

# 千金一课

终身学习！时间宝贵？投入前必看的公开课测评自媒体

# 团队介绍

## Our Team

- Evelyn CAI, CEO

Master of Information Systems Management @  
Carnegie Mellon University, 终身学习者

- Rachel YANG, 联合创始人

Master of Information Systems Management @  
Carnegie Mellon University, 丰富的视频创作经验

- Lisa DING, COO

Master of Information Systems Management @  
Carnegie Mellon University, 拥有多年自媒体运营经验



# 产品介绍

终身学习！时间有限？测评自媒体，带你深入了解一门名校公开课的适配性

## 内容矩阵：

- 系列1：名校公开课（Coursera/EdX/网易名校公开课/Udemy/Pluralsight/Udacity/etc.）10分钟测评【周更】
- 系列2：远程学习方法论、名师互动【月更】
- 系列3：评论/私信整理答疑【月更+根据粉丝数/互动数随更】

## 全网渠道：

- 长视频：Bilibili, Youtube, 微信视频号【干货内容】
- 图文：微信公众号、知乎、豆瓣【总结笔记、传播引流】
- 碎片化信息：新浪微博、抖音、bilibili动态等【选题投票、互动运营】

## 市场分析 - 规模预期

25年中国在线教育市场规模有望超8000亿元

2025年中国在线教育市场规模预测(单位：亿元)

Forecast of Chinese Online Education Market size in 2025 (100 million yuan)

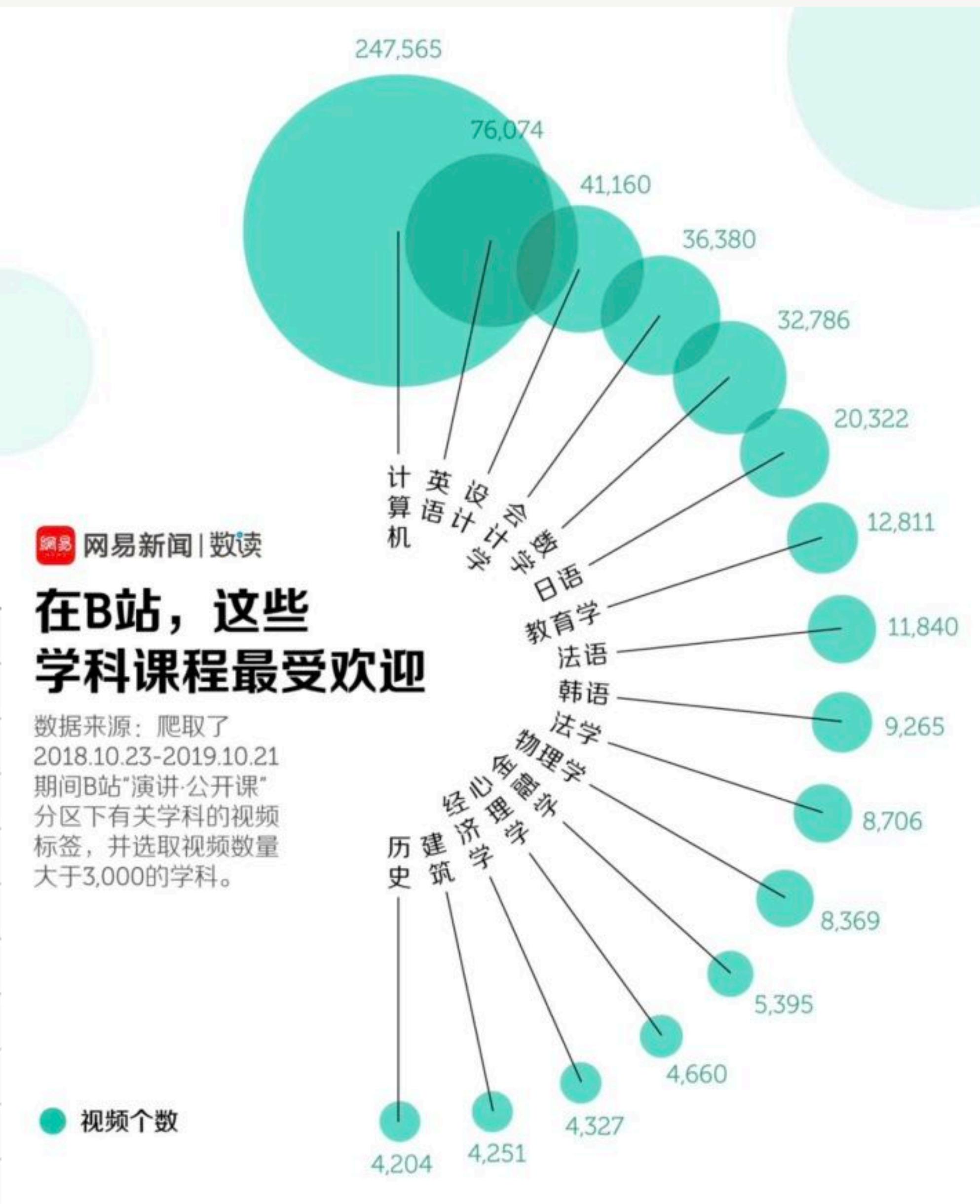
年复合增长率：11.4%



# 市场分析 - 目标受众

各MOOC平台用户  
知识付费产品用户  
b站知识区用户

话题	浏览量	讨论数	订阅数
#学习#	6.3亿	238.7万	142.6万
#数学#	4305.4万	17.6万	23.2万
#考研#	7199.6万	30.9万	16.3万
#课程#	1017.2万	3.8万	13万
#校园#	2.6亿	98.5万	12.8万
#考试#	2250.5万	11.5万	8.9万
#教育#	1.3亿	38.1万	6.3万
#高中#	1518.2万	9.8万	3.7万
#线上课堂#	1039.7万	2万	2.7万
#我在B站学习#	6138.7万	19.3万	2.5万



# 市场分析 - 综合因素

内因驱动：终身学习、知识焦虑

外因基础：各MOOC平台提供充足课程、在线教育在疫情后的普及

# 竞品分析

## Competitor Analysis

vs 测评类自媒体

- 影视测评（如“电影最top”等）
  - 优势：娱乐性强
  - 劣势：知识性较低
- 读书测评（如“木鱼水心”等）
  - 优势：受众基础大、观看门槛低
  - 劣势：对公开课等不具有针对性



# 竞品分析

## Competitor Analysis

vs 平台自带评价区

- 优势：注册课程前查看方便、评价人数多
- 劣势：仅针对单一平台，无法互动、解答有针对性的疑问

“千金一课”公开课测评自媒体

- 优势：整合多平台课程、视频点评干货与趣味并存、可私信/评论互动并根据常见问题有针对性地提供反馈
- 劣势：从0开始、初期运营较慢

¥1.5 million

融资需求

