

GOOGLE AI SEO 出海项目团队

50 × Grok 子代理企业调研专项

中国人赴英旅游教育

高客单价机会与商业落地

调研报告

市场匹配 · 竞品报价与商业模式 · 利润核算

建站能力 × Google AI SEO 流量能力

报告日期 2026 年 8 月 6 日

编制方式 50 路 Grok 子代理并行联网调研 + 主编交叉核验

文档密级 内部战略参考 · 中文正式版

核心问题 赴英旅游教育能否做高客单价？机会在哪里？

裁决

执行摘要一页纸

条件性
Go。赴英「旅游教育」应当做高客单价，且高客单价是该赛道唯一可持续主战场。进入前提：可核验教育资产 + 信任闭环 + 内容 / SEO 询盘漏斗。明确 No-Go：低价观光换皮与不可核验的「名校营」。

46.3万 2024 赴英访问	£1,563 人均花费	约 10% 学习目的占比	5-12万 建议客单带
--------------------	----------------	-----------------	----------------

裁决项	建议
能否高客单	能，而且必须做。贵在可核验教育资产，不在景点清单。
客单锚点	验证带 5-6.5 万；利润锚 8-12 万；家庭旗舰 12-20 万+。
优先机会	牛剑官方夏校打包·亲子私家定制·公学+升学·专项营
商业形态	DTC 官网 + 内容获客 + 英方代理履约（轻资产前端）
团队杠杆	Google AI SEO 建站擅长「信任生产」，与高客单决策链匹配
不做清单	2.5-3.5 万假名校游、无监护出团、虚假官方话术

关键指标一览



图 0 关键指标条带

来源 VisitBritain / ONS IPS 2024；公开零售挂牌价综合；50 路子代理交叉核验。

目录

报告结构

一	执行摘要与核心裁决
二	调研方法、口径与编制说明
三	英国市场：入境结构与教育旅游供给
四	中国需求：画像、付费意愿与痛点
五	中英匹配：机会、缺口与进入时机
六	竞品案例、报价挖掘与网站结构
七	商业模式矩阵与客单价阶梯
八	高客单价机会深度论证
九	利润核算、成本拆解与盈亏平衡
十	商业模式 × 建站 × Google AI SEO
十一	90 天 MVP 路线与风险合规
十二	决策建议与行动一页纸
附	来源总表 · 子代理索引 · 术语 · 销售应答

本报告由 50 个 Grok 子代理按英国市场 / 中国需求 / 竞品报价 / 利润高客单 / SEO 建站五组并行联网完成，主编统一口径后汇总。第三方数据均标注机构与出处。ONS 2024 IPS 为 official statistics in development，跨年对比需谨慎。

01

执行摘要与核心裁决

能否高客单 · 机会优先级 · 行动建议

第一章 执行摘要与核心裁决

1.1 一句话裁决

条件性 Go（有条件进入）。赴英旅游教育赛道应当做高客单价；进入必须以可核验教育资产、信任闭环与内容询盘漏斗为前提，明确拒绝低价观光换皮。窗口在 2025-2026 恢复中段：量未回满、运力已超疫前、家长教育消费 K 型上移。

1.2 为何「能」做高客单价

- 需求侧：2024 年中国赴英约 46.3 万次，人均花费约 £1,563；约 1/10 目的为学习，显著高于全市场；16-34 岁约占 43%。
- 供给侧：牛剑学院官方/强背书夏校、公学寄宿、导师制床位刚性；课端公开常见 £3,000-£9,000+/期，叠加机票签证后 5 万以下含真资源极窄。
- 成本错配：2.5-3.5 万「观光贴研学标签」必然缩水或亏损；社交场对「付教育溢价、买旅游团」负面模板已成熟。
- 市场已教育：公开报价阶梯至 8-12 万（高端亲子/官方夏校）与 12-20 万+（家庭定制），并非无人买单。

来源 <https://www.visitbritain.org/research-insights/inbound-markets/china>；ONS Travel trends 2024。

1.3 机会优先级

优先级	形态	客单	成立理由
P0	牛剑官方/学院夏校 + 服务包	5-12万	溢价远大于成本差；录取可核验
P0	亲子双人 / 家庭私家游学	8-15万+	定制溢价；寒假窗口；顾问转化
P1	公学寄宿 + 升学顾问	4-8万+	升学资产；内容教育空间大
P1	艺术 / 音乐 / 体育 / STEM	4-8万+	主题差异化，避同质化

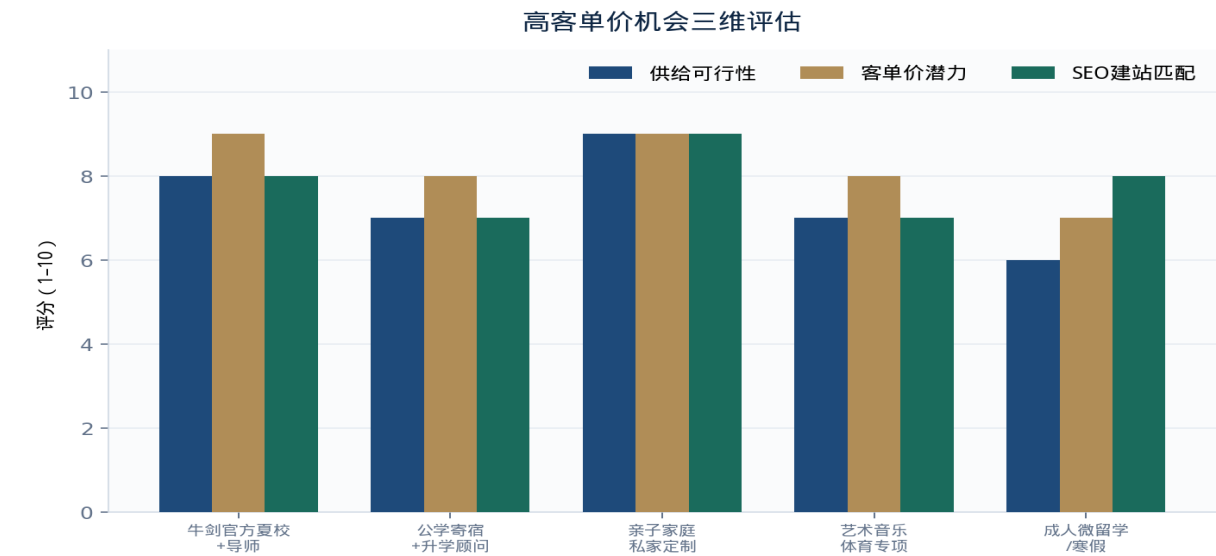


图 1 高客单价机会三维评估（供给·客单·SEO 匹配）

1.4 五条行动建议

- 定位：可核验名校履约的高客单 DTC，不做低价环英观光团。
- SKU：5-6.5 万验证转化；8-12 万利润锚；12-20 万+ 家庭旗舰。
- 获客：搜索 / 内容 / GEO 主引擎；OTA 仅辅助。
- 履约：先锁英方夏校/营地代理，再放量获客。
- 节奏：90 天完成站 + 内容 + 2-3 个可售 SKU + 询盘 SOP。

第二章 调研方法、口径与编制说明

2.1 组织方式

派出 50 路 Grok 子代理并行联网：A 组英国市场（01-10）、B 组中国需求（11-20）、C 组竞品报价（21-35）、D 组利润高客单（36-42）、E 组 SEO 建站（43-50）。各代理产出独立专章，主编交叉核验后成册。

组别	编号	职责
A 英国市场	01-10	入境、签证、目的地、夏校、成本、航线
B 中国需求	11-20	规模、热度、画像、付费、渠道、匹配
C 竞品	21-35	新东方 / EF / OTA / 代理 / 网站 / 报价阶梯
D 利润	36-42	成本拆解、ASP、四类高客单、盈亏
E SEO建站	43-50	关键词、IA、内容、SOP、90天、画布、摘要

2.2 口径约定

- 入境量价以 VisitBritain 转引 ONS IPS 为准。
- IPS「Study <1 year」≠ 中国游学产品销量。
- 客单价默认人民币挂牌价；机票/签证含否单独标注。
- 汇率测算多用 1 GBP ≈ 9.3-9.5 CNY（约估）。
- 置信度：官方统计高；媒体报价高；批发/CAC 中；战略判断中高。

2.3 能力边界

团队擅长关键词集群、落地页漏斗、内容生产与询盘 SOP，而非重资产营地或大规模地接。最优形态是「DTC 官网 + 内容获客 + 高客单可核验 SKU + 合约化英方履约」。

03

英国市场

入境结构·签证边界·教育旅游供给·季节性

第三章 英国市场：入境结构与教育旅游供给

3.1 中国赴英量价

2024 年英国接待中国（不含港澳）访问约 46.3 万次，总花费约 7.238 亿英镑，人均约 1,563 英镑。停留偏长、客群偏年轻（16-34 岁 43%）、过夜约 64% 在伦敦以外。度假约 41%，学习目的约 1/10。客源：北京约 33%、上海约 31%。

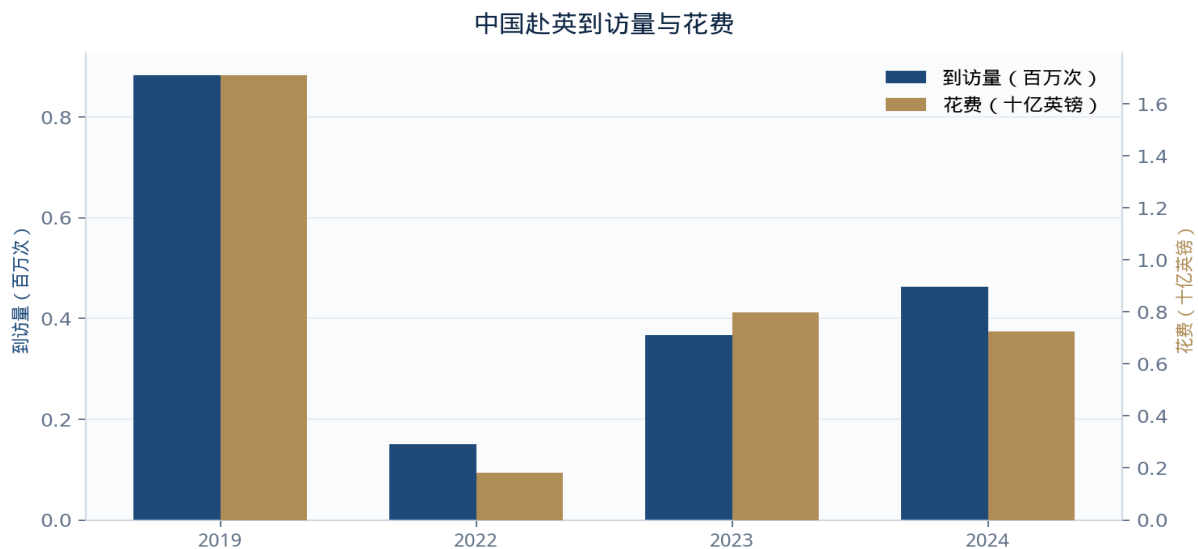


图 2 中国赴英到访量与花费 (VisitBritain / ONS)

2024 中国赴英出行目的结构

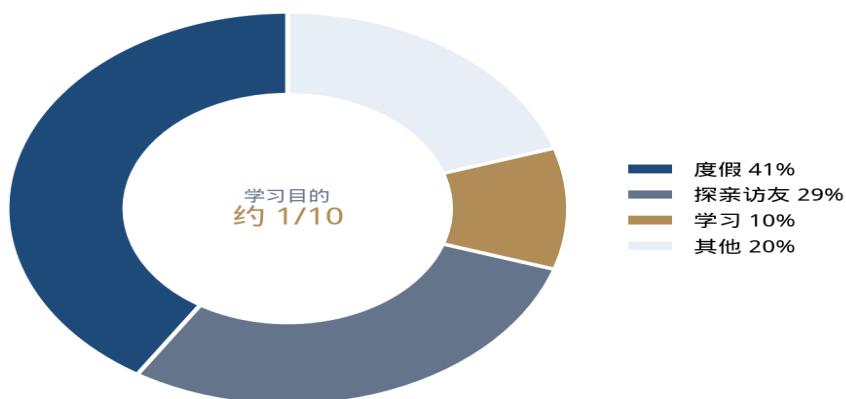


图 3 2024 出行目的结构

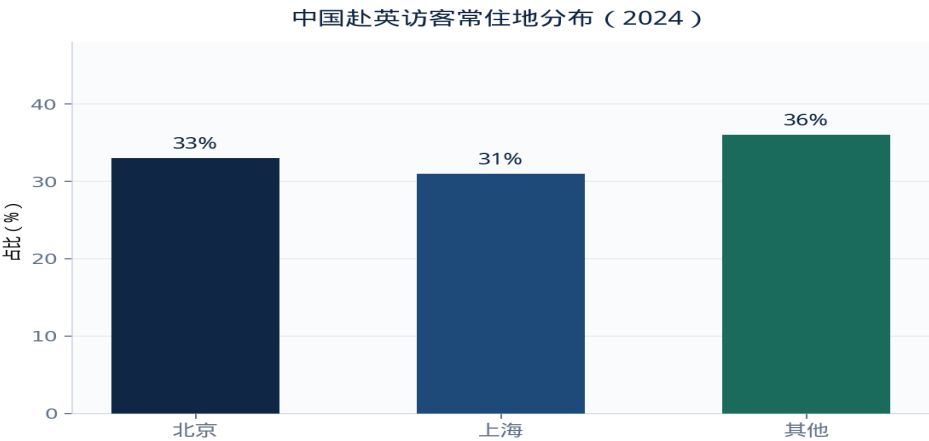


图 4 访客常住地分布

来源 VisitBritain China market page; China Market Snapshot; ONS IPS。

3.2 运力与签证

2025 年中英每周约 99 班、座位约 29,858；直飞速度较疫前高约 29%；约 88% 指向伦敦。主流游学走 Standard Visitor：正式学习须 Accredited Institution，课程 ≤6 个月，不得为公立学校/Academy。高客单应绑定可核验私校/大学夏校/认证语言机构。

来源 VisitBritain Access 指标；gov.uk/standard-visitor；Appendix V。

3.3 供给与季节

供给含：大学/学院夏校、公学寄宿营、English UK
语言学校+寄宿家庭、主题营地、教育旅行地接。代理公开周费常见 £1,500-£3,000；两周打包常见 £2,700-£6,500（不含中英机票）。

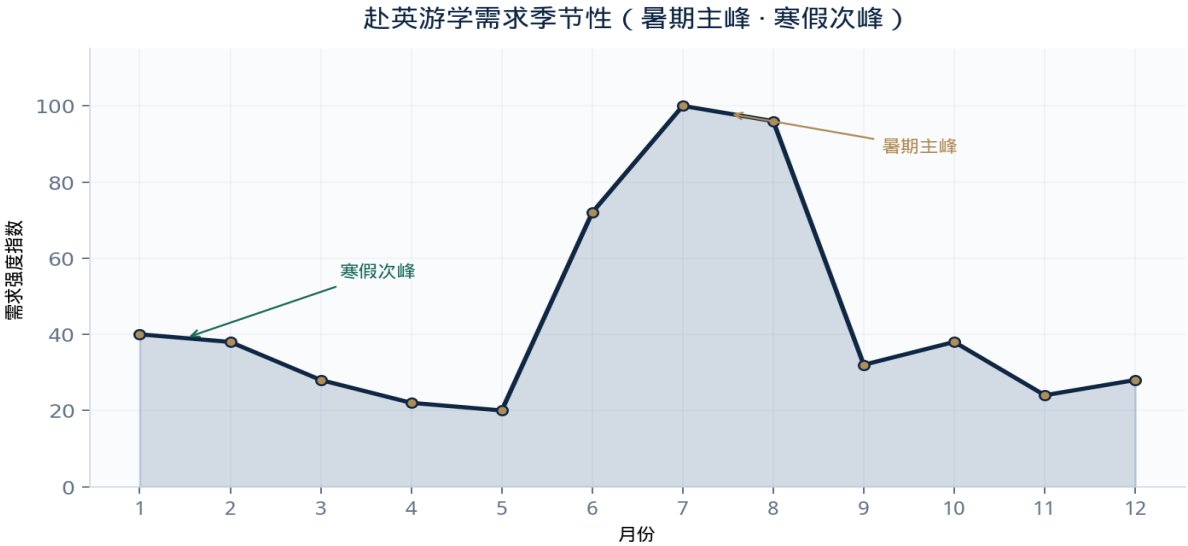


图 5 需求季节性：暑期主峰，寒假 / 春节次峰

04

中国市场需求

画像·付费五档·社交痛点映射

第四章 中国需求：画像、付费意愿与痛点

4.1 热度与地位

2024-2025 暑期英国为最热出境游学目的地之一；东南亚降价并未完全分流英美长线。英国仍是「教育身份消费」第一梯队；14-15 天产品从约 3 万抬至 5-6 万的案例密集。

来源 北京商报 / 中国青年报 2024-06、2024-07。

4.2 客群

维度	主流特征	业务含义
地理	京沪及一线 / 新一线	内容投放优先北上广深杭成
年龄	子女约 10-17 岁	SKU 按年龄拆页
决策	家长主导	话术对安全与焦虑
动机	英语 / 名校 / 背景 / 亲子	卖可核验资产
渠道	首次长途仍靠中介；高端愿付差异化	DTC 询盘可行

4.3 付费五档

档位	形态	接受度	证据
≈2.5万	短线 / 亚洲对照	对英国低	中
3.5-4万	OTA 性价比线	中高	高
5-6万	品牌英国线	高（验证最充分）	极高
8-12万	官方证书 / 亲子 / 专项	中（高净值）	中高
15万+	家庭豪华定制	窄众但真实	中低

锚点：新东方英国线公开约 5.18 万（暑期售罄案例）、寒假插班约 5.88 万；对比 2019 约 3.2-3.4 万。高客单可行 ≠ 标品涨价：8 万以上必须绑定稀缺可验证资源。

来源 中青报；北京商报；youxue.xdf.cn。

4.4 痛点 → 机会

- 价格水分 / 游而不学 → 录取信、课表、师生比、结业证明。
- 安全监护焦虑 → 监护配置、24h 联络、保险明细页。
- 拒签焦虑 → 材料清单与顾问 SOP（勿虚假承诺）。
- 名校真假 → 「如何识别官方项目」权威页抢 SEO / AI 引用。

第五章中英匹配：机会、缺口与进入时机

需求侧「愿为教育背书付高价」与供给侧「名校 / 公学 / 官方夏校稀缺」高度匹配；与「低价观光团、走马观花营」严重错配。应当做高客单价——锚点必须是可验证教育资产。

维度	中国需求	英国供给	匹配
年龄	青少年 / 青年	夏校 / 语言 / 营地	强
目的	学习占比高于均值	高校夏校成熟	强
花费	停留长、人均高	教育拉长停留	中强
心智	牛剑 / 公学溢价	可核验背书	强
渠道	中介重要；高端愿付费	中国区代理普遍	中强

结构性缺口

- 大众观光价带 vs 英国接待成本。
- 「牛津剑桥」心智 vs 可核验官方席位稀缺。
- 暑期配额刚性 vs 需求脉冲（售罄与加价并存）。
- 信息噪音高 → 内容站可做信任中间层。

06

竞品与报价

新东方 · EF · OTA · 夏校代理 · 网站结构

第六章 竞品案例、报价挖掘与网站结构

6.1 新东方（标杆零售）

产品矩阵：ESL 微留学 — 私校/全真插班 — 官方夏校 — 亲子/文旅。公开起价约 4.1-6.5 万/人（10-16 天）。模式：教育品牌信任 + 分校获客 + 一价全含 + 官方资源溢价。证明 5 万+ ASP 可规模化，但品牌与配额壁垒真实。

产品线	示例	公开起价
亲子文旅	趣英国约 10 日	约 ¥3.98-4.1万
ESL 微留学	私校微留学 ESL2 · 14天	约 ¥48,800
名校访学亲子	私校+名校访学 · 12天	约 ¥56,800
全真插班/暑校	伦敦中学暑校线 · 15天	约 ¥56,800
哈罗主题亲子	哈罗公学魔法夏校 · 14天	约 ¥52,800

来源 youxue.xdf.cn；子代理 21。

6.2 其他玩家

类型	代表	价格带	要点
国际品牌	EF	约 4.5-6万+	全球营地+信任
传统社	中青旅等	涨跌不一	批发零售
OTA	去哪儿等	含机票约 3.5-4万	比价货架
垂直营地	开心冬夏令营等	约 4.5-6.2万	主题+咨询
夏校代理	ukllt 等	£1500-3000/周	锁位+服务
私家定制	开元周游等	起价约 3万+，定制更高	专车专导

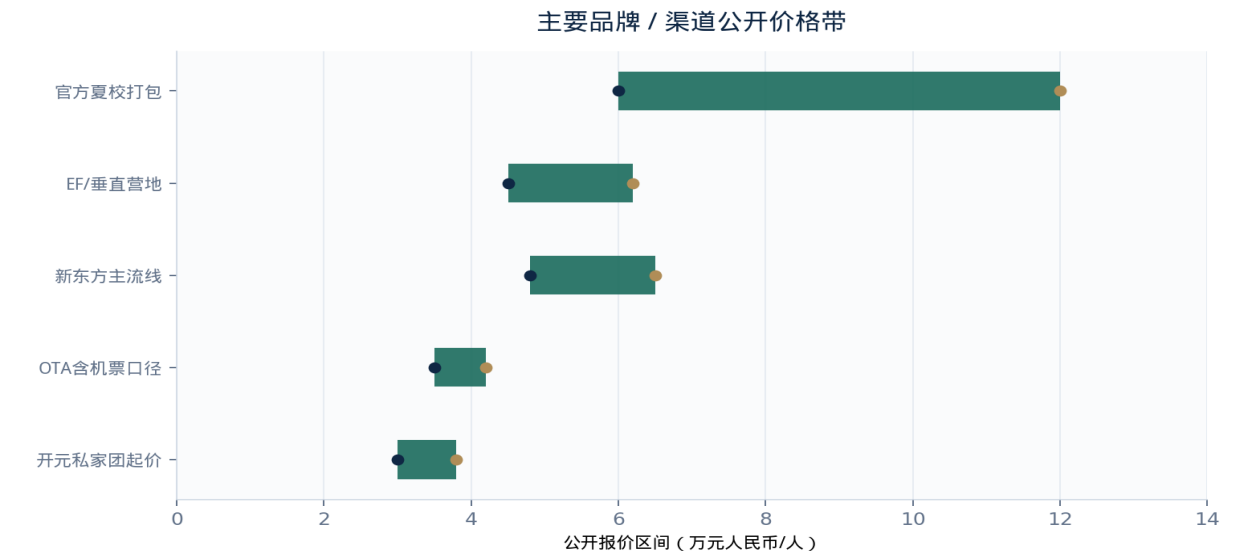


图 6 主要品牌 / 渠道公开价格带

6.3 网站启示

标杆共性：年龄/主题筛选、SKU 标价与售罄社会证明、攻略集群、电话+表单、校徽与安全声明。可差异化：双语权威页、官方核验指南、透明成本结构、高客单顾问预约漏斗。

第七章 商业模式矩阵与客单价阶梯

模式	客单	毛利	匹配度
OTA 货架	偏低-中	佣金后薄	低
品牌零售	中高	中	中（缺分校）
夏校代理打包	中高-高	服务费+加价	高
DTC 内容询盘	高	高（履约可控时）	最高
私家定制	很高	高但人力密	高（旗舰）

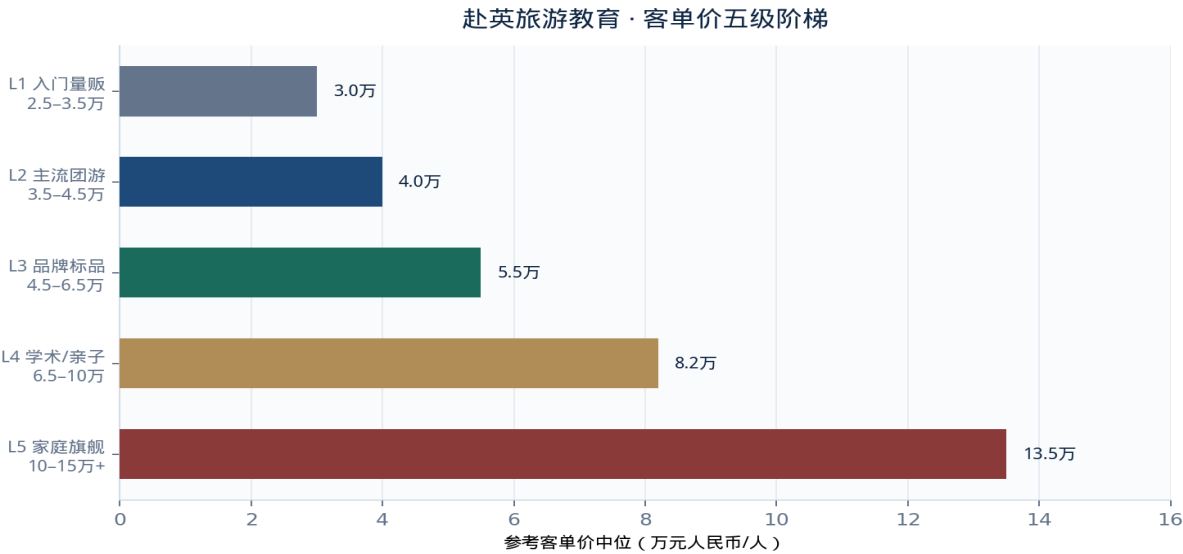


图 7 客单价五级阶梯

6.5 万以上几乎不再靠「多逛景点」涨价，而靠稀缺学术供给、家庭打包、舱位升级与私密服务。团队应避免 L1-L2 比价红海，内容锚定 L4-L5。

08

高客单价机会

牛剑夏校·公学升学·亲子定制·专项营

第八章 高客单价机会深度论证

8.1 牛剑官方夏校 + 导师

心智溢价最大的单人产品。课端数千英镑；叠加机票签证接送保险与可选 1对1 后，零售自然落在 5-12 万。成功要件：真实录取与结业证明、披露官方/场地/第三方边界、名额日历。SEO 匹配极高：「牛津夏校费用」「剑桥暑期课程」决策词明确。

8.2 公学寄宿 + 升学顾问

哈罗等主题营已有约 5 万级挂牌。打包寄宿体验 + 升学诊断 + 选校工作坊，从「旅游」升级为「升学资产」，适合 1-3 年内英高/英本家庭。

8.3 亲子 / 家庭私家游学

家庭总客单常 8-20 万+。寒假春节窗口竞争缓和，父母陪同降低监护复杂度。交付：专车专导、弹性行程、名校深度日、亲子课堂、高端住宿。DTC 顾问转化黄金场景。

8.4 专项营

艺术 / 音乐 / 体育 / STEM 以主题稀缺避开「又一个牛剑一日游」。用作品集与训练成果作履约证据。

8.5 共同条件

- 可核验：录取、课表、住宿、结业可被交叉验证。
- 可感知结果：测评对比、作品集、升学动作清单。
- 风险可控：签证、保险、监护写入合同与网页。
- 叙事分离：主叙事坚持高客单；引流款独立标注。

09

利润与风险

成本拆解 · 情景毛利 · 团期缓释

第九章 利润核算、成本拆解与盈亏平衡

标准 14 天全包零售常见约 3.8-5.5 万。交付成本约占售价 78%-85%；叠加营销后贡献毛利多约 5%-15%。拉开毛利的杠杆：营地议价与分层、SEO/私域获客、把客单抬到官方夏校/公学带而不等比例抬成本。

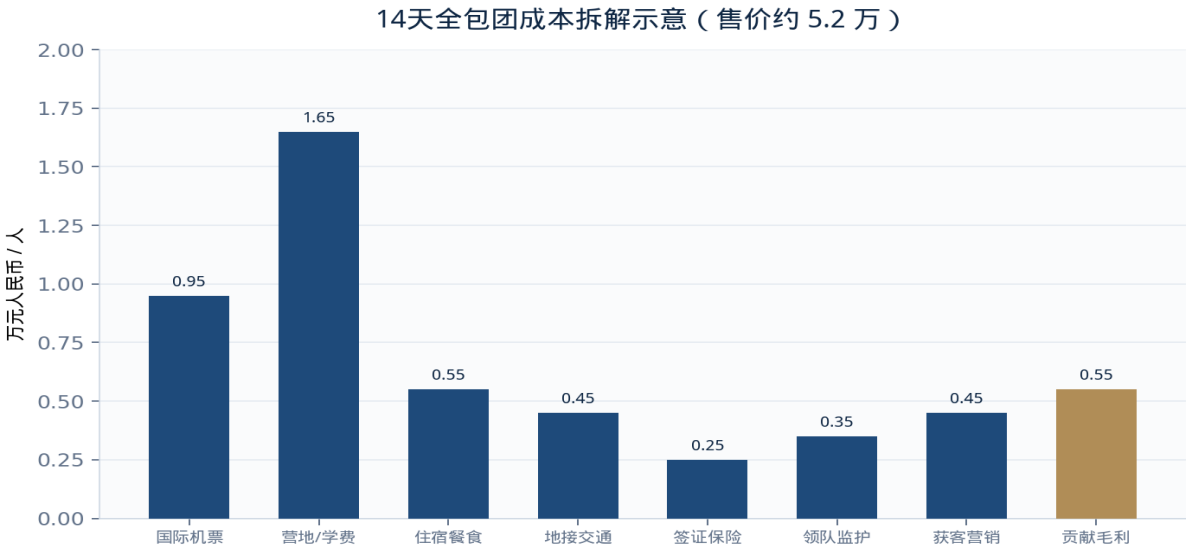


图 8 14 天成本拆解示意（售价约 5.2 万）

情景	售价	贡献毛利	适用
保守标准团	4.2万	约 5%	不建议主推
主流品牌团	5.2万	约 12%	验证转化
官方夏校打包	8.5万	约 22%	利润主仓
亲子双人均摊	9.5万/人	约 29%	寒假旗舰
家庭定制总包	16万/家庭	约 33%	高净值

来源 子代理 08 / 36 / 42；汇率假设约 1GBP=9.5CNY。示意非审计报表。

团期风险缓释

风险	缓释
不成团	小团定制底价；共享出发；截止日规则
退费潮	阶梯退费；保险；可转让名额
汇率 / 机票	锁汇；早鸟；价差条款
拒签	材料预审；拒签规则透明
季节现金	寒假产品；定金政策；全年内容获客

10

商业模式与流量

定位·画布·关键词·建站漏斗

第十章商业模型 × 建站 × Google AI SEO

定位：为中国一线 / 新一线家庭，提供以牛津 / 剑桥官方夏校与升学模块为核心、可核验名校履约的高客单价赴英游学 DTC 品牌——用搜索与内容完成信任教育，用官网询盘完成高客单转化。

建议成熟期收入结构

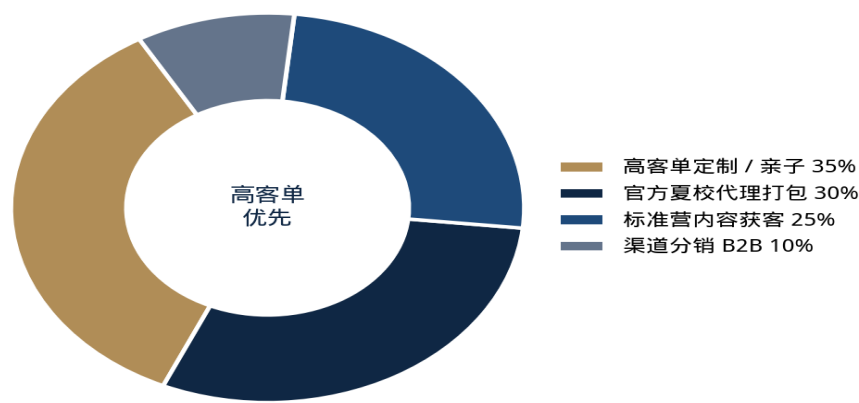


图 9 建议成熟期收入结构

关键词漏斗

阶段	中文意图	英文锚点	转化
认知	英国游学 / 夏令营	/uk-study-tours/	线索
考虑	牛津剑桥暑期区别	/oxford-summer-school/	预约
决策	价格 / 签证材料	/pricing/ /visa/	报名
验证	官方还是第三方	/verify-official/	信任

SEO → 询盘 → 成交漏斗（高客单站示意）

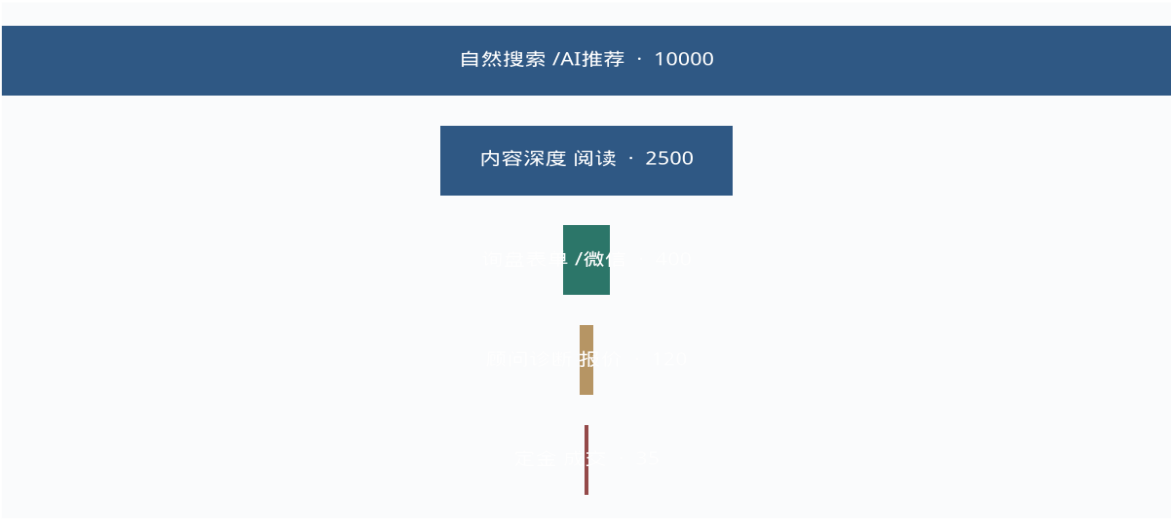


图 10 SEO → 询盘 → 成交漏斗

高客单成交依赖顾问诊断。网站目标是高质量询盘，而非一键下单旅游团。KPI：非品牌进入、指南停留、询盘率、有效意向、定金周期、客单分布。

第十一章 90 天 MVP 与风险合规

阶段	周次	关键交付
基建	W1-2	资质路径；域名；品牌叙事；英方 2-3 家意向
建站	W3-5	IA；产品页 3 条；签证/核验指南；询盘+CRM
内容	W6-8	40-60 篇集群；Schema；双语关键页
获客	W9-10	搜索观察+精选投放；顾问 SOP；早鸟名额
转化	W11-12	高客单方案模板；CAC 复盘；下季床位

红线清单

类别	红线	应对
资质	无许可擅卖旅游产品	持牌主体或合规分账
宣传	虚假官方 / 录取保证	用语审核；可核验表述
签证	承诺必过	预审；免责条款
未成年	监护缺失	书面方案；保险；英方资质
供应链	超售 / 假项目	确认函；付款节奏
舆情	游而不学 / 事故	履约标准；危机预案

决策红绿清单

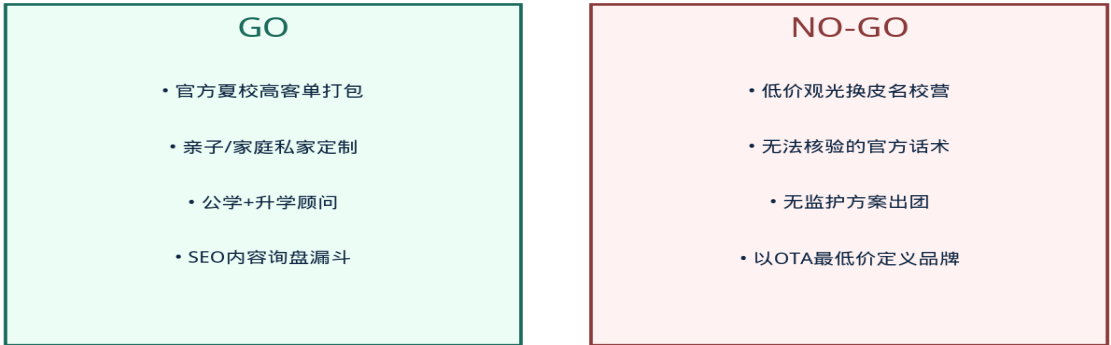


图 11 GO / NO-GO 决策清单

第十二章 决策建议与行动一页纸

裁决	事项
GO	高客单 DTC：官方夏校、亲子定制、公学+升学、专项营
GO	内容 + SEO + GEO 主获客；顾问闭环成交
GO	先锁英方供给再放量广告
NO-GO	2.5-3.5 万观光换皮作主航道
NO-GO	无法核验的「牛津剑桥官方」话术
NO-GO	无未成年人监护与保险方案出团
条件 GO	OTA 仅辅助且保护价

终局判断：中国人赴英旅游教育不是「能不能卖贵」，而是「贵在什么上」。VisitBritain 证明教育动机与高花费客群存在；公开零售证明 5-6 万已是主流验证带、8-15 万+ 有真实样本。把 Google AI SEO 建站能力用在可核验教育资产的信任生产上，高客单价不仅可能，而且是正确主战场。

两周内下一步：确认持牌路径 → 锁定 2 家英方供给 → 上线 Hub + 2 个产品页 + 核验指南 → 顾问 SOP 跑通 10 个模拟询盘。

附录 A 主要数据来源

来源	用途	出处
VisitBritain China	入境量价、目的、年龄、运力	visitbritain.org/.../china
ONS IPS 2024	官方入境统计	ons.gov.uk/.../traveltrends/2024
GOV.UK Visitor	签证与短期学习	gov.uk/standard-visitor
北京商报 / 中青报	游学热度与价格带	2024-06 / 2024-07
youxue.xdf.cn	竞品公开挂牌	新东方游学官网
ukllt 等代理站	夏校周费	公开页面
50 路子代理专章	分主题深挖	赴英旅游教育出海调研_2026/agents/

附录 B 50 路子代理索引

A01 入境 A02 供给 A03 签证 A04 目的地 A05 夏校 A06 语言学校 A07 季节 A08 成本 A09 英方竞品 A10 航线
B11 规模 B12 热度 B13 画像 B14 付费 B15 痛点 B16 留学交叉 B17 细分 B18 寒假 B19 渠道 B20 匹配
C21 新东方 C22 传统社 C23 EF C24 OTA C25 营地 C26 留学机构 C27 夏校代理 C28 私家团 C29 模式 C30 网站 C31 SEO
C32 CAC C33 DMC C34 空白 C35 报价阶梯
D36 成本 D37 ASP D38 牛剑 D39 公学 D40 家庭 D41 专项 D42 盈亏
E43 关键词 E44 IA E45 内容 E46 SOP E47 90天 E48 风险 E49 画布 E50 摘要

附录 C 官方夏校代理经济学

类型	示例价	对零售含义
中端语言/营地周费	£1,500-£2,200/周	两周课住约 2.8-4.2 万（不含机票）
公学场地高端	约 £2,950/周	两周课端近 5.5 万+，含机票易上 8 万
第三方牛剑学术营	两周约 £7,000-£7,500	叠加服务后 10 万+ 可成立

代理站常称「零服务费」，收入多来自校方返佣（行业可见约 15%-20% 量级）。高客单来自中国侧打包：机票、签证、领队、行前课、升学顾问、亲子同住。建议「透明课端价清晰服务包加价」。

来源 ukllt.com；SBC / 运营商公开价；子代理 27 / 38。

附录 D 可售 SKU 卡片

SKU	客单目标	核心交付
A 牛剑夏校服务包	8-12万/人	录取+课住+签证陪同+可选导师
B 寒假亲子私家	家庭 8-15万+	专车专导+名校深度日+高端住宿
C 公学+升学	5-9万	寄宿体验+升学诊断+选校工作坊
D 专项营	5-8万+	专业场地+导师+作品集成果

附录 E 销售异议标准应答

异议	应答要点	页面支撑
为什么比 OTA 贵？	列含不含对照：课住、师生比、保险、顾问	费用透明页
是不是假牛津？	录取主体法律名+官网核验路径；第三方如实披露	核验指南
拒签怎么办？	预审清单+阶梯退费；不承诺必过	签证 FAQ
英语跟不上？	分班测评+补课；预期管理书面化	产品 FAQ
还能再便宜？	给三档方案；降价必降交付，不暗砍安全	方案 PDF

销售纪律：高客单靠解释价值，不靠临时折扣。禁止任何「保证录取 / 保证提分 / 保证名校」表述。

附录 F 术语

术语	含义
IPS	International Passenger Survey
ASP	客单价 Average Selling Price
DTC	Direct to Consumer 官网直达
DMC	Destination Management Company
GEO	Generative Engine Optimization
ESL	English as a Second Language
G5	牛津、剑桥、帝国理工、UCL、LSE 等惯称

附录 G 90 天执行周计划

周	建站	内容	供应	增长
W1	域名/品牌	栏目大纲	英方长名单	竞品词盘点
W2	线框设计	核验指南初稿	询价模板	Search Console
W3	首页+Hub	签证 FAQ 10篇	意向签约1	表单+CRM
W4	产品页 A/B	费用对比5篇	意向签约2	顾问脚本 v1
W5	英文实体页	目的地4城	床位日历	询盘字段测
W6	家长指南	防坑10篇	保险地接价	内链结构
W7	Schema/FAQ	亲子案例页	退改法务审	小预算词测
W8	信任区改版	升学打包页	锁首批名额	创意 A/B
W9	CWW 优化	按拒单改文案	候补机制	加码高意向
W10	热图复盘	企微序列	旺季锁量会	CPA 校准
W11	方案 PDF	行前课大纲	领队人力池	漏斗复盘
W12	下季排期	Q4 内容日历	合同归档	预算申请

投放测试池建议控制在约 3-5 万元封顶；AI 内容必须人工校对价格、校名与签证表述。

附录 H 置信度与主张对照

编号	主张	来源	置信度
K1	2024 中国赴英 46.3 万次、£7.238 亿、人均 £1,563	VisitBritain/ONS	高
K2	学习目的约 1/10；16-34 岁 43%；京沪 33%/31%	VisitBritain	高
K3	2025 直飞速位高于疫前约 29%	VisitBritain	高
K4	Visitor 短期学习不超过 6 个月且须 Accredited	GOV.UK	高
K5	英国为 2024 暑期热门游学目的地	北京商报等	高
K6	含机票英美约 3.5-4 万（2024 暑期 OTA 口径）	去哪儿/商报	中高
K7	新东方英国线约 4.1-6.5 万公开起价	youxue.xdf.cn	高
K8	夏校周费约 £1500-3000	代理站公开页	中高
K9	标准团贡献毛利约 5-15%	成本模型	中
K10	8-15 万+ 高客单可行且应为主战场	综合判断	中高

附录 I 董事会一页纸

- 市场：中国赴英恢复中，教育动机占比高于均值，人均花费高，京沪主导。
- 需求：家长愿为英国教育体验付 5-6 万；8-12 万需稀缺可核验资源。
- 竞争：新东方/EF/OTA/代理已占位；空隙在透明核验 + DTC 询盘 + 高客单定制。
- 利润：标准团薄；官方夏校打包与家庭定制才是陡峭利润区。
- 能力：团队擅长 Google AI SEO 建站与内容，匹配高客单信任生产。
- 裁决：条件性 Go。主攻可核验高客单；No-Go 假名校低价游。

两周内：确认持牌路径；锁定 2 家英方供给；上线 Hub+2 个产品页+核验指南；顾问 SOP 跑通 10 个模拟询盘。

决策红绿清单

GO	NO-GO
• 官方夏校高客单打包 • 亲子/家庭私家定制 • 公学+升学顾问 • SEO内容询盘漏斗	• 低价观光换皮名校营 • 无法核验的官方话术 • 无监护方案出团 • 以OTA最低价定义品牌

图 12 GO / NO-GO（附录复述）

附录 J 研究方法与免责声明

本报告所有量化判断均建立在可追溯公开来源与子代理专章交叉核验之上。VisitBritain / ONS 提供入境量价主锚；GOV.UK 提供签证合规边界；新东方游学官网、代理站与主流媒体提供零售价格带；利润表为战略情景示意，非会计审计。落地前须完成：持牌主体确认、英方书面确认函、中国侧旅游与广告宣传合规审阅、未成年人保护方案。

ONS 标注 2024 IPS 为 official statistics in development，不背书与历史年份的简单同比。将 IPS 「Study <1 year」直接等同中国游学产品销量属于错误外推，本报告已避免该误用。

50	12	10+	>30
Grok 子代理	精修图表	核心来源机构	报告页数目标

—— 报告全文完 ——

编制：Google AI SEO 出海项目团队 · 50×Grok 子代理调研组 · 2026年8月6日
文件：桌面 / 中国人赴英旅游教育_高客单价商业调研报告_2026.pdf

本报告仅供内部战略决策参考。报价与签证费率可能调整，落地前以官方页面与持牌专业意见为准。