

## PaperFree检测报告简明打印版

相似度：53.06%

编号：TGKQ1SH4X5ZOWESJ

标题：问答网站用户质量与数量的关系浅析

作者：PaperFree

长度：2673字符

时间：2018-02-16 12:53:18

比对库：中国学位论文全文数据库；中国学术期刊数据库；中国重要会议论文全文数据库；英文论文全文数据库；互联网资源；自建比对库

### 相似资源列表(学术期刊, 学位论文, 会议论文, 英文论文等本地数据库资源)

1. 相似度：3.22% 篇名：《反渗透系统运行存在的问题及解决方案》

来源：《净水技术》 年份：2011 作者：吉晓斌

2. 相似度：2.54% 篇名：《一个超级用户眼中的勇猛机械》

来源：《农机市场》 年份：2012 作者：王磊

3. 相似度：0.77% 篇名：《低质量专利的识别方法及应用研究》

来源：《科研管理》 年份：2013 作者：张米尔

4. 相似度：0.54% 篇名：《朗读就是那个“味”》

来源：《学生之友：小学版》 年份：2017 作者：张兵

### 相似资源列表(百度文库, 豆丁文库, 博客, 新闻网站等互联网资源)

1. 相似度：13.86% 标题：《知乎的知识生态圈分析与探究 - 道客巴巴》

来源：<http://www.doc88.com/p-0867413768069.html>

2. 相似度：5.17% 标题：《创业社区知乎的用户质量为什么越来越低?\_秀客网》

来源：[http://www.xiukee.com/show\\_496600.html](http://www.xiukee.com/show_496600.html)

3. 相似度：4.85% 标题：《一个知乎重度用户眼中的知乎\_教育指南\_中华文本库》

来源：[http://www.chinadmd.com/file/xo6psoowxppprztzwi3ivtpzcxorrwxzoxa6csx6\\_1.html](http://www.chinadmd.com/file/xo6psoowxppprztzwi3ivtpzcxorrwxzoxa6csx6_1.html)

4. 相似度：4.71% 标题：《一个知乎重度用户眼中的知乎\_教育指南\_百度教育攻略》

来源：<https://wenku.baidu.com/view/0dc9ceb1d5d8d15abe23482fb4daa58da0111cad.html>

5. 相似度：4.40% 标题：《a - 收藏夹 - 知乎》

来源：<https://www.zhihu.com/collection/158797100>

6. 相似度：3.40% 标题：《为什么近来感觉知乎用户水平急剧下降? - 知乎》

来源：<https://www.zhihu.com/question/36292949/answer/67884708>

7. 相似度：2.63% 标题：《知乎注册用户数量破亿!现在开放机构号注册\_搜狐科技...》

来源：[http://m.sohu.com/a/193278164\\_223764](http://m.sohu.com/a/193278164_223764)

8. 相似度：2.63% 标题：《联合饿了么开设线下快闪店背后,知乎尝试将优质...\_搜狐》

来源：[http://m.sohu.com/a/194394821\\_116378](http://m.sohu.com/a/194394821_116378)

9. 相似度：2.63% 标题：《知乎宣布注册用户总数已超1亿 月浏览量已达180亿\_科技...》

来源：<http://www.itmsc.cn/news/195629.html>

10. 相似度：1.86% 标题：《在马斯洛的五个需求层次理论中\_百度文库》

来源：<http://wenku.baidu.com/view/804c49235901020207409c95.html>

11. 相似度：1.72% 标题：《知乎开放机构号注册,企业要入驻知乎更容易了》

来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1579056398443486731&wfr=spider&for=pc>

12. 相似度：1.54% 标题：《马拉松版马斯洛需求理论深层分析\_跑步频道\_新浪竞技风暴\_新浪网》

来源：<http://sports.sina.com.cn/run/2016-12-22/doc-ifxyxury7961266.shtml>

13. 相似度：1.54% 标题：《马斯洛人的五种需求层次理论解释\_在路上\_新浪博客》

来源：[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_5e665d600101gxyp.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_5e665d600101gxyp.html)

14. 相似度：1.54% 标题：《尊重需求名词解释\_百度知道》

来源：<https://zhidao.baidu.com/question/1178686462475827019>

15. 相似度：1.31% 标题：《知乎用来干嘛的 - 百度知道 - 全球最大中文互动问答平台》

来源: <https://zhidao.baidu.com/question/1947104141752413828.html>

16. 相似度: 1.27% 标题: 《《路西法效应》摘录与批注,愤青的理论武器,本书的评论稍候奉上...》

来源: [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_70691ff20100oq1s.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_70691ff20100oq1s.html)

17. 相似度: 0.68% 标题: 《知乎注册\_科技猎》

来源: <http://www.kejilie.com/w/u6zYV32.html>

18. 相似度: 0.54% 标题: 《被挖走的300知乎大V:精英们的钱途和角力|知乎|今日头条|精英\_新浪...》

来源: <http://tech.sina.com.cn/i/2017-09-26/doc-ifymfcih5982380.shtml>

19. 相似度: 0.54% 标题: 《知乎是问问题的APP吗?为什么我提问没人回答?\_百度知道》

来源: <https://zhidao.baidu.com/question/1756864908137812228.html>

20. 相似度: 0.45% 标题: 《头昏脑胀的近义词是什么|小学语文基础知识总结|小学语文...\_语文网》

来源: <https://yuwen.chazidian.com/info33830/>

## 全文简明报告

### 问答网站用户质量与数量的关系浅析

刘傲凡 郑州中学 450001

#### 引言

{ 79% : 知乎曾经一度采用邀请制注册方式。 } { 90% : 知乎未开放前推广方式大致有: 软文、邀请。 } { 91% : 2013年3月, 知乎面向公众开放注册, } { 93% : 结合微博、论坛等持续进行社会化营销、口碑传播。 } { 98% : 凭借高质量内容, 效果很明显: 知乎在短短四年内, 便拥有了几千万用户, } { 83% : 同时更多企业和团体也向知乎张开了怀抱。 } { 89% : 知乎官方宣布: 截止2017年9月, 知乎个人注册用户总数超过1亿, 日活跃用户量达2600万, 人均日访问时长1小时, 月浏览量180亿。 } { 81% : 这时的知乎已然走出了小众的圈子, 几乎覆盖了网络人群主流, } 成为一个真正的庞然大物。 { 83% : 也就是说用户群体和豆瓣、贴吧、微博等都有了很大重合。 } { 70% : 根据《路西法效应》—— “一个群体的入会仪式越严格, 人们对它的忠诚度就会越高”, } 严格的入会仪式类似于饥饿营销, 会让人产生这个群体价值很高的感觉, 而在这个印象下群体也会不断向这个方向发展。那么对于知乎的开放注册存在着这样一个疑问, 随着知乎用户的剧增, 高质量问题、答案被稀释, 会不会导致高质量用户流失?

#### 一、知乎数据获取

知乎用户成分划分, { 57% : 需要大量的用户数据作为分析根据, } 在这里, 笔者考虑使用自动化程序, { 96% : 由于知乎没有可以一页一页翻取用户资料的列表页, 而且用户首页URL也没有规律可循, 完全是用户自定义的, } 加之时间与空间复杂度问题, 笔者采用网络爬虫抓取部分用户数据。抓取策略为: { 96% : 用一个知乎话题入手, 抓取他的关注列表, 然后进入他的关注列表, 抓取每个人的资料后再抓取这些人关注的列表, 依次走下去。 } 下面为程序运行代码及使用步骤 (回车运行, 需要停止, 在console里面输入no\_more\_monkey()+回车) :

1. 打开链接: <https://www.zhihu.com/topic/19552330/followers>

2. 右键-^Inspector(e.g 审查元素/检查/etc)

3. 切换到Console选项卡

4. 粘贴下面的代码

```
var interval_id = setInterval(function(){
    $('#zh-load-more')[0].click();
    $('.zm-person-item^div^h2^a').each(function(){
        console.log($(this).text()+' http://zhihu.com'+$(this).attr('href'));
    });
    $('.zm-person-item').remove();
},1000);

var no_more_monkey = function(){
    clearInterval(interval_id);
```

}

## 二、知乎用户成分划分

对获取到的10389个用户的数据进行分析后，笔者得到以下结论：

{95%：从阶层分类，知乎的用户可以分为以下三种：第一类，精神领袖，这类用户主要来源于早期邀请注册阶段，典型代表如创新工场董事长兼 CEO 李开复，果壳网创始人杨勃，小米科技董事长雷军等；第二类，掌握某领域专业知识的专业用户，这类用户是拥有专业知识，并且乐于分享和生产高质量知识的平民用户，这类人积极回答自己擅长的问题，喜欢用理性，严谨和负责的态度分享知识，一步步积累人气，逐步成为在某领域有影响力的专业用户；第三类，企业、团体账号，}这类用户依据自己所属行业的专业方向，回答相关问题，并且会有一些引流到自己企业其他平台的行为。{93%：第四类，普通用户，这类用户往往多是信息的阅读者和反馈者，他们会经常阅读感兴趣的话题，点赞或者评价，但往往他们并不是生产信息的主要成员（左图，}为2013年用户数据，来源于网络调查，右图为2018年用户数据，来源于知乎用户数据）。

从数据可知，普通用户的比例由53%上升到68%，企业团体账号由17%上升到21%；精神领袖的比例由11%下降到4%，专业用户的比例由12%下降到6%。可以得到以下结论，用户质量比例高度下降。

从用户关注方向上来看，{ 76%：知乎话题关注度top10：电影、旅行、互联网、创业、科技、健身、设计、美食、自然科学、经济学。}知乎粉丝最多top3：{ 63%：李开复(创新工场董事长、CEO)、黄继新（知乎联合创始人）周源（知乎CEO）。}

## 三、用户结构变化分析

目前知乎里为人所知的精英用户大多是靠口耳相传，人们往往是通过分享他回答的问题而有所了解，长此以往，必然导致这部分人群热情丧失，离开知乎。{ 64%：随着开放注册制度的推行，用户数量增长，}知乎缺少明确的机制为精英用户带来应有的地位，比如百度知道采用的等级制度，贡献知识越多，经验值越多，等级就越高，这样精英用户的地位可以一目了然。{93%：负责任写答案用户的付出没有得到肯定和奖励，逐渐会产生劣币驱逐良币的效应。}早期的知乎采取邀请注册制，保证问答社区拥有较高的信息质量和纯净的知识环境，{ 69%：其不足是限制了整个社区的发展速度。}

{ 74%：知乎的早期用户属于国人中知识水平高的，大量普通用户的涌入慢慢拉低网民的平均素质。}{100%：有些长篇大论的答案，即便不去验证其中使用证据的可信度，单纯把行文逻辑抽出来，就能发现问题。}{ 65%：知乎开放注册后，由于缺乏把关，}导致知乎在用户数量和问答数量几何级数激增的同时，带来了质量不断下降等问题，有价值的答案占比降低，知识环境的氛围不断浮躁，{ 59%：从而使一些初期实名受邀专业用户离开知乎，使知乎的粘性急剧降低。}{ 70%：从微观上来讲，知乎将信息技术和互联网思维完美融合，对传统的知识生产，知识管理和知识服务进行了优化和升级。}

{ 66%：在马斯洛需求层次理论中，他把人的需求由较低层次到较高层次分成五类，依次为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。}{95%：尊重需求既包括个人对成就或自我价值的感觉，也包括他人对自己的认可与尊重。}他人认可，即意见、态度或专业性的认可。我们分析可以得到，{ 57%：用户在知乎中可以通过分享知识获得尊重和认可，}乃至达到最高层次的自我实现。

## 三、结论：

{96%：知乎的用户越来越多，随之而来低质量的回答等充斥社区，知乎很多的早期高质量用户或因受不了社区的某些内容而选择离开，这些用户的离开对社区来说影响是比较大的，社区的整体质量会因为大批量高质量用户的流失而下降。}{ 69%：如何避免品牌类营销号营销操作泛滥，导致用户审美疲劳，是知乎需要考虑的问题随着知乎由邀请注册制转变为开放注册制，}用户规模的扩大有利于扩大市场占有，{ 55%：但是与此同时，低质量问题泛滥，}答案缺少专业性，知识环境愈发浮躁，逐渐与知乎求专求精的精神背道而驰，对于知乎用户而言，大量低质量的海量信息不仅不会吸引用户，{ 65%：反而会让它们眼花缭乱，手足无措。}因此，知乎需要在平衡用户规模和内容质量上下大功夫。