

知乎

# 好内容带好货

## 酒水领域解决方案

行业客户部运营团队出品 2021年5月

The background of the entire image is a close-up, slightly blurred photograph of four wine glasses filled with a dark liquid, likely red wine, arranged in a row on a dark, textured wooden surface. The lighting is warm and focused on the glasses, creating a sophisticated and intimate atmosphere.

# 你有酒，知乎有故事

---

关于文化，关于生活，关于个人喜好 | 知乎有很多内容在发声

---

每天，91万的知乎内容被分享到站外，成为全网舆论风向标

在这里，知友们在4400万问题下，用2.4亿个深度回答，向社会发声

在知乎，用户们关注社会热点，探讨专业领域知识，分享自己的经验与深度见解

中国酒文化背后的逻辑是什么？

中国酒

在酒吧喊一次“这轮酒我请”大概得花多少钱？

主角光环

乌苏啤酒为什么被称为夺命大乌苏？

冷知识

「酒」的起源：

多少冷的知识，变成了热的梗

知乎，是很多「关于酒」的内容「起源」。

白酒 / 洋酒 / 红酒 / 啤酒 / 混合.....

专业/多元/公信力

「体验」起源

打开知乎之前，你永远不知道  
喝酒有多少种打开方式

对洋酒比较感兴趣，想入门应该买些什么酒来喝？

什么样的酒好喝又适合女生喝？

女性群体

有什么酒又好喝又能让人喝醉？

一杯饮酒醉

「种草」起源：

在知乎种下一棵草苗，收获有一片爱草的人们

「知乎高赞」

「知乎搬运」

「知乎转发」

「知乎体」

有什么又好喝又便宜的白酒？

100 元以下的价位有什么好喝的酒？

2020白酒推荐指南，口粮酒推荐、白酒送礼推荐、白酒收藏推荐

.....

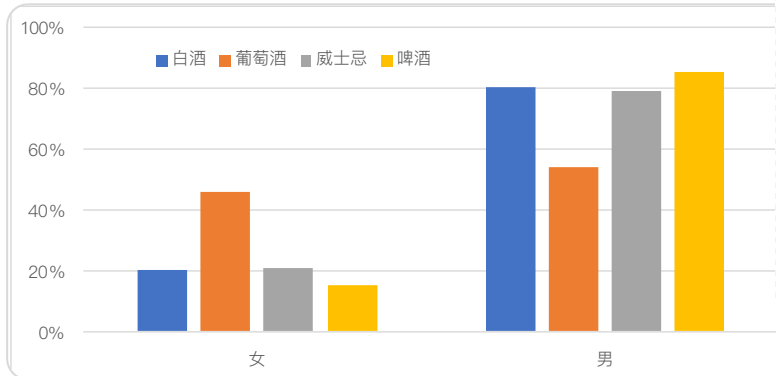
# 在知乎的「酒」，与众不同

一次是一个苏格兰老头，似是清华请来的教授，因为我店里有一首他喜欢的歌，一激动请所有人喝一轮，包括我自己，记得是小两千。

一次是一美国回来的华人，周六，喝得半醉，非得给所有的客人买单，八千多吧。原因是北京禁烟，但我酒吧后半夜可抽雪茄，他认为自己抽会影响别人，问我能不能摇铃铛……出于礼貌，我请他一根 BHK56 和一杯麦卡伦18年。

By 知友 周晓楠

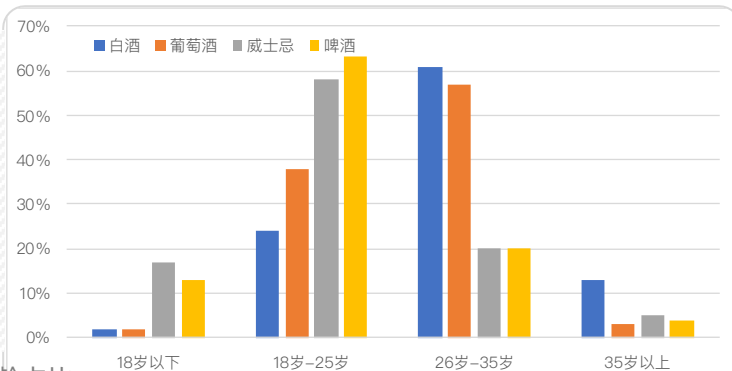




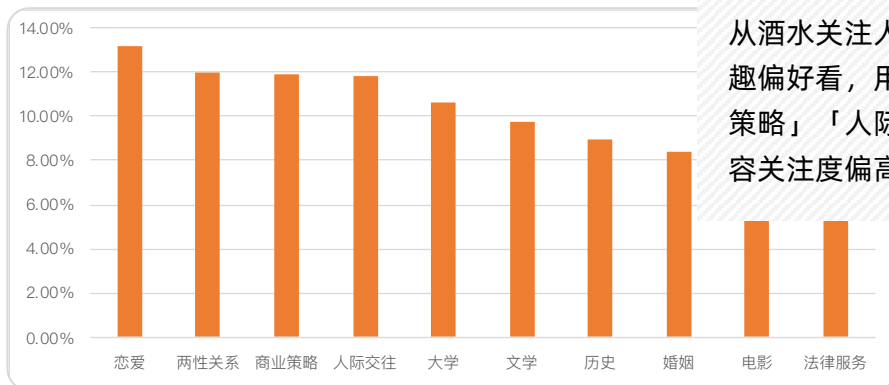
从兴趣人群分布上来看，  
知乎酒水相关兴趣用户  
以**男性**为主；  
细分品类上，**葡萄酒**的  
用户性别占比较**均衡**，  
男女比例基本1: 1。

\* 用户性别比例  
话题互动用户的性别占比

从兴趣人群年龄分布上看，  
**啤酒、威士忌**关注人群偏  
**年轻化**，主要集中在18-  
25岁；**白酒、葡萄酒**用户  
集中在26-35岁，**成熟**用  
户占比高。



\* 用户年龄比例：话题互动用户年龄占比



从酒水关注人群的话题兴  
趣偏好看，用户对「商业  
策略」「人际交往」类内  
容关注度偏高。

\* 内容偏好：搜索「酒」相关关键词用户内容偏好 TOP的分布情况（近180天数据）

# 「圈层用户」

实用性与格调并重的消费观，  
作为爱酒一族的他们，  
同时也关心商业和生活文化。

一面是求知党，关注酒文化/常识；  
一面是潮流派，碰撞出酒与日常生活场  
景的各种精彩玩法。



## 酒话题

话题浏览量 80,000,000

专业回答量 46,000

待解答问题量 23,000

话题关注人数 610,000

### 关联话题

「白酒」5072万问题浏览量

「葡萄酒」760万问题浏览量

「威士忌」670万问题浏览量

「啤酒」1078万问题浏览量

**2570**万次  
知乎站内日均搜索量



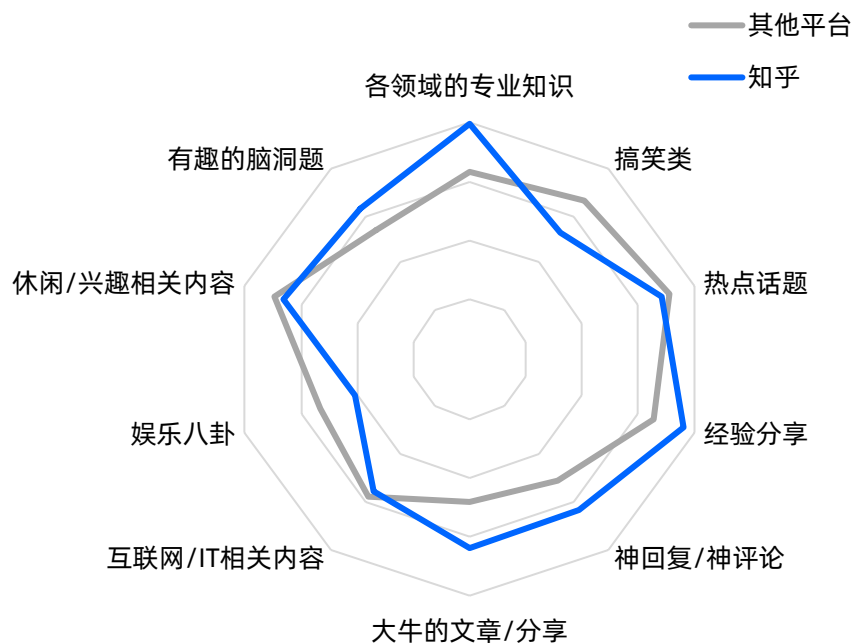
“人们对知识，有着天然的信赖感。”

## 「兴趣覆盖」

利用知乎原生话题热度，  
通过问答找到需求/兴趣人群对口沟通，  
形成圈层口碑。

这里是内容认同和兴趣用户聚合的社区，  
内容衍生、不断突围。





70分钟

日均使用时长



“人们对知识，有着天然的信赖感。”

## 「专业认知」

社区用户差异化，  
钻研领域内容更专业，  
乐于分享知识、经验、见解，  
积极的互动讨论。

沉浸式阅读体验，  
将种草内容融会贯通。



# 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+自选形式  
联动合作 | 知+互选形式  
联动合作 | 知+招募任务  
联动合作 | 知+特邀任务

## 二阶段：精准用户覆盖，产品曝光提升

### 重点内容合作投放 | 知+

|                   |             |
|-------------------|-------------|
| 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      |             |
| 拓量   回答页/问题页推荐流广告 |             |

## 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

# 第一阶段

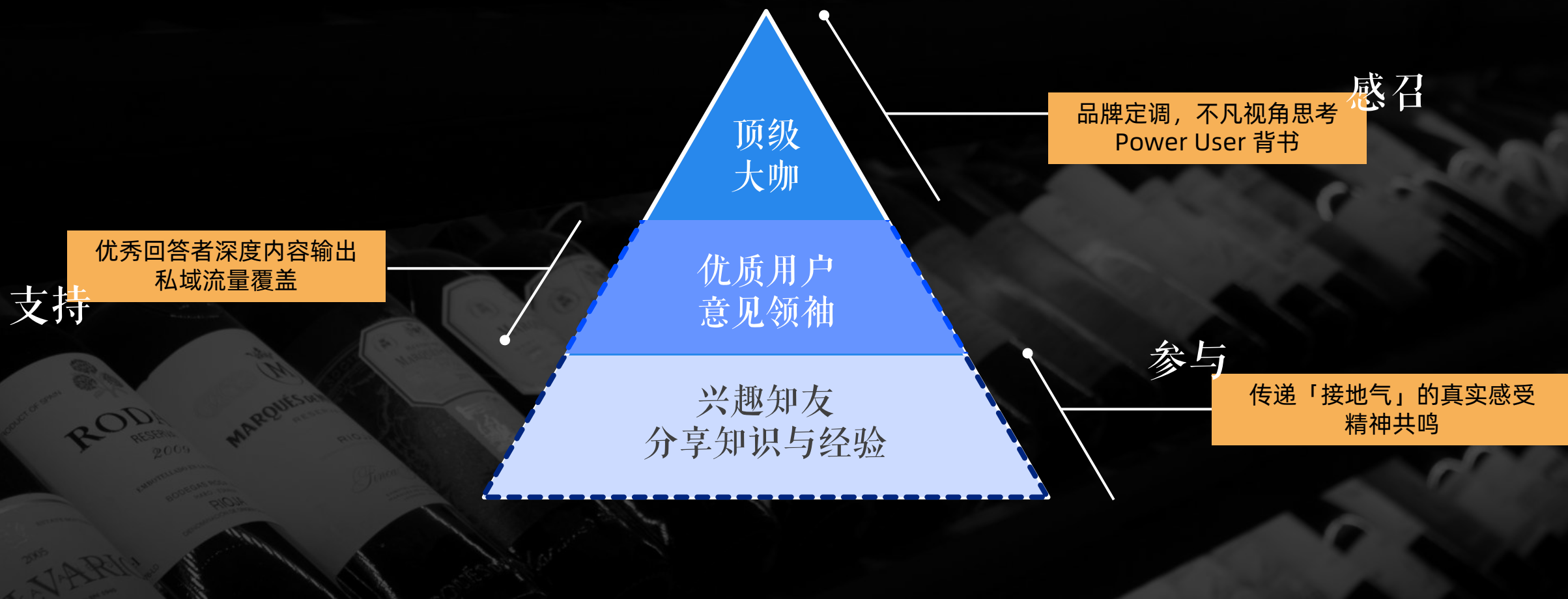
## 内容创作

- 内容创作架构体系
- 站内问题沉淀方向
- 酒水领域选题方向



# 好商品，值得好内容持续发声

从不同视角出发的创作，内容覆盖不同阶层受众，广泛而精准



# 好商品，选择好问题方向

- 酒水领域问题推荐 -

白酒

有什么又好喝又便宜的白酒？

葡萄酒

几百元的葡萄酒真的不能喝吗？

300元以下存什么白酒好？

酱香型、浓香型、清香型、兼香型白酒到底有什么区别？

对洋酒比较感兴趣，想入门应该买些什么酒来喝？

入门威士忌有什么推荐？

啤酒

世界上有几种啤酒？

更多酒水相关问题推荐：<https://docs.qq.com/sheet/DWUFPCnpwZ2ZaUWtD>

# 好商品，选择好问题方向

- 以白酒领域示例 -

基于品类的求推荐

基于品类的求答疑

基于场景的求推荐

基于场景的求推荐

| 拓展新的形容词表述                | 基于主要品类进行发散              | 拓展人群下的更多场景                | 节点性场景利用                    |
|--------------------------|-------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 指向口感-有哪些白酒的口感让你改变了对酒的态度? | 白酒到底好喝在哪儿?              | 送茅台到底是送酒还是感受?             | 618有哪些酒水值得入手?              |
| 指向健康-有没有喝完不上头的白酒推荐?      | 征服年轻人的白酒, 需要具备哪些「基本素养」? | 老酒收藏的秘诀到底是什么?             | 父亲节快到了, 618适合给爸爸买的礼物, 求推荐? |
| 指向分类-浓香型/清香型/酱香型/米香/凤香   | 300元以下存什么白酒好?           | 第一次见岳父, 有什么适合的白酒? 500左右的? | 2021 年 618 有什么购物推荐?        |

## 第二/三阶段

### 内容投放

- 知+投放三大主要展示形态
- 知+投放五种转化方式
- 流量资源形态



「知+」解决方案

打通好内容带好货  
加速内容变现好生意



特邀任务

招募任务

知+  
自选

知+  
互选

内容  
创作

回答场景

搜索场景

推荐场景

加速  
分发

外链跳转

下载路径

小程序路径

商品页路径

微信转化路径

高效  
转化

# 好内容，原生样式加速流通

- 三大重点位置示例 -

## 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。



# 后端转化提效，达成内容消费

- 两类转化组件示例 -

## 内容区转化组件

- 内容区组件形式：支持5大形式。
- 内容区组件数量：最多可添加30个组件进行内容转化。
- 内容区转化优势：原生内容无缝衔接产品转化。



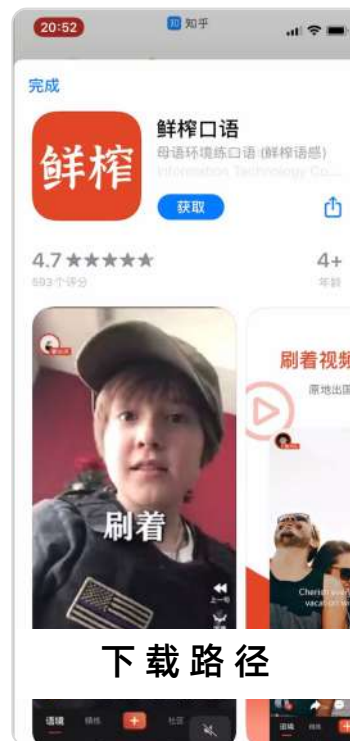
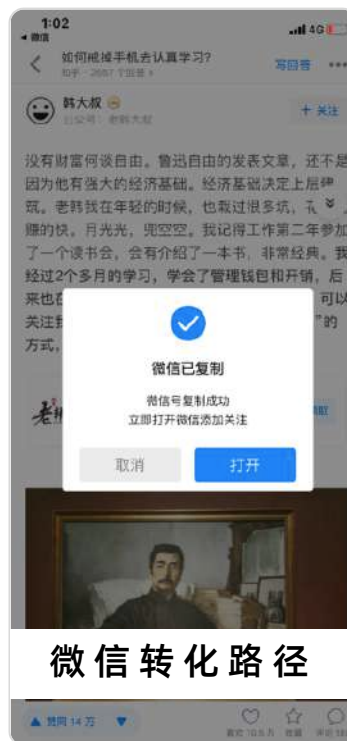
## 评论区转化组件

- 评论区组件形式：支持多种组合形式。
- 评论区组件数量：单篇内容在该区域限添加1条文字链。
- 评论区转化优势：用户在互动时正向评论引导转化。



# 后端转化提效，达成内容消费

- 五种转化组件示例 -



# 内容玩法转化店铺成交

知乎

300-500价位的白酒，有什么推荐的？



深度内容创作



意向用户转化



跳转商品购买



优质内容有效开拓消费新切口，将内容与消费转化一屏实现

# 内容玩法转化私域

知乎

有什么酒颠覆了你的认知？



深度  
内容  
创作



意向  
用户  
转化



微信  
好友  
添加



优质内容有效开拓消费新切口，将内容与消费转化一屏实现

# 以主动搜索行为，拦截精准用户

- 搜索关键词触发的搜索结果页第6位内容 -

效果搜索位



搜索文字链

品牌首页资源



搜索预置词

搜索页



热搜广告词

搜索结果页



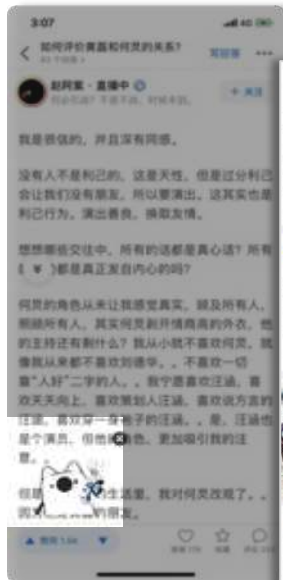
搜索彩蛋

品牌专区

# 各路径行为触达，定向人群投放

- 基于基础信息、行为偏好、社区互动等标签定向 -

答案页彩蛋



随动窗口广告



热榜第3/8位



首页浮层广告



首页 tab



首页信息流



问题页信息流



答案页信息流



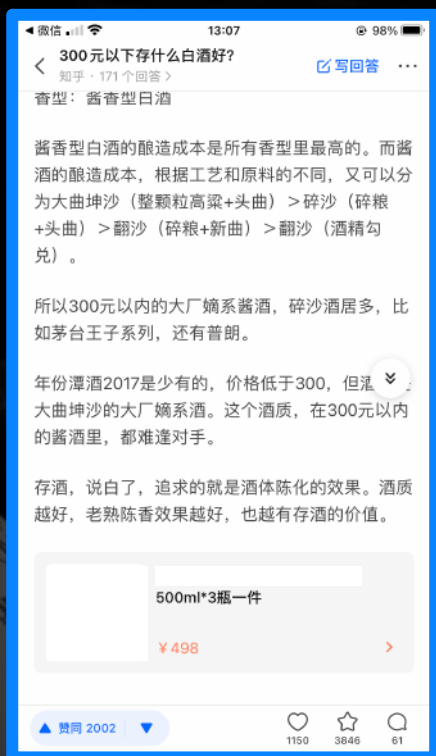
评论页信息流



# 内容玩法合作示例

知乎

酒水投放效果如何？平台趋势如何？



问题浏览量

1,656,387

问题关注量

1,281

回答赞同数

2,003

某白酒客户，通过知+ 进行优质内容投放，实现 ROI = 1:1 效果

四步投放流程：

优质内容扣题 > 插件植入 > 引流店铺 > 达成消耗并收获好评

知乎

好内容让好酒飘香万里，  
好酒助好内容回味无穷。



扫码关注公众号获取更多资讯