

视知 TV

官方网址：www.ishizh.com

公司类型：数字营销代理公司

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销新锐公司

公司简介及核心优势

视知，是一家专注于可视化知识解释的机构，致力于“让知识看得见”，以“解释-说服”为核心，为用户服务。视知成立于 2016 年，成立不到一年即成为业内公认的知识短视频头部品牌并一直保持行业领先地位。

视知 TV 的核心是“面对需求场景的可视化知识解释和服务”，视知聚焦于“需求场景”、“知识”“可视化翻译”和“服务”，这几个关键词，以短视频为载体，以城市人群的提升为目标，所有的业务核心围绕“知识”这两个字。视知定义的“知识”不是科学知识，而是有需求场景的生活和情绪痛点的知识；把专业、晦涩的知识，转换成图片、漫画、视频等一切生动清晰的形式“翻译”出来，并结合垂直“需求场景”进行应用，为用户提供系统支撑和持续的知识服务。

视知的主要业务包括面对 B 端的“知识营销”和面对 C 端的“知识付费”两大板块，对外则建立了系统的知识类 MCN 体系，共同形成“知识服务”的概念。在未来，视知致力于成为知名可视化知识服务集团，中国城市人群的可视化“轻教育”伙伴。“视知”此前先后获得合一资本、前海母基金、乐朴资本等机构数千万投资。

视知的“知识营销”指的是以需求场景为切入口，以生活中有情绪的痛点知识为载体，让用户感知到切实的有用性，从而被说服的传播和营销方式，本质是“把广告变为说服”。对比传统的反复触达式的营销和原生广告类的情感营销，知识营销能够完成“接收广告——被说服——购买”的闭环，为行业、企业、品牌、产品和产品应用提供整体的知识营销方案。

视知的“知识付费”则面对 C 端用户和专业达人，作为系统集成商，提供可视化知识孵化和服务。同时，视知还发起了“新媒体知识联盟”，签约深度合作超过 30 家知识解释类内容机构，发挥行业协同效应。

视知 TV 以知识短视频切入诸多垂直领域，旗下产品线(短视频和图文)涵盖了人文百科(“视知 TV”、“万物拣史”)、女性情感提升(“女子力科学社”)、汽车(“视知车学院”、“今晚选车”、“何老师说车秀”)、男性财富和职业提升(“人生资本论”)、男士服饰与生活方式(“本格男士”)，儿童生长发育和亲子教育(“小哥哥 zanzan”、“有谱爸妈”)等垂直领域。从需求场景切入，覆盖垂直人群，交叉、协同传播，形成一亿城市人群的知识入口。视知各产品线拥有近 3500 万垂直粉丝。

视知的内容在几乎所有的视频网站、资讯 APP、专业垂直网站、多家智能电视体系和智能手机体系，以及北上广地铁电视、超过 1000 架次的航班、超过 6500 个楼宇联播电视及 5 块户外核心商圈 LED

大屏、超过 300 家医院和诸多电视台等线下渠道立体式覆盖。并且与北京、上海地铁达成战略合作。视知 TV 视频每月全网点击量近十亿，单只视频全网平均点击量超过 800 万。

视知 TV 与诸多权威专业机构进行深度合作，包括北京协和医院、北京大学医学部、中国科协、中科院、中国汽车工程学会等。

视知 TV 也广泛地影响和服务于中国党政机构、著名企业和城市知识群体。团队曾承担了中国顶级政治、商业传播的众多项目，包括：中国抗日战争主战场系列国家外宣视频、乌镇世界互联网大会官方宣传视频等。其服务客户包括中纪委、外交部、国家卫计委、国家质检总局、国家网信办、中国外文局、联合国粮农组织等。

视知 TV 团队也集中服务于著名的 TMT、金融、汽车和快消品客户。其中包括阿里巴巴、腾讯、今日头条、复星国际、海航集团、知乎、蚂蜂窝；上海证券交易所、南方基金、易方达基金、东方红基金、交银施罗德、中国农业银行、京东金融、招商银行；奥迪、宝马、一汽、荷兰皇家菲仕兰、蒙牛、伊利等。其代表性视频包括阿里巴巴上市前解释“阿里巴巴是个什么公司”的视频，腾讯解释“什么是互联网+”的视频，甚至包括中国最大的视频网站优酷解释“优酷是什么网站”的视频亦是由团队制作。

视知致力于把专业知识、学术语言转换成一切生动清晰的形式，变成可以“看到”的“普通话”告诉公众。视知 TV 会把知识的场景化应用变成一件充满快感的事，帮助大众理解这个世界的复杂性并运用这些知识提升自己。未来，视知希望成为中国最大的可视化知识服务集团，和一亿城市人群的知识伙伴，携手一起翻越知识的高墙。

数字营销领域突出成绩

视知 TV 在数字营销领域打造了独特的“知识营销”方法论。切入垂直领域，聚合垂直人群，同时服务于粉丝、客户和渠道商。通过“知识营销”让商业见解更有趣，帮助商业客户传播产品和树立品牌价值，打通品牌价值传递与用户消费决策的最后一公里。

视知 TV 还发起了“新媒体知识联盟”，网络超过 30 家知识类内容机构。汇聚内容力量，整合传播资源，打造知识营销的生态圈。

在探索知识营销的过程中，视知不断尝试各种新玩法的营销组合方式，希望可以为整个营销池持续注入内容能量与传播价值。2018 年视知与今日头条旗下问答平台悟空问答联合打造系列节目《悟空@你》，将悟空问答中有趣的问题及答案短视频化，并进行全网分发的内容饕餮。通过大数据提炼问题 结合热点，通过智能算法 推送目标人群，每期视频可推送 3000 万精准人群。在内容选题上，同样借助大数据从平台用户的刚需问答中进行的精准抓取提炼出用户关注的内容；而视知则用自己擅长的内容营销包装品牌的知识要点，结合强大的 MG 动画视频制作能力，为这次合作助力实现双丰收。

视知 TV 连续 4 年与中国科协、中科院合作的“全国科普日”官方宣传视频项目，调动了全国几乎

当下最火的明星、各个专业领域最著名的科学家、中国最知名的科技和互联网企业，以及科技部部长等，产生了广泛的传播和关注。视频收获了央媒的高度肯定，以及众多粉丝及大众群体的热切关注，在热门话题中持续名列前茅。并且，上线后立刻获得了人民日报等微博大 V 的认可，以及自动转发，并迅速引发了公安部、新华网、人民网、共青团、各地都市报、晚报的连锁转发效应。每支视频在微博端迅速获得了点赞上万的效果。

视知和周笔畅工作室合作，联合协和医院，玩转跨界传播收奇效，将广告宣传打造为公共知识服务，以知识传播带动歌曲的宣传，有趣味有知识范。视频全网视频播放量 1000 万+，微博点赞 4 万+，并被人民日报、新民周刊、每日经济新闻等近百位官方 KOL 相继转发。

在 2018 微博 MCN 短视频商业大赛——V 浪奖比赛中，视知的短视频创意先是从 100 家创意提案中突围进入 10 强，最终以独特的创意、精良的制作、超高的互动指数获得金奖。

此外，视知和各大平台渠道都有深度合作关系，并荣获了诸多奖项，如：腾讯首批十强 MCN、腾讯首批垂直内容合伙人、今日头条年度头条号、今日头条首批 18 强 MCN、今日头条最佳知识短视频、今日头条金秒奖最高大奖、今日头条年度大会 12 强内容代表者、视知车学院获得今日头条年度汽车头条号、2017 中国传播领袖论坛年度最佳商业模式奖、2017TMA 移动营销大奖年度最具突破力移动营销公司、秒拍原创榜长期前五且最高名次第二、2017 年年度企鹅号最佳视频内容奖、新榜年度创业公司 100 强、梨视频号视频榜总榜单第一、2017 金梧奖移动营销金奖、秒拍金栗子奖最佳制作奖、网易首批内容合伙人、新榜年度短视频机构、2018 金鼠标视频创新营销金奖、微博 MCN 商业大赛 V 浪奖金奖。

服务的主要客户

汽车类：

丰田、奥迪、宝马大众、东风日产、英菲尼迪

快消类：

蒙牛、伊利、欧莱雅、皇家菲仕兰

金融类：

易方达、交通银行、招商银行、南方基金、京东金融、上海证券交易所

党政机构类：

中央纪委、国家网信办、国家卫计委、国家质检总局、外交部、科技部、国家外文局

TMT：

阿里巴巴、腾讯、小米、优酷、乐视、今日头条、知乎、蚂蜂窝