

学中文观众画像

基于对标爆款视频的 2,055 条公开评论聚合、Google Trends (YouTube 搜索垂直, 近 12 个月) 与行业公开数据的三角验证。回答: 谁在 YouTube 上看学中文视频、他们为什么学、什么时候在线、以及你的"识字路线"该怎么对准他们。

采集日 2026-08-30 评论样本: 40 条最热视频 × Top 评论 仅聚合统计, 不含任何个人数据

00 · 数据边界

先说实话: 年龄、性别、设备的**精确**分布只存在于频道主自己的 YouTube Studio 后台, 世界上没有任何工具能拿到别人频道的这些数字。本报告用三类真实证据逼近: ①爆款评论区的语言/国家/动机自述(直接证据) ②Google Trends 地区与季节数据(需求侧证据) ③行业公开统计(参考基线, 下文均明确标注)。**你的频道发出第一批视频后, Studio 后台的真实数据应立即用来校准本画像。**

01 · 三个核心画像

谁在看学中文视频

画像 P1 · 评论区动机信号第 1 位

成人自学者 · 目标驱动

- 动机: HSK 考试、留学、工作机会 (评论动机自述中 **HSK/考试类 = 52%**, 为最大单项)
- 行为: 搜索驱动——"hsk 1""chinese for beginners lesson 1""learn chinese fast"; 爱收藏合集型视频, 用倍速
- 内容偏好: 结构化、有进度感的编号课; "多少天/多少词"的量化承诺
- 年龄 (行业参考): 18-34 为主体

画像 P2 · 动机信号第 2 位

家长陪学 · 为孩子找资源

- 动机: 让孩子学中文 (评论自述"my kid/daughter/homeschool"类 = **22%**) ; 含华裔家庭传承需求
- 行为: 搜"chinese for kids""mandarin for kids" (两词均在自动补全榜) ; 重复播放同一视频; 儿歌/慢速/画面友好优先
- 付费意愿最强: 教材、读本、订阅课都是家长买单
- 参考体量: Little Fox (85.7 万粉)、Rock'n Learn (374 万粉) 证明儿童向天花板极高

证据：2,055 条评论中考试/HSK 提及 24 次居首；自动补全榜 hsk 1/2/3 全部在列；对标频道最大动机是"学了多久能用"。

证据：家长动机自述 10 次；emma 的儿歌式短课多条百万级；"chinese alphabet song"在联想榜第 2 位。

画像 P3 · 语言与地区信号

全球南方年轻人 · 机会驱动

- 动机：中文=经济机会（对华贸易、奖学金、就业）
- 地区：评论自述国家 Top：巴西、印度、墨西哥、印尼、摩洛哥；Trends 人均热度 Top：柬埔寨、新加坡、缅甸、马达加斯加
- 语言：评论中阿拉伯语占 4.4%（第 3 大语言）、西/葡语 1.2%、俄语系可见
- 设备（行业参考）：强移动端，流量敏感（偏好可反复听的音频型内容）

证据：41 条国家自述中 70% 来自亚非拉；Trends 地区榜前五中四个在东南亚/非洲。

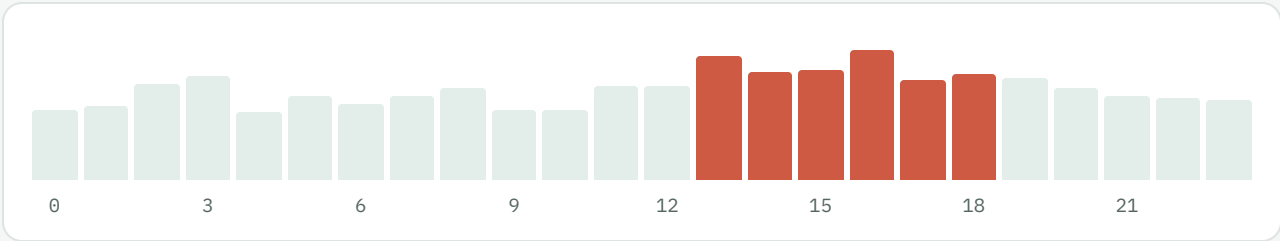
02 · 语言与地区

评论语言分布（n = 2,055）

评论语言	条数	占比	解读
英语（拉丁字母）	1,740	84.7%	主战场：英文标题/字幕是绝对基本盘
中文	172	8.4%	华裔家庭、同行老师、中文母语互动者
阿拉伯语	91	4.4%	被低估的群体——加阿语字幕是零成本增量
西班牙/葡萄牙语	24	1.2%	拉美学习者（巴西是国家自述第 1）
俄语系 / 越南语 / 韩语 / 法语等	28	1.3%	长尾多语言

地区双重结构：按绝对流量，英语世界（美/英/加/澳）+ 印度是大盘；按人均热度（Trends），柬埔寨、新加坡、缅甸等"中文经济圈"国家最饥渴。策略含义：内容用英文做给全球，但评论区互动、社群运营会天然吸到东南亚与中东的高粘性用户——他们是最早的铁粉来源。

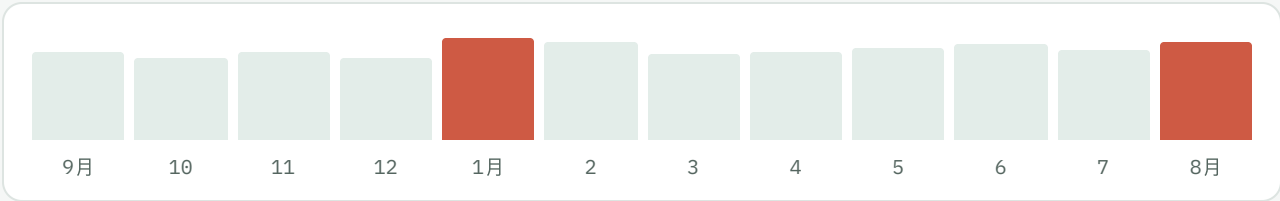
评论活跃时段（UTC，n = 2,055）



高峰 = UTC 13:00–19:00（红色），峰顶 16:00。这是"欧洲晚间 + 美洲白天 + 亚洲深夜前"的叠加窗口。

发布建议：UTC 12:00–13:00 发布（= 北京时间 20:00–21:00 / 美东 8:00–9:00），让视频在评论高峰前 1–3 小时上线，吃满首波互动。对家长向内容（P2），周六此时段最佳。

季节曲线（Google Trends · YouTube 搜索 "learn chinese" · 近 12 个月）



两个峰：**1月（新年决心季，指数冲到 100）**和**8月中下旬（开学季）**；10月与12月是相对低谷。
含义：12月就该把1月的"从零开始学中文"大合集备好；现在（8月底）正处次峰，是冷启动的好窗口。

搜索关键字：现在有了每日排行系统

YouTube 不公开搜索量，但搜索框的**自动补全排序就是真实热度排序**。ytbench 现在每天抓取 20 个核心词的联想榜 + a–z 长尾挖掘（今日入库 438 条），日报中自动显示**日环比、月对比**（明天起有日变，31 天后有月变）。

今日高价值信号	含义
"chinese for beginners lesson 1 " 联想第 2 位	用户主动找"第一课"——编号系列课有真实搜索需求
"chinese alphabet song " 联想第 2 位	儿童/儿歌形态的拼音内容有强需求（P2 画像）
"chinese reading practice " 稳定在榜	你的"注音本→独立阅读"路线有直接搜索入口

你的识字路线怎么对准这三群人

中文启蒙

→

拼音

→

拼读

→

读注音本

→

独立阅读

→

HSK 专项

1. **你的路线是"识字/阅读优先", 这在成人赛道几乎是空位。**对标频道全部是"口语短语优先" (100 phrases / conversation), 而"learn to read chinese""chinese reading practice"有真实搜索量却少有系统供给。差异化定位一句话: *"Most channels teach you to SPEAK Chinese. I teach you to READ it."*
2. **同一套内容, 做双轨标题, 同时吃 P1 和 P2。**拼音/拼读/注音本内容天然双受众: 成人版标题「Learn to Read Chinese in 30 Days: Pinyin → Real Sentences」; 家长版标题「Teach Your Kids Chinese: Pinyin Songs & First Readers」。视频内核复用, 缩略图和开头 30 秒不同。
3. **HSK 终点正中最大动机群 (P1 的 52%)。**路线后段接 HSK 专项时, 前面积累的"阅读能力"是你的独特卖点——HSK 3+ 的分数瓶颈恰恰是阅读速度。中段就在视频里持续预告这一点, 让考证党提前订阅。
4. **不同水平随时跟上的机制:** 用播放列表做"能力分轨" (Pinyin Zero / Reader Level 1-3 / HSK Track), 每条视频开头 10 秒报坐标 ("This is Reader Level 2 — if characters are new to you, start from the Pinyin playlist, link below")。这正是 Harbin 编号课模式的进化版。
5. **低成本增量:** 给所有视频加阿拉伯语+西语字幕 (自动翻译后人工略校) ——评论区 5.6% 的现成受众, 几乎没有竞品在做。
6. **排期锚点:** 现在~9 月吃开学季; 12 月备好「2027 从零学中文」新年大合集; 1 月第一周发布。

局限：评论者 ≠ 全部观看者（沉默大多数不留言）；国家自述样本 41 条偏小，方向可信、比例仅供参考 · 開频道后以 Studio 后台校准