

短时间积攒了庞大用户,上线24天便完成A轮融资且估值超1亿美元

# “分答”蹿红,“知识经济”时代到来?



产品剖析

“王思聪一直希望分答能够走上一条更好、更专业去服务用户的道路,这个看法我们是高度一致的。”分答创始人姬十三说。

5月中旬,一款知识分享型软件“分答”上线。仅24天便完成A轮融资且估值超1亿美元。随着王思聪、汪峰、章子怡等一波网红明星的进驻,“分答”迅速刷爆朋友圈。业内人士认为,分答开启了知识变现的大门。然而,红极一时的背后,人们在思考:一旦用户对分答的热情逐渐褪去,分答的未来又将何去何从。

## 明星隐私,偷听次数最多

5月15日,果壳旗下在行微信公众号上线微信应用“分答”,用户可以向任何人提问,也可以根据自己的喜好设置金额,以60秒语音的形式,有偿回答其他人提出的问题,也可以花1元钱来偷听其他用户的问题。

记者注意到,这个应用看起来与4月份知乎上线的微信应用“值乎”类似,然而,与值乎的平庸表现不同,分答因为王思聪的入驻而一夜蹿红,仅5月28日当天就增长了10万级的用户量。

“回答32个问题,花费不到20分钟净赚23万元”,王思聪赚钱的速度让网友们惊掉了下巴,王思聪回答的问题也成为网友们最关心的焦点。

虽然王思聪在身份上注明“网红、投资人、哲学家”,但从分答上对他提出的问题来看,网友仿佛忽略了其投资人、哲学家的身份,而将注意力聚焦在“网红”王思聪身上,问题亦多是围绕其个人隐私。“作为亚洲首富的儿子,您的人生还有什么买不起?”“你如何分辨女票爱你的人还是爱你的钱?”“我替几千万适龄女性问吧:请问你择偶条件是什么?”这是王思聪的回答偷听最多的几个问题。

除了王思聪,章子怡、

汪峰等明星的隐私话题也成为偷听次数最多的问题,而与名人之间的热闹形成鲜明对比的是,普通用户或是专业领域从业者们在分答上却鲜有人问津。

## 新鲜体验,与知识无关?

“网友在‘分答’上询问明星名人的隐私、八卦问题,更多的是出于猎奇心理,满足窥私欲。同时,60秒时长的语音设置限制了内容本身的专业性,很多专业的问题用一分钟的时间是不可能解释清楚的。在这样的条件下,目前的分答只能是流于逗逼、好玩的一种新鲜体验,与知识无关。”一名“分答”用户对记者表示。

事实上,在持续火爆了一段时间并渐归平静之后,“分答”又出新招,携手中国扶贫基金会发起生命分答公益接力赛。“如果生命只剩下最后60秒,你想对这个世界说什么?”每一个普通用户都可以自主参与,你可以以60秒语音回答这个问题,也可以花费一元去听你感兴趣的人的答案。所有收入将捐给慈善机构做善款。这是给渐渐平静下来的“分答”的一针强心剂。

一名互联网观察者分析,首先就此次活动的公益性来说,“分答”开始打感情牌,去掉了浮躁明显的商业性质,可以增加用户的好感度;其次,活动的门槛非常低,所有用户都会收到“分答”团队的回答邀请,这不仅增加了用户的参与度,也给那些从未有机会被提问的用户一个成为答主的机会;最后,话题非常普通,没有专业性的要求,人人皆能回答,用户自然愿意参与。记者注意到,“分答”还同时推出赞赏和请好友收听的功能,以期让这个活动的影响和传播范围更广。

“分答”此举显然是为留客和挽回活跃度而办。这也许可以看作是分答在经历了第一轮火箭式成名之后,为摆脱“粉丝经济”、“网红效应”等标签,转向知识分享经济而做出的铺垫。

## 42天千万用户,分答升级

“分答”最值得敬佩的地方,是开创了一种非常巧妙的商业变现模式,且在短时间内积攒了庞大的用户。而如今对“分答”来说最重要的是如何保持用户的活跃度和留存度。

6月27日晚,“分答”在京举行了上线以来的第一场发布会。发布会海报上,印着大大的数字“42”,代表着“分答”上线的42天时间。“分答”刚上线时,“分答”创始人姬十三在微信上邀请王思聪来玩。王思聪的回答,引来了许多媒体报道,也引起了本人对“分答”融资的兴趣。“王思聪一直希望‘分答’能够走上一条更好、更专业去服务用户的道路,这个看法我们是高度一致的。”

除此之外,姬十三还与听众分享了“分答”的一些关键性数据:

“分答”上线42天,目前累积有超过1000万授权用户。平台共产生50万个语音问答,总订单1800万元,日付款19万次,付费用户超过100万,复购率43%。

在1000多万用户中,医学领域答主计5028人,教育类答主占4366人,职场导师3371人,科研科普工作者共计1881人。

另外,有超过800家机构申请入驻“分答”。目前已有包括逻辑思维、汽车之家、Keep、简单心理、世纪佳缘、联想服务等一批公号开始体验。记者注意到,专业工具版的“分答”将开放PC端的后台管理系统,使问题能得到批量管理,答案也能录音。针对机构用户的特殊需求,“分答”已定制化开发了在行专业工具版。

## 盘点

### 满足好奇心,还教你赚钱

在分答上提问是要花钱的。不过如果有很多人想知道这个问题的答案,在接受提问者回答后,其他人可以花1块钱来偷听,其中分答抽取10%的收益,剩余平分给回答者和提问者。所以,如果你问对了问题,提问花掉的钱完全可以赚回来。

记者选出了分答上偷听次数最多也最有趣的几个问题(并非绝对意义上的偷听数量第一,且排除了60秒生命分答),可以了解分答提问者的好奇心,也可以摸一摸在分答上如何通过提问来赚钱的脉络。

### 1,被提问者:柳岩,影视明星

网友“宁静如水”:柳岩姐,分享一下你是怎么丰胸的?平时吃的什么,还是做的什么运动?

提问者收益:(2651 x 0.9) / 2 - 58 = 1134.95元

点评:柳岩的胸经常成为人们关注的焦点。这个问题的回答既满足了人们的好奇心,也有一定的实用价值。

### 2,被提问者:佟大为,影视明星,佟大食堂主

网友“暖暖”:佟大,听说你经常在兰州拉面馆门口被拍到,是因为投资了兰州拉面馆吗?

提问者收益:(2769 x 0.9) / 2 - 8.8 = 1237.25元

点评:这个问题应该来自佟大为的忠实粉丝,经常看偶像的新闻。因为佟大为经常分享美食,这个问题也有较强的相关性。

### 3,被提问者:马薇薇,《奇葩说》辩手

网友“果果”:请问一个人的逻辑思维能力对语言表达影响有多大?有些人自己肚里有很多东西,但就是说不出来,怎么破?

提问者收益:(2863 x 0.9) / 2 - 38 = 1250.35元

点评:这是一个非常实际的问题,马薇薇作为《奇葩说》的知名辩手,也很适合来回答。

### 4,被提问者:王思聪,名人

网友“马广”:你如何分辨女票爱你的人还是爱你的钱?

提问者收益:(24382 x 0.9) / 2 - 4999 = 5972.90元

点评:王思聪被称为“国民老公”,也是中国最著名的“富二代”,大家最关心他的就是感情和金钱。这个问题本身也是一个大众都关心的话题。

## 观察

当我们谈论分答时我们在谈论什么?

“分答”上线之初,确实博得了很多赞叹。在产品逻辑和运营策略上,“分答”表现出了非常强的操盘功底。但上线不久,也有一些业界人士对分答是否会成为又一款现象级应用表示了担忧。

借助“分答”,互联网观察者总结现象级应用的几大特点:一是高度新鲜感,人都是对新鲜事物感到好奇的动物,这份前所未有的高度新鲜感可以在短时间内吸引到庞大的用户和流量,让用户呈爆炸式增长;二是高交互性,产品在设计方面,有着非常强的交互性,人和人之间的距离被拉近,比如语音就比文字更有亲近感;三是有一个引爆点,王思聪半小时赚20万就是一个非常大的引爆点。

那么,当我们在谈论“分答”的时候,我们到底在谈论什么?一个现象级应用?一个设计非常牛逼的网红变现工具?还是所谓的知识共享经济?

当深入剖析“分答”时,我们发现,这些都不是重点,重点其实在于分答本身所传递的价值观:为你所获得的信息付费。为什么说“信息”而非“知识”?信息所包含的范围极大,一切被传播的内容都可以被称为信息,而知识比信息更系统,更有条理。

对于“分答”上最受关注的八卦娱乐内容,本土一位资深媒体人士认为那只是“信息”,而并不承认它是“知识”。国人向来没有为信息付费的习惯,在大多数人眼里,信息应当是免费的,互联网又使信息的获取更加便利。而“分答”的出现,或许可以在一定程度上改变人们对信息免费的想法和习惯,进而推动知识付费共享。未来,“分答”是否会成为一个信息贩卖的平台?也是值得我们思考的问题。

而如今对分答来说最重要的是如何保持用户的活跃度和留存度。只要把用户留下来了,未来分答到底是什么就已经不重要了。或者换个角度来说,未来分答到底会是什么,可能姬十三也没想好。

## 声音

### “挂羊头卖狗肉,用户不买账”

分答作为“一次有关内容变现的实验”,在提问、回答、偷听等环节上的创新值得肯定,但其目前娱乐性太强,对隐私价值的变现完全盖过知识内容的变现,未来能否做大做强和产业化都还需要再观察。

### “1元高门槛,难聚人气”

分答一元偷偷听的设置,表面上看一元无足轻重。然而,这是一个伪命题。对于用户而言,从0到1是一个巨大的门槛,意味着从免费到付费的跨越,无论这个付费是一元、10元还是100元。拿朋友圈举例,朋友圈上的内容都是免费的,吸引我们点开朋友圈内容与否的关键在于是否吸引我。

### “99%的问题如石沉大海”

明星网红进驻分答,会引来很多粉丝争相提问,然而其中99%的问题都石沉大海,仅有为数不多的问题会被采纳并回复,这样的效率是极其低下的。

■记者 苏军华