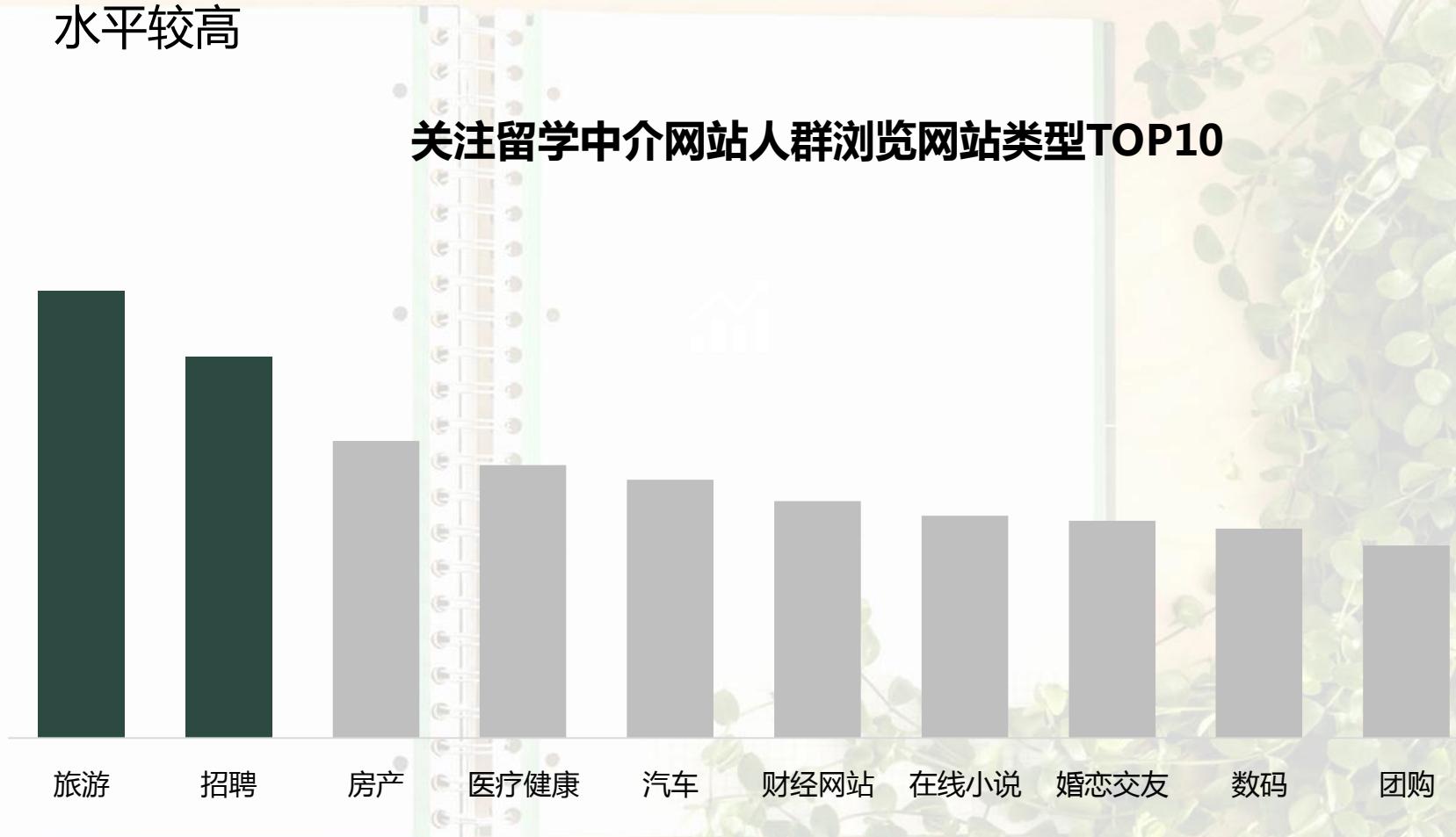
## 新闻类型关键词

社会热点：iphone8史上最贵  
明星八卦：胡海泉曝陈羽凡现状  
时事政治：印军越境与解放军对峙  
影视娱乐：夏至未至结局  
色情欲望：好莱坞再曝艳照门

# 对留学中介关注人群偏爱浏览旅游、招聘等网站类型

- 相比360整体，留学人群更加关注旅游、招聘和房产类型网站，消费水平较高

关注留学中介网站人群浏览网站类型TOP10



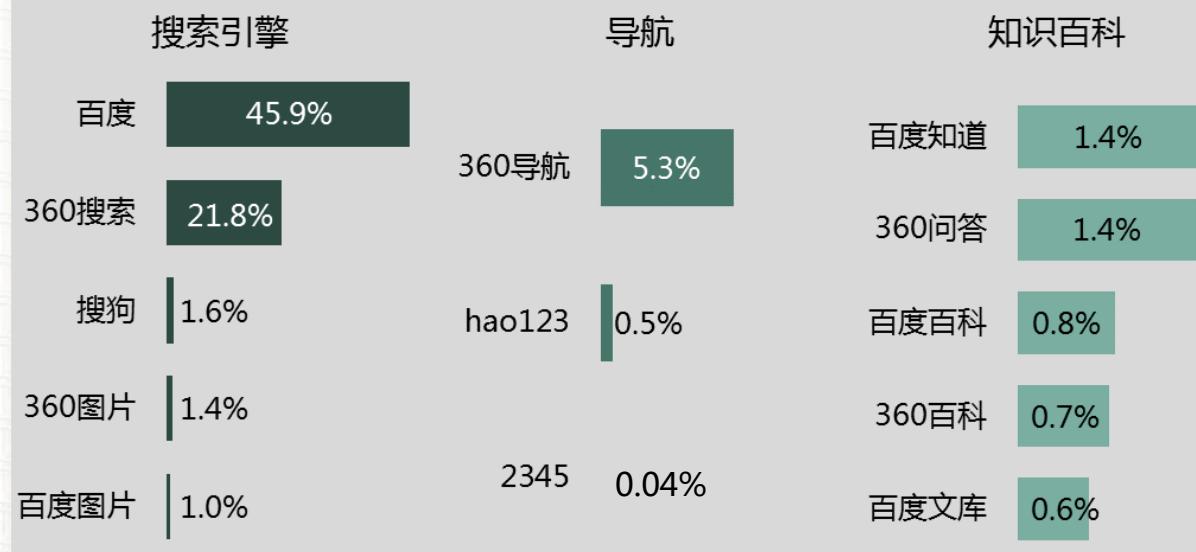
# 搜索引擎、导航和知识百科是留学中介品牌网站的主要入口

- 搜索引擎为留学品牌网站导流占比达72.9%
- 导航和知识百科网站为留学品牌网站带来11.5%的流量

品牌网站前一步访问网站类型



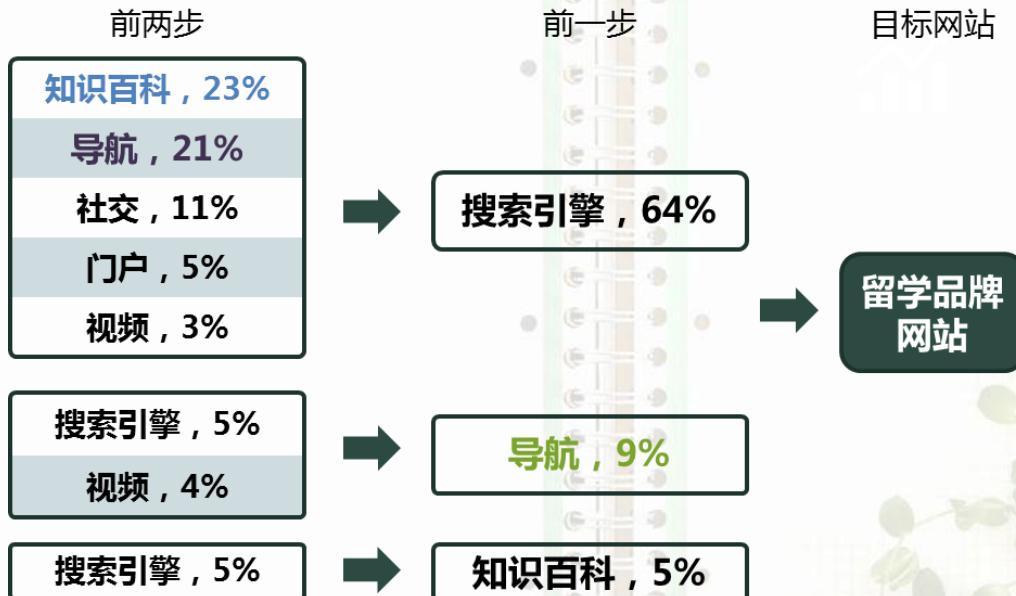
网站细分类型占比



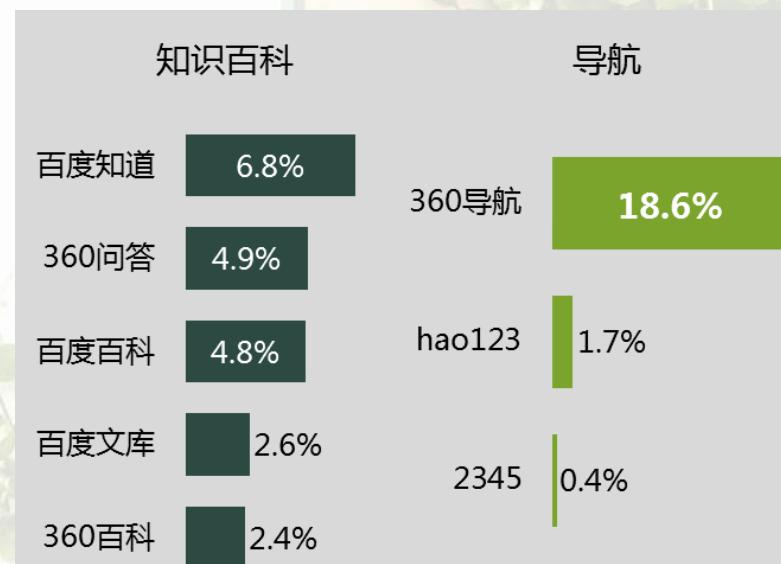
# 导航网站对留学品牌网站间接流量贡献超20%

- 21%的用户通过导航进入搜索引擎，再搜索进入留学品牌网站，导流效果仅次于知识百科
- 9%的用户从导航直接进入留学品牌网站

品牌网站前两步访问路径分析



前两步网站细分占比





谢谢观看

360数字营销中心 2017年9月