

留学与移民服务行业AI搜索增长作战手册

留 学 服 务 篇 S T U D Y A B R O A D

2025年全国查验出入境
人员人次，同比上升
14.2%，创历史新高

目 录

CONTENTS

序	卷首语：签约前夜，她搜了这家机构的名字 中介倒闭潮里，合同已经不够说明问题	PREFACE
01	第一性原理：留学服务是“不可逆决策代理”的生意 窗口不可逆 / 记录不可逆 / 资金不可逆 / 信息差正在消失	CHAPTER 1
02	决策旅程拆解：家庭问AI的是一条“避坑验证漏斗” 要不要出去 / 选国家选专业 / 机构验证 / 签约与行前	CHAPTER 2
03	实战打法：留学服务的GEO作战体系 机构档案 / 模型布局 / 内容打法 / 顾问透明 / 合规红线 / 承接复盘 / 分品类 / 七个问题 / 90天 沙盘	CHAPTER 3
04	算一笔账：留学服务GEO的ROI逻辑 渠道佣金的钱 vs 转介绍率的复利	CHAPTER 4
05	写给两类读者的话 给留学机构经营者 / 给GEO同行	CHAPTER 5
附	附录：机构AI可见性自检清单·数据来源·免责声明 12条自检项 + 合规特别提示	APPENDIX

让 AI 看见你的资质 · 读懂你的边界 · 引用你的事实

A I 时 代 的 行 业 可 见 性 方 法

特别提示

本文不构成留学或移民建议，也不推荐任何机构

出国留学申请、院校选择、签证办理、学历学位认证、出入境与移民事项，均须以有关主管部门、院校官方与法律法规的最新规定为准。本文只讨论**服务机构如何让真实、可核验的信息被AI准确检索与引用**，不构成对任何机构、院校、项目、国家或地区政策的推荐与背书。**任何形式的“保录取”承诺均不具备可信度，请一律排除。**

阅读说明：这是云启创服GEO面向留学服务行业的一份独立白皮书，全文自成体系，不需要配合任何其他篇章阅读。我们只做三件事：讲清楚AI是怎么理解这个行业的、给出能立刻动手的动作、以及把我不做什么也写明白——不做业绩保证、不做效果承诺、不引用任何无法核实的数据。

序 卷首语：签约前夜，她搜了这家机构的名字

先说一个在留学家庭里越来越常见的场景。

一位母亲，孩子大三，准备申请第二年秋季的硕士。她已经跑了五家机构，每家都给她看了漂亮的录取案例，每家都说“你这个背景冲刺前一百没问题”。

她最满意的那一套方案，报价十八万。顾问说其中包含“背景提升”“教授内推名额”“名校导师文书”，交钱之前只能口头承诺，条款写不进合同。

她心动，但她没签字。

签约前夜，她坐在客厅里做了四件事。

第一件，她搜了这家机构的名字加两个字：“**跑路**”。

第二件，她问AI：“**这家留学机构靠谱吗，有没有负面新闻**”。

第三件，她问：“**留学，‘保录取’承诺算不算违规，‘教授内推’是真的吗**”。

第四件，她问：“**找留学机构要注意什么，合同里哪些条款必须有，钱能不能分阶段付**”。

最后她没签。不是因为觉得贵，是因为她从头到尾没找到一条“能被外部核实”的信息。

“ 在这个行业里，家长不是在挑选最好的机构，是在排除最可能被骗的那一次。

—— 而排除的依据，几乎全部来自机构自己写不出来的地方

这个行业眼下有几组方向很不一样的数字。

一组是向好的：教育部留学服务中心在2026中国留学论坛上发布，**2025年度我国出国留学人员达57.06万人，留学回国53.56万人**；留学回国人数较2024年增加4.06万人，较2023年增加12万人。**1978至2025年，各类出国留学人员累计达946万人，其中801万人完成学业，698万人在完成学业后选择回国发展。**

另一组是触目的：2026年以来，多家留学与语言培训机构出现关停或负责人失联，涉及大量未履行合同；教育部留学服务中心在2026年**两次**公开提醒，跨境远程学习方式获得的国（境）外学历学位证书**从未被纳入认证范围**；2026年1至4月，**共有99名认证申请人**因提交虚假、伪造或无效资料被查实通报。

第三组是政策端的：国家移民管理局数据显示，**2025年全国移民管理机构共查验出入境人员6.97亿人次，同比上升14.2%，创历史新高**；全年签发普通护照2089.7万本。

一边是双向流动趋于平衡的稳健大盘，一边是暴雷频发的公共服务事件。**这两件事同时发生，只说明一个问题：申请人数的天花板不是问题，信任才是。**

这一篇写的，就是把信任做成可被查到的东西。

01

第一性原理

留学服务是“不可逆决策代理”的生意

Chapter 1 · First Principles of Study-Abroad Agency Trust

错过一次窗口是一年，一次材料造假影响多年，一次机构跑路则整个申请季归零。

1.1 三重不可逆叠加

窗口不可逆 申请季一次性关闭，错过只能等下一年，而学生的学业节奏不可暂停	记录不可逆 申请材料与认证记录长期留痕，一旦被查实存在问题，影响年限以年计	资金不可逆 收费通常前置且金额较大，服务尚未完成时机构已收取主要费用
--	---	--

再加上一条：**使用者和付费者分离**——花钱的是父母，出去的是孩子，而最终承担后果的，是那个二十出头的年轻人。

这四条叠加，决定了这个行业和其他所有本地高客单行业最大的不同：**客户没有任何纠错的余量。**

“ 买错了辆车还能卖掉，选错了留学机构，孩子损失的那一年，谁都赔不回来。

—— 这就是为什么这个行业的客户比任何行业都谨慎，也最容易被“保过”话术击中

1.2 信息差正在消失，这是模式层面的冲击

过去留学中介机构最核心的商业基础，是一条非常朴素的逻辑：**我知道你不知道的信息**。院校名单、申请流程、文书套路、签证材料清单——这些在过去很难获取的信息，构成了收费的主要理由。

而现在，这些东西在几分钟之内就可以被完整地问出来。

✗ 信息差模式（正在崩塌）

收入来源：我知道你不知道的东西。一旦信息普及，收费理由立即消失。

典型表现：用焦虑营销前置收高额费用，用“内部名额”制造稀缺感。

✓ 判断力模式（正在形成）

收入来源：我知道哪些信息重要、怎么用。信息越普及，判断力的价格越高。

典型表现：公开判断过程，让客户带着自己的判断来谈。

反常识 01

这个行业最大的竞争对手不是同行，是“我自己申请试试”

当AI能在几分钟内给出院校清单、时间线、材料准备清单和常见拒签原因，“信息搬运”的价值被直接抹平。被抹平的不是留学的需求，而是信息中介这一层。

近两年出现的多起机构爆雷事件，有一个高度一致的结构特征：前端靠“保录取”等承诺吸收高额预付款，后端依赖新学员学费填补旧账，最终在外部环境变化时资金链断裂。这不是偶然的经营失误，这是旧模式到期时的必然出清。

对应的机会非常清晰：当“一我帮你搞定”不再有说服力时，“我把方法给你，你自己看”就成了新的稀缺品。

1.3 回流超过流出之后，问题变了

公开报道显示：2020年以来，留学回国人数首次超过出国留学人数，2021年留学回国人员突破百万大关。2025年这一趋势继续，出国57.06万人、回国53.56万人，双向流动趋于平衡。

这意味着家长们关心的问题，正在发生一次根本性的迁移。

□ 过去问：“能不能出去” “能去什么学校” “签证难度大不大”

□ 现在问：“回来之后就业怎么样” “投入产出比还划算吗” “哪些专业回来之后认可度高”

- 而后者，恰恰是全行业几乎无人认真回答的问题——因为服务机构长期以来只负责“送出去”这一段

洞察 01

“留学性价比”是被问得最多、答得最差的问题

公开讨论中反复出现的词是“性价比下降”“高开低走”“水土不服”。这些词背后，是海归供给持续增加、稀缺性红利消退的现实——留学已经从“少数人的加速器”变成“多数人的常规选项”。

而对服务机构来说，这既是威胁也是最大的内容机会：谁敢客观地回答“什么情况下留学值得、什么情况下不值得”，谁就能在最前端建立信任。因为一个愿意劝退一部分人的机构，说其他话才可信。

1.4 监管正在收紧，这也改变了流量规则

教育部留学服务中心2026年以来多次发出公开提示，指向几类集中风险，这里按公开信息整理：

- **跨境远程学历认证骗局。**2026年5月和7月两次提醒：跨境远程学习方式获得的国（境）外学历学位证书**从未被纳入认证范围**；部分机构混淆概念、以“不需出境即可认证”虚假宣传。
- **材料造假被公示。**2026年1至4月，99名认证申请人因提交虚假、伪造或无效资料被查实通报，将被出具《不予认证通知单》并面临1至3年公示。
- **“代缴学费”诈骗。**2026年7月教育部结合公安机关通报的案件发布提示，提醒家长警惕以代缴学费、保证金名义截留学生款项。

✦ **这跟GEO有什么关系：**当“认证能不能过”“材料能不能信”成为家庭最核心的焦虑，他们搜索的主战场就从“哪家机构好”转移到“哪种情况会出问题”。而这个主战场，目前几乎没有任何机构系统性地占领——内容预算几乎全砸在了“如何突出优势”上。在监管收紧的行业里，最有效的内容不是证明自己好，是教对方看清风险。

本章要点回顾

- 三重不可逆叠加
- 信息差正在消失，这是模式层面的冲击
- 回流超过流出之后，问题变了
- 监管正在收紧，这也改变了流量规则

02

决策旅程拆解

家庭问AI的，是一条“避坑验证漏斗”

Chapter 2 · The Risk-Avoidance Verification Funnel

从“要不要出去”到“就签这家”，四层结构，每层都在回答同一个问题：我会不会吃亏。

L1 要不要出去

“现在还值不值得留学” “这个背景适合出去吗” ——验证 “这件事划不划算”

L2 选国家选专业

“英国还是澳洲” “我这个GPA能申到什么” ——验证 “我该走哪条路”

L3 机构验证

“XX机构靠谱吗” “有没有负面新闻” “会不会跑路” ——验证 “交给谁”

L4 签约与行前

“合同要注意什么” “钱怎么付” “签证怎么办” ——此时才签约

注意：机构通常在 L2 后期才第一次接触客户，而 L1 和 L3 才是决定“进入候选名单”和“是否被一票否决”的地方——这两层，几乎完全由外部信息决定。

2.1 L1 要不要出去：全行业最大的内容空白

当一个还在犹豫的家庭问“留学到底值不值”时，答案里如果有你的机构，会发生什么？

洞察 02

在L1出现在答案里的内容，不需要说服任何人

它只需要做一件事：**把判断框架给出去**。包括什么情况下留学回报较高、什么情况下性价比不佳、不同专业回国后的主要去向、投入回收周期的粗略算法。**这些内容不会产生任何即时转化，但它决定了六个月后这个家庭签谁。**

更关键的是：愿意讨论“什么情况下不值得留学”的内容，在AI的判定里带有**明显的中立信号**，被引用概率远高于纯推广内容。**在这个行业，劝退写得越好，转化来的客户质量越高。**

2.2 L2 选国家选专业：AI接管最深的一层

家庭实际会问	AI能引用的信息	机构常犯的错
“我这个背景能申到什么”	院校录取的一般规律、影响因素、合理区间	给出明显高于实际的承诺区间，为后续纠纷埋雷
“英国和澳洲有什么区别”	学制、费用、毕业政策、专业优势的客观对比	只推自己佣金高的国家和院校
“这个专业回来干什么”	专业与行业的对应关系、常见的就业方向	完全回避，因为答案往往不好听
“一年制硕士认可吗”	认证规则、用人单位的普遍看法、注意事项	给确定性回答，而规则本身需要以官方口径为准

2.3 L3 机构验证：一票否决的一层

洞察 03

你以为在比案例，其实在比“外部有没有人说你不好”

在机构跑路事件密集出现的时期，家庭搜索机构名时几乎必然会带上“跑路”“投诉”“退费”“靠谱吗”这类后缀词。**如果搜索结果里没有任何第三方信息，答案就是沉默——而沉默在这个行业里等同于风险。**

反过来说，一家在多个独立信源上有稳定、一致、可核验记录的机构，在这层的优势是压倒性的。**而这个行业绝大多数机构的做法是：只在自己的渠道里说自己好，把所有沉淀都放在了无法被第三方引用的地方。**

★ **一个判断：**在L3，“**经得起否定的信息**”比“**证明优势的信息**”重要十倍。能够被公开检索到的经营年限、备案情况、团队构成、退费与失败补救条款、处理过的真实争议记录——这些看似平常的东西，才是家庭真正用来做决定的东西。因为它们**不怕被核实**。

2.4 L4 签约与行前：把最难的话写进合同

这一层是所有疑虑集中兑现的地方。做法很朴素：**把客户最担心的四件事，白纸黑字写明白。**

- ☐ **钱怎么付：**能否分阶段付费，各阶段对应什么交付，退费如何计算
- ☐ **失败怎么办：**申请未成功时的补救方案与责任边界，而非口头安慰
- ☐ **谁在服务：**具体顾问是谁、资历如何、中途更换如何处理
- ☐ **钱不能代付：**学费、留位费一律通过院校官方对公账户缴纳，**不得转入个人账户**

本章要点回顾

- L1 要不要出去：全行业最大的内容空白
- L2 选国家选专业：AI接管最深的一层
- L3 机构验证：一票否决的一层
- L4 签约与行前：把最难的话写进合同

03

实战打法

留学服务的GEO作战体系

Chapter 3 · The GEO Operating System for Study-Abroad Agencies

核心动作只有一句：把判断过程和失败条款，写成家庭能自己去核的东西。

3.1 机构事实资产：先有“档案”，再有“推荐”

类别	应包含内容	注意
主体信息	企业全称、备案情况、经营年限、办公地址、签约主体	与工商登记一致； 签约主体必须与收款账户一致
服务边界	覆盖哪些国家、哪些阶段、具体包括什么、明确不包括什么	边界清晰比范围宽泛更有说服力
团队构成	顾问人数、从业年限、负责方向、文书团队协作方式	须真实可核验， 不得夸大从业年限与成功案例
交付流程	各阶段时间节点、交付物、客户需要配合的事项	具体到周与文件名称，而非“全程陪伴”
费用结构	服务费包含项、第三方费用清单、 分阶段付费安排	须明码标价， 不得有隐性收费
退费与补救	退费触发条件、计算方式、申请失败后的补救方案	这是全行业最弱、也最有价值的一项
资金安全	学费缴纳路径说明、 明确不代收学费与保证金	直接回应监管提示指向的核心风险

★ 一条实操建议：这份档案不要只挂在自有渠道。同步到**本地生活平台、教育垂直平台、第三方口碑平台**。同一份事实在多处信源一致出现，才会被当作“已验证事实”——**只有自己说自己好的机构，在L3这一层几乎必死。**

3.2 模型布局：四类问法，四类内容

问法	真实提问	承接内容
价值判断型	“现在还值得留学吗” “回来好找工作吗”	客观判断框架，含“什么情况下不值得”（L1）
规则求证型	“学历认证需要什么” “跨境远程能认证吗”	以官方口径为准的规则说明 + 风险提示（核心）
选择对比型	“英国还是澳洲” “八十分能申哪所学校”	对比逻辑与区间判断（L2）

四类里，**第一类和第二类是最值得投入的**。第一类决定你是否在候选名单里，第二类直接回应监管提示所指向的高频风险——**而这两类内容，恰恰是行业里几乎没人愿意写的。**

3.3 内容打法：把判断过程写出来

✗ 常见写法

“顶尖导师团队，十五年专注高端申请，累计帮助数万学子圆梦世界名校，名校录取率行业领先，一站式全程无忧服务，签约即安心。”

问题：没有一项可核验，也没有任何判断过程。全行业几千家机构写着几乎一样的话，AI没有理由引用，家庭也没有理由相信。

✓ 有用写法

“这个背景通常有三类选择：冲刺档集中在XX区间，成功与否取决于XX；匹配档较为稳妥，建议作为主申；保底档至少留一所，避免空档。本季不建议考虑XX方向，因为该方向近年录取结构有明显变化，且对学生的时间投入要求较高。”

效果：有梯度、有条件、有劝退。**这才是家庭真正要买的“判断力”。**

一个可复制的选题结构：**一个真实的背景类型 + 判断逻辑 + 三档建议 + 明确不推荐的方向和原因**。八百字一篇，一周两篇，一年一百篇。

“ 留学机构最好的内容不在成功案例墙上，在被公开写下来的判断过程里。每一段愿意被人核对的推理，都抄不走。

—— 因为录取结果可以包装，思维过程包装不了

3.4 顾问透明：把人放前台

□ 公开核心顾问的从业年限、负责方向与背景构成，须真实可核验

- ☐ 明确写明谁会实际服务这位客户，以及中途更换顾问的处理方式
- ☐ 公开文书环节的协作方式与修改轮次，而不是承诺“顶级外教精修”
- ☐ 写明各阶段客户需要配合的事项与时间节点，避免“全包式”模糊承诺
- ☐ 写明拒签、延期、未录取等情况下的具体处理流程
- ☐ 公开**退费条款与失败补救方案**，写清楚触发条件与计算方式
- ☐ **明确声明不代收学费与保证金，须通过院校官方渠道缴纳**

反常识 02

公开“哪些学生我们不建议申请”，会带来更多而不是更少的签约

行业里没人敢劝退，怕流失客户。但在AI的判断里，**有边界的描述才是准确的描述**；在家庭的判断里，“这家连不适合的情况都说了，那她说的其他话大概也是真的”。

现实的好处同样成立：**被劝退的家庭会记住你，并在合适的时机回来；不匹配的学生被提前分流，省下的是整个交付团队最贵的资源**——而这个行业真正稀缺的从来不是线索，是资深顾问的时间。

3.5 合规红线：留学与移民服务的六条不能碰

合规专节

以下为公开法规与监管提示的一般性整理，不构成法律意见

- **一、不做录取与签证结果的承诺。**院校录取由学校独立决定，签证由主管部门依法审批。任何“保录取”“包过”“内部名额”“低分高录”类表述均不具备可信度，也存在违反相关规定的风险，应一律排除。
- **二、不协助或放任材料造假。**提供虚假、伪造或无效资料者将被出具《不予认证通知单》并面临公示；2026年1-4月已有99名申请人被查实通报，记录将长期影响个人发展。
- **三、不混淆学历学位认证规则。**跨境远程学习方式获得的国（境）外学历学位证书从未被纳入认证范围，不得以此类表述进行宣传。
- **四、不得代收学费与保证金。**相关费用须通过院校官方渠道缴纳；以代缴名义截留学生款项已构成刑事诈骗风险。
- **五、不使用绝对化用语与虚假数据。**“最专业”“行业第一”“百分百录取”“录取率行业领先”等表述存在违反《广告法》风险；成功率类数据须有明确统计口径。
- **六、收费与合同须透明。**应明码标价、明确分阶段付费安排、明确退费与失败补救条款，不得有隐性收费。

本文的立场：这个行业的服务对象是一个年轻人不可重来的一年，和一个家庭难以承受的资金。**合规不是成本，是这家机构还能不能在三年后继续经营的先决条件。**

3.6 承接与复盘：从AI推荐到一次面谈

留学服务的承接目标只有一个：“**预约一次带着材料来的面谈**”。因为判断力的第一次证明，只能在具体背景下完成。

Q 这家会不会跑路？

首屏即有主体信息、经营年限、备案情况、**分阶段付费与退费条款**。在跑路事件频发的时期，这一组**信息的重要性超过任何成功案例**。

Q 钱到底怎么付、能不能退？

给出完整费用清单与分阶段安排，明确**学费不代收**、须走院校官方渠道。**敢把退费条件写死的机构，在面谈里几乎不需要说服。**

Q 我的孩子适合吗、能申到什么？

给出三档判断逻辑与影响因素，明确“面谈后出具具体方案”。**先给方法，再谈报价——顺序错了，价格就成了唯一变量。**

监测方式	怎么做	看什么
问法池测试	列出30-40条家庭可能问的问题，含“XX机构靠谱吗”“XX投诉”等否定式问法，定期在多个AI产品里问	机构名是否出现、描述是否准确、有无负面占主导
品牌词联想	问“XX机构是做什么的”“XX机构专注哪些国家”	AI能否说清你的主营方向与服务边界
信源反查	看AI回答引用了哪些网站	被引用的信源就是下一步要去铺的地方
线索来源追问	面谈登记时增加“您是通过什么渠道了解到我们的”	听到“AI推荐的”“搜到的”就是最直接的验证
错漏修正	发现AI描述错误（地址、主营方向、费用不符）	回到源头信源更正，不只改官网

3.7 分品类适配：六类服务，六种重心

类型	本质定位	主战问题	品类要点
综合全流程机构 主流形态	全流程托管的生意	“XX机构靠谱吗”“全流程服务包含什么”	竞争最激烈； 差异化只能靠团队透明度与退费条款 ，案例墙已经同质化
高端定制/小众赛道	稀缺经验的生意	“艺术留学怎么选” “博士申请要不要找机构”	客单价高、 最忌夸大 ；应公开方法论而非承诺结果
语言培训+申请一体	前置入口的生意	“雅思要考到多少” “语言班值不值”	入口在语言侧； 须注意预付费课包风险 ，明确退费与转课规则

低龄留学与游学	家庭托付的生意	“中学就送出去好不好” “监护安排怎么办”	家长焦虑最重； 安全与监护安排必须写具体 ，不得做升学承诺
签证与出入境服务	规则的生意	“签证被拒了怎么办” “材料怎么准备”	规则性强、更新快； 须以主管部门最新口径为准并标注时间
移民与身份规划	长期政策的生意	“XX国家移民政策现在什么样”	合规风险最高； 须明示政策随时调整、不构成任何结果承诺 ，涉外资质须真实

3.8 七个问题：动手之前先回答

- Q 我们最想被AI在哪个场景下推荐？**

选一个最具体的场景，比如“本省、双非背景、英国授课型硕士”。**一个场景做透，比十个场景沾边有用。**
- Q 我们的判断过程能不能写出来？**

把背景评估、选校逻辑、风险提示写成文字。**写不出来的判断力，在AI眼里等于没有判断力。**
- Q 客户签约前最常问什么？**

去问顾问，把最常被问的十个问题记下来。**那十句话就是你的问法池。**
- Q 全网有几个信源在说我们？**

除自有渠道外，把机构名翻三页。**只有你自己说，AI基本不会引用。**
- Q 搜机构名加“投诉”“退费”，出来什么？**

这是一票否决层。**没有任何第三方信息，本身就是最大的风险信号。**
- Q 退费条款敢写到什么程度？**

内部先达成共识并写进合同模板。**这一条直接决定家长敢不敢在申请季开始前付款。**
- Q 三个月后怎么判断有没有效？**

设两个硬指标：问法池里被提及的次数、面谈预约中“AI/搜索推荐”的占比。**其余都是虚荣指标。**

3.9 90天沙盘：从零到能被AI说出名字

D1-15

合规与盘点

先清雷，再补课

按合规六条清查已发布内容与销售话术，下架所有“保录取”“内部名额”类表述；核对工商登记、备案与宣传一致性；核查成功率类数据的统计口径。**这一步不产出新内容，但决定后面所有动作是否安全。**

D16-35

机构档案化

让同一份档案出现在多个可查信源

建立七类事实档案；上线机构档案页、团队页、退费与补救页；更新教育垂直平台与本地生活平台信息。**目标：搜机构名，至少五个独立信源给出一致描述。**

D36-60

内容上手

先回答家庭真正害怕的问题

发6-8篇规则求证型内容（认证规则、缴费路径、常见陷阱）；3篇价值判断型（含劝退场景）；2篇选择对比型。**全部先过合规审查再发布。**

D61-75

承接改造

让犹豫的人愿意带着材料来一趟

首页改造成“机构档案”；费用与退费条款前置展示；预约面谈流程缩短到两步；明确“先给判断，再谈报价”的服务顺序。

D76-90

测试与修正

用问法池检验，然后回头补洞

跑一遍30-40条问法，含否定式问法；记录出现率与准确度；发现错漏回到源头信源修正；面谈登记增加来源字段。**第一轮最难，第二轮会快得多。**

本章要点回顾

- 机构事实资产：先有“档案”，再有“推荐”
- 模型布局：四类问法，四类内容
- 内容打法：把判断过程写出来
- 顾问透明：把人放前台
- 合规红线：留学与移民服务的六条不能碰

04

算一笔账

顾问时间有限、转介绍率才是命门。这一章只算结构。

留学服务GEO的ROI逻辑

Chapter 4 · ROI Logic of Study-Abroad GEO

照例先说清楚：我不给任何投入产出比的承诺。城市、客单价、团队规模的差异太大，任何统一数字都是骗人的。但**成本结构的变化趋势是可以讨论的**。

4.1 这个行业的成本结构

特点	具体表现	对获客的影响
交付能力是硬瓶颈	资深顾问数量有限，一个申请季能服务的学生数有上限	提高签约质量比提高线索数量更重要
单季性强	申请高度集中于特定月份，全年资源分布不均	淡季获客效率低，容易造成团队闲置
决策周期长	从规划到签约常跨越数月至一年	获客动作与签约相隔很久，归因困难
决策人复数	学生、父母、有时还有长辈共同决定	需要能被转述与复核的信息，单次说服无效

这四条叠加，让“提高转介绍率”比“获取更多线索”更关键。而这个行业提升转介绍率的最大障碍，恰恰是**长期的解释成本**：家长很难向朋友准确地复述“这家到底哪里好”。

4.2 GEO的成本结构：可转述性带来的复利

无竞价机制 被引用取决于信息的完整性与可核验性，不是出价高低	可被转述 结构化信息更容易在家庭之间、群聊之间被准确传递	一次沉淀多次命中 一份规则说明可覆盖成百上千种具体问法
--	--	---

✦ **怎么算自己这笔账**：把去年在渠道采购、线下讲座、广告上的总投入记作A，把有效面谈数记作B，得出单场面谈成本 A/B。然后问自己：**如果拿出其中20%去做机构档案与工具类内容，两年后A/B 会不会更低？**我的判断是会——渠道的钱花完即消失，而一份“学历认证规则说明”“留学前必查清单”这类内容，会在没有额外投入的情况下持续被检索、持续带来面谈；更重要的是，**它降低了家长向他人推荐你时的解释成本**，这是转介绍率真正的杠杆点。

4.3 三条复盘结论

- **信息差归零之后，判断力就是唯一的收费理由。**把判断过程公开出来，是这个行业最反直觉、也最有效的获客动作。
- **在跑路事件频发的时期，退费条款就是获客能力。**敢写死的机构，在面谈环节几乎不需要说服。
- **规则求证类内容是最大的空白，也是最高的信任杠杆。**它不推销任何东西，却能决定候选名单。

“ 在一个偏心到要让对方替孩子做一次不可逆决定的行业里，唯一稀缺的不是成功案例，是被信任的资格。

—— 而AI正在决定，谁会被认为值得信任

本章要点回顾

- 这个行业的成本结构
 - GEO的成本结构：可转述性带来的复利
 - 三条复盘结论

05

写给两类读者的话

给留学服务机构经营者，也给GEO同行

Chapter 5 · A Note to Two Kinds of Readers

这一行关系着一个年轻人不可重来的一年，我写得格外克制。

5.1 给留学服务机构经营者

我知道很多经营者的处境：一方面是“留学性价比”讨论带来的需求侧压力，一方面是同行跑路带来的行业性信任损伤。在这个环境下谈“做内容”，确实像个奢侈的建议。

但我想请你看一组数字：**2025年我国出国留学人员仍有57.06万人，留学回国53.56万人，双向流动趋于平衡。**

需求没有消失，消失的是收费的理由。而这个行业正在换新的理由：从“我知道你不知道的”，换成“我比你更会判断”。

另外三句实话：

- ❑ **不要指望三个月见效。**决策周期长达数月甚至一年，今天的投入要到下一个申请季才显现。给自己至少三个季度。
- ❑ **销售话术必须全面清理。**任何“保录取”“内部名额”类表述，一旦出现在可检索的位置，就是在L3给自己投反对票。**这类话术在过去是成交工具，现在是最大的负资产。**
- ❑ **退费与失败补救条款，眼下性价比最高。**在人人担心跑路的时候，这一条的转化价值超过任何一支宣传片。

5.2 给GEO同行

留学服务是很有挑战的一类，难在三处：

第一，合规红线密集且后果严重。录取与签证结果承诺、材料真实性、认证规则表述、代缴费通路、预付费模式，每一条都可能从营销问题升级为法律问题。**这要求我们在接手前就建立明确的可写清单与禁写清单，并且要有一次彻底的历史内容清雷。**

第二，舆情风险会直接抵消内容投入。在这个行业，一条未处理的公开投诉，可以抵消几十篇内容的效果。**所以工作的起点不是发内容，而是先看现有外部记录。**

第三，归因周期长且单季波动大。用月度线索量衡量必然失真。**需要为客户设计跨申请季的观察口径。**

我的建议是：接这类客户时，先问一个问题——“**如果你的面谈转化率从三成提到五成，在不增加顾问人数的前提下，多出来的收入是多少？**”用这个数字来定义目标，比用“曝光量”来定义目标准确得多。

✦ **最后一句：**这个行业最贵的东西不是流量，是一个家庭愿意把孩子的一年交出来的那份信任。GEO在这里的价值，不是让机构说得更响，而是**让那些本来就在认真做事的机构，在恐惧泛滥的时候被准确地找到。**

本章要点回顾

- 给留学服务机构经营者
- 给GEO同行



附录 APPENDIX

机构AI可见性自检清单 · 数据来源 · 免责声明

Appendix · Study-Abroad GEO Toolkit

A 12条自检项

- ☐ 在三个主流AI产品里问“现在还值得留学吗”“留学机构怎么选”，看有没有自己
- ☐ 在AI里问机构全名，看它能否说清你的主营国家、服务阶段与边界
- ☐ 用“机构名+投诉”“机构名+退费”“机构名+跑路”检索，看结果里有多少独立信源
- ☐ 核查已发布内容中是否还残留“保录取”“内部名额”“百分百”等表述
- ☐ 核对合同签约主体、收款账户与对外宣传名称是否完全一致
- ☐ 检查分阶段付费安排与退费条款是否已公开可查
- ☐ 检查是否已明示学费须通过院校官方渠道缴纳、不代收
- ☐ 检查成功率、录取率类数据是否有明确的统计口径与统计区间
- ☐ 把机构名在搜索引擎翻三页，数一数有几个独立信源在描述你
- ☐ 核查是否已公开核心顾问的从业方向、人数与协作方式
- ☐ 去消费维权平台与本地论坛搜索自己，看有无未处理的公开投诉
- ☐ 在面谈登记中增加“您是通过什么渠道了解到我们的”，并开始记录

B 数据来源

- 教育部留学服务中心（2026中国留学论坛暨中国国际教育巡回展开幕式发布）：2025年度我国出国留学人员达57.06万人，留学回国53.56万人；留学回国人数较2024年增加4.06万人，较2023年增加12万人——**经新华社、中国教育报报道**
- 教育部：1978至2025年，各类出国留学人员累计达946万人，801万人完成学业，698万人在完成学业后选择回国发展；2020年以来留学回国人数首次超过出国留学人数，2021年留学回国人员突破百万大关
- 国家移民管理局（2026年1月28日新闻发布会）：2025年全国移民管理机构共查验出入境人员6.97亿人次，同比上升14.2%，创历史新高；其中内地（大陆）居民3.35亿人次、外国人8203.5万人次；全年签发普通护照2089.7万本——**主管部门公开发布**

4. 教育部留学服务中心2026年公开提示：跨境远程学习方式获得的国（境）外学历学位证书从未被纳入认证范围（5月、7月两次提醒）；2026年1-4月共99名认证申请人因提交虚假、伪造或无效资料被查实通报，将被出具《不予认证通知单》并面临1至3年公示
5. 教育部2026年7月提示：警惕以代缴学费、保证金名义截留学生款项；结合公安机关通报的温州留学中介诈骗案，涉案金额逾百万元、涉及多名受害人，相关责任人已被依法处理——**据新华社、中国教育报等公开报道**
6. 行业出清情况：2025年以来多家留学与语言培训机构出现关停或负责人失联，涉及大量未履行合同。公开报道显示此类案例的共同结构为：前端以“保录取”等承诺吸收高额预付款，后端依赖新学员费用填补旧账——**多家媒体公开报道，本文仅作行业事实陈述，不对任何具体机构作评价**
7. 全球化智库（CCG）调查统计：2025年新晋两院院士中53.5%有海外留学背景；72.6%新晋中国科学院院士、33.8%新晋中国工程院院士具有海外求学经历——**第三方研究机构测算**
8. 人力资源和社会保障部公开数据：70%以上的国家重点项目学科带头人、40%的国家科学技术奖获奖项目第一完成人、70%以上的教育部直属高校校长为留学回国人员
9. 留学服务市场规模与机构数量：不同第三方来源给出的测算区间差异较大（市场规模从120亿元到320亿元不等，持证机构数量口径亦不一致），本文**不采用具体数值作为论据**，仅说明行业整体处于调整期
10. 服务投诉类型分布（服务与承诺不符、隐形收费、申请失败无补救等比例数据）：来自第三方行业整理，**口径与样本不明确，仅作参考**
11. 目的地结构（英联邦国家、美国、其他地区的占比）：第三方整理数据，不同来源差异明显，**仅作参考**
12. 合规依据：《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国民法典》及教育部、国家移民管理局等主管部门公开提示的一般性要求——**本文相关表述不构成法律意见**

C 免责声明

1. **留学与出入境特别提示（请务必阅读）**：本文涉及的所有内容**不构成任何留学申请建议、院校选择建议、签证建议、学历学位认证意见或移民建议**，也不构成对任何机构、院校、项目、国家或地区政策的推荐与背书。相关事项均须以有关主管部门、院校官方与法律法规的最新规定为准。文中提及的案例仅作行业现象陈述，**不构成对任何机构的事实指控或评价**，具体情况请以司法与监管部门的公开结论为准。
2. 本文为行业方法论分享，不构成任何商业承诺、收益保证或投资建议。文中“可被AI推荐”“进入候选”等均指可能性，不代表确定结果，不同机构、不同城市的实际效果差异极大。
3. 本文涉及法规与监管提示的部分为公开信息的一般性整理，**不构成法律意见**。留学、签证、认证与移民相关政策更新频繁，具体执行请以主管部门最新口径及专业法律意见为准。
4. 本文数据均标注公开来源。第三方机构对留学服务市场规模、机构数量、目的地结构等的测算口径差异较大，文中已标注，涉及争议性数据的部分不作论据使用，引用时请以原始发布方为准。
5. 文中出现的家庭场景描述为基于公开信息整理的典型情境叙述，非特定企业或个人案例，亦不构成对任何经营主体的事实陈述。

6. 文中提及的平台、企业、品牌及产品仅作行业事实陈述，不构成推荐或背书，亦不代表作者与相关方存在任何商业关系。

7. AI产品的检索与生成机制持续变化，本文所述方法需结合实际情况自行验证与调整。

版权声明： 本文由温州云启创服科技有限公司发布。欢迎注明出处地转载与引用，禁止擅自改编后用于商业宣传。

本章要点回顾

- A12条自检项
- B数据来源
- C免责声明

C 联系我们

这份白皮书里的每一步，都可以直接落到你的机构自己身上。如果第三章的某个动作你想马上开工，或者只是想先知道“你的机构在AI里现在长什么样”，扫码加我们。



扫码添加企业微信，免费领取

回复 “**留学**” → 你的机构在AI里长什么样

回复 “**GEO**” → 这份白皮书的完整版与更新

回复 “**诊断**” → 我们帮你测一遍

添加后可先聊现状，不一定合作。我们只做合规范围内的事。

我们通常这样开始：

- ① **先测一遍。** 用你所在城市与品类的问题矩阵跑一遍主流AI，看你的机构现在被怎么描述、哪些核查标准你其实已经做到却从未公开。
- ② **再定清单。** 把能被AI引用的事实盘点成一张表，按“能立刻补”和“需要整理”排出优先级。
- ③ **然后动手。** 从信息全平台同源开始，一个季度一复盘——**按资产验收，不按发稿量付费。**

✦ 我们只交付能被核实的事实，不交付对结果的承诺。

创 始 人

陈 建 锋

温州云启创服科技有限公司

STUDY ABROAD

家长的犹豫， 正在整体迁移给AI

让 AI 看见你的资质 · 读懂你的边界 · 引用你的事实

◆ 云启创服GEO · 行业白皮书

创始人 陈建锋

温州云启创服科技有限公司

让认真做事的人，在AI时代也能被认真地找到