

# 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

## 发展历程简介

- **2011-2013:** 采用邀请制注册，聚集行业精英知识分子对实用性知识的需求。平台内部早期聚集了一批专业性较强的专家级用户
- **2013-2016:** 将用户注册模式从邀请制改变为开放式注册
- **2016-2017:** 开始尝试多种变现方式。推出付费语音问答功能“值乎”和 Live 讲座。将值乎、Live 讲座、书店等付费产品聚合成“知识市场”栏目。推出“Live 无限计划”，试水会员制度
- **2018-2020:** 推出盐选会员体系，盐选会员可以畅享盐选专栏、Live 讲座、电子书/讲书以及国内外杂志
- **2021:** 正式向美国证券交易委员会 (SEC) 提交了 IPO 申请，计划在纽约证券交易所挂牌上市，代码为“ZH”

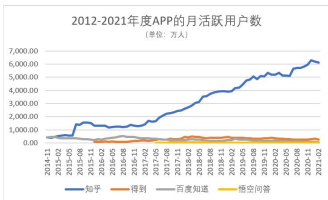
# 内容生产的变化

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

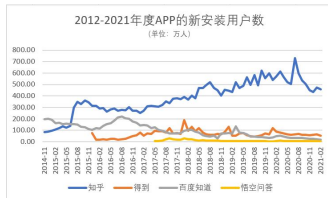
- 1 知乎的历史
- 2 知乎 APP 的运营表现
- 3 知乎的股权、收支及财务现状
- 4 知乎的挑战与机遇

## 对比知乎和同类 APP (1)

- 无论在月新安装用户和月活跃用户上，知乎都领先同类 APP
- 自 2016 年开始，知乎与百度问答在两项指标上表现出了相反的趋势，反映了二者存在着竞争关系
- 自 2019 年开始，知乎在月新安装用户数上表现出了放缓的增长势头，而其他三款 APP 早已出现相似的情况



(a)



(b)

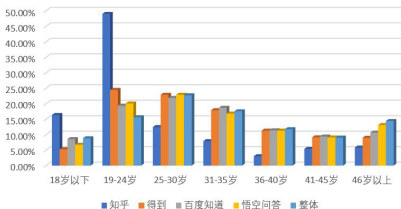
图 1: APP 对比

<sup>0</sup>数据来源: QuestMobile

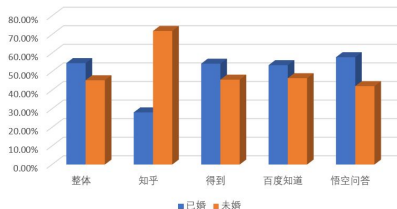
## 对比知乎和同类 APP (2)

- 在 2021 年 2 月的统计中，知乎 APP 用户主要集中在 19-24 岁之间，并且该年龄段的用户占比远高于其他 APP
- 在此时间点上，知乎 APP 用户中的大多数是未婚的，而已婚用户属于其他 APP 的多数

2021年2月APP用户的年龄分布



2021年2月APP用户的婚姻分布



<sup>0</sup>数据来源：QuestMobile



## 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》 [2]

- 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

- 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

城市等级	2018	2019	2020	2021
一线城市	0.13	0.12	0.09	0.11
新一线城市	0.20	0.18	0.18	0.16
二线城市	0.17	0.17	0.17	0.16
三线城市	0.21	0.23	0.24	0.24
四线城市	0.16	0.17	0.19	0.18
五线及以下城市	0.10	0.10	0.11	0.11

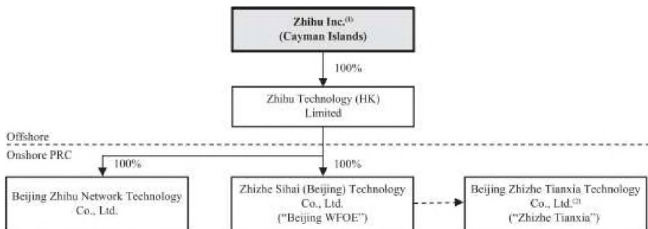
Age Group	2018	2019	2020	2021
00后	0.16	0.26	0.31	0.30
90后	0.64	0.50	0.48	0.46
80后	0.12	0.13	0.10	0.12
70后	0.07	0.09	0.08	0.10

<sup>0</sup>数据来源: QuestMobile

- 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

# 知乎的持股股权结构

- 周源持股为 8.2%，有 46.6% 的投票权；创新工场持股为 13.1%，有 7.6% 的投票权；腾讯持股为 12.3% 有 7.1% 的投票权；Qiming Entities 持股为 11.3%，有 6.6% 的投票权；SAIF IV Mobile Apps (BVI) Limited 持股为 9.3%，有 5.4% 的投票权；Cosmic Blue Investments Limited 持股为 8.3%，有 4.8% 的投票权；CTG Evergreen Investment XX Limited 持股为 6.8%，有 3.9% 的投票权。



<sup>0</sup>数据来源：知乎 F-1 招股书



# 知乎的财务数据

- 2020 年收入为 13.52 亿，相比 2019 年 6.71 亿大幅增长，增长 101.7%。
- 2020 年净利润为 -5.18 亿，相比 2019 年 -10.04 亿大幅收窄，亏损减少 48.5%。
- 2020 年全年毛利率为 56%，相比 2019 年 46.6% 增长 20.2%。

---

<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》[1]

- 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！

- [1] 张则妍 and 张思琦. “知乎网络问答社区的盈利方式分析”. In: 收藏 5 (2017).
- [2] 甘春梅, 袁园, and 吴欣家. “社交媒体用户信息搜寻行为差异分析: 基于微信, 微博与知乎的比较”. In: 第十三届 (2018) 中国管理学年会论文集 (2018).