



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

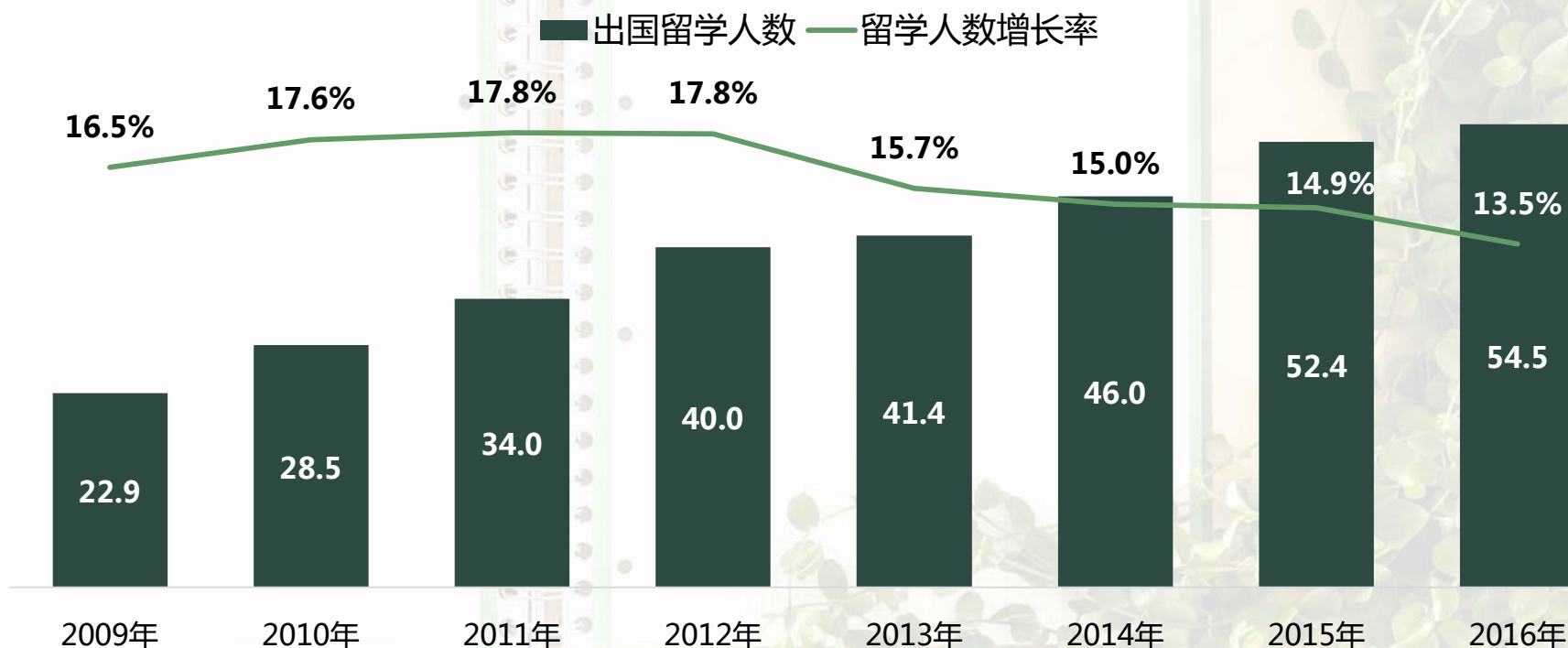
留学行业宏观背景

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%

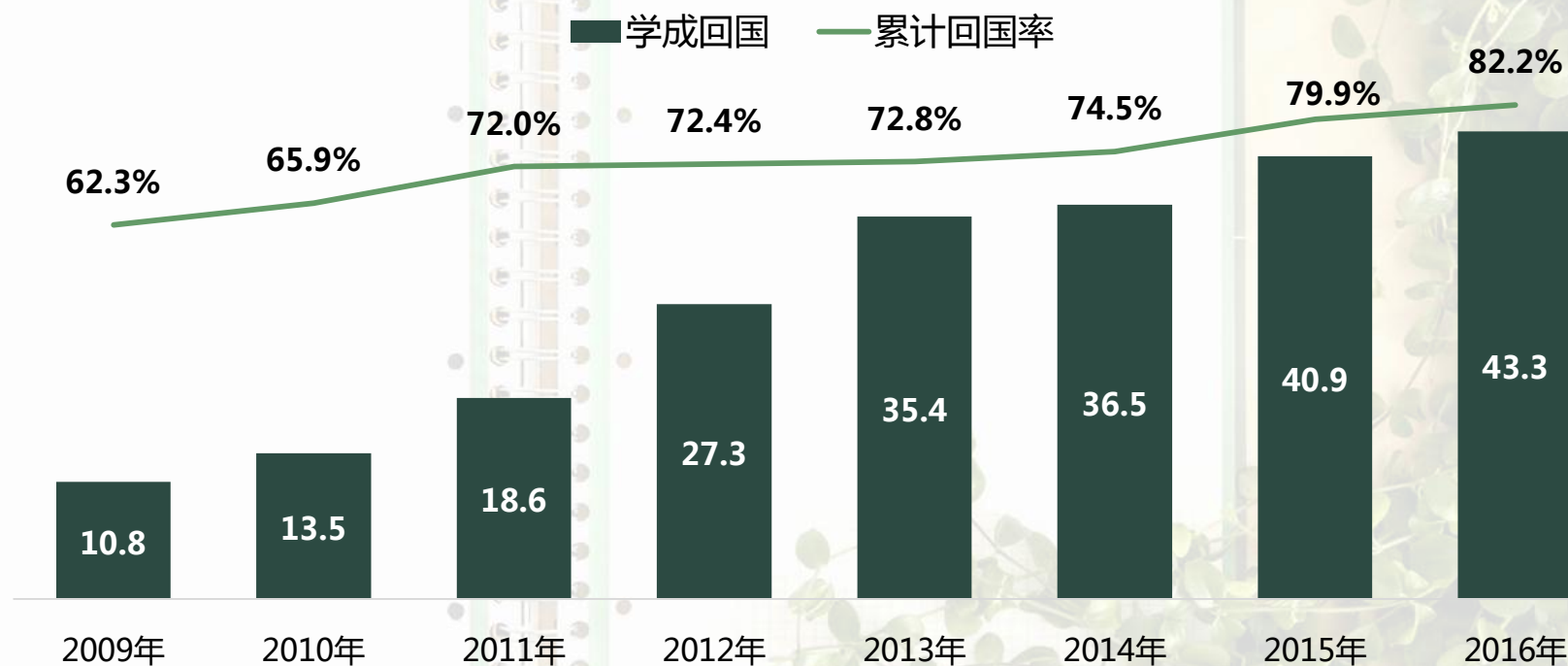
2009-2016年出国留学人数及增长率变化



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



“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归国，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%

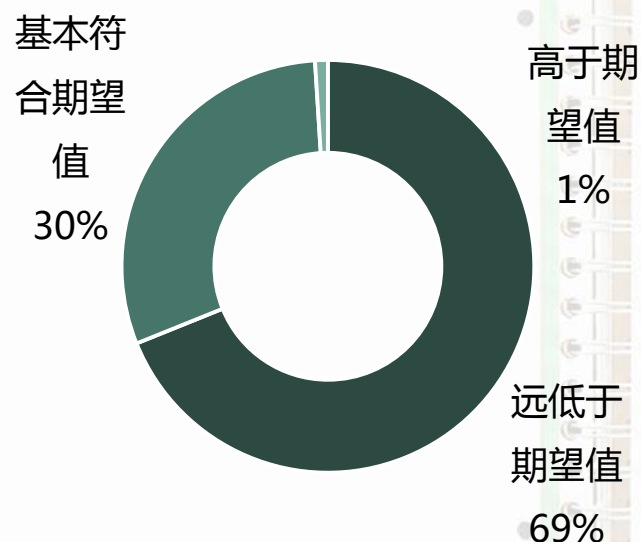
政策, 8.80%



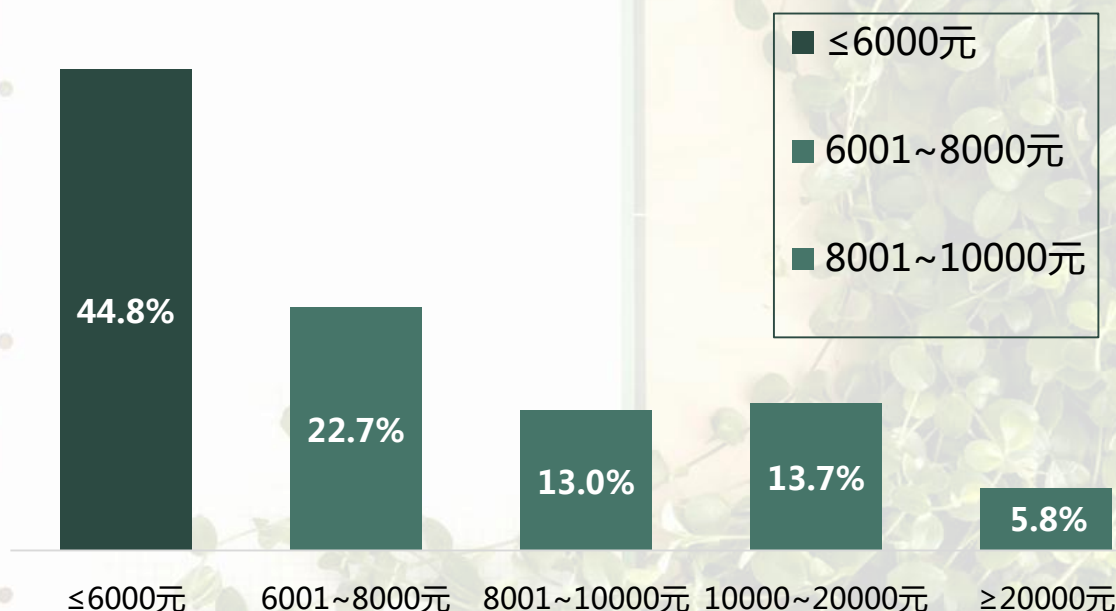
“海归”就业满意度低

- 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

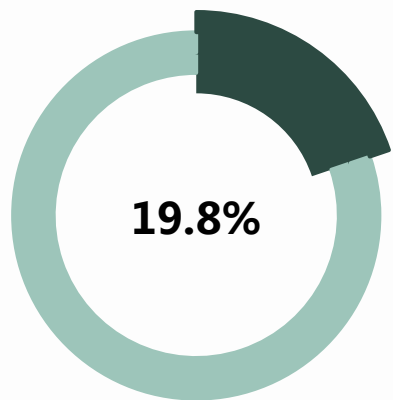


留学生归国前需要就业指导服务

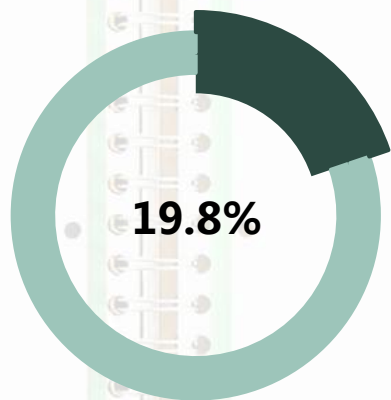
- 就业信息咨询和海归政策解读成为海归回国最期望得到的服务

留学生回国前最渴望获得的服务

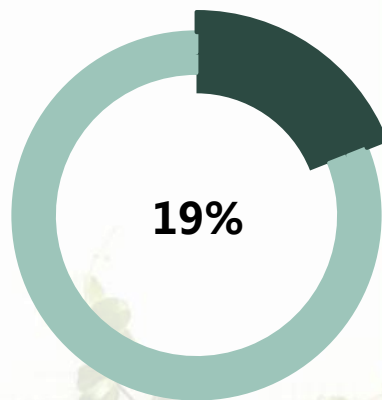
就业信息咨询



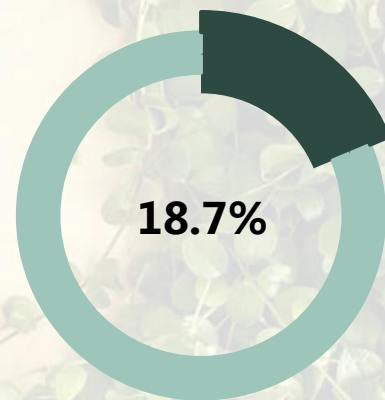
海归政策解读



职业规划



就业推荐





02

留学行业关注趋势

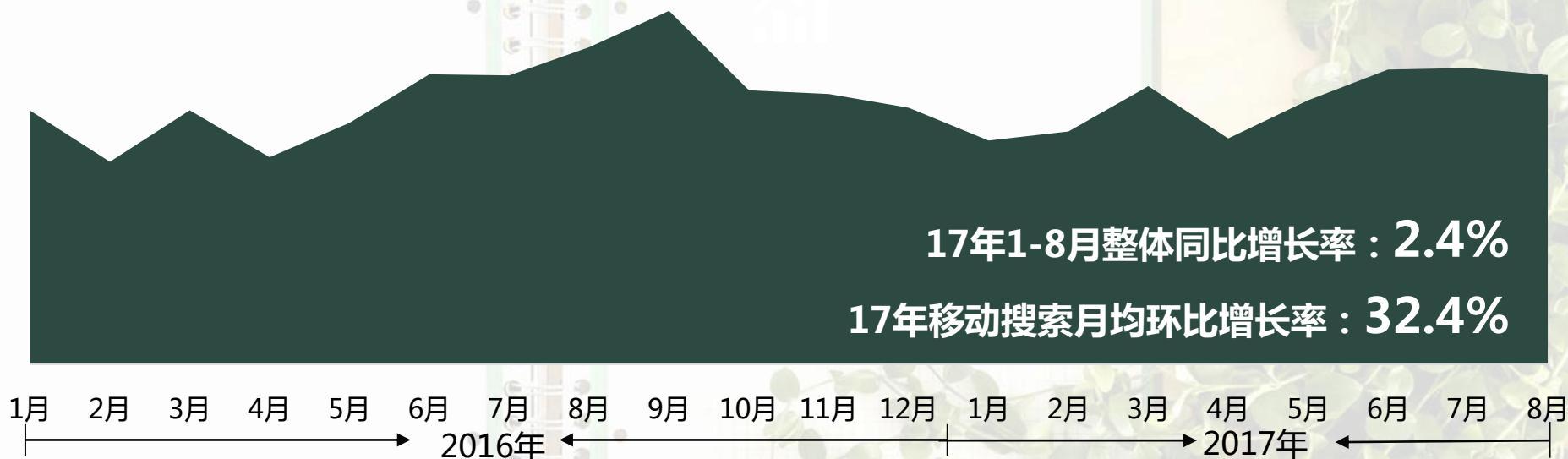
Trend Of The Study Industry

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

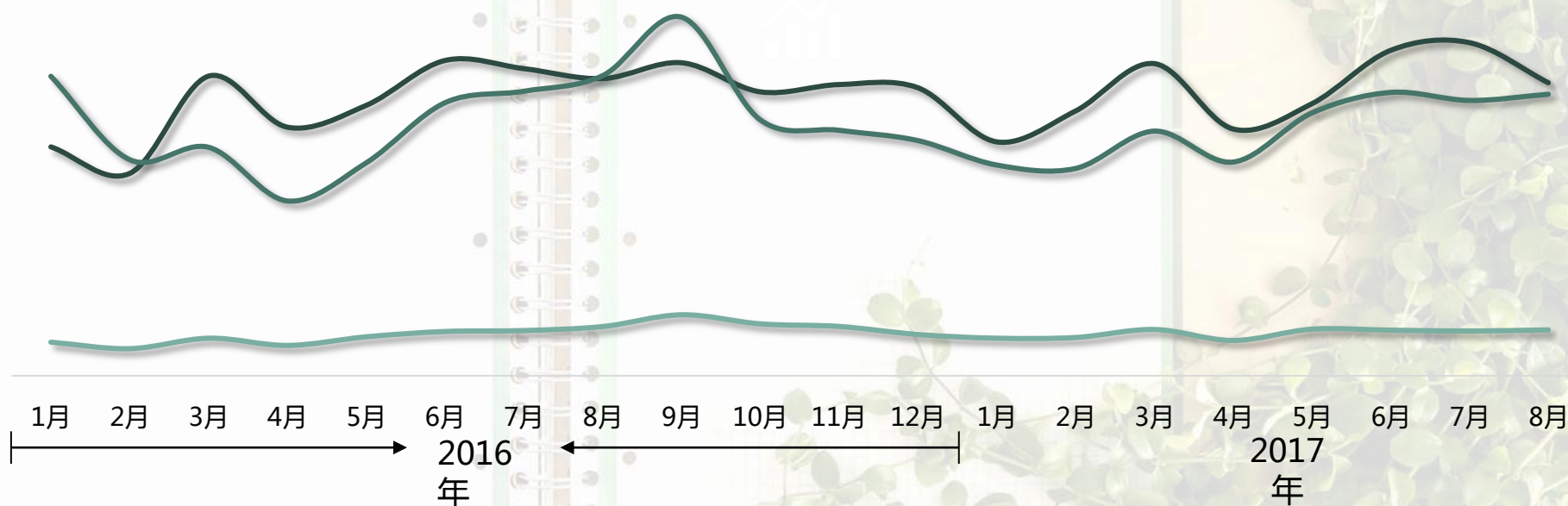


留学中介品牌词、大学及语言考试词同比去年提升

- 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%

2016-2017 留学行业词性趋势

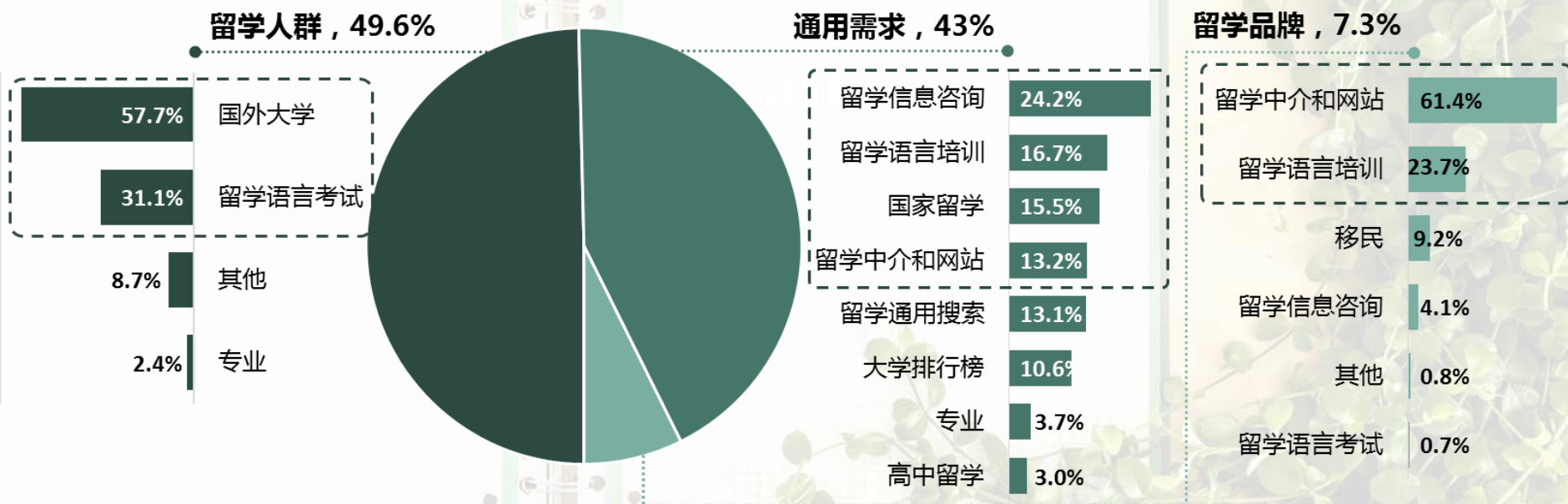
——大学及语言考试词 ——通用需求



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

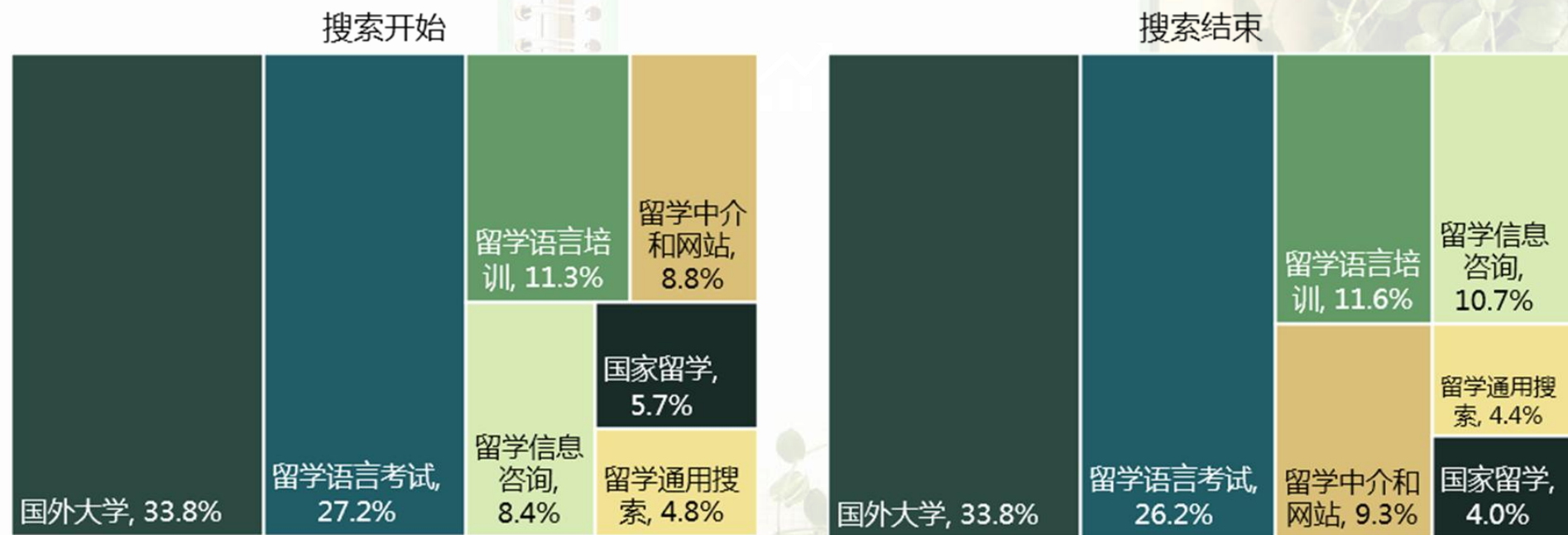
留学行业关注词性分布



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

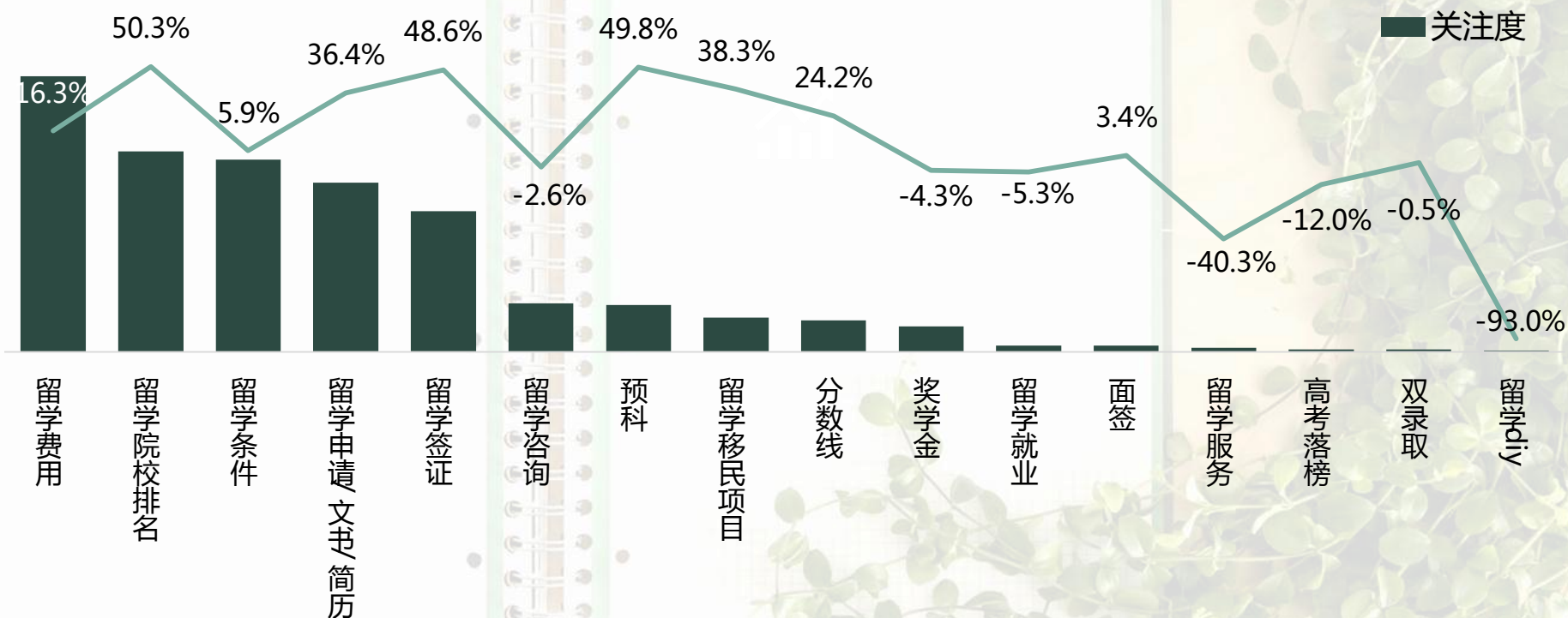
- TOP5国家占78.7%，美国、英国和澳大利亚是留学生最青睐的国家
- 对留学国家的关注中，近半为名校



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

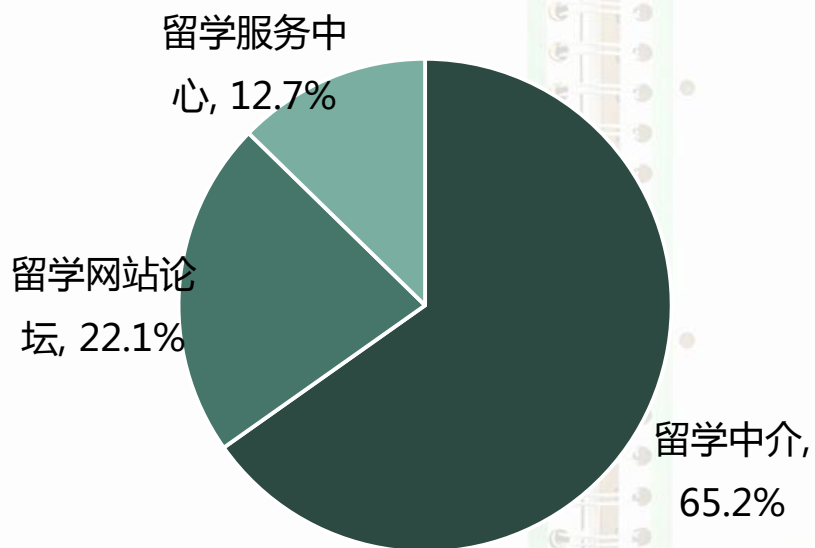
留学信息咨询关注排名



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：

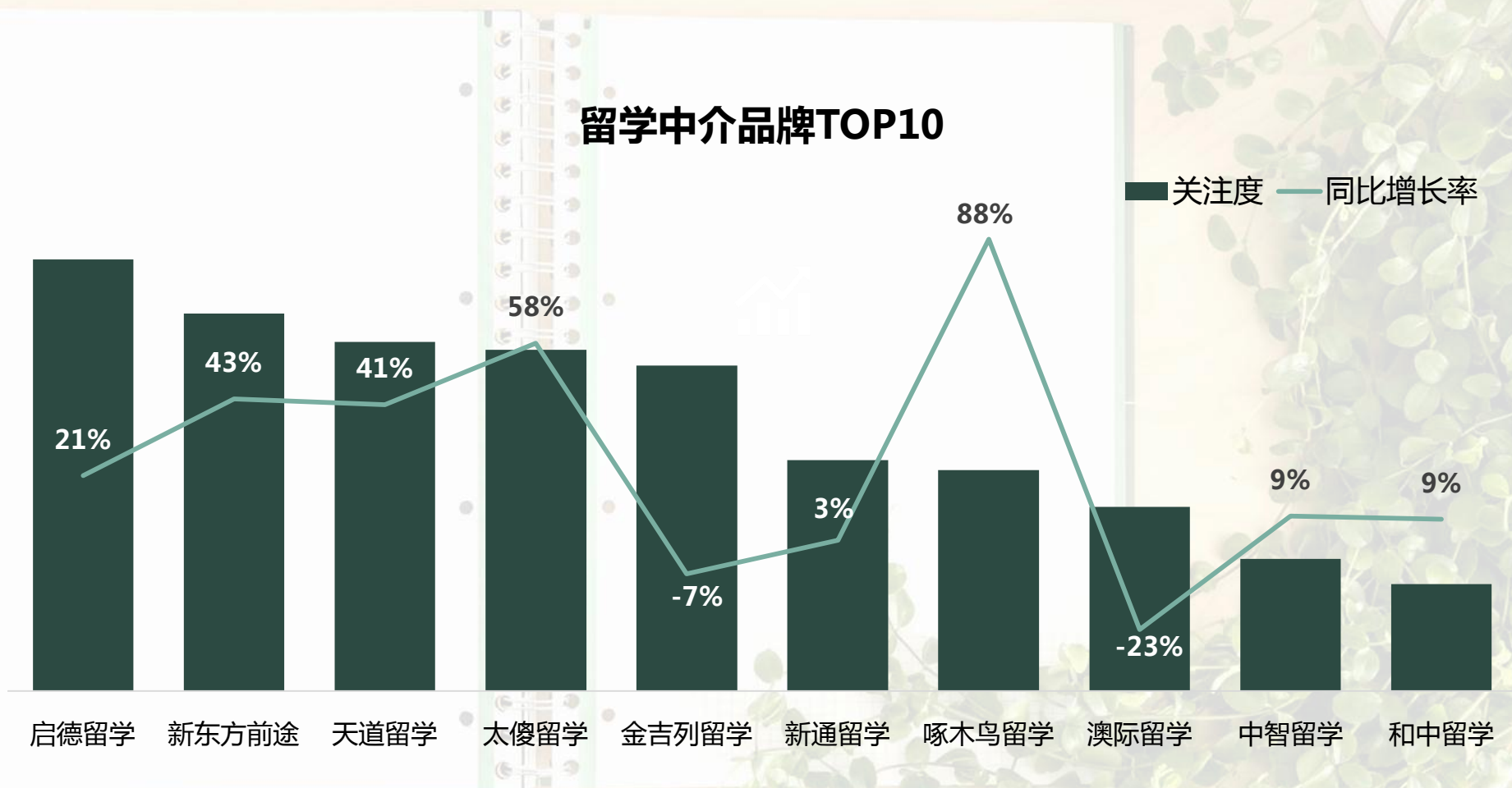
出国留学网、一亩三分地、太傻超级论坛等

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

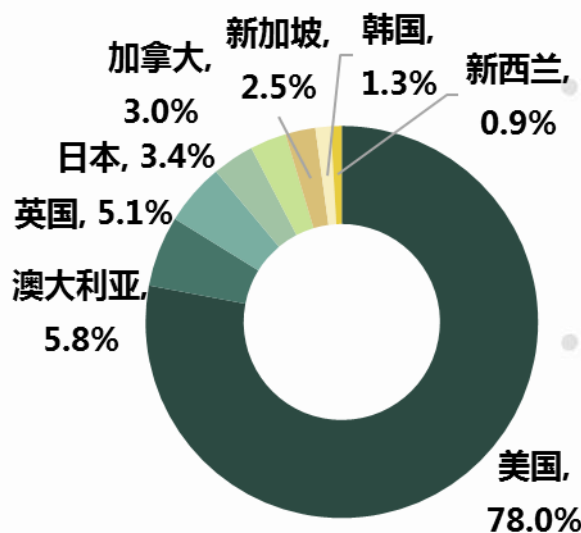
- TOP10留学中介品牌中八家同比去年有所提升，啄木鸟同比提升88%



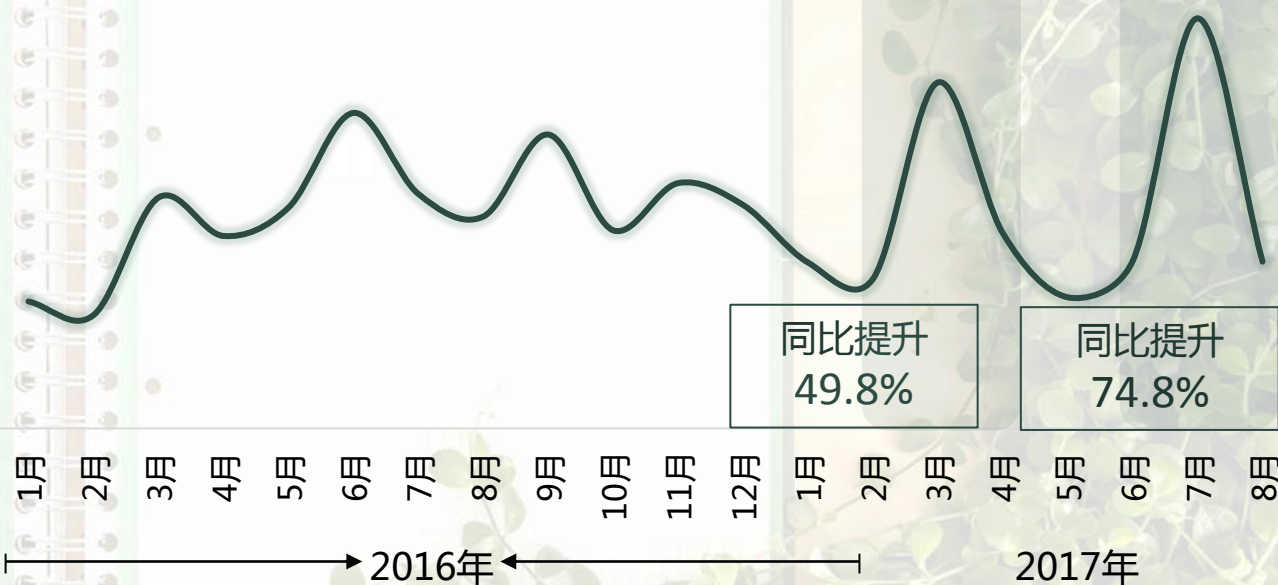
游学作为留学简化形式增长显著，美国为主要目的地

- 游学在3月和暑期为高峰期，2017年增长率高达50%

游学国家占比



游学关注趋势





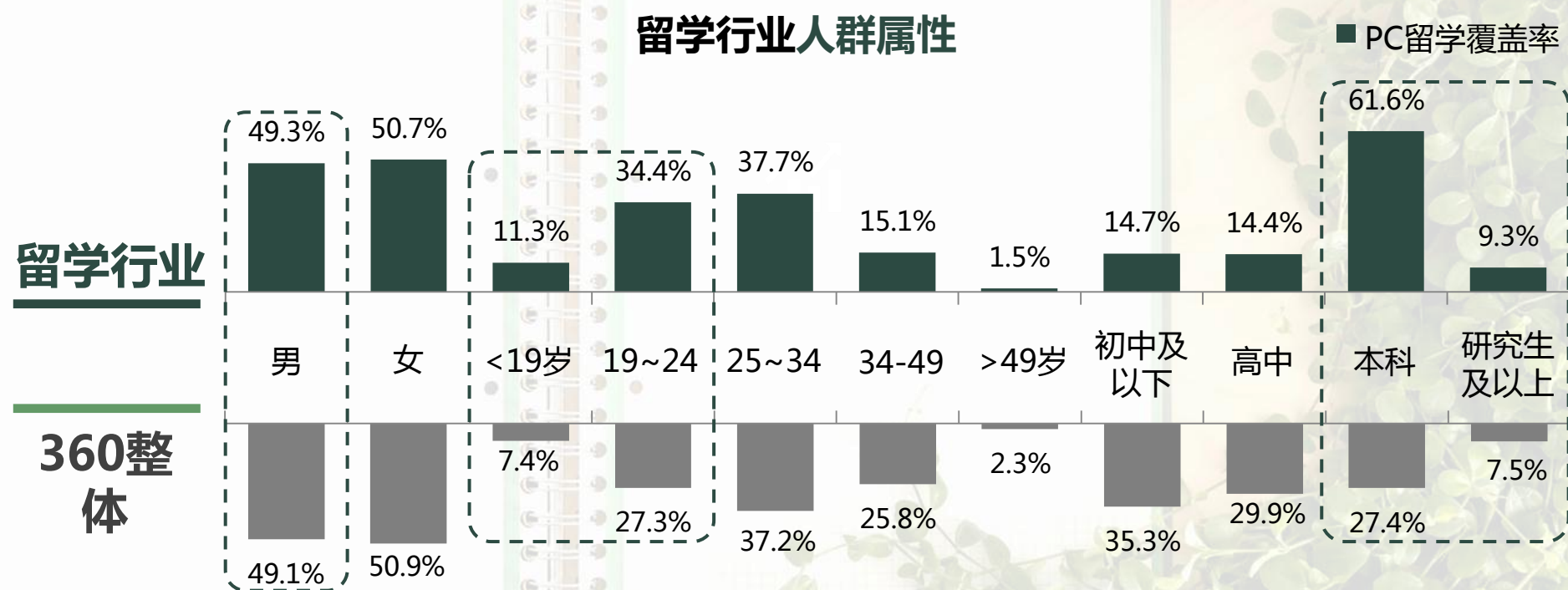
03

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

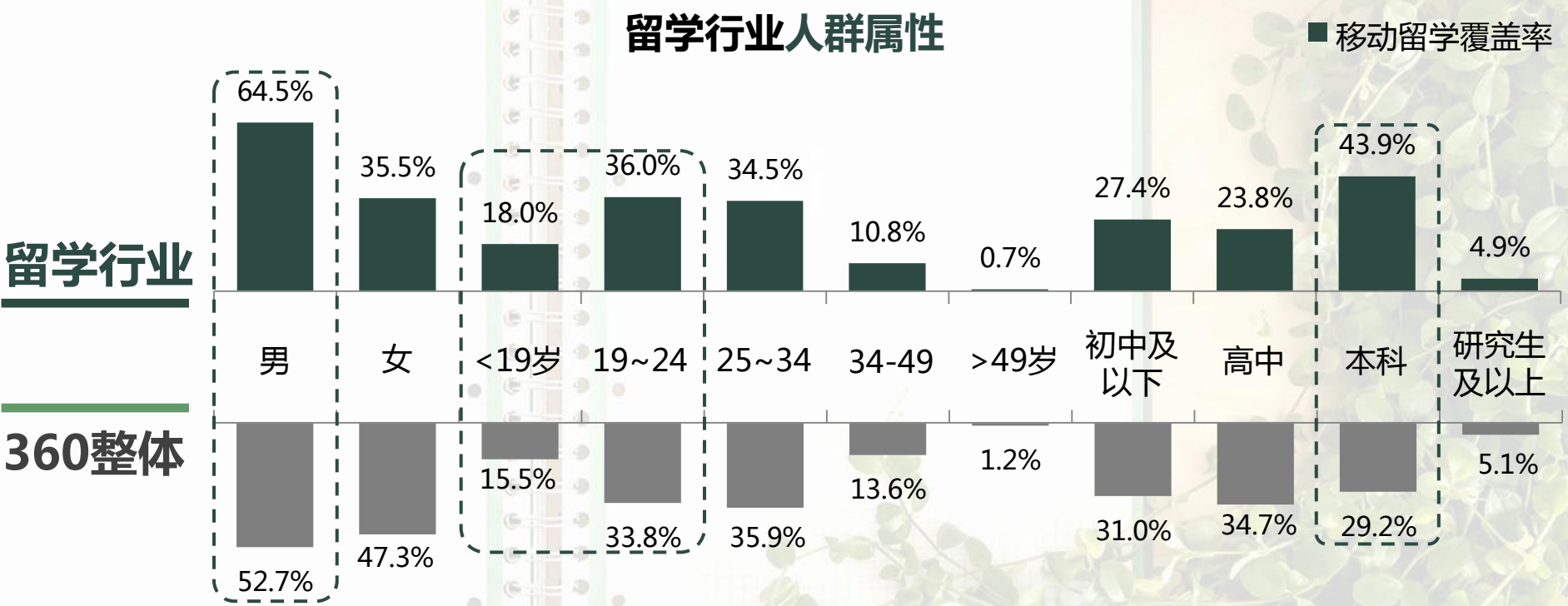


Source : 360商易，2017年Q2

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

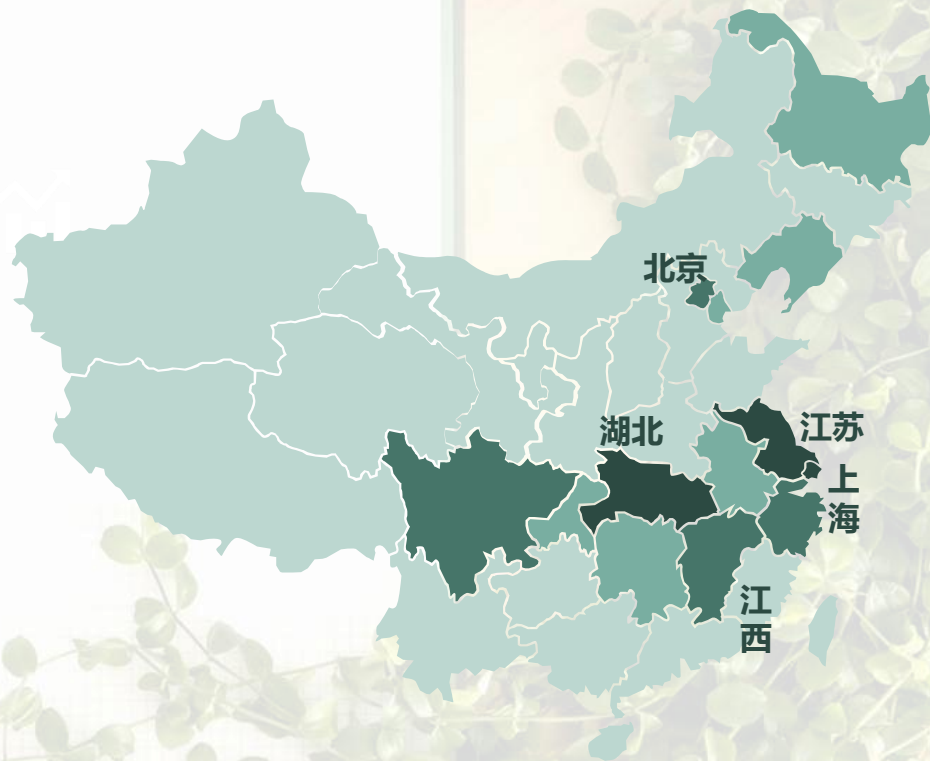
- 检索量占总检索量23.8%； $110 \leq TGI < 130$
- 对留学的关注度较高且检索量贡献大

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%； $TGI < 100$

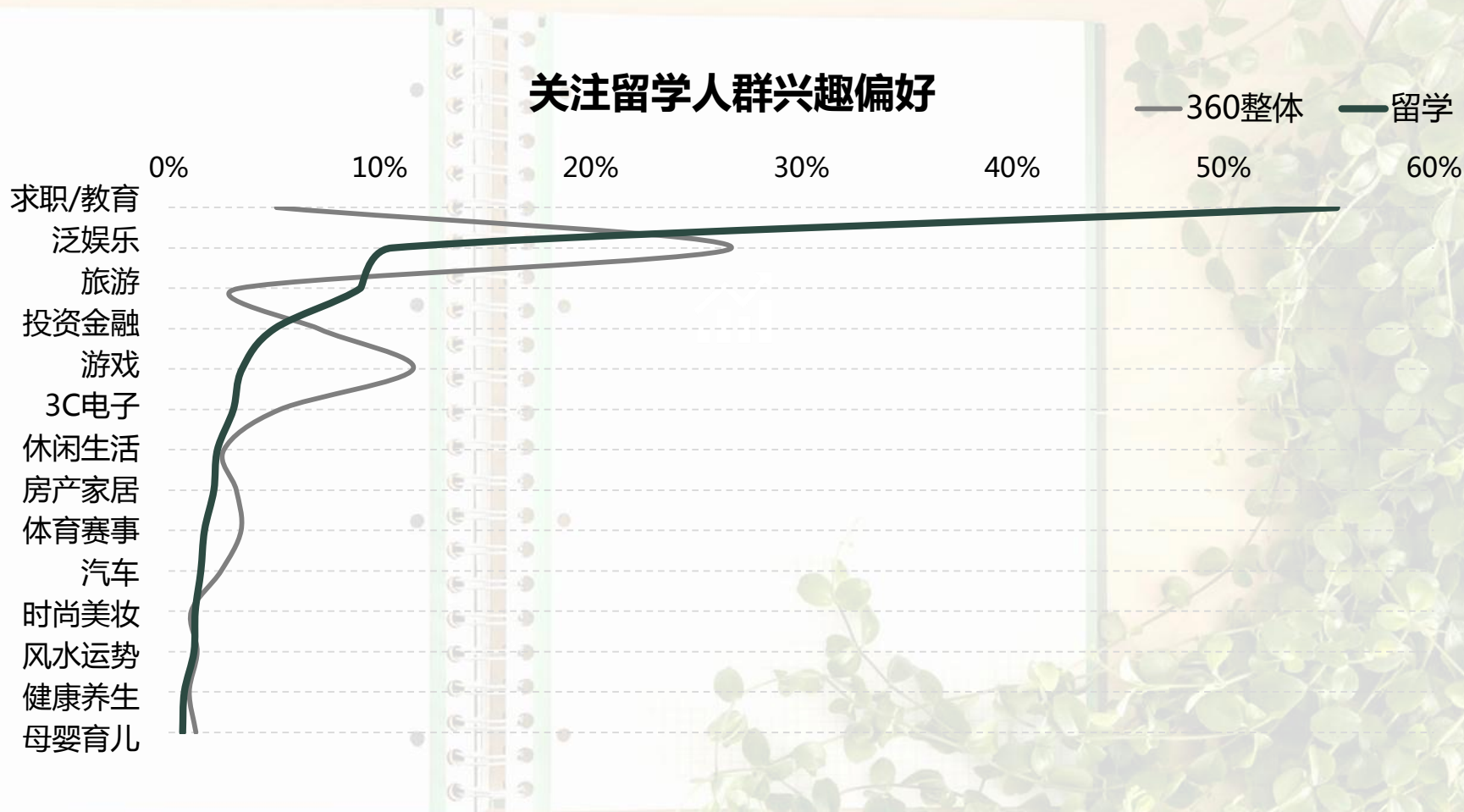


Source：360大数据，2017年Q2

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



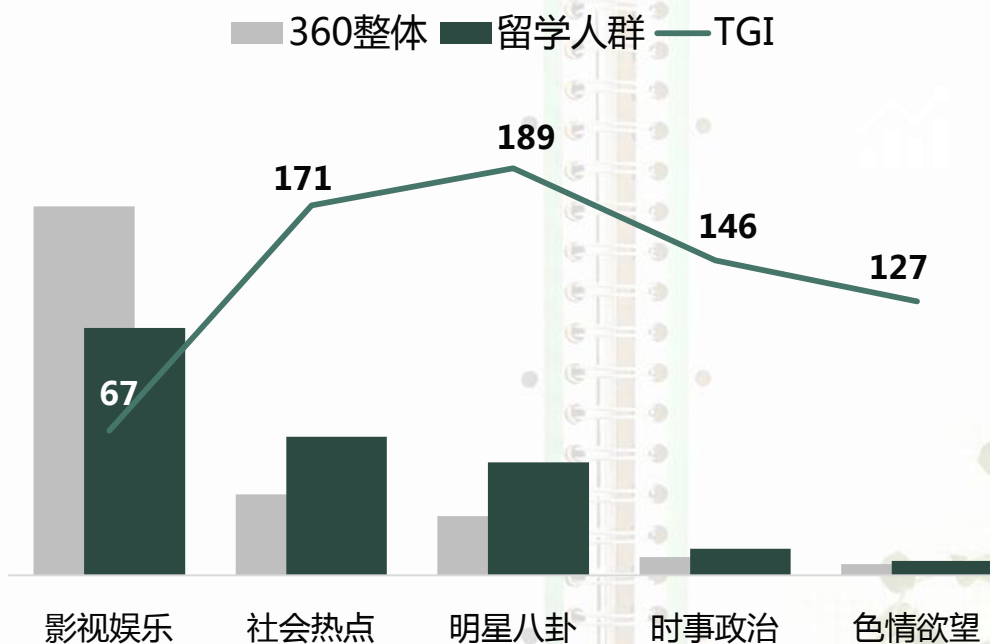
Source : 360大数据，2017年Q2

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

新闻类型偏好



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

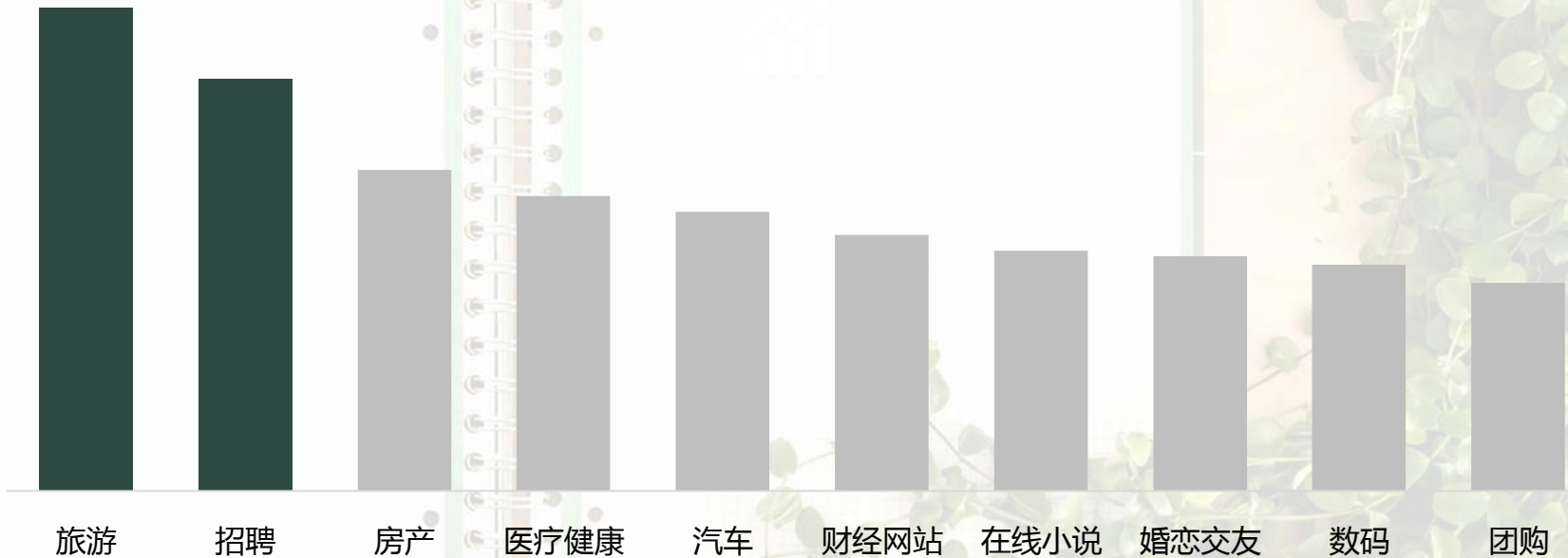
影视娱乐：夏至未至结局

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



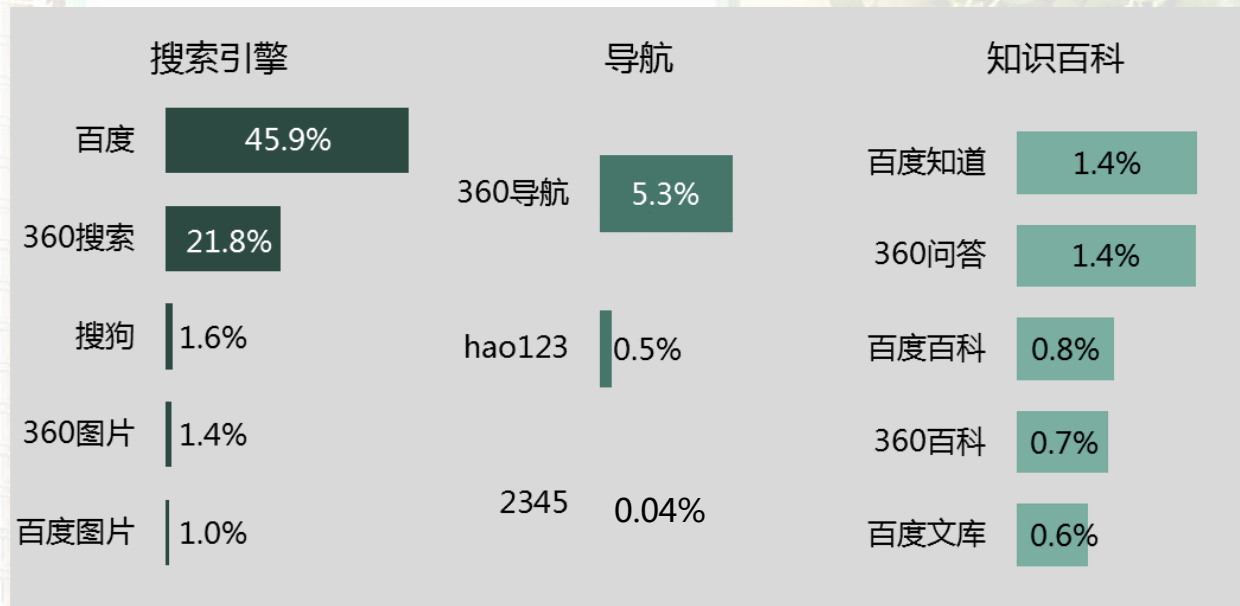
搜索引擎、导航和知识百科是留学中介品牌网站的主要入口

- 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



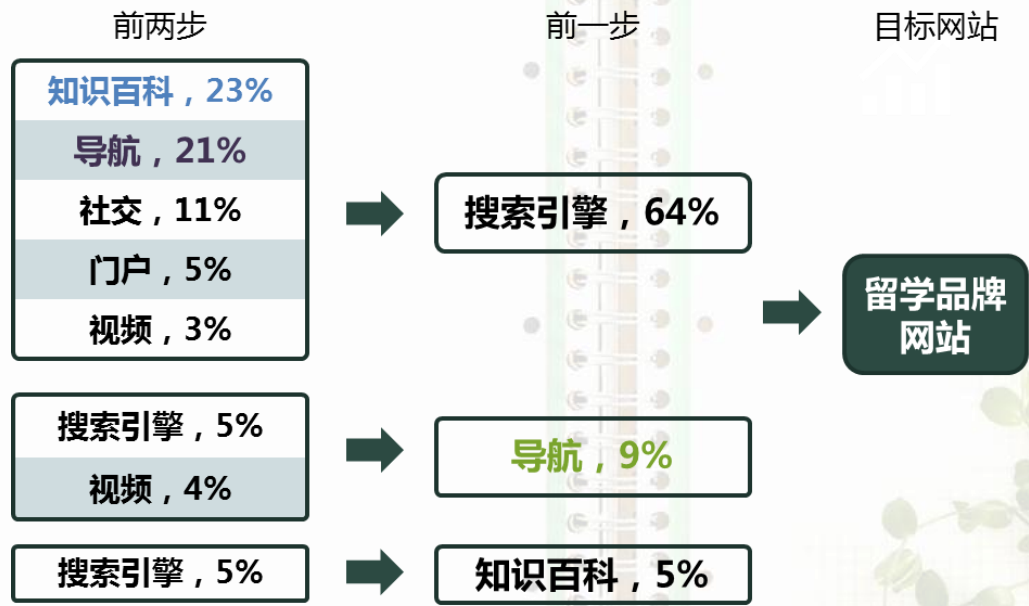
网站细分类型占比



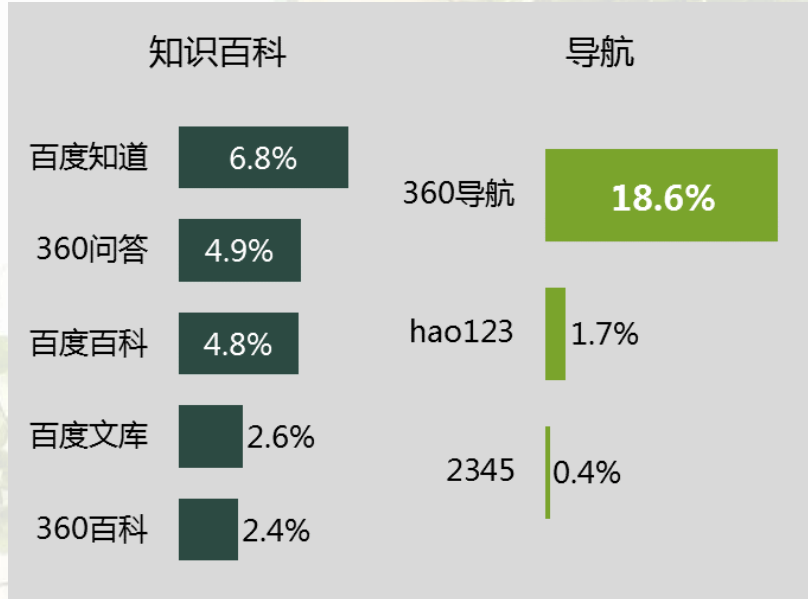
👤 导航网站对留学品牌网站间接流量贡献超20%

- 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