

# B有我师 畅享学习海

B站教育行业学习硬件类营销通案

哔哩哔哩教育行业 2024年11月





# 目录

01 PART.1 B站平台趋势洞察

02 PART.2 学习硬件内容洞察

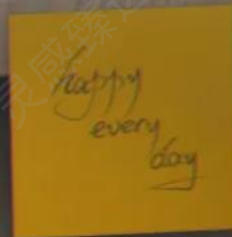
03 PART.3 学习硬件投放策略





# PART.1

## B站平台趋势洞察



# 3亿+月活用户住在B站，日均使用时长高达99分钟 对平台拥有超高粘性的他们同样更有耐心倾听品牌讲故事

99 分钟

用户日均使用时长  
同比增长5分钟



165 亿

月均互动数

22 岁

B站新用户平均年龄

68%

09年注册用户活跃度

80%

正式会员12个月留存

用户高粘性、有耐心

# 平台不断扩容，新用户持续涌入，老用户逐渐成长 带动用户整体年龄结构日趋完善



B站和年轻人共同成长，一同拓宽消费边界

22.8岁-23.5岁-25岁

21-24年B站用户平均年龄变化



00后奔向社会

95后拼搏职场

90后三十而立

# B站用户具有全网独一档的价值特性，客群价值高 在B站种草进入淘宝店铺的新客消费用户占比高达70%+

B站独占了全网高精尖的新生代消费群体，TA们聪明、挑剔，但是极具消费力



## 独占比

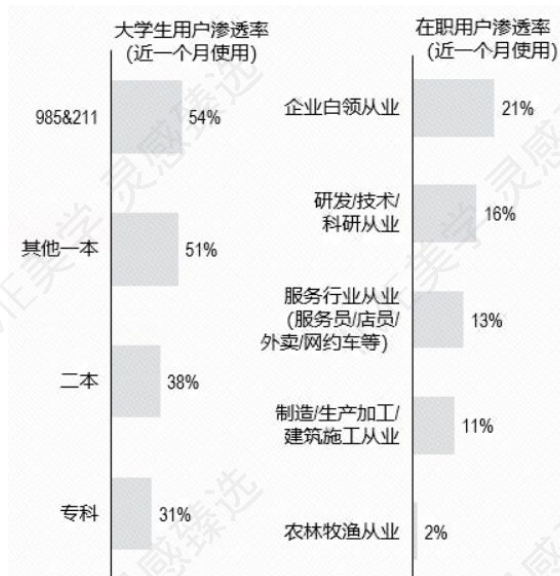
对比长视频&社媒平均重合率**20%+**

媒体名称	B站与其他媒体的用户重合率%
腾讯视频	27.1%
优酷	17.2%
爱奇艺	37.8%
芒果TV	27.2%
微博	26.3%
小红书	9.8%



## 高学历

双一流高校渗透率 **82%+**

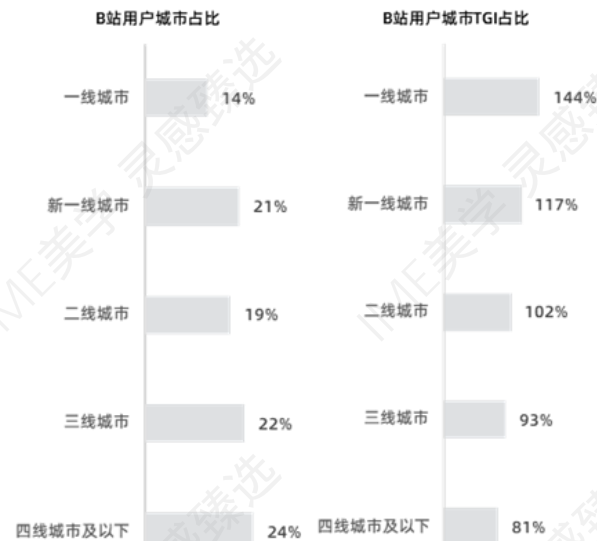


数据来源：内部调研报告，数据样本量1w+;



## 高净值

活跃用户主要分布于 **一二线城市**



数据来源：第三方数据平台Quest Mobile;

# 优质内容生产持续吸引年轻人注意力 专业内容智造和用户创造协同发展，充分满足年轻用户消费需求

关注年轻喜好      推动内容流向



综合智能推荐      扩散优质内容

个性算法 / 场景分发

# 多元专业硬核内容充分满足用户求知欲及好奇心，社区生态蓬勃发展 伴随用户成长新型品类快速增长，更多用户在B站进行消费决策

## 优势品类内容消费持续增长



游戏  
+21%



科技  
+29%



知识  
+29%

645位教授和学者入驻B站

每天超1300万用户观看科技科普视频

## 新兴品类内容播放量爆发增长

亲子生活  
+275%



居家装修  
+206%

购车试驾  
+83%



## 用户在B站进行消费决策

 +25%

站内搜索双11相关关键词的  
独立用户数同比增长



宠物生活  
+44%



3C数码  
+42%



日用家居  
+41%



母婴用品  
+36%

# 贴合年轻兴趣 为教育行业提供一站式整合营销全链路解决方案

多场景 ↔ 智能分发  
精准触达TA视野



聚焦年轻兴趣文化  
优质内容供给影响心智

OGV IP



音乐企划 品牌企划  
国创 纪录片 晚会

UP主内容

头 强势破圈 20+分区  
腰 圈层渗透 7000+  
尾 细分覆盖 200万+标签

视频 直播 图文

PUGV IP

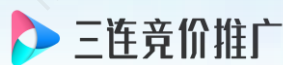


节点IP 行业IP  
主站IP 互动营销

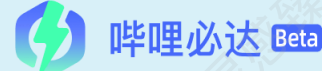
原生组件赋能  
提升转化效率



投放提效



科学度量

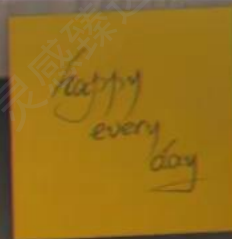


星火/京火计划



# PART.2

## 学习硬件内容洞察



# 内容热度—24年学习硬件类相关内容播放量涨势迅猛 站内越来越多用户关注此赛道内容，行业整体处于蓝海快速上升阶段

24年学习硬件品类内容指数增长迅猛

学习机



**+287.5%**  
播放量同比增长

**+72.1%**  
搜索量同比增长

词典笔



**+401.3%**  
播放量同比增长

**+50.1%**  
搜索量同比增长

早教机

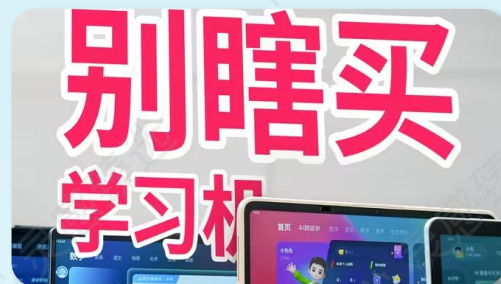


**+57.5%**  
播放量同比增长

**+64.1%**  
搜索量同比增长

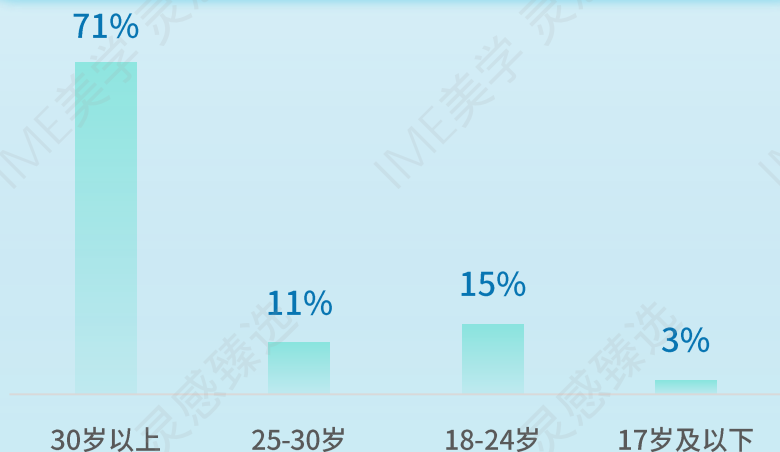
热门内容以测评/购买攻略/使用体验为主

都是第一次当父母，进来学如何培养孩子！

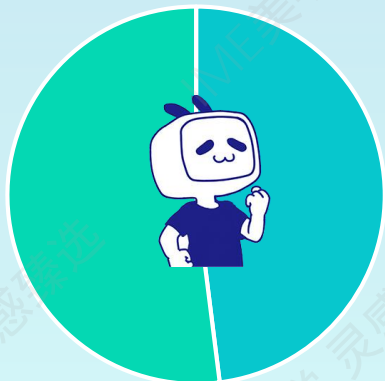


# 人群画像—强关注人群以新手奶爸宝妈为主 主要分布于一线/新一线等高线城市，具有较强的消费力

## 关注人群以30岁以上新手父母为主

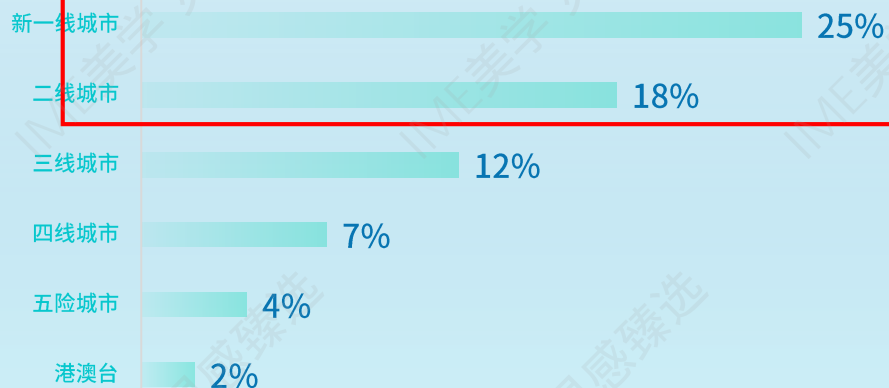


女性占比  
+52%



男性占比  
+48%

## 分布城市以一线/新一线等高线城市为主



## 内容观看偏好除垂类亲子区外，还喜欢泛生活泛娱乐类内容

搞笑

亲子

出行

影视

娱乐

亲子

萌娃

生活

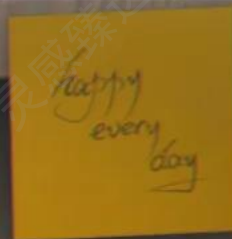
知识

美食



# PART.3

## 学习硬件投放策略



# 在B站，学习硬件品类投放效果可度量 品牌投放与品效投放对应不同衡量指标

结合品牌投放目标，将投放效果度量体系分为两类

以品宣/新品上市  
为目标

+

以长效种草转化  
为目标

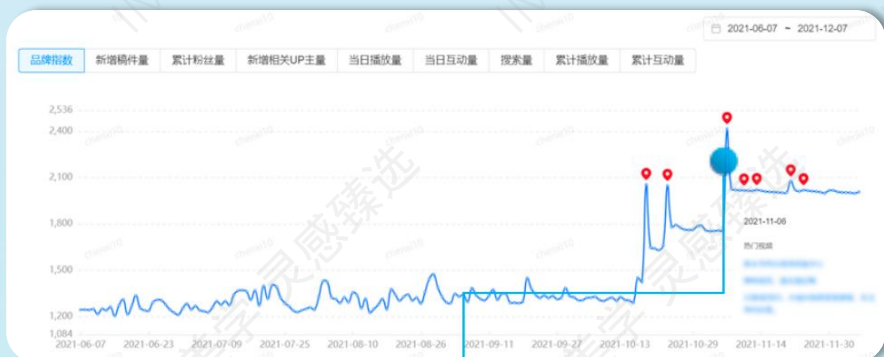
- Z指数品牌指数变化
- MATES人群资产&NPS舆情口碑
- 商单视频爆款率

- 京火/星火计划

# 以品宣/新品上市为目标的度量体系产品总体分为三类

## Z指数+MATES人群资产+爆款率

### 品牌指数：反映时段内品牌营销效果



- 品牌指数：单品牌波峰内容/行业整体状态
- 内容指数：基于兴趣圈层洞察站内热门话题
- 营销洞察：追踪行业热点，挖掘营销商机

### MATES人群资产+NPS舆情口碑



- 基于投放行为进行品牌人群资产水平、人群口碑度量，提供人群精细化运营解法

### 视频爆款率

#### 入选热门视频

老师好我叫何同学  
984.6万粉丝 45视频 IP属地: 浙江

【何同学】我做了一个自己打字的键盘...

#### 入选每周必看榜单

手工耿  
674.2万粉丝 180视频

活动 自制战斗机式的打水仗摩托车

第176期每周必看 收录 点击查看

1073.1万 7.8万 2022-7-28 18:22

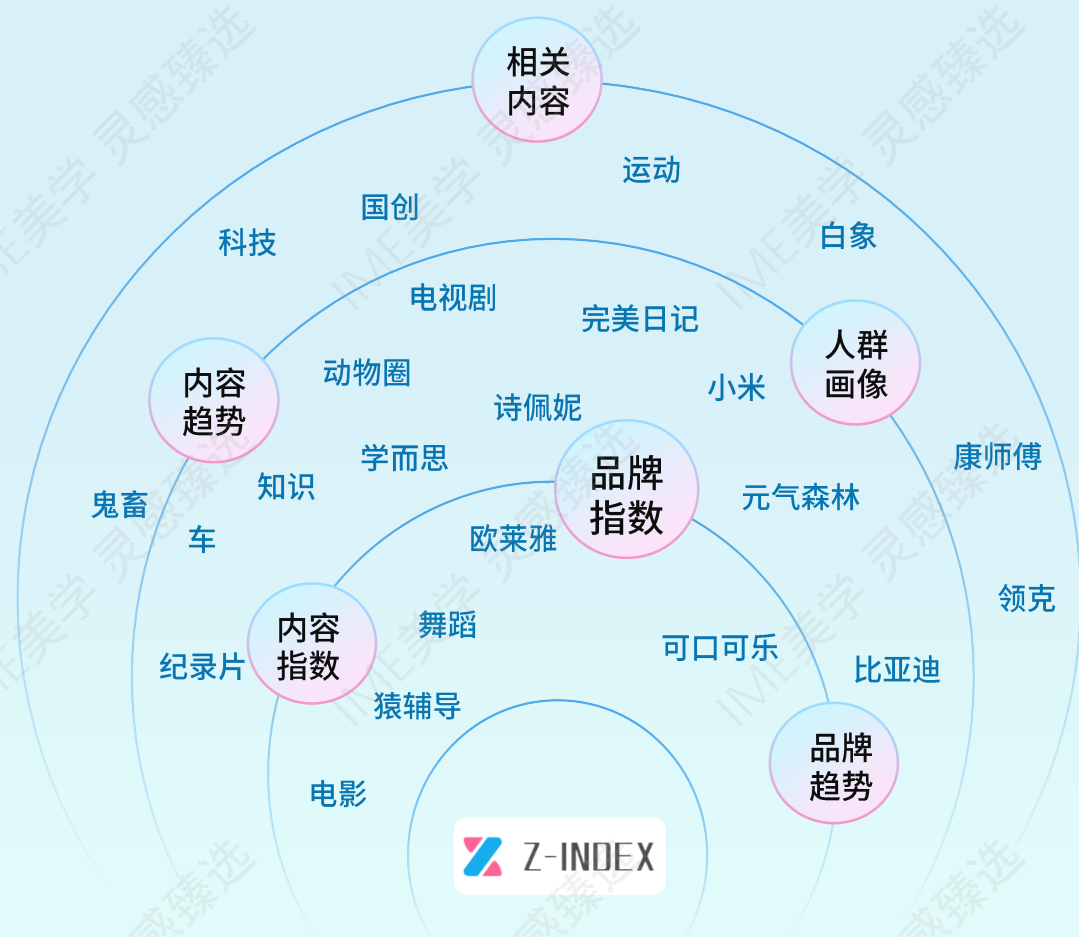
- 播放量等各项指标达到标准的视频会被评选为爆款视频，获得更多流量扶持

# 完善数据产品支持投放效果可度量—Z指数 为品牌提供包括内容声量/品牌指数等多维数据，助力品牌营销决策



## Z-INDEX

面向泛B端用户的内容洞察和热点趋势平台



# 完善数据产品支持投放效果可度量—B-DATA 为品牌提供更完善的人群资产管理和营销策略



人群策略

人群资产  
机会人群

内容策略

内容资产  
舆情口碑  
行业洞察

搜索分析

自定义搜索

自助应用

自助结案  
人群夹

## B-DATA

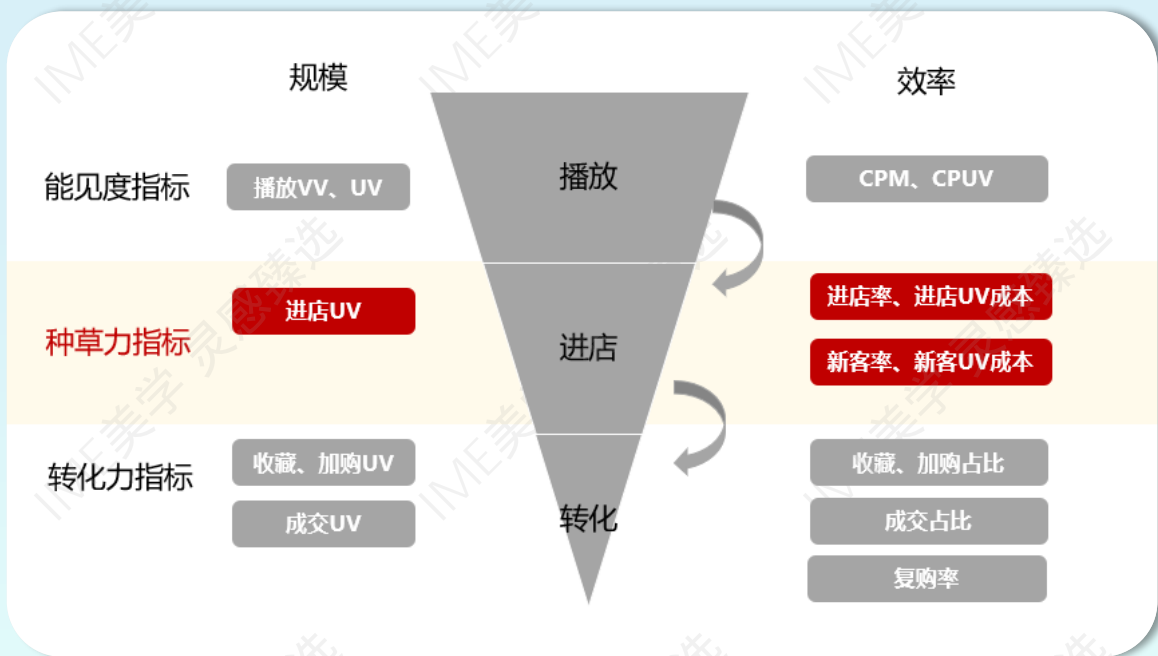
面向品牌客户的资产管理和策略平台

# 完善数据产品支持投放效果可度量—MATES人群资产 科学还原用户流转链路，助力品牌用户关系建设，促进品牌生意增长



# 长效种草转化为目标的度量体系以京火/星火计划为主 通过实际成交转化量衡量投入效果

## 多维衡量指标体系，精准量化投入效果



- 目标客户：以品效为目标的客户，用优质商单内容影响用户，实现高效种草
- 数据源：基于商单视频的播放用户设备识别号做归因，监测播放用户在电商平台侧是否有后链路行为，成交来源主要为蓝链点击成交、京东、淘天搜索成交
- 任务门槛：2万
- 结算方式：商单一口价

# 京火/星火计划支持数据回传

## 直观呈现消费转化效果，更长效提升品牌转化价值

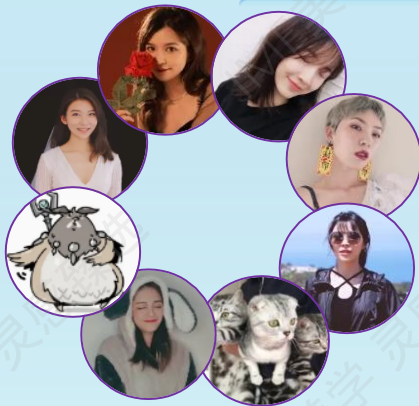
### B站「种草」

UP营销矩阵

起飞投流热推

人群TA

带货策略



快速曝光

粉丝增长

深度转化

### 前链路监测指标

- ✓ 规模指标：覆盖VV/UV
- ✓ 成本指标：CPM/CPE

### 电商平台内「转化」

组件一跳唤起



视频评论区

Story

直播

### 后链路监测指标

- ✓ 规模指标：进店UV/新客UV/成交UV/GMV
- ✓ 效率指标：进店率/新客率/成交率
- ✓ 成本指标：进店成本/新客成本/ROI
- ✓ 店铺数据：收藏/加购/搜索

### 人群「再营销」



### 二次营销：投放

- ✓ 复购：复购UV/复购率
- ✓ 人群扩圈looklike
- ✓ 公域触达/私域承接

# 以平台优质内容为抓手，轻松融入年轻兴趣圈层

## 四大维度助力学习硬件品类客户斩获高效投放效果



**联动UP主  
产出优质内容**



**合作分区王牌IP  
破圈触达潜在TA**

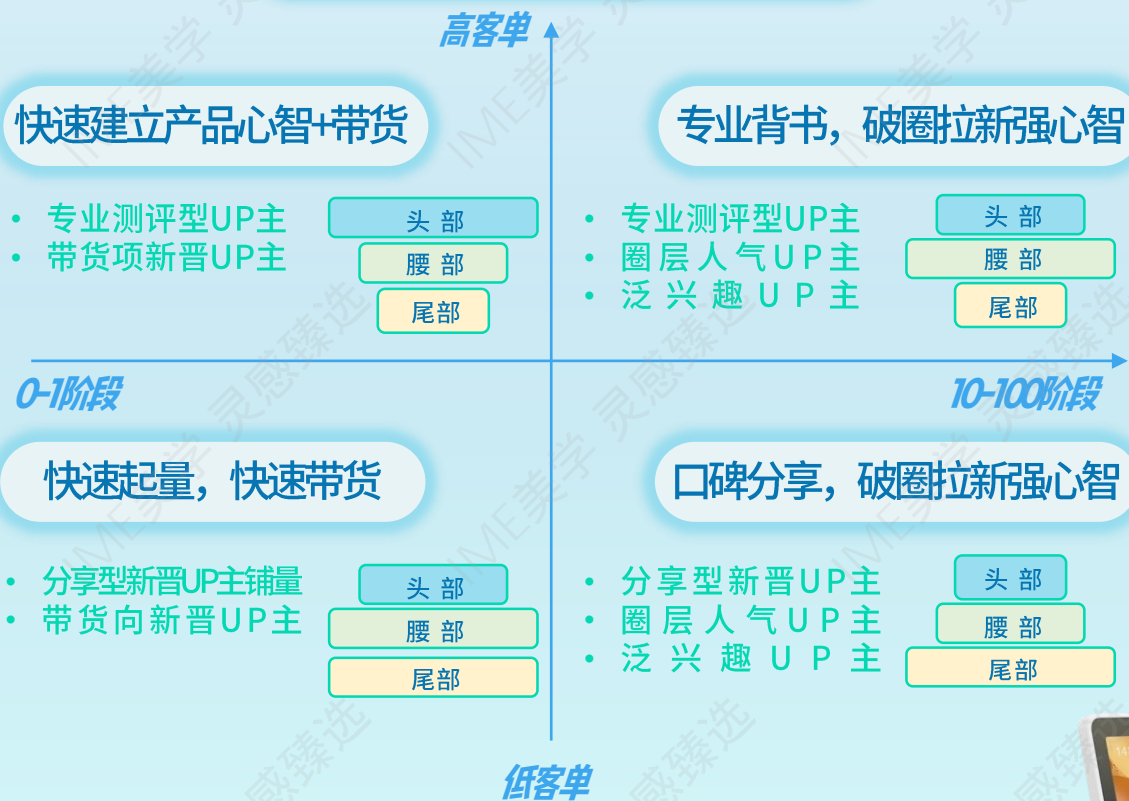


**紧扣电商节点  
主动卷入购物狂欢**

**流量侧：起飞加入，助推投放内容斩获热门推荐**

# 联动UP主产出优质内容step1—结合品牌诉求多维评估考察 圈选最佳适配UP主，高效实现投放诉求

## 结合产品特点设定达人矩阵



## 结合达人数据指标和调性综合筛选

### 看达人历史表现

- 播粉比
- 互动率
- 点赞率
- 粉丝粘性

看数据 + 看调性

### 垂类UP主精准匹配

- 视频画面美观程度
- 是否真人出镜
- UP主人设匹配

### 历史转化人群反匹配UP主

- 历史高转化UP主
- 消费人群匹配UP主

### 泛兴趣博主破圈拉新

- 生活软植
- 知识科普
- 影视娱乐
- 特色定制创意



# 联动UP主产出优质内容step2—结合UP主人设 联动输出整活向内容，让用户潜移默化中实现品牌产品种草

针对不同目标人群，给到内容方向和分区主题建议

## 心智人群 以专业知识攻克



知识科普

亲子教育



品牌历程

以知识内容对品牌形象铺垫  
使用户产生品牌心智种草蓄水

## 目标人群 结合生活场景引导



购前引导

好物测评



过节送礼

聚焦购前引导+中长尾开箱KOL覆盖  
为长远的消费转化积累效能

## 兴趣人群 以整活/搞笑内容触达



整活体验

动画小剧场



90后体验带娃

结合多分区典型UP主渗透不同兴趣圈层  
实现个性化聚类的重复触达

# 联动UP主产出优质内容合作案例

## 多品牌携手平台优质UP主，成功圈粉年轻宝爸宝妈

### 小猿学练机

合作头部达人 快速树立品牌认知

召集500位观众使用品牌学练机  
做题测试专注度，创意进行产品测评



播放破百万 (<24h) 登录“每周必看”

播粉比及互动率优于大盘平均  
荣登“全站视频排行榜第一名”

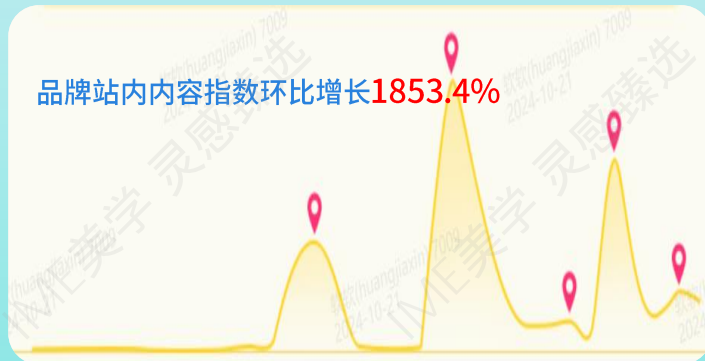


### 某学习机品牌

内容种草实现高性价比客户拉新

好物测评+知识科普+干货传播产品卖点+  
名师up主背书，增强产品可信度

品牌站内内容指数环比增长1853.4%

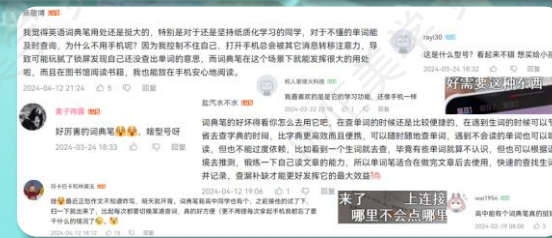


热门率75% 互动率超11%  
七成以上进店用户为店铺新客

### 步步高词典笔

多圈层场景拓展 实现长期种草

好物测评+知识科普+干货传播产品卖点+  
名师up主背书，增强产品可信度



稿均播粉比117% 形成稳定粉丝群  
自来水用户投稿及评论推荐



# 合作分区王牌PUGV项目，借势官方背书 为品类客户量身定制打造家庭类高热项目，丝滑实现学习类产品种草

## 《90后带娃》

定制节目，新生代跨分区UP主与萌娃互动，  
到底是90后带娃还是被娃带？



品牌融入辅导孩子作业场景

#撞脸向—长大后我就成了你  
#鬼马组合—阳光未婚大男孩UP主x鬼马小子  
#提前演练向—已婚未育小夫妻提前感受有孩生活

## 《我们的家庭日记》

亲子区长线话题活动  
专注年轻育儿问题



学习硬件类品牌独家话题定制

#作业辅导启示录  
#完美父母进阶日记  
#区区小学作业，轻松拿下

## 《确实该聊聊》

Z世代对谈文化名人畅聊节目



定制少儿教育类对谈话题

#早教真的有必要吗  
#如何理性看待内卷的少儿教育  
#如何成为更好的父母

# 迎合双十一/双十二购物狂欢节点 京火/星火均会出台相应激励政策，充分让利客户投放

**全案包**  
(全案托管模式)

**追投包**  
(爆文加速-升级版)

**内容包**  
(原品牌定制)

	针对招商商家 淘宝平台一站式托管种草投放	针对星任务投放商家 淘宝平台提供投流混资投放	针对招商商家 淘宝平台框内服务商承接投放
建议商家类型	大体量预算商家集中爆发 利用平台预算大促期放大投放规模	效果型预算商家 利用平台预算保证进店效果	内容测试型商家
合作门槛	<b>100万起投</b> <b>最低100%现金反哺至媒体侧联合投放</b> (*注: 即商家充值100w现金, 实际获得200w站外预算)	<b>50万/100万两个档位</b> <b>反哺阶梯30%-50%</b> (*注: 即商家充值100w现金投流金额, 实际获得150万投流金额; 充值50w现金投流金额, 实际获得65w投流金额)	<b>投放金额≥30w</b> <b>反哺比例10%</b> (*注: 反哺金额为投流加热资源)
采买内容	内容商单+起飞投流	起飞投流	内容商单
交付结果	保证进店UV (1v1定制)	投放日期开始后, 45天内交付进店UV	-
合作模式	预算托管淘宝执行投放	预算托管淘宝执行投放	商家可提供代理商进行比稿支持 不可指定代理商

\*说明: 资源包权益内容供参考, 具体以实际发生为准

# 流量侧一起下加热长线助推品牌投放视频

## 稳定高效延长品牌投放内容生命周期，放大优质视频长尾流量价值

### 为什么建议品牌投放起飞？

延长产品讨论寿命，让舆论圈层不再是“昙花一现”

#### 稳定

- 有效且稳定降低播放成本
- 平均降低80%-93%

#### 高效

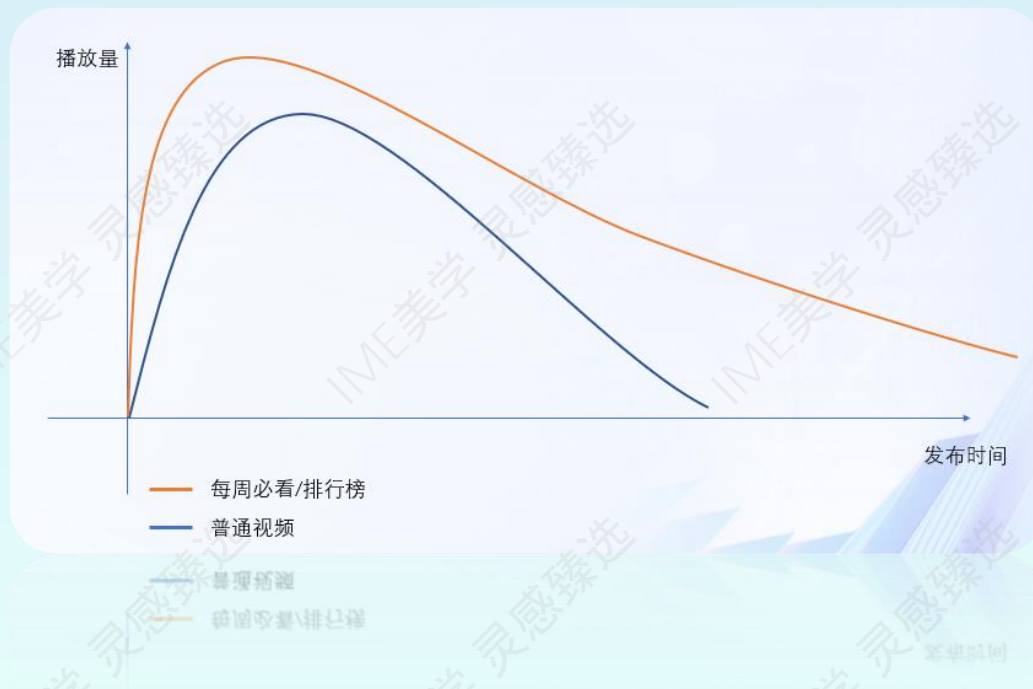
- 高效降低过程指标
- 蓝链点击平均降低10%-15%
- 新客成本低至3元

#### 延长

- 延长稿件生命周期，可长达半年
- 成功实现人群破圈
- 自然流量分发与商业流量触达人群众合平均仅8%

### 热门视频有什么价值？

长尾流量效应显著  
每周必看视频在30天后仍能带来40%以上的流量



# 流量侧—了解更多热门视频相关细则 助力品牌投放一发入魂

## 上热门的形式有哪些？



## 上热门有哪些黑盒指标？

视频发布3-7天内

- 1、互动率>20%
- 2、200w+播放量

视频发布3天内

- 1、点赞率>10%，播放量10W
- 2、互动率>10%，百万播放
- 3、热门榜100位，有概率能上

## 如何投流辅助视频上热门？

投放时间

- 建议稿件发布当天就投放，热门率更高
- 对CPVV（平均播放成本）的降低效应更明显

投放时长

- 建议保持3-5天起飞持续加热
- 稿件发布超过7天不可进热门，最大化利用流量，延长获得额外增量的时间

期待加入  
一起畅赢学海！



# B有我师 畅享字母

B站教育行业学习硬件类营销通案

哔哩哔哩教育行业 2024年11月



Ai

