

知识类内容 研究报告



● 本报告将聚焦哪些问题？

如何定义知识创作者以及知识类内容？

知识类内容有哪些创作形式？

知识类内容在各平台现状如何？

各平台知识类内容差异如何？

知识内容赛道趋势以及价值是怎样的？



● 本报告核心发现

01

社媒平台创作者集中在腰尾部，
知识内容更贴近生活

02

知识的强介质穿透力打破知识传播与理解的瓶颈，以图文、短视频、直播进行社交式传播

03

知识+互联网多元结合，社媒平台加码知识生态布局，腾讯百度系运营知识专属平台

04

知识内容赛道趋于线上化、专业化、商业化、流量化与规范化

报告研究说明

研究范围

研究平台:

微博、抖音、B站、小红书、快手、腾讯课堂等App以及平台

知识创作者研究范围:

研究平台创作者标签中含有教师、医生、教授、律师等认证人士、专业领域内达人以及知识类分享官

数据说明

数据来源:

克劳锐指数研究院、其他平台公开数据

数据周期:

报告内相关数据展示选取于研究平台内2021年4月-9月知识类创作者以及内容涉及到点赞、阅读、评论等互动量选取周期为作品发布后一个月内累计互动量

目录 CONTENTS



01 知识类内容生态价值聚焦

02 知识类内容表达形式

03 各平台知识类内容简析

04 知识类内容趋势

01

知识内容生态聚焦

什么是知识内容，为什么现在兴起以及价值？

谁在做泛知识内容，他们都有哪些身份？

知识类用户的需求有哪些？





知识+互联网——知识新格局

随着泛娱乐内容的饱和，创作者进军知识赛道，知识类KOL占比增长10%

入场

创作者

知识的翻译官

优质的知识内容需要专业的创作主体去支撑，例如抖音平台的高等学校，微博平台的张文宏医生

社媒平台流量扶持，
内容过渡

平台

以泛知识属性内容为主的平台，例如知乎、腾讯课堂、网易慕课以及学浪等

驱动社媒平台上优质的、可供学习的内容的不断产出

需求驱动

内容

新赛道

泛娱乐化内容趋于饱和，知识型内容逐渐填充各平台

专业的翻译官——多元角色构建更专业的知识垂类KOL

领域的专业创作者

创作者特征：垂直领域内专家或学者

创作优势：以专业的个人视角进行知识传播科普，具有知识权威性和领域导向

KOL举例：张文宏医生、谈典看法...

技术性团队

创作者特征：专业的创作人+技术团队

创作优势：专业性与团队的创作形成闭环融合，打造高质量的知识内容，作品极具形象化

KOL举例：夹性芝士、醒醒吧张律...

知识
创作者

爱好型分享

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38265

