

2019

百度知道 媒体价值白皮书

目录

1

媒体篇

01 用 户

02 内 容

03 合 伙 人

2

商业价值篇

3

知识营销篇

1

媒体篇



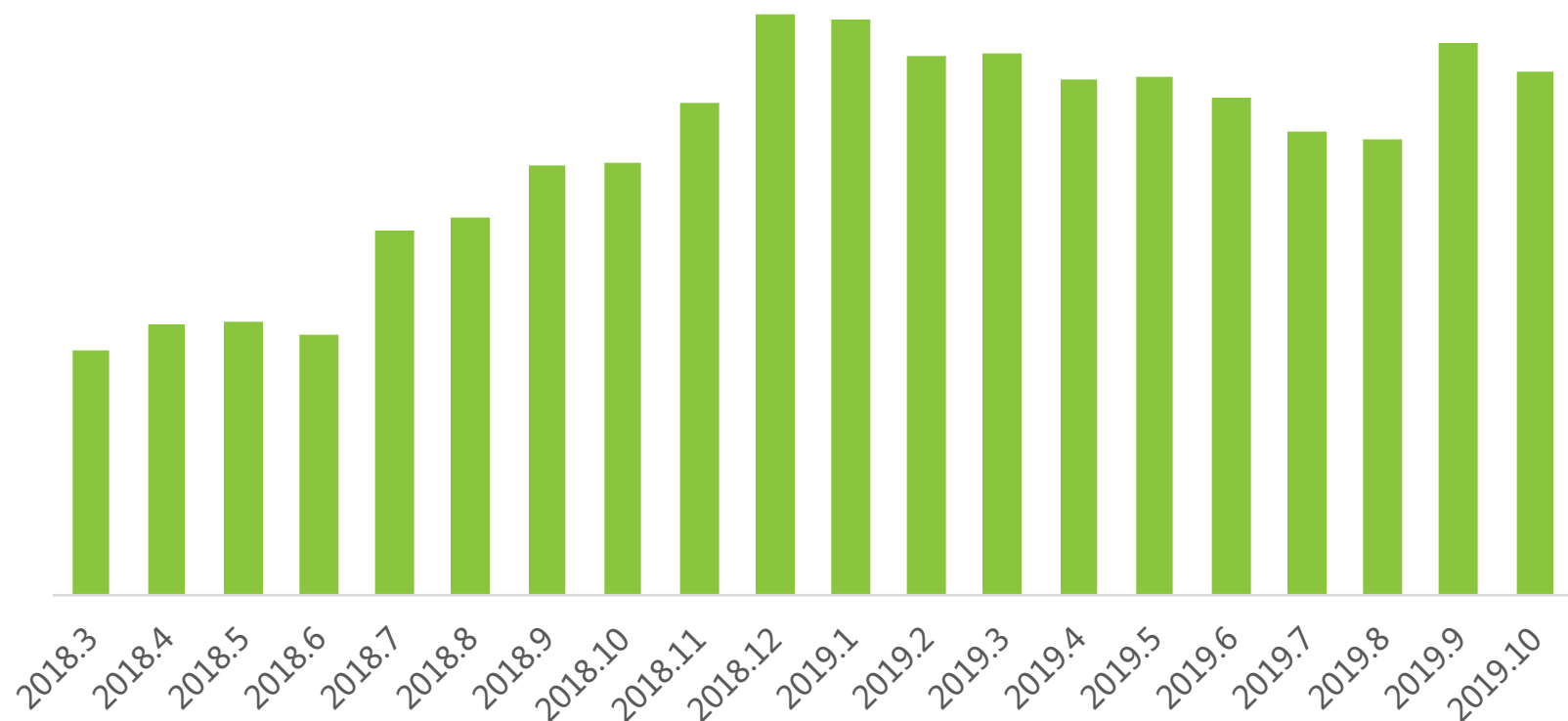
百度知道：有『温度』的互动问答平台

2005-2019百度知道发布14年以来，已解决问题 **5.5亿+**



『问答』 是用户最急迫最准确的需求表达，蕴藏巨大的商机转化空间

百度知道问题30分钟解决率



30分钟问题解决率

2019年比2018年增长明显

3-10月平均同比提升

60%

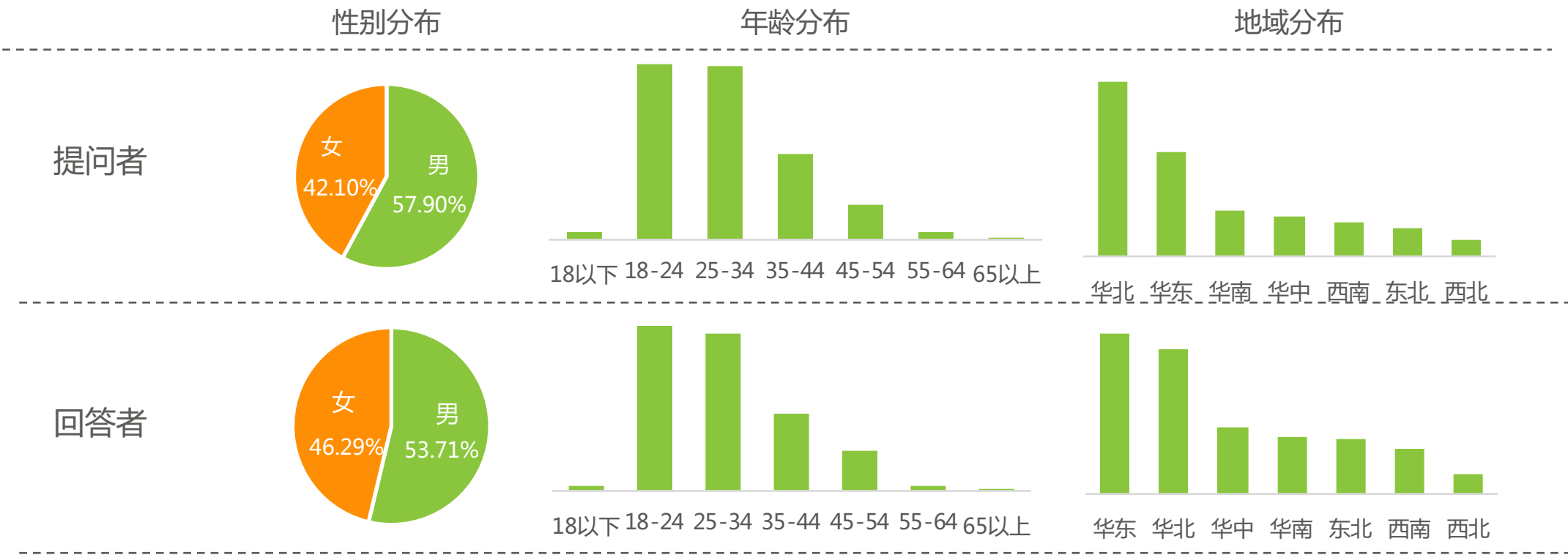
01

用户

01

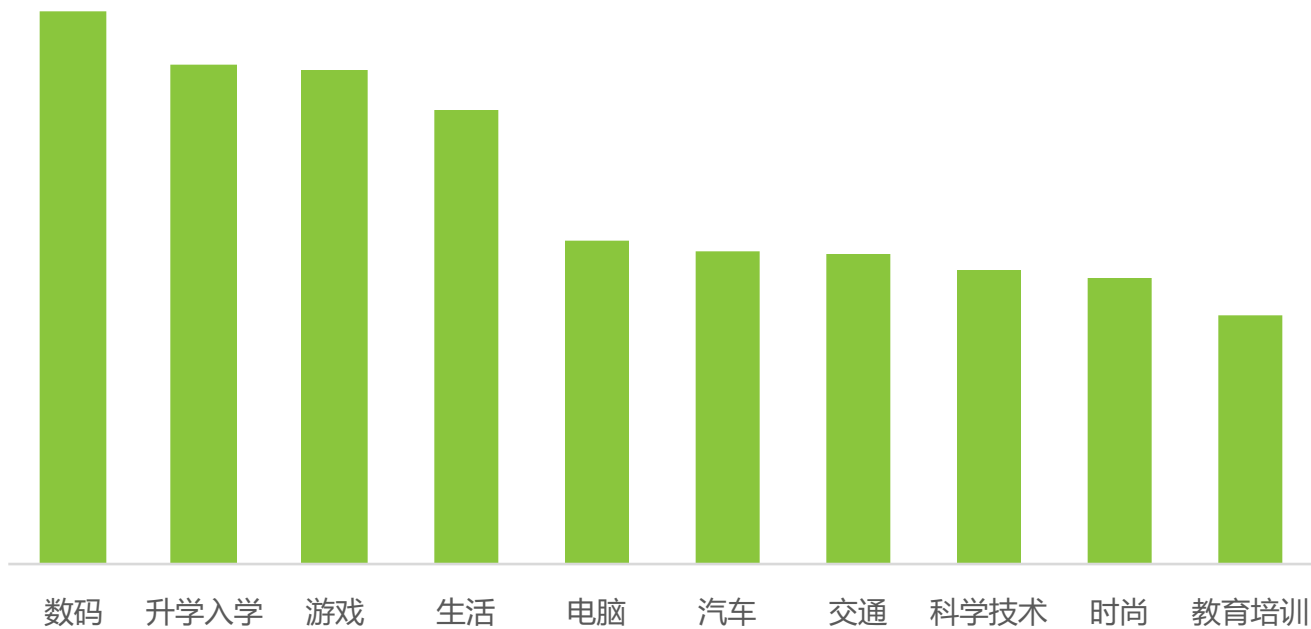
有问有答：谁在百度知道解决问题？

- 男性更爱用百度知道解决问题；
- 年轻人群求知欲旺盛，更热衷通过百度知道解决问题，探索世界；
- 华北、华东用户最爱提问，但相较提问，华东用户更热衷于答疑解惑。



01『他』在百度知道，关注什么？

男性用户提问量TOP10类别



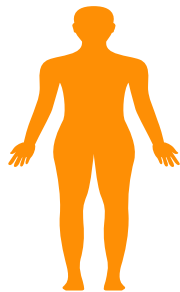
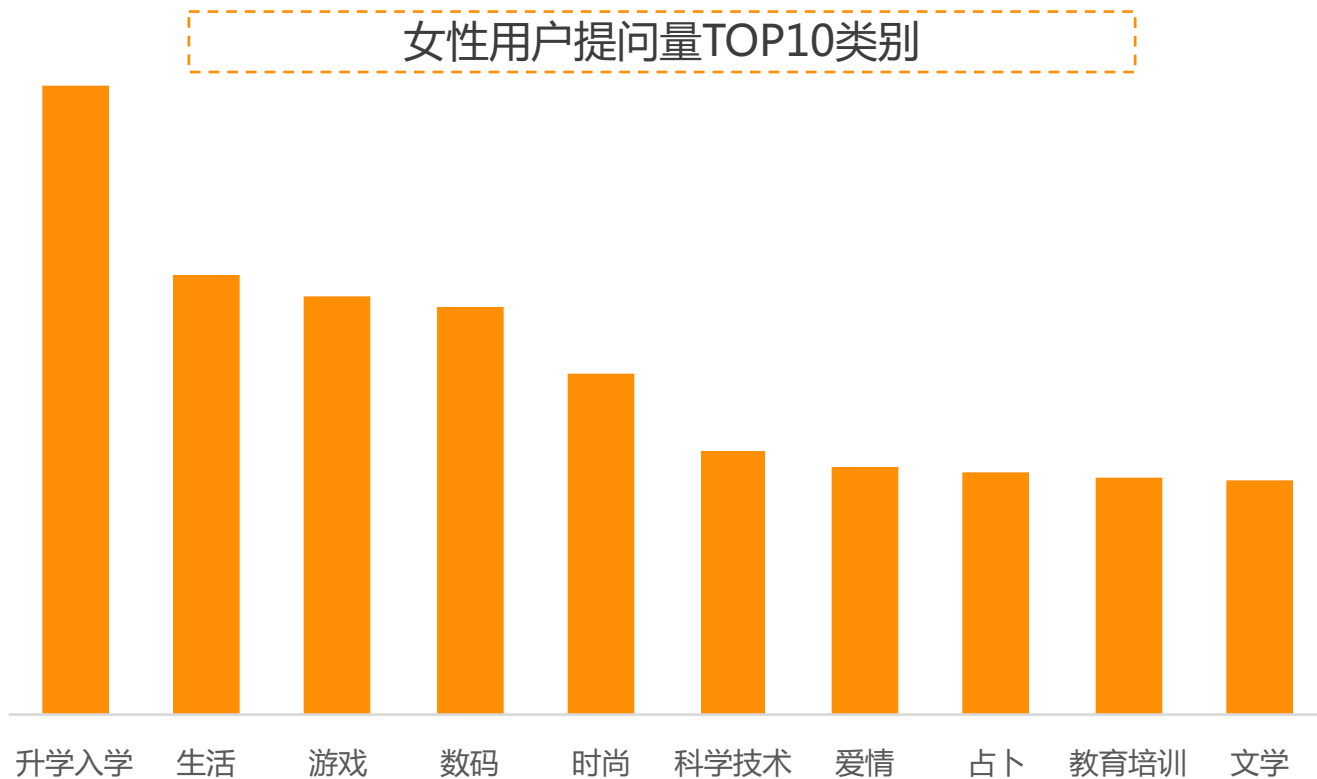
玩心不改的讲究直男

数码产品、电脑、汽车——那个热衷钻研的小男孩长大后换来了「大玩具」，依然求知欲饱满。

他们也关注自我成长、提升时尚品味，新时代的钢铁直男讲究而不将就。

01

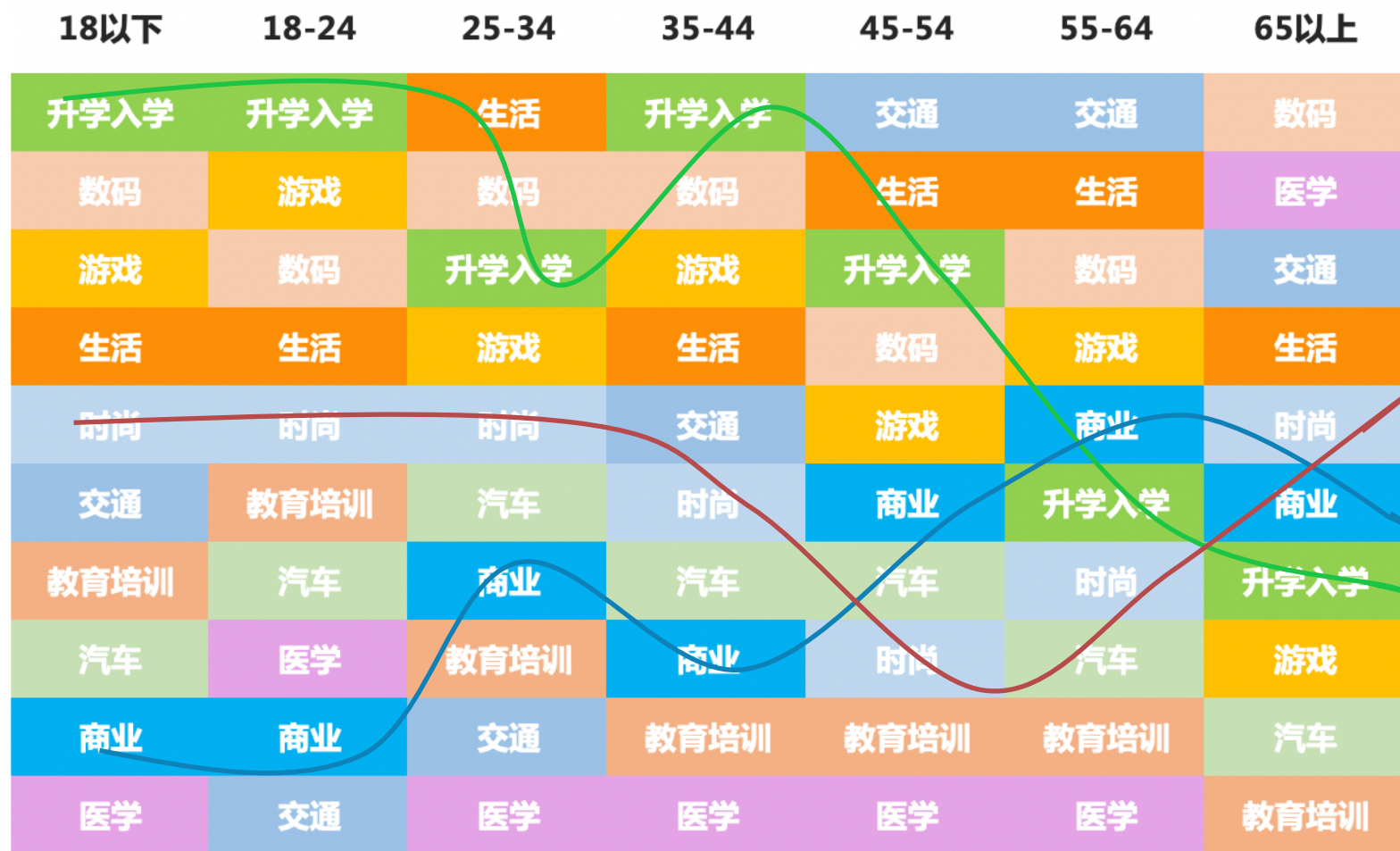
『她』在百度知道，关注什么？



万种风情的独立直女

爱时尚、爱文艺是她们的生活底色；
 爱学习、爱生活是她们的自我追求；
 爱数码、爱科学是她们的勃勃兴致；
 爱游戏、爱占卜是她们的多样趣味；
 她们的行为被打上形形色色的标签，
 但她们的人生永不会被简单定义。

01 不同人生阶段的TA们都在知道提什么问题？

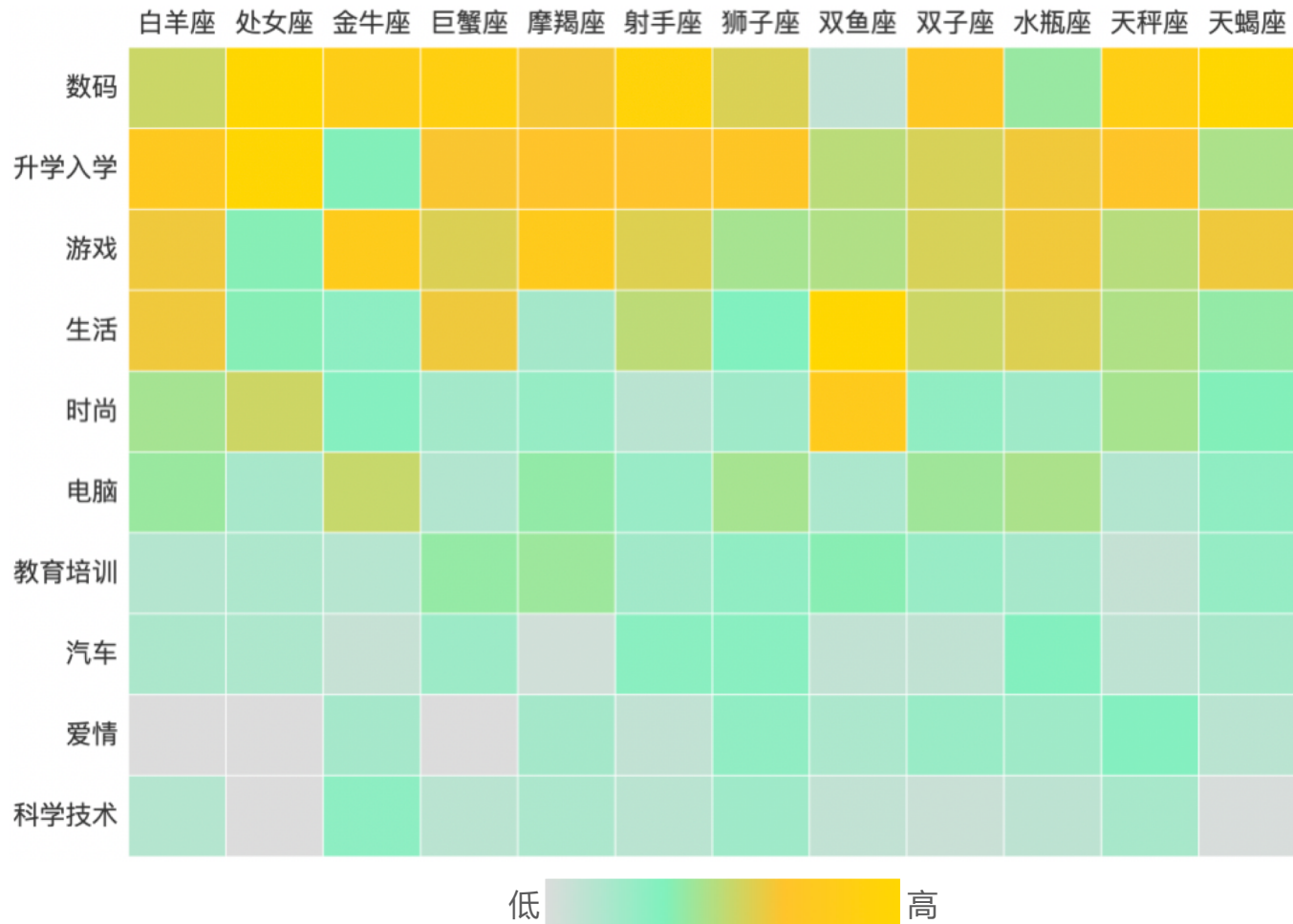


生活之奇妙，在于生命历程中，我们在解决一个又一个问题中轮回

- 升学入学、生活、娱乐三大主题在不同的人生阶段都占据重要位置；
- 升学入学、时尚、商业等类别，随着年龄阶段的不同，人们的关注会出现不同程度的波动；

01

不同星座的TA们更爱提什么问题？



- 好奇宝宝天秤座最爱在知道提问；
- 10个星座首要关注点集中于『数码、升学』等务实问题；
- 只有浪漫感性的双鱼座，把生活、时尚的困惑放在第一位；
- 以工作狂著称的摩羯座，工作认真还不够，玩游戏也要认真钻研！

01

百度知道用户活跃在哪些地域？

问题与发展并行，挑战与机遇共存



发达地区+人口大省

大帝都，生不易，北京用户问题最多；
 粤、苏、鲁、浙等经济发达大省次之。

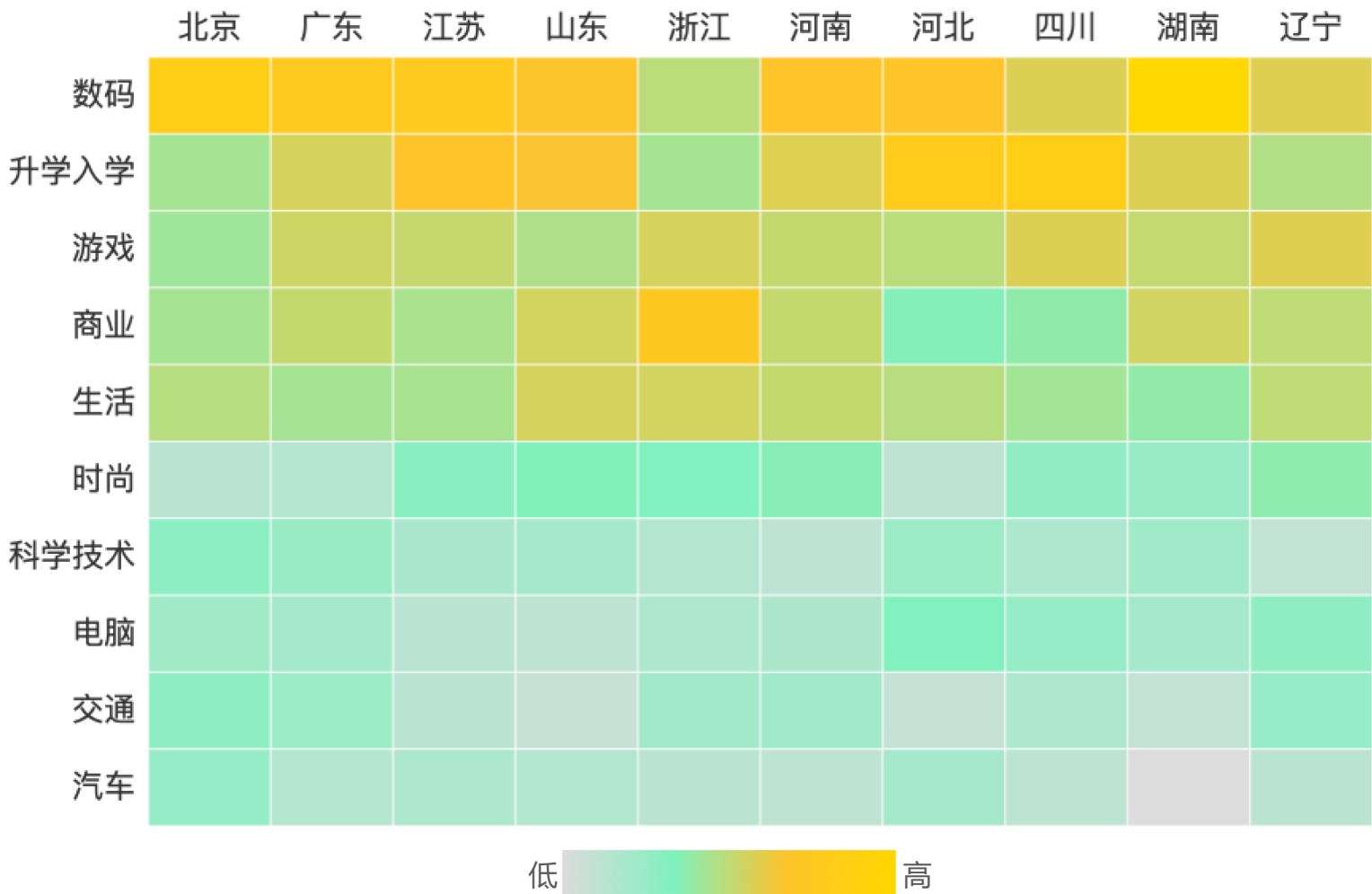


各地均衡覆盖

北京用户提问多回答也多，最活跃头魁；
 河北用户，问得少，答得多，热心好市民非他们莫属。

01

活跃地域用户爱提什么问题？



- 浙江用户最关注商业问题，怪不得浙商如此66666，富商巨贾云集！
- 人口大省更关注教育问题；毕竟对于大多数人来说，『高考』是从人山人海杀出重围的重要途径！

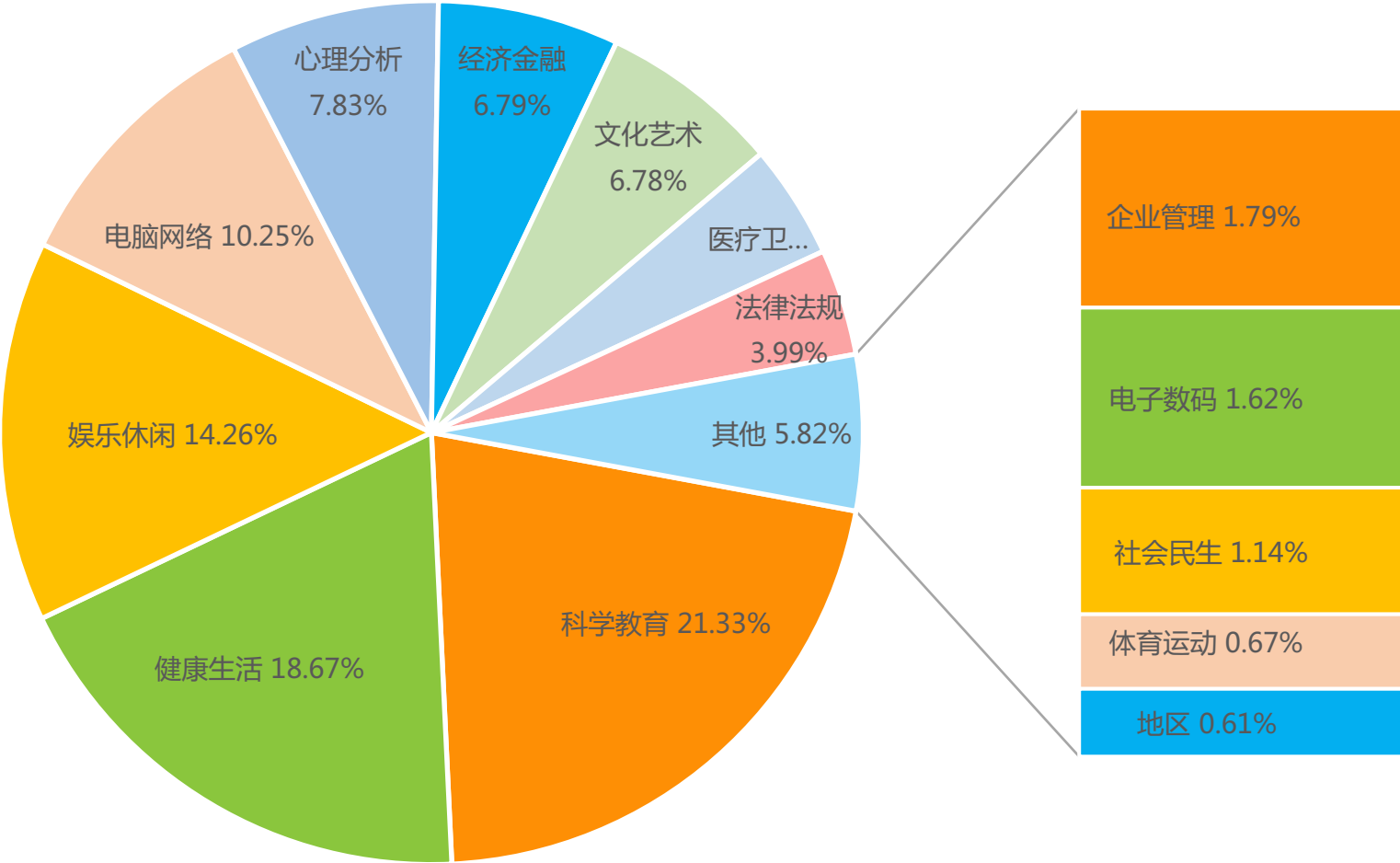
02

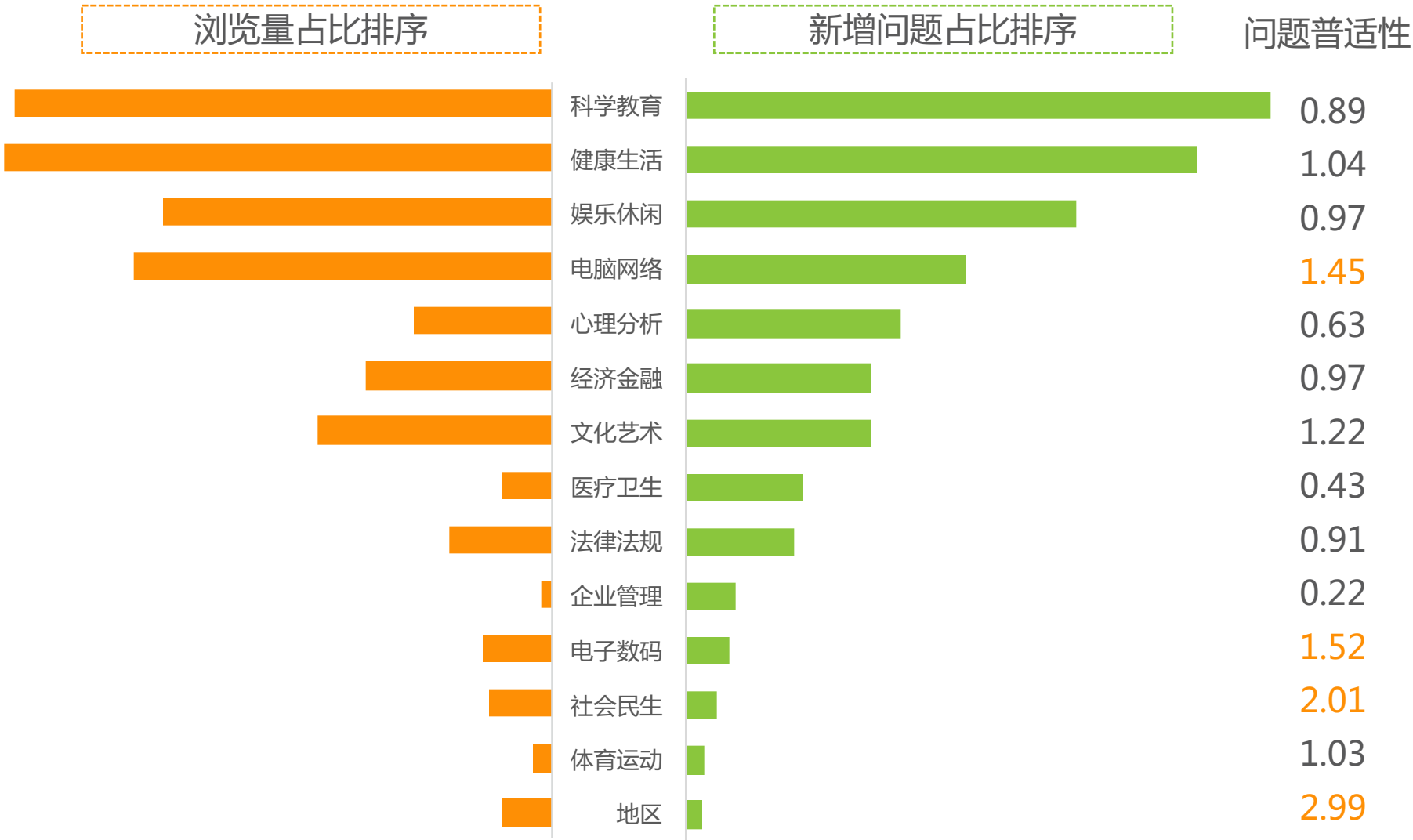
内 容



『学习、生活、娱乐』三不误

- 无论何时，学习、生活和娱乐都是人们最关注的话题，也是最容易产生困惑的领域；
- 科学教育、健康生活类问题占比最高，其次是娱乐休闲类内容；

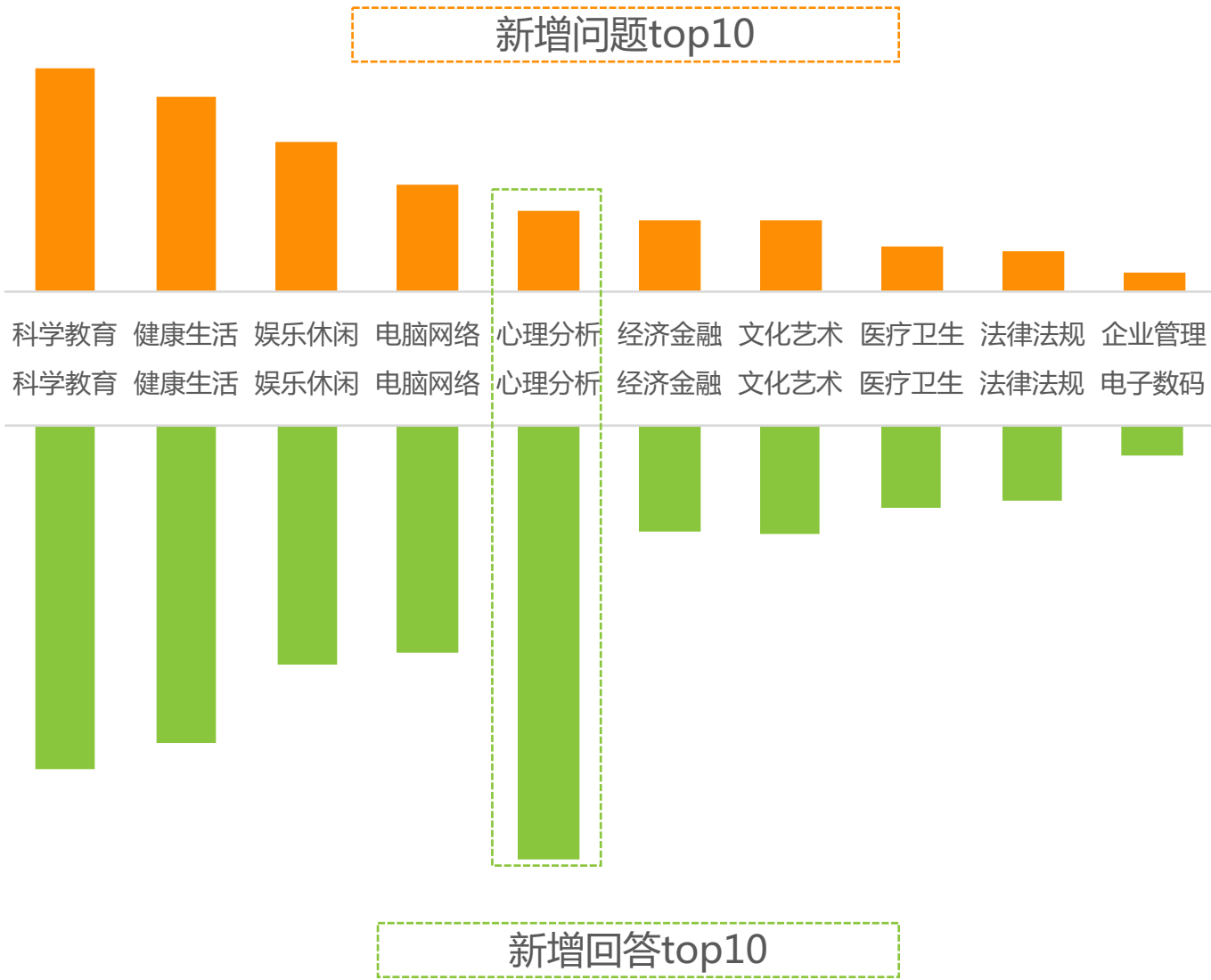




我们在知道关注本地生活和数码问题，探讨教育和健康问题；

- 企业管理、医疗卫生、心理分析和科学教育类的新增问题占比远高于浏览量占比，问题个性化程度高；
- 跟地区、社会民生、电子数码相关的问题更普适，共性化程度较高；

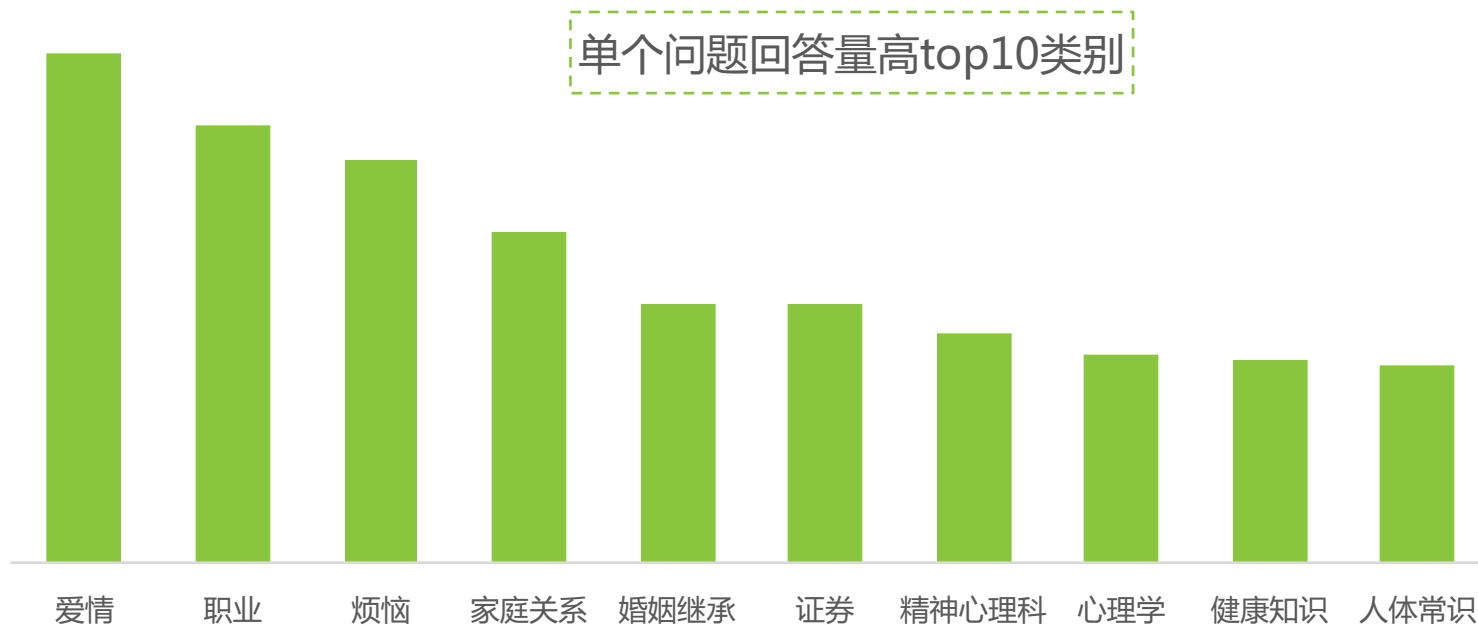
在知道哪些问题更容易被解决？



在知道，用户在回答烦恼问题的时候，不仅温暖对方，还在帮更多人走出心理困顿；

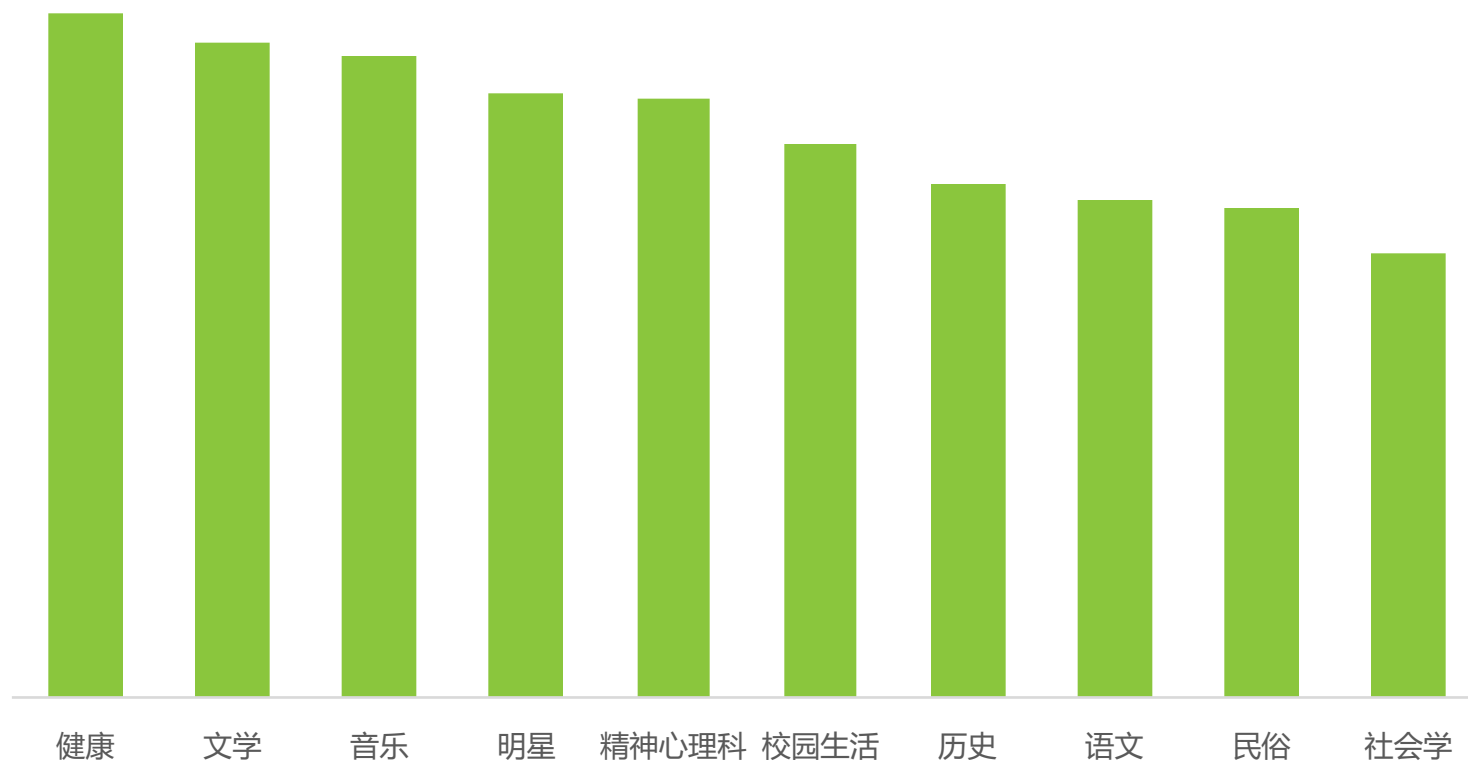
新增回答
 心理分析类新增回答最多；
 人们都对人性和心理充满好奇，乐于发现人间真善美，勇于探索人间罪与恶；

02 在知道哪些问题讨论最热烈？



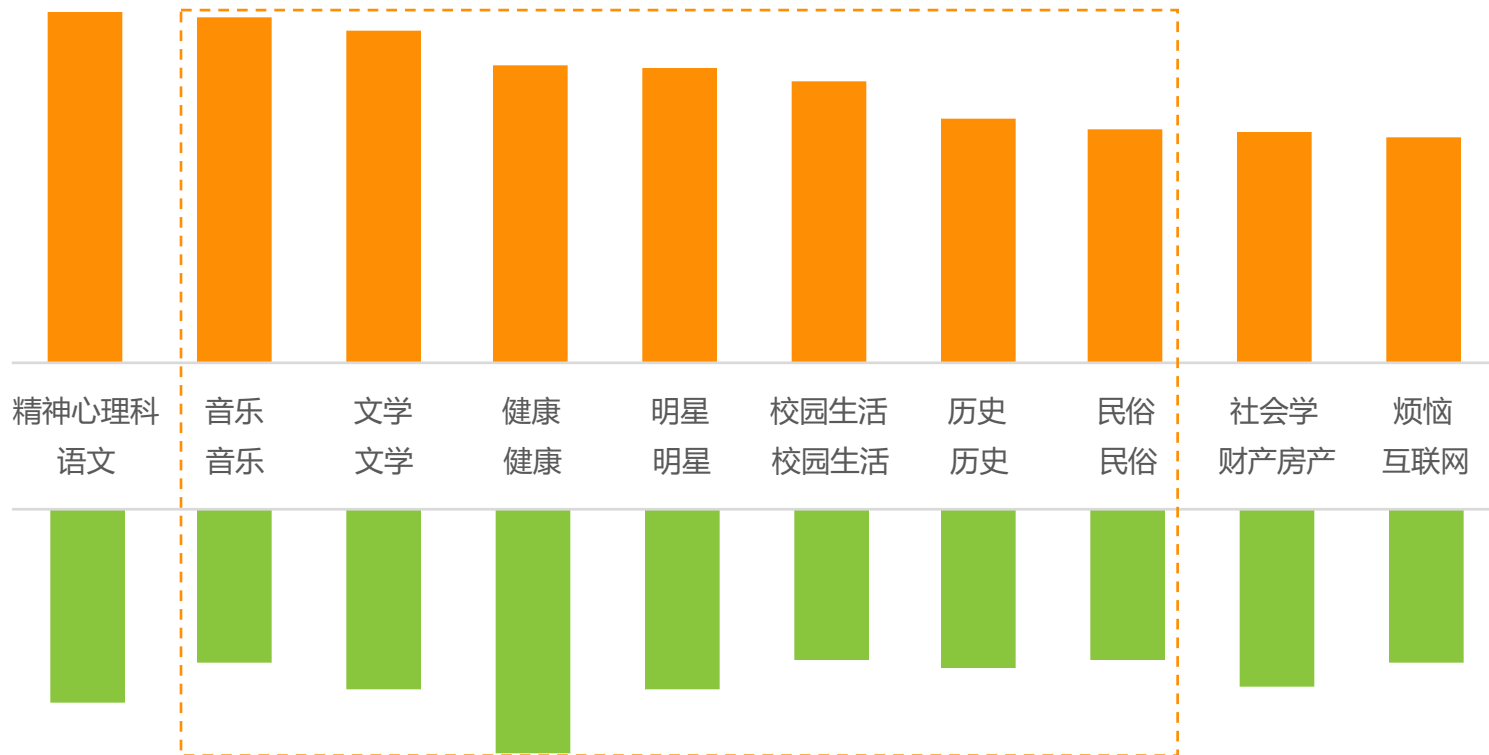
- 婚恋、职业、烦恼等问题在知道讨论最热烈；
- 问题专业性低，回答要求门槛低；

单问题互动量top10类别



- 健康、文艺娱乐类问题最易引起互动；『校园里的那些事』也很容易获得互动，还有『历史、语文、民俗社会学』等文科知识；
- 或赞或踩，总要留点印记下才能让你知道我们相似或不同。

单个问题点赞量top10问题类别



单个问题点踩量top10问题类别



吸赞王者

精神心理问题、音乐、文学问题获得共鸣最多，获赞量大；

被踩王者

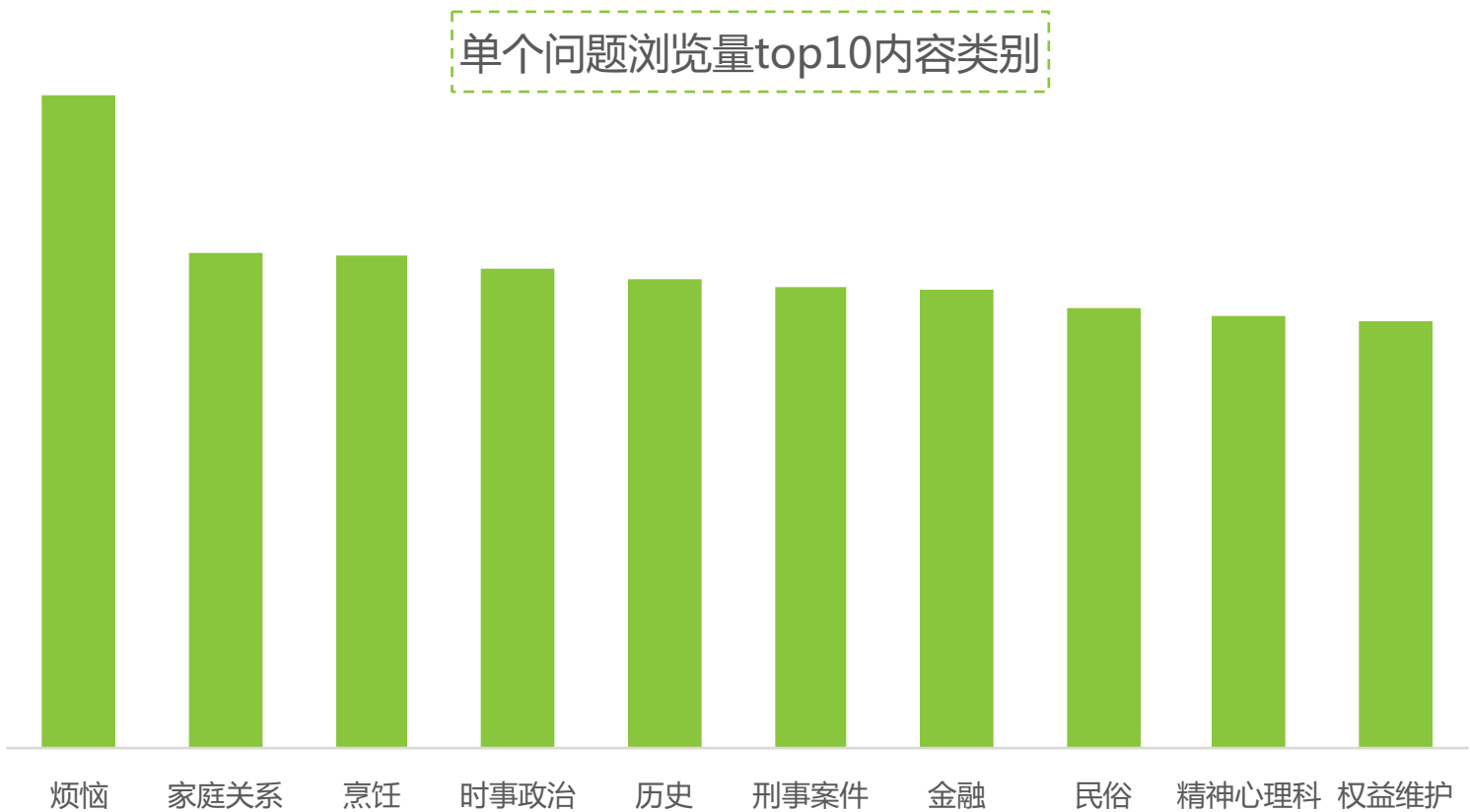
健康、语文、明星类问题被踩最多，『我们不一样』，见仁见智；

吸赞+被踩双料王者

音乐、文学、健康等类别问题吸了更多的赞，同时也被踩更多，或赞或踩，每个人心中都有自己的答案，更易引发讨论，点燃话题。

02

哪些问题更容易被关注？



- 生活充满酸甜苦辣，总是在和柴米油盐及各种烦恼PK；但是，有什么问题是一顿大餐解决不了的呢？学习烹饪知识，大餐一顿，暖胃也暖心！
- 当然，除了『小』家，他们也关注『大』家，他们在知道了解时政、历史、法制知识，就是这么胸怀天下。

02

哪些地区最受知道用户关注？



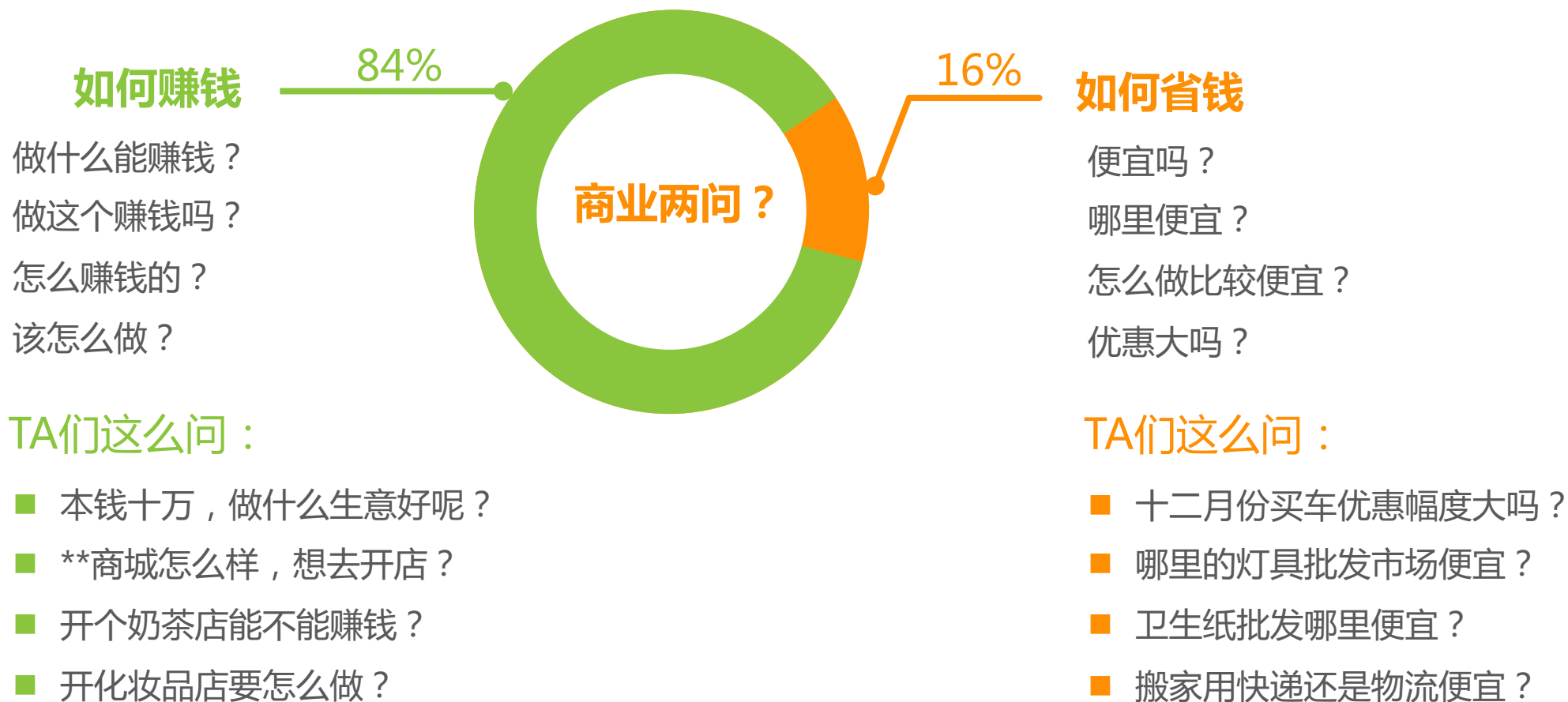
最受关注地区

神秘的西藏关注最高；
魔幻的重庆关注次之；
好奇心和神秘感总能让人保持对未知
世界永不停歇的热情；

TA们这么问：

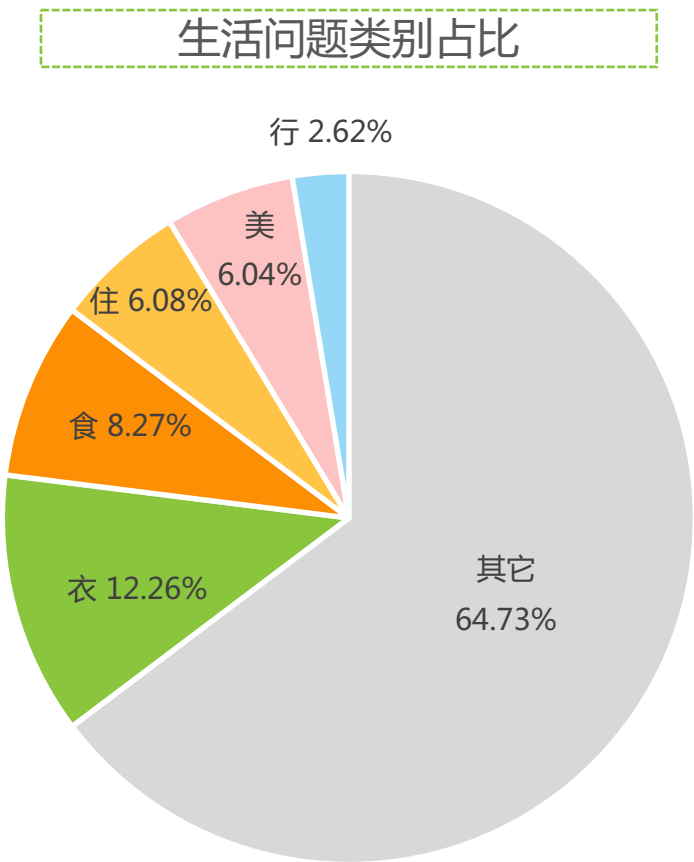
- 西藏草原上绑着的彩旗是干什么的？
- 为什么有人说西藏以前是大海？
- 重庆为什么叫雾都？
- 都说重庆是魔幻8D城市，在重庆游玩有什么独特经历吗？

开源节流是致富之道，先挣1个亿才是更多人的“小”目标；



02

谈到生活，TA们又在为何困惑？



知道成为人们的生活助理，衣食住行美等问题都在这里解决;

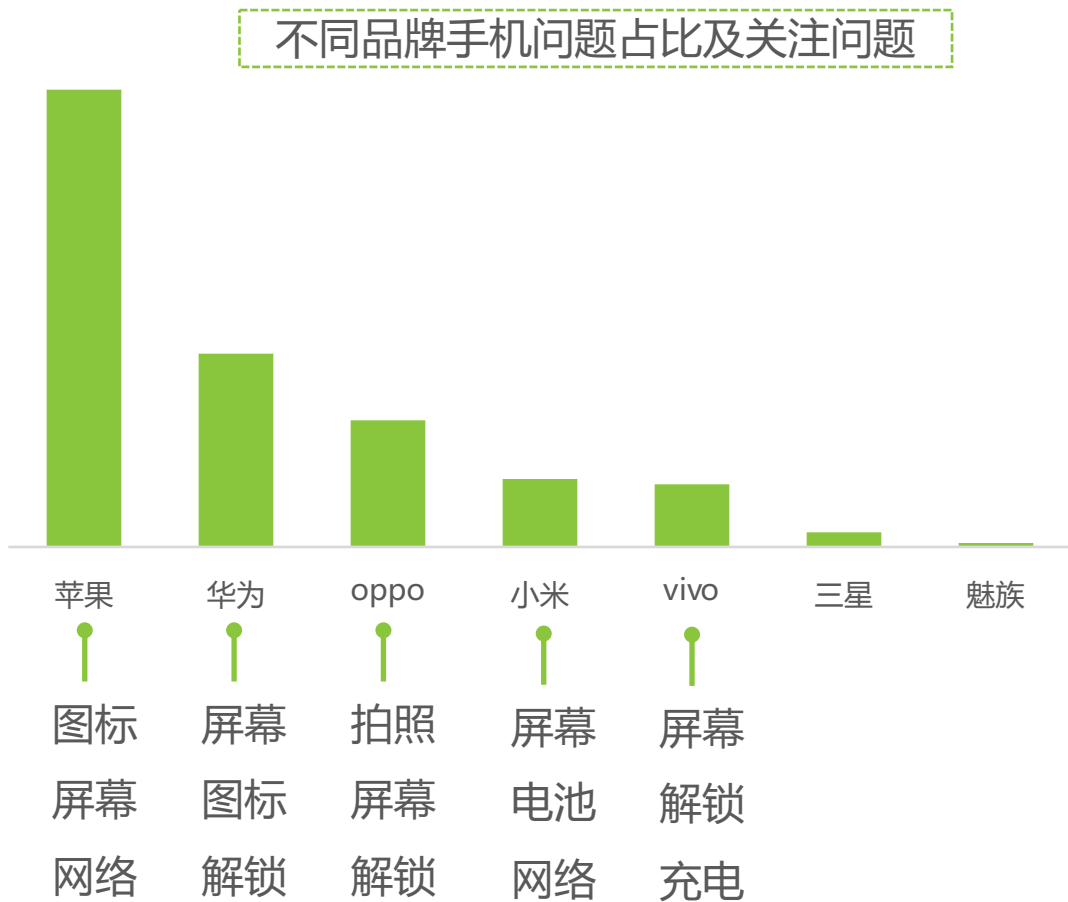
衣、食、住、行是生活的基本需要；
随着社会的发展，美渐渐占据了重要位置；

TA们这么问：

- 衣服静电怎么除
- 粉色的呢子大衣配什么样子什么颜色的围巾好看呢
- 阿胶制作中都加入什么辅料？比例是多少？
- 什么牌子的牙膏含氟？？？？？？
- 哪个牌子的眼霜适合35岁以上的人用？
- 什么牌子的燃气热水器好？

02

关于手机，TA们更关注什么？



产品的每一个细节都在被人关注；

99.45%

使用问题+售后服务问题

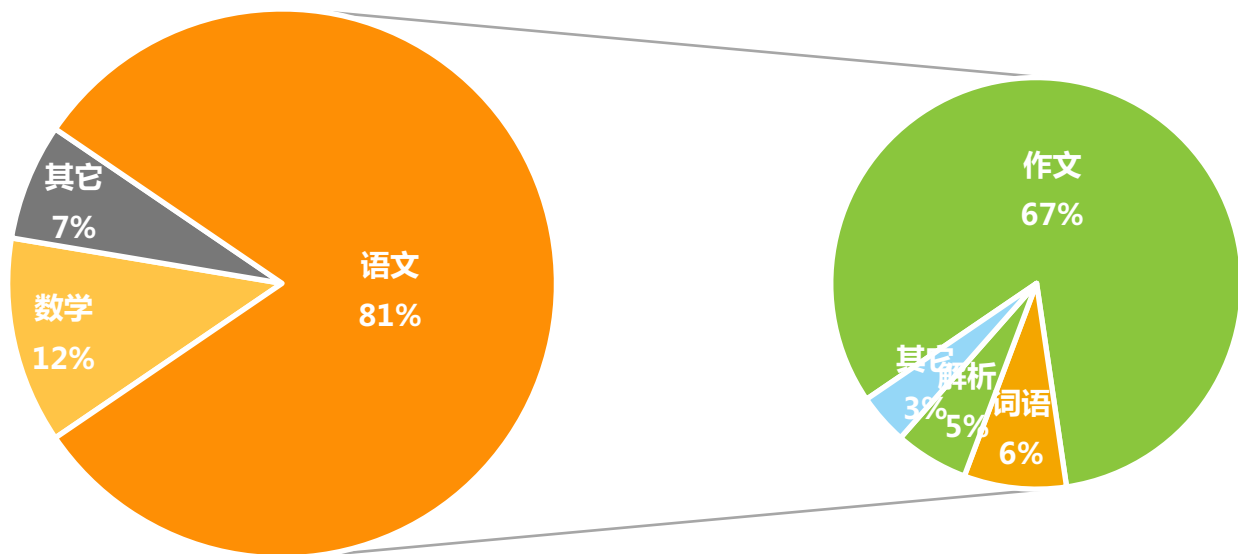
售后问题更易促复购

TA们这么问：

- iPhone手机短信图标上怎么有个感叹号？
- 华为智能手机拨打电话时黑屏是怎么回事？
- oppo手机设置的私密相片怎么找到？
- 为什么小米手机耗电那么快？
- vivo智能手机充不进去电了怎么回事？

02 关于升学入学，TA们在关注什么？

升学入学问题类别占比



从小我们都学会了听，但我们
对于表达缺乏灵感；

语文问题关注最高；
数学问题关注次之；

TA们这么问：

- 关于消防的作文300字
- 西游记第三回的读后感
- 作文我的文具盒400字（有3种说明方法的）
- 红星照耀中国的摘抄加赏析



实力派男明星在知道引发的话题量更高；

无论是国内还是国外的明星，在知道都有粉丝在默默关注他；
在知道上，人们不只是追星，是亲友般的温暖和关怀；

TA们这么问：

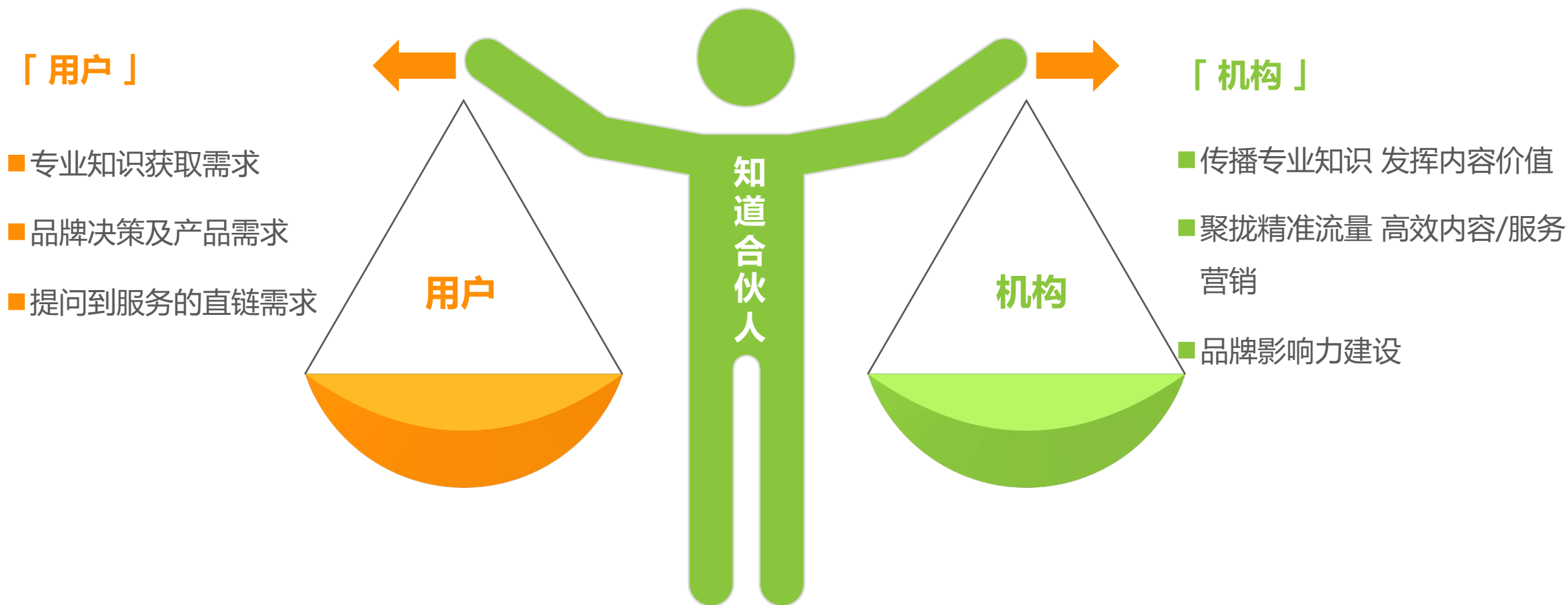
- 金希澈的腿伤状况如何？？？？
- 王一博上过那些综艺节目
- 权志龙最喜欢的花
- 王俊凯经典语录100条
- 周杰伦适合表白的歌曲

03

合伙人



弥合需求断档精准链接B&C两端需求，助力机构巧妙应用问答场景中蕴藏的各种机遇



知道合伙人都有谁？

4万+ 机构已入驻知道合伙人

品牌机构

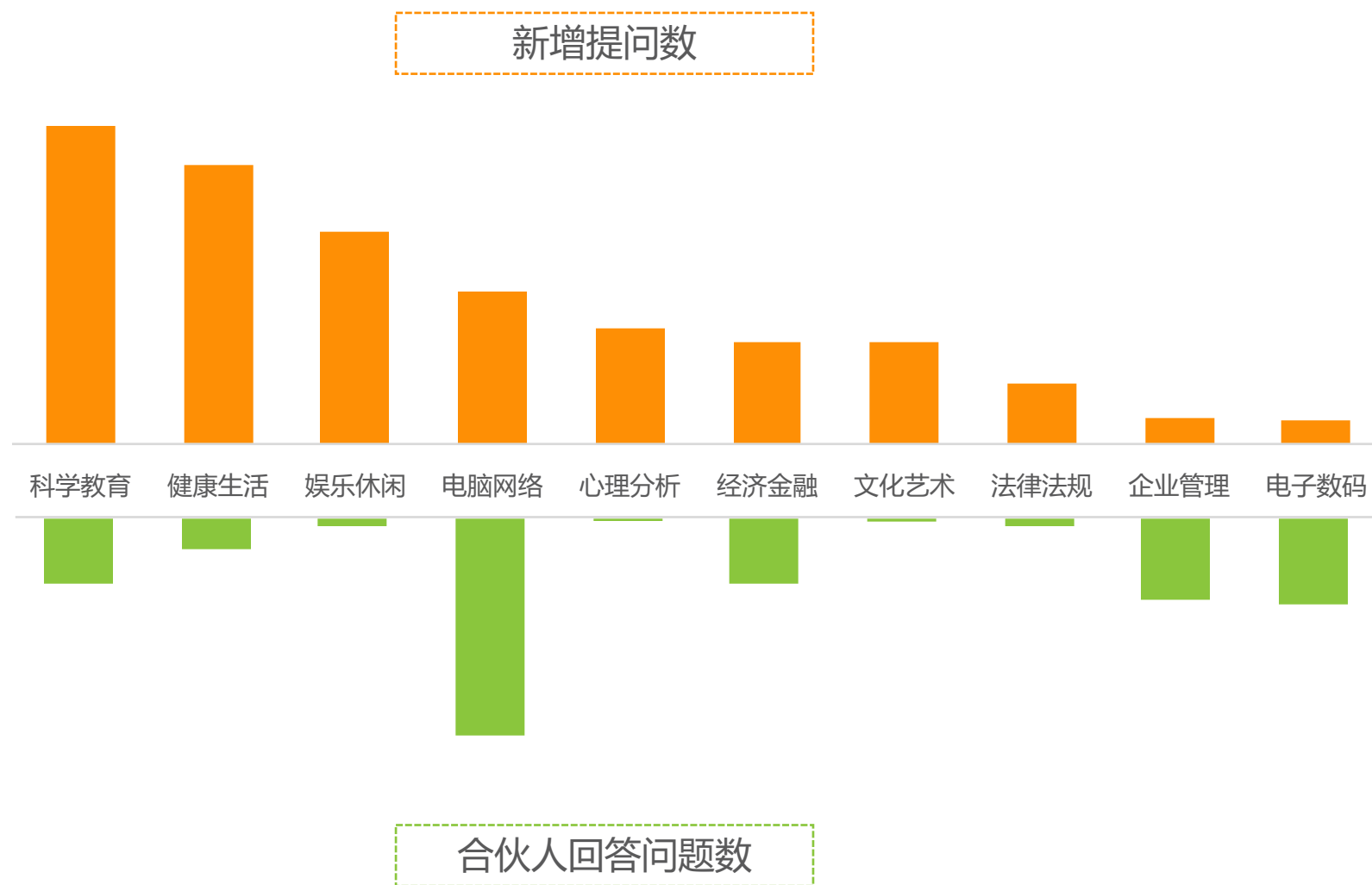
专业机构

政务机构

出版机构

03

教育、生活等类别有待于更多合伙人入驻共建



合伙人回答情况

教育培训、健康生活、心理分析等类别需更多合伙人回答问题；

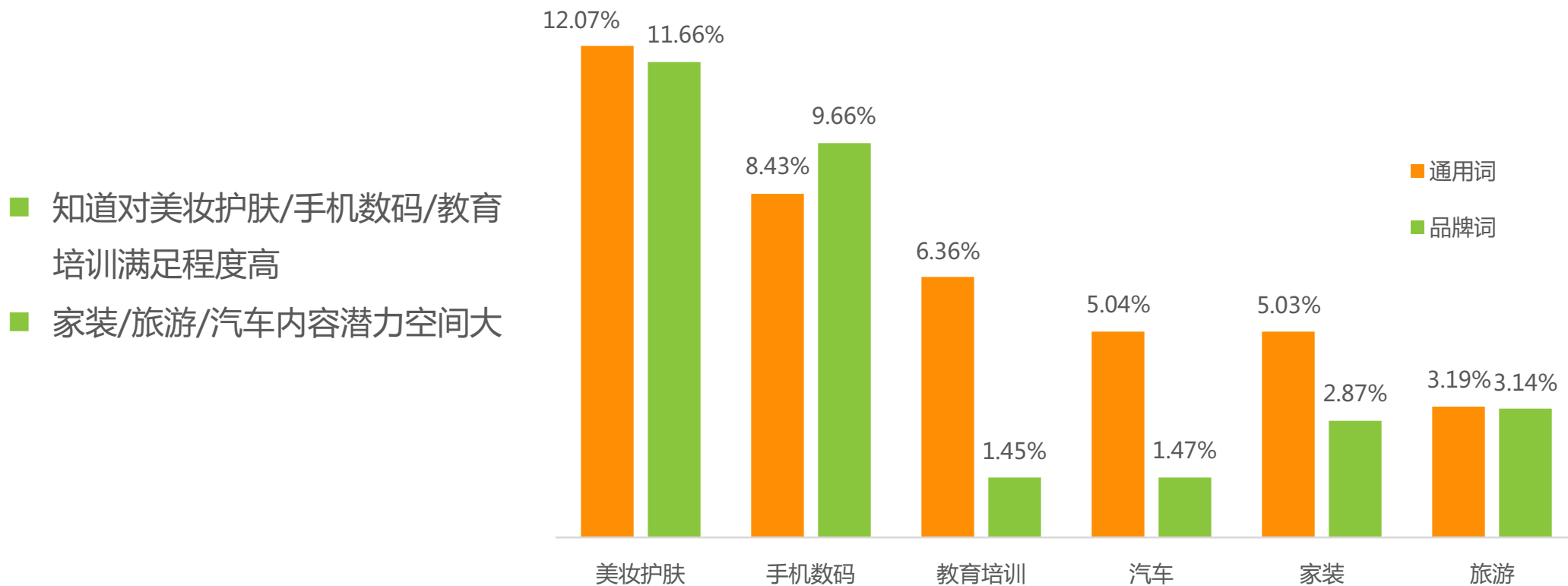
电脑网络、电子数码和企业管理合伙人对用户需求满足程度较高；

2

商业价值篇

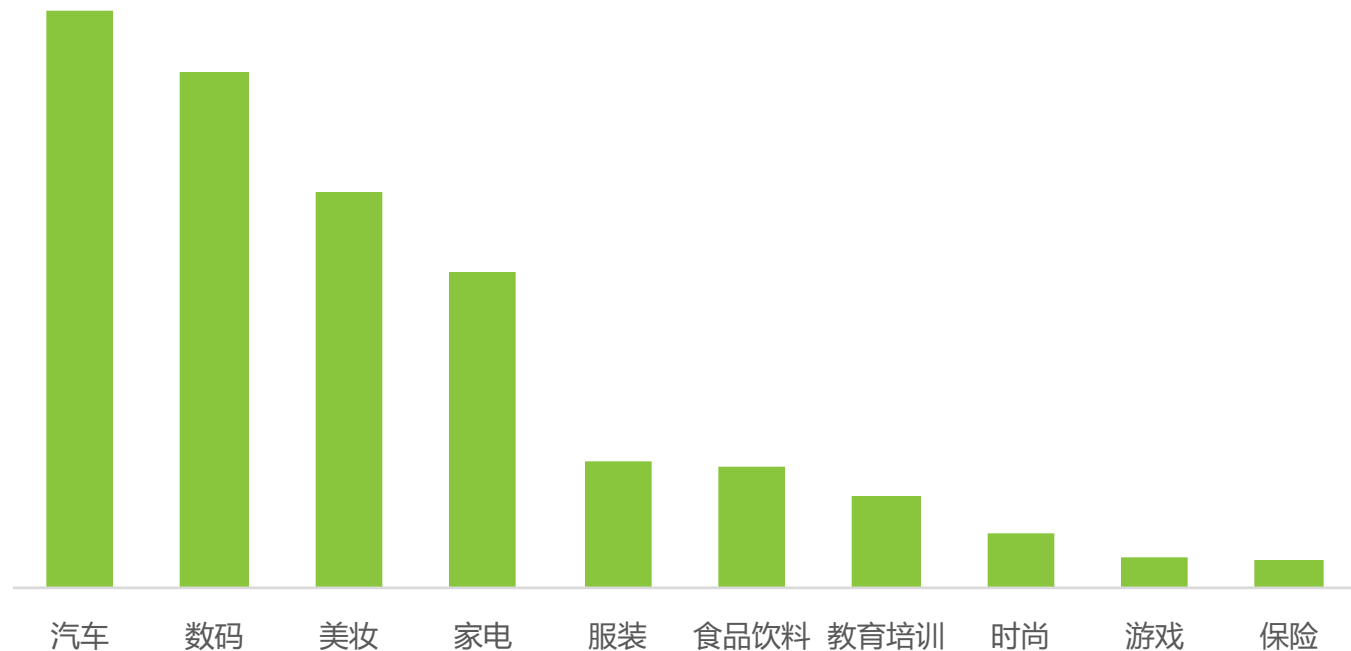


分行业通用词/品牌词搜索知道点击比例



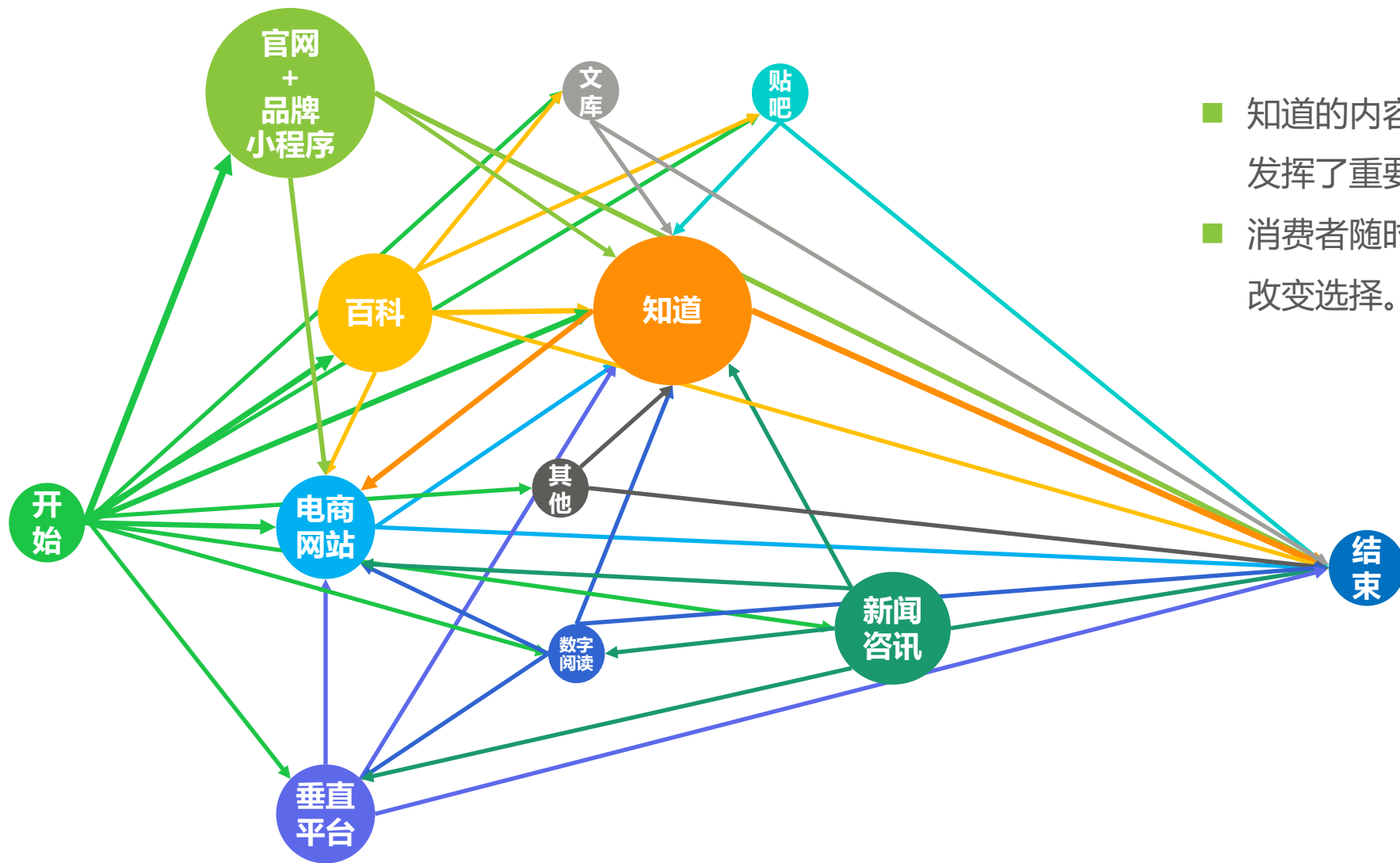
知识内容对汽车、数码、美妆等行业的品牌消费决策影响更大

品牌售前提问占比top10的行业



TA这么问：

- 丰田车与本田车质量哪个好？
- 奥迪Q5L和奔驰GLC哪一款更适合上班族？
- 蒙迪欧怎么样？值得买吗？
- iPhone11性价比怎么样，值得买吗？
- vivoZ5和小米cc9哪个好呀？
- 水密码和自然堂哪个好？要效果明显的那种哦~
- 丸美化妆品怎么样？

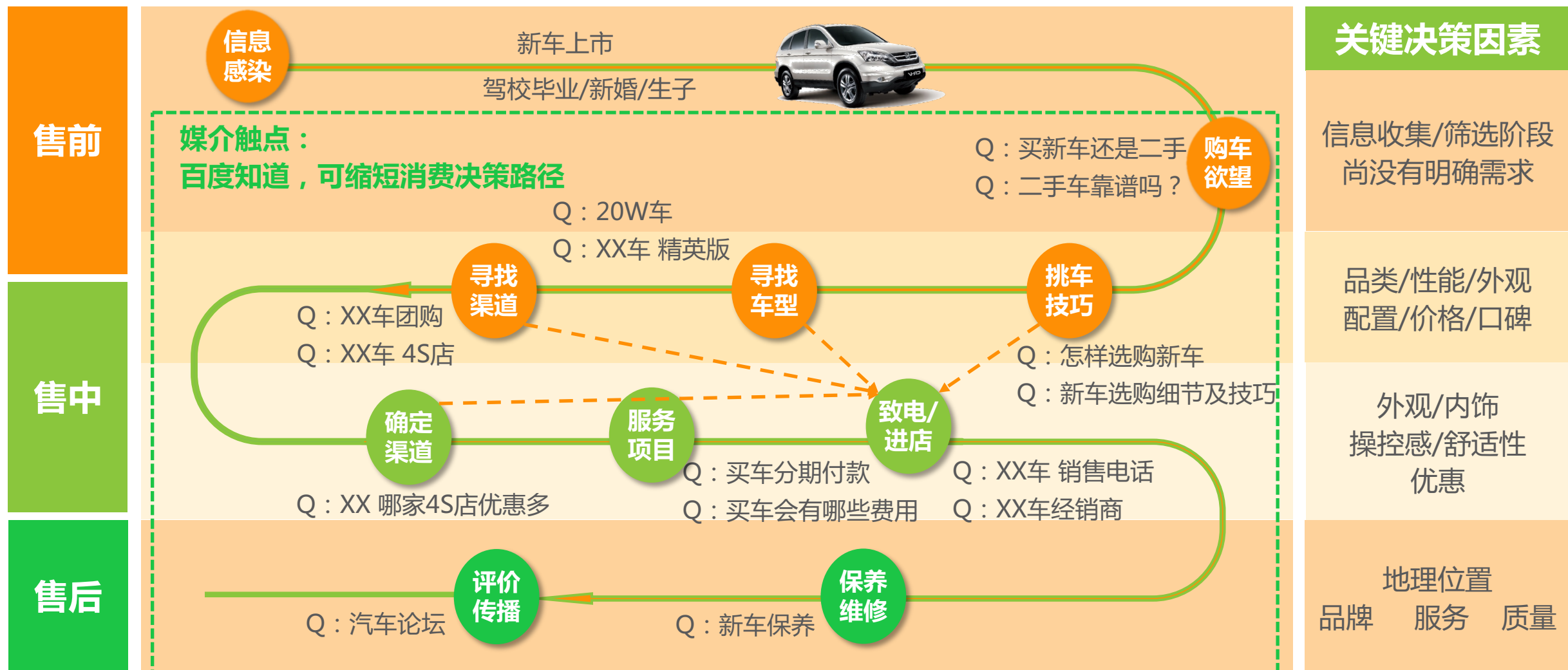


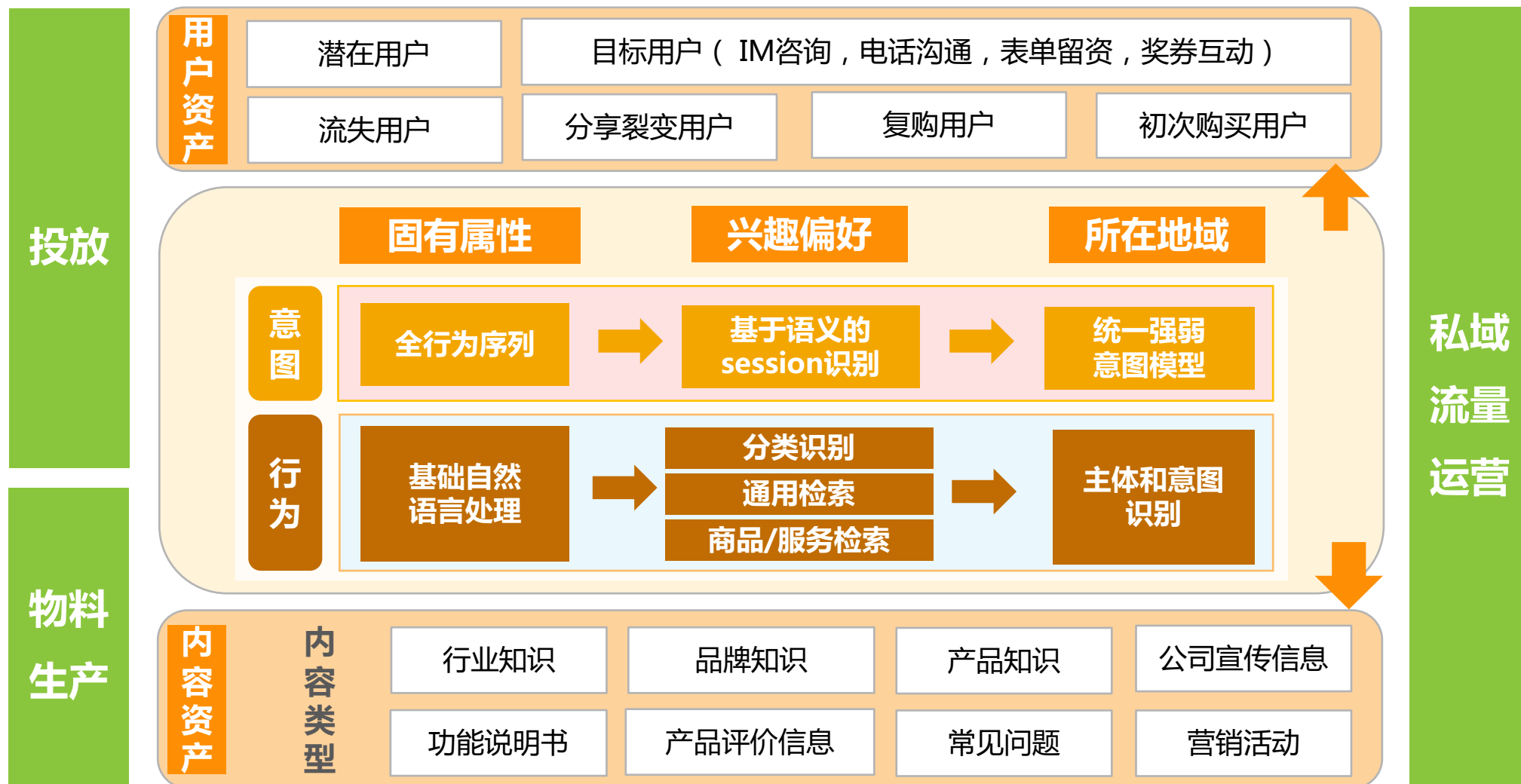
- 知道的内容在消费决策路径之中，发挥了重要作用；
- 消费者随时都可以基于一次问答而改变选择。

3

知识营销篇







初识阶段

了解阶段

意向阶段



图文场景



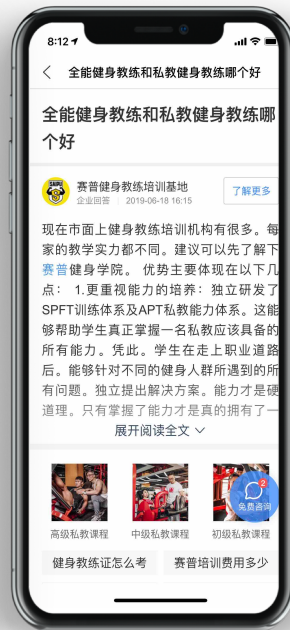
视频场景



视频场景落地页



电话



IM咨询



奖券

客户业务点

内容赋能

1 智能撰写

分行业生成专业内容

钢化玻璃的质量怎么样？

行业模板+行业文章

钢化玻璃是将普通退火玻璃先切割成要求尺寸，然后加热到接近的软化点，再进行快速均匀的冷却而得到。钢化处理后玻璃表面形成均匀压应力，而内部则形成张应力，使玻璃的性能得以大幅度提高，抗拉度是后者的3倍以上，抗冲击力是后者的5倍以上。也正是这个特点，应力特征成为鉴别真假钢化玻璃的重要标志，那就是钢化玻璃可以透过偏振光片在玻璃的边部看到彩色条纹，而在玻璃的面层观察，可以看到黑白相间的斑点。偏振光片可以在照

展开阅读全文

2 任务撮合

邀请行业专业人员制作内容

生产任务派发机制

邀请行业专业人员制作内容

老公要跟我离婚怎么办？别着急，这三个办法帮你解决！



发表评论

百家号作者

百度知道回答者

百度经验原创者

机构制作者

内容生产者

3 内容拼装

存量内容库拼装

幼儿英语怎么学

我来答

对于母语是汉语的儿童来说，学英语会稍微吃力。因为英语对他们来说只是第二语言，生活中比较少会说。况且，幼儿英语教学和小学英语教学又存在着区别，所以大部分幼儿在升入小学，学习英语时会面临困难。为了避免自己的孩子出现这种情况，不少家长都想让孩子尽早学会英语，却苦于不知如何下手。那么幼儿如何学英语呢？下面给大家总结了两条实用经验。

幼儿学英语，要多听
常听到别人说，多听英语磨耳朵。幼儿学英语应从听做起，只让孩子一味地看书是没用的。听多了才会说，只有听得清，听得懂，才能够说得准，说得好。比如卓越巧问教育开办的入学综合能力培养课程，他们的老师在进行教

评论两



KG知识图谱

LSI内容利用

智能投放

自动获取问答功能

知识推荐：

1 挑选问题

2 编辑问答

3 生成推广

不选择推广计划

自动获取问答

② - 或 -

搜索关键词

Q

搜索问题

手动创建问答

该功能目前处于测试阶段，自动生成的问答物料质量较好，请放心使用。
如您采纳自动生成的问答且不做修改，一定程度上避免审核周期过长导致影响您的投放效率。
如您有相关问题及建议，请联系您的推广顾问，谢谢！

物料自动提示优化功能

推广计划

推广单元

中间页

知识问答

高级创意

① 您的账户内还有1条物料可通过优化质量减少大约10%投放成本。查看详情

新建知识问答

编辑操作

全选状态

2018-09-03 ~ 2018-09-09

查看所有低质物料

问题

高层住宅楼一般...

北京市环宇电...

电梯

推广单元

装修

请您注意：由于您的物料营销内容过重，存在优化空间，优化后此答案物料可能会减少您10%投放成本，请尽快修改

10支5G相关热门话题，日均曝光量过万

New entry pool ——— eXperience pool ——— E quity pool

搜索+信息流双引擎曝光

知道站内与用户互动

合伙人官方页沉淀内容



搜索高Rank



百度APP列表页
第二位



站搜TOP1



知道问答页



知道中间页



内容资产



用户资产

Toolkits

观星盘

一站式投放平台

基木鱼

爱番番CRM

营销服务市场

New entry pool

重构用户接触点改
变决策路径

Equity pool

用企业合伙人打造用
户与知识私域阵地

e**X**perience pool

用个性化体验构建
信任与偏好

Toolkits

商业工具让知识营
销更简单

知识改变消费决策

2019.11

谢谢
