

CY26-W25_低频YoY异动归因

W24低频收入YoY 35.3%，W25低频收入YoY 16.6%，周环差YoY -19pp

核心结论：

- YoY的周环差核心受效果广告影响（影响度61%），拆指标看核心受流量影响，推测和端午节相关（去年端午节周环比趋势基本验证）
- 今年教培流量对比去年有超跌，需要进一步下钻原因 @李星娅(星娅)
- 月目标达成视角，基于当前判断，核心gap还是在年费，需要继续攻坚年费达成

团队	总收入					效果广告					新签年费					续签年费				
	目标	预估	预估达成率	去年6月	YOY	目标	预估	预估达成率	去年6月	YOY	目标	预估	预估达成率	去年6月	YOY	目标	预估	预估达成率	去年6月	YOY
医疗	5,545	5,661	102.1%	4,041	40.1%	4,725	4,730	100.1%	3,567	32.6%	261	221	84.7%	234	-5.5%	192	193	100.5%	169.6	13.8%
教培	1,984	1,629	82.1%	1,325	22.9%	1,365	1,202	88.1%	923	30.2%	287	185	64.5%	256	-27.7%	266	160	60.2%	119.9	33.4%
直营-累计	7,529	7,290	96.8%	5,366	35.9%	6,090	5,932	97.4%	4,490	32.1%	549	406	74.0%	490	-17.1%	458	353	77.1%	289.5	21.9%
渠道	3,924	2,946	75.1%	2,661	10.7%	2,991	2,476	82.8%	2,152	15.1%	581	194	33.4%	361	-46.2%	242	182	75.3%	135.0	35.0%
电销	191	200	104.9%	124	62.1%	123	117	95.1%	85	37.3%	35	39	111.4%	38	3.4%	22	19	86.4%	0.4	4650.0%
泛低频累计	11,643	10,436	89.6%	8154	28.0%	9,204	8,525	92.6%	6,726	26.7%	1,165	639	54.8%	888	-28.1%	722	554	76.8%	425	30.4%

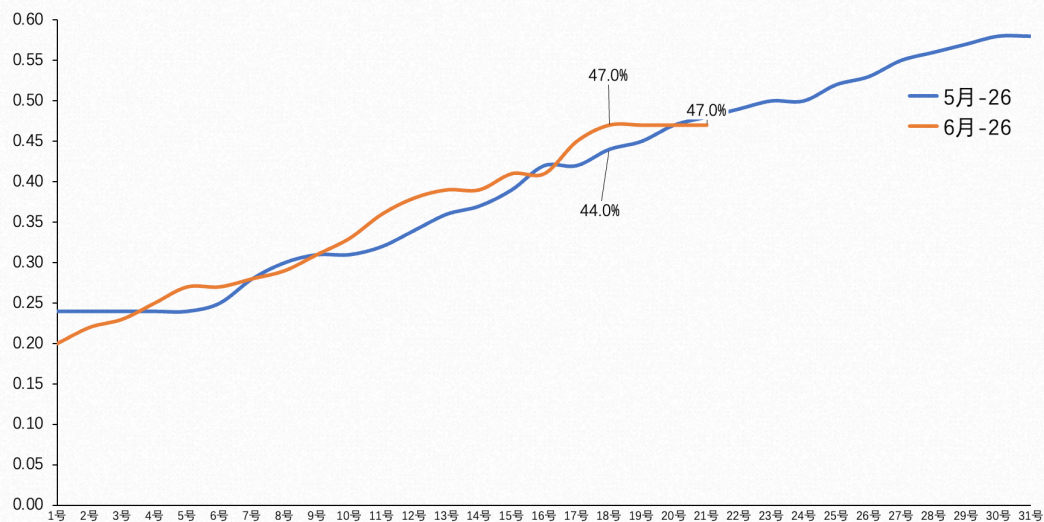
- by收入类型，效果广告CTG 61%，年费CTG 36%，其中新签年费影响15%，续签年费影响21%

CTG: Contribution to Growth, 衡量指标对上级指标的影响量

先看年费

- 续签wow看YoY 66.8% → -3.1%，环差70pp
 - 从当月续签池口径看，MTD（截止6.21）续签率47%（vs. 上月同期续签率48%），趋势基本拟合，单周波动主要受续签分布影响

年费续约率byDAY 完成率 6月 VS. 5月 (%)



- 新签wow看YoY -21.4% → -47.1%，环差26pp

- 看直营gap，医疗84%预估达成，核心gap在人力；教培64.5%预估达成，排除人力影响外单看人效，门店数预估达成89%，ARPU 94%，主要受到风控因素影响（上月在人力gap更大的情况下，直营新签达成104%）

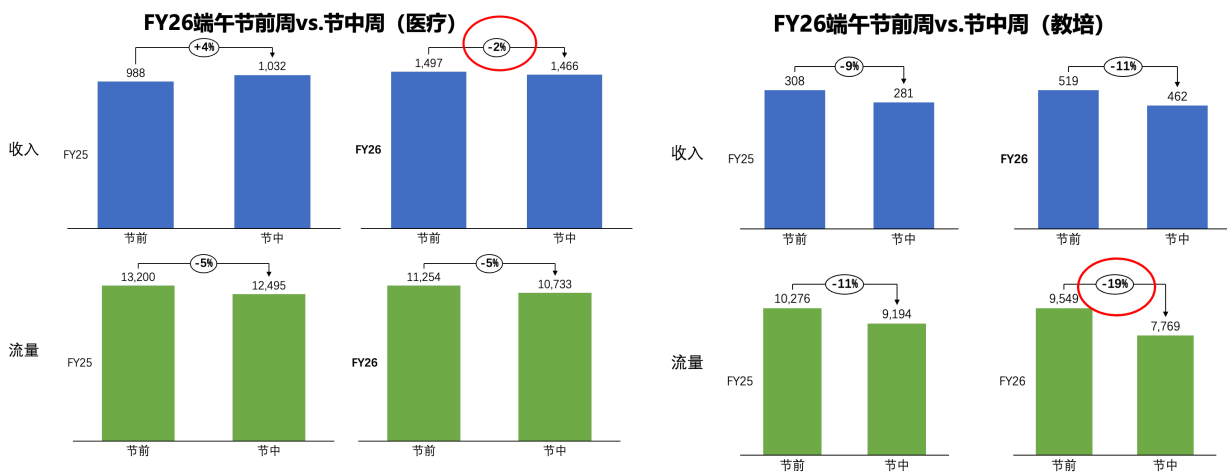
- 年费最大的MTD风险在渠道，上周已和POC初步对齐，渠道总营收目标3924万（行业口径），目前盘点预估达成3869.6万（渠道口径），预估完成率98.6%

再看效果广告

- 分行业看，医疗wow看YoY 34.3% → 22.6%，环差12pp；教培wow看YoY 27.4% → 6%，环差21pp，两个行业同趋
- 拆指标看，核心跌在show，CTG超100%



- 从周期波动上来看，推测流量异动主要受到端午节影响（两年端午节日历不对齐，因此体现在今年YoY上波动剧烈）



- 医疗在端午节当周对比节前一周，两年收入周环比不同趋，基于销售可作功的指标回查活跃在投客户数、ARPU、Bidding和预算撞线率：

