



巨量算数 | 算数说 | 抖而领学官

第6季

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

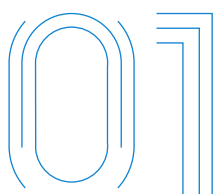


申怡老师

全国百万家庭阅读引领者
高考语文名师

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

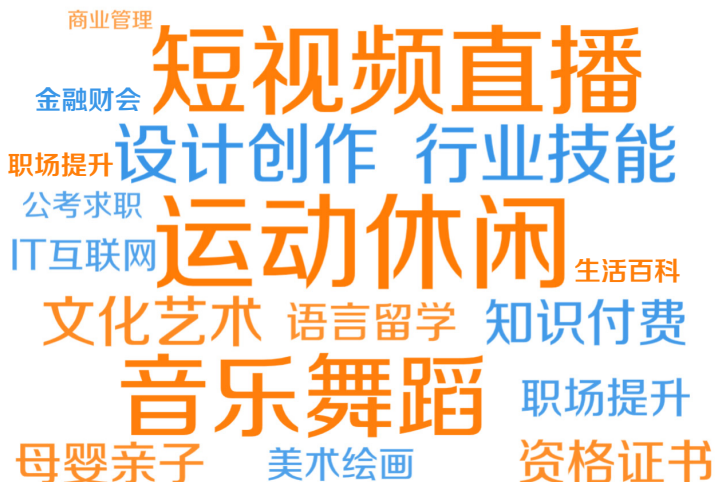
通过多年教学经验的积累，我觉得我对于学生和家庭教育已经有足够的了解，因此希望能够将这样的经验传输给更多有需要的同学和家长。开始尝试线上渠道，有两点考虑：

- 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

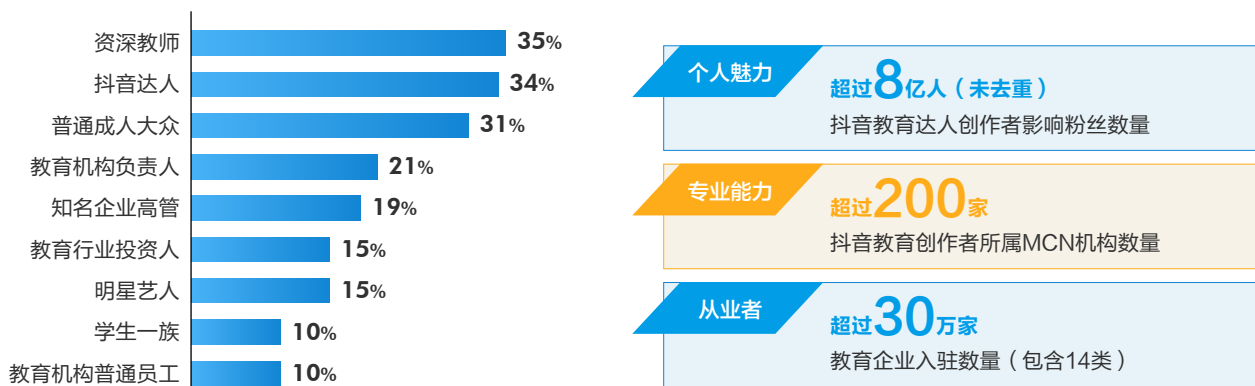


数据来源：《2022巨量引擎教育行业研究报告》

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。

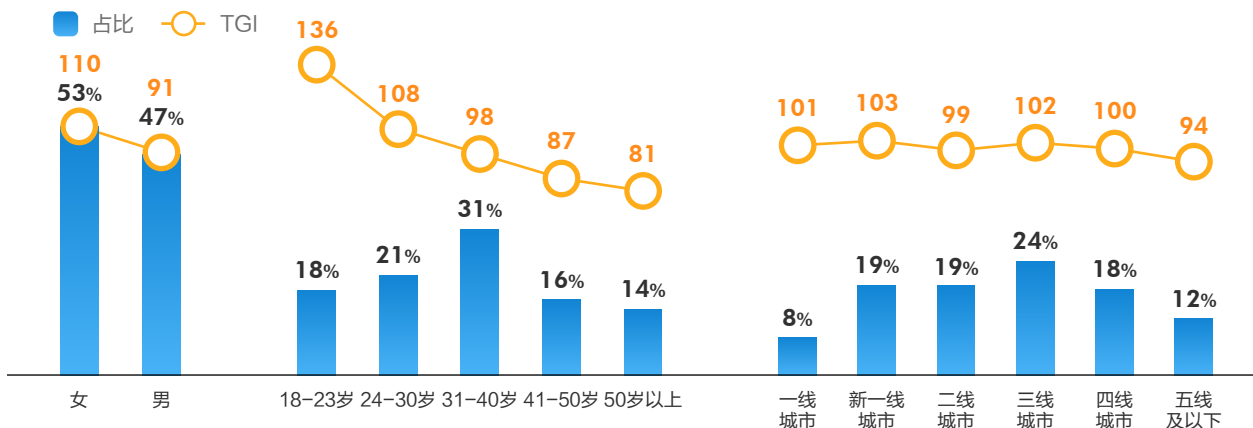
需要面向什么样的受众群体、产出什么样的内容，是每一位创作者都关心的问题。

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。

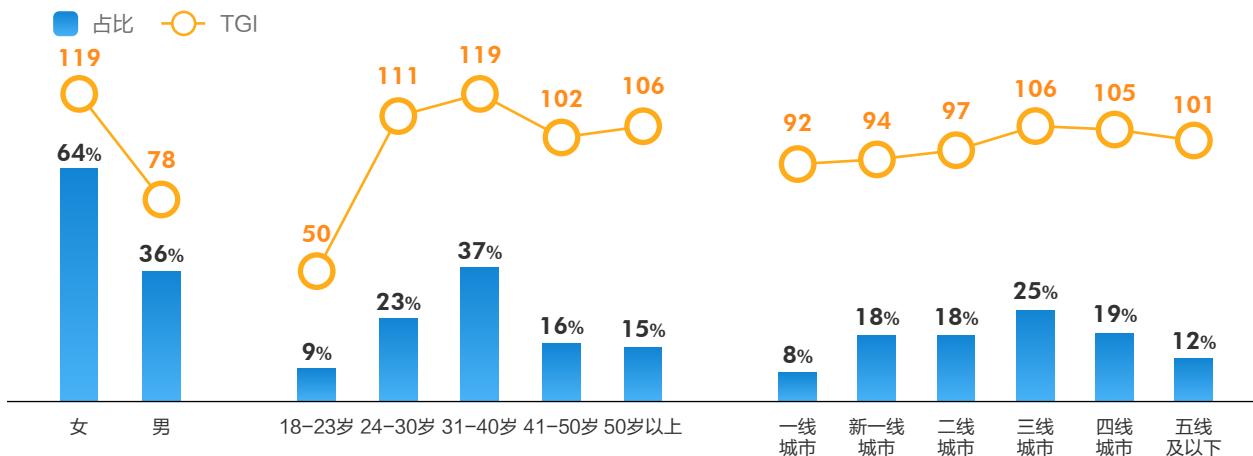
同样是教育的受众群体，不同类别、不同学科的关注人群和偏好人群表现出很大的差异，这也是创作者在内容创作时需要考虑的重点。

▶ 2023抖音教育兴趣用户画像



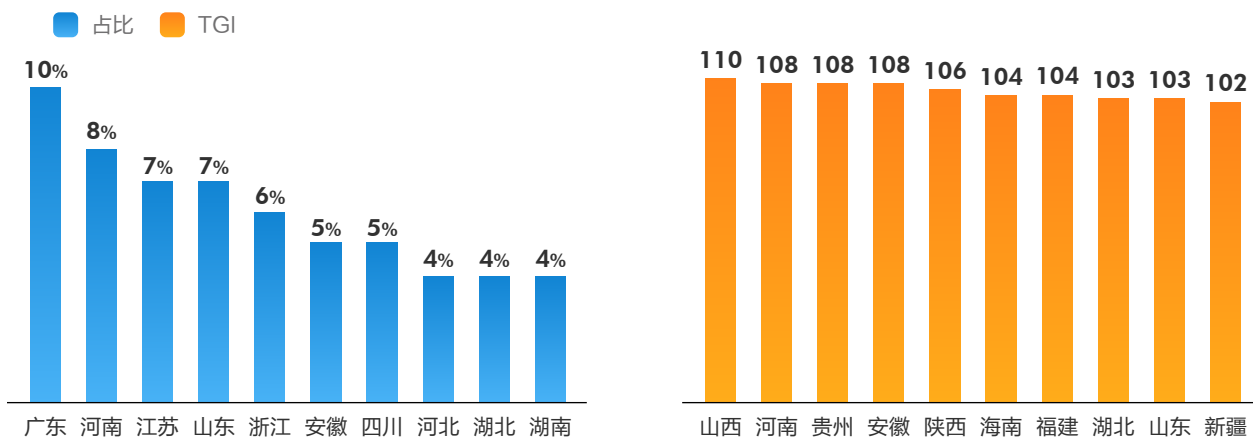
数据来源：巨量算数，2023年1-6月

▶ 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



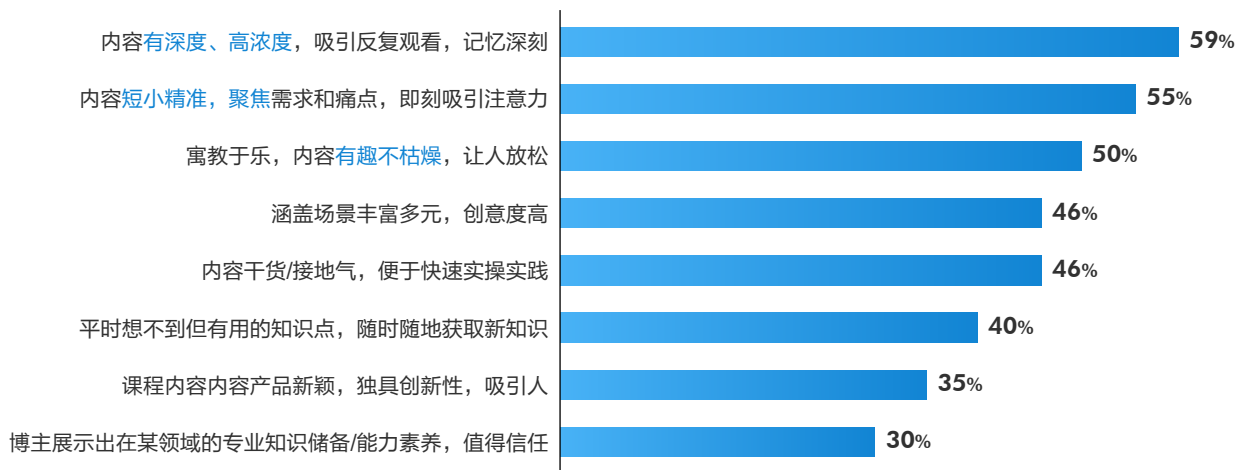
数据来源：巨量算数，2023年1-6月

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，创作者不仅只需要创作内容而已，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》

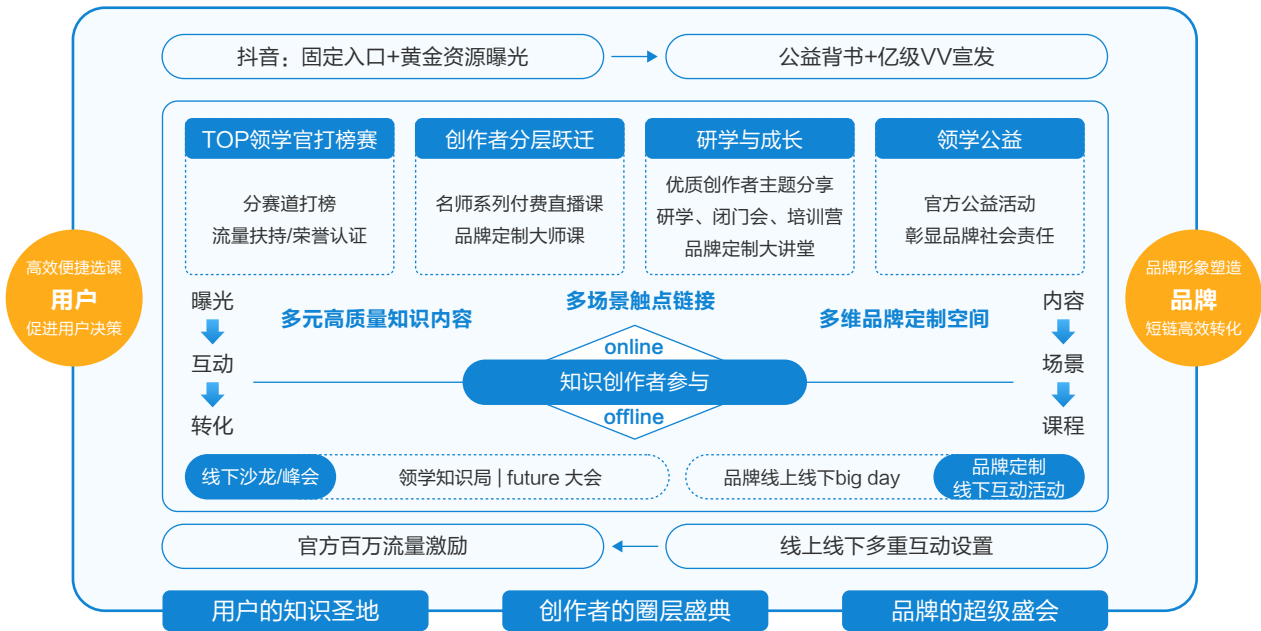
申怡老师提到的最后一个问题，也是抖音一直希望帮助教育创作者做的。平台逐渐深入参与到教育行业发展中，教育机构寻找第二增长曲线或业务转型亮点的尝试亦初见成效。巨量引擎为教育机构在横向线上化转型及纵向赛道转换的探索中，提供了更加丰富新颖的思路，用于连接用户增长及商业价值的实现。

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

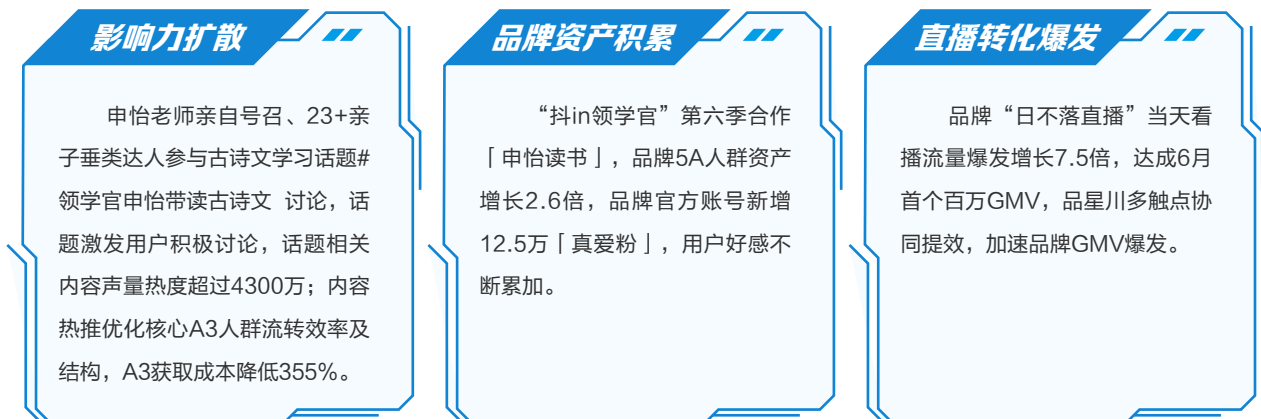


在抖音专注于教育的IP“抖in领学官”已经上线5季，在即将结束的第6季活动中，更是联动了字节公益、抖音课堂，从公益合作、直播共创、权威榜单不断扩散核心影响力，搭建更为广阔的展示空间，激活知识创作者、教育机构、教育服务商、用户相融共生的泛知识生态，让知识发光、引领全民学习风潮、引流学习新方式。

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。



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。

02

实践：“知识创作者如何在内容平台上面向目标人群？”

创作者在线上教育中的尝试主要是利用不同的平台特性，结合自身特长，开展内容创作。这些成功的尝试告诉我们，知识创作者需要根据自身特色以及目标受众的需求，去寻找最合适的表达方式和内容选择。然而，了解并实践这些仅仅是第一步，如何更深入地理解和满足目标受众的需求，以及如何通过精确的定位，提高内容创作的效果和影响力，是教育创作者在实践中需要深入思考的问题。

观点碰撞

算数说

上面您提到了，感受到了受众群体的变化，那您认为您的目标人群有哪些特征呢？您知道他们的兴趣标签是什么吗？

申怡老师

最开始进行过一些尝试，也有些疑惑。比如，一开始讲学习的实战经验和文学常识，在线下很受欢迎，但到了线上反而表现得效果不好。后来反复试验后发现，首先要让自己成为一个让别人感兴趣的创作者，别人才会对你感兴趣，而这不仅仅局限于读书或者学习。我开始和大家分享一些以前学校中发生得趣事、我个人教学生涯中的经历，甚至是一些社会上大家感兴趣的话题，然后我发现当你分享的内容范围扩大了，目标人群就会逐渐聚拢起来。

从以前的千人千面，到现在的一人千面，在线上我们看到了用户的多元标签，而创作者也需要开始理解并适应用户多样的需求和行为模式。比如，从教育相关内容来看，用户最关注的教育话题是家庭教育，但是教育相关的书籍、育儿理念、父母课堂相关的话题同样备受关注；从用户的偏好内容来看，教育兴趣用户对游戏、新闻、运动相关的内容也表现浓烈的兴趣；从用户的兴趣圈层来看，教育兴趣用户是音乐游戏爱好者，同样也是新潮运动的簇拥者，是斜杠青年也是手游玩家，这些兴趣标签都可以成为创作者触达破圈人群的切入点。

2023抖音TOP教育相关话题词云



数据来源：巨量算数，2023年1-6月

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 二次元 科技 文化教育 医疗 动植物

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

数据来源：巨量算数，2023年6月

观点碰撞

算数说

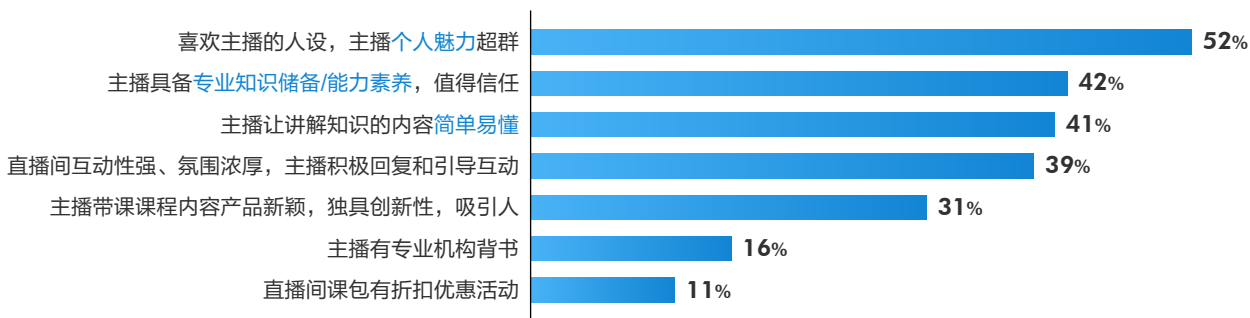
在短视频创作和直播的过程中，有内容创作或者风格尝试的经历可以分享吗？

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。

创作者应该如何理解用户需求的基础上，进一步优化和创新教学内容和服

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

8.6%

教育相关投稿量同比增长

70.6%

抖音教育达人创作内容播放量占比

72.0%

抖音教育达人创作内容分享量占比

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

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，也希望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（%）

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

未来期待

未来用户对抖音上知识教育类创作者的期待（%）

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》

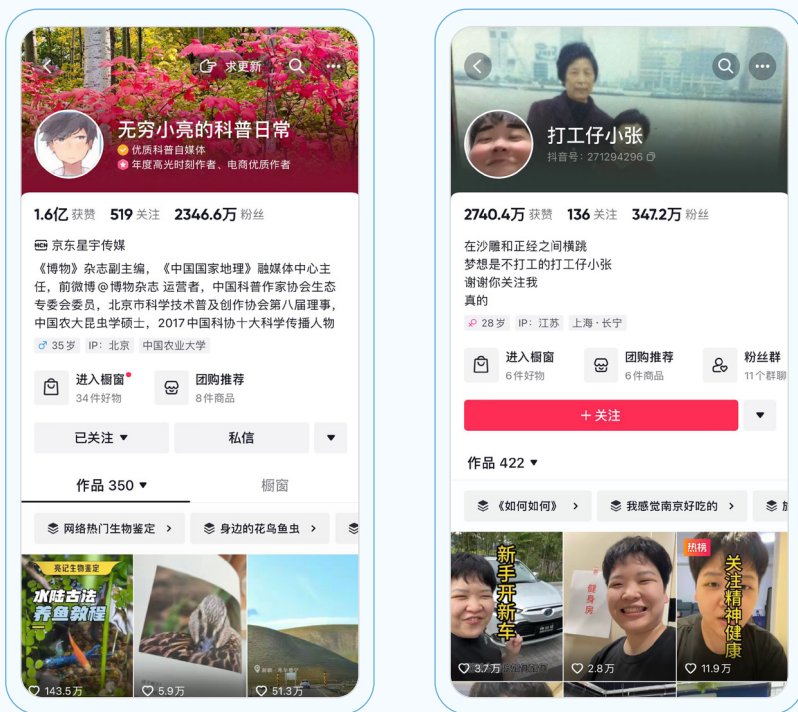
观点碰撞

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，这些广义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

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...