



小红书语言及留学行业通案

小红书-商业部-生活服务行业

目 录

01

语言留学
行业概况

02

小红书
语言留学生态解读

03

小红书
语言留学解决方案

04

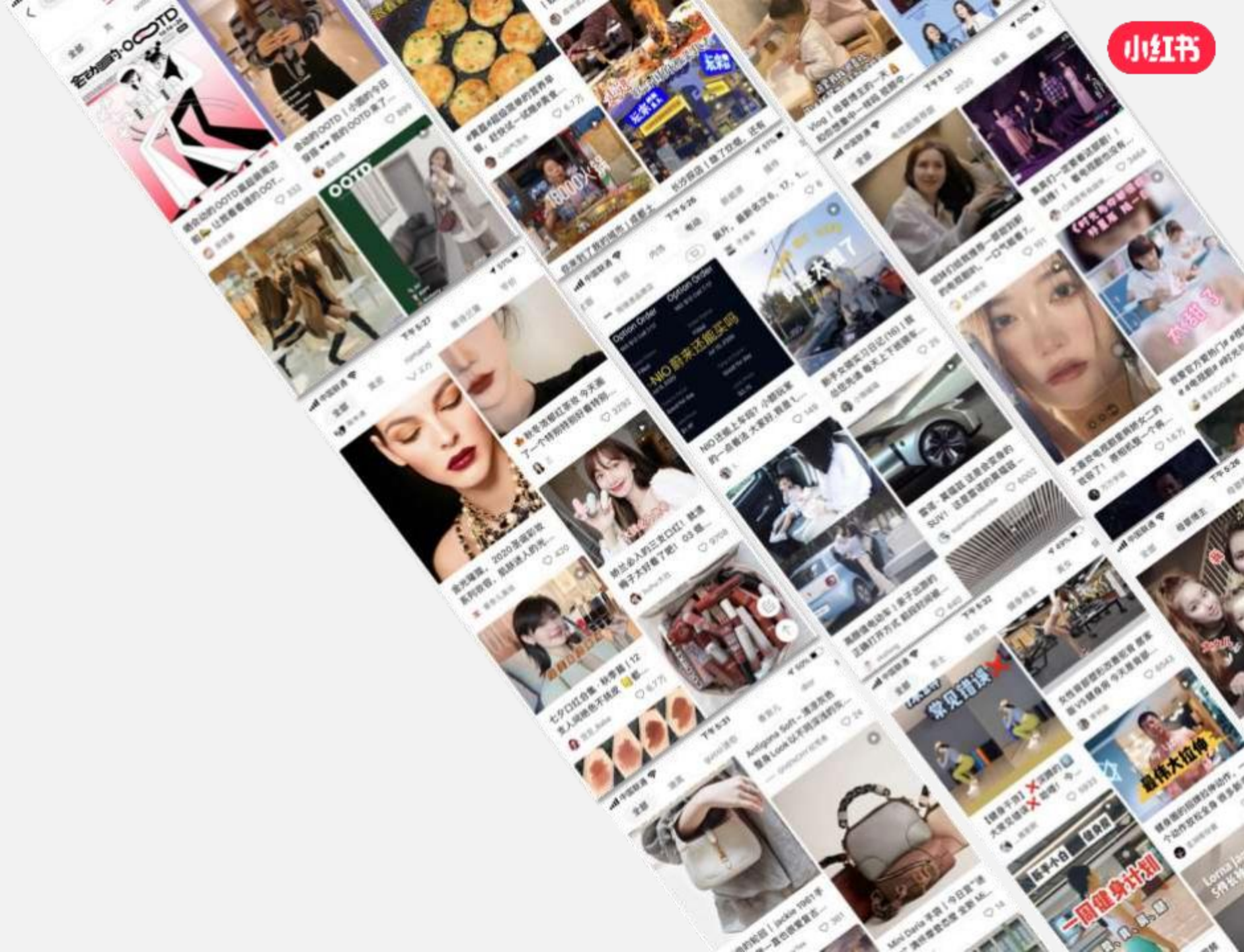
小红书
语言留学成功案例

05

小红书
语言留学 IP 推荐

01

语言留学 行业概况



后疫情时代国内外形势对中国成年人教育的影响

中国就业竞争激烈,深造成为成年人提升竞争力的重要工具

全球形势

经济下行压力持续增大

受经济形势延宕反复和地缘政治冲突升级等超预期因素影响,世界经济下行压力逐步增大。

就业有所改善但充满不确定

2022年全球就业市场保持向好复苏态势,但复苏过程缓慢且仍充满不确定。

国内形势

疫情反复环境复杂严峻

2022年新冠疫情反复爆发,全国企业及家庭经历数次疫情封控;年底疫情管控政策放开,经济有向好趋势

一揽子政策效果持续显现

推出稳经济一揽子政策,着力稳增长、稳就业、稳物价,就业形势逐渐复苏

变化频出的时代,对企业及人才提出更高的要求

企业涉及业务领域不断变化

需要更多中外背景加持,应对时代浪潮

共同
发展

个人所需掌握知识快速迭代

需持续深造,满足市场需求

国家坚持人才强国战略，促进留学行业发展

扩大新时代教育对外开放和“十四五”规划中强调的人才强国战略都在促进和引导留学行业的规范化发展

2010年

中共中央、国务院颁布《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》**鼓励各级各类学校开展多种形式的国际交流与合作**，办好若干所示范性中外合作学校和一批中外合作办学项目

2017年

国务院颁布《国务院关于第三批取消中央指定地方实施行政许可事项的决定》**取消自费出国留学中介服务机构资格认定**

2019年

教育部《关于做好2019年普通中小学招生入学工作的通知》**义务教育不得以“国际部”“国际课程班”“境外班”等名义招生，严格规范公办普通高中“国际部”（或“境外课程班”）招生行为**

2020年

2020 教育部《关于加快和扩大新时代教育对外开放的意见》《意见》**重申将继续通过出国留学渠道培养我国现代化建设需要的各类人才。**

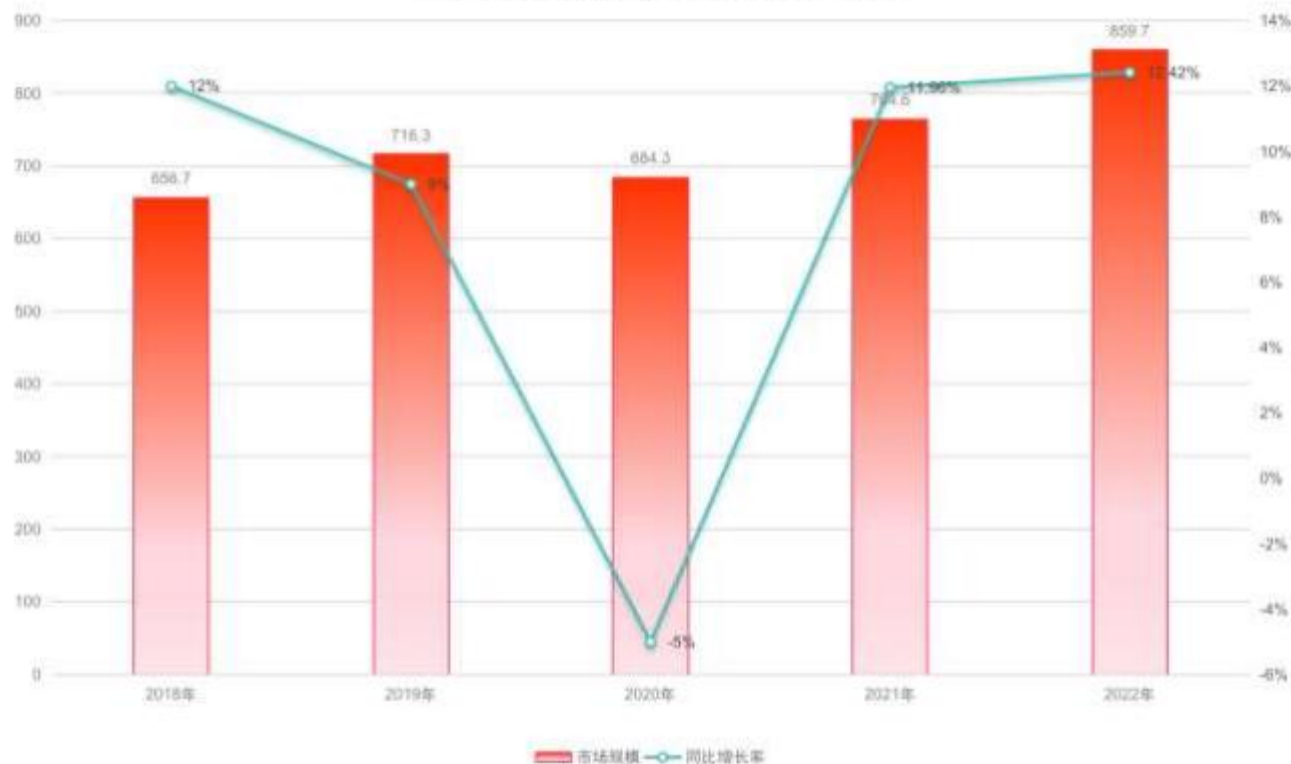
2021年

全国人大《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》深入实施人才强国战略；深化人才发展体制机制改革，全方位培养、引进、用好人才，充分发挥人才第一资源的作用

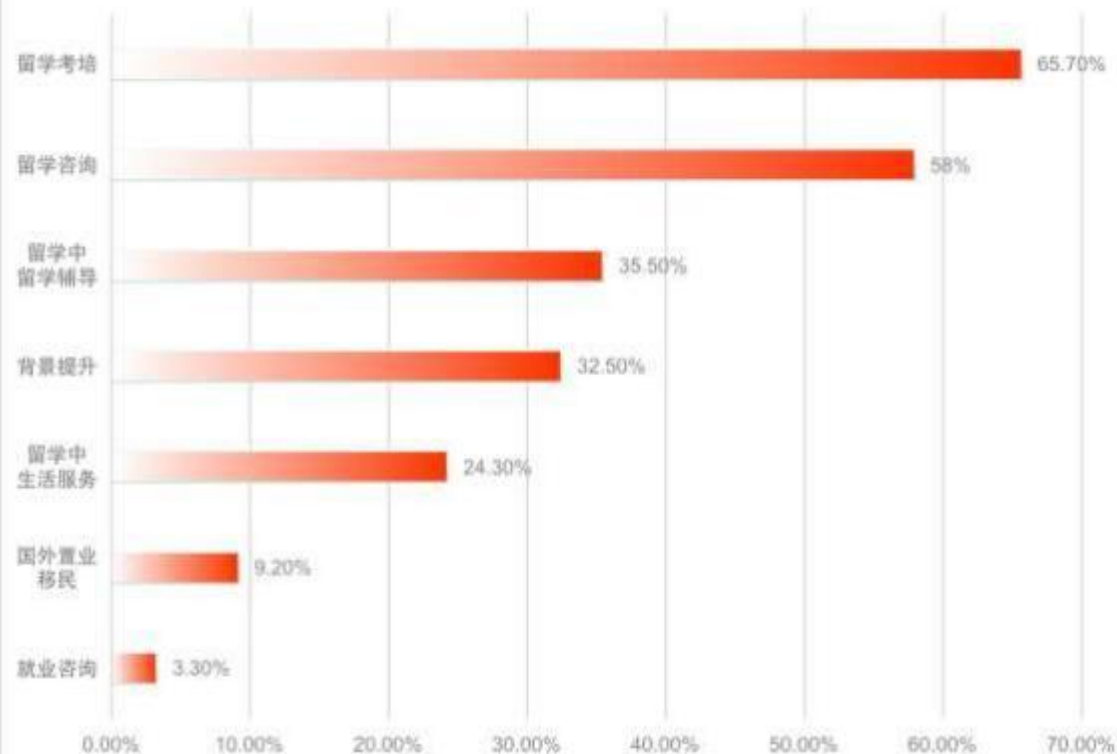
2022年整体规模近860亿，其中传统赛道仍为主要组成部分

2022市场整体规模近860亿元，疫情前行业同比增速10%左右，2020年受疫情影响呈负增长。传统赛道（国际学校、留学咨询留学考培）仍是市场的主要组成部分，疫情前已进入相对平稳的增长阶段；新兴赛道（面向留学生、准留学生的背景提升、就业咨询）疫情前增长迅速

2018-2022年中国留学生就业咨询市场规模



2022年中国各类国际教育产品使用率



以留学周期作为划分：留学前期-留学申请-留学期间-留学后期

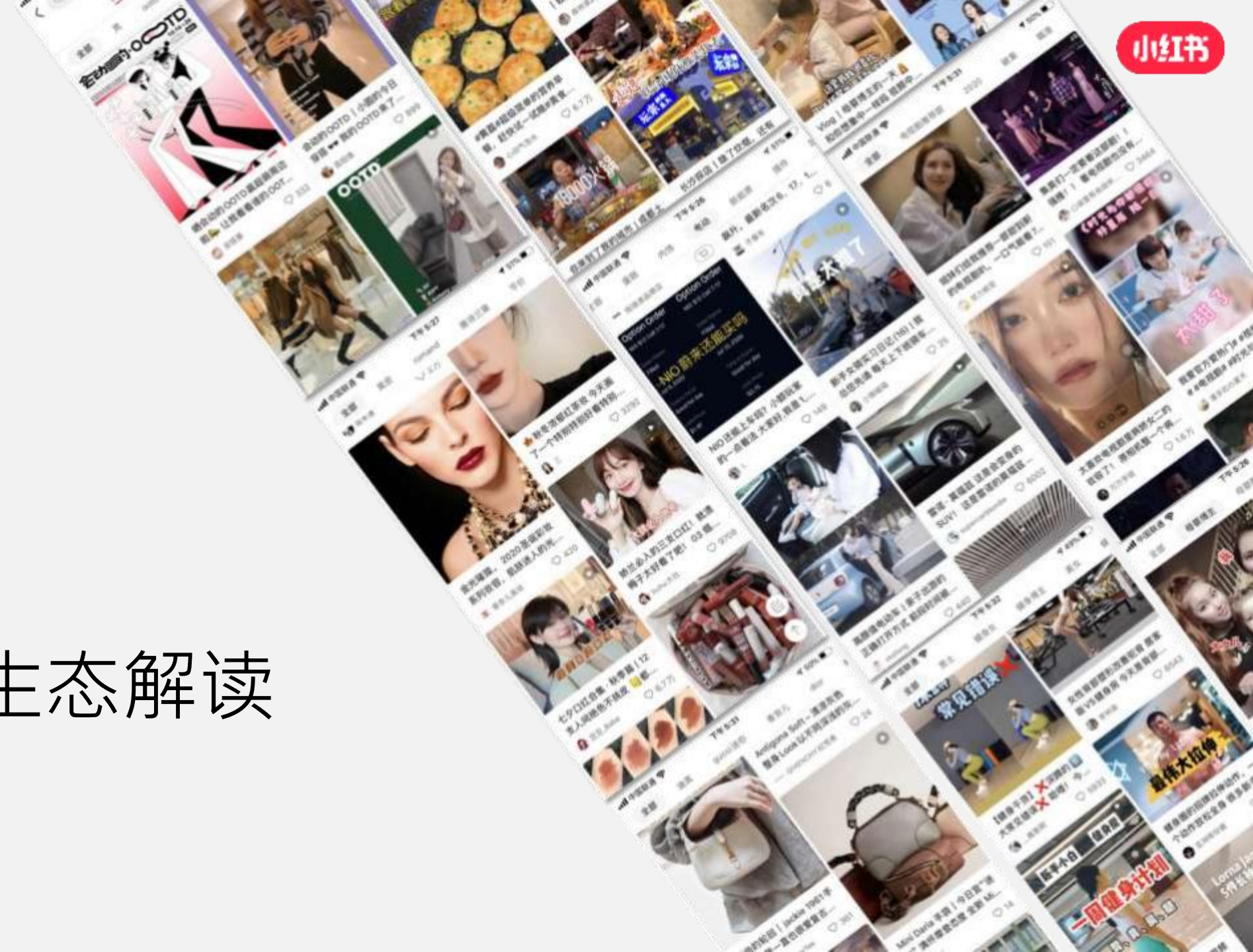
每一阶段都有相应的细分服务品类，目前较成熟的品类包括：留学语培、国际游学、留学咨询/中介服务，已有头部机构出现，而随着国际教育消费趋势的变化，产业分工也带来了新的服务品类，如：低龄留学、背景提升、国际课程辅导等,目前多处于供需快速增长阶段



02

小红书

语言留学生态解读

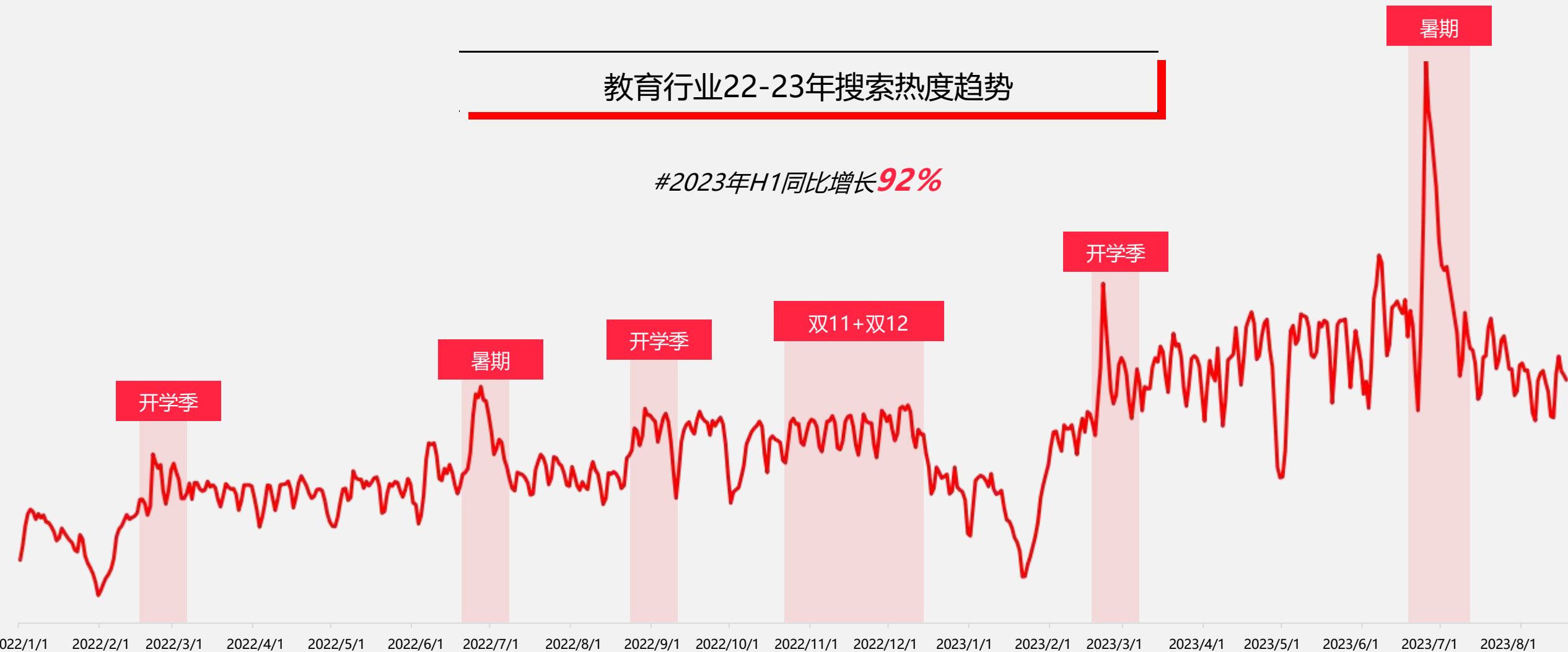


小红书站内教育行业正在蓬勃发展

2022年站内教育行业增幅明显，全年呈现明显上升趋势，同时有明显的旺季高峰期

教育行业22-23年搜索热度趋势

#2023年H1同比增长**92%**



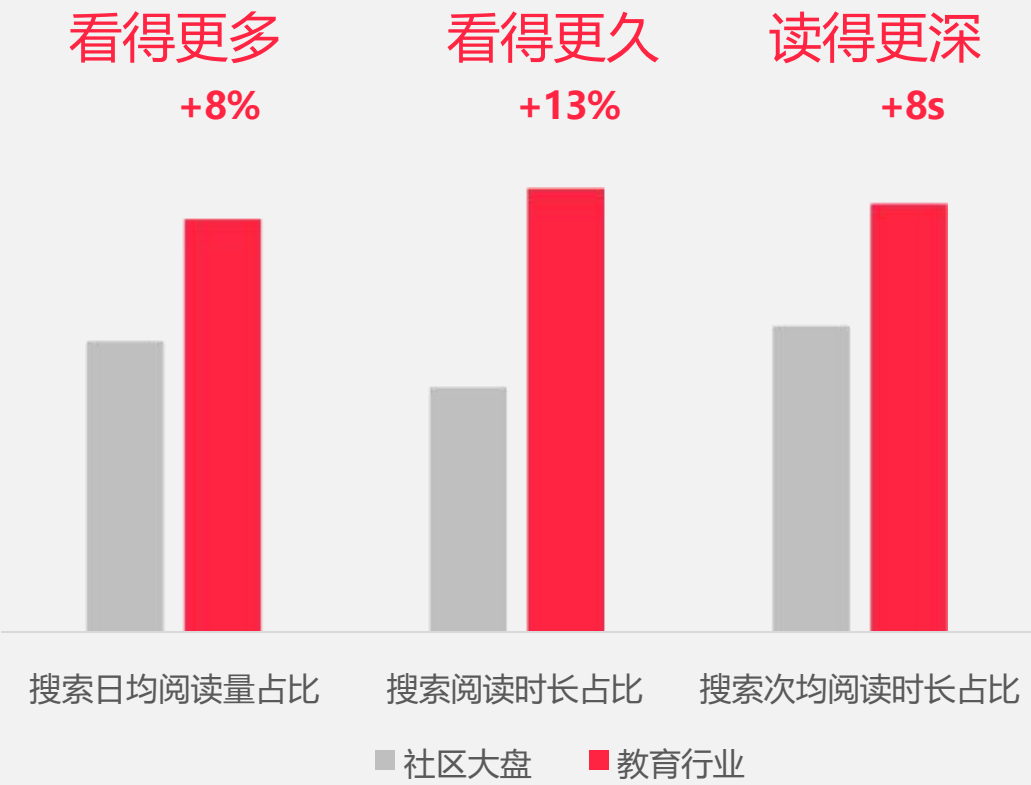
教育行业用户更加聚焦搜索场景

教育行业用户有明显的搜索场偏向，教育相关词的日均搜索用户占社区日均搜索用户的10%

教育相关词日均搜索用户占比

排名	类目
1	美食
2	时尚
3	美妆
4	旅游
5	教育
6	家居家装
7	科技数码
8	影视
9	医疗健康
36个一级类目	

用户搜索阅读行为分析





扫码加入



订阅方案



**学习本是痛苦
唯有热爱可抵岁月漫长**

始于2016营销星球团队始终一如既往

**营销星球
白金社群**



**全网最新方案
国际/本土4A
国内/海外方案**



**具体权益
添加客服好友**

MARKETING STAR



3.0全案魔方全新升级

全新品项分类 品牌服务升级

PLANNING CASE



严选4A策划方案

以新概念 跨新认知

公众号
营销星球
SINCE2016



关注公众号
订阅
最新策划方案



登陆小程序
搜索
最新策划方案

RETRIEVAL CASE

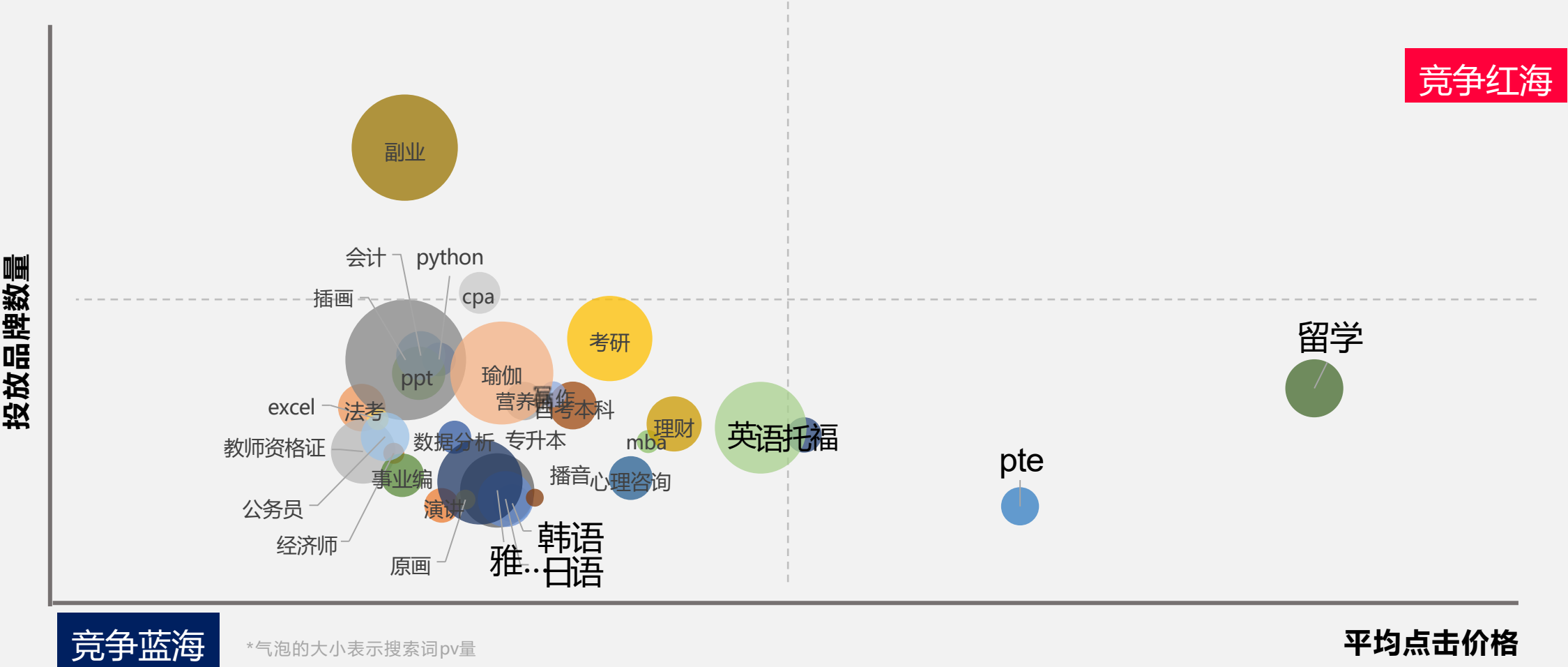


定制筛选 · 在线查案

官方小程序+网站 快速搜索 效率翻倍

小红书语言留学赛道多处于竞争蓝海，营销红利明显

- 语言留学各品类投放品牌数总和多，留学、pte，英语等类目竞争相对激烈；
- 雅思、日语、韩语等留学项目处于蓝海市场，发展前景可观，

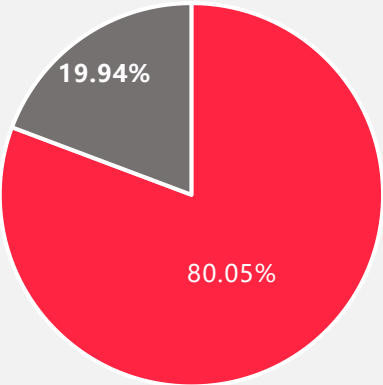


语言留学用户年轻有消费力，集中在发达城市



女性主导

女性占比超过80%占主导地位

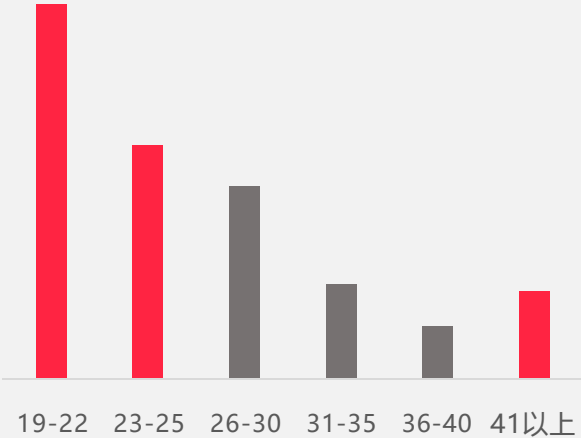


u 女 u 男



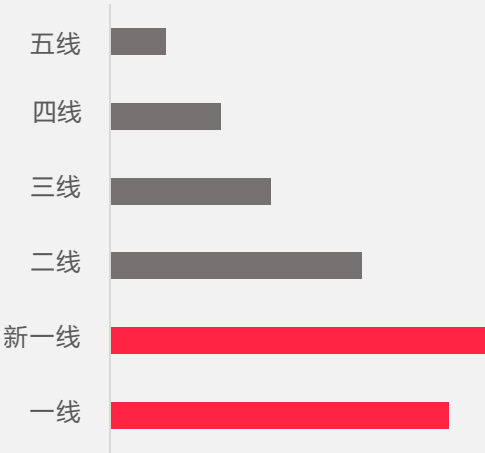
年轻群体

19-30年轻群体占比75%+
近10%家长群体关注语留



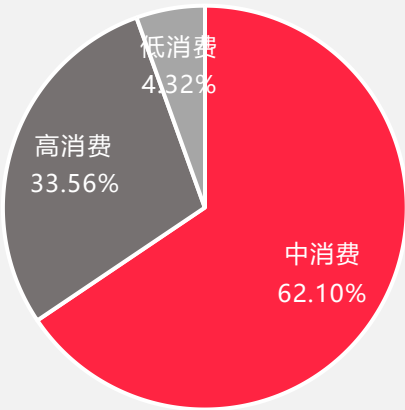
发达城市群

用户地域分布新一线、
二线城市用户占比最多



消费水平

留学语言受众人群中，
中高消费行为占比达95.68%



TA们观看时尚、教育、美食类博主最多，偏爱教育、生活记录博主

职业教育用户偏爱的博主类型

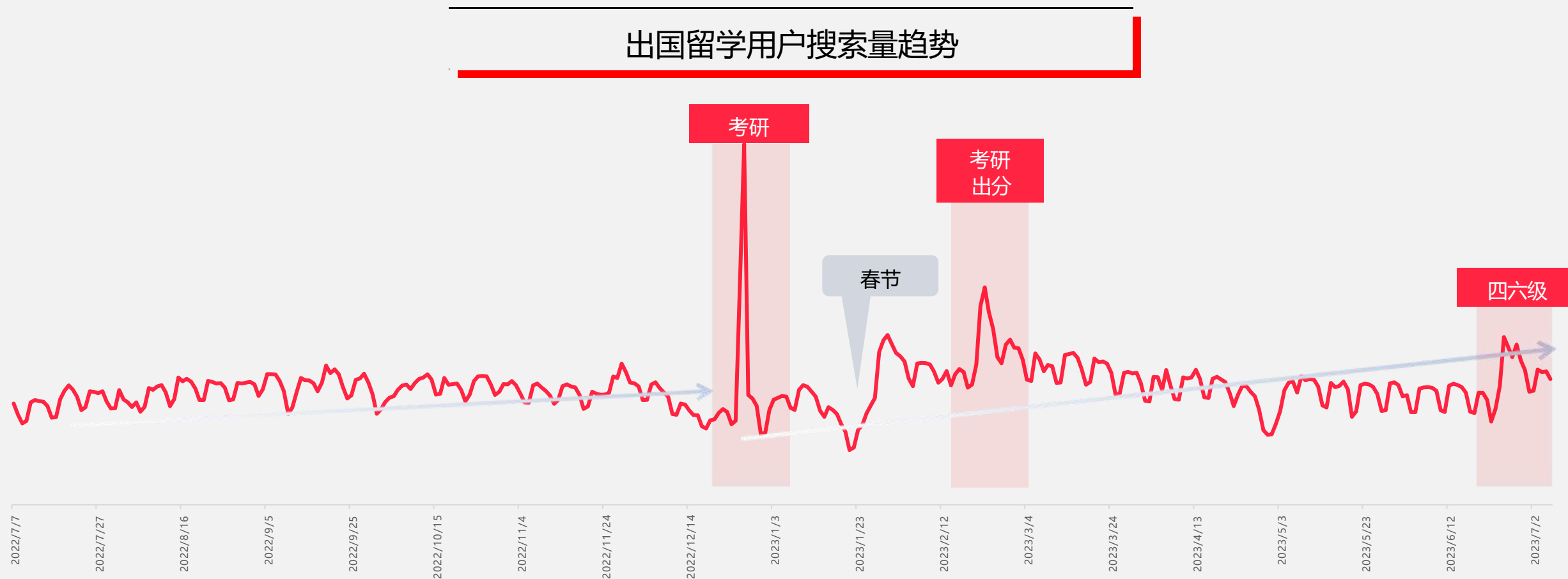


内容关键词偏好



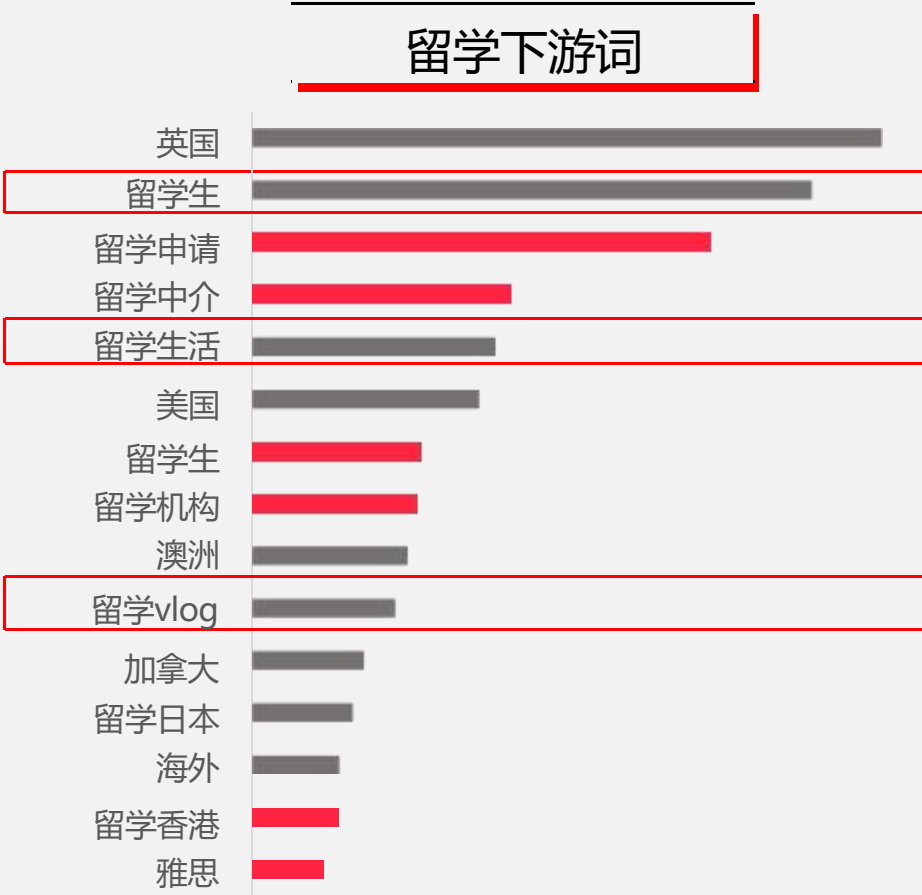
随着疫情放开，留学赛道搜索呈上升趋势，需求及关注度增加

站内用户对出国留学的关注度会受节假日和同类教育热点（考研、四六级）的影响,需前置做好内容储备工作



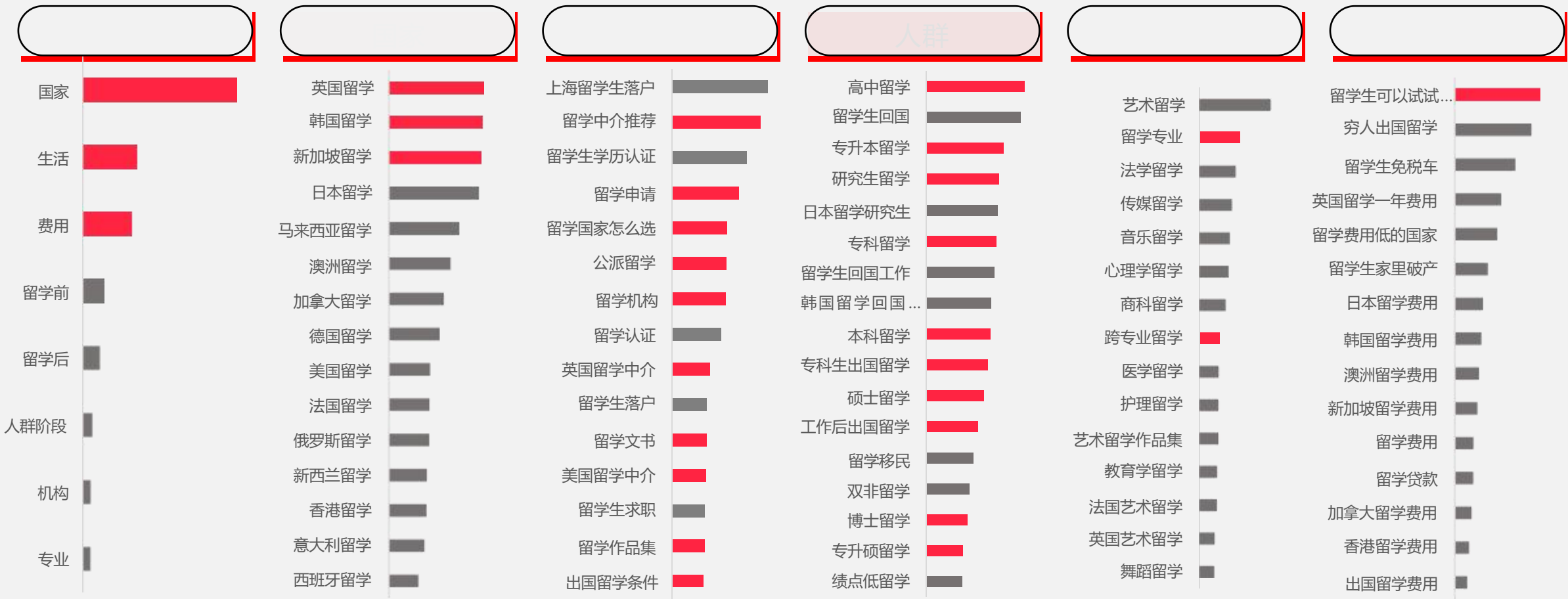
留学需求从哪来，到哪去？

- 搜前心智：搜索留学内容前，用户会被国家、地区相关内容吸引产生留学需求。同时考研生、高考生也会寻找海外本科、硕士的需求；
- 搜后心智：产生留学意向后，用户偏向关注申请各环节经验，如申请、中介、机构、雅思。会浏览更多留学生、留学生活、vlog相关内容去体感留学生活，建议品牌在创作时融合此类题材增强用户粘性；



留学相关热搜词及营销机会

- 留学前后各阶段都有细分需求，留学前需求集中在规划、择校、申请等环节，留学中后需求在落户、认证、求职；
- 高中、专科、硕博、本科人群阶段均有分布，双非、绩点低人群需求较强；
- 艺术类专业关注最高、社科商科、专业性专业是留学热门方向，同时关注跨专业、交叉学科也有强烈需求；



承接各国（地区）留学需求,搜后更加聚焦机构口碑、服务

搜索前

搜索排名	上游搜索词	搜索排名	上游搜索词
1	留学	11	香港
2	留学申请	12	雅思
3	英国	13	留学英国
4	英国留学	14	美国留学中介
5	作品集机构	15	留学中介推荐
6	留学机构怎么选	16	日本私塾
7	新东方留学	17	出国
8	美国留学	18	机构
9	出国留学	19	留学咨询
10	美国	20	新航道



留学机构/中介

搜索后

搜索排名	下游搜索词	搜索排名	下游搜索词
1	留学中介	11	新东方留学
2	留学	12	作品集机构
3	留学机构推荐	13	留学中介推荐
4	留学机构避雷	14	美国留学中介
5	留学申请	15	留学机构费用
6	留学机构怎么选	16	留学机构测评
7	艺术留学机构	17	雅思
8	留学机构工作	18	北京留学机构
9	英国留学	19	新航道
10	留学机构避雷基地	20	留学咨询



关注口碑的同时，留学需求更加细分关注线上&线下

中介/语培机构热搜词



口碑词

机构推荐、避雷、哪个好、靠谱吗、哪家好、机构排名__

地域词

成都、上海、北京、广州、深圳、南京、杭州、长沙__
美国、英国、日本、澳大利亚__

产品

当地机构、一对一、老师推荐、线上、网课、班型、冲刺__
规划、备考、口语、听力、阅读、写作__

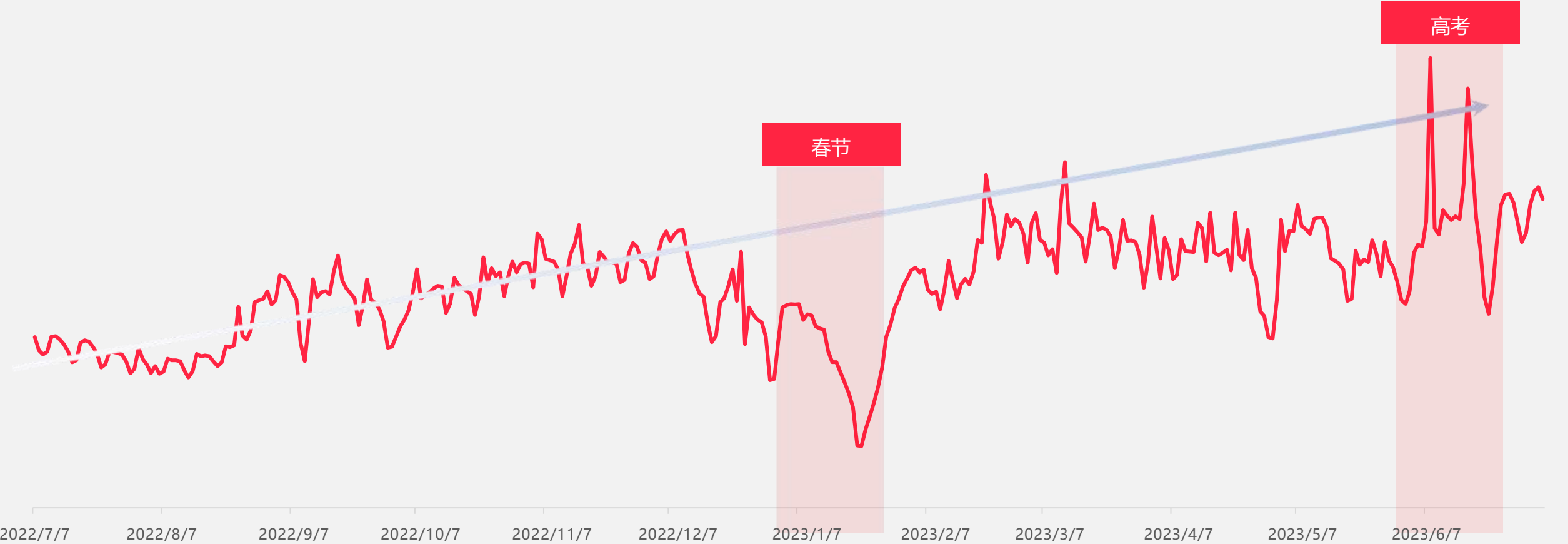
服务

咨询、规划、辅导、推荐信、签证、作品集、文书__

语言考试赛道搜索增速快、 用户需求高

语言考试用户搜索热度持续上升，受到节点性事件营销峰谷值

语言培训搜索趋势



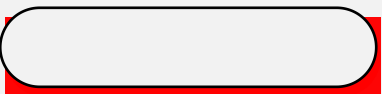
语言培训相关热搜词及营销机会

- 日、韩、法语关注内容聚焦学习、备考；“配音” “歌” 等内容体现更强的娱乐属性；



语言考试相关热搜词及营销机会

- 雅思人群多关注备考、题型、机构等内容，热度受站内话题影响；
- 托福人群更多在雅思之间对比，辐射家长群体小托福类目；PTE用户心智认知更浅，多被视作雅思平替。



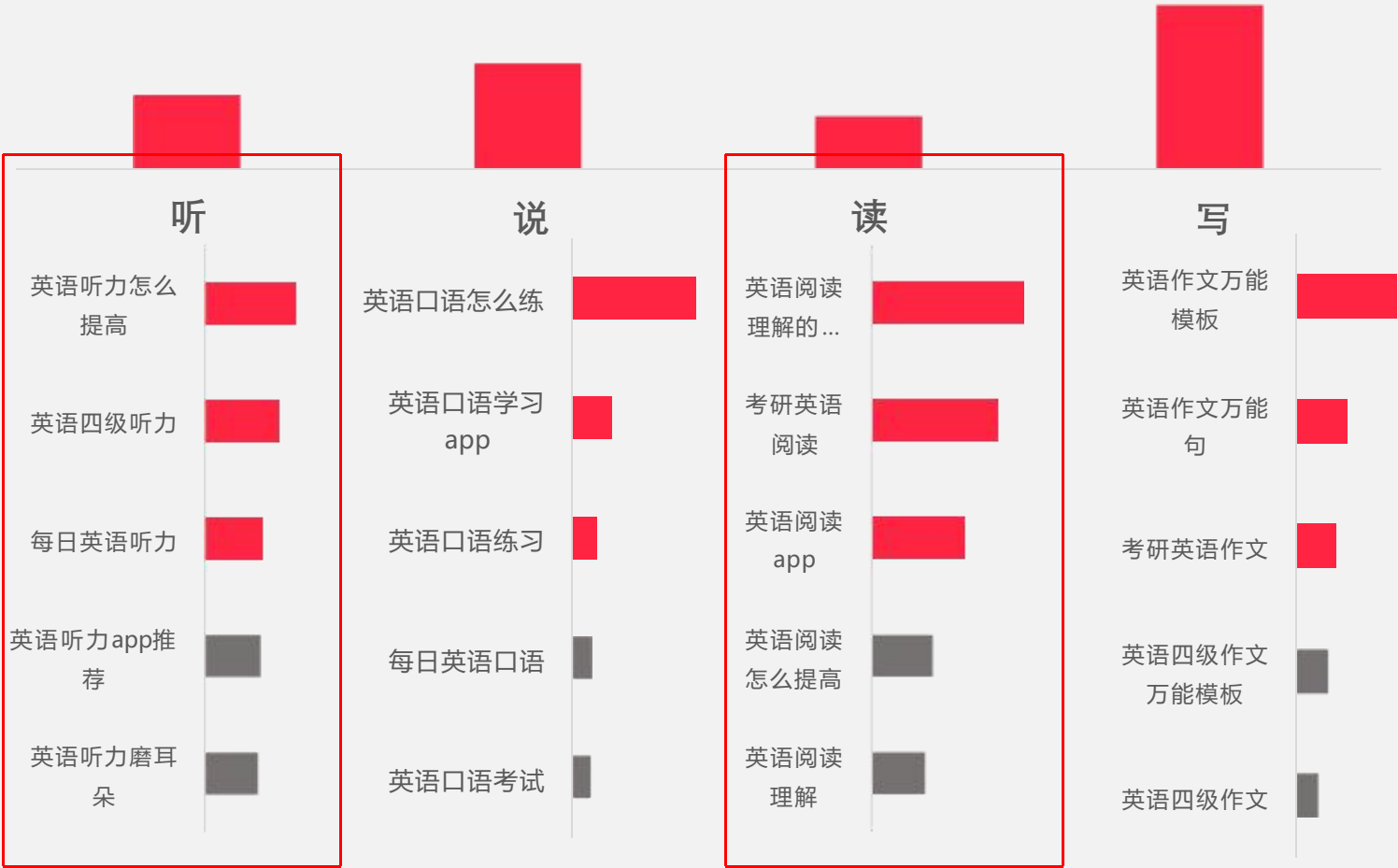
语言培训类目细分洞察

为何关注？

类目热度



关注什么？



小红书站内语言留学赛道热门笔记形式

达人vlog、真人出镜、备考干货、口播分享等内容更受用户喜欢

备考干货



学习技巧



上岸经验



考后心得



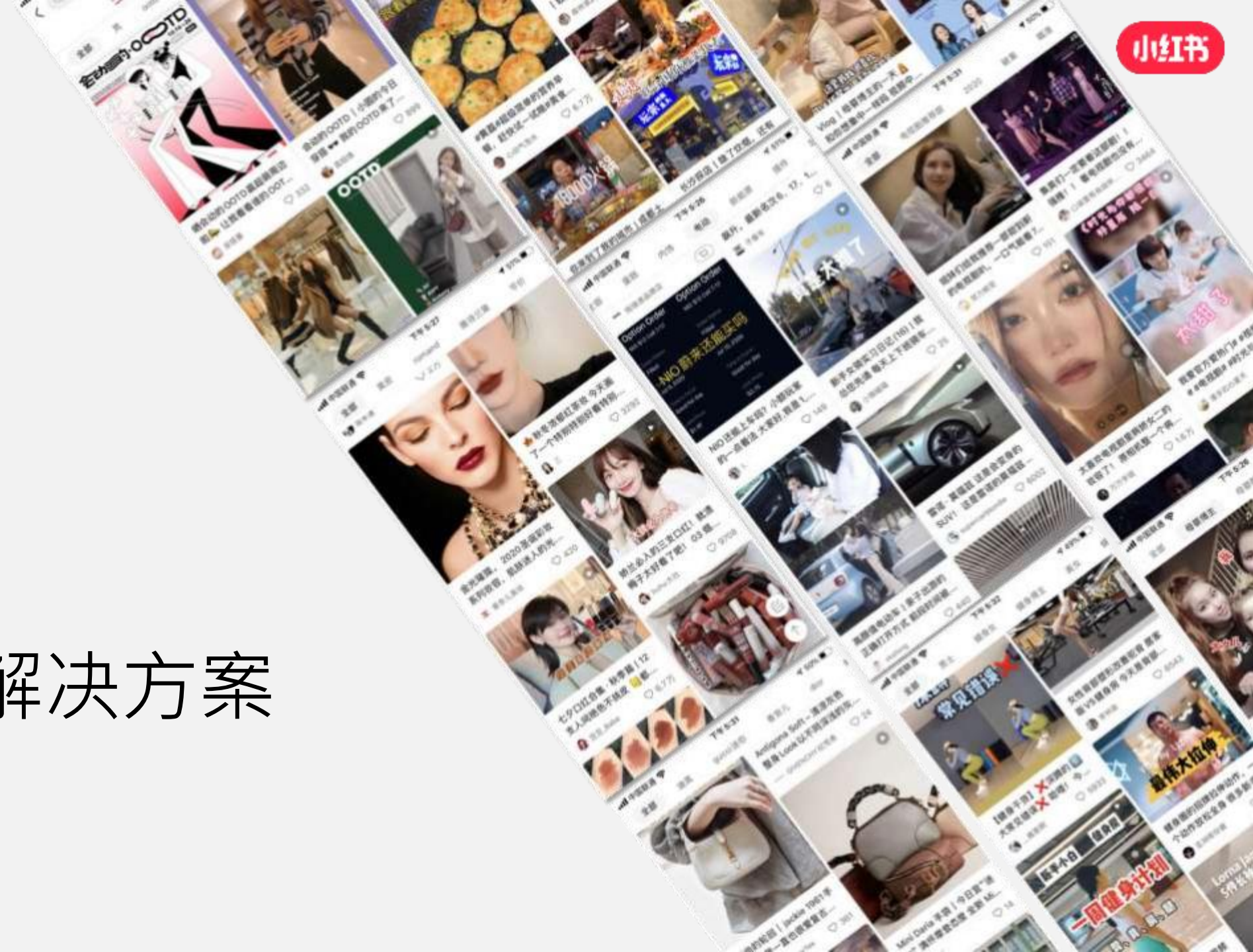
留学生活



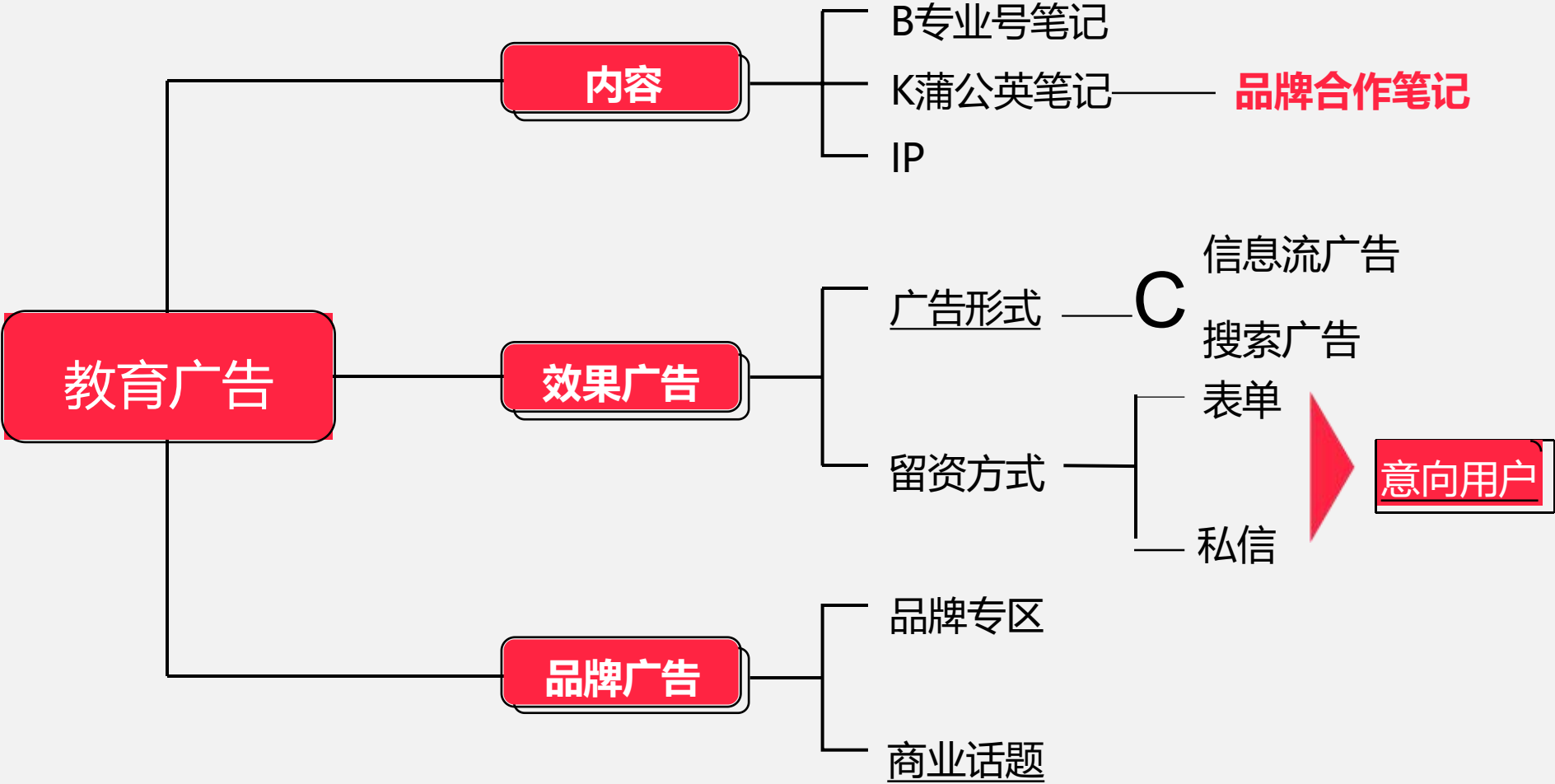
03

小红书

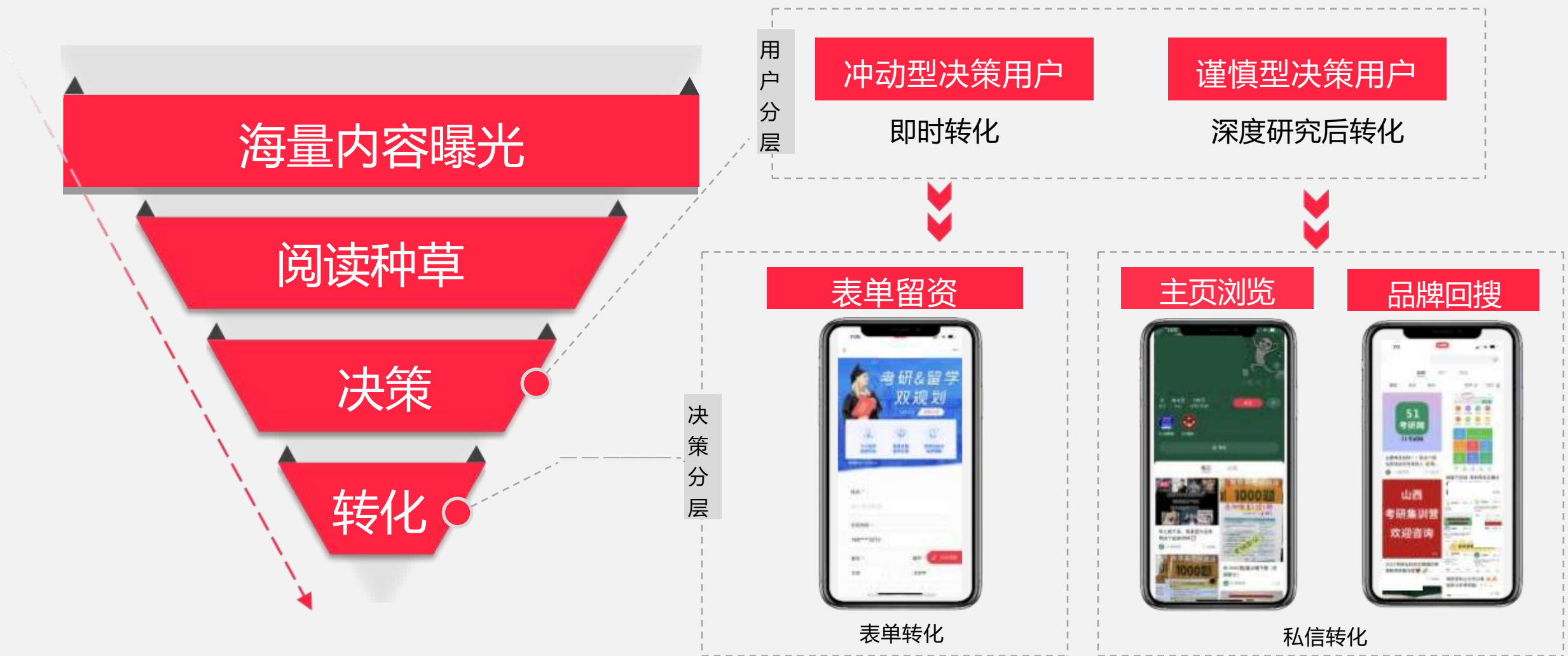
语言留学解决方案



小红书商业化营销元素



小红书语言留学用户行为路径



小红书语言留学投放链路-私信链路



· 搜索/信息流广告位



· 一跳笔记详情页



二跳私信内页，引导留资



私信功能迭代

欢迎语/自动回复

快捷菜单栏

客服分线

...

小红书语言留学投放链路-表单链路



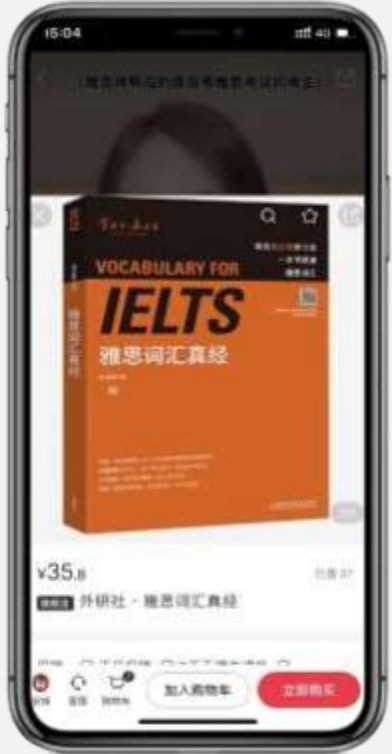
小红书语言留学投放链路-商销链路



搜索/信息流广告位



浏览笔记内容



小红书站内购买

小红书语言留学投放链路-直购链路



· 搜索/信息流广告位



· 一跳笔记详情页



二跳外链表单或自建站表单



· 三跳可引导用户加微信

小红书语言留学投放链路-种草链路



· 搜索/信息流广告位



· 获取推荐码

大家都快学起来哦~
 现在打开Cambly口袋英语APP, 新用户输入推荐码【免尾】可以享受【15分钟英语口语体验课】, 课时有效时间: 2022.4.15-2023.4.15
 计, 按平台要求10天内卡内英语课时使用! 并英语



· APP内获取免费课程

输入推荐码

提交



· 体验课程

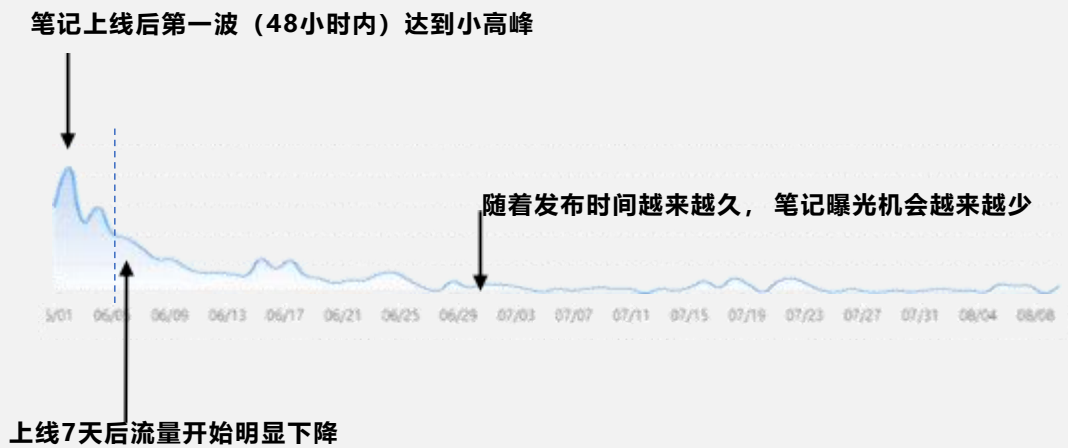
围绕营销目标展开的小红书营销布局



好内容+流量确定性=高效种草

自然笔记在无流量加持下的生命周期

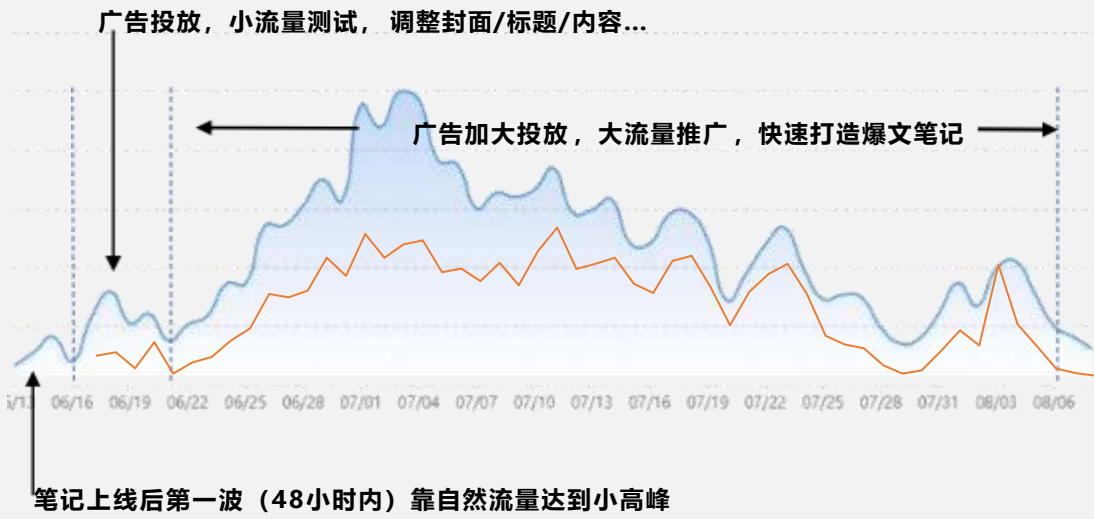
上线7天后流量下降明显，
30天后信息流侧不再出现，仅在搜索侧被动触发展现；



—— 笔记曝光

商业流量加持后的表现

商业流量在笔记发布48H加持，与自然流量加乘，
能大幅度提升笔记曝光量，大大延长笔记生命周期



—— 笔记曝光 —— 笔记消耗

语言及留学教育行业 “KFS种草” 投放方式

内容是基石

B / K

专业号笔记/博主笔记

构建三方原生价值内容
@蒲公英平台

浏览场+搜索场

F

信息流广告-科学测试

打造消费者心动笔记
@聚光平台

S

搜索广告- 精准卡位

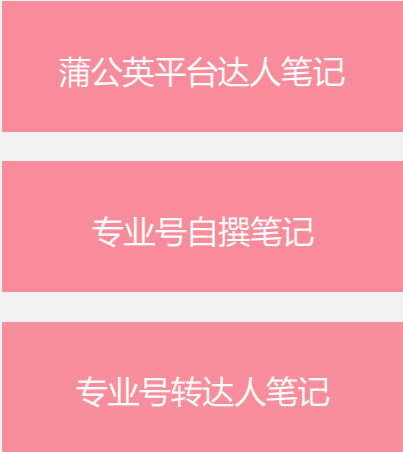
拦截用户需求
@聚光平台

F：信息流投放助推笔记测试，制造强种草爆款笔记



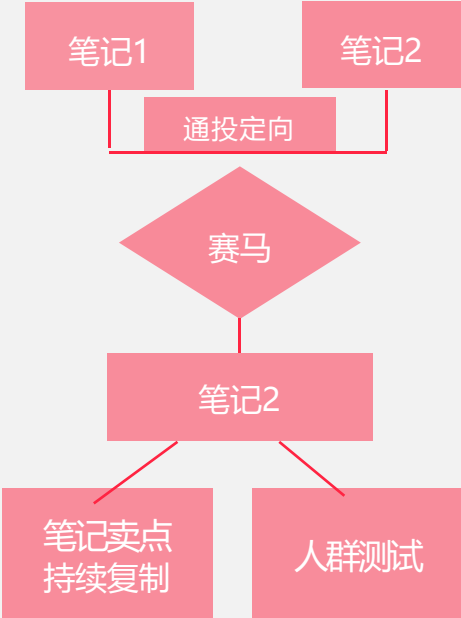
笔记储备

定向产品N个卖点
每个卖点至少5种撰写方式



赛马测试

储备笔记测试
寻找优质笔记方向，持续复制



精准触达

筛选需求目标人群
让推广效果事半功倍



打造爆文

拓宽产品固定族群
打破品牌圈层束缚

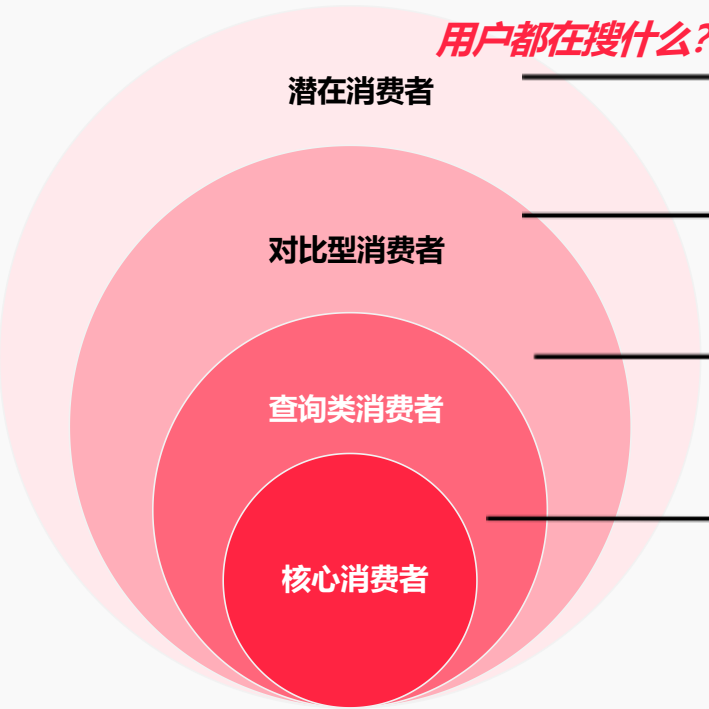


S：搜索广告承接用户流量，让TA们看到品牌优质内容

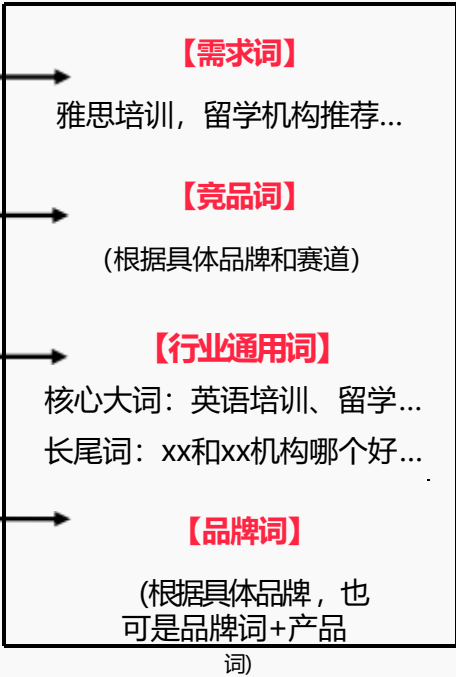
选词依据

- 1.品牌词;
- 2.产品词;
- 3.行业热词;
- 3.对标竞品词;
- 5.内容提及相关词;
-

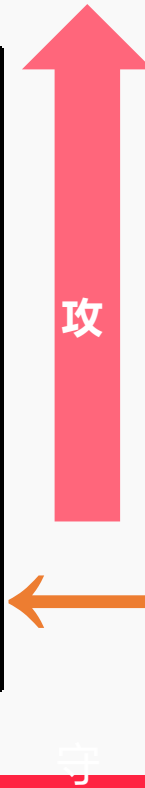
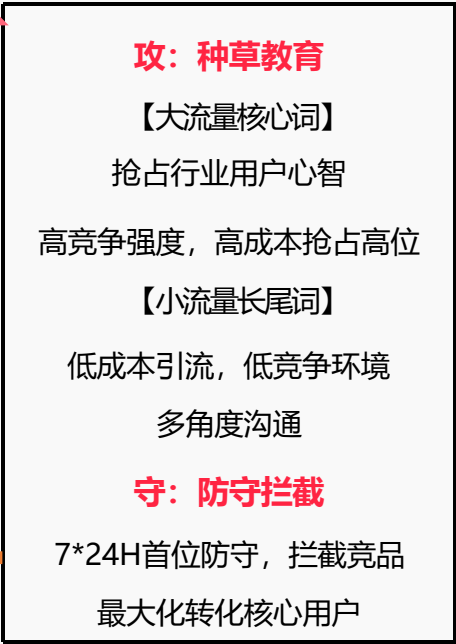
用户层级



搜索行为



搜索策略



全面覆盖不同类型消费者

小红书语言留学行业整体投放规划

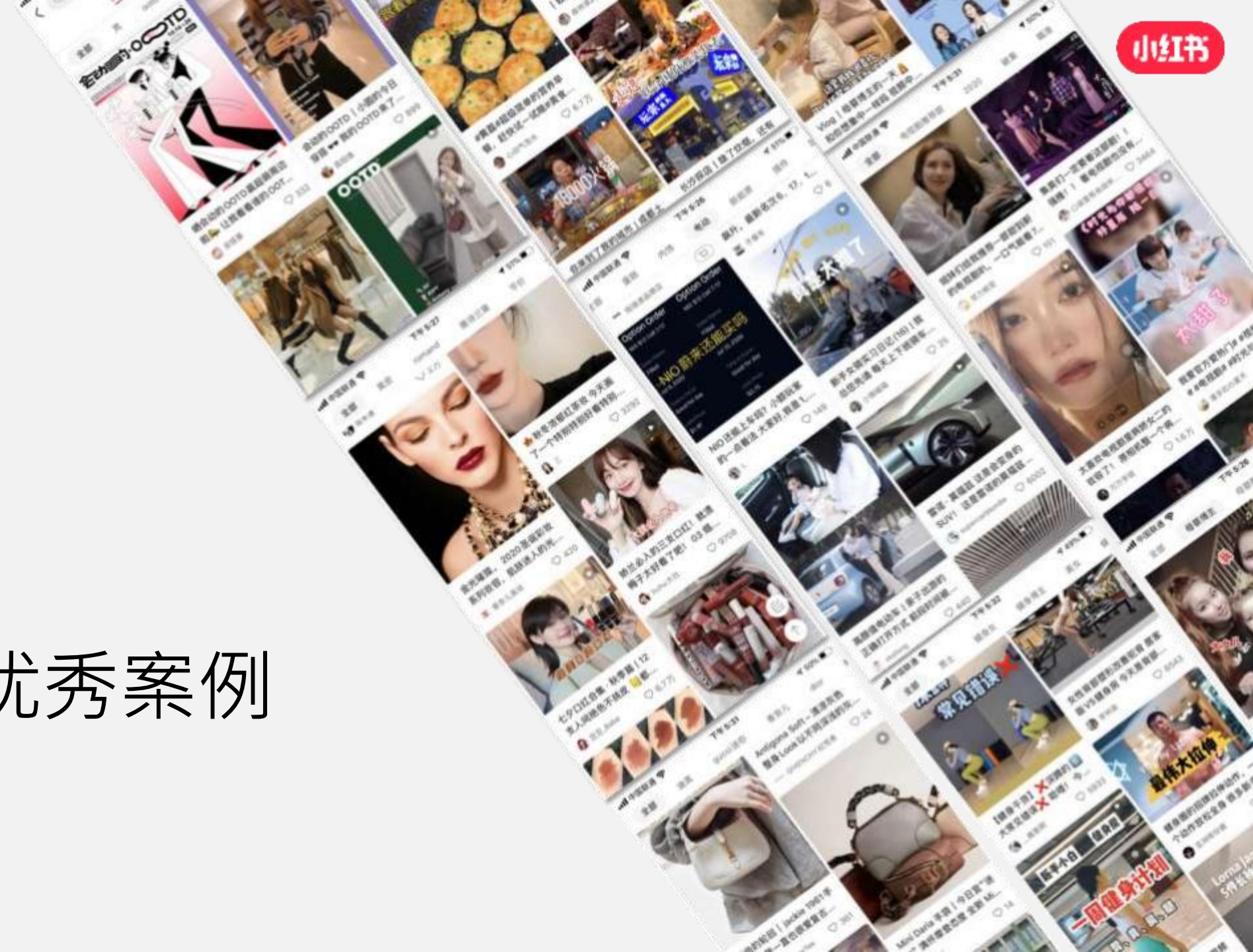
针对职业培训类品牌的需求，抓住用户心智，提早布局，覆盖精准人群，高效获客

时间节点	基础建设	内容探索期	链路优化期	高效放量期	
预算分配	600/年	信息流：搜索=8:2 大量笔记发布寻找合适内容方向	信息流：搜索=6:4 持续补充高转化内容属性的笔记	各场域占比视情况而定 少量上线新笔记	
落地策略	注册专业号	信息流： 测试新发布笔记，梳理笔记内容和营销点，产品种草和客资收集同步测试	信息流： 根据赛马结果，根据优化四象限，增加好成本笔记计划预算，暂停空耗计划	信息流： 适当放开成本，常规考核标准提升的20%，增投定向，对于广泛人群低价扫量，核心人群，提价抢量的策略	信息流： 控制成本，调整成本至日常考核要求，缩减定向，稳定消耗
		搜索： 拓展关键词，尽量覆盖，品牌词，核心通用词，以及节点相关人群词，并分词性设置计划	搜索： 暂停，或者减少高成本词类预算，提升低转化成本出价，逐步拉高整体搜索消耗	搜索： 适当放开成本，常规考核标准提升的15%，维持全天投放，并加投竞品词，测试省心智投，获取低价流量	搜索： 控制成本，调整成本至日常考核要求，缩减定向，稳定消耗
关注指标		笔记发布数、 48h内赞藏评论量、单计划中笔记消耗及成本		计划消耗及成本、带量笔记数	

04

小红书

语言留学优秀案例



好内容影响潜在人群，好口碑提高留资效率

语言培训case
EF英语



case解读:

- 1、内容：自产内容捕捉刚需核心人群，博主合作内容影响潜在人群，达到种草+客资收集的目的；
- 2、落地页：突出品牌和适配人群，切中目标用户需求；
- 3、转化：老品牌好口碑提高留资效率，电销紧跟促转化。

博主合作内容影响潜在人群



搜索+好口碑提高留资效率



降本增效，提高转化



构建内容矩阵，线索经营带来持续客资

留学培训case
海马课堂



case解读:

- 1、内容：以解决用户不同需求指导内容产出，投放侧放宽触达更多潜在人群，借封面用户痛点吸引精准用户；
- 2、品牌：搭建品牌矩阵，从企业介绍、师资力量、课程服务、案例好评等全方位展现课程服务，解决用户决策及信任问题；
- 3、承接：搜索抢占赛道，卡位精准需求；客服24小时轮班，日夜承接回复；行业销冠团队高转化+高复购提升项目整体ROI。

大字压图圈选目标人群



根据用户需求构建内容矩阵



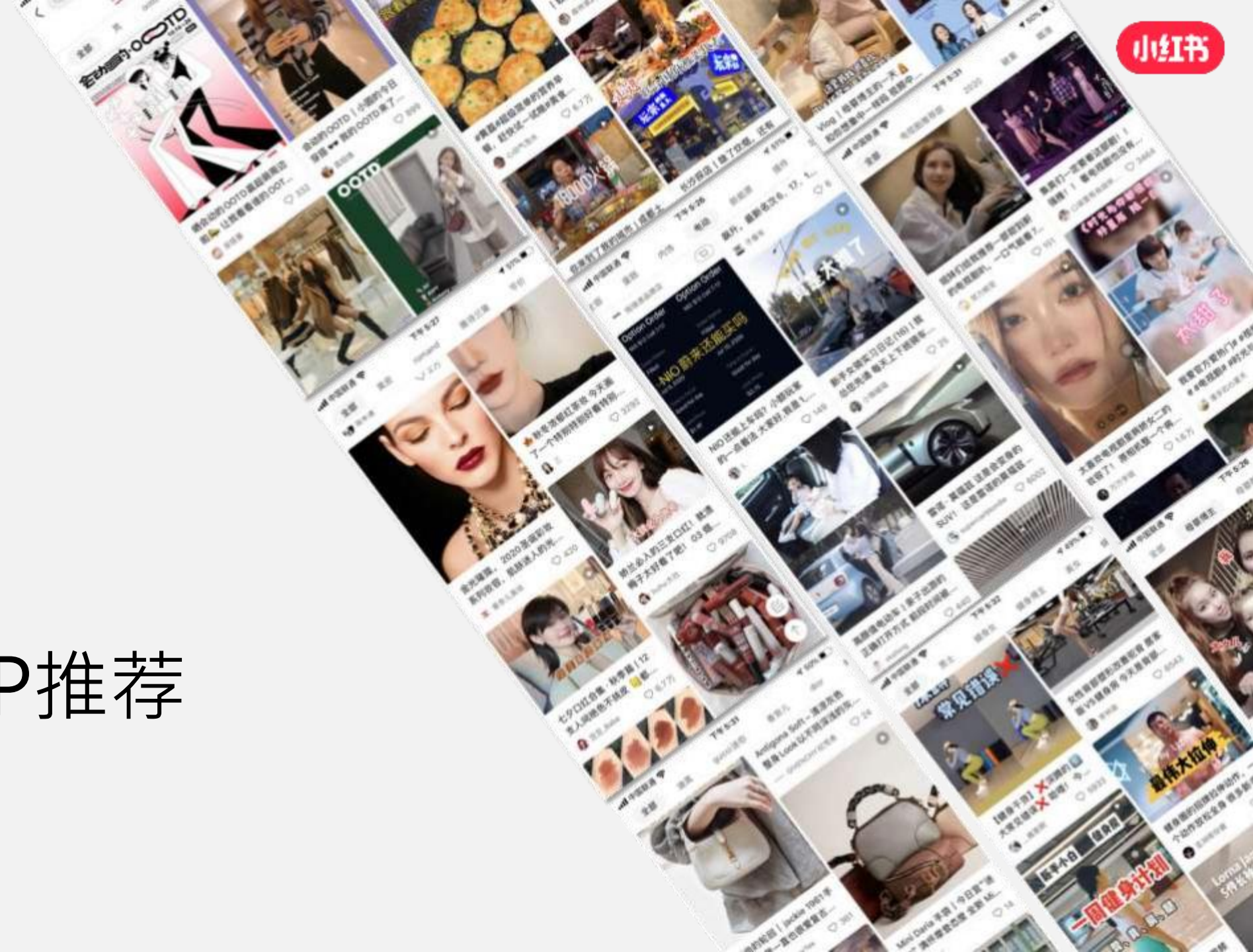
品牌专区+抢占赛道拦截



05

小红书

语言留学IP推荐



毕业再见一面

小红书携手共青团和全国20所高校建立毕业季「高校联盟」，打造一场品牌与1158万毕业生的情感共鸣大事件

预热期

1

「再当两天大学生」贴图上线
重返校园再见一面



再当两天大学生

再当两天大学生

博主发布话题笔记



再当两天大学生

再当两天大学生

2

8薯联动发布贴图笔记
开启重返校园热潮



再当两天大学生

再当两天大学生



再当两天大学生

再当两天大学生

号召期

1

易立竞「再好好见一面」主题演讲
共青团官媒联合20所高校一同背书



2

共青团官媒联合20所高校发起号召



3

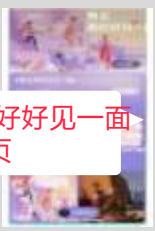
品牌明星跟进&KOL发布再见一面号召



互动期

1

用户互动打卡 “毕业必做的10件事”
再吃一遍学校所有食堂
再在图书馆上次自习
再喂一次学校的流浪猫
.....

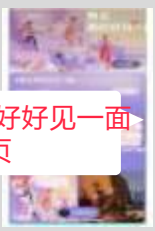


再见 再好好见一面
主话题页

牌子话题页

2

活动落地双话题页上线，共炒声量



牌子话题页

3

「返校时光隧道」开启 穿行高校联盟



「返校时光隧道」品牌子隧道

品牌定制h5

爆发期

1

品牌活动落地 20所高校联合庆祝



时光摄影展

校园徒步行

毕业自驾游

操场露营派对

毕业网球赛

路标打卡

垂类KOL参与线下活动

用户参与线下活动

品牌植入线下活动
用户参与联合庆典，发布笔记
活动声量爆发

我就要这样生活-校园季

精准触达校园核心人群，线上线下体验整合，达成有效种草

预热期

1 三大官号发起号召，引领开学新生活向往感



2 校园生活向往感宣传片，一万种开学姿势引发社会情绪共鸣



爆发期

1 联合REDesign打造开学文具盲盒



2 携品牌盲盒进入线下千校活动，和学生直接互动

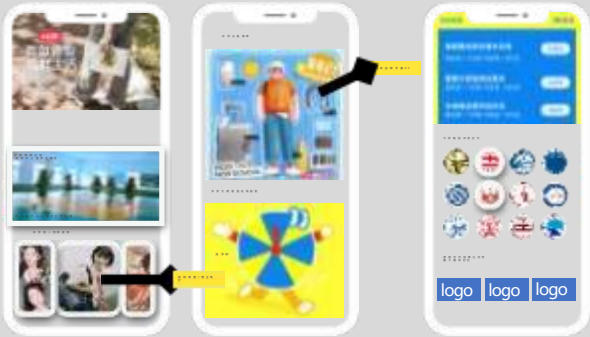


3 线上明星、博主齐参与，引领开学新生活方式



长尾期

1 线上H5活动主阵地，多种有趣互动玩法



2 和各行业品牌一起分享校言校语



2023小红书教育行业营销日历

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
圈层人群营销	结合品牌合作需求灵活启动	母婴亲子人群						中学生及家长人群					
		【妈咪支招联盟】 【宝藏妈妈补给站】 【春日妈妈游园会】 【小小美好探索家】						【我就要这样生活-成长季】 【拜托了万事屋】					
【REDay专薯日（基础版/高奢版/店长版/快闪版）】													
全年 【不费妈实验室】				毕业季 【毕业再见一面】				开学季 【开学活力企划】 【我就要这样生活校园季】					
【灵感创作大赛】													
平台大事件	社区电商	【宝藏新品日】 【宝藏品牌日】 【宝藏新风向】											
		【宝藏直播间】											
		宝藏礼物情报站				宝藏萌娃初长成 所有女生的618 618推荐清单 618应该买什么				双11宝藏好物 双11推荐清单 李佳琦种草大作战			
教育垂类IP													
灵感系列	节点启动												
宝藏养成系列													
宝藏娱乐系列													
宝藏节点系列													

THANKS!



小红书-商业部-生活服务行业

2023年9月

此方案只在 营销星球® 官方社群分享



公众号@营销星球
全网独家方案渠道

SINCE 2016

01

TIME:09:00

每日资讯早报

02

TIME:10:00

每日最新研报

03

TIME:400天

专属会员群全年更新

04

升职加薪 躺平摸鱼

13T超级干货全网最全

05

TIME:400天

网站+小程序SVIP权限

06

1W+个策划必会知识点

386万字营销百科全书

07

3000G+方案

2万+广告常用方案库

08

表格/合同/手册...

广告必备常用文件库

09

全网独家 仅此一份

世界各国策划案分享



添加客服



立刻加入