

# 关于“知乎”的研究

## 一份商业分析报告

钟佳成

2020 年 3 月 17 日

# 知乎

- ① 知乎的历史
- ② 知乎 APP 的运营表现
- ③ 知乎的股权、收支及财务现状
- ④ 知乎的挑战与机遇

- ① 知乎的历史
- ② 知乎 APP 的运营表现
- ③ 知乎的股权、收支及财务现状
- ④ 知乎的挑战与机遇

## 钟佳成

◀ ◻ ▶ ◀ ◼ ▶ ◀ ≡ ▶ ◀ ≡ ▶ ≡

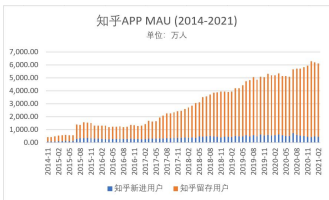
# 内容生产的变化

发展阶段	早期起量	中期扩圈	后期会员制
内容生产者	被邀请进入社区的专家级用户和互联网大咖	除原有的精英之外，知乎逐渐向亲民化、大众化发展方向发展	在高端用户逐渐流失的情况下，全站式会员体系诞生。知乎出现了大量知识贩售者
内容类型	严谨专业的精英问答与互动联络	专业性降低。内容的产生由少数精英向群体智慧转变。知乎原本的专业、理性的共享氛围和文化开始被稀释。知乎的变现渠道包括了语音问答、专栏讲座、广告、机构佣金和售书	出现了大量订阅内容。其形式包括文字、语音和视频。知乎自制内容占比近30%。整个社区逐渐向轻度化、泛娱乐化、和商业化发展

- ① 知乎的历史
- ② 知乎 APP 的运营表现
- ③ 知乎的股权、收支及财务现状
- ④ 知乎的挑战与机遇

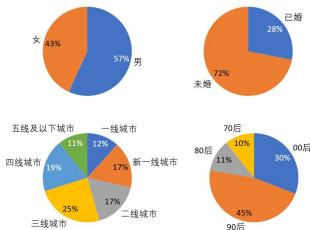
# 知乎 APP 的用户画像

- 知乎 APP 以年轻的 90 后和 00 后为用户主体
- 其中 90 后的活跃占比在下降, 同时取而代之的是更加活跃的 00 后
- 相较于发达城市, 知乎 APP 在下沉市场中更加成功地扩张
- 根据艾瑞咨询的报告, 80.1% 的知乎用户拥有本科及其以上学历



(a)

2021年2月知乎APP用户画像



(b)







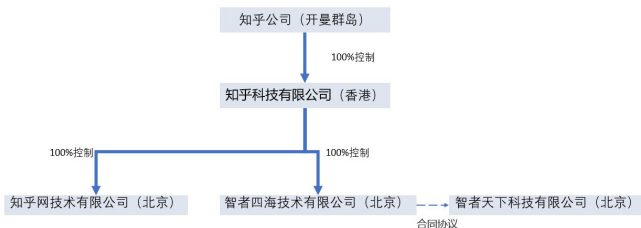
## 对比知乎和同类 APP (3): 《社交媒体用户信息搜寻行为差异分析》

- 相较于微信和微博，知乎是用户们最依赖的社交搜索方式
- 在社交浏览方面，用户们对微博和知乎没有表现出显著的态度差异
- 在消费潮流信息获取方面，用户们最依赖微博，而最不依赖知乎

- ① 知乎的历史
- ② 知乎 APP 的运营表现
- ③ 知乎的股权、收支及财务现状
- ④ 知乎的挑战与机遇

# 知乎的结构与股权

持股者	持股份额	投票权
周源	8.2%	46.6%
创新工场	13.1%	7.6%
腾讯	12.3%	7.1%
Qiming Entities	11.3%	6.6%
SAIF IV Mobile Apps (BVI) Limited	9.3%	5.4%
Cosmic Blue Investments Limited	8.3%	4.8%
CTG Evergreen Investment XX Limited	6.8%	3.9%



<sup>0</sup>数据来源：知乎 F-1 招股书



- ① 知乎的历史
- ② 知乎 APP 的运营表现
- ③ 知乎的股权、收支及财务现状
- ④ 知乎的挑战与机遇

# 优势

- 知乎是标志性的、值得信赖的在线内容社区
- 高质量的用户生产内容处于快速增长中
- 用户群体呈多样化增长，并且用户参与度很高
- 知乎拥有创新且内容为核心的变现方式
- 知乎掌握高超的技术的支撑和数据观分析能力
- 知乎拥有高水平的管理团队和股东

# 挑战

## ① 《知乎网络问答社区的盈利方式分析》

- 精英人群回答问题入不敷出
- 尚未找到合适的商业模式
- 广告数量和质量可能会影响用户满意度
- 问题过于个性或专业化，难以推广到一般层面

## ② 知乎 live 知识变现存在问题

- 定价不合理，知乎 live 大 V 出走
- 内容质量有待提高



# 谢谢您！