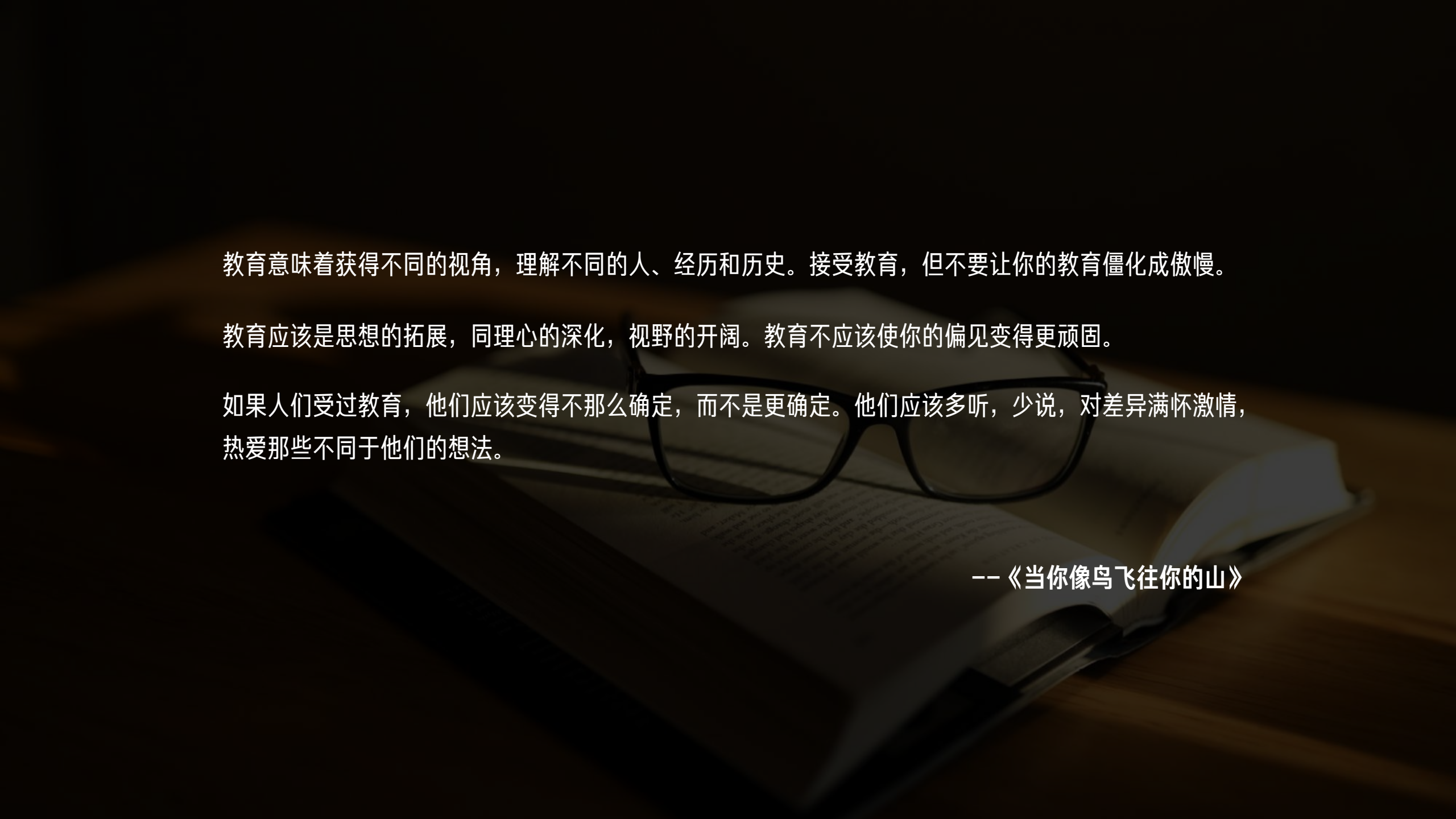


教育行业 商业解决方案 内容与流量整合

@ 知乎商业化行业客户部



A pair of black-rimmed glasses is resting on an open book. The book is open to a page with text, and the glasses are positioned over the text. The background is dark and out of focus, emphasizing the book and glasses.

教育意味着获得不同的视角，理解不同的人、经历和历史。接受教育，但不要让你的教育僵化成傲慢。

教育应该是思想的拓展，同理心的深化，视野的开阔。教育不应该使你的偏见变得更顽固。

如果人们受过教育，他们应该变得不那么确定，而不是更确定。他们应该多听，少说，对差异满怀激情，热爱那些不同于他们的想法。

--《当你像鸟飞往你的山》

MAU
9430万

月均PV
400亿

日均搜索量
2570万

内容量
4.20亿

月均活跃创作者
360万

月创作内容
1200万



4.20亿

代表什么？

可能代表关于10年社区沉淀的问题，滚动不断的为用户答疑解惑、发现新自己；

可能代表关于10年社区积累的回答，用户发表自己对问题的立场、看法，积极的分享经验见解。

对商业而言呢？

可能是对品牌产品的好奇，可能是同品类下产品的对比，可能是时下相关热点话题的讨论。

可能是品牌的认可和信任背书，可能是使用后的感受表达，可能是从生活场景引发到产品使用。

社区内容量解读

LESSON 01
选择知乎合作优势



“一个问题一条街 一个回答一家店”

知乎作为最大的问答社区，知友们的提问和回答覆盖了教育的方方面面。其中也有众多问答指向了教育消费决策：每个「问题」都是一条熙来攘往的街，而问题下的每个「回答」，都会生长出一家家好物连连的店。

比如，社区有考研街、编程街、雅思街、MBA街、高考辅导街...考研街上林立着众多考研培训课程的牌匾，编程街分为Java街区、C++街区等。

平台数据

数据分析

教育人群特征

教育话题氛围

商业路径

“在知乎 有问题就会有答案”

截至 2020 年，知乎上的总问题数超过四千四百万条，总回答数超过两亿四千万条。**回答是提问的 5 倍多，大概这能说明，过日子办法总比问题多。**

每个回答内容都是由「**创作者**」撰写贡献而来，领域专家、领域优质用户创作内容置信度高「粉丝多」，真实的感受分享易收到圈层用户的认可和共鸣「点赞多」，机构号是企业的门面，支持产品服务和中立角度的科普。

活跃创作者解读

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

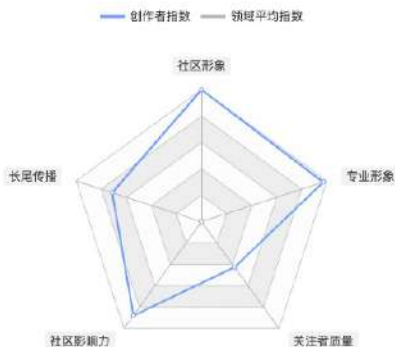
教育话题氛围

商业路径



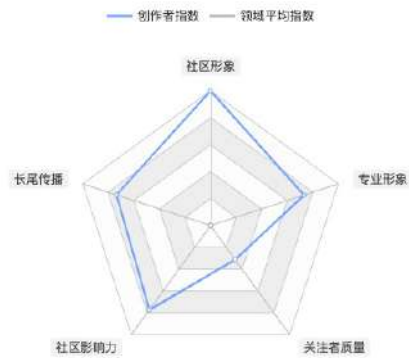
chenqin

- ✓ 认证信息
人文盐究员
- ✦ 优秀答主、新知答主
经济学、经济 话题
知乎十年新知答主
- 知乎收录 126 个回答、11 篇文章
编辑推荐、知乎圆桌、知乎周刊和知乎日报收录
- 👍 获得 878,331 次赞同
获得 138,958 次喜欢，380,053 次收藏，523 次专业认可



翘臀奶爸

- ✓ 认证信息
母婴盐究员
- ✦ 优秀答主、新知答主
儿童教育、母婴用品、绘本 话题
2020 新知答主
- 知乎收录 63 个回答、1 篇文章
编辑推荐、知乎圆桌和知乎日报收录
- 👍 获得 246,552 次赞同
获得 79,532 次喜欢，288,885 次收藏，2 次专业认可



大欣V

获得 4,650 次喜欢，15,792 次收藏，1 次专业认可；

金融学硕士，基金从业，四大会计师事务所从业，留学及海归求职领域热门答主。



忘忧草

回答/文章被阅读量近200万次，拥有法律职业资格证书、注册会计师证，擅长法律、政治、人文方面的写作。



“全链路打通 覆盖精准搜索需求场景”

用户之所以会产生搜索行为，往往是在解决任务时遇到自己不熟悉的概念或者问题，由此产生了对特定信息的需求；结合知乎的问答社区属性，天然的问题场包含用户目标或相似问题，通过查看答案解决问题。

这里我们还需要关注搜索解决用户的「二次验证」，当用户对某个看法或者产品产生兴趣和购买欲望时，往往会有「圈层评价」的需求，通过搜索查看相关经验用户的看法，坚定兴趣和消费决策。

搜索界面

搜索结果首页

影响结果权重

搜索结果页



日均搜索解读

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

教育话题氛围

商业路径



“覆盖站内外内容高曝光”

知乎内容辐射出圈，不仅仅在社区内分发更具备大量站外流量。

以百度搜索为示例：用户搜索内容后通过SEO排序能够直观看到知乎内容分布其中，内容以集合或者单篇形式展示在搜索结果首页。通过百度点击内容跳转至知乎站内或知乎WAP页面，用户随时阅读感兴趣的内容。

百度每日知乎内容展现量 **2.9亿**，百度每日知乎内容点击量 **2500万**。



月均PV的解读

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

教育话题氛围

商业路径



用户看到知乎内容的场景不局限于知乎APP内，这些阅读数据并不会计入MAU，而是以「PV」量呈现。

从 MAU 与 月均PV 量的差额不难看出，优质内容在全网扩散流量大，尤其是在精准用户触达上有强能力。

百度WAP/APP端



微信搜索/搜一搜



微信知乎小程序



月均PV的解读

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

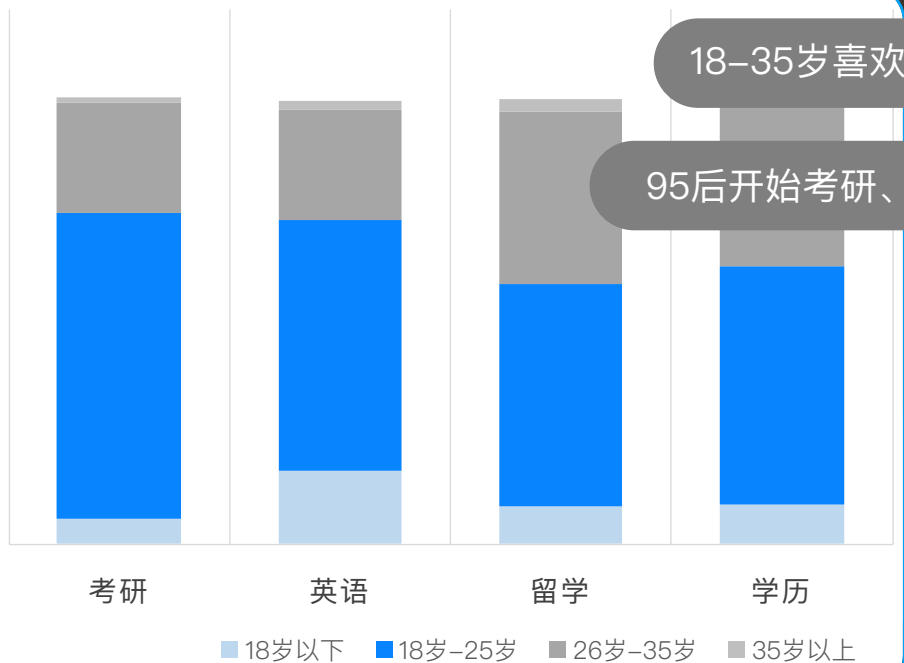
教育话题氛围

商业路径

“在知乎，不断追求更好的自己”

18-35岁喜欢在知乎聊教育相关知识内容

95后开始考研、留学，85后注重终身教育



新一线城市	二线城市	一线城市	三线城市	四线城市	五线城市	中国其他
26%	19%	17%	15%	12%	6%	5%

新一线/一二线城市居多，同时下沉三四五线城市



关注教育话题
用户中男女占比

1:1

通过这些人群画像我们可以描绘具体的形象：

「刚毕业的学生/职场小白」徘徊在继续学历深造、或者出国留学的机会中；

「职场老手」提升自身综合能力，保持学习能力；

「迷茫的职场人」想要更换职业或者岗位，对现状不满或者犹豫状态，通过外界调整自我。

教育领域属性

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

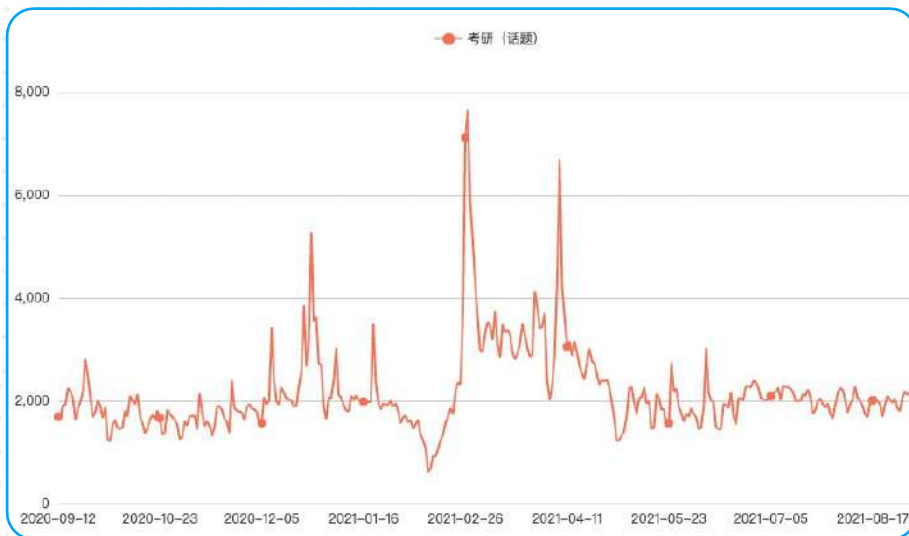
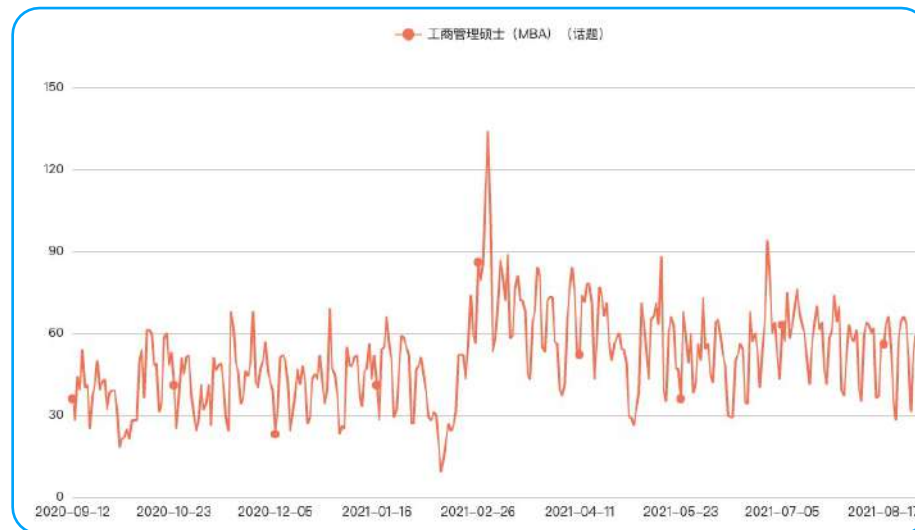
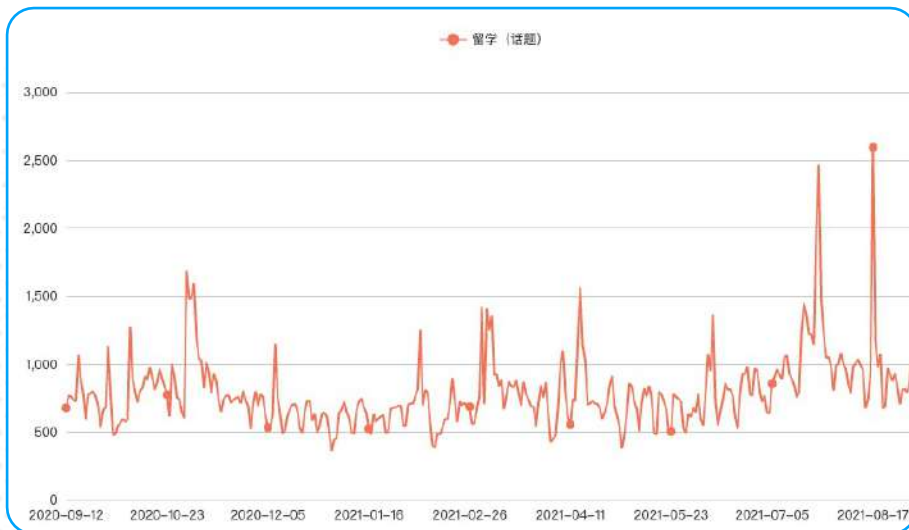
教育话题氛围

商业路径

“学而时习之 不亦说乎”

学历教育是义务教育之后的延伸层面，知乎的年龄层决定了这部分需求人群的集中。

这里涵盖考研、出国留学、雅思、托福、工商管理学硕士（MBA）等等。



聚焦学历教育

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

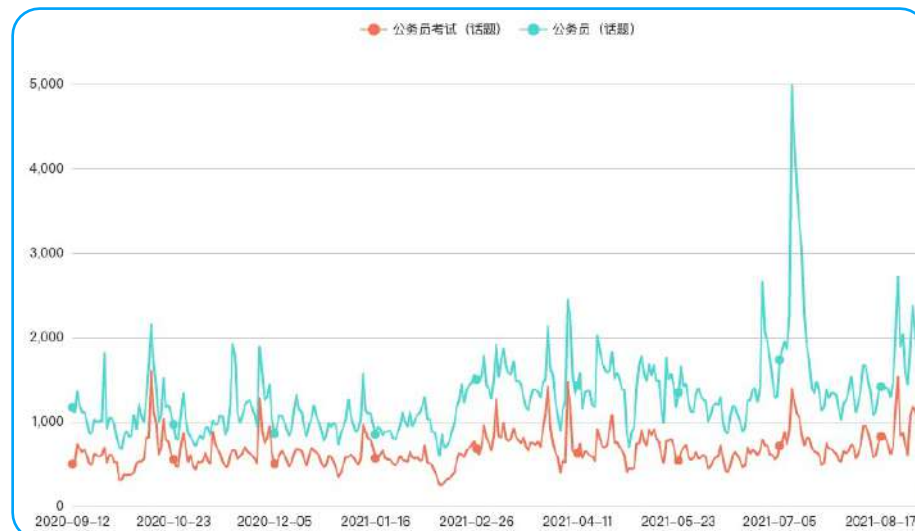
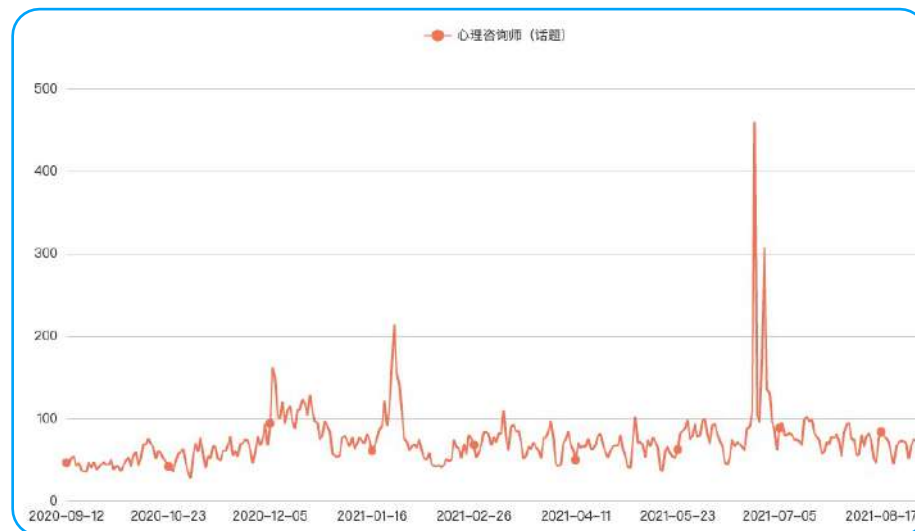
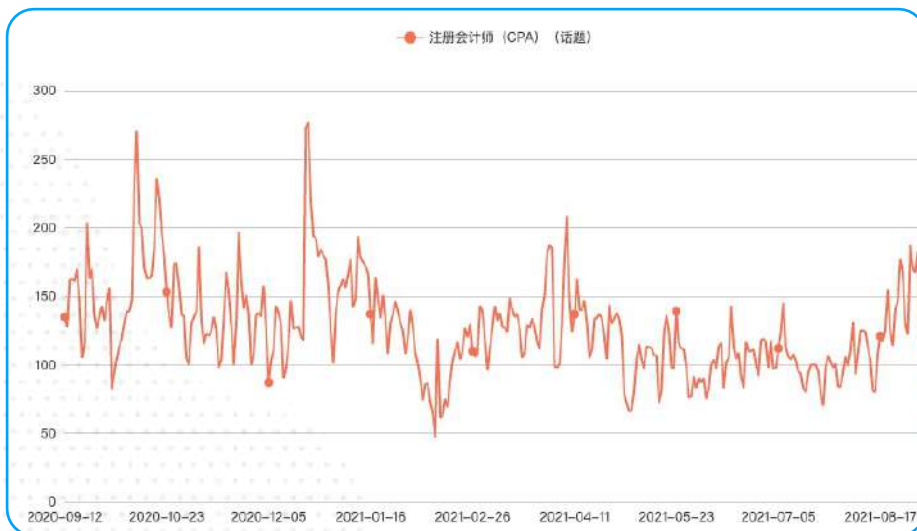
教育话题氛围

商业路径

“失败不是悲剧 放弃才是”

柴静在《看见》中讲到，失败不是悲剧、放弃才是。我们在知乎中看到那些不放弃的成年人们，在孜孜不倦的追求着更好的自己。

职业教育是教育行业中占据大比例的二级领域，涵盖CPA、CFA、法考、心理咨询师、人力资源管理师、3D建模等等。



聚焦职业教育

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

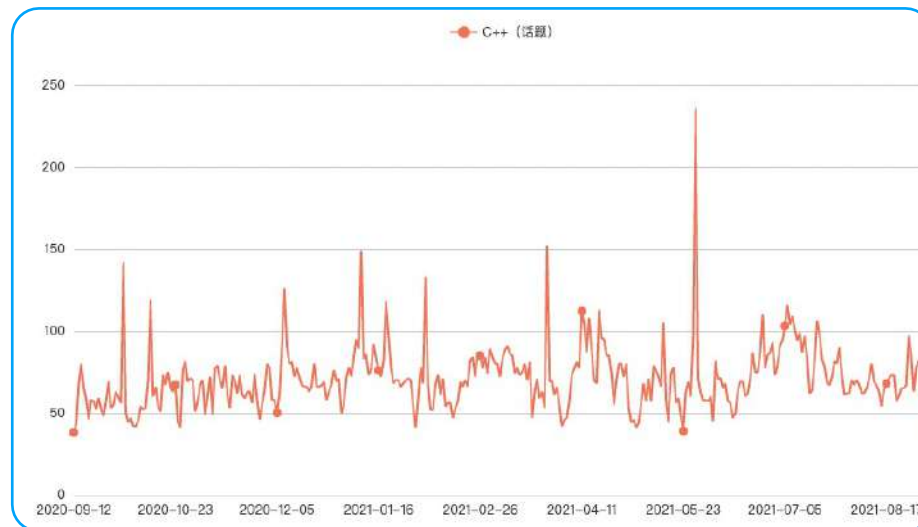
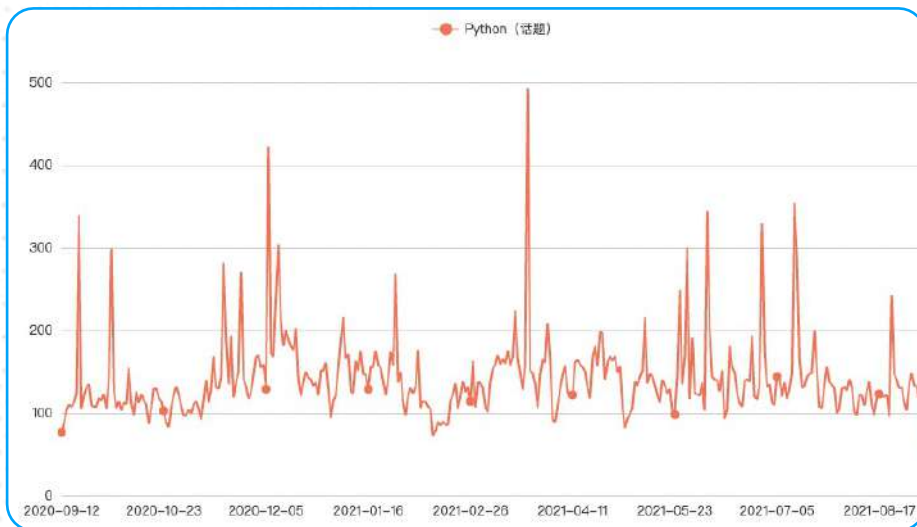
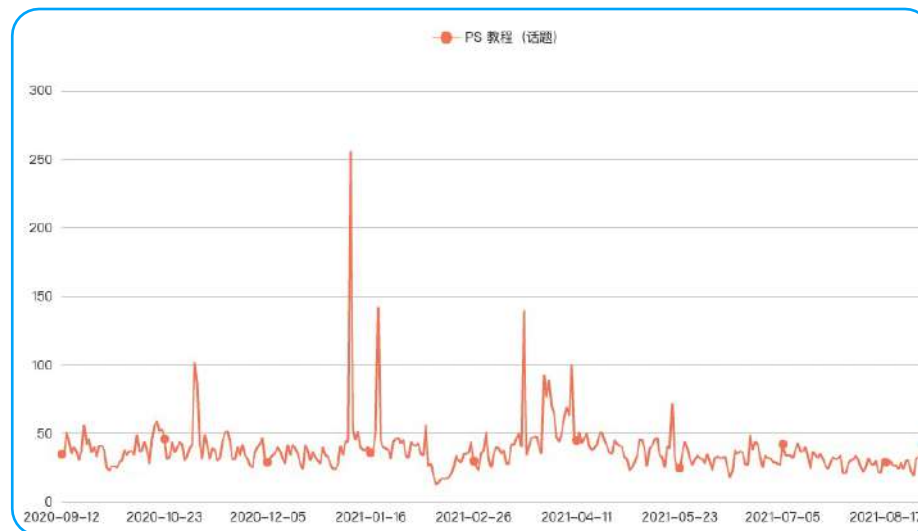
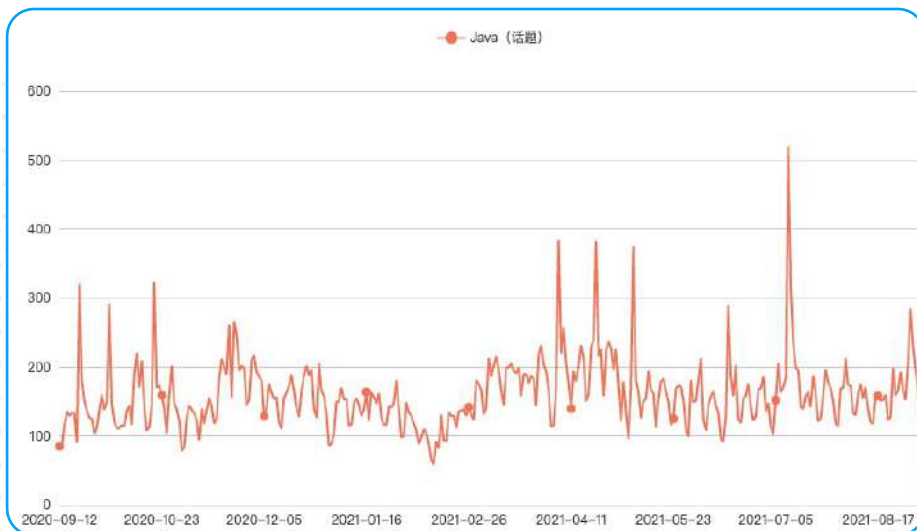
教育话题氛围

商业路径

“互联网世界 各种技能需求”

《编程之美》的首页提到
“要想把程序写好，需要学好一定的基础知识，包括编程语言、数据结构和算法。程序写得好的人通常都有缜密的逻辑思维能力和良好的数理基础，而且熟悉编程环境和编程工具。”

将 IT 行业成为职场选择蓝海，不同的课程应运而生。



聚焦 IT 教育

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

教育话题氛围

商业路径

“这是我买Procreate课程的完整历程”

7月知乎刷到这条内容

被画画吸引



知乎搜索相关内容



入手iPad, 自学效果不好



点击播放

选择线上课程

并整理的教程, 只需要你花一点时间认真学习就OK啦!

不仅有各种教学视频, 还包含丰富的笔刷等素材哦。

文件夹详情



学习效果满意



用户行为通路

LESSON 01
选择知乎合作优势



平台数据

数据分析

教育人群特征

教育话题氛围

商业路径

LESSON 02

内容知+玩法产品解读

高效
转化

外联链跳转

下载路径



小程序路径

商品页路径

微信转化路径

加速
分发

推荐
场景



回答
场景



搜索
场景



内容
创作

特邀
任务

招募
任务

知 +
自选

知 +
互选

高密度信息「种草」

知+产品完整链路



知乎「创作者」商业服务平台



头部创作者数



5600+

活跃创作者储备



360万+

创作者覆盖领域



56+

丰富的任务模式

强势助力带货商品实现多元传播目标



特邀任务

特邀回答
特邀文章
特邀视频
.....



招募任务

招募回答
招募文章
.....



互选任务

商业修改
商业植入
.....



评测任务

评测任务
.....

待上线



更多任务

带货任务
线下任务
.....

待上线

复用任务

向优质存量内容创作者发出邀请，在内容中添加产品卡片，化内容热度为商品购买热度

互选模式

“「商业修改」功能是将社区已有优质回答、文章中新增品牌相关内容，修改内容以达成商业化合作效果，内容至少保持30天。

“「商业植入」功能是将社区已有优质回答、文章中植入品牌指定的「好物推荐」商品卡片，植入位置以及贴合度由创作者进行把控。内容合作到期后，相关植入会默认下线。



任务示例

- 您可在互选池内筛选社区已有的回答/文章，选择心仪内容，通过平台向该内容的创作者发出邀约，提供商品知+插件（举例可选卡片：HD03 吹风机、HS01 卷发棒、HS03 直发器）；
- 文中描述戴森/戴森商品的部分；
- 确定内容合作时长及内容出价；
- 创作者收到邀约后结合个人情况判断是否接单合作。

特邀任务

精选品牌所在品类top级带货达人创作，促成优质内容生产

特邀模式

“「特邀任务」功能是根据品牌商品需求深度定制，满足吸粉领域要求的多元内容。原生标识符合知乎社区风格，保证内容信任度。其完善的舆情检测体系，能够支持控评，保护品牌商品的权益。当前支持 特邀回答、特邀文章、特邀视频 三种主要形态。



任务示例

- 您根据商品当前推广阶段确认创作需求，选择想要合作的PU（Power User），通过平台下单；
- PU依序创作需求进行文章撰写，撰写完成后双方沟通调整优化；
- 内容达成一致后在站内发布。

招募任务

批量化内容生产，赋能多元内容营销场景

招募模式

“「招募任务」功能是面向知乎优质中腰部的创作者，招募具有创作能力和参与资格的创作者投稿，以此获得批量化内容，使产品和服务通过创作者原生内容得到传播的内容生产形式。



任务示例

- 您可将自己的商品卡片配置放入「任务池」，比如文中描述戴森/戴森商品的部分，加入任一指定的戴森知+插件（举例可选卡片：HD03 吹风机、HS01 卷发棒、HS03 直发器）；
- 确定合作时长及内容单次阅读出价；
- 拥有招募合作资格的创作者可从「任务池」中选择戴森卡片，加入在自己现有内容中、或为此创作新内容，卡片添加后需经审核通过才会在内容中可见、可点击。

定制内容

服务商根据需求的Brief 框架达成创作目标，定制化产品内容

定制内容

“「定制内容」是内容创作方式的一种。由服务商是辅助内容创作和产出的内容创作机构，客户作为需求方，可提供brief发起定制内容的需求，服务商做为内容服务机构，根据brief需求创作产出内容。



任务示例

- 您可将自己的内容创作需求通过「Brief」形式提供，内容服务商根据框架进行内容创作，创作完成后进行审核发布；
- 单次合作固定价格；
- 外采内容由内容服务商支持提供，当前阶段由人工介入辅助，搭建客户与服务商间的沟通桥梁。
- Q3启动试运行。

知+内容分发

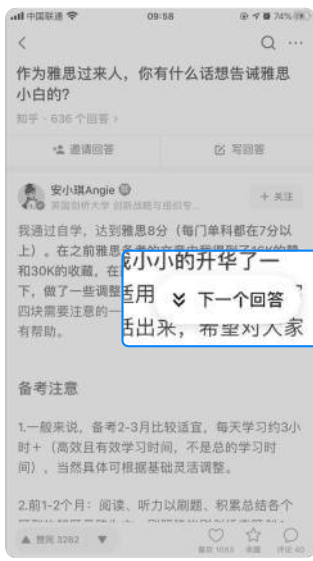
快速触达精准的目标用户，以CPC计费方式帮助客户实现内容价值最大化

首页推荐模式



- 根据用户兴趣、关注话题、内容话题匹配等进行分发；
- 支持回答、文章两种形式投放。

下一个回答推荐模式



- 回答页下一个回答，用户从任意位置进入某一个回答后触发。

搜索推荐模式



- 搜索栏进行关键词搜索，通过结果展示进行分发。

高效转化插件

转化插件具有形式多元、流程简单便捷、效果可追踪等优势

知+插件转化



外链页跳转



小程序路径



微信转化路径



下载路径



商品页路径

分阶段布局，好内容成就好生意

一阶段：内容布局

内容创作 | 自有内容创作
内容创作 | 自有内容搬运

联动合作 | 知+特邀任务
联动合作 | 知+复用任务
联动合作 | 知+招募任务
联动合作 | 知+定制内容

二阶段：精准用户覆盖，产品曝光提升

重点内容合作 | 知+ / 知荐

精准 效果搜索广告	曝光 热榜广告资源
精准 品牌搜索专区	曝光 开屏广告资源
精准 超级话题	品牌 圆桌/专题
拓量 首页推荐流广告	品牌 营销大事件
拓量 问答页推荐流广告	品牌 热门IP合作

三阶段：转化提效

知+ | 小程序转化
知+ | 直达商品页
知+ | 微信好友添加
知+ | 外链页跳转
知+ | 表单信息收集

留学无国界通过精准内容定位锁定用户

知乎

家境一般如何出国留学？



问题浏览量：13,242,454 关注者：47,193

国桌收录 · 高考志愿：你的决定性瞬间
专题收录 · 留学，光鲜中的努力

同一个问题多账号创作回答，分立场背书

选择精准领域问题锁定目标用户

文中添加插件，跳转落地页留咨

LESSON 03
优秀合作示例

出国留学

职业教育

IT 教育

考研

非标资源联动打响秋招&考公第一炮

品牌方入驻知乎秋招&考公主会场，将内容与直播结合、图文与视频联动，突破合作新模式



「直播效果&直播间互动」

- 借势教育行业「秋招」节点
- 流量与内容营销造势
- 明星支持人和产品负责人联手



金融秋招面试
通关大揭秘

主讲人：龚圆圆

金融秋招
面试秘籍

陈一磊

高顿财经「直播预热」

LESSON 03

优秀合作示例



出国留学

职业教育

IT 教育

考研

专业知识带动课程售卖快速打通闭环链路

在内容红利期，通过清晰内容思路与运营方法，快速立足IT圈打通内容与商业课程闭环链路

知乎

拿4k的前端开发都会做些什么？

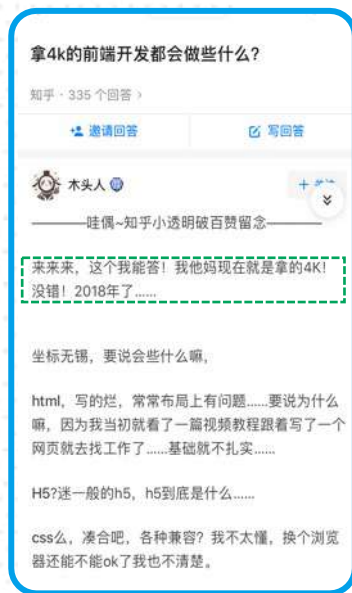


问题浏览量
2,627,067 次

问题关注数
2,311 人次

回答点赞量
570+

回答评论量
260+



开篇引发共鸣



文中植入插件



话风风趣幽默



引导转化小课



挖掘潜力内容玩转历史问题种草

教育行业老牌产品入驻知+平台，通过对匹配问题及优质内容的双向寻找，实现内容消费通路

高质回答排名第一

插件引导课程报名

正向互动反馈

问题创建时间：2018年9月11日

浏览量：16,963,656 关注数：46,081

问题创建时间：2018年11月28日

浏览量：21,383,664 关注数：133,393

LESSON 03
优秀合作示例

出国留学

职业教育

IT 教育

考研

— 最佳教育营销活动 —



SIA级 年度大事件

合作模式：活动聚合冠名 / 专题内容合作 / 品牌内容收录

上线时间：7-9月

泛青年大事件

知乎特色青年系列事件运营活动

聚焦学生群体物质消费和情绪释放的重要节点，提供多元内容消费场景

毕业季

高考季

开学季

考研

就业

专题&圆桌&圈子
全量内容铺设

公考

旅行

留学

考前

提分攻略 / 考前放松 /

考前注意事项

做好准备 从容应考

点击查看

考中

高考作文 / 高考加油 /

高考全民创作季

写回答、拍视频

分享在校生活，瓜分30万奖金

点击参与

考后

志愿填报 / 名师讲解 /

各科提分攻略

考前冲一冲，考试多十分

点击查看

装备种草

学习认知



开学趣玩计划

开学种草攻略

开学集智锦囊



A级 破圈跨界项目

合作模式：栏目冠名包装 / 品牌信息植入

合作时间：12集 / 季

探月吧！少年

以青年视角探秘深空探测工程的科普视频 IP
带领品牌走出地球探索外层空间，与尖端科技深度碰撞

少年新知视角短片

PU x 个性青少年 x 高能发问
实时追踪嫦娥任务

12
科普纪实短视频
集

短视频定期上线

强势科普聚焦嫦娥五号的方方面面

探秘嫦娥五号基地



进入嫦娥五号「基地」

曝光神秘职业的日常

权威航天专家领衔

中国航天领域专家聚首
探讨解读探月工程



「国家航天局总工程师」



「中国探月工程副总设计师」

「国家天文台副台长」

... ..

A级 破圈跨界项目

合作模式：单期品牌合作

合作时间：4月

疯狂读书日

特色线下书店文化沙龙

领域名人&创意书店&全系资源，为品牌价值流量背书

文化领域专家名人

联合场景创意书店

线上线下全系联动



文化艺术名人



设计美学大咖



工业技术PU

书店、美术馆、博物馆、艺术区等创意场景
知识文化氛围中直播解读 场景交融理念深化



单向街书店



朵云书院



观复博物馆



言几又书店



品牌旗舰店/体验店



创意艺术街区



注：以上资源规划仅为初步示意，具体执行以媒体确认为准

S级 知乎长线IP

合作模式：品牌季度冠名 / 板块赞助合作 / 年终盛典赞助

上线时间：6期/全年

致知计划

知乎创作者内容激励计划

品牌深度参与优质内容创作激励，借势搭载平台流量扶持与现金大奖

多元形式创作者激励计划

覆盖 6 大核心领域



知乎官方百万现金大奖、亿级流量扶持，激励优质创作者输出优质内容。



全年覆盖知乎重点核心领域、千余家权威专业行业机构加盟联动。



丰富领域主题，涵盖问答+圆桌+直播+视频等多元呈现形式，带来百万优质内容增量。

科学季

未来出行季
(汽车)

科技
数码季

教育季

母婴季

热血少年季
(ACG+电竞)



A级 知乎长线IP

合作模式：单期合作 / 问答内容收录 / 专题活动合作 / 线下活动植入

合作时间：4场/年

新知青年说

知乎式 TED 演讲

探知新一代价值观念，提升品牌社会价值关注

新知创作者



毕导毕啸天

李松蔚



汪诘

刘乃邠



新知文化议题

聚焦新知青年超级脑力

#大脑的性感时代#

展现新知青年新一代力量

#会发光的人#

探讨社会关注热点价值

#智慧有温度#

创新传播

单期专属活动聚合页

项目专题页持续更新

直播页丰富推广权益

站内黄金资源传播

社交媒体联动互动



A级 知乎长线IP

合作模式：问答内容收录 / 专题活动合作 / 线下活动植入

合作时间：4期/年

知乎宇宙计划

知乎脑洞头部 IP，系列主题运营活动

聚焦知乎特色价值内容热点，激活品牌创新灵感

系列特色主题

知乎宇宙「BIG DAY」

内容视频化收官

知乎宇宙主H5聚合



「饕餮之勺」

「能量超人」

「穿越古代」

「一个按钮」

「永恒无尽」

「全都是钱」



知乎瞎扯日

知乎宇宙 X 刘看山限定系列

「这就是知乎宇宙啊！」主题曲

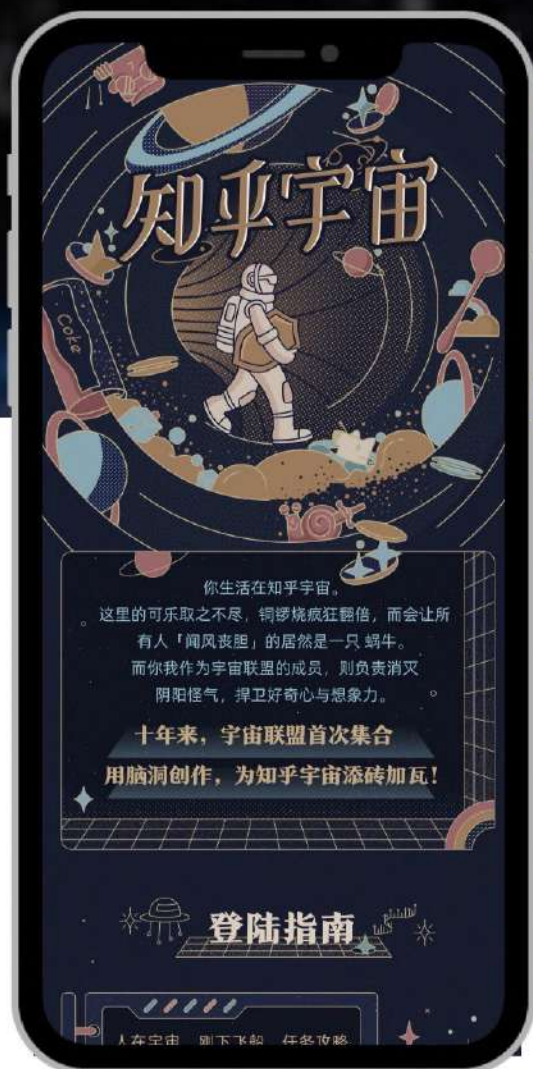
知乎日报推出瞎扯合集

视频板块收录
与知乎宇宙相关的故事



主题视频

绑定「知乎宇宙」话题 参与活动



A级 知乎长线IP

合作模式：单场/多场赞助合作

合作时间：100场/全年

快闪课堂

知乎线下知识分享沙龙

全国百场分享课堂，和品牌一起为用户传递新知

原生主题

从衣食住行到诗词歌赋



影视、科技、文学、音乐、文化
情感、表达、旅行、教育、学术

十城落地

从地标书店到品牌空间



北京、上海、广州、深圳、厦门、成都、
武汉、天津、西安、昆明

名师分享

百余位讲师库、专业领域分享者



A级 知乎长线IP

合作模式：主题合作 / 内容收录 / 创意互动

合作时间：全年

知识研究所

知乎盐选会员系列专题

盐选会员积累的优质内容，满足品牌知识营销多种需求

X21 超级会员日

全年3.21 / 6.21 / 9.21 / 12.21 会员日资源重推

系列会员内容专题

品牌定制合作 机动灵活启动



会员福利

创意互动玩法植入

盐选内容SKU

底部合作伙伴logo



海量站内资源
全面重推



品牌主题活动

品牌内容收录

盐选内容SKU

跳转外链/打卡/互动



稀缺运营资源
重磅宣发

A级 知乎长线IP

合作模式：官方问答合作 / 专题内容合作

合作时间：全年

小节点营销

知乎特色小节点营销合作

挖掘13个知乎特色节点，为品牌打造「知」式传播

知乎特色小节点

特色节点轻科普，聚集节点「知识人群」

国际
爱耳日

世界
卫生日

国际
牛奶日

世界
睡眠日

世界
地球日

世界
旅游日

世界
读书日

全国
爱眼日

.....

经典产品人气组合

知乎经典内容产品，聚集小节点人气

原生内容专题
聚集干货



官方账号发问
聚集好奇





乘风破浪 与知远航

更多内容可关注「知乎效果营销服务平台」公众号