



算数说 × 抖in领学官

知识守护成长 教育驱动未来

解读抖in领学官第六季 | 洞察抖音教育新生态

PREFACE

前言

随着互联网的日益普及，线上直播教育作为一种全新的学习模式，以其实时性、互动性和趣味性，正在重塑教育行业的面貌。这其中，“抖in领学官”项目凭借其独特的魅力，成功汇聚了教育创作者、MCN以及教育机构，构建起了一个充满活力的教育新生态。

在本期算数说中，我们将围绕“抖in领学官”第六季的相关榜单，深度解析抖音教育生态的内在构造和运行模式，以及“抖in领学官”项目如何在其中发挥其独特价值，对教育行业产生积极影响。同时，我们有幸邀请到金牌领学官申怡老师，共同探索知识创作者如何在此平台精准定位和有效服务其目标受众，及其在当前线上教育大趋势下所面临的挑战与机遇。

本期算数说将提供对教育行业现状和未来发展的全面而深入的理解，并希望更多教育从业者能在这个充满活力的新生态中发掘和实现自身的价值，共同推动教育行业的繁荣发展。



CONTENTS

目录

01	驱动教育生态的创新力量： 抖in领学官项目概览	01
02	教育生态的三驾马车： 解读创作者、MCN和机构领学榜单	04
	创作者领学榜	05
	MCN领航榜	13
	机构领创榜	18
03	把握教育线上化趋势的机遇与挑战： 对话金牌领学官申怡老师	24
	探索：“知识创作者在线上教育中的尝试。”	25
	实践：“知识创作者如何在内容平台上面向目标人群？”	32
	优化：“面对教育线上化的趋势，知识创作者应该如何应对并抓住机会？”	35

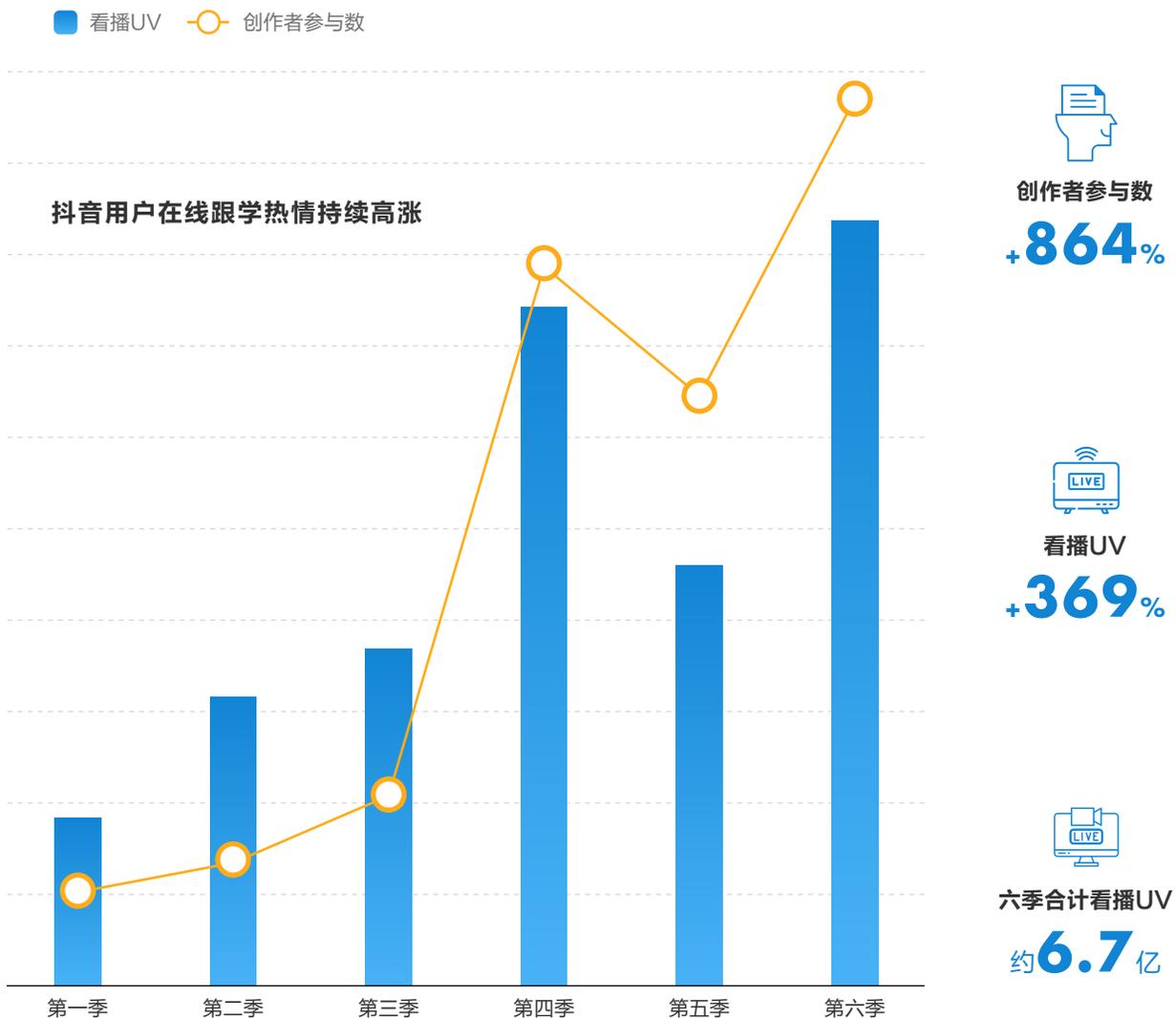
PART 1

驱动教育生态的 创新力量： 抖in领学官项目概览

“抖in领学官”是抖音孵化的大教育IP，旨在鼓励和倡导更多教育经营者在抖音持续输出高质量知识内容，满足用户多样化的学习需求，成就大众终生学习的美好愿景。IP设立初衷是聚合优质知识创作者，共同将知识分享、知识付费做得更好，让知识发光、引领全民学习风潮、引流学习新方式，坚守教育普惠初心，致力于内容、技术、产品、资源革新整合，激活教育生态，打造泛知识内容生态圈。

自“抖in领学官”项目上线以来，它不断地扩大影响力和深化内容价值，取得了显著的成绩。相较于首季，第六季的创作者参与数量实现了惊人的864%的增长，看播人数也增长了369%，这些都突显了项目的广泛参与性和极高的观众接受度。更为重要的是，六季以来，“抖in领学官”的累计观看人数已经达到了6.7亿，这个数字不仅表明了抖音平台教育内容的巨大吸引力，也证明了“抖in领学官”项目在推动教育直播发展方面的重要作用。

▶ “抖in领学官” 每季创作者参与数及看播UV数



数据说明：每季活动期间，参与活动的创作者直播间看播UV

备注：第五季整体受疫情影响，数据有波动

刚过去的6月，“抖in领学官”第六季实现了广告消耗和GMV的增长，成功拓展了新的商业合作和内容类目，以及有效推动了创作者的机构化进程，为整个项目带来了显著的价值增长。

▶ “抖in领学官”第六季概览



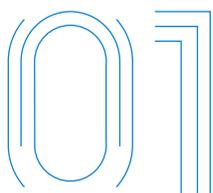
数据来源：“抖in领学官”

本期算数说将深度解读“抖in领学官”第六季相关榜单，聚焦抖音教育生态，发现“抖in领学官”项目的独特价值。我们还将与金牌领学官申怡老师进行对话，一同探索知识创作者的个人实践，以及他们如何在平台上精准定位和有效服务目标受众。我们还将深入探讨知识创作者面临的教育线上化大趋势，以及他们所应对的挑战和机遇。

PART 2

教育生态的三驾马车： 解读创作者、 MCN和机构领学榜单

本季“抖in领学官”项目通过设立创作者领学榜、MCN领航榜和机构领创榜，为广大用户提供了一个全面评价和了解教育领域创作者与机构的窗口。榜单不仅在数量和维度上呈现了教育生态的多元化，也在质量和效果上提供了对创作者和机构的详尽评价。既强调了内容创新、知识传递、互动交流等多元价值，又推动了教育生态的发展和进步，还能激励创作者和机构不断提升自身的能力和价值，促进整个教育生态的持续繁荣和健康发展。



创作者领学榜

榜单概述

“抖in领学官”设立了两大创作者榜单：金牌领学榜和新锐领学榜。对于创作者的评价强调直播经营和价值增长，以全面、深入地衡量创作者的表现。金牌领学榜关注的是在四大赛道即兴趣激发、家庭教育、职业技能和语言学习已经展现出强大实力的创作者，主要通过综合指标评价创作者的直播经营以及价值增长。新锐领学榜则旨在发掘那些在过去“抖in领学官”榜单中未曾上榜，但却拥有强大成长潜力和价值的创作者。除了基于直播经营和价值增长的评价外，还将广告经营纳入新锐领学官的评价体系，以期实现更为全面的创作者评估。

上榜领学官

金牌家庭领学榜		金牌职教领学榜	
	申怡读书		隔壁王教练
	小学张老师		土豆老师
	北大花花老师		北大军哥
04	 小小鹰萱妈	04	 清华博士李一舟
05	 老孙学长	05	 房金老师
06	 奕昕@豆神天蝎星	06	 青姐教练
07	 清华妈妈马兰花	07	 小武老师
08	 小学陈心老师	08	 吕品
09	 潘潘	09	 行善自有天知
10	 北大图图妈	10	 军师文职一姐



综观整个榜单，虽然一些金牌领学官的粉丝数量可能无法超越部分未上榜创作者，但在直播经营和价值增长上的卓越表现，使他们在同领域的创作者中独树一帜。在金牌领学榜单中，仅靠积累粉丝是无法取得绝对优势的，更关键的是创作者要通过直播经营实现实质性的价值增长。以前三名的金牌领学官为例，他们在直播经营和价值增长两方面的表现均遥遥领先，进一步强调了优秀创作者不仅需精通直播经营，还需通过他们的专业知识和高质量内容为观众创造价值。

榜单解读

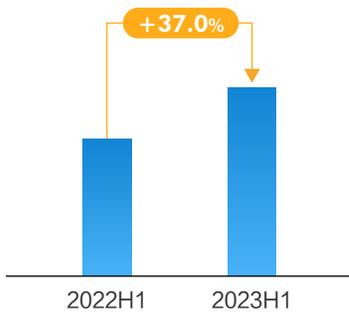
直播经营

直播在当前的教育行业中，凭借其即时互动和丰富生动的特性，为学习者打开了全新的学习视角和获取信息的方式，占据了不可忽视的地位。对于知识创作者来说，理解并优化直播经营不仅能提升用户体验，提高观看人数和粉丝总量，更能深化与用户的互动关系，从而在抖音生态中站稳脚跟，实现持续的价值增长。

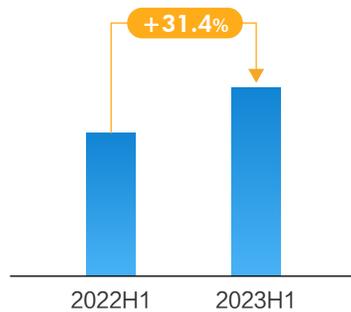
■ 供给角度

从内容供应的角度来看，教育直播内容在抖音平台上呈现出高速增长，不断丰富了抖音的教育生态。巨量算数数据显示，教育行业主播数量同比增长37%，这展示出教育创作者对于在抖音平台分享知识的热切欲望。教育创作者的开播次数同比增长31.4%，开播时长也有28.3%的增幅。这些数据证明，教育创作者正在以更加积极的态度和更深度的投入，选择利用直播这一方式，向观众传递知识。

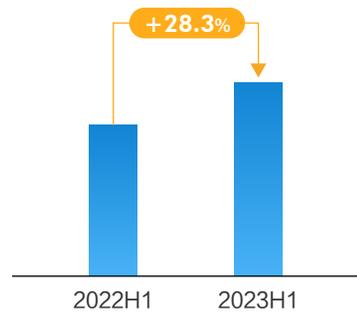
▶ 教育行业主播数量及增速



▶ 教育行业开播次数及增速



▶ 教育行业开播时长及增速



数据来源：巨量算数；2023H1 vs 2022H1

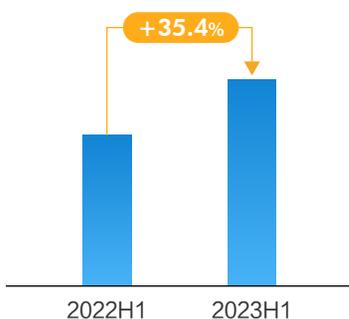
■ 需求角度

教育行业的直播观看人数和观看次数呈现出稳定增长的态势。巨量算数数据显示，抖音平台上观看教育直播的用户数量正在迅速增加，其年增长率达到了35.4%。这表明了用户对直播形式的教育内容需求正在不断增长。

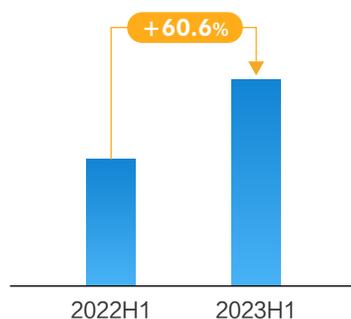
用户对教育内容的需求不仅在数量上增加，更在质量和深度上提升，教育直播的观看时长同比增长60.6%。这为主播提供了一个明确的信号，用户需要更深入、更有价值的教育内容。

数据还显示，用户的互动性和参与度明显提升，直播用户的点赞次数同比增长了22%。

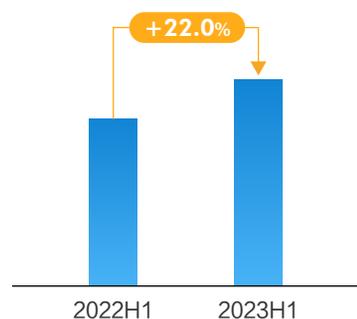
▶ 教育行业看播人数及增速



▶ 教育行业看播时长及增速



▶ 教育行业看播点赞及增速



数据来源：巨量算数；2023H1 vs 2022H1

■ 供需结合洞察行业机会点

从教育直播的角度出发，可以通过解析创作者的开播次数与用户的观看次数，进一步探讨各赛道细分领域的供需情况，以便洞察行业的机会点。

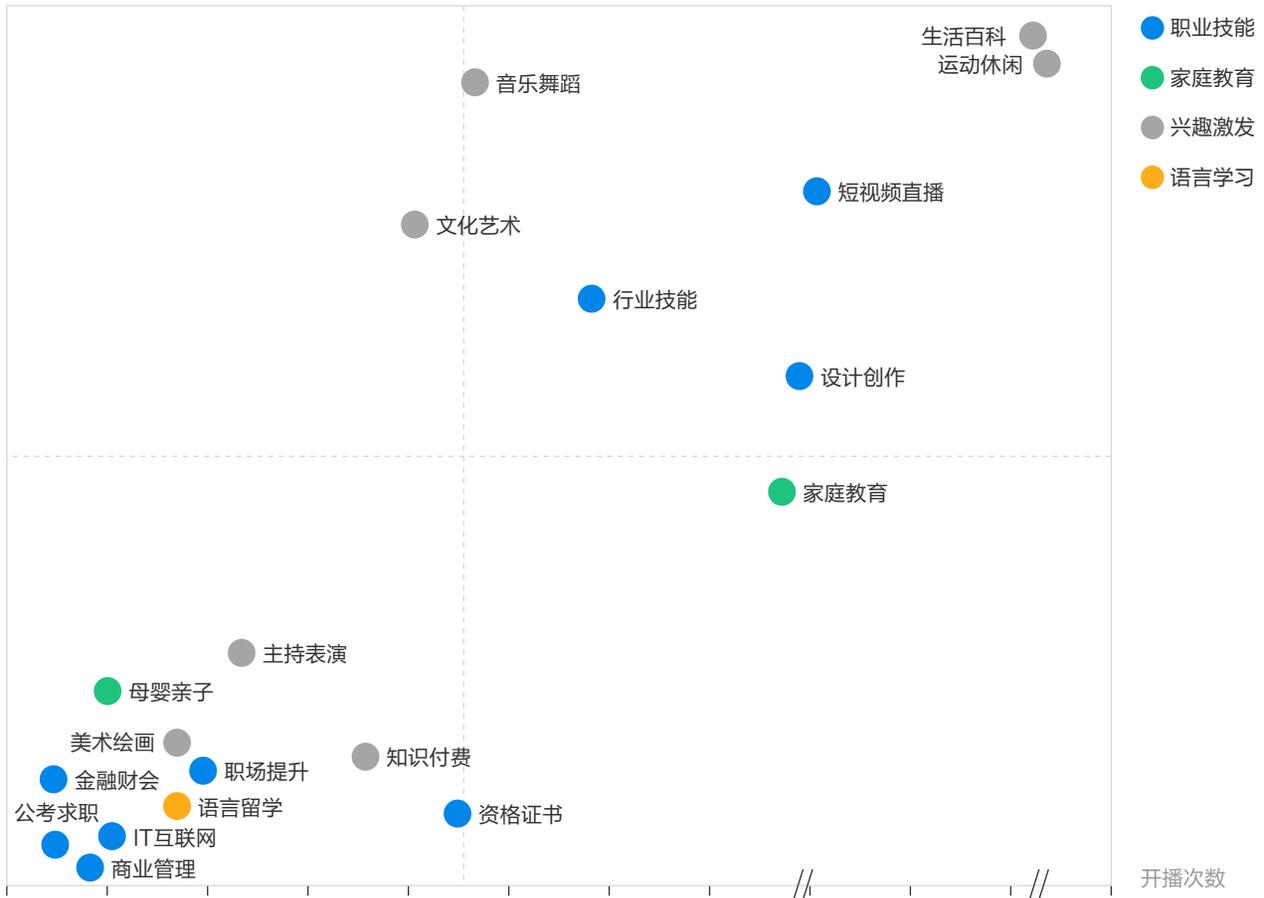
职业技能和兴趣激发类的直播在行业中表现出了高热度，其内容供应丰富，直播时长活跃，尤其是兴趣激发赛道下的生活百科和运动休闲内容，更是遥遥领先于其他领域。

文化艺术和音乐舞蹈的直播虽然观看次数较高，但创作者开播次数相对较少，这表明市场的供应不足，存在一定的空白。因此，这两个领域是未来值得创作者关注的潜力赛道。

在职业技能赛道中，短视频直播的供需关系旺盛，尤其是短视频营销，已经成为当前教育细分领域的热门品类。而对于家庭教育领域来说，尽管开播次数较高，但观看次数却稍显不足，这或许表明该市场正在走向饱和，竞争日渐激烈。

▶ 各赛道细分领域供需分布

看播次数

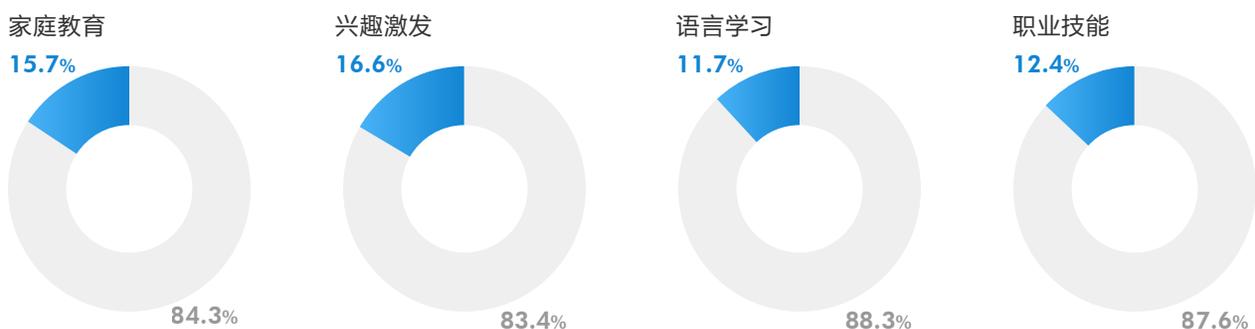


数据来源：巨量算数，2023H1

■ 上榜领学官解读

在第六季“抖in领学官”项目中，各个赛道上榜的金牌领学官在项目中占比还不到5%，他们所占的直播时长比例大约为15%，而其中兴趣激发类的领学官的直播时长比例更是高达16.6%，居各赛道之首，表明该领域的用户对直播内容有更高的需求，同时也反映了兴趣激发类领学官在满足这种需求方面的优秀能力。虽然上榜的金牌领学官数量在项目总体中的比例并不大，但他们的直播时长占比却相对较高。这表明这些优秀的创作者在积极投入和持续输出高质量内容方面表现出色。

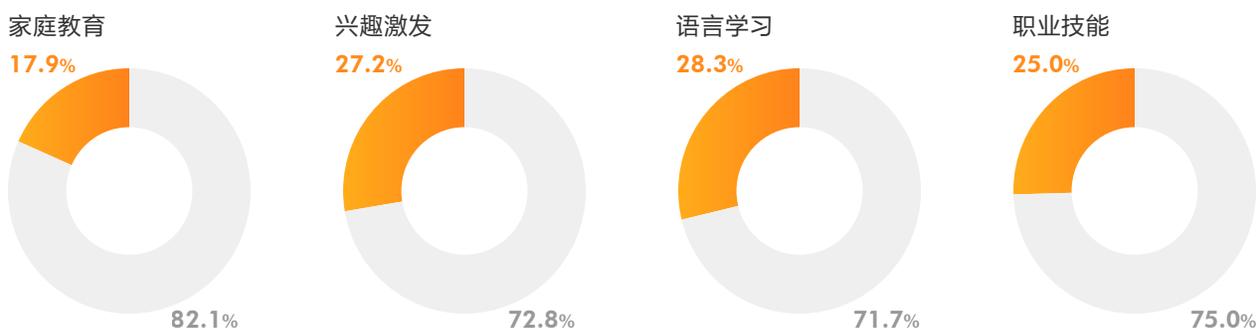
▶ 各赛道上榜金牌领学官直播时长在项目中占比



数据来源：巨量算数，2023H1

此外，用户对于这些领学官的关注度也十分高，上榜金牌领学官的直播得到了大量观看，占项目总看播次数的四分之一左右，尤其在语言学习类的直播中，这一比例达到了近30%。这无疑表明了上榜领学官通过频繁开播成功吸引和连接了大量用户，而用户对他们的高度关注和积极反馈，也进一步证实了这一点。

▶ 各赛道上榜金牌领学官看播次数在项目中占比



数据来源：巨量算数，2023H1

总体来说，直播经营对于创作者来说尤为重要，在本季“抖in领学官”项目中，上榜领学官也通过直播经营，实现了与用户的深度互动，而用户对此也给予了积极的响应和反馈，这也在一定程度上反映出这一项目对于创作者带来的价值。

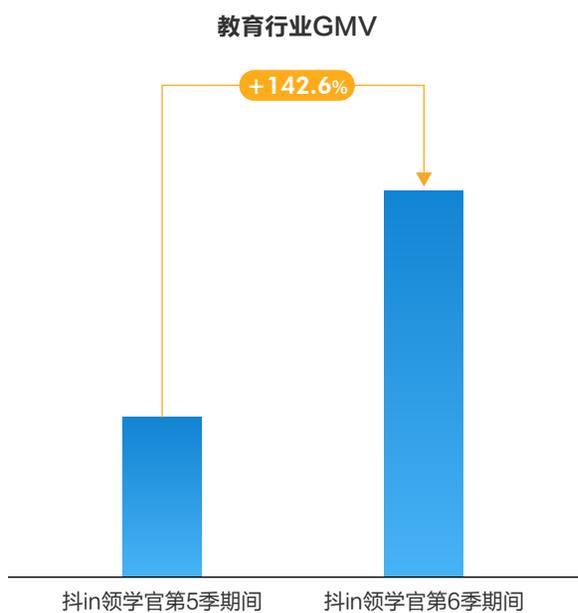
价值增长

作为衡量直播经营效果的关键指标，GMV展现了知识创作者在直播中创造经济价值的的能力。不同的赛道，由于其独特的用户群体和需求特性，对于价值增长的驱动力也有所不同，因此它们的增长潜力也各有特色。在教育行业中，“抖in领学官”项目以其创新的模式和强大的影响力，不仅为知识创作者提供了展示和传播专业知识的平台，更为整个教育行业带来了实质性的价值增长。通过直播经营，领学官们创造价值，并带动行业价值增长。

■ 项目驱动行业价值增长

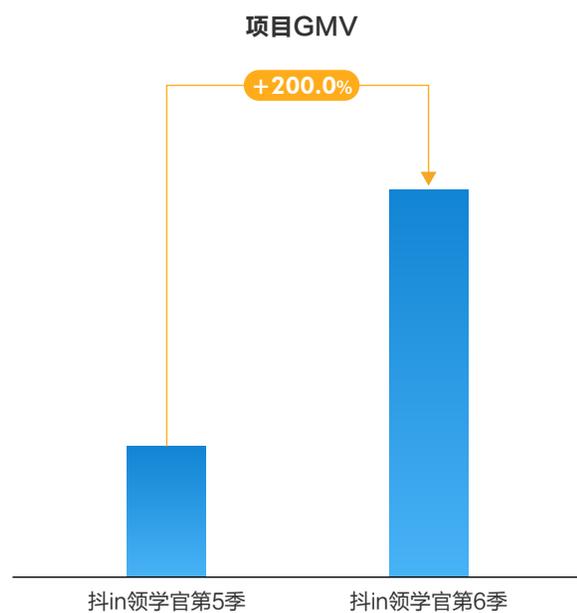
“抖in领学官”项目对于教育行业的GMV增长起到了重要的推动作用。巨量算数数据显示，和第5季相比，“抖in领学官”第6季GMV增长达2倍，远高于同期教育行业GMV增长速度。这说明“抖in领学官”项目通过运营活动帮助创作者直播经营和知识传播，为教育行业整体GMV带来了积极贡献。

▶ “抖in领学官”同期教育行业GMV增速



数据来源：巨量算数
2023年6月15日-28日，2022年12月17日-30日

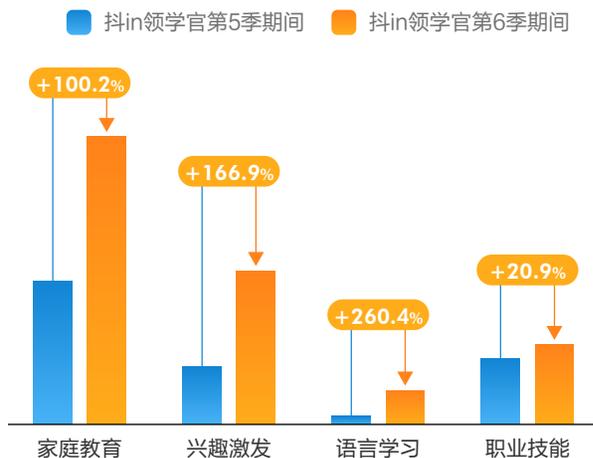
▶ “抖in领学官”项目GMV增速



数据来源：巨量算数，“抖in领学官”
2023年6月15日-28日，2022年12月17日-30日

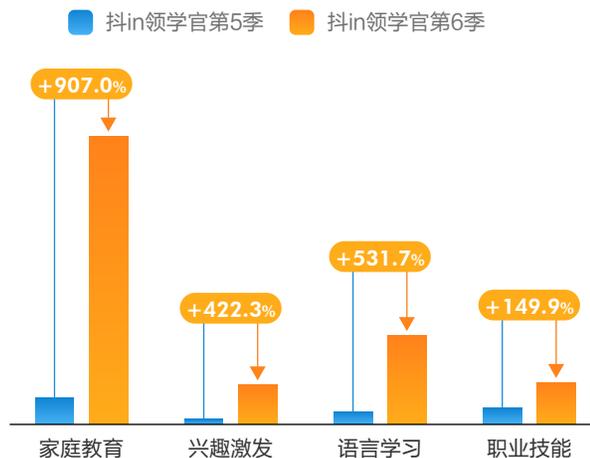
本季“抖in领学官”项目的GMV增速在所有赛道中都显著领先于行业。在这四大赛道中，家庭教育在项目的GMV增速相比上一季更是达到了惊人的9倍。从行业的角度来看，语言学习的GMV增速最高，家庭教育的GMV却是最大的。“抖in领学官”项目的各赛道和行业相比略有差异，家庭教育领域的GMV不仅量大，增速也是最高的。这些数据充分证明了，无论是在整体教育行业，还是在各个细分赛道，虽略有差异，但“抖in领学官”项目对于推动GMV增长发挥了重要作用。

▶ “抖in领学官”两季同期教育各赛道GMV增长情况



数据来源：巨量算数，“抖in领学官”
2023年6月15日-28日，2022年12月17日-30日

▶ “抖in领学官”项目各赛道GMV增长情况



数据来源：巨量算数，“抖in领学官”
2023年6月15日-28日，2022年12月17日-30日

■ 上榜领学官驱动项目价值增长

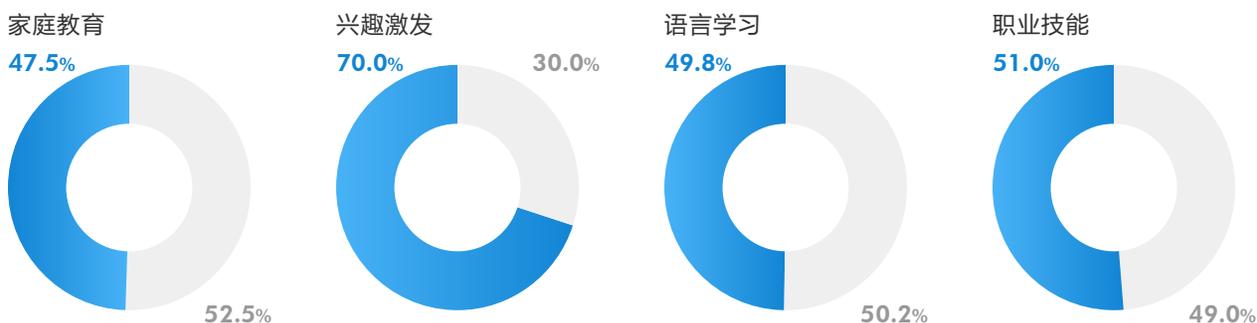
金牌领学官通过直播经营实现了显著的价值增长。上榜的金牌领学官带来的GMV占到了项目整体的超过一半，这充分说明了他们在项目中的领先地位和重要价值。从细分赛道来看，金牌兴趣领学官的GMV占比达到了70%，显著高于其他赛道，这说明了兴趣领域的内容在教育直播中具有更高的价值转化潜力。其他赛道领学官的GMV占比稳定在50%左右，这也反映出各赛道之间的平衡和多元化。

▶ “抖in领学官”第六季金牌领学官GMV在项目中占比



数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

▶ “抖in领学官”第六季各赛道上榜领学官GMV在项目中占比



数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

新锐领学榜

除了金牌领学官，在“抖in领学官”第6季中我们也发现了很多新锐领学官。他们是领学官项目中一股新的力量。

新锐领学官

  <p>01 全域文化-许林芳</p>	<p>06  朱雅特@豆神天笑星</p>
  <p>02 韩宇老师</p>	<p>07  阿留教育规划</p>
  <p>03 西西</p>	<p>08  小于校长</p>
<p>04  教英语的刘方鸣</p>	<p>09  彭志摩</p>
<p>05  Sam超级英语</p>	<p>10  田博士带娃学习</p>

新锐领学官们实现价值增长不仅需要优秀的直播经营，还需要有效的广告经营。广告经营的价值体现在提升创作者的知名度、扩大影响力，同时也是知识价值转化和创作者自身价值增长的重要渠道。这些新锐领学官成功地利用广告经营进入了榜单的视野。在本季“抖in领学官”中，巨量算数分析发现，新锐领学官的GMV和广告消耗成正比关系，相关系数达0.64。这代表着利用广告工具新锐领学官们能有效地来推广自身和他们的内容，从而触达更广泛的观众。这样的策略不仅有助于提高他们的知名度和影响力，也在一定程度上推动了他们的价值增长。

案例解析

金牌兴趣领学官李威老师曾获世界脑力锦标赛冠军，签约慧记慧背MCN后，转型知识创作者，目前已经成为记忆赛道头部IP达人，粉丝量800万+。

李威老师善于利用营销节点抢占平台流量红利，Bigday GMV峰值180万+；极致努力，30天直播200+小时，积极推进直拓短，从单一直播模式转型为短直双开，月度GMV突破1000万+。

180万+
Bigday GMV峰值

200+小时
30天直播时长

1000万+
月度GMV突破



02 MCN领航榜

榜单概述

MCN领航榜主要评估MCN机构与平台协作紧密度及其产生价值。在评定这一榜单主要考虑两个核心指标：创作者经营和价值增长。创作者经营从综合指标评估MCN机构的运营能力和影响力，而价值增长则通过衡量MCN旗下领学官的价值来评估MCN所产生的经济效益。通过这两个指标能全面评估MCN机构的整体实力和行业影响力。

上榜MCN



上榜的MCN机构无论是在创作者经营还是在价值增长上都有出色的表现。例如，星际光年、场圈科技和知识顶流等机构不仅拥有大量的领学官和粉丝积累，还通过这些领学官带来了大量的GMV，显示出了强大的经营能力和市场影响力。这些数据的背后，是他们精细的运营策略和对观众需求的深度理解。对于MCN机构来说，创作者经营和价值增长是他们取得成功的关键。

榜单解读

创作者经营

MCN机构在教育行业的创作者经营环节中具有核心的影响力。随着抖音教育生态的蓬勃发展，更多的MCN机构被吸引加入其中。在这一过程中，“抖in领学官”项目逐渐彰显出其独特的价值，它不仅提供了一个平台，让MCN机构有更大的空间去优化和增强其创作者的经营策略，而且在推动MCN机构达成更卓越的经营成果方面起到了关键的作用。

■ 机构入驻

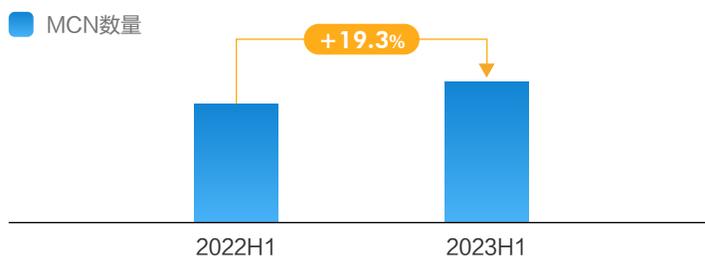
抖音丰富而完整的教育生态正在吸引越来越多的MCN机构入驻。根据巨量算数的数据，抖音平台上的教育MCN机构数量在2023年上半年同比增长近20%。这一现象表明，抖音已经构建起了一个利于MCN机构发展和成长的环境，这样的环境进一步激励了更多的机构入驻并积极参与到教育内容创作与经营中。

■ 创作者经营

抖音已经成为越来越多创作者开展活动的首选平台，而MCN机构在帮助创作者经营方面起到了显著的作用。根据巨量算数的数据，2023年上半年，抖音上教育行业的创作者数量增长了接近30%，表明了抖音在吸引创作者方面的强大吸引力。

另一方面，加入MCN机构进行经营的创作者数量正在快速增长，特别是在拥有超过一万粉丝的达人创作者中，更是明显偏向于加入MCN机构以获得更专业的经营支持和更丰富的资源。在2023年上半年，达人创作者数量同比增长了2%，而入驻MCN机构的达人创作者数量则同比增长了11%。

▶ 教育行业MCN数量及增速



数据来源：巨量算数；2023H1，2022H1

注：教育行业MCN指教育行业创作者归属的MCN，下文同

▶ 教育行业整体创作者数量及增速



数据来源：巨量算数；2023H1，2022H1

▶ 教育行业整体达人、入驻MCN机构的达人数量及增速

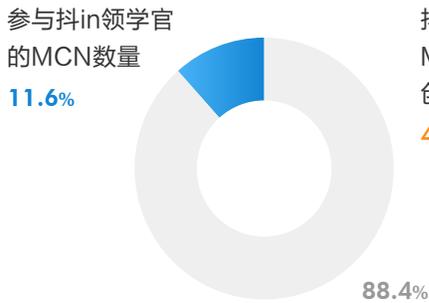


数据来源：巨量算数；2023H1，2022H1

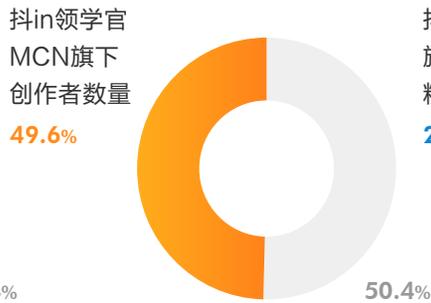
■ “抖in领学官”项目助力MCN释放价值潜力

“抖in领学官”项目已经对MCN机构的运营产生了显著的推动效果。巨量算数数据显示，“抖in领学官”项目下的MCN机构已经占据了教育行业总MCN的超过10%的份额。更重要的是，参与“抖in领学官”项目的MCN机构旗下创作者数量接近整个教育行业中有MCN归属的创作者的一半，其粉丝总数更是接近行业内有MCN归属创作者的三分之一，足以体现“抖in领学官”项目的影响力。充分显示了项目可以帮助MCN机构获得更多的资源，提升其在教育行业中的影响力和经营能力。

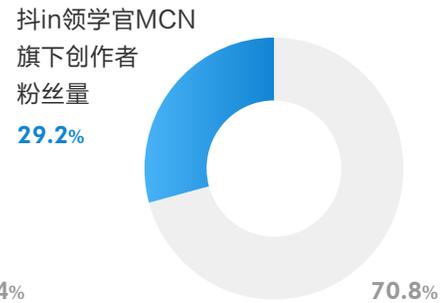
▶ 参与项目的MCN机构数量占行业整体的比例



▶ 参与项目的MCN旗下创作者占行业整体的比例



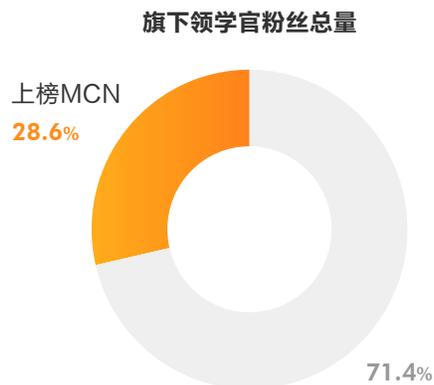
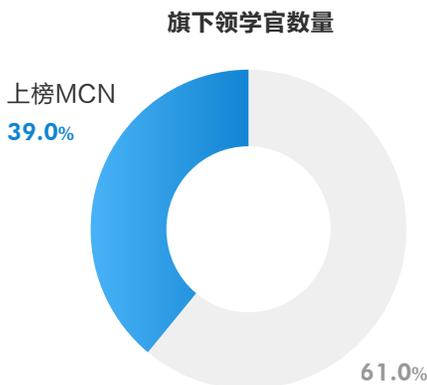
▶ 参与项目的MCN旗下创作者粉丝总量占行业整体的比例



数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

MCN领航榜中的上榜机构旗下的领学官数量已经占据了项目总数的大约40%，显示了项目的广泛传播和接受程度。这些领学官的粉丝总数接近整个项目的三分之一，说明项目在吸引粉丝、建立影响力和增加曝光方面发挥了显著作用。

▶ MCN领航榜上榜MCN各指标在项目中占比



数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

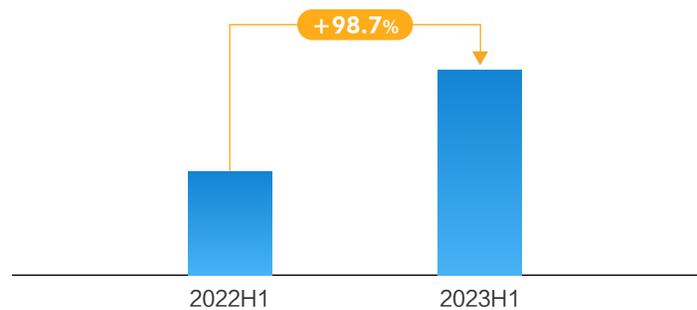
价值增长

MCN机构的创作者经营策略直接关系到经济价值的增长，而MCN机构通过为创作者提供专业支持和经营策略，帮助他们实现经济价值的提升。

■ 平台赋能教育行业MCN，实现收入激增

在抖音的有利生态支持下，教育行业的MCN机构实现了收入的稳定增长。根据巨量算数的数据，2023年上半年，教育MCN的GMV几乎翻了一番。这一增长趋势充分证明了抖音教育生态为MCN机构提供了舞台，助力他们提升创作者和自身的价值和收入。

▶ 教育MCN的GMV增速

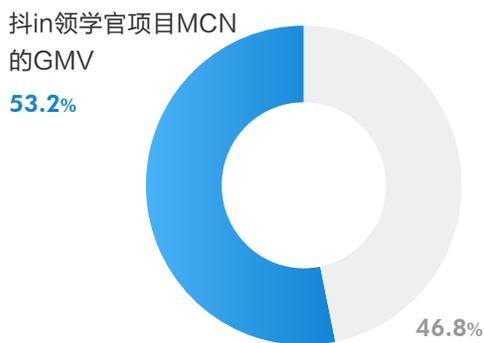


数据来源：巨量算数；2023H1，2022H1

■ “抖in领学官”项目助力MCN机构价值与行业影响力共荣共进

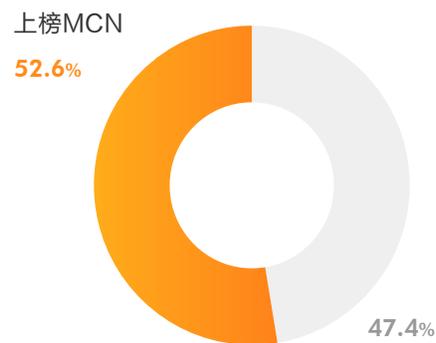
“抖in领学官”项目作为一个具有影响力和价值的IP，在教育行业中的作用举足轻重。根据巨量算数的数据显示，该项目所属的MCN机构的GMV占整个教育行业MCN收入的一半以上。这进一步证明了“抖in领学官”项目对MCN机构的价值提升和在教育行业中地位和影响力增强起到了决定性的作用。特别是上榜的MCN机构，其在“抖in领学官”项目中的GMV占比超过一半，这无疑进一步凸显了头部MCN机构在MCN价值增长中的地位。

▶ 打榜期间“抖in领学官”项目MCN产生的GMV占教育行业的比例



数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

▶ MCN领航榜上榜MCN的领学官GMV在项目中占比



数据来源：巨量算数；2023H1，2022H1

案例解析

MCN领航榜TOP1星际光年MCN是一家知识付费达人孵化机构，旗下已签约成人兴趣、青少年素质教育、语言留学等领域超20+创作者，全网粉丝量超3000万+，深耕教育行业8年，具有完备的技术SAAS系统及私域运营经验，累计服务付费学员500万+，累计销售额12亿。

结合平台运营活动和星际光年的一系列策略，使其在行业中的竞争力不断增强。

付费专业玩家，巨量千川协助 IP 快速崛起：

深入理解巨量千川产品：长周期转化，直播间结算，直播托管等产品合理组合，实现账户搭建效率和账户跑量双重提升；搭建完备的素材团队：提升短视频引流进入直播间占比，有效提升跑量能力与直播 roi。

IP分层适配策略，借助营销节点快速提升：

旗下IP老师，根据不同特性，适配不同策略，形成前端能拿量，后端转化稳的合理结构。星际光年在节点营销经验丰富，在“抖in领学官”项目期间，结合暑期流量红利，日GMV快速攀升至100万+，荣获领学官MCN领航奖TOP1。



03 机构领创榜

榜单概述

机构领创榜着眼于全面评估教育和图书机构的经营实力和创新实践。通过内容经营、品牌经营、广告经营和创新经营四个关键维度全面展示并评估各机构的实力。其中，特别设立的砥砺创新榜，增加新营销模式的投放指标，鼓励并表彰行业内对创新尝试和探索的积极努力。

上榜机构

经营领创榜		图书领阅榜		砥砺创新榜	
100 2	猿辅导	浪起	王朝霞图书	2	凯叔讲故事
1	猿力集团	学而思	学而思网校	1	美术宝
3	高途			3	美术宝
04	叫叫	04	宝宝巴士	04	三合造物
05	新东方	05	利云文化	05	简知信息
06	十方教育	06	与时文化	06	巧虎
07	环球网校	07	黔净	07	广东新华发行集团
08	希望学	08	支点图书	08	牧狼人图书
09	尚德	09	时光学	09	芒果mcn
10	喜马拉雅-亲子	10	荣恒教育	10	蝶变-图书

机构领创榜的上榜机构，我们可以看到他们在多个领域都有出色的表现。比如在教育机构经营领创榜单中，猿力集团、作业帮和高途等不仅在内容经营和品牌经营上有稳定的表现，同时也在广告投放中也有显著的成效。在图书机构图书领阅榜上，王朝霞图书、浪起和学而思网校等机构凭借其优质的内容、稳健的品牌经营和独特的广告策略，也获得了良好的评价。而在砥砺创新榜上，凯叔讲故事、全品和美术宝等机构则通过他们对新兴营销模式的积极尝试和探索，展示了对创新的追求。

总的来说，这些榜单深度展示了教育和图书机构如何通过强化内容经营、品牌经营和广告经营等多元化运营模式，同时结合创新的营销手段，来提升自身的影响力和市场竞争力。

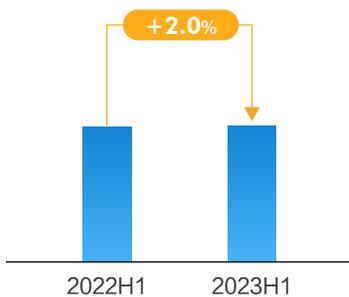
榜单解读

教育行业的客户通过内容经营、品牌经营和广告经营强化自身能力，并结合新兴的营销模式不断创新。

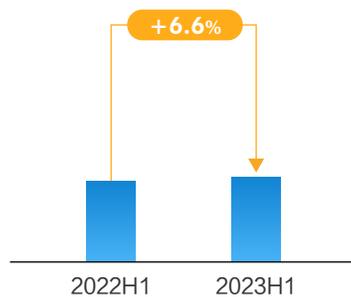
■ 内容经营

根据巨量算数的数据，教育行业的万粉达人数量同比增长2%，其中，选择通过直播传播知识的达人增速达到了6.6%。这突显了教育行业的达人们正在更积极地利用直播工具传播他们的知识。这些达人的开播次数增速达到了16%，他们在活跃度上有了显著的提升。教育行业客户正在通过达人营销的方式，成功地传播了优质内容。

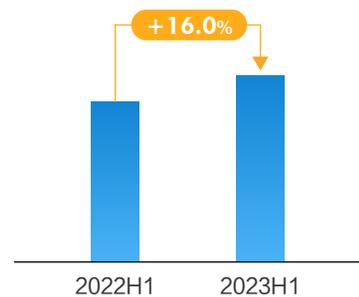
▶ 教育行业达人数量及增速



▶ 教育行业达人主播及增速



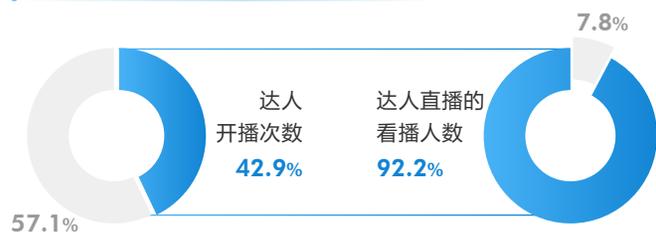
▶ 教育行业达人开播次数及增速



数据来源：巨量算数，2023H1，2022H1

教育行业中的达人主播具有极高的观众吸引力和影响力。尽管他们的开播次数仅占整个教育行业直播的42.9%，但却能吸引超过90%的看播人数。这表明了达人主播的内容质量高，且更具价值，因此能吸引大量的观众。此外，这也反映出观众对于达人主播的信任度和依赖度较高，他们更倾向于从达人主播那里获取知识和信息。

▶ 教育达人直播数据在整体行业中的占比

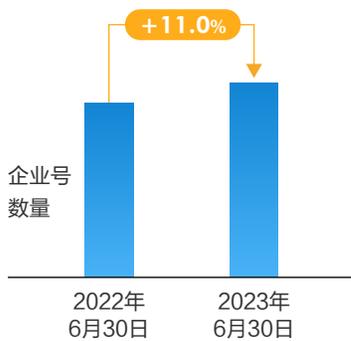


数据来源：巨量算数，2023H1

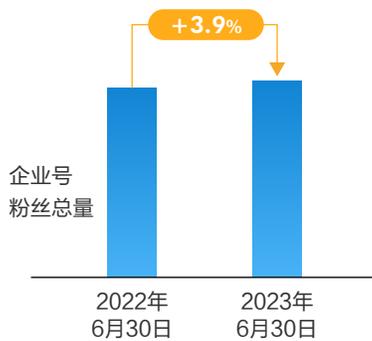
品牌经营

教育行业正在采用精细化的阵地经营战略来提升其品牌影响力。巨量算数的数据显示，教育机构的企业号数量同比增长了11%，显著表明这些机构正在积极强化线上品牌经营。同时，这些企业号的粉丝总量也同比增长了3.9%，进一步证明了其影响力的扩大。从粉丝分层来看，粉丝量在500以下的尾部企业号所占比例正在减少，而粉丝量更大的头腰部企业号占比正在增加。这种趋势明确地表明，通过粉丝积累，教育机构正在逐渐强化其品牌影响力，并且充分说明了阵地经营策略的重要性和有效性。

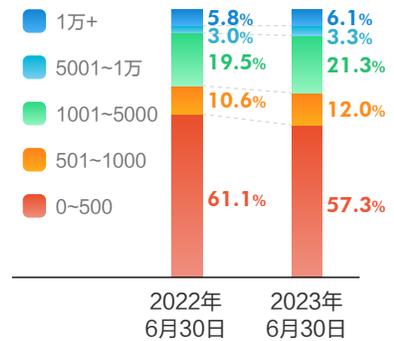
▶ 教育机构企业号数量及增速



▶ 教育机构企业号粉丝总量及增速



▶ 教育机构粉丝分层



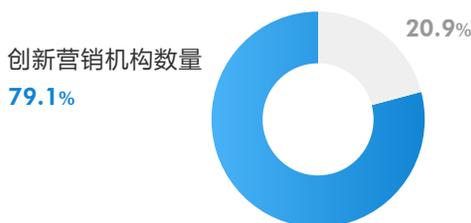
数据来源：巨量算数，截止2023年6月30日，2022年6月30日

广告和创新经营

广告消耗在机构运营中起着至关重要的作用，合理的广告投入是长期运营策略的关键部分。依据巨量算数对“抖in领学官”项目的数据分析，广告消耗与机构粉丝量之间有着显著的正相关关系，其相关系数达到0.6。增加广告投入可以提高机构的品牌知名度和影响力，从而吸引更多潜在用户。

此外，创新的营销手段可以帮助教育和图书机构从多个维度增强品牌影响力并驱动价值增长。在“抖in领学官”项目中，许多机构利用创新营销策略，如线索智投（UBL）、原生广告、AD搜索等，来提升广告效果。据项目数据显示，近80%的教育机构和约半数的图书机构已经采纳这些创新营销策略，有效提升了他们的市场推广效能。

▶ “抖in领学官”有创新营销的教育机构占比



▶ “抖in领学官”有创新营销的图书机构占比

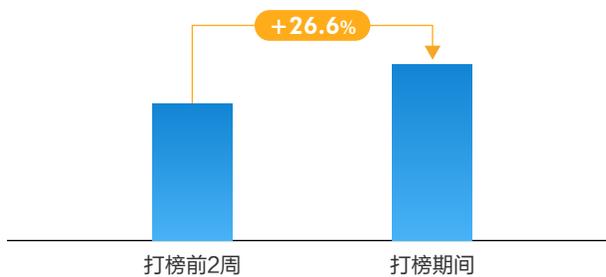


数据来源：巨量算数，2023年6月15日-28日

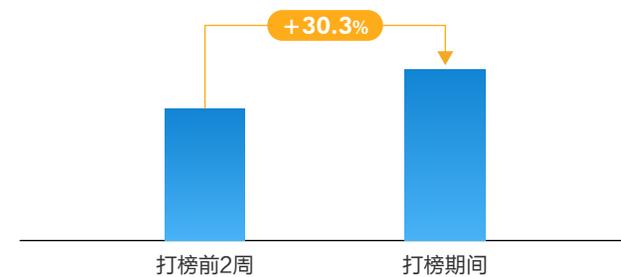
■ 项目助力机构发展，引爆价值增长，全面提升影响力

通过“抖in领学官”项目，教育和图书机构实现了明显的价值增长。根据巨量算数的数据，对比项目前两周和打榜期间的订单量，可以清晰地看出项目给这些机构带来的价值。具体来说，教育机构的订单量增速超过了25%，图书机构的订单量增速甚至超过了30%。这充分证明，“抖in领学官”通过提供运营和资源的支持，成功地助力这些机构获得了更大的价值。

▶ “抖in领学官”的教育机构打榜前后订单量增速



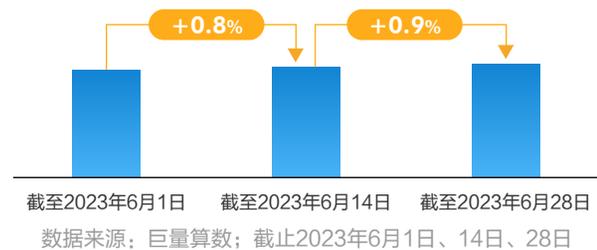
▶ “抖in领学官”的图书机构打榜前后订单量增速



数据来源：巨量算数；2023年6月15日-28日，2023年6月1日-14日

“抖in领学官”项目不仅能给机构带来明显的价值提升，在促进机构粉丝增长、扩大影响力和增强市场竞争力方面也发挥了巨大的价值，项目为机构创造了有利于机构粉丝积累的环境。对比项目执行前后的数据，可以明显看出，机构粉丝的增速显著超过了相同时间段的增速。这就意味着，通过参与“抖in领学官”项目，机构不仅能够得到更多的粉丝关注，还能以比平时更快的速度积累粉丝。

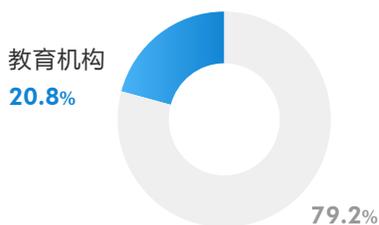
▶ “抖in领学官”的机构打榜前后粉丝量增速



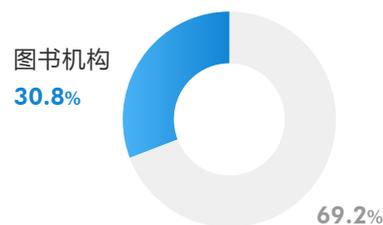
数据来源：巨量算数；截止2023年6月1日、14日、28日

上榜的教育机构和图书机构分别占据了项目整体粉丝量的20%和30%以上，这显示了这些机构在内容创新和品牌推广方面出色表现结果，不仅吸引了大量的粉丝关注，也实质性地提升了他们的影响力。这些数据同时也充分证明了上榜机构的强大实力和在行业的领先地位。

▶ “抖in领学官”上榜教育机构粉丝量在项目中占比



▶ “抖in领学官”上榜图书机构粉丝量在项目中占比



数据来源：巨量算数；2023年6月15日-28日

案例解析

图书领阅榜TOP1王朝霞文图书隶属于洛阳朝霞文化股份有限公司（简称“朝霞文化”），创立于2005年9月，是一家致力于试卷类图书研发出版、提供教育内容服务的综合性文化教育公司。产品突出义务教育阶段“试卷”特色，旗下拥有同步练习册、单元测试卷、期末复习试卷、小升初试卷、中考试卷、阅读六大系列产品，千余个品种。21年年底朝霞文化开启品牌抖音自播，进入23年后，朝霞文化开始尝试知识创作者撮合、节点营销等创新电商玩法，实现品牌持续突破。

朝霞文化在“抖in领学官”打榜期间不仅积极参与平台活动，在日常经营中也运用了一系列创新的运营策略来增强自身的效率。这些实施策略的运用无疑在优化其整体能力方面发挥了关键作用。

- **首尝撮合，商家x达人双赢：**联动达人榜样妈妈团，通过“佣金+投流”的合作模式，适当降低佣金保证利润率并为达人投流，快速拉高达播成交GMV量级；同时达人配合视频拍摄复用于投放，单条素材跑量超过30万；
- **自播同步，协同扩大增收：**在达人开播的同时保持自播同步开播，持续加大自播直播间的优化和投入，扩大整体GMV规模；“抖in领学官”第六季期间6月20日王朝霞老师做客直播间，发挥IP属性优势，实现营收、广告消耗持续突破；
- **产品联动，助力节点放量：**大场客户面临投放人力不足的场景，引入成本稳投提高基建人效，7条成本稳投计划贡献2/3的直播消耗，助力客户快速启动。



案例解析

新东方各业务中心从传统线下获客转型线上获客，深耕品牌直播间，获客效率显著提升，线上线索量与消耗快速增长。

优质内容破圈，新东方邀请俞敏洪老师做客直播间(俞敏洪首次参与教育品牌直播活动)，商业化侧联动抖音知识共创开播(抖音知识首次联动教育品牌活动)，确立“为百万毕业生扫清迷茫”为主题，兼顾内容话题性与品牌紧密性。616当天，**抖音知识、新东方考研直播间、新东方遇见大学三账号共创开播，相关话题引爆全网。**

107万+

累计观看人数

4.3万

最高同时在线人数

95万+

直播点赞数

38万+

直播评论数

1小时

直冲抖音今日上升热点 多个热点话题观看人数

超千万人



DART 3

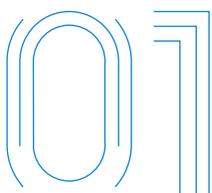
把握教育线上化趋势的 机遇与挑战

对话金牌领学官申怡老师

全国百万家庭阅读引领者
高考语文名师
申怡老师

在领学榜单中，我们通过榜单了解到抖音的教育生态以及“抖in领学官”项目对于教育行业的引领价值。在榜单中我们关注到一位出色的领学官——申怡老师，她是全国百万家庭阅读引领者，高考语文名师，曾任教于人大附中，曾任精华学校副校长。申怡老师连续多年担任北京高考语文阅卷作文组组长，具有二十余年一线教学和高考备考经验，在阅读、写作教学方面具有很高的知名度和美誉度，带出十几篇高考满分作文。申怡老师创办了包含申怡读书APP在内的“申怡大语文”教育品牌。

申怡老师以其独特的教学理念和方法，吸引了大量用户的关注和喜爱。我们通过与申怡老师对话，深入探讨了如何应对教育线上化的趋势，并利用这个机会进行教学内容和服务的优化和创新。



探索：

“知识创作者在线上教育中的尝试。”

随着社会的进步，从中国经济发展、人才需求变化、教育资源分配等影响教育行业发展的因素来看，教育正在变得比过去更加重要。通过学习教育，人们不仅可以提高学习能力，更多地了解世界，还可以通过自己将自己的所学所得发展成立身之本，最后教育也是影响一个人是否独立自主、人格健全的基础。教育行业是构想社会未来发展的重要基石。

而在这个信息爆炸的时代，知识创作者们正在不断地尝试将他们的专业知识和经验通过各种方式进行传播，其中，线上教育平台已经成为他们最重要的工具之一。巨量算数数据显示，教育已经成为抖音平台成熟的内容垂类之一，但相关内容的创作热情仍在稳步增长，2023年上半年数据同比增长超过20%，用户在教育相关内容的积极互动，都表现出线上教育平台的重要性和潜力。

▶ 2023年抖音教育相关内容表现



数据来源：巨量算数，2023年1-6月

知识创作者正在借助线上平台的力量尝试新的教育方式，这种变革非常具有探索性，因为知识创作者不仅要考虑如何有效传递知识，还需要适应多元化的用户群体，满足他们的学习需求。

观点碰撞

算数说

作为一名有着丰富一线教学经验的老师，还创办了申怡读书，怎么会想到通过线上渠道传播知识呢？

申怡老师

通过多年教学经验的积累，我觉得我对于学生和家庭教育已经有足够的了解，因此希望能够将这样的经验传输给更多有需要的同学和家长。开始尝试线上渠道，有两点考虑：

- 1、人文知识的传播不同于课内教学，更应该考虑课堂内外的打通、古今中外的贯穿，**通过一门学科辐射到其它领域，这才是素质教育的体现。**在我看来，抖音正是一个可以实现从点到面的传播平台。
- 2、通过在线上分享大家不曾熟知，或者将大家熟悉的故事进行深度的解读，有利于激发大家对于传统文化的兴趣，让越来越多的人了解，从而享受学习的乐趣。

不止申怡老师这样有丰富线下教学经验的老师在入驻抖音，专业创作者已经成为抖音教育相关内容创作生态的重要一环。抖音平台内容相关的基础建设正在和教育创作者相互促进，形成良性的正反馈循环。

根据巨量算数统计数据，2023上半年有超过60万用户在抖音创作教育相关内容，成为教育创作者*，且教育创作者群体也在持续扩大，同比2022年同期数据增长29%。这些教育创作者囊括了教育相关的各个领域，有美术、音乐、舞蹈相关的兴趣教育创作者，也有行业技能、金融财会相关的职业教育创作者，丰富、多元的教育创作者在抖音分享他们的所学所想，不断丰富扩充着教育内容生态。

▶ 抖音教育创作者类型分布



*教育创作者：单月发布教育相关内容5次及以上

▶ 抖音知识教育类热门发布视频

依据截止2022年10月31日的教育关键词视频数量高低

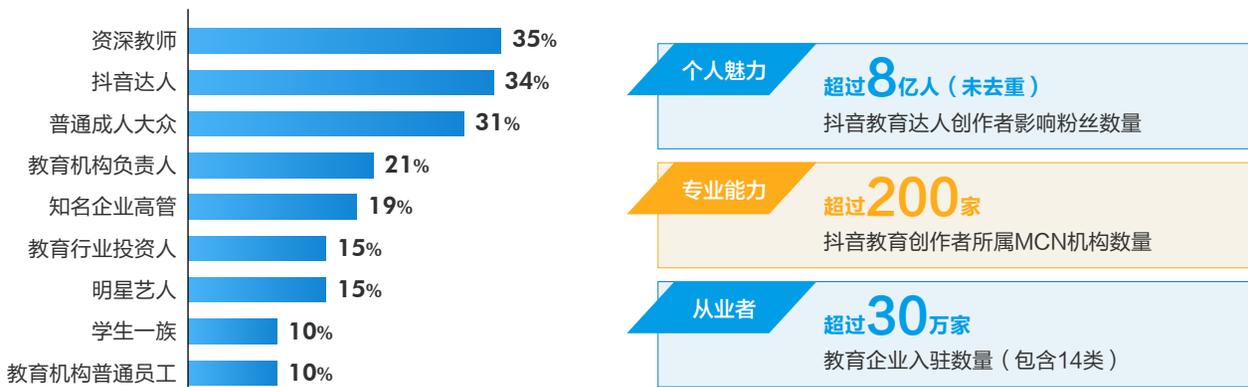


数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

通过内容创作与用户建立联系的过程中，有丰富经验、对内容创作有经验的达人创作者用实力展现了他们在教育领域的特长，而且在不同风格、不同角色的创作者中，具备个人魅力和专业能力是打动用户、推动用户信任的关键。

在抖音的教育创作者中，人群占比不超过10%的达人创作者影响了超过8亿人（未去重），有超过200家MCN机构的教育达人在抖音发挥热爱，同时入驻抖音的教育机构也囊括了理财培训、兴趣培训、学历教育等多种类别，让不同偏好的用户都能在抖音找到自己喜欢的创作者和内容风格。

▶ 兴趣用户对知识教育类博主/主播的偏好类型



数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

而且随着线上内容的不断丰富多元，迅速积累了大量兴趣用户在线学习。对线上教育兴趣用户学习的驱动因素进行剖析，调研数据显示，不同用户的学习动机也不尽相同，将用户学习的驱动因素归因为“向内与向外”“精进与自如”两个维度，可以发现向上求索、积极对外输出的用户占比最高，高达62%，也体现出用户对成长进步的需求强烈。



超过1.6亿人

2023抖音教育相关内容兴趣用户量

数据来源：巨量算数，2023年1-6月

2022年知识教育类兴趣用户学习驱动因素分布



数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

观点碰撞

算数说

在从线下到线上教学的转变中，您遇到了哪些挑战？

申怡老师

第一个挑战就是受众群体的变化，我面对的不再只是学生，所以内容的定位都需要更实用和大众化；第二个来自用户的反馈，用户会有各种建议，不论是风格、内容甚至是穿搭，作为一名老师有时候注意力还是会被影响；第三个挑战是线上的运营传播。

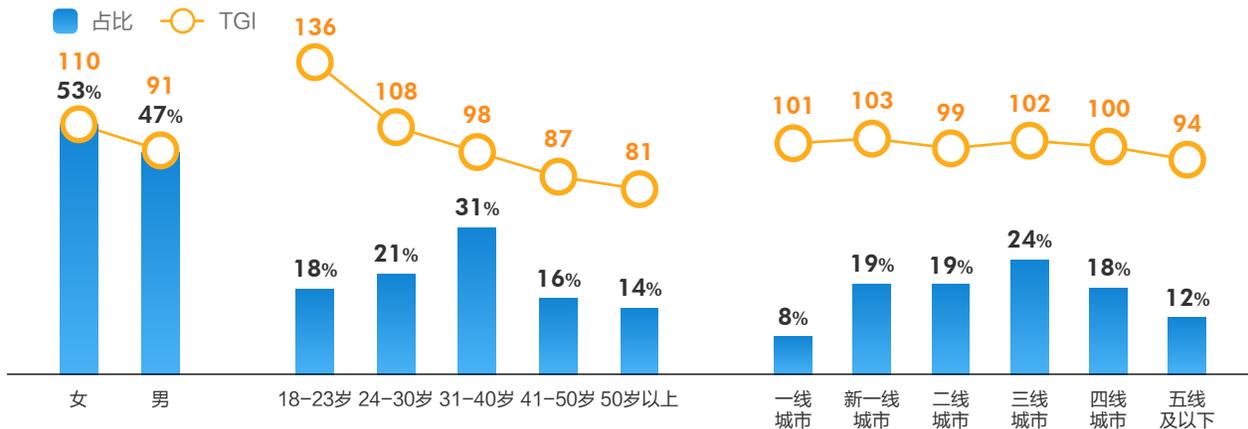
需要面向什么样的受众群体、产出什么样的内容，是每一位创作者都关心的问题。

通过抖音教育相关内容的兴趣用户分布，可以发现其中女性用户不论是人群分布还是偏好度（相对于抖音用户）表现上，都是优势群体，此外，30岁以下、一线&新一线用户的偏好较为明显。在抖音短视频的课堂中，不仅学习场景的边界被拓宽了，学习的参与者也不再有学龄和非学龄的差别。

而细化拆分到家庭教育兴趣用户中，偏好人群则表现出一定差异。对比同时期的兴趣用户分布，可以发现在家庭教育领域，仍然表现为女性用户是优势群体，但是男女差异进一步被拉开。而偏好人群的年龄段分布和所处城市也有不一样的结果：相对于教育大盘，家庭教育的兴趣偏好人群年龄开始上移，表现为育龄人群、有娃家庭的家庭成员偏好度更高；不同于教育大盘高线城市用户体现为优势人群的数据，家庭教育的偏好用户则相对下沉，三线及以下城市用户偏好度更高。

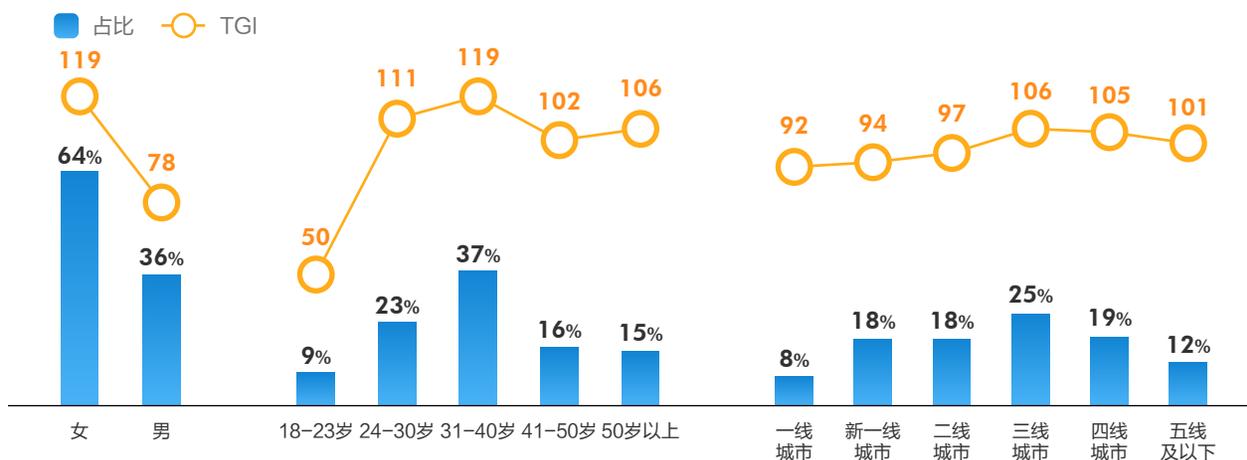
同样是教育的受众群体，不同类别、不同学科的关注人群和偏好人群表现出很大的差异，这也是创作者在内容创作时需要考虑的重点。

▶ 2023抖音教育兴趣用户画像



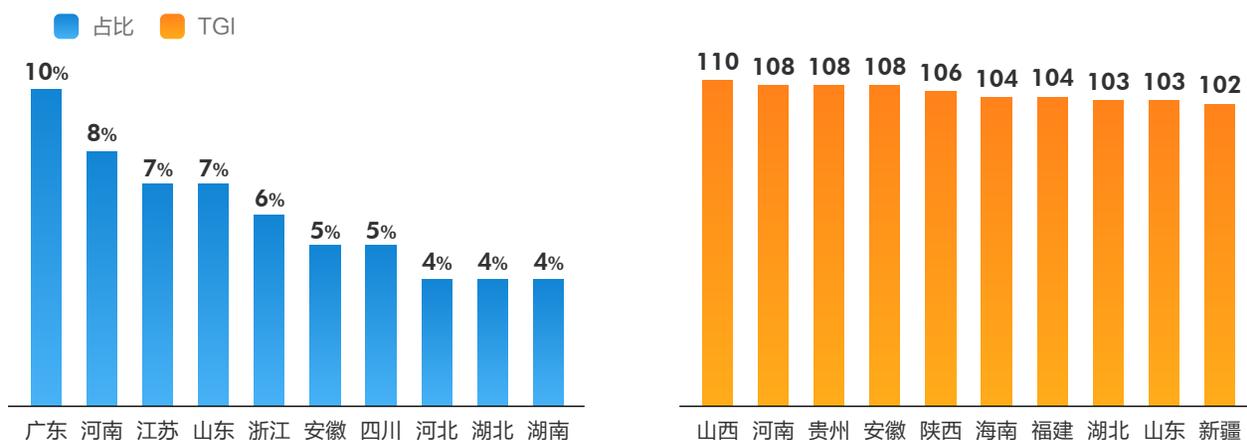
数据来源：巨量算数，2023年1-6月

▶ 2023抖音家庭教育兴趣用户画像



数据来源：巨量算数，2023年1-6月

▶ 2023抖音家庭教育兴趣用户TOP地区



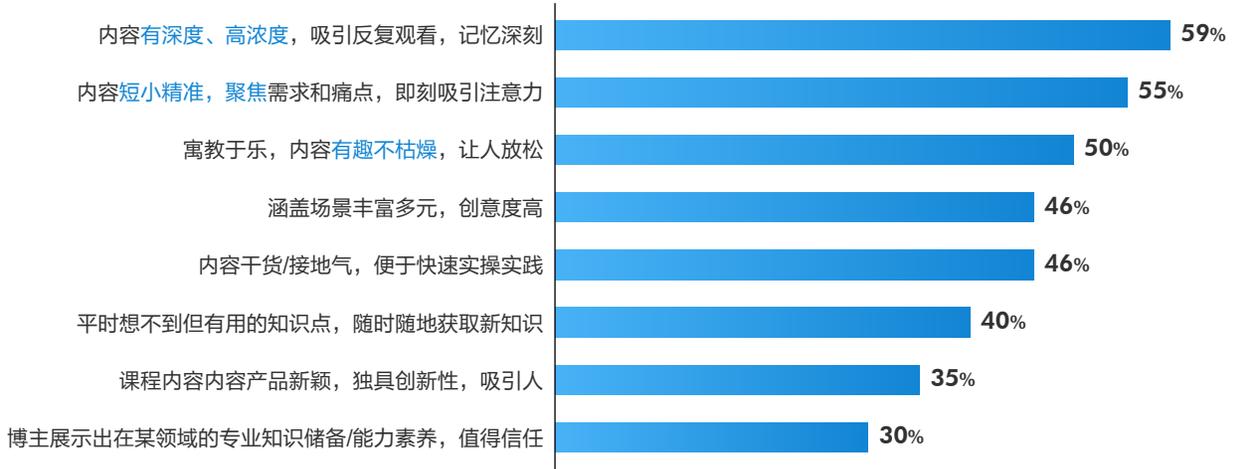
数据来源：巨量算数，2023年1-6月

关于用户在评论区的反馈，其实有助于创作者更了解自己受众用户的喜爱。

用户在抖音的行为路径可以总结为：对内容感兴趣，从而观看、搜索更多相关内容，当兴趣浓度达到一定程度时，用户愿意与创作者互动的比例也会随之提升，进一步表现为用户与创作者开始产生连接。随着这样的连接越来越紧密，用户对于创作者的信任感也会增加，因此想要更了解自己的用户想看什么，创作者不仅需要创作内容而已，也需要通过反馈不断的优化。

在巨量算数发布的教育行业研究报告中曾提到，用户兴趣浓度最高的教育内容，既是那些有深度、值得反复观看的视频，也是短小精悍、能即刻吸引注意力的视频，因此创作者在创作内容的过程中可以多看反馈、多做尝试，通过数据验证哪些风格更适合自己的。

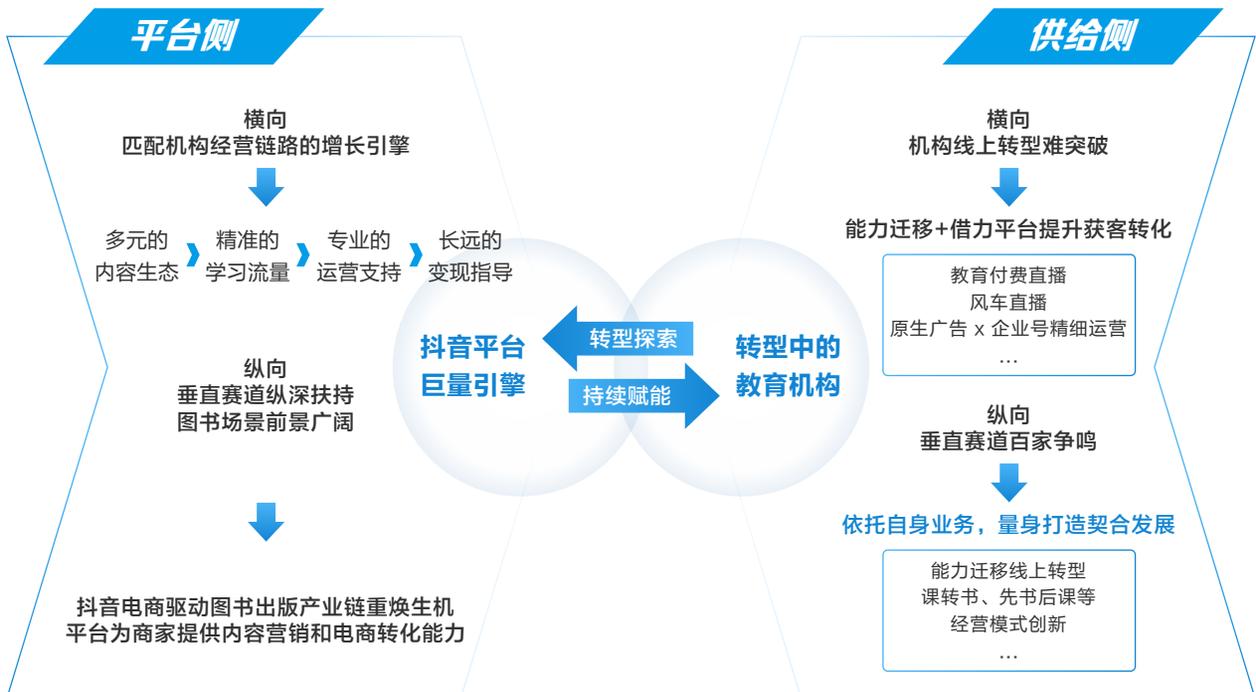
▶ 在抖音上什么样的知识教育类短视频内容吸引你观看和进一步了解？



数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

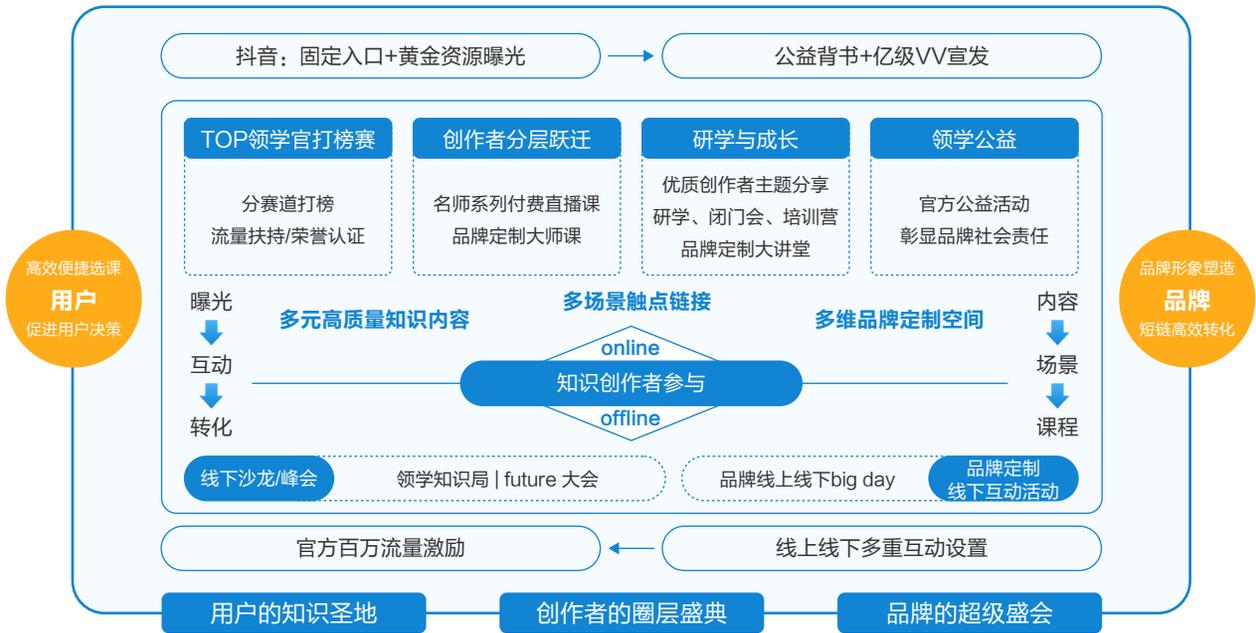
申怡老师提到的最后一个问题，也是抖音一直希望帮助教育创作者做的。平台逐渐深入参与到教育行业发展中，教育机构寻找第二增长曲线或业务转型亮点的尝试亦初见成效。巨量引擎为教育机构在横向线上化转型及纵向赛道转换的探索中，提供了更加丰富新颖的思路，用于连接用户增长及商业价值的实现。

巨量引擎为教育机构在**横向线上化转型**及**纵向赛道转换**的探索
提供了更加丰富且新颖的思路，链接用户增长及商业价值的实现



在抖音专注于教育的IP“抖in领学官”已经上线5季，在即将结束的第6季活动中，更是联动了字节公益、抖音课堂，从公益合作、直播共创、权威榜单不断扩散核心影响力，搭建更为广阔的展示空间，激活知识创作者、教育机构、教育服务商、用户相融共生的泛知识生态，让知识发光、引领全民学习风潮、引流学习新方式。

抖in领学官



申怡老师已经是“抖in领学官”IP合作三季的明星导师，在抖音持续以“领学倡导官”身份开展领读倡议、主题直播、领学演讲等各类活动，在家庭教育赛道影响力与日俱增。

影响力扩散

申怡老师亲自号召、23+亲子垂类达人参与古诗文学习话题#领学官申怡带读古诗文 讨论，话题激发用户积极讨论，话题相关内容声量热度超过4300万；内容热推优化核心A3人群流转效率及结构，A3获取成本降低355%。

品牌资产积累

“抖in领学官”第六季合作「申怡读书」，品牌5A人群资产增长2.6倍，品牌官方账号新增12.5万「真爱粉」，用户好感不断累加。

直播转化爆发

品牌“日不落直播”当天看播流量爆发增长7.5倍，达成6月首个百万GMV，品星川多触点协同提效，加速品牌GMV爆发。

数据来源：巨量算数，2023年6月15日-6月30日

如何借助抖音平台及巨量引擎的优势帮助推动教育行业的加速发展，是抖音上的教育机构与从业者共同的课题。

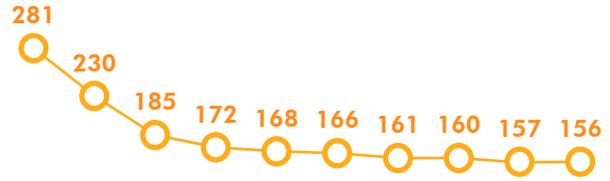
▶ 2023抖音教育兴趣用户内容偏好类别



游戏 新闻 运动 影视 时尚 军政 情感 二次 科技 文化 医疗 动植物
法警 元 教育 物

数据来源：巨量算数，2023年1-6月

▶ 2023抖音教育兴趣用户兴趣圈层偏好



音乐 新潮 斜杠 手游 医美 宅舞 体感 主机 跑友 漫展
游戏 运动 青年 玩家 爱好者 粉 玩家 玩家 集邮族
爱好者 爱好者

数据来源：巨量算数，2023年6月

观点碰撞

算数说

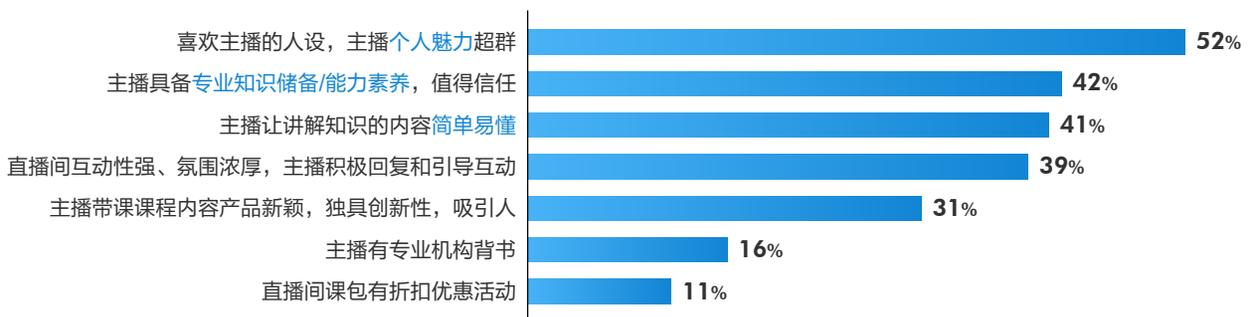
在短视频创作和直播的过程中，有内容创作或者风格尝试的经历可以分享吗？

申怡老师

刚开始做短视频时，我尝试把线下讲座中的精彩片段转移到线上，获得了不错的反响；但是在直播带货时，用户反馈就不是很好。后来通过总结，发现我应该坚持自己的风格，而不是去接受别人的课程形式，只有摸索出适合自己的风格，粉丝在内容上才会有更多的获得感。

前面我们提到了，教育短视频内容对用户产生的吸引契机，而直播却表现出不同的特征。通过调研数据，我们发现直播间留存吸引力则高度依赖主播人设魅力以及专业知识储备能力，从而通过清晰易懂的专业且沉浸式讲解增强与用户的互动及黏性。

▶ 兴趣用户对知识教育类博主/主播的偏好类型



数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

在抖音，多样个人风格、不同专业学科的教育创作者获得了用户的喜爱和信任，相比申怡老师在大语文领域生动形象、深入浅出沉浸式内容导读的风格，犀利风趣、专注于考研指导的@张雪峰老师，还有通过情景代入、推动普通人情感共鸣的职场导师@阿宝姐讲职场 同样也备受用户喜爱，让我们看到了不同风格教育创作者的风采。

▶ 名师伴读带你体验阅读快乐

名师带你沉浸式领略语文魅力
生动形象、深入浅出



名师IP坐镇
增加口碑和用户信任



张雪峰老师
粉丝量：**1854.0**万

犀利风趣语言
指点迷津，引发深思



“普通人”
推动用户情感共鸣



阿宝姐讲职场
粉丝量：**151.7**万

原生情景剧场
实战干货应对职场难题

03 优化：“面对教育线上化的趋势，知识创作者应该如何应对并抓住机会？”

在对用户需求有了深入理解之后，知识创作者不仅需要提供符合用户需求的教育内容，更需要优化和创新他们的教学方法和服 务，以更好地抓住教育线上化带来的机遇。

创作者应该如何 在理解用户需求的基础上，进一步优化和创新教学内容和服 务，以满足用户的全面需求，同时抓住和利用教育线上化带来的机遇？

观点碰撞

申怡老师

其实在网络平台上，尤其是做内容，劣币驱逐良币的现象对于大语文教育的线上传播来说是一个很大的挑战。虽然我们都认为优质的内容是内核、是基础，但是仍然会受到很多快餐式内容的冲击。而且未知的受众群体就意味着需要不断调整短视频和直播的形式，对于创作者来说应该如何权衡呢？

算数说

如今，以抖音为代表的短视频平台成为线上教育新的流量增长高地，作为教育用户最受欢迎的信息载体。而在抖音创作教育内容，别出心裁的创意和故事虽然有助于收获流量，但是就教育行业的特殊性，在知识的传播过程中，知识本身的准确性、真实性才是短视频的核心。

通过巨量算数统计，教育相关内容的创作者中，粉丝超过10000的达人人群占比不超过10%，发布的教育视频量占比同样不足十分之一，但是教育达人相关内容却贡献了教育内容播放量的70%，其中用户点赞和用户用户分享的互动行为也是远高于教育大盘表现。

内容为王，这一点毋庸置疑，真正的知识、优质的内容才是提升用户粘性的关键。

2023抖音教育达人创作者投稿内容表现



数据来源：巨量算数，2023年1-6月

观点碰撞

算数说

您是如何利用这些机会来进一步优化和创新您的教学内容和服务的呢？

申怡老师

因为受众群体的用户层面不同，为了让更多人能够理解，我会尽量用通俗易懂的方式将内容讲得更通俗易懂，降低知识的接收门槛，这样就减少了那些因为看不懂、从而兴趣寥寥的用户流失。

此外，和线下教学不同，对于线上用户我们在尝试提供更多的服务，比如从倡导读书，到准备好随材、配套的资料，再到准备线下的训练营，都是为了实现更优的网络学习模式，希望能让更多的用户能够尝试并爱上学习。

算数说

确实如此，创作者除了闷头创作内容、了解用户喜好外，也应该尝试更多与用户间的连接与沟通。通过巨量算数调研数据发现，用户对于能够提供全方位服务和优质学习体验的创作者更加青睐。例如，用户不仅想要获得高质量的教学内容，也在学习过程中感受到良好的互动体验，对于创作者提供的互动服务有着高度期待。另外，巨量算数显示，教育行业的用户对于时效性和热点话题的关注度也非常高。

现在参与

用户通过抖音参与的教育机构/品牌活动比例（%）

未来期待

未来用户对抖音上知识教育类创作者的期待（%）

当前参与度最高

23% 试听课程

17% 专题“带课”直播等课程

15% 知识分享/社群答疑

15% 内部资料分享等会员专属福利

15% 热门话题挑战赛

10% 跨界/多方联动等活动

课程与内容

36% 提升视频内容更新频率

28% 多样化的产品服务形式

未来期待度最高

42% 更多互动和针对性回复

17% 知识分享/社群答疑

29% 内部资料分享

25% 跨界/多方联动

13% 粉丝线下活动

多元互动

主题活动

数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

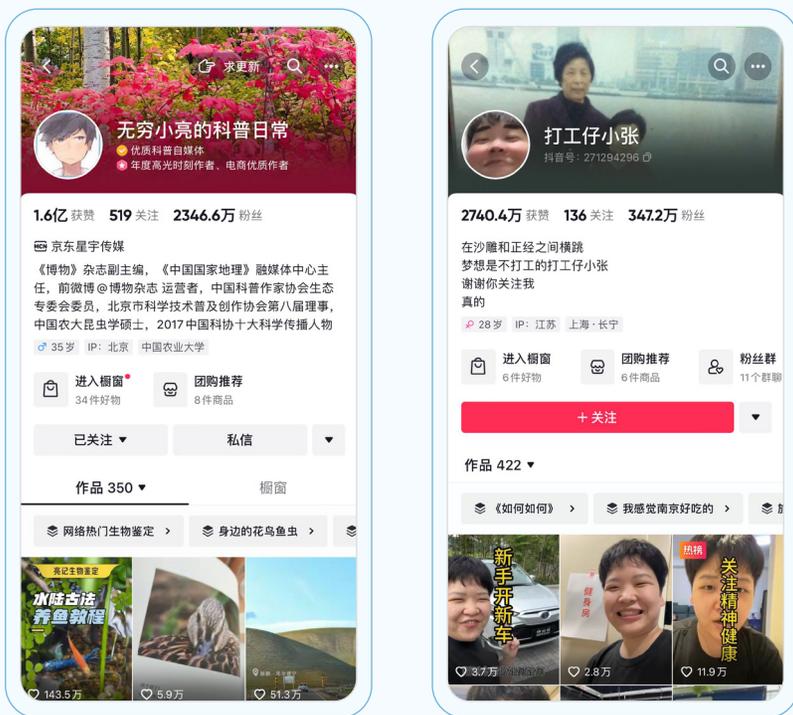
观点碰撞

关于降低知识的接受门槛这一点，其实不仅在教育领域，各行各业、涉及生活方方面面的内容，在面对如此庞大的用户群体时，创作者在构思内容时都应该考虑内容的普适程度。

在知识传播的过程中，对比文字和图片，短视频的内容承载形式碎片化的特征更显著。相对于娱乐内容如何在短时间内抓住用户眼球、让用户感兴趣的目的不同，教育内容在内容的娱乐性和专业性两方面更加需要平衡，这一点和线下教学无疑，寓教于乐是提高用户积极性最好的方式之一。

在抖音，从通过搞笑有梗的短视频内容科普动植物知识的@无穷小亮的科普日常，到通过看似普通的生活常识教程的“如何”博主@打工仔小张，从千万博主到新晋达人，这些广泛意义上的科普创作者在用自己的能量感染着用户，让碎片化的内容也能够承载专业的科普知识，让更多人可以通过短视频了解更多未知的世界。

这就是知识的力量。



通过与申怡老师的这次对话，我们可以看到，申怡老师在面对教育线上化的趋势时，不仅积极地认识和把握了这个趋势带来的机会和挑战，而且还采取了一系列有针对性的应对和优化措施。无论是将教学内容讲得更通俗易懂，以吸引更广泛的用户，还是提供全面的服务，以进一步吸引和留住用户，申怡老师都体现了她对用户需求的深入理解和灵活创新的能力。这为广大教育从业者提供了一种在教育线上化趋势下，如何优化教学内容和服

PERORATION

结语

直播以其实时互动和生动有趣的特性，为教育行业开辟了全新的学习途径。创作者能够通过优化直播内容，提升学习体验和用户参与度，以实现持续的价值增长。随着抖音教育生态的蓬勃发展，不仅有教育创作者，MCN和教育机构也云集于此。在这其中，“抖in领学官”项目逐渐展现出其独特价值，为教育行业从业者提供了一个可深化经营策略并促进其取得卓越成果的重要平台。教育行业的机构也在通过内容经营、品牌经营、广告经营及新型营销模式的创新，以适应行业发展趋势。在对话金牌领学官申怡老师的过程中，我们深入了解了知识创作者如何精准定位并有效服务目标受众，以及他们所面临的挑战和机遇。

展望未来，随着科技的进步和互联网的普及，教育行业将继续深化线上化趋势。“抖in领学官”等创新项目将持续引领行业进步。教育创作者将有望通过这些平台更深入地理解并服务他们的目标受众，实现更有效的内容创新和经营模式。MCN机构也将投入更多的热情和资源到教育行业，协助创作者的发展，并推动整个行业的繁荣。教育机构将继续创新以适应和引领行业的变化。总的来说，教育行业的未来充满了机遇，我们期待每一位参与者都能在其中找到自己的价值并实现自我提升。



STATEMENT

声明

本报告由【巨量算数】制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

【巨量算数】对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放算数指数、算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量算数】。



Knowledge
Base...