

VIPKID

所属行业：互联网教育

参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

VIPKID 专注为 4-12 岁少儿提供专业的北美外教在线 1 对 1 英语学习体验。通过专属 6E 循环教学法，为少儿打造沉浸式的学习体验，专属教师，量身定制课程。

旨在通过极致、高效、趣味的英语学习体验，为小朋友带去最纯正的英语语言学习及美式教育。

VIPKID，创立于 2013 年底，由长江商学院孵化，北极光、经纬中国、创新工场和红杉资本和真格基金联合投资，通过 1 对 1 实时在线视频学习平台，把中国小朋友和北美外教进行连接。

数据显示，当前 VIPKID 付费学员数已突破 50 万，遍布全球 63 个国家和地区，平台上北美外教超过 6 万名，每天课程数量超过 18 万节，且这一数据仍在迅速增长。

在知识产权媒体 IPRdaily 联合 incoPat 创新指数研究中心发布的“2018 年全国独角兽企业发明专利排行榜”中，VIPKID 也成为**在线教育行业中拥有专利最多的企业。**

VIPKID 拥有北美外教资源，使用的教材也是符合 CCSS（美国小学课程标准）的教材。

2017 年 12 月 VIPKID 获评“2017 年度中国创客企业”

2017 年 12 月 VIPKID 荣获“2017 BT Awards 年度创新企业”

2017 年 12 月 VIPKID 荣获“2017 年度影响力外语培训品牌”

2017 年 11 月 VIPKID 荣获“2017 年度影响力教育集团”奖

2017 年 11 月 VIPKID 荣获“2017 中国品牌价值少儿英语机构”

2017 年 11 月 时代影响力·中国商业案例 TOP30

2017 年 4 月 VIPKID 荣获 2017 非凡盛典年度最具价值创新产品奖

2016 年 10 月 VIPKID 入围中国最具投资价值 50 强名单

2016 年 7 月 VIPKID 荣获 2017 智造中国最具价值奖

2018 年数字营销影响力表现

新华网 2018 年优秀教育企业榜单公布：VIPKID 斩获“年度影响力教育品牌”

以“解锁未来”为主题的第九届新华网大国之声教育论坛 2018 年 11 月在京举行，新华网教育与教育界专家学者共同公布了 2018 年度优秀教育企业名单。在线少儿英语教育品牌 VIPKID 一举斩获“**2018 年度影响力教育品牌**”，这也是 VIPKID 第二年收获新华网的肯定，由此不难看出，其在在线少儿英语领域受到了家长和市场的广泛认可。



36 氪公布 2018 年新经济榜单：VIPKID 获评“在线教育之王”

以“新经济之王”为主题的 36 氪 WISE 大会在京举办。在线教育领军品牌 VIPKID 凭借全球范围最快的增长速度和良好的用户口碑赢得“**在线教育之王**”称号，继续在垂直赛道上实力领跑。

根据中科院过去一年发布的《2017 年中国在线少儿英语教育白皮书》显示，**VIPKID 一家独占 55% 市场份额**，在线少儿英语每两个学员中就有一个在 VIPKID 学习，强大的行业影响力可见一斑。



胡润发布独角兽指数报告 VIPKID 估值翻倍位列行业第一

胡润研究院公布《2018 胡润大中华区独角兽指数》报告。榜单显示，大中华区估值超过 70 亿的独角兽企业最近一年从 120 家增加到 186 家。教育行业共有 8 家公司入围，其中，VIPKID 一年内估值翻倍，从 2018 年初的 100 亿元增长至 200 亿元，排名上升 7 位，位列教育行业第一。

2018 估值增长最多的独角兽企业 (部分名单)	
企业名称	2018 年估值增长
蚂蚁金服	150%
寒武纪科技	114%
知乎	114%
VIPKID	100%
菜鸟网络	100%
京东数字科技	100%
淘票票	50%
金山云	43%
网易云音乐	43%

胡润 2018 中国创新品牌 50 强：华为、VIPKID、小米上榜

胡润研究院发布《2018 胡润中国创新品牌 50 强》榜单，基于营销创新、产品创新、渠道创新三大创新维度，最终以华为、小米、VIPKID 为代表的 50 家企业入选榜单。值得一提的是，在线教育科技公司 VIPKID 受到胡润研究院青睐，已经连续五次上榜，也是此次唯一一家上榜的教育企业。

2018胡润中国创新品牌50强					
品牌	行业	城市	品牌	行业	城市
爱奇艺	影视传媒	北京	联想	数码	北京
Bilibili	影视传媒	上海	链家	生活服务	北京
抖音	影视传媒	北京	美的	家用电器	佛山
华为	数码	深圳	美图	科技	厦门
农夫	食品饮料	杭州	美团	生活服务	北京
拼多多	电子商务和零售	上海	蒙牛	食品饮料	呼和浩特
天猫	电子商务和零售	杭州	民生银行	金融	北京
VIPKID	教育	北京	平安	金融	深圳
小红书	电子商务和零售	上海	浦东发展银行	金融	上海
小米	数码	北京	QQ音乐	影视传媒	深圳
OPPO	数码	东莞	苏宁	电子商务和零售	南京
百度	科技	北京	汤臣倍健	医疗健康	珠海
大疆	数码	深圳	淘宝	电子商务和零售	杭州
滴滴出行	生活服务	北京	腾讯	科技	深圳
斗鱼	影视传媒	武汉	VIVO	数码	东莞
饿了么	生活服务	上海	万达	房地产、影视传媒	北京
哈尔滨啤酒	酒类	哈尔滨	王老吉	食品饮料	广州
海尔	家用电器	青岛	网易	科技	广州

新华社聚焦改革开放 40 年 华为、VIPKID 成中国企业出海新名片

新华社英文版就改革开放刊发专题报道，称中国进一步扩大改革开放带来丰硕成果，为世界各国互利共赢做出了积极贡献。在改革开放的 40 年中，中国企业的国际形象发生巨变，如今中国不仅仅只有“中国制造”，更涌现出了大批世界领军者企业，以华为、腾讯、VIPKID 为代表的企业成为中国出海新名片。



Spotlight: China's changing image, unwavering commitment to opening-up

Source: Xinhua | 2018-12-14 12:29:03 | Editor: Yurou



Xinhuanet App 

BEIJING, Dec. 14 (Xinhua) -- Bao Ronglin, 55, has witnessed China's dramatic transformation through its 40 years of reform and opening-up both within and outside the country.

China's image has changed, said the naturalized Mexican, who was born in eastern China and now runs a business conglomerate in Mexico.

报道称，中国的创新企业如今改变了此前廉价劳动力的驱动导向，而是以科技驱动、创新的方式获

得快速成长，其中华为、VIPKID 等企业的发展从一定程度上体现了中国改革开放的成果。如今，华为已经成长为全球通讯科技的领导者，而 VIPKID 则通过创新型的在线教育模式加速全球优质教育资源流动，成为全球在线教育的领导者。

VIPKID 亮相央视《新闻直播间》 人工智能让学习更有趣

2018 年 11 月 7 日上午，乌镇世界互联网大会 VIPKID 亮相引发关注，央视《新闻直播间》节目以“人工智能助力传统教育”专题报道 VIPKID 等教育科技企业的创新成果。



在人工智能、学习互动上，VIPKID 取得了一定成果。近日，在线少儿英语品牌 VIPKID 推出全新的 VIPKID 互动课堂，通过用虚拟场景精准匹配教学内容，给孩子带来了全感官、富有情感的沉浸式学习体验，来激发孩子学习兴趣，提升孩子的学习能力。

VIPKID 正式携手“哈利·波特” 为中国儿童打造“阅读魔法季”

知名少儿英语品牌 VIPKID 与“哈利·波特”出版方 Scholastic 美国学乐出版集团宣布达成战略合作，双方将围绕“哈利·波特”等享誉世界的优质图书，共同打造适合中国儿童的“英语阅读魔法季”，而这也就是这部全球知名的经典读物首次被引入国内在线少儿教育市场。



据介绍，这次合作也是 VIPKID “全球顶级教材开发者计划”的组成部分。按照此前规划，VIPKID 未来 5 年内将与全球最知名的 20 家权威教育机构达成版权引入和教材研发等深度合作，为中国小学员提供更丰富的英语学习内容。

VIPKID 与微软中国达成战略合作 加速全球化部署

VIPKID 在北京召开 2018 年战略发布会，除宣布与微软达成战略合作外，VIPKID 还对外公布以教育、科技、服务为核心的“V+战略”。公司创始人及 CEO 米雯娟表示，公司将围绕教育、科技、服务三个方面，重新定义在线教育的行业标准。公司业务将从中国少儿在线英语教育，升级成为面向全球青少年提供一站式、覆盖 0-18 岁高品质英语学习方案的服务商。



围绕该战略，VIPKID 进行了一系列举措，并在发布会上公布。举措包括：推出覆盖 0-18 岁年龄层学员的课程体系规划，推出家长七月服务和第三代教育技术引擎，推出全家英语计划 VIPFamily。此外，VIPKID 旗下 6 个教育品牌也在发布会上正式对外公布。

定下“三年十城百国”战略，腾讯云助力 VIPKID 加速布局



VIPKID 发布“三年十城百国”国际化战略，眼光已不仅限于国内。根据这个计划，VIPKID 将在未来三年在全球 10 个重要支点城市开设办公室，将教育服务覆盖到 100 个国家。

VIPKID 与 SSAT 达成战略合作 携手开发素质教育课程



在线少儿英语教育品牌 VIPKID 宣布与 SSAT (Secondary School Admission Test) 达成战略合作，双方将携手打造国际素质教育权威测评体系，共同助力提升孩子综合素质能力。**VIPKID 也由此成为 SSAT 官方指定的中国大陆地区独家线上合作伙伴。**据介绍，目前，VIPKID 拥有涵盖 63 个国家的 50 多万付费学员；6 万名北美教师；教研人员超过 400 名，平均有 8 年以上的教学经验。

预计未来 5 年内，VIPKID 将与全球顶尖的 20 家教育机构携手，进行教学内容深度研发，为中国小学员打造顶级的素质型学习内容，刷新世界在线教育水平。

VIPKID 与全球 K12 顶级出版集团 HMH 独家战略合作

全球领先的少儿英语品牌 VIPKID 宣布与全球最大教育出版机构之一的 HMH (霍顿·米夫林哈考特集团) 达成深度战略合作，将 HMH 旗下经典的北美主流中小学阅读和语言艺术教材，进行本土化和线上化的深度研发，以适应中国市场非英语母语环境下的旺盛学习需求。通过此次合作，VIPKID 成为 HMH 国际课程体系中国独家合作品牌，以及**全球首个获得 HMH K12 完整教材版权的在线教育公司。**



VIPKID 发布“超能”系列课程

据了解，这次 VIPKID 引入的三大教材赫赫有名。Journeys 教材目前有 670 万美国小学生每天在使用；Escalate English 教材曾获得有着英语教材界“奥斯卡”之称的“科迪奖”金奖；Collections 教材则是美国现在初中和高中的唯一语文教材。



日本《每日新闻》：中国数字化趋势引领全球阿里、VIPKID 成技术创新代表

日本最具权威性媒体《每日新闻》针对中国数字化趋势刊发重点报道，称技术的持续创新让中国涌现出大量杰出技术公司。报道称，在 2000 年左右，中国相继诞生了阿里巴巴、百度、腾讯、京东等全球性科技巨头；如今，以 VIPKID 为代表的教育科技公司崛起，进一步彰显了中国经济活力和技术创新能力。

VIPKID 是全球最大的在线青少儿英语教育平台，凭借互联网和在线直播技术，将北美外教和全球学生连接在一起，加速全球优质教育资源流通，让全世界优质教育资源实现共享和普惠。数据显示，VIPKID 平台北美外教签约人数超过 6 万名，付费学员数量超过 50 万，每日课程数量超过

18 万节。



2019年1月25日 | その他

中国注目IT企業は「VIPKID」「iCarbonX」 — NTT DATA Innovation Conference 2019



毎日アジアビジネス研究所コラムニストで日本企業（中国）研究員執行院長の陳言氏＝写真＝が1月25日、東京都港区のホテルで開催された「NTT DATA Innovation Conference 2019」（NTTデータ主催）に登壇し、「中国デジタル化最新トレンド」と題して講演した。（毎日アジアビジネス研究所）

毎日アジアビジネス研究所
〒100-8051
東京都千代田区一ツ橋1-1-1
Tel:03-3212-2494
お問い合わせはこちら

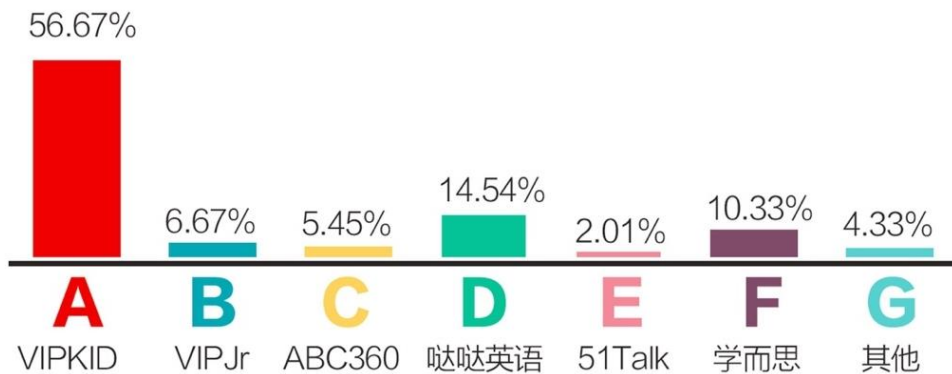
VIPKID 助力乡村教育 为 3 万贫困儿童每周提供一节外教课

VIPKID 从 2017 年 3 月开始推出“乡村公益英语课堂”项目，致力于通过在线直播课帮助乡村儿童提升英语学习兴趣和交流能力。VIPKID 公益项目负责人表示通过与专业公益机构的合作，在 2018 年给 **1000 所**乡村学校超过 **3 万儿童**带去了生动有趣的在线英语直播课，让乡村儿童可以通过 VIPKID 公益项目获得原汁原味的英语教学内容，点燃对未来的梦想。

10000 组家庭英语学习大调查：北美外教受欢迎 近 6 成家庭选择 VIPKID

中国精英管理杂志《商学院》面向 10000 组中国精英家庭发起了中国儿童英语学习调查。调查报告显示，“英语学习从娃娃抓起”已经成为家长的一致共识；在家长为孩子选择教育机构时，师资力量和孩子学习效果成为最受家长重视的两大因素；对于选择线下还是在线模式，超五成家长认为在线 1 对 1 沉浸式学习方式更容易让孩子张口说英语，**56.67%的中国家庭选择 VIPKID 平台。**

您为孩子选择的线上少儿英语学习平台是哪一家？



据悉，VIPKID 组建超 400 人教研团队，平均教研经验达 8 年，其中外籍成员占比达 15%，**是国内在线教育企业中唯一一家具备自主研发能力的教研团队**。通过对原版教材的二次开发，融入大量孔融让梨、司马光砸缸等中国传统文化传统小故事，让孩子能更好地适应，真正做到“学有所得”，从而提高他们对英语的学习兴趣。

VIPKID 最强教研团队发力：拿下牛津等 11 家顶尖机构版权

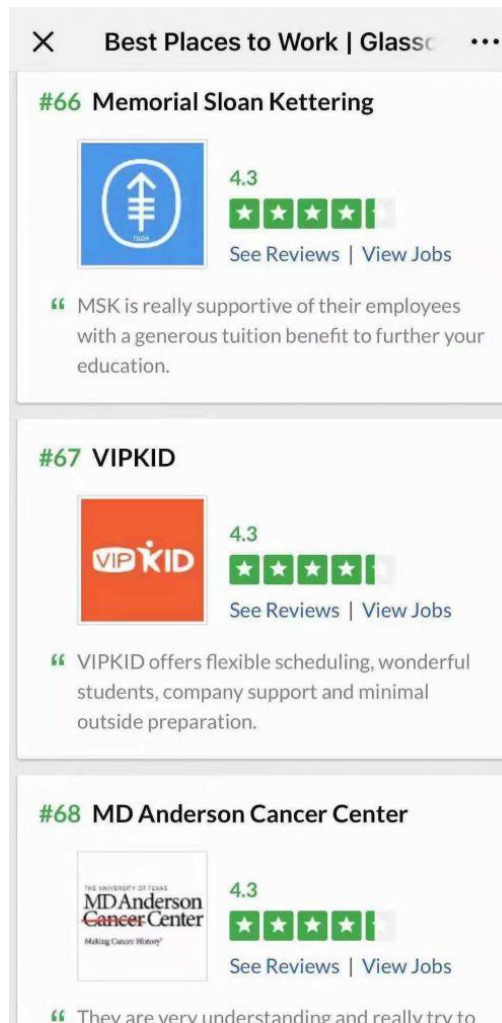
8 月 2 日，全球最大的在线少儿英语品牌 VIPKID 召开战略发布会，对外公布以教育、科技、服务为核心的“V+战略”。发布会上，VIPKID 宣布与 Houghton Mifflin Harcourt(HMH)、牛津大学出版社等全球 11 家国际顶尖权威版权机构确立战略合作伙伴关系，打造了国内首家真正意义上的 K12 教学体系，并联合多品牌矩阵为 0-18 岁不同阶段孩子提供一站式学习服务。

在 ETS 中国对外公布的小学托福测评成绩单中，VIPKID 的学员成绩也成为 VIPKID 在线教育模式成功的有力佐证。数据显示，VIPKID 参考学员不但年龄比全国平均低 1-2 岁，而在 Step2 测评中的听力、阅读优秀率分别为 ETS 中国考生平均值的 **3.5 倍和 4.7 倍**。

Glassdoor 发布美国最佳雇主 100 强榜单 中国公司 VIPKID 超越苹果、惠普

美国知名求职招聘网站 Glassdoor 公布美国最佳雇主 100 强名单，咨询巨头贝恩名列第一，Facebook 由去年榜首跌至第七位，谷歌位列第八。值得一提的是，**中国教育科技公司 VIPKID 成为唯一入选的中国企业，位列第 67 名，排名超苹果 (71)、思科 (69) 和惠普 (87) 等全球知名企业**。

这并非 VIPKID 第一次入选美国求职招聘类榜单，2018 年 1 月，在著名求职网站 FlexJobs 发布的《2017 年最佳远程办公公司 TOP100》榜单中，VIPKID 就已超越亚马逊，被评为全美最适合在家办公企业。而在《福布斯》全球最适合在家工作的公司评选中，VIPKID 位列前五名，成为北美最受欢迎的教育品牌。



The screenshot shows a list of 'Best Places to Work' on Glassdoor. The top three entries are:

- #66 Memorial Sloan Kettering**: Rating 4.3 (4 stars). Quote: "MSK is really supportive of their employees with a generous tuition benefit to further your education."
- #67 VIPKID**: Rating 4.3 (4 stars). Quote: "VIPKID offers flexible scheduling, wonderful students, company support and minimal outside preparation."
- #68 MD Anderson Cancer Center**: Rating 4.3 (4 stars). Quote: "They are very understanding and really try to..."

VIPKID 发射五周年主题卫星 让孩子对话星空

中国在线英语教育企业 VIPKID 宣布，首颗教育领域卫星——VIPKID 五周年主题卫星于 10 月底在甘肃酒泉发射，同时重磅发布了教育领域内的第一部卫星纪录片。

本次 VIPKID 与天仪研究院的合作也是中国教育行业与航天领域的首次跨界合作。截至目前，VIPKID 也已面向全球 50 万孩子、6 万外教和近万名员工征集了上万条承载着纯真梦想和教育初心的声音，它们在 10 月底随着卫星发射进入太空，遨游寰宇。与此同时，VIPKID 也已陆续在平台上推出航天教育免费公开课，公开课不仅融入了多元有趣的航天知识，也引导着孩子们去思考宇宙与人类的关系，帮助孩子在学习中仰望宇宙星空，窥见人类未来。

VIPKID 发北美外教大数据报告:年底外教数量将破 10 万

2018 年 8 月，VIPKID 对外发布了《北美外教大数据报告》；报告显示 8 月 VIPKID 北美外教数量突破 6 万大关，2018 年底这一数字将达到 10 万。

其外教全部来自美国和加拿大，通过 VIPKID 平台为中国 50 多万学员提供 1 对 1 的在线英语教学服务；为筛选出优质北美外教，VIPKID 与国际机构 Sterling 合作，确保每一名外教无任何污点纪录；在技能培训上，与 TESOL 国际联盟深度合作，为外教提供超过 100 万小时培训服务。

VIPKID 携手《中餐厅 2》推出“尝尽东方 游说世界”公开课

2018 年 7 月，与全球领先的在线少儿英语品牌 VIPKID 合作的《中餐厅 2》正式在湖南卫视开播，苏有朋、赵薇、舒淇、王俊凯、白举纲五位明星大咖将担任本季常驻嘉宾，这是继《爸爸去哪儿》、《妈妈是超人》之后，VIPKID 合作的第三家知名节目。为了更好的向世界传播中国文化，助力孩子了解中国美食文化，成长为具有世界眼光与国际意识的“全球公民”，VIPKID 携手《中餐厅 2》推出了“尝尽东方 游说世界”公开课。



奥兰多官方将每年 9 月 29 日定为“VIPKID 日”

VIPKID 世界大课堂“寻梦之旅”活动于美国奥兰多华特迪士尼世界度假区正式开启。当日，奥兰多副市长 Samuel B. Ings 正式宣布将每年 9 月 29 日定为奥兰多的“VIPKID 日”。

Samuel 表示，VIPKID 已经成为全球文化、教育交流的代表，对全球优质教育做出了积极的创新探索，奥兰多市希望和 VIPKID 这样优秀的企业共同增进中美文化交流和沟通，帮助小朋友们快乐学习和成长。



VIPKID 亮相中国发展高层论坛 在线教育成培养中国儿童国际视野新方式

中国发展高层论坛 2018 年秋季研讨会在北京召开，全球领先的在线少儿英语教育平台 VIPKID 首次亮相，创始人及 CEO 米雯娟在“文化开放与跨文化沟通”分论坛上，分享了 VIPKID 通过在线教育推动跨文化沟通和人文交流的实践经验。



故宫首次迎来“世界小公民”携手 VIPKID 打造教育实景体验



全球在线教育平台 VIPKID 与故宫博物院联手推出 2018 暑期线下活动——“走进紫禁城，触摸传统文化”。在为期一个月的活动中，小朋友们跟随故宫专家和北美外教，畅游三殿三宫，聆听建筑和器物背后的故事，开启“望、闻、问、触、思”的多感官互动。据悉，在与故宫博物院线下深度合作的基础上，VIPKID 还将推出线上英文版故宫系列课程，面向全球 63 个国家和地区的小朋友，借助故宫“世界五大著名宫殿之一”的文化魅力，助力全球的小朋友建立“世界小公民”的视野和格局。

代表案例

VIPKID，移动搜索时刻的精准营销

营销背景：

随着技术与互联网的普及，互联网教育市场近年来发展良好，处于高速发展时期。在二胎政策、国家推动、留学热潮等等多重因素驱动下，少儿英语教育市场需求旺盛。面对市场红利，在线少儿英语培训各级别玩家纷纷有所行动，抢夺流量。

营销战略思考— 市场总结

随着技术与互联网的普及，**互联网教育市场**近年来发展良好，**处于告诉发展时期**

在二胎政策、国家推动、留学热潮等等多重因素驱动下，**少儿英语教育市场需求旺盛**

面对市场红利，在线少儿英语培训**各级别玩家**纷纷有所行动，**抢夺流量**

营销目标:

针对目前在线少儿英语市场发展形势，广告主希望在激烈的竞争处于主动地位，通过营销投放，增加自身用户流量与有效的用户注册，以优势成本换取优质流量，提升整体营销 ROI。



针对目前在线少儿英语市场发展形势，广告主希望在激烈的竞争处于主动地位，通过营销投放，**增加自身用户流量与有效的用户注册，以优势成本换取优质流量，提升整体营销ROI**

[Read More](#)

策略与创意:

阿里文娱智能营销平台依托阿里集团“庞大的用户基数+多维营销场景+阿里大数据贯通”，以UC、神马搜索为核心的媒体洞察为基础，以卧龙平台为技术支撑，搭建移动搜索营销矩阵，打造围绕用户不同营销时刻的推广。

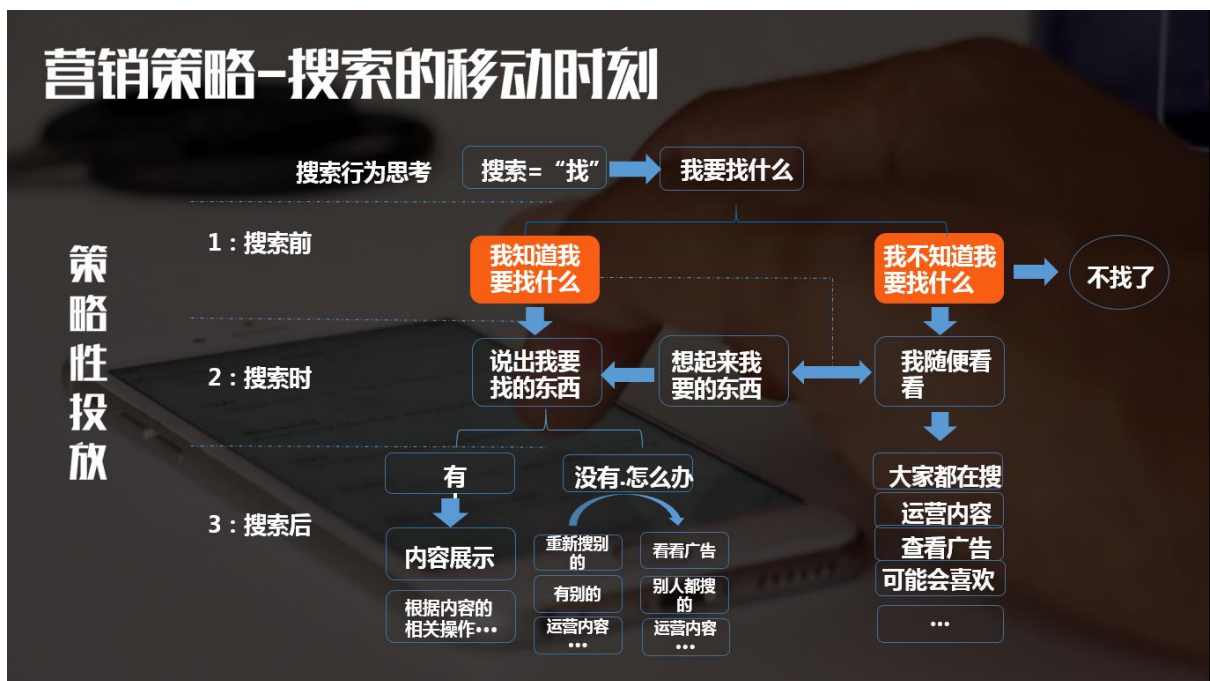
首先通过数据追踪，将用户移动时刻进行划分，凭借对移动用户搜索行为的深入了解，精准覆盖目标、潜在及泛需求人群；继而利用关键词层层深入，全面捕捉移动时刻用户需求，针对搜索前、中、后期并结合用户痛点进行需求匹配，并通过优化创意素材，不断提升用户搜索体验。成功迎合了广告主营销诉求，同时也为用户提供了即时、有益的信息，让学习更具效率。

营销策略-移动时刻的营销矩阵



构建营销矩阵，把握移动时刻以赢得和维系用户

营销策略-搜索的移动时刻





执行过程/媒体表现:

项目执行-搜索五要素，提升用户搜索体验



科学的账户搭建与管理

分产品、分词性，搭建科学的账户结构；

针对不同词性合理分配预算效果最大化；

根据单元内关键词类型有针对性的撰写创意提升 CTR；

4. 标准化账户结构有利于多人管理和数据分析。

一. 关键词全面拓展
二. 地域覆盖, 不留余地

1. 少儿英语需求地域: 北京、广东、上海、浙江、江苏、四川、山东、辽宁、河北、河南等地区。
2. 结合 VIPKID 在各地优势, 可以重点投放。

三. 多维度创意吸引不同用户关注

1. 从品牌曝光出发, 对标目标用户;
2. 结合“一对一”式文案及优惠信息, 对标潜在人群;
3. 结合“外教”关键词, 对标泛需求人群。

四. 移动样式, 提升展示点击率

通过多样式组合, 甄选高 CTR 样式加大投放力度, 关键词点击率提升 20%, 转化率提升 35%。

五. 着陆页科学优化

1. 产品相关度: 着陆页产品与搜索的关键词产品保持一致, 相关度高度匹配, 减少转化流失。
2. 内容深度: 品牌词&通用词&竞品词, 着陆页面针对用户想看到的内容相关, 提升影响转化率。
3. 转化友好度: 着陆页的转化页面位置、个数和布局, 贴近搜索用户交互习惯, 促进转化

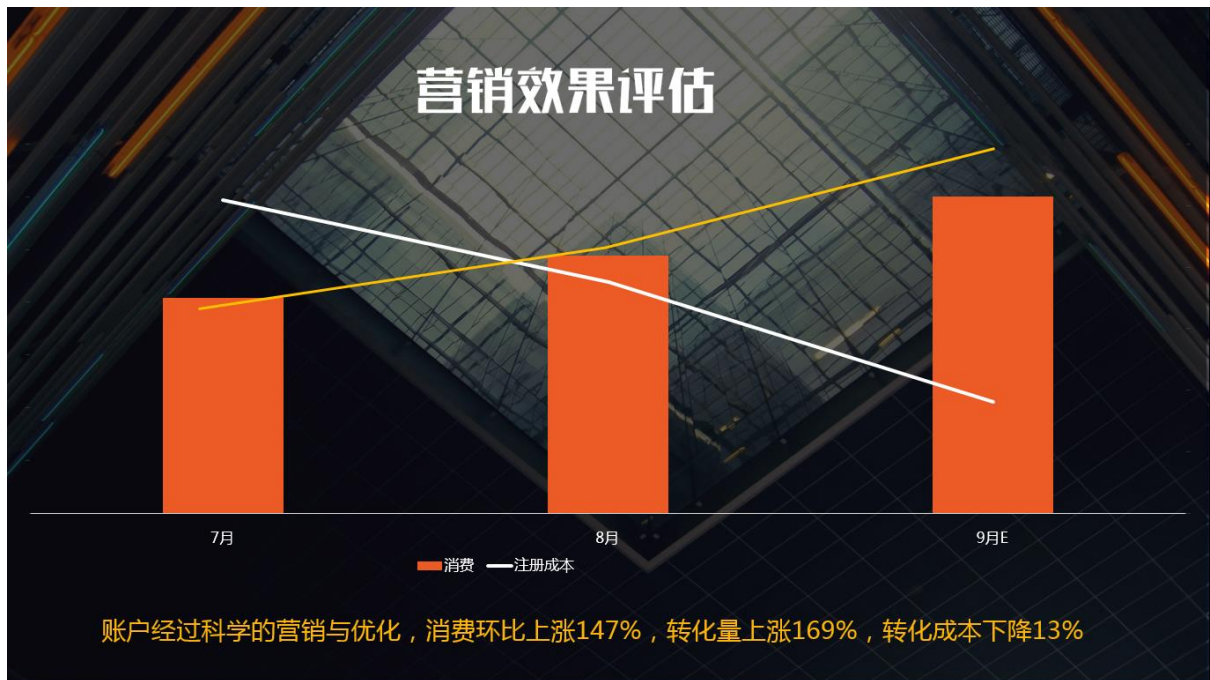
VIPKID神马搜索投放情况一览



营销效果与市场反馈：

将用户移动时刻进行划分，构建营销矩阵，凭借对移动用户搜索行为的深入了解，精准覆盖移动时刻人群，利用关键词汇点成面，全面网络不通移动时刻用户需求，使用户所搜既所得，配合科学的运营优化，成功解决了广告主营销诉求。

账户经过科学的营销与优化，消费环比上涨 147%，转化量上涨 169%，转化成本下降 13%。



资深广告创意人 薛振添表示：

“少年强，则中国强”，孩子的教育培训牵动着无数家长的心，尤其对于外语学习领域，家长希望给孩子最好的教育资源，让孩子能够有一个优质的学习与氛围，同时，在用户高需求度的基础上，教育品牌在营销中，既要满足于用户的切实需求，也需要将精准的服务内容与信息传递给潜在受众。