

效果广告季节性趋势和规律

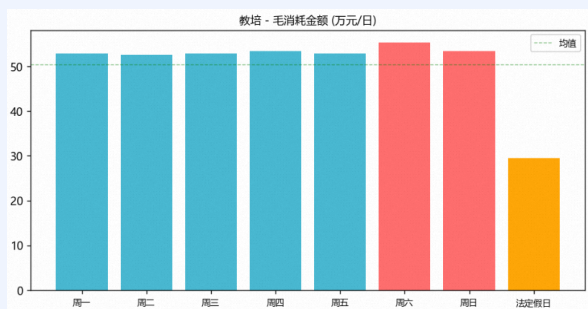
一、教培行业效果广告季节规律性

1、季节性分析

- 数据范围：26财年整年
- 主要观测指标：毛消耗金额、在投门店&在投率（在投门店/在约门店）、店均效果广告ARPU（毛消耗/在投门店）
- 季节性视角：节假日/周末/平日/寒暑假、不同月份/季节等

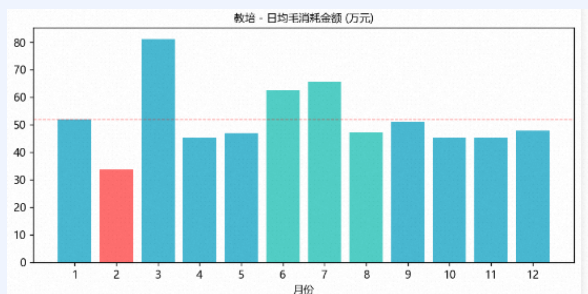
类目节假日波动

对法定假日极度敏感（毛消耗-46%），下降主要来源在投减少，假日期间机构放假停投且家长决策暂停



类目季节性波动

整体：“双峰”结构：3月开学季 + 6-7月暑期

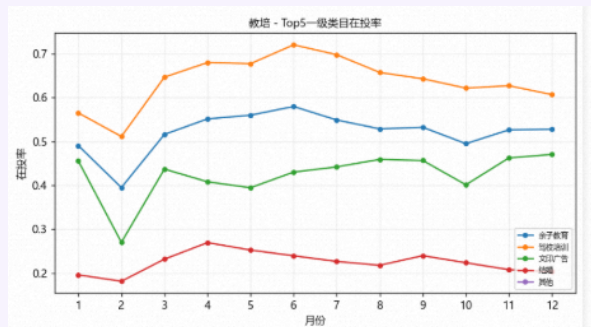
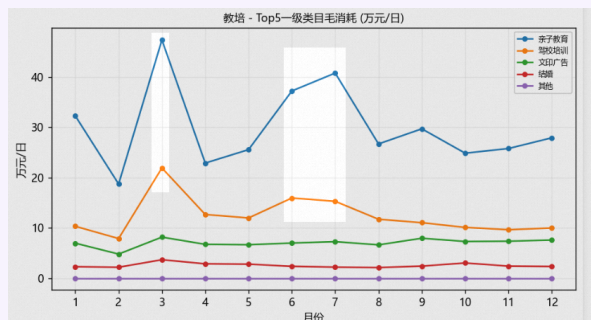


季节性因素下探：

驾校培训：季节弹性最强

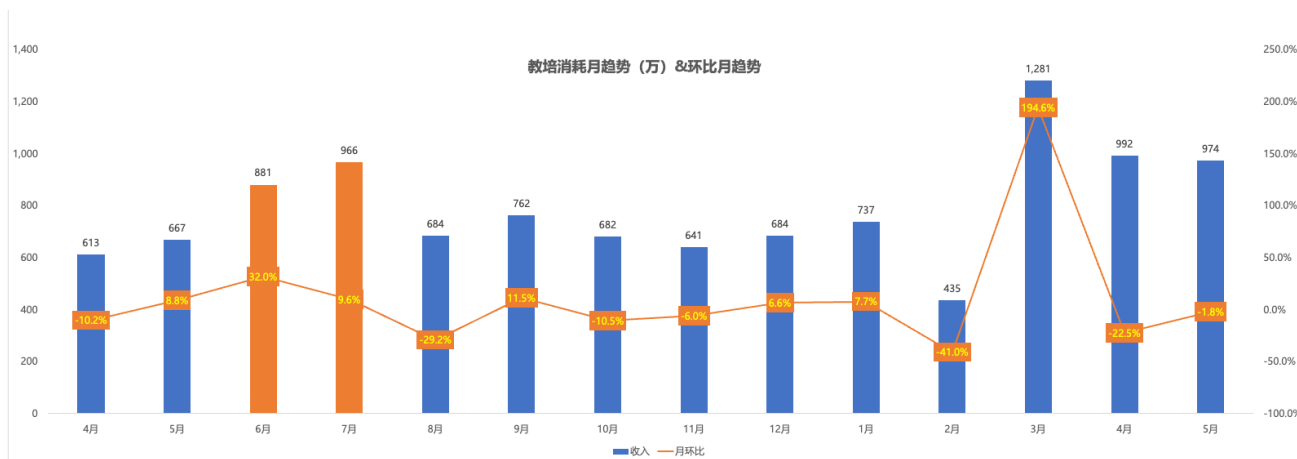
亲子教育：6-7月为暑期招生高峰

结婚和摄影：5-6月婚庆旺季ARPU跳升，3月“金三银四”在投率最高



2、教培细分行业拆分增长规律性

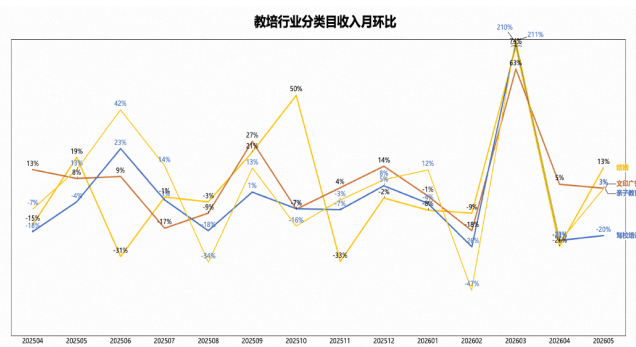
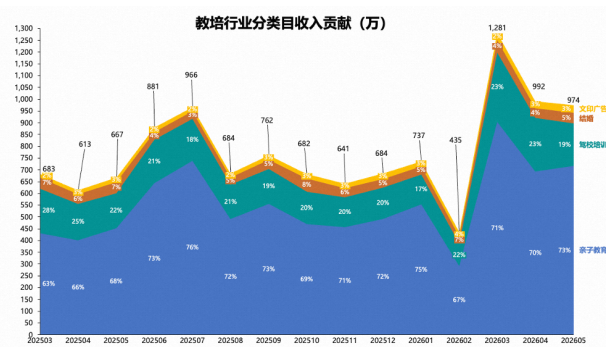
结论：教培整体6月月环比32%，7月月环比9.6%



2-1拆分二级行业：

结论：6-7月暑期旺季，教培主要增长的行业为【亲子教育】和【驾校】

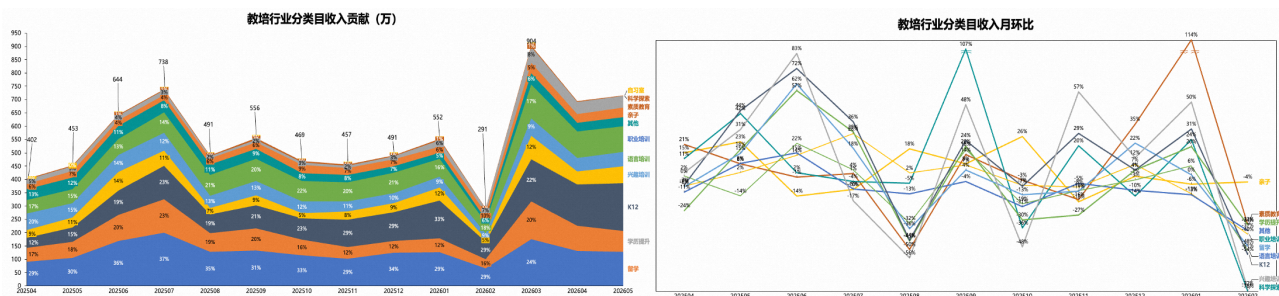
- 【亲子教育】：收入占比月增长5%（68%→73%）；6月月环比+42%，7月月环比+14.5%；
- 【驾校】：收入占比月增长-1%（22%→21%）；6月月环比增长23%；7月月环比下降2.5%；



2-2拆分三级行业：

结论：6-7月暑期旺季，亲子教育主要增长的行业为【留学】【学历提升】【K12】【兴趣培训】

- 【留学】：6月月环比增长62%；7月月环比增长18.9%；
- 【学历提升】：6月月环比增长57.4%；7月月增长29.5%；
- 【K12】：6月月环比增长72.4%；7月月增长36.3%；
- 【兴趣培训】：6月月环比增长57.4%；7月月增长29.5%；



二、教培旺季前置准备

整体说明: @张龙浦(石治) @占文静(星屹)

通过教培淡旺季做整体的业务部署, 预估效果广告收入从974万->1280万 @李星娅(星娅)

。

现状

- 4月&5月前置布局重点品类供给新签、客资有效率提升, 承接暑期旺季流量
 - 供给侧: 4月亲子教育新签达高值(核心增长品类: 四大品类、K12)。新签在投专项对广告在投拉升明显(3月开始), 在投率超往年同期水平。
 - 4月&5月优化内容: @李星娅(星娅)
 - 有效率优化方向: 搜索模型重训(已切30%流量) & 智能体留资优化(已全量) & 用户标签优化(未上)
 - 数据结果: 5月大模型有效率+3.12%, 无效率-4.19%, 亲子教育有效率+3.55%, 商家备注无效率-7.11%; 驾校有效率+2.4%, 商家备注无效率-2.8%;

计划

- 6~7月效果广告提升举措: 亲子教育签供给(环比5月40%, 其中四大品类环比100%)->优基建(正负向表达基建迭代新签门店达标商户占比100%, 存量门店基建达标占比100%(3个月)) ->提在投(新签在投环比增长7pp, 存量在投环比增长10% @李星娅(星娅)) ->拉出价(新签中K12, 四大品类, 驾校40%商户完成提价, 存量门店覆盖率30%) ->建运营活动
- 如何管理 @张龙浦(石治): 每周三周五晚上, 按照涨幅旺季行业进行优先级排序追踪

1、当前进展

1-1、供给侧 @张龙浦(石治)

- 新签: 4月开始亲子教育已开启布局新签供给达到高值。四大品类、K12、驾校是供给重点, 新签提升明显

● 新签在投：新签门店广告在投4月开始已初显旺季态势

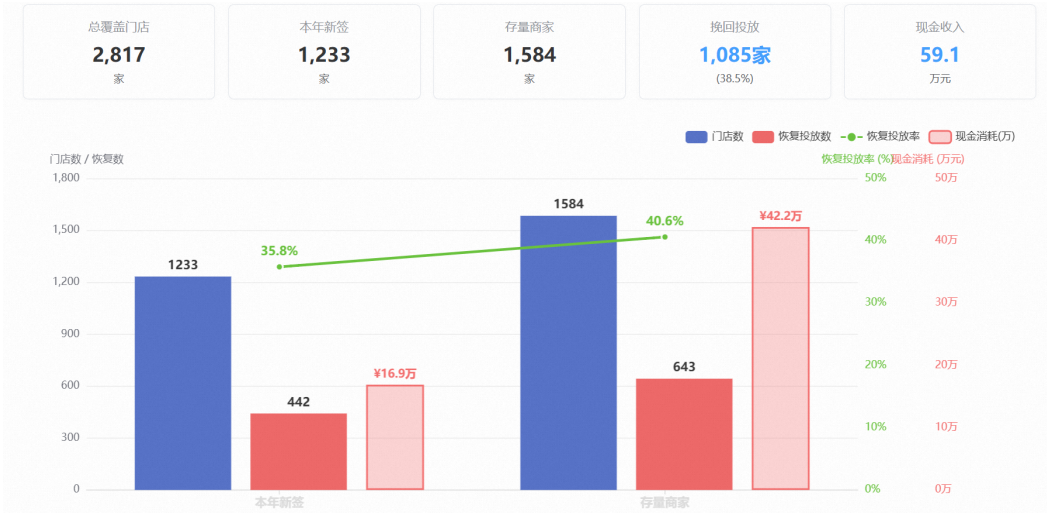


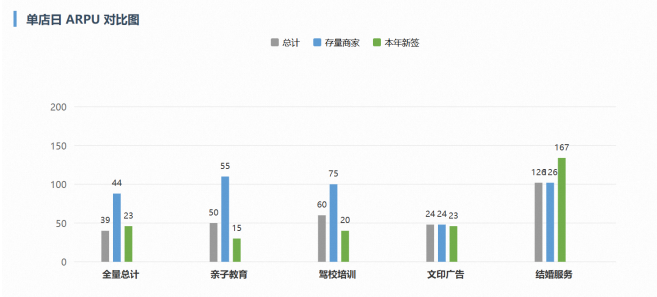
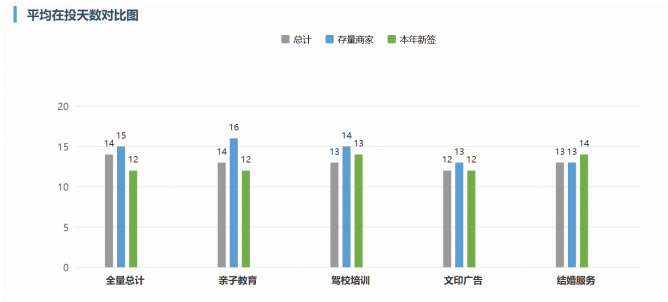
1-2、存量商家运营 @李星娅(星娅)

效果广告总收入 = 在投门店数 (8745个/+5.82%) * 在投ARPU值 (1114元/-4%)

● 1、在投提升：

- 5月圈定4月末投放门店共2817家门店，分本年新签+存量商家重点做功
- 拉在投成效：
 - 拉动 1085家 门店上线投放（存量643家，26年新签442家），带动现金收入 59.1万元，占比总营收6%；
 - 存量门店5月平均在投天数15天，单店在投贡献日arpu44；新签门店5月平均在投天数12天，单店在投贡献日arpu31元；
 - 拉在投1085家门店，预估在6月贡献效果广告50万；





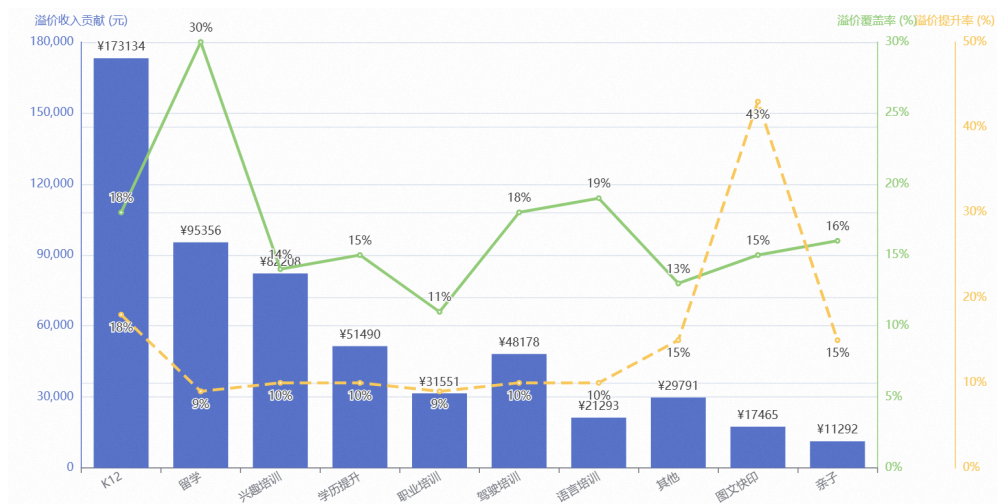
- 分类目来看，亲子教育贡献值最高，贡献总消耗的 61% (36.2万)



- 核心代表商家：亲子（极武51家，新精武49家，春华34家、）、驾校（广仁27家）、文印（智汇赋能20家）

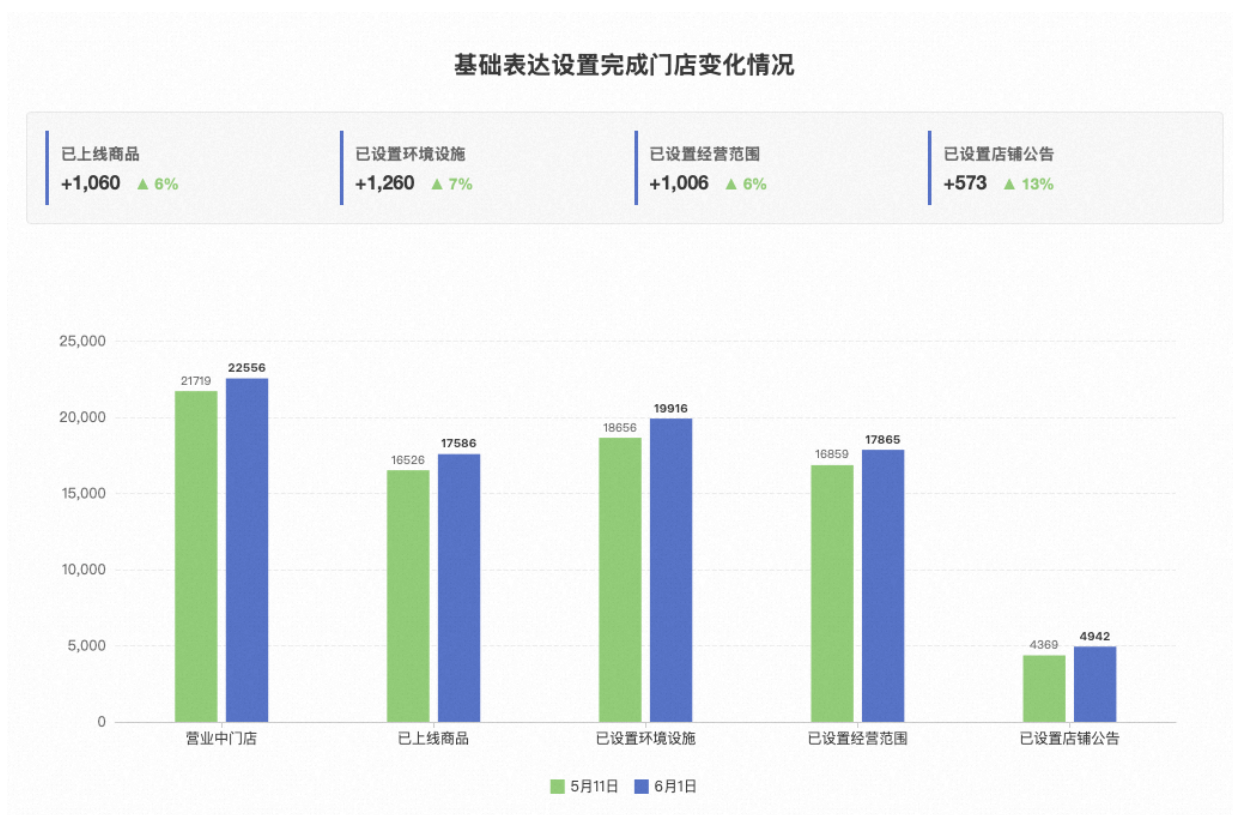
2、出价提升

- 5月成功推动 837 家商家提升出价（整体覆盖率 11%，月环比提升1pt。提价比例11%，环比提升10pt），带动月维度收入增幅达 **52.3 万**；其中“K12”与“留学”为高价值贡献主力，合计贡献超 50% 的提价收入。



1-3、商家基建（提升广告相关性）

- 基础表达（商品、环境设置、经营范围、店铺公告）
 - 5月11日起做集中的基础表达优化，累计完成作业门店数**1357家**，占比全量营业门店**6.3%**。
 - 截止6月1日直营教培整体营业门店增幅4%。商品、环境设施、经营范围、店铺公告四大基础表达增幅均高于4%，其中店铺公告作为本期重点负向表达优化增幅超13%。



- 分团队看，四大团队均出现明显的正增长。商品、环境设施两块表达除纯年费商家外增长明显，均在10%左右；店铺公告除驾校外增幅均超10%；素质教育经营范围重点提升增幅超37%

分团队基础表达新增门店绝对值

数据周期：5/11/2026 - 6/1/2026

各团队基础表达设置新增数据明细

传统教育

营业中门店	+370 ▲4%
已上线商品	+647 ▲9%
环境设施	+807 ▲10%
经营范围	+456 ▲6%
店铺公告	+262 ▲14%

纯年费教培

营业中门店	+375 ▲6%
已上线商品	+113 ▲3%
环境设施	+153 ▲4%
经营范围	+41 ▲1%
店铺公告	+96 ▲15%

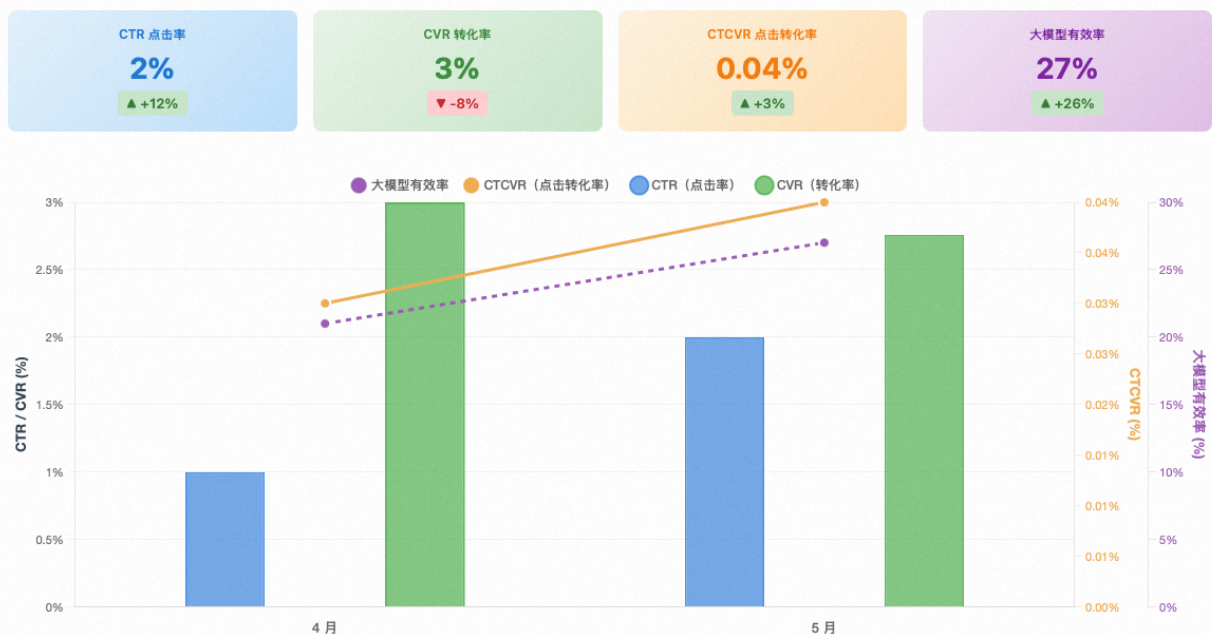
驾校文印婚摄

营业中门店	+117 ▲3%
已上线商品	+303 ▲8%
环境设施	+356 ▲8%
经营范围	+212 ▲6%
店铺公告	+135 ▲9%

素质教育中长尾

营业中门店	+143 ▲7%
已上线商品	+163 ▲9%
环境设施	+171 ▲10%
经营范围	+466 ▲37%
店铺公告	+95 ▲33%

- 5月作业部分的门店对比4月，**ctcvr提升3%**，**大模型有效率提升26%**，作业部分的门店有明显的表现；收入增上（5月对比4月）整体影响28.8万，其中传统教育占比超70%。



线下客资凭证质量测试

- 以新东方、新航道、金博教育、高顿教育四个品牌作为客资凭证质量优化的测试商家，通过回访话术优化，周维度对品牌整体的客资凭证质量打分，转化能力提升最大(+1.7)，专业性无变化，各项均有正向提升。

线下客资凭证质量测试变化情况

模型总得分: 76.6 ▲ +0.9 (+1.2%) 主动性: 72.6 ▲ +1.4 (+2.0%) 专业性: 75.4 — 0 (0.0%) 转化能力: 67.8 ▲ +1.7 (+2.6%)



数据来源: 线下客资凭证质量测试 | 基准期: 5.4-5.10 | 当前期: 5.11-5.17

- 收入上，四大品牌5月vs4月效果广告毛收入增长29.2万（增幅9.62%），现金收入增长4.5万（增幅1.82%），大模型有效率增长3.5pt。

1-4、算法优化 @ 李星娅(星娅)

1) 搜索场景 —— 解决"错配"问题（已上线，30%流量）

模型重训升级；关键依赖商家基础信息的完整性，信息缺失将直接影响召回精度；负向表达治理

搜索什么应该出什么，教培行业定义 [泛搜top-query相关性优化需求](#)

													🔍	📅	📊	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅	📅
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

行业补充：

- 扩召回 货架表达【年龄段】识别需求相关2分：**用户搜索词中包含明确的年龄段信息（婴儿、幼儿、儿童、少儿），而供给侧 SPU name 中也包含相匹配的年龄段标签，即使 tag3 分类不同，也应视为相关；
 - 0-6 个月：婴儿 → 婴儿游泳、baby 游泳
 - 3-36 个月：宝宝/婴幼儿 → 亲子游泳、水育课
 - 3-6 岁：幼儿/儿童 → 儿童游泳、早教运动

iv. 6-12 岁：少儿 → 少儿各类培训、才艺、少儿体适能、课后辅导

b. 屏蔽+扩召 基于场馆类需求表达，区分两类来看（运动培训）

i. 【负向排除规则】用户仅搜索：运动场馆词

1. 不出的场景 **0分**：商家货架无次卡/订馆（如：游泳90分钟/单次游泳/60分钟场地预定等），则对应商家默认不出；

ii. 【可召回场景】搜索词包含：场馆词+少儿/幼儿/婴儿/少年等低龄阶段词（少儿游泳馆，少儿篮球场2分；成人游泳馆+成人，0分）

1. 可召回的POI **2分**：商家货架包含以上年龄阶段词（包含语义理解相关的0-3岁=婴幼儿、6~10岁=少儿等）

c. 扩召回 用户搜索词语义与供给侧 SPU name 在语义上存在关联关系（字面不重合）

i. 语义关系类型：

ii. 上下层级（2分）：搜艺术培训=美术培训/音乐培训/舞蹈培训

iii. 并列（1分）：搜书法=绘画/素描/国画

iv. 场景（2分）：搜早教=托育/幼小衔接/亲子

d. 扩精准召回 搜索词为英文：如搜tennis...，网球2分，需要扩充英文词，通过翻译映射实现召回

e. 搜‘休闲娱乐’，出运动培训poi，0分

f. 搜‘托管、辅导、课后辅导、晚托.....’，出运动/职业/美术/音乐等培训为0分；

2. 涉及关键词

a. 婴儿游泳、baby 游泳、亲子游泳、水育课、儿童游泳、早教运动、少儿才艺培训、少儿体适能、课后辅导、游泳馆、羽毛球馆、篮球馆、乒乓球馆、高尔夫球馆、网球馆、少儿游泳馆、婴儿游泳馆、少儿篮球场、儿童游泳馆、儿童篮球场、艺术培训、书法、早教、tennis、休闲娱乐、托管、辅导、课后辅导、晚托

2) 智能体留资优化 —— 减少无效沟通（已上线）

- 实验结果：



3) 用户标签画像优化 —— 解决"不一致"问题（暂未上线）

- 优先级逻辑确立：当商家主动填写的经营信息与系统自然挖掘信息冲突时，以商家经营信息为准。
- 公告的关键价值：对于有公告的商家，平台可 **100%** 解决标签挖掘不一致问题。



4) 推荐场景 —— 扩量同时保障相关性（需求沟通中）

- 流量扩大但精度待优化：推荐场景曝光量提升、advv 增长明显，但 CTR 有所下降，且存在典型 Bad Case（少儿推成人课程、小学推特殊教育）。
- 策略优化中：正基于 POI 名称、用户行为标签及供给侧商业化字段进行二期实验优化，教培行业本期暂退出实验，待策略完善后重新纳入
- 多了一路生成式召回；相似好店推荐生成式召回上线一个新实验：基于主点 poi名称/tag~~用户行为标签~~ VS 供给侧的商业化信息字段~~用户行为标签~~ 进行召回；（tag召回 → 猜测用户喜欢 → 供给出现概率变大）

推荐出的规则（查看点开）

[illegible]

1-5、会场准备 @李星娅(星娅)

2-1、目标和动作：@李星娅(星娅) @张龙浦(石治)

6月效果广告目标

1365万

YOY+54.6% MOM+40.1%

亲子教育 1048万

YOY+62.3%, MOM+46.5%

驾驶培训 235万

YOY+28.4%, MOM+30%

结婚 46万

YOY+41.5%, MOM+1%

文印广告 36万

YOY+66%, MOM+10%

2-2、核心动作：@李星娅(星娅) @张龙浦(石治)

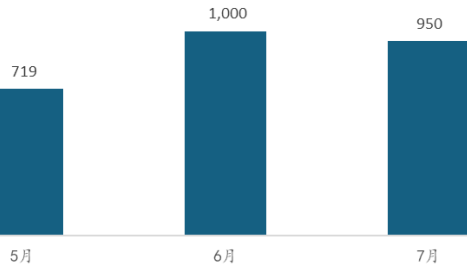
1. 新签供给目标 📌 教培“掘金一夏”销售PK（6月&7月）：

- 亲子教育供给量继续拉升，广告在投率提升。四大品类供给为暑期增长引擎之一，客资有效阶段性提升显著。

目标	202606				202607				202605			
	新签	近6月新签在约	近6月新签在投	在投率	新签	近6月新签在约	近6月新签在投	在投率	新签	近6月新签在约	近6月新签在投	在投率
亲子教育	1,000	3,322	2,297	69.1%	950	3,440	2,370	68.9%	719	3,624	2,252	62.1%
四大品类	550	2,766	1,874	67.7%	450	2,733	1,843	67.4%	276	2,187	1,244	56.9%

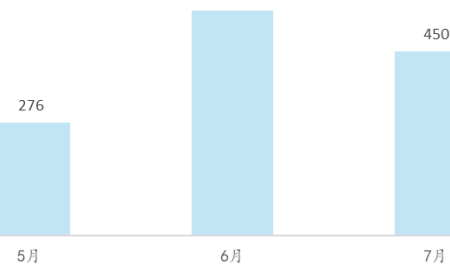
亲子教育新签目标

■ 新签



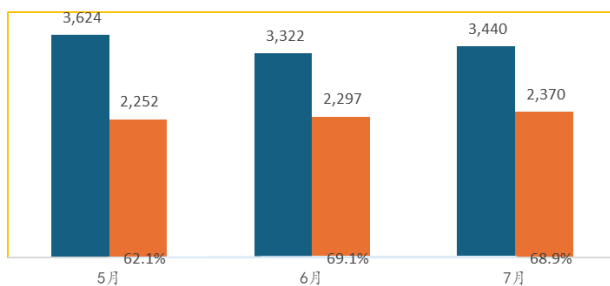
四大品类新签目标

■ 新签



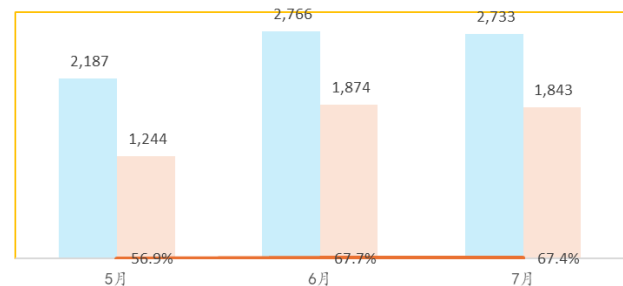
亲子教育在约&在投目标

■ 近6月新签在约 ■ 近6月新签在投 ■ 在投率



四大品类在约&在投目标

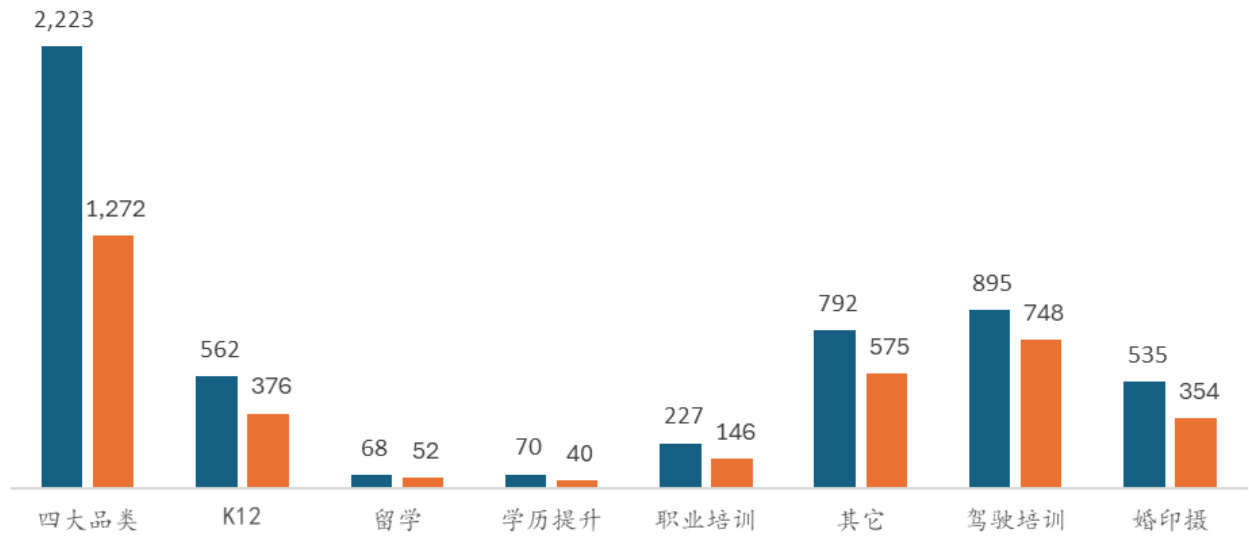
■ 近6月新签在约 ■ 近6月新签在投 ■ 在投率



- 按行业优先级（留学->K12->四大品类->学历提升->驾校），3周内100%完成（3,818家）新签供给基建优化，40%商户完成广告出价提价（目标995家，全量在投2,488家）

近6个月新签在约&在投门店

■ 在约 ■ 在投



2. 存量供给目标

■ 在投量&在投率：

- 6月规划覆盖5019家门店，覆盖量较5月提升**78%**，按5月效能线性外（基数大，召回率暂定持平）预估挽回1938家恢复投放，实现现金收入**105.8万**；其中存量商家贡献超七成营收（**74.2万**）

行业(三级tag)	5月总门店	5月恢复数	5月现金消耗(元)	单店效能(元/家)	5月召回率	6月目标门店	6月目标恢复数	6月预估收入(元)
存量-亲子教育	935	367	255,952	697.4	39%	1,667	658	458,905
存量-驾校培训	419	182	98,556	541.5	43%	747	324	175,446
新签-亲子教育	986	339	104,853	309.3	34%	1,758	605	187,126
存量-结婚	97	30	47,342	1,578.1	31%	173	54	85,217
新签-驾校培训	115	55	24,243	440.8	48%	205	98	43,198
存量-文印广告	133	64	19,900	310.9	48%	237	114	35,443
新签-文印广告	76	35	9,941	284.0	46%	135	62	17,608
新签-结婚	56	13	29,986	2,306.6	23%	100	23	53,052
总计	2,817	1,085	590,773	-	39%	5,019	1,938	1,058,000

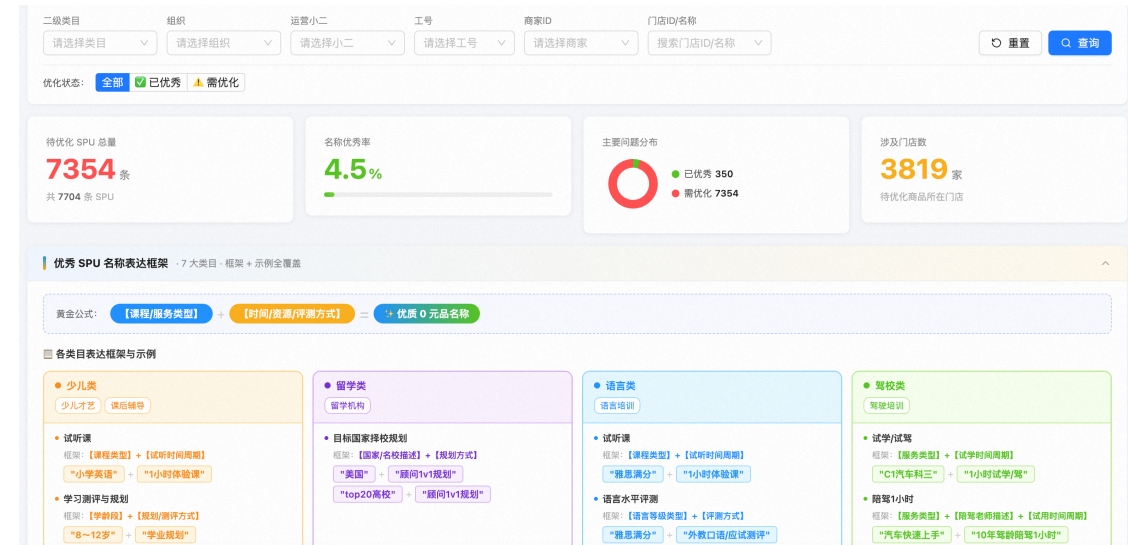
■ 提价商家数&商家出价：

- 核心策略：**K12/驾校目标覆盖率提升至**35%**，提价比例**10%**；其他行业不低于**25%**。提价比例**5%**；预计可覆盖2000+商户，基于5月单商效能线性外推，**预计实现月收入增量约103万**。

细分项目	作业推广数	5月覆盖率	5月平均出价	6月目标覆盖率	6月目标平均出价	预估收入涨幅 (元)
英语培训	311	18%	55.6	35%	61	286,768
K12	56	18%	178.8	35%	197	318,969
职业培训	45	11%	112.1	25%	118	118,738
留学	64	30%	213.3	30%	224	71,074
学历提升	41	15%	146.5	25%	154	84,299
托福	24	9%	144.0	25%	151	80,210
运动培训	24	5%	70.5	25%	74	47,906
-	23	1%	73.6	25%	77	190,562
语言培训	38	19%	126.4	25%	133	22,642
亲子	39	16%	81.9	25%	86	21,912
其他	31	13%	101.7	25%	107	33,846
音乐培训	60	15%	6.9	25%	7	11,127
美术培训	11	8%	74.1	25%	78	9,648
广告设计	49	18%	6.9	25%	7	5,951
音乐培训	7	4%	73.3	25%	77	16,766
舞蹈培训	2	3%	69.1	25%	73	10,272
摄影	2	3%	59.6	25%	63	16,928
科学探索	1	2%	80.3	25%	84	7,778
自习室	1	20%	116.5	25%	122	124
总计	837	11%	80.2	28%	84	1,025,018

■ 基建优化：

- **核心策略1：**5月基础表达设置作业门店1325家，当前仍有**2640**家门店待完善四大基础表达，按照95%的覆盖率进行作业，预计6月整体增收金额为**57.4**万。
- **核心策略2：**0元品优质框架搭建及优化&端到端任务体系调整（端到端预计6月中旬迭代上线），整体ctcvr提升目标**0.01pt**，预估提升收入**129.9**万（按ctcvr提升率*5月收入估算，剔除流量影响）
- https://fbi.alibaba-inc.com/fbi/chatbi/show_visualization.htm?uid=6fbf4d813b524be58ca0de02b790efd8&_dt_ac=ez8kP4svAyDUYu4s7JgllEqdVDWg5CXvKL7ZdkDGPnEw6n4wtJ79R8IERoqcbZTbp21CxtvZKqs5xLZ&_dt_sig=XnFPGD8rwgoP8B%2BpJ7ek8nYUsJEKFytM2IFujmxIHps%3D&_dt_ts=1780039841&_dt_ac=p0pHHpb8Qko7bD3mdevaUPyNL0I4tPNAWkHJgXHZKnOm3Vn0szlAzPzhKjGQD3DuLkBIFMHwB94MY35J&_dt_sig=aZUtHVaL9j%2Fk00EB69%2F9TVVICs1D4uU9icCywAQY9H8%3D&_dt_ts=1780313069



tag等级		3级tag		2级tag	2级tag	2级tag	2级tag	2级tag	1级tag
阶段	模块	任务名	音乐培训；美术培训；舞蹈培训；运动培训	图文快印；广告设计	婚庆服务	母婴服务	拍照摄影	驾驶培训	其余教育培训
新手基建任务 (运维一，T+3)	门店基础信息	封面图	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		门店电话	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		营业时间	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		经营范围	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		环境设施标签	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	用户决策信息	官方相册	5	5	5	5	5	10	5
		认证人物	3	✗	✗	3	✗	3	3
商品数		5	10	5	5	5	5	5	
成长任务 (运维二，T+7)	广告组件配置	商品竞争力	货优价低	货优价低	货优价低	货优价低	货优价低	货优价低	货优价低
		0元品	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		到店礼	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		关键词溢价	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		配置智能体知识库	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	装修进阶	官方相册	20	20	20	20	10	15	20
		商品数	20	10	10	5	10	20	10
		认证人物	5	✗	✗	5	✗	5	5
		门店公告	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
		特色服务	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
需关注：若门店风控或资质，进阶任务pending									
所有年费在约									
新手	存量：全量做 新签：运维1做								
进阶	存量：限定日均凭证 新签：完成新手全量做								

- 收益指标：广告收入金额&环增

附件信息

6月的消耗历史趋势涨在哪些核心城市：规则下投放广告的供给

城市	课后辅导供给（非浙江省）	留学语言	学历考研	运动培训
北京市	131	22	48	58
成都市	107	30	22	13
天津市	82	11	2	9
深圳市	63	37	3	22
上海市	60	46	7	96
重庆市	38	18	6	6
广州市	31	24	5	14
武汉市	29	26	12	7
苏州市	29	14	7	25
南京市	24	30	15	11
西安市	18	16	11	3
杭州市	18	35	9	11
郑州市	15	13	14	7
青岛市	12	6	5	3
合肥市	12	7	2	7

分类目流量、出价、在投天数变化&出价建议

在投率（在投天数/在约天数）

历史趋势：

*6月比5月

驾校+5pt

亲子教育+2pt，平均+1-3pt

出价

历史趋势：

*6月比5月

分类目

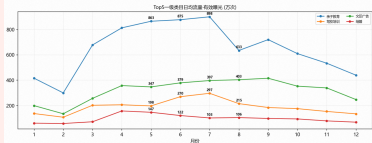
驾校+3%

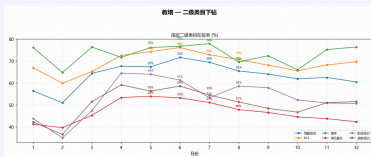
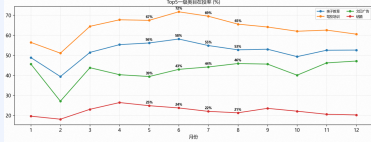
留学&考研 +5-6%

流量

*6月比5月

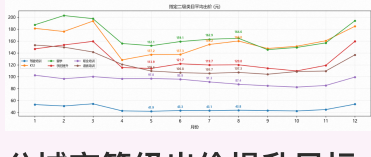
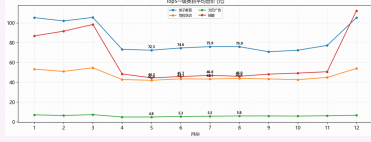
有效展现量



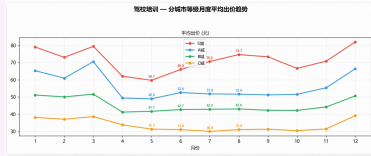


当前5月：

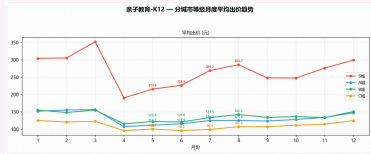
城市	12月数据	广告收入	竞价出价
广告主/广告	竞价出价/元	竞价出价/元	竞价出价/元
北京	115.0	115.0	115.0
上海	115.0	115.0	115.0
广州	115.0	115.0	115.0
深圳	115.0	115.0	115.0
杭州	115.0	115.0	115.0
南京	115.0	115.0	115.0
武汉	115.0	115.0	115.0
成都	115.0	115.0	115.0
重庆	115.0	115.0	115.0
西安	115.0	115.0	115.0
昆明	115.0	115.0	115.0
贵阳	115.0	115.0	115.0
拉萨	115.0	115.0	115.0
海口	115.0	115.0	115.0
三亚	115.0	115.0	115.0
珠海	115.0	115.0	115.0
澳门	115.0	115.0	115.0
香港	115.0	115.0	115.0
台湾	115.0	115.0	115.0
其他城市	115.0	115.0	115.0



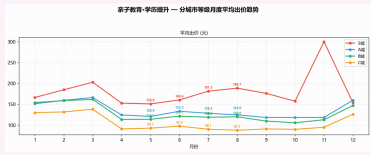
分城市等级出价提升目标
驾校 S+10% A+7%
B+2%



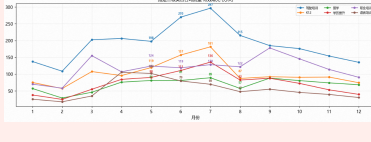
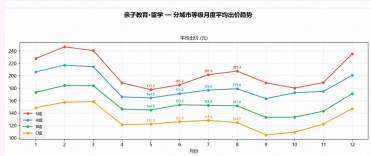
K12 S+5% 其余持平



学历提升 SAB+6-10%
C+5%



留学 SAB+5% C+2%



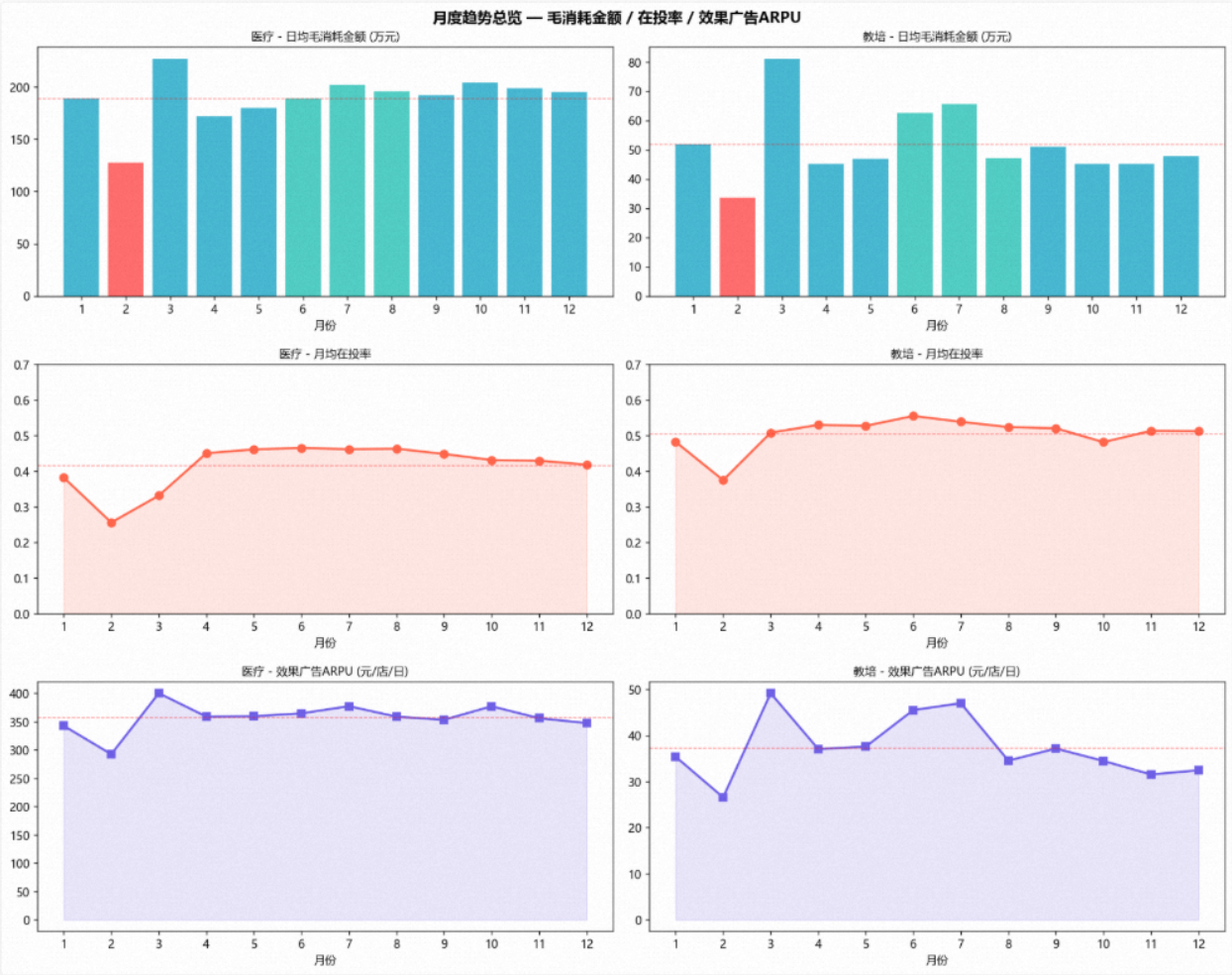
附：季节性分析行业完整报告

医疗 & 教培行业广告季节性趋势分析报告

分析周期：2025年4月 - 2026年3月 | 业务类型：低频 | 行业：医疗、教培
核心指标：毛消耗金额、在投率（在投门店数/在约门店数）、效果广告ARPU（毛消耗金额/在投门店数）

一、行业整体季节性规律

1.1 月度趋势总览

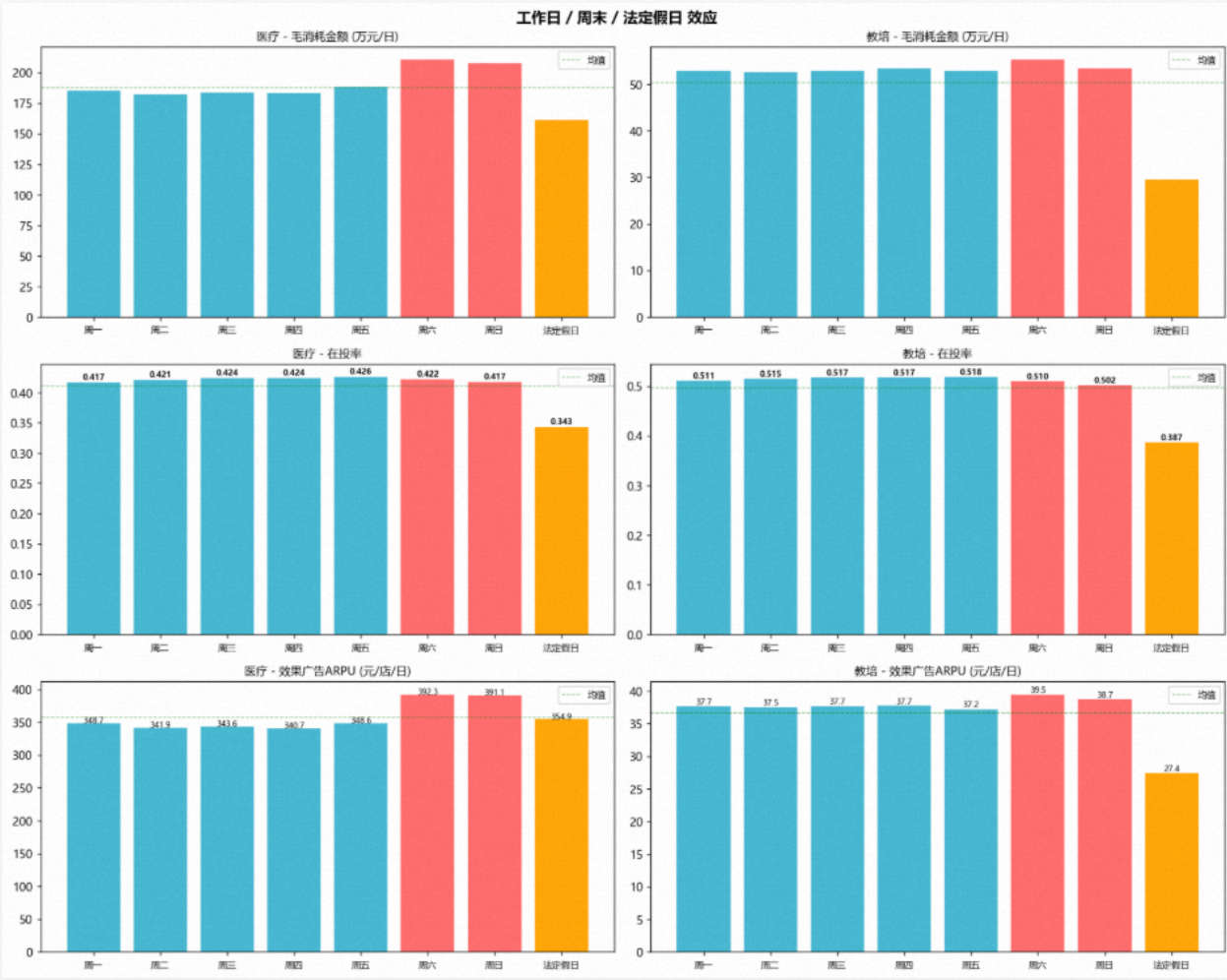


从月度维度看，两个行业的三项核心指标呈现高度一致的季节性节奏：

指标	医疗	教培	共性规律
毛消耗金额	峰值3月（211万/日），谷底2月（120万/日） CV=0.13，波动相对平稳	峰值3月（75万/日），谷底2月（30万/日） CV=0.25，波动较大	2月春节为全年最低点，3月强势反弹
在投率	峰值6月（0.47），谷底2月（0.26）	峰值6月（0.56），谷底2月（0.37）	6月是全年广告投放意愿最强月份
效果广告ARPU	全年波动不大，秋冬略高于春夏	3月峰值明显（开学季竞价激烈）	ARPU相对稳定，季节弹性弱于量指标

关键发现：毛消耗金额和在投率的季节性主要由“投放门店数量变化”驱动（2月大量门店暂停投放），而非单店投放强度变化（ARPU相对稳定）。这意味着春节影响的本质是“商家集体休假停投”，而非“市场竞争减弱导致出价下降”。

1.2 工作日 / 周末 / 法定假日效应



日类型	医疗			教培		
	毛消耗(万/日)	在投率	ARPU	毛消耗(万/日)	在投率	ARPU
工作日	176	0.42	33.0	52	0.52	3.7
周末	207 (+18%)	0.42	37.0	55 (+5%)	0.51	4.0
法定假日	161 (-9%)	0.34	34.5	28 (-46%)	0.39	2.7

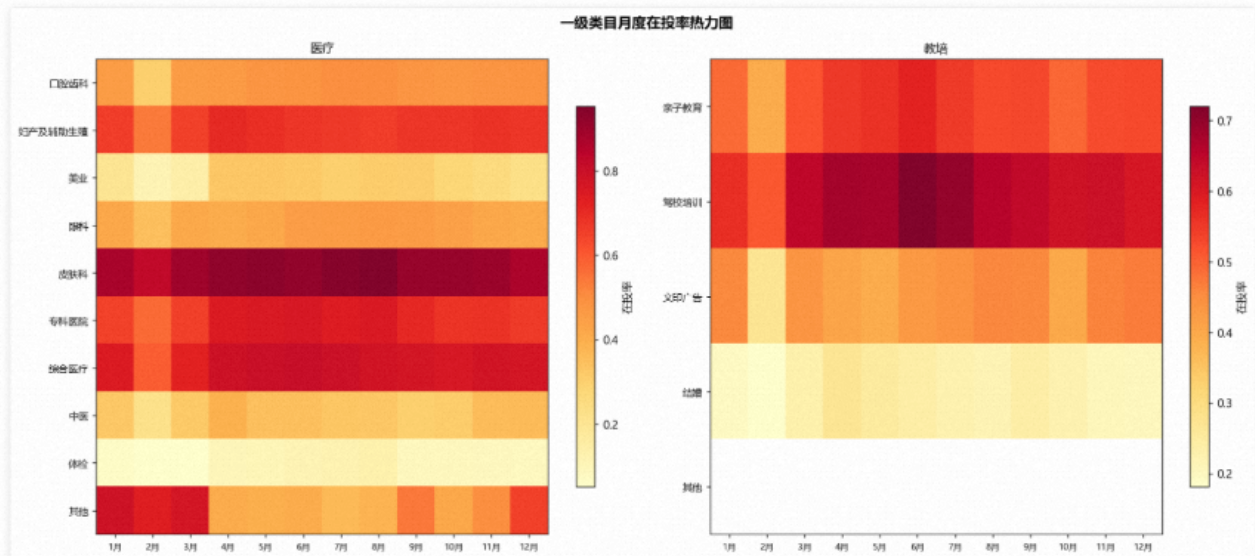
- 差异化特征:
- 医疗行业“周末效应”显著（毛消耗+18%），反映C端用户周末就医/咨询需求旺盛 → 商家加大周末投放
 - 教培行业对法定假日极度敏感（毛消耗-46%），假日期间机构放假停投且家长决策暂停
 - 周三是全周“能量最低点”（两个行业均如此），周六达峰

1.3 日度时间序列

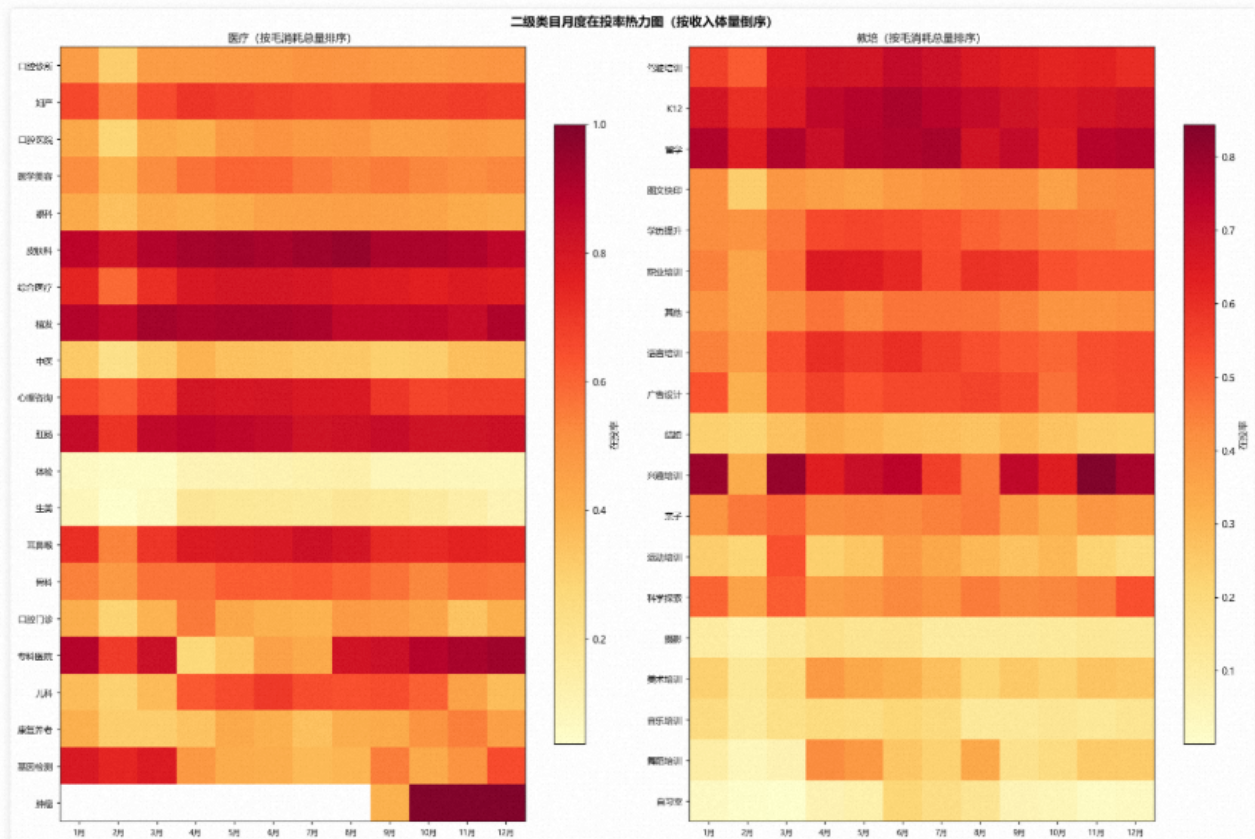


日度时序图清晰展示了几个关键模式：①每周规律性波动（锯齿状），②国庆/春节期间的V型下探，③教培3月的异常尖峰（招生旺季叠加新签年费确认），④春节后恢复期约3-4周。教培行业的ARPU在3月有明显跳升，随后快速回落，说明开学季广告竞价强度临时性升高。

2.1 一级类目在投率热力图



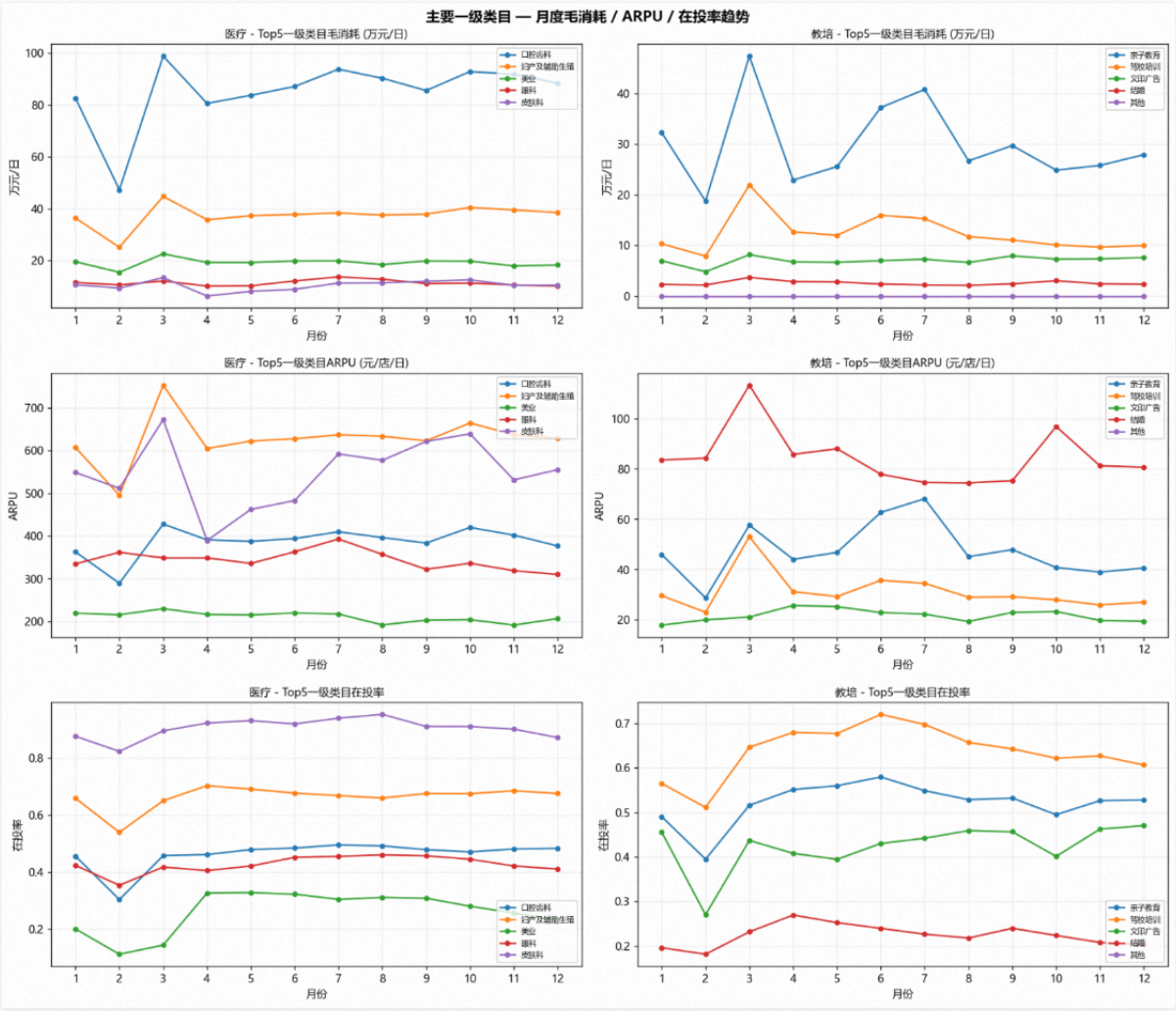
2.2 二级类目在投率热力图（按收入体量排序）



热力图从上到下按毛消耗总量倒序排列。颜色越深代表在投率越高。可以直观看到：

- **医疗**：皮肤科全年深红色（在投率>0.87），极其稳定；口腔齿科季节性温和；中医/美业冬季明显变浅（季节性强）
- **教培**：驾校培训颜色分化最明显（夏深冬浅）；亲子教育整体较稳定但2月有明显淡化；文印广告2月几乎变白

2.3 一级类目ARPU与在投率月度趋势



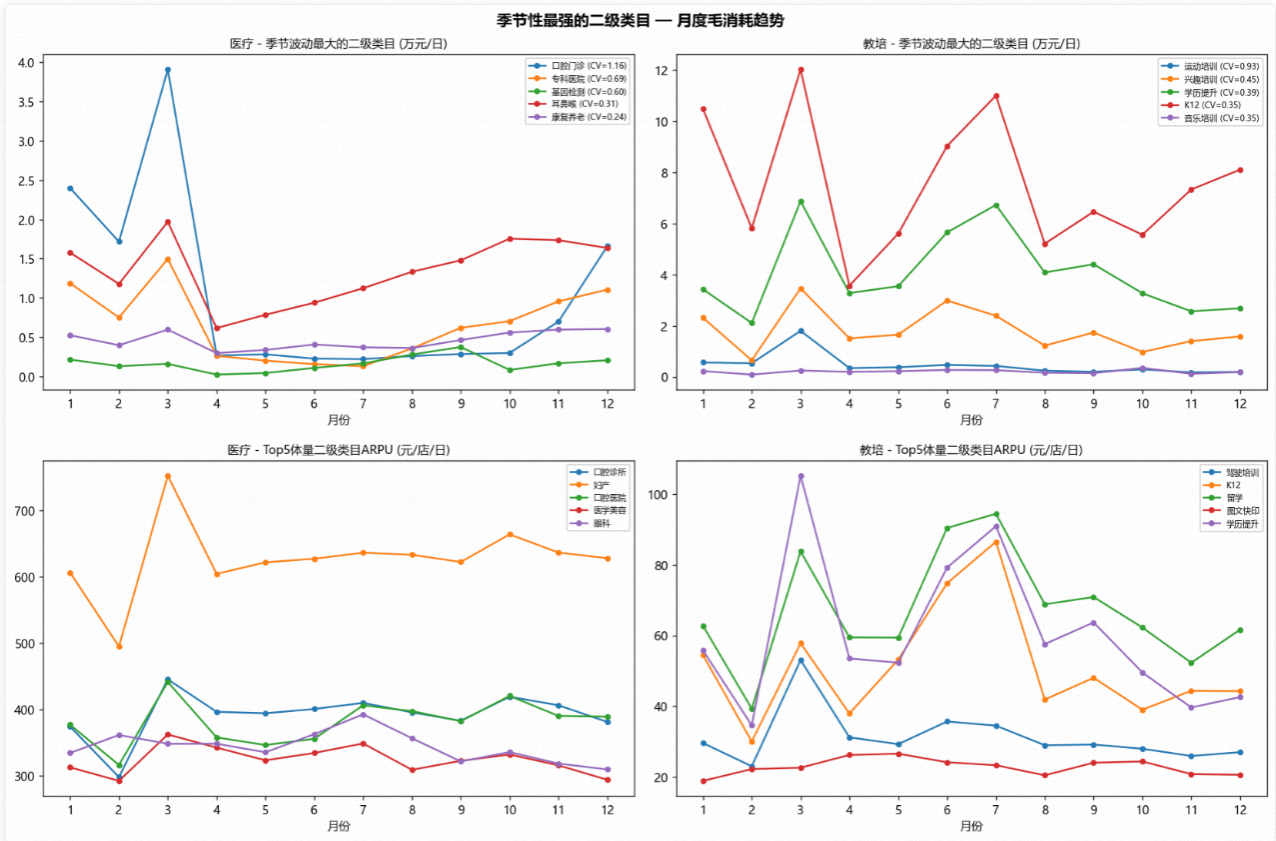
医疗行业各类目分化：

- 口腔齿科（占收入50%+）：ARPU全年最高且稳定（280-380元/店/日），在投率稳定在0.46-0.50，属于“高ARPU高在投率”的核心优质类目
- 妇产及辅助生殖：ARPU次高（350-450元），在投率稳定在0.66-0.70，全年季节波动最小
- 皮肤科：在投率全年>0.87（投放意愿极强），但ARPU较低（约450元左右），7-8月达峰（夏季皮肤护理旺季）
- 医美：ARPU季节弹性最大，冬季下降明显。在投率从夏季0.33降至冬季0.22

教培行业各类目分化：

- 亲子教育（占教培收入60%+）：ARPU约4-5元/店/日（客单低但量大），6-7月暑期招生高峰在投率达0.56-0.58
- 驾校培训：季节弹性最强，ARPU从冬季22元升至夏季28元，在投率从0.51升至0.72（跨度超20pp）
- 文印广告：在投率2月几乎归零（0.22→正常0.44），受商业活动淡季影响巨大
- 结婚：5-6月婚庆旺季ARPU跳升，3月“金三银四”在投率最高

2.4 季节波动最大的二级类目（下钻）



类目下钻发现：

- 医疗中季节波动最大的是"其他/体检"类（可能数据基数小），实际业务中"中医"和"植发"季节弹性较明显
- 教培中"驾驶培训"和"摄影"类目CV最高，夏季是绝对旺季
- Top体量二级类目（口腔诊所、植发、K12）的ARPU走势相对平稳，波动主要在量侧而非价侧

三、核心结论与建议

3.1 医疗行业

发现	数据支撑	业务启示
春节冲击显著但恢复快	2月毛消耗仅为年均70%，在投率从正常0.42骤降至0.26 恢复周期约3-4周，3月即达全年峰值	节前2周锁续约，节后第1-2周密集推动老客复投
周末效应突出	周末毛消耗比工作日高18%，ARPU +12% 周六为全周最高，周三为最低（差距22%）	可设计“周末加投”策略包，引导商家在流量高峰期加大预算
夏季为在投率高点，全年波动温和	在投率：6月峰值0.47，全年CV仅0.13 ARPU季节波动极小（CV≈0.05）	5月底-6月初是推签约转在投的黄金窗口；全年可稳定排产
类目分化明显，核心类目极稳定	口腔齿科占收入50%+，ARPU 280-380元，在投率0.46-0.50 皮肤科在投率全年>0.87，几乎无波动	口腔/皮肤科重点做ARPU提升；中医/美业需按淡旺季做节奏运营
秋季收入最高	9-11月日均毛消耗183万，为全年四个季度最高 10月国庆后需求回升+年底冲刺双重驱动	Q4是医疗广告收割期，可提前在9月做好客户储备

3.2 教培行业

发现	数据支撑	业务启示
春节冲击极为剧烈	2月毛消耗仅为年均40%，在投率降至0.37 法定假日收入骤降46%（远超医疗的-9%）	假日前做好续投预警和预算冻结沟通，节后第1周即启动唤醒
"双峰"结构：3月开学季 + 6-7月暑期	3月日均毛消耗75万（全年最高），6-7月为第二峰（60-64万） 8月后持续回落，Q4维持低位（42万左右）	每年两波关键营销节点：2月底提前布局开学季，5月底布局暑期招生
在投率季节弹性大	6月峰值0.56 vs 2月谷底0.37（跨度近20pp） 在投率CV显著高于医疗	淡季（10-2月）聚焦保留核心投放客户，旺季前集中拉新入投
ARPU在旺季有竞价抬升效应	3月ARPU明显跳升（开学季竞争激烈），月度CV≈0.12 日度数据可见3月ARPU尖峰后快速回落	旺季客户对ROI敏感度降低，可适时推高客单产品
驾校培训为季节弹性最大子类目	在投率：夏季0.72 → 冬季0.51（跨度超20pp） ARPU：夏季28元 → 冬季22元	驾校培训需要“冬歇夏战”的差异化运营节奏，冬季可做课程预售引流