



灼识咨询
China Insights Consultancy

36氪品牌价值研究报告

2023年5月

总结摘要

项目介绍

此次研究报告为灼识咨询撰写的关于36氪品牌价值的深度研究报告；本次调研项目采用线上问卷和深度访谈形式，调研了791位个人用户和企业客户，时间跨度6个月；通过对问卷数据与信息的整理分析，呈现关键要素，聚焦36氪服务对象对品牌的认知和评价，深度挖掘36氪在品牌影响力、媒体权威性、内容输出能力、服务全面度、专业度等多维度上的表现，全面剖析36氪在新经济商业服务领域实现的品牌价值。

核心内容

- 在消费升级、政策红利、技术迭代驱动下，中国新经济产业蓬勃发展，服务于新经济产业的商业服务平台也迎来了快速发展阶段，平台为企业提供了覆盖企业全生命周期的多元化服务，包括企业增值与连接服务、线上营销服务、订阅服务和企业服务软件筛选等。
- 36氪作为以媒体为旗帜的新经济服务集团，以「让一部分人先看到未来」为口号，以长期报道、服务和陪伴中国新经济参与者，提高中国商业效率为使命。36氪聚焦六大社群，提供丰富内容服务，实现价值以多形态多点发力：为读者提供前沿信息，为初创企业提供融资指引，为投资者提供项目指南，为互联网巨头提升品牌影响力，为传统企业提供创新升级解决方案，为地方政府提供招商引资。
- 36氪具备业内领先的洞察力、多圈层信赖的媒体基因、丰富的社群资源、庞大且专业的内容团队和全渠道覆盖的影响力；不断丰富内容矩阵，以峰会、创投平台、社群服务实现双向连接，以企服点评服务解决企服赛道难题、推动企服买卖方信息互通，以翎氪打造让用户有获得感的社区，解决市场现存难题。
- 通过36氪个人用户调研发现，36氪个人用户呈精英化特征，留存度高，高质量、有深度的内容为吸引用户使用36氪的首要原因；个人用户在品牌、内容、价值三个维度上均给予36氪超高满意度，同时普遍倾向于给予36氪优于竞品30%以上的评价。
- 通过36氪企业客户调研发现，36氪企业客户对36氪整体和各项服务的满意度都非常高，且认为36氪在多维度上均优于其他资讯平台至少12%以上；企业客户认为36氪提升了企业品牌在市场的声量和口碑，为业务带来了新机会，满足企业的资源对接需求，助力企业融资；企业客户对未来与36氪保持合作关系的意愿非常强烈。



1

中国新经济产业分析

2

中国新经济商业服务行业分析

3

36氪商业模式分析

4

36氪品牌价值分析

中国新经济产业蓬勃发展，新经济GDP在2022年达23万亿元，复合年均增速远超传统产业，新经济已成为中国经济的重要组成部分；在国内大环境的推动下，新经济预计保持正增长的发展趋势

新经济产业生态概述

- **2014年** “新经济”首次在国家层面得到重视
- **2016年** “新经济”首次被写入政府工作报告
- **2020年** 把支持线上线下融合的新业态新模式作为经济转型和促进改革创新的重要突破口,打破传统惯性思维
- **2022年** 突出发展战略新兴产业,新经济企业多元化、集群化、生态化快速发展,新经济作为新动能推动中国经济持续增长



传统产业GDP与新经济产业GDP，中国，2018-2027E

人民币万亿元



关键分析

- 新经济以新产业、新业态、新商业模式为中心，在传统产业相对疲软的背景下，新经济改革创新、破局发展。
- 新经济产业增长势头显著，新经济产业GDP年均复合增速达11.6%，远远超过传统产业GDP 6.2%的年均复合增长率，可预见未来5年新经济产业将继续快速发展。
- 新经济产业正在逐渐成为中国经济的中坚力量，2018年新经济产业GDP占比为16.1%，在2022年攀升至18.6%，预计将在2027年达22.5%；随着个人消费升级和科技创新突破，新经济产业，相较于传统产业，将拥有更高增长潜力；产业内企业与机构不断迭代产品，丰富产品形态，进一步推动新经济产业前进。

得益于消费升级、政策红利、技术迭代等积极因素，新经济产业仍具有巨大的发展空间，随着企业构建生态系统、资本转型、技术人才涌动，行业迎来新一轮的增长

个人消费升级，为新经济提供发展动能

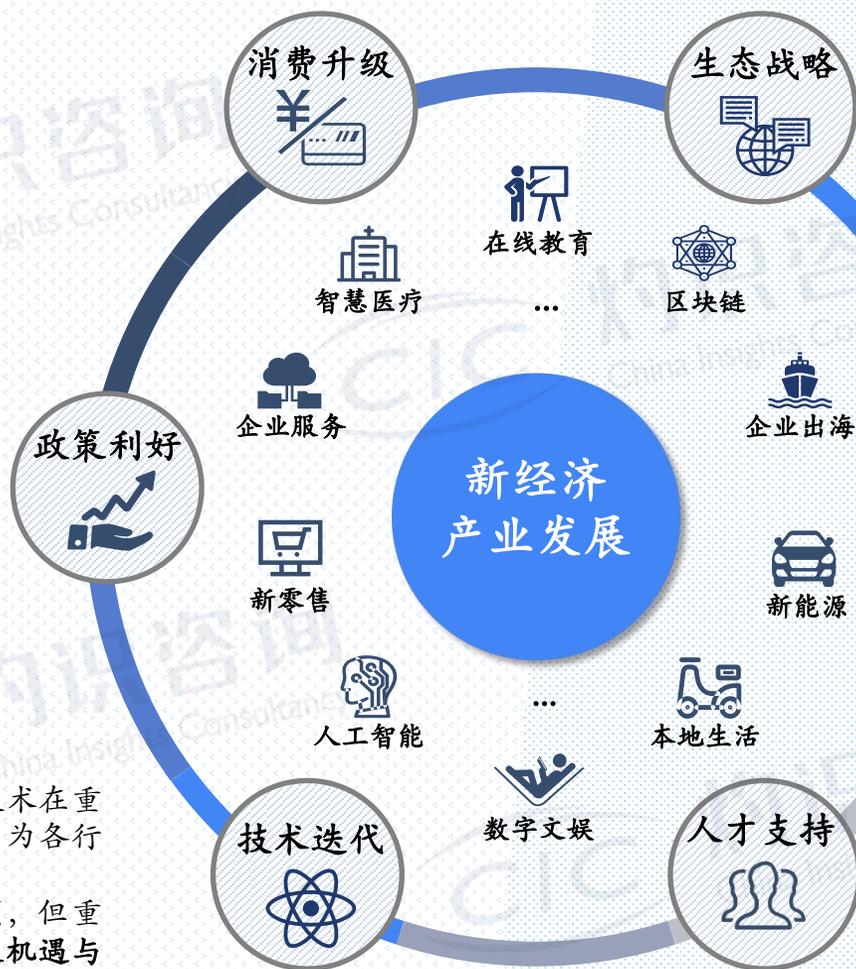
- 居民人均可支配收入持续增长，消费能力逐步提升，消费者更加注重产品和服务的质量；
- 随着消费升级和消费习惯的转变，消费者产生多层次、多方面的新消费需求，推动企业转型持续发展。

政策红利持续释放，利好新经济发展

- 发展新经济已成为中国发展的重要战略之一，顶层设计愈加完善，各地政府落实产业政策，推动传统产业转型升级，与新经济深度融合，推动新经济发展；
- 注册制改革不断完善，拓宽新经济产业的融资渠道，更好地满足融资需求，实现资源有效配置。

核心技术不断创新，科技赋能新经济发展

- 5G、区块链、云计算、人工智能等先进技术在重点领域实现突破，加速与产业深度融合，为各行业发展提供底层技术支持；
- 目前，部分“卡脖子”技术仍未突破瓶颈，但重点技术迭代必将创造新增长，新经济发展机遇与挑战并存。



构建生态系统，推动新经济参与者共同进步

- 区别于过去单产品、单行业竞争，企业开始有意识地建立自己的商业生态系统，通过投资、合作伙伴等多元形式，拉动其他企业进入生态，以共同前进代替竞争，建立适应时代发展的商业战略；
- 行业生态的建立促进上下游企业紧密合作，利用单个企业的硬、软实力推动整个生态圈的同步进化，实现资源整合、指数式增长。

资本追逐行业新风口，转型升级亦势不可挡

- 在过去十年，中国资本市场经历了阶段性发展，重塑了一级、二级市场；如今，资本端以更加谨慎的态度筛选出成长性较好和极具发展潜力的新经济企业；
- 更多关注新经济的金融机构紧跟产业趋势，为该领域企业提供多元化金融服务，满足新经济企业的资金需求；
- 资金来源亦有所转变，从过去美元基金积极参与到人民币基金加入，人民币基金将进一步加大在新经济产业的投资。

技术与创新人才资源充分涌动，助力新经济发展

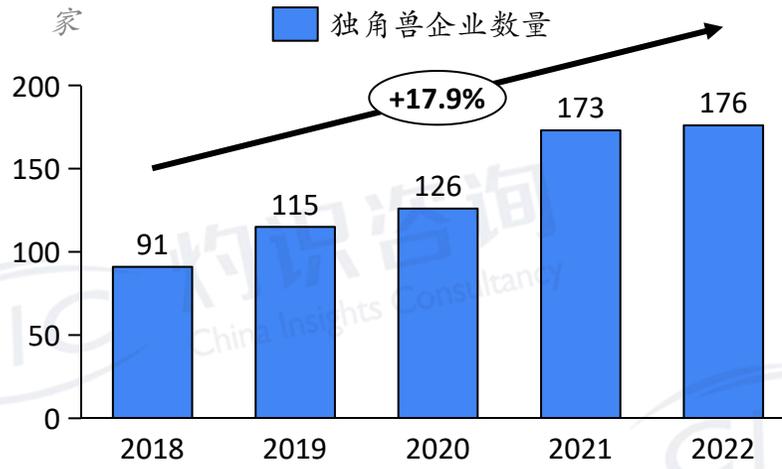
- 社会积极培育技术人才，扩大研发团队规模，为新经济发展提供充足的智力支持；
- 新经济产业快速吸纳从业人员，各路人才适应新行业、新需求和新职业，实现高素质人力资源精准服务产业转型升级。

随着中国蓬勃发展的新经济趋势，新经济产业备受资本青睐，且行业内逐年涌现更多大型独角兽企业；而相比于美国，中国的新经济产业有望进一步激发主体活力，蕴含巨大的增长潜力

新经济产业私募股权投资交易金额与数量，中国，2018-2022



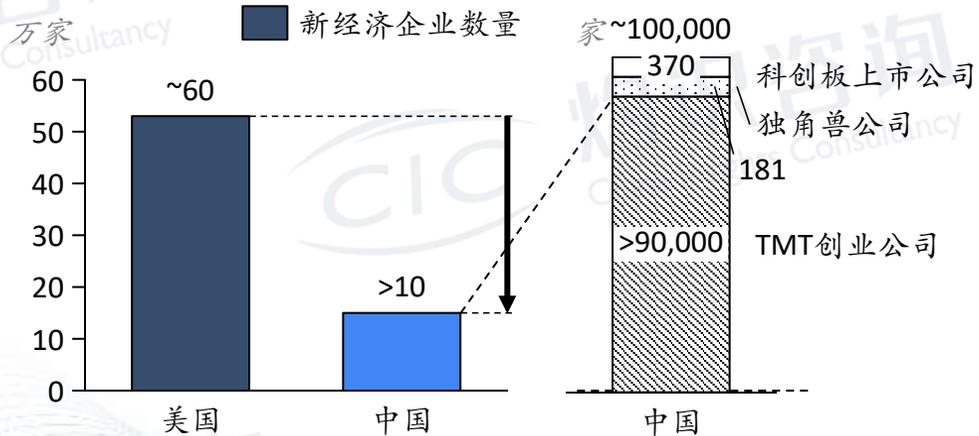
独角兽企业历年数量，中国，2018-2022



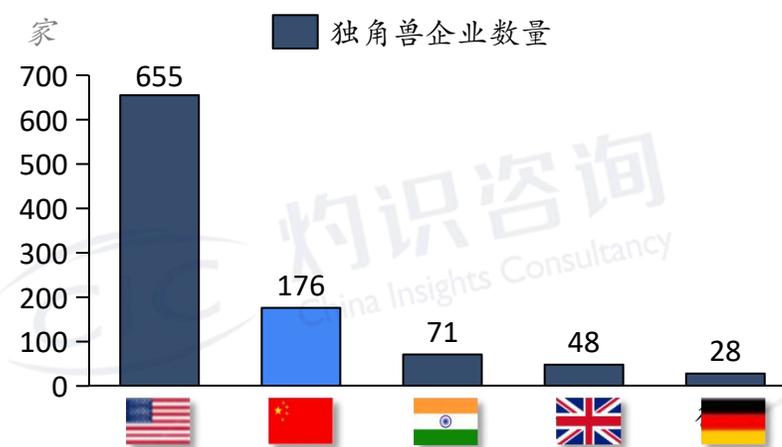
关键分析

- 新经济产业私募股权投资交易金额近3年快速增长，从2019年的7,330亿元，上涨至到2021年13,737亿元。2022年受市场影响，私募股权投资遇冷，交易事件下降，2023年第一季度国内新经济领域投融资交易金额较过去三季度有所回升，市场有望逐步回暖。
- 中国产业飞速进化，涌现了越来越多的独角兽企业，从2018年的91家到2022年的176家，年复合增长率为17.9%；未来随着新经济产业蓬勃发展，亦将培育出更多独角兽企业。
- 相较发达国家，中国新经济产业仍有巨大发展机会，不管是新经济企业数量还是独角兽企业数量，中国均有3-6倍的上升空间，新经济企业数量增长潜力巨大。

新经济企业数量中外对比，中国&美国，2022



独角兽企业数量中外对比，全球，2022





1

中国新经济产业分析

2

中国新经济商业服务行业分析

3

36氪商业模式分析

4

36氪品牌价值分析

中国新经济商业服务市场展现出澎湃动力，背后动力源自于数字化浪潮下企业客户对线上营销不断扩大的需求，以及增值服务、知识付费订阅、企服软件筛选等新业态的强劲的发展势头

中国新经济企业商业服务市场规模，以收入计，2018-2027E

人民币亿元



关键分析

- 

中国新经济商务服务市场快速增长，2018至2022年间年均复合增长率达22%，预计在2022至2027年间将保持平均18%的增速；背后的驱动力源于企业客户对多元化营销传播服务的需求不断增加，新经济付费订阅知识服务的趋势持续增长，以及传统公司对新经济转型的诉求日益高涨。
- 

随着科技创新提速、市场竞争加剧使得众多行业加大线上营销支出，寻找新的增长途径，拓宽了营销传播服务市场。
- 

企业增值服务的市场将大幅增长，源自企业对于降本增效和提升核心竞争力的不断追求。
- 

得益于企业对知识付费的重视和知识经济的蓬勃发展，订阅服务市场展现强劲的发展势头，将实现高速增长。
- 

随着企业服务软件赛道的蓬勃发展，以及赛道内玩家不断扩大的营销需求，企服软件筛选市场潜力不断释放，将成为未来5年增长最快的中国新经济企业商业服务细分市场。

新经济商业服务平台为围绕新经济产业的所有参与者提供包括企业增值与连接、线上营销、订阅和企业服务软件筛选等商业服务，旨在为新经济产业参与者提供多样化的价值赋能进而提升新经济产业商业效率



新经济企业在不同的生命周期阶段中发展侧重不同，以增值服务、营销传播、订阅服务、企服软件筛选为代表的
新经济商业服务的介入能够覆盖企业发展的全周期，为其持续提供的价值，赋能企业从初创期走向成熟期

A 线上营销

- 媒体曝光吸引资本关注
- 扩大企业品牌声量

B 企业增值服务

- 降低运营成本
- 挖掘企业创新潜力
- 资源维护

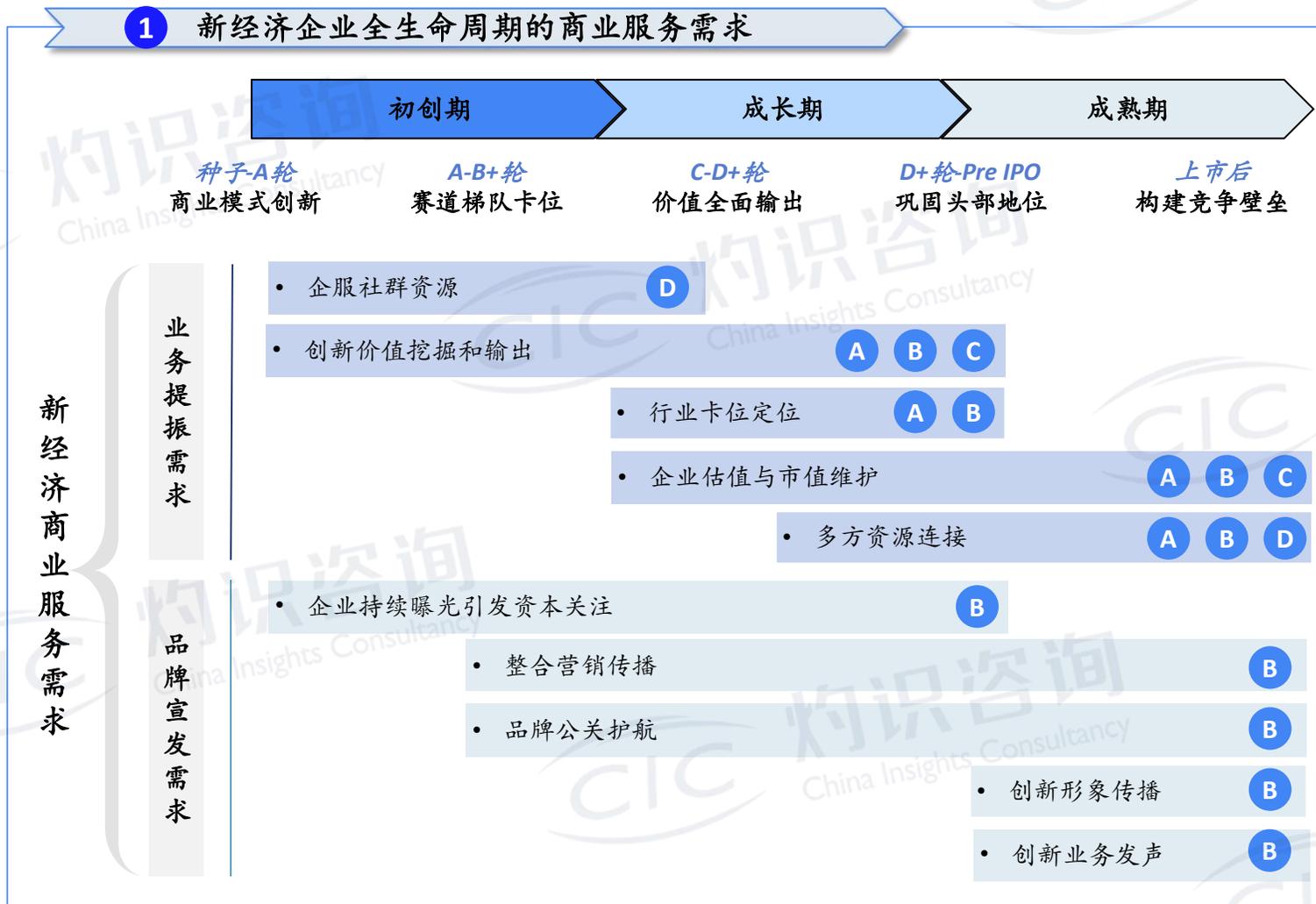
C 订阅服务

- 增加组织管理效能
- 汲取有价值的内容

D 企服软件筛选

- 减少企服软件信息差
- 减少决策成本

1 新经济企业全生命周期的商业服务需求



关键分析

- 新经济商业服务覆盖新经济企业全生命周期，解决企业在不同阶段的商业服务需求。
- 新经济商业服务帮助初创期企业挖掘品牌创新价值，增加市场曝光，引发资本关注，逐步抢占细分赛道第一梯队。
- 新经济商业服务助力成长期企业输出创新价值，扩大品牌声量，与多方资源合作，确立品牌行业头部地位。
- 新经济商业服务帮助成熟期企业传播创新业务和资源对接，发掘第二第三增长机会，不断构建竞争壁垒。

传统品牌/大型互联网企业、投资机构和地方政府对新经济商业服务需求各有侧重，以增值服务、营销传播为代表的细分新经济商业服务的介入能够覆盖企业发展的全周期全方位，赋能企业持续发展

A 线上营销

- 媒体曝光吸引资本关注
- 扩大企业品牌声量

B 企业增值服务

- 降低运营成本
- 挖掘企业创新潜力
- 资源维护

C 订阅服务

- 增加组织管理效能
- 汲取有价值的内容

D 企服软件筛选

- 减少企服软件信息差
- 减少决策成本

2 传统品牌/大型互联网企业的新经济商业服务需求

行业研究

- 对所在行业的竞争格局、发展趋势有更充分的了解，以巩固竞争优势，并抓住未来机遇

A B

数字化转型

- 需要数字化服务和定制化咨询服务，进行新经济领域的获客、传播、资源对接

A B

创新升级

- 针对性对接创新行业资源，获取领域内足够多的创新创业企业进入业务生态

A B

品牌传播

- 借助平台媒体影响力在行业内进行发声，放大企业在创新领域的行业影响力，提高社会声量

A B

3 投资机构的新经济商业服务需求

基金募集

- 展示机构的投资能力，向外界传递社会价值
- 直接触达、连接LP决策人群

A B

基金投融资

- 为投资机构提供优质项目选择
- 深入调研标的公司和行业
- 建立GP在创业公司的影响力

A B

投后管理

- 宣传被投企业的投后业绩，突出机构专业实力
- 为被投资企业连接相关资源

A B

资本退出

- 精准连接需求方和转让方，助力资本转让股权

B

4 地方政府的新经济商业服务需求

基础研究

- 制定产业顶层架构，梳理未来发展方向、发展目标等
- 厘清资源禀赋和产业基础，遴选高附加值和高增长潜力行业

B

招商引资

- 落地招商宣讲活动，双向连接企业和政府
- 连接海量创业公司，支持政府引导基金发展

A B

影响力建设

- 协助组织政府政策洽谈，倾听民众声音
- 招揽和培养政府人才，提供稳定充足的储备人才

A B

城市规划

- 共创老旧街区改造方案，更新城市风貌
- 为产业转型升级提供智力支持

A B

关键分析

- 各类企业对新经济商业服务需求以线上营销和企业增值服务为主，具体诉求存在差异。
- 新经济商业服务助力传统品牌/大型互联网企业以数字化、创新为路径转型升级，突破增长瓶颈，构建品牌认知和行业地位。
- 新经济商业服务帮助投资机构在募投管退全过程中传播高价值内容和资源连接，加速项目对接和退出。
- 新经济商业服务助力地方政府解决产业升级、城市规划等业务和建立人才智库，实现宣传、招商引资和招财引智。

随着新经济企业数量日益增加，新经济相关主体需要深层次全方位全周期的服务，催生出日益蓬勃的新经济企业商业服务需求，不断驱动中国新经济企业商业服务市场

市场驱动因素

- 1 日益庞大的新经济企业市场刺激了以新经济为核心的商业服务需求**
 - **资本活跃**：随着新经济产业内资本愈加活跃，新经济企业通过融资迅速成长，进一步寻求高质量的商业服务，在竞争中脱颖而出。
 - **初创公司寻求专业服务**：由于缺乏相关经验，新经济初创公司在整个业务生命周期中可能会遇到经营问题，而多样化且极具性价比的商业服务有助于新经济企业降低运营成本并提高效率。
- 2 实时的行业动态信息让新经济企业紧跟行业趋势**
 - **产业转型升级和技术进步**：新经济企业需要及时、详细、有洞察力的行业信息，包括技术进步、用户需求变化等方面，以跟上行业发展的快节奏。
 - **政策更新**：2017年中国政府针对智能制造、医疗健康、电子商务等行业推出的一系列“互联网+”政策，表明“互联网+”和“新经济”的概念已经深入人心。



- 3 量身定制的营销解决方案帮助新经济企业提升品牌形象**
 - **技术驱动**：依托技术驱动能力，营销解决方案能够深入分析用户需求，实现智能营销匹配，提供个性化推荐；这种技术驱动的营销将超越所有其他类型的营销解决方案，帮助新经济企业以最精准、最有效的方式提升市场认知度。
- 4 新经济商业服务提供者为新经济企业提供广泛的资源连接**
 - **新经济企业**：从初创期走向成熟期，新经济企业需要各商业服务介入企业发展的全周期。
 - **传统品牌/大型互联网企业**：企业不仅想通过品牌传播来连接目标客户群体，而且希望针对性对接行业资源，进一步实现创新升级和数字化转型。
 - **投资机构**：从基金募集到资本退出的多个阶段中，投资机构想要建立自身在投资圈里的口碑，吸引被投企业和合作伙伴。
 - **地方政府**：出于对招商引资和影响力建设等主要需求，地方政府力图连接众多强实力的龙头企业和高潜力的独角兽企业，打造更具发展潜力的产业链。



1

中国新经济产业分析

2

中国新经济商业服务行业分析

3

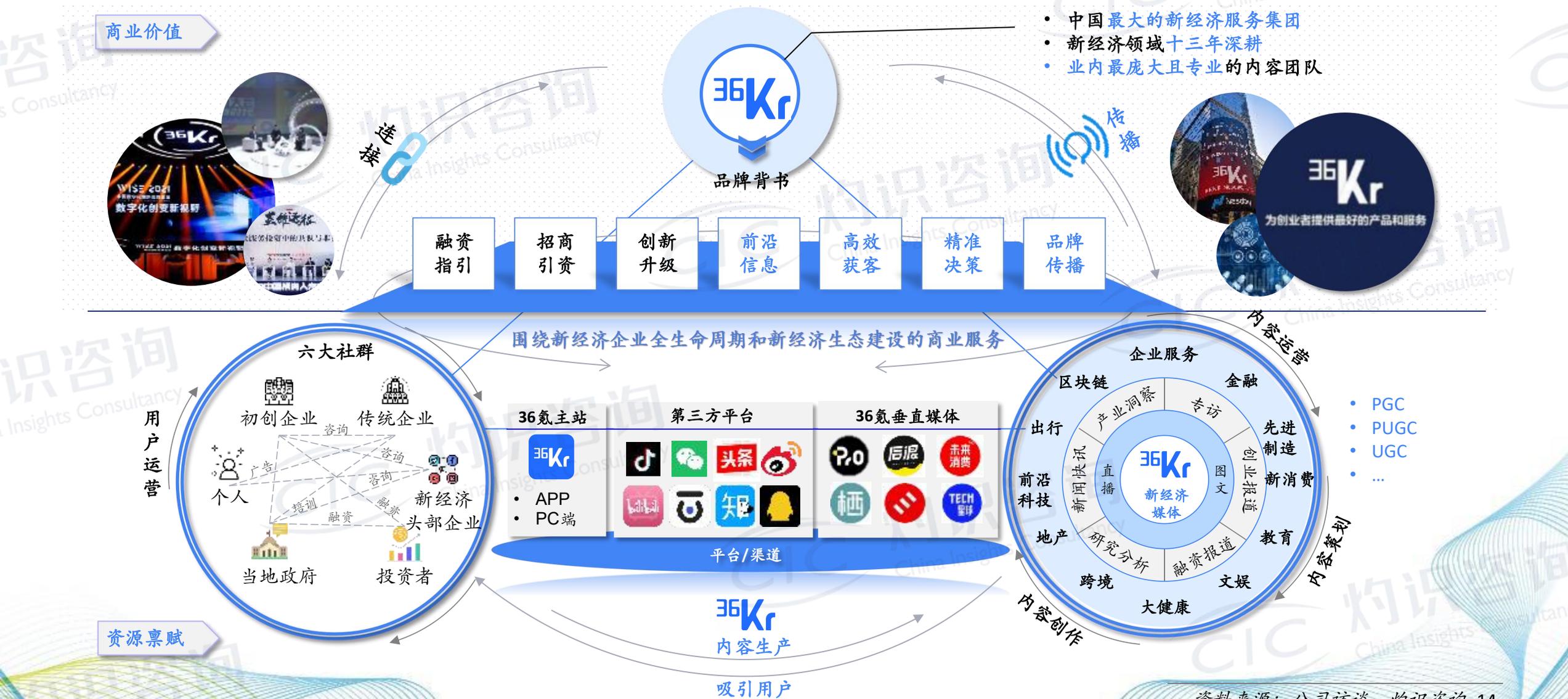
36氪商业模式分析

4

36氪品牌价值分析

36氪商业模式价值分析

36氪经过十余年的沉淀和发展，立足于其建立在庞大的用户积累和长期可持续内容生产上的资源禀赋，提供围绕新经济企业全生命周期的商业服务，其商业价值的体现也进一步推动品牌影响力不断破圈



作为以媒体为旗舰的新经济服务集团，36氪因新经济而生，其多样化内容矩阵包括线上营销服务、资源连接服务、企业服务和社群及培训服务，聚焦六大客群，全面触达新经济产业参与者

品牌定位

以媒体为旗舰的**新经济服务集团**

品牌愿景

媒体的内核永远不变，媒体的边界永在拓展

- 为读者提供前沿信息
- 为初创企业提供融资指引
- 为投资者提供项目指南
- 为互联网巨头提升品牌影响力
- 为传统企业提供转型升级解决方案
- 为地方政府提供招商引资

品牌使命

长期**报道、服务和陪伴**中国新经济参与者，提高中国商业效率

丰富的内容产品矩阵

- 线上营销服务**

内容报道
品牌传播
整合营销
获客
- 资源连接服务**

产业资源整合
企业资源对接
峰会服务
创投平台
招商引资
专家智库
- 企业服务**

研究报告输出
企服点评
基金/企业尽调
产业园区规划
投资配置
投融资
- 社群及培训服务**

翎氪
企业创业/融资培训
垂直赛道班服务
在线知识付费
企业内训

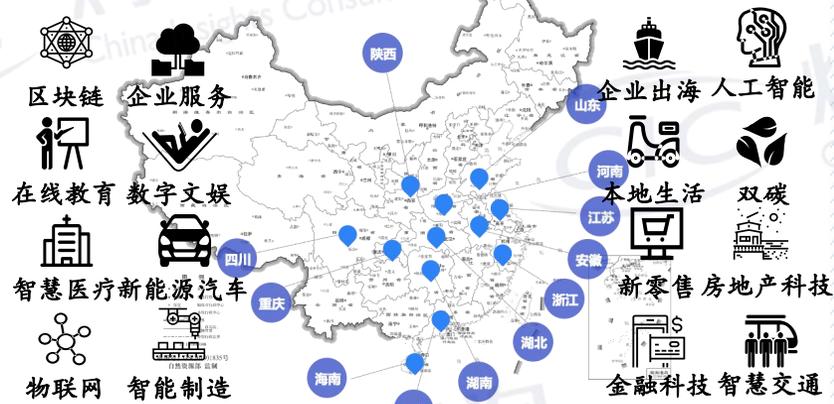
全周期

价值贯穿企业全生命周期



广覆盖

不断拓宽覆盖领域，且已布局全国12个新经济重点发展区域



多形态

在多种形态上实现多点发力



多类型客户群体

- 初创企业
- 新经济头部企业
- 传统品牌
- 投资机构
- 地方政府
- 个人用户

① 线上营销服务

36氪搭建的内容传播矩阵采用原创栏目、垂直媒体和媒体选题三大模块最大限度地精准触达目标人群，实现站内站外、垂直矩阵号、财经平台矩阵全面布局

原创栏目		
资讯	8点1氪 氪大事 业绩快报	探访测评 超级工厂 科氪 极氪实验室 超人测评 氪学品测
大咖对谈	看见2033 总裁来了 CEO锦囊	人物专访 尺度 了不起的创变者
品牌故事	氪财经 36氪纪录片 定制视频	年轻化 新青年观察 后浪白皮书 后浪小数据 后浪观察室
垂直深耕		
数字化	数智前瞻 数字化的秘密 数智夜话	二级市场 投资派 智氪 氪金 IPO前瞻
专精特新	专精时氪	新消费 & 新品牌 未来消费 品牌主理人
双碳 & ESG	谈碳 破案	营销选题 #焦点产品计划 #未来漫游计划 3·8 #当代女子图鉴 10·24 #这不是码农 #老板！你跟我报告一下
媒体选题		
行业选题	AWE：智慧致家 进博会：新时代 共享未来	

站内 PC/APP端



站外 图文/视频全平台领布局

粉丝440W+	粉丝146W+	粉丝210W+
粉丝469W+	粉丝344W+	粉丝42W+
粉丝61W+	粉丝216W+	粉丝53W+
粉丝44.5W+	粉丝55W+	微信生态 头部账号

矩阵号 多个垂直账号全领域/地域发展

后浪研究院	科氪	超人测评
36氪Pro	36碳	36氪研究
氪财经	数字时氪	硬氪
暗涌	职场Bonus	未来消费
36氪出海	未来汽车日报	未来可栖

财经平台矩阵 二级市场主要平台全覆盖

雪球
同花顺
富途證券
网易财经
搜狐财经

② 资源连接服务

36氪峰会、创投平台、社群服务的连接属性为客户提供对接资源和传播行业认知的多样路径，助力企业实现潜在客户的获取和转化；创投平台作为新经济参与者的连接平台，解决企业挖掘、曝光、连接等难题

峰会



双向连接

- 对接行业资源
- 连接目标客群，促进合作
- 传达行业认知，随着信息传递逐渐渗透和触达潜在客户

多类目创新峰会触达目标客群实现高效率、高转化

年度峰会

WISE新经济之王
WISE超级进化者

to C活动

没想到
科技红人节
科技声浪音乐节

CDO数字化峰会

建筑行业数字化 汽车行业数字化 动力电池行业数字化
数字化创新高峰论坛

垂直峰会

专精特新趋势论坛
人力时代峰会
元宇宙 x 游戏峰会
未来品牌峰会
医疗创投新风向大会
跨境出海峰会

商业市集

企服展评节

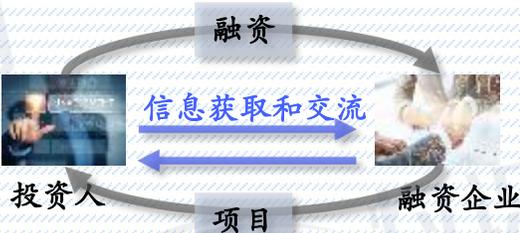
二级市场峰会

中国资本市场财经峰会
投资π闭门会

一级市场峰会

X·36创业者嘉年华
中国投资人未来峰会
中国基金合伙人峰会
中国产业投融资峰会

36氪创投平台



将连接诉求提炼成线上标准化服务，以创投服务为起点，深度服务



投资人

- 海量项目供选择，解决投资人面对科技创新领域企业的**挖掘**难题
- 实现与企业的高效**线上互动**，推进创投流程

企业

- 提升公司**曝光**并快速对接投资人，加快融资进程
- 通过**社群服务**与其他企业互动合作

社群服务

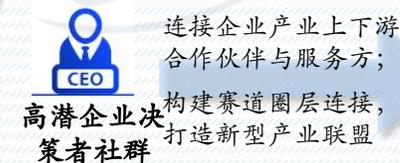
促成投融资对接



运营活动与内容产品

每日路演

连接产业资源



‘超级会客厅’
SUPER DRAWING ROOM
创变者私董会

连接高端人才，建立雇主品牌



全能offer季
职场Bonus

3 企业服务

36氪企服点评服务作为企业服务板块中重要的一环，通过自建数据库和宣传经验，解决企服赛道面临的难题，推进买卖双方信息互通和高效互动，助力企服软件行业持续发展

36氪 企服点评

企服赛道的四大挑战

转换动力不足

在中国人力成本不高的前提下，企业选择用人而非企服工具来解决问题

甲方需求思维差异

甲乙双方思维所带来的不规范需求，导致SaaS产品难以实现标准化，从而规模化

行业评价标准未统一

目前仍未建立行业和产品评价标准体系，导致企业以发展销售能力为先而非产品本身

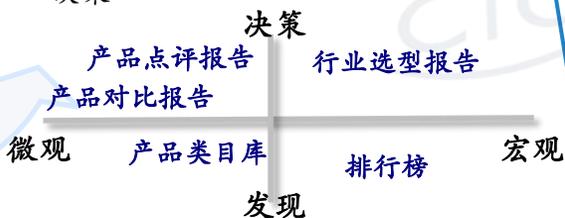
共识难达成

行业缺少优秀案例，而企业使用概念进行宣传，概念的抽象性导致难达成共识

解决路径

建立评价体系

- 核心维度和数据采用**自建的四大数据库**，产品数据库、用户点评库、行业关键人数据库和知识图谱库
- 打造一系列工具辅助客户从发现到决策



案例宣传

- 充分利用**已有IP**，双增对话、数字化生长、企服茶话会等，建设案例宣传
- 不断**拓宽宣传形式**，传播可借鉴的案例与方法论



企服点评服务的价值

买方

提升认知:

给买方提供专业知识输出，提升买方企业数字化认知能力

决策难题:

解决企业各类软件决策问题

高效:

更有效率的方式在软件购买上做出更正确的决定

卖方

曝光:

为企业软件供应商引流获客，提升曝光率

高效获客:

提供精准流量，高效获客；应用专业的内容及活动能力，及时了解用户动向，识别流失风险

目前运营情况

产品收录:

8000+

已收录头部、核心腰部及市场上熟知的软件

整体覆盖率:

90%

收录的企业服务软件占市场重点赛道的90%以上

产品类别:

220+

覆盖市场上16个大行业及200个细分行业的主要软件

月活用户:

100w+

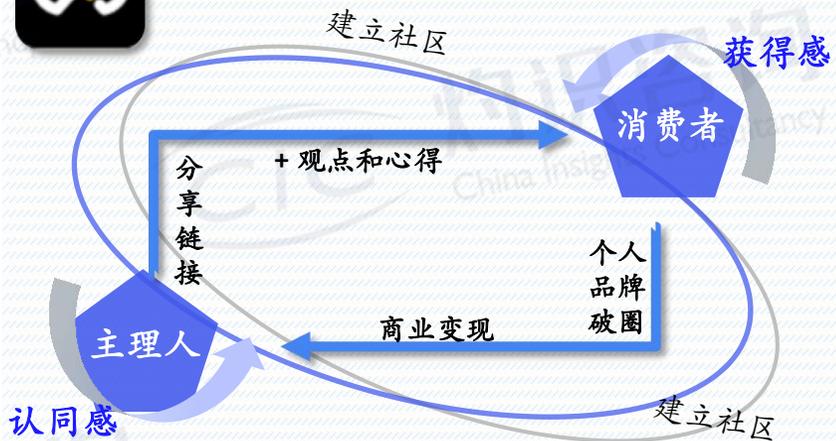
包括头部企业决策者、独角兽企业创始人、初创企业CEO/创始人、企业高管/CXO等角色人群

4 社区服务

翎氩作为一款让用户有获得感的社区产品，采用邀请制和限制发布次数建立稀缺且纯粹的社区氛围，通过主理人的人为筛选机制而非算力分享有价值内容，使用户高效获取信息



翎氩：做让用户有获得感的社区产品



主理人每天可以发布1-5条内容，但必须**基于一个链接**（包含图文与视频），消费者通过“**Link**”主理人获取自己感兴趣的内容和话题。

Link 你关心的人和TA关心的事

产品特点

1 邀请制

你有2个邀请码
你的好友中，谁最有可能是对高价值内容的认可者或者是提供者？快邀请他一起来体验和构建Link社区吧~

实行邀请制，天然屏蔽掉非圈内触达人群，保障社区的纯粹性和稀缺性

2 限制发布次数

Link用户数 · 每天可发布最多 · 每周可发布最多
1001-10000 1 5

限制主理人每日发布次数，鼓励发布有价值内容

3 人+链接+观点

主理人运用判断力，甄别有价值的内容，结合自身观点完成二次内容解读



“ChatGPT”入驻翎氩并互动回答问题

产品价值

消费者



信息获取效率

消费者能够快速获取感兴趣的内容，节约用户时间



获得感

用户通过link主理人获得高价值更加合适且有效的内容

主理人



认同感

翎氩建立了一种人为的筛选机制，主理人通过个人的判断转发他感兴趣或者认可的内容，从而获得认同感

36氪核心优势分析

基于对“未来”四大内核的解读，36氪沉淀出六大核心优势，陪伴六大社群持续发展，赋能新经济平台，从而在新经济商业服务市场中脱颖而出



36氪核心优势分析

在深耕新经济领域的过程中，36氪通过自身不断探索和创新，探索媒体发展边界，并进一步优化品牌、服务、渠道、团队、社群等方面，强化了在商业模式中的各关键节点的核心优势

多样化的服务内容



- **全生命周期服务**：36氪已见证众多公司的全周期成长，能够在不同轮次乃至IPO之后提供相应服务，全生命周期地服务创业公司。
- **360° 服务模式**：从营销服务延伸到企服点评服务，以及营销和泛营销（公关、广告、线下活动）领域。

内容及服务布局超
50+ 细分垂直赛道

业内领先的洞察力



- **科技/创投领域的领先效应**：在该领域建立了举足轻重的媒体影响力，是初创公司寻求报道的首选。
- **对创投前沿资讯敏感度和追新能力**：36氪在行业里沉淀了很久，深度了解每一个赛道的波动和周期。

深耕 **新经济**
领域 **13年**

多圈层信赖的媒体基因



- **媒体翻译能力**：36氪了解客户对产品和品牌的传播需求，能够用生动通俗的语言讲述深奥的商业逻辑。
- **资源连接能力**：通过媒体报道，36氪连接了成千上万的报道对象，与企业端和机构端紧密相连。

报道创业 **企业**
35,000+家

丰富的社群资源



- **与六大社群深度连接**：36氪和新经济头部企业、投资机构、初创企业、地方政府、传统企业和个人均保持紧密的联系
- **向六大社群赋能**：36氪助力初创企业融资、社群内部商业合作、产业链上下游企业合作

超级用户中 **企业**
高管&创投人
士占比 **55%**

庞大且专业的内容团队



- **内容制作能力**：分析师们具有多年行业背景，对行业内各领域有顶尖的认知；较强的视效团队能满足商业侧的高拍摄要求
- **服务能力**：基于规范的SOP，36氪团队在内容把控、项目执行、整体管理等方面都体现出较强的专业性

拥有超过 **百人**的
记者+分析师
团队

全渠道覆盖的影响力



- **全渠道覆盖**：36氪影响力已突破站内渠道，直达微信、B站、抖音等各大主流平台，破圈吸引所有对新经济感兴趣的人群
- **影响力深远**：全球累计读者总数1.5亿，各垂直矩阵账号影响力呈现底部抬升的状态

累计发布 **原创文章**
100,000+篇，平均
月访问量 **6.3亿次**



1

中国新经济产业分析

2

中国新经济商业服务行业分析

3

36氪商业模式分析

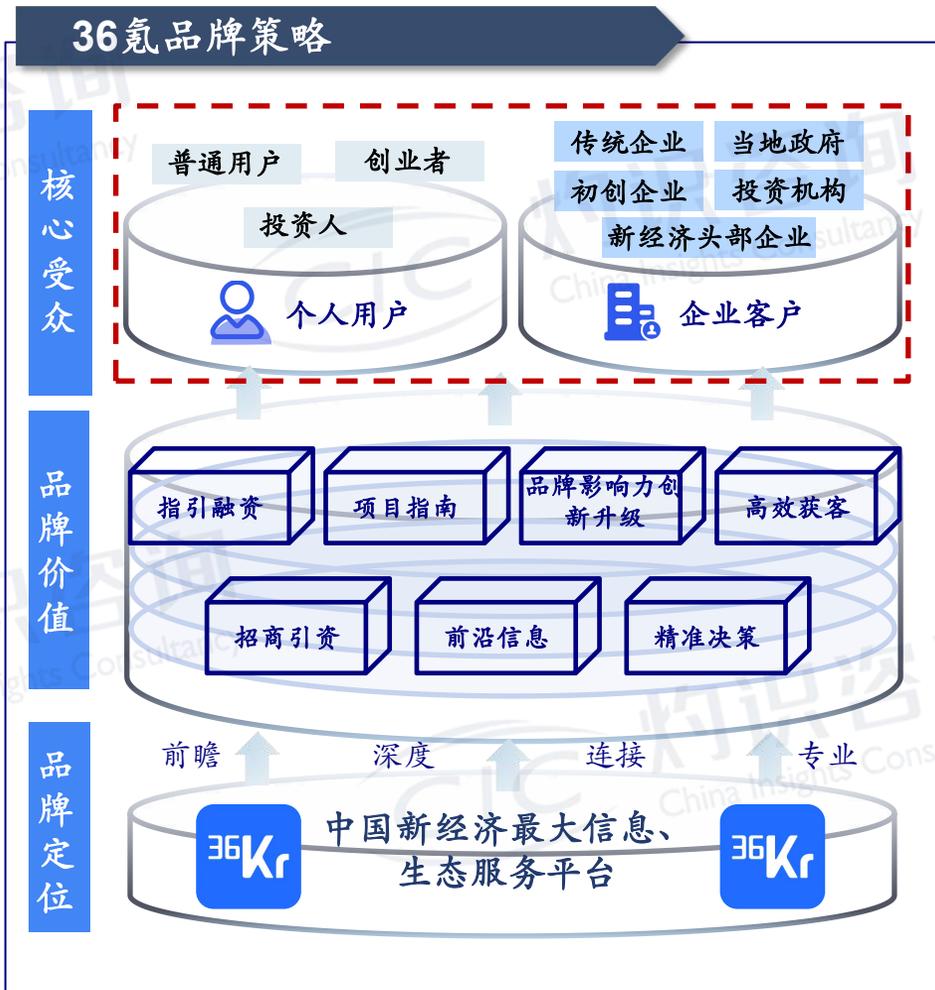
4

36氪品牌价值分析

36氪品牌价值调研项目概览

本次调研以36氪个人用户与企业客户为调研对象，通过线上问卷与深度访谈形式，重点研究个人用户对36氪的品牌认知以及企业对36氪的服务评价，深度挖掘36氪品牌价值

36氪品牌策略



36氪品牌价值调研项目概览

研究对象

以36氪核心受众个人用户（普通用户、创业者、投资人）以及企业客户（初创企业、新经济头部企业、传统企业、当地政府、投资机构）为研究对象

研究目的

探寻36氪的品牌价值，个人用户和企业客户的需求所在，以及对36氪服务与价值评价

采样方式

个人用户线上问卷

采用线上问卷形式以了解36氪个人用户的使用情况、对36氪的评价、品牌认知与竞争力等；问题范围覆盖个人用户背景、偏好内容和品牌评价等

N=712

样本量

企业客户线上问卷

采用线上问卷形式了解36氪企业客户的使用感受和满意度，36氪的品牌价值和行业地位；问题范围覆盖企业客户背景、偏好内容、品牌评价和在用媒体平台评分等

N=61

企业客户访谈

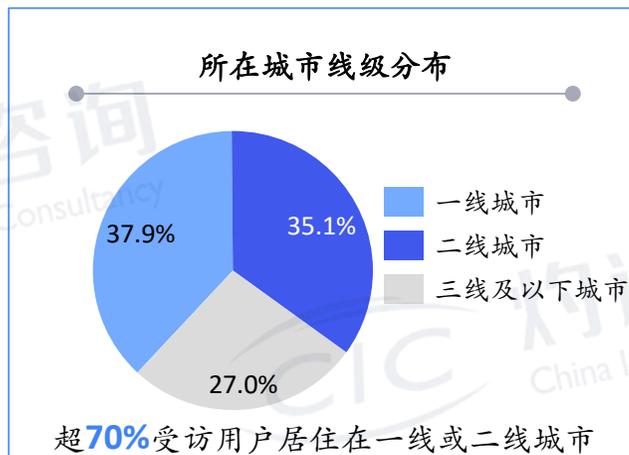
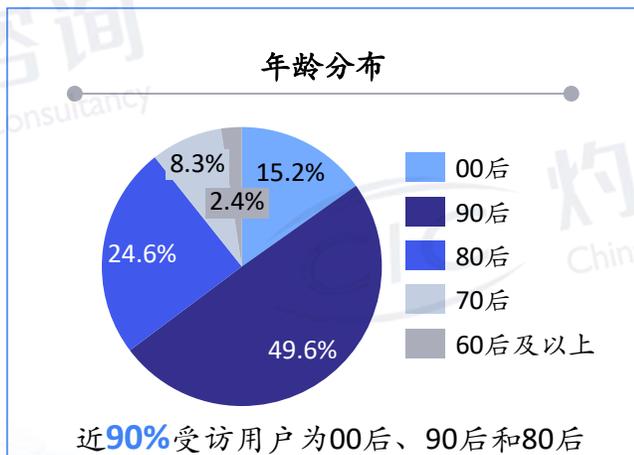
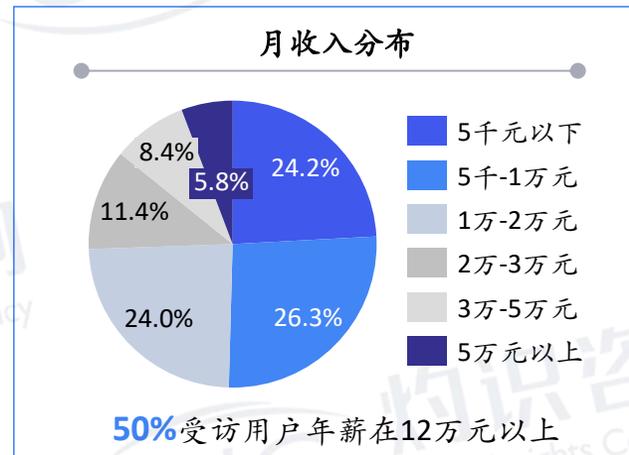
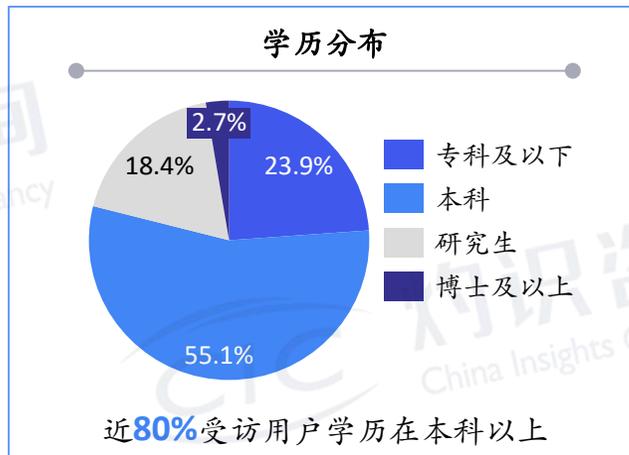
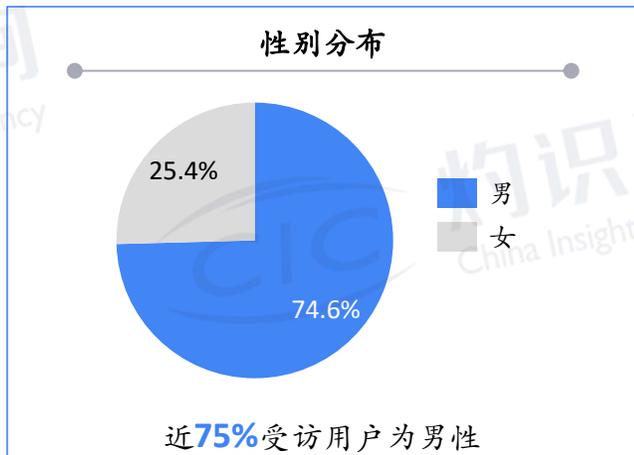
邀请企业客户进行深度专访，了解客户在过往与36氪合作中的体验与感受，合作意愿与评价等；问题范围覆盖36氪服务内容、品牌价值、整体满意度、和后期合作计划等

N=18

注：本次调研工作于2022年8月至2023年1月进行，共收集791份样本，其中线上问卷部分包括712份个人问卷以及61份企业问卷，深度访谈部分包括18份企业客户一对一专访。

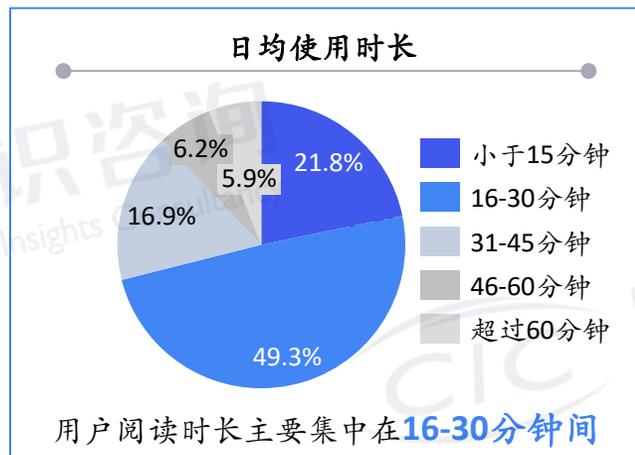
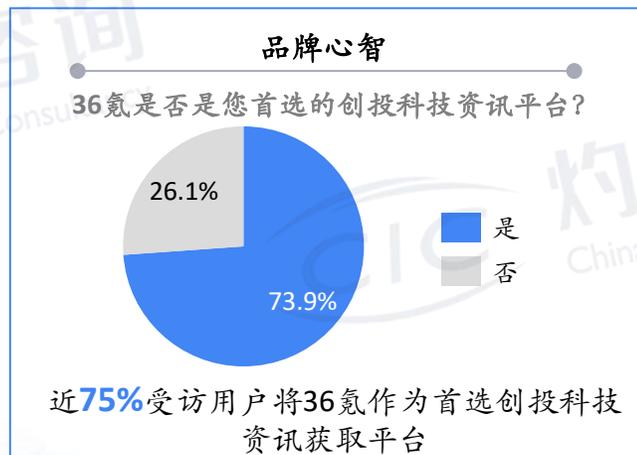
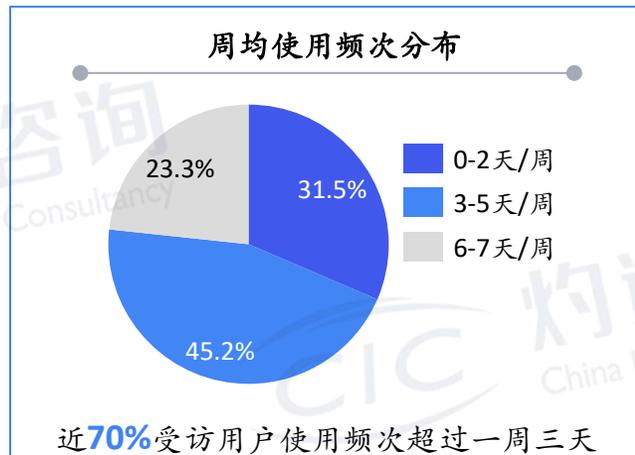
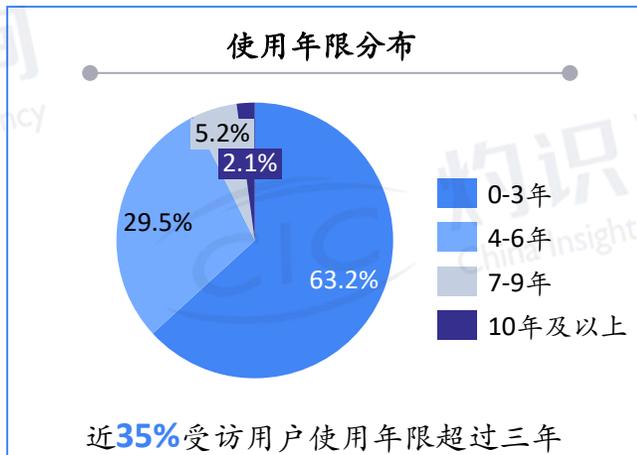
36氪个人用户画像

36氪的个人用户群体呈现精英化特征，以居住在一、二线城市高学历、高收入的年轻人为主，用户求知欲、思辨力强，对于新事物和前瞻性内容有强烈的追求



36氪个人用户使用情况

36氪个人用户留存度高，三年以上的老用户占比40%，高质量、有深度的内容增强了用户的依赖性和忠诚度，平台提供丰富的行业分析、科技资讯、热点新闻是用户粘性的保障

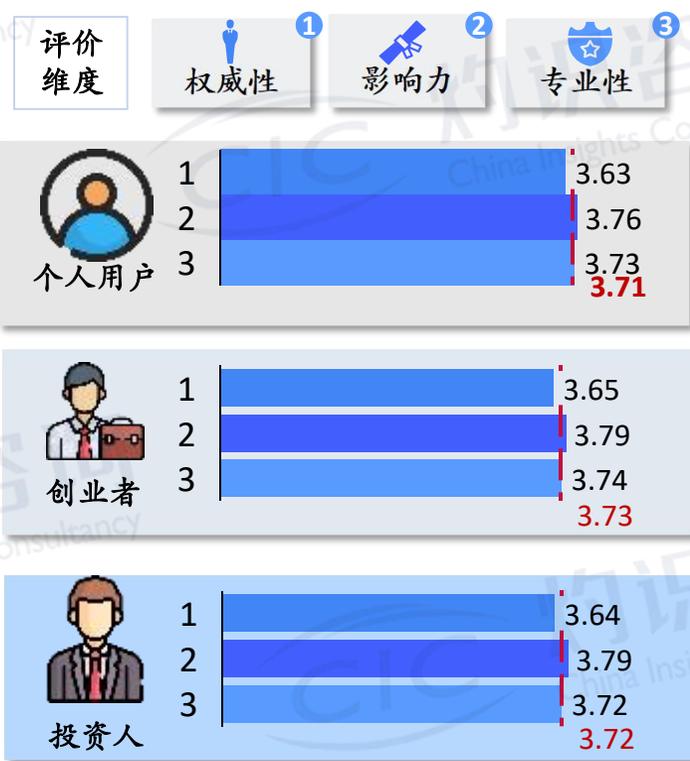


注：使用目的评分方式：本题共11个选项，排第一计11分，排最后计1分，每个分值乘以被选择的频次相加后除以本题填写人次得到平均综合得分

36氪个人用户多维度评价

在品牌、内容、价值三个维度上，个人用户、创业者用户、投资人用户三大客群为36氪作出了评价，一致认为36氪平台在这三个维度上均表现出色，用户使用体验得分超出一般满意水平

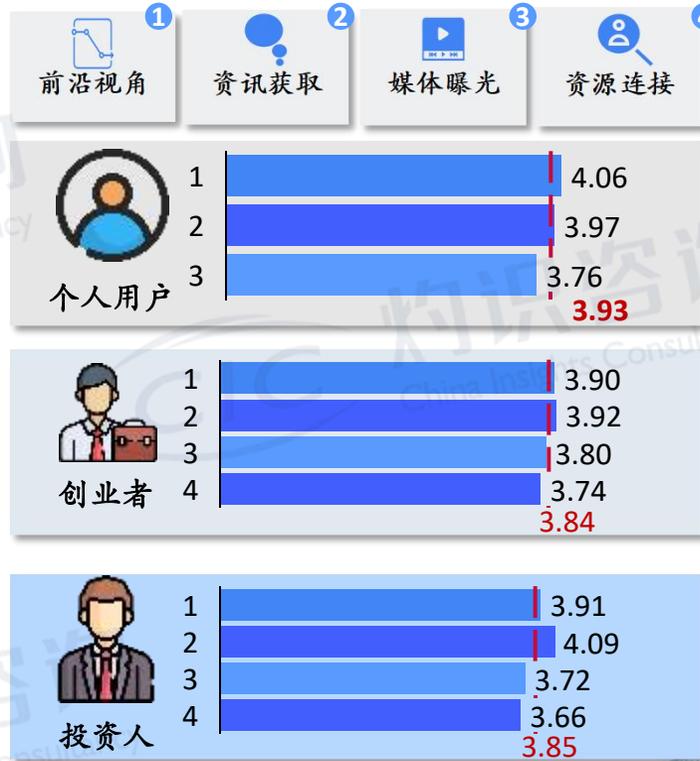
不同用户群体对36氪的品牌评价



不同用户群体对36氪的内容评价



不同用户群体对36氪的价值评价



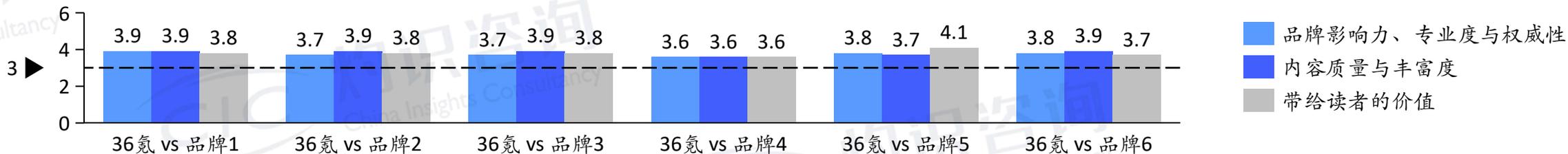
注：得分示意 1 非常不满意 2 较不满意 3 一般满意 4 较满意 5 非常满意

36氪个人用户竞品比较分析

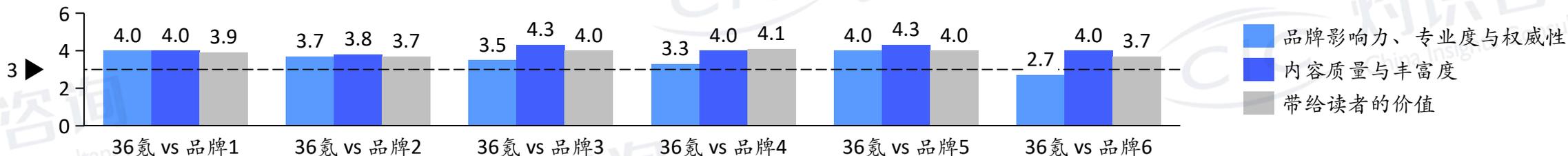
个人用户在对比其他同类产品和36氪平台时，更倾向于为36氪的品牌影响力、内容丰富度和商业价值提供作出更高的评价

个人用户群体对36氪的品牌评价

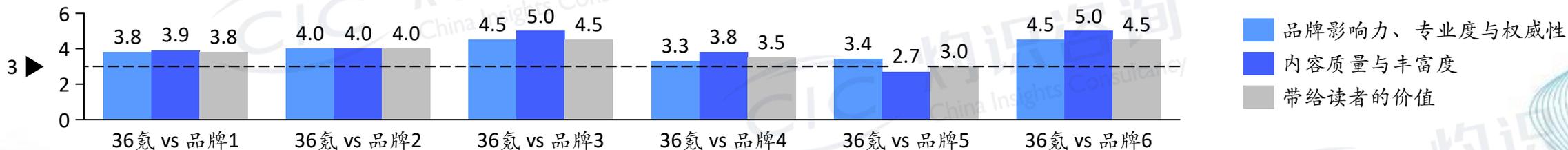
3分表示受访者对36氪和该平台同样满意，4分为受访者对36氪更为满意，5分为受访者对36氪非常满意



创业者用户群体对36氪的品牌评价



投资人用户群体对36氪的品牌评价



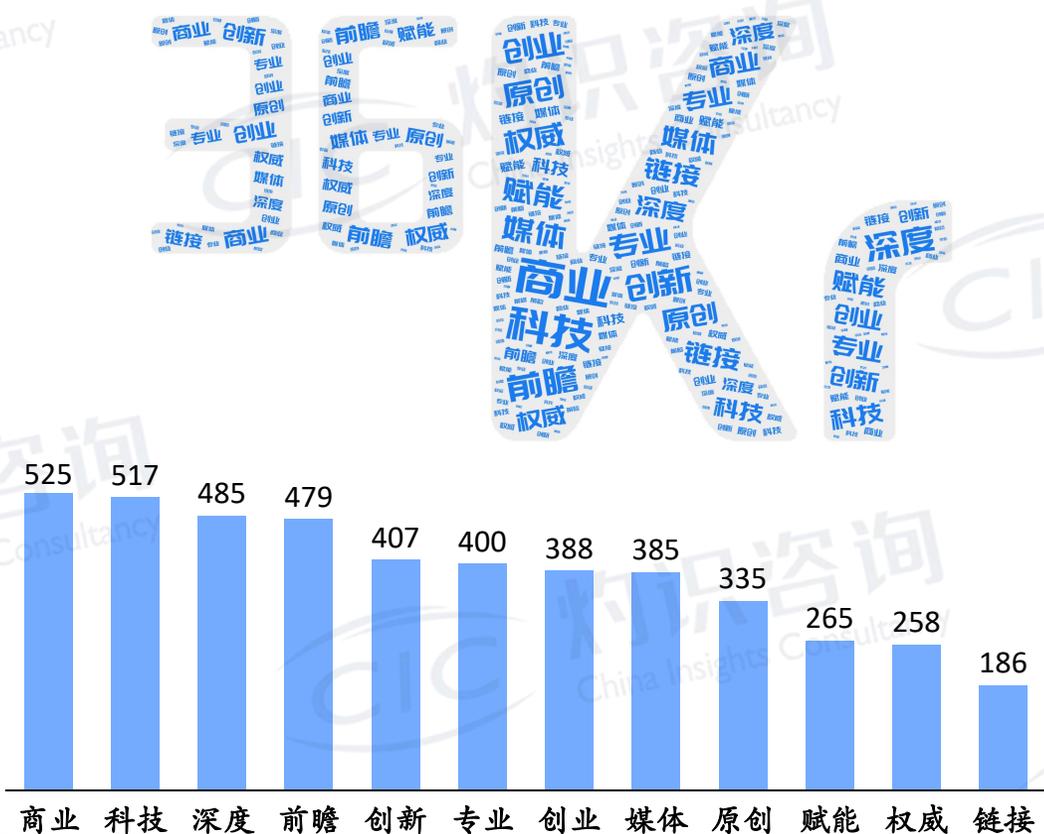
注：得分为36氪相对该竞品平台分数，1分为相对该平台，受访者对36氪非常不满意，2分为受访者对36氪较不满意，3分为受访者对36氪和该平台同样满意，4分为受访者对36氪更为满意，5分为受访者对36氪非常满意

资料来源：灼识咨询根据线上调研问卷结果整理 27

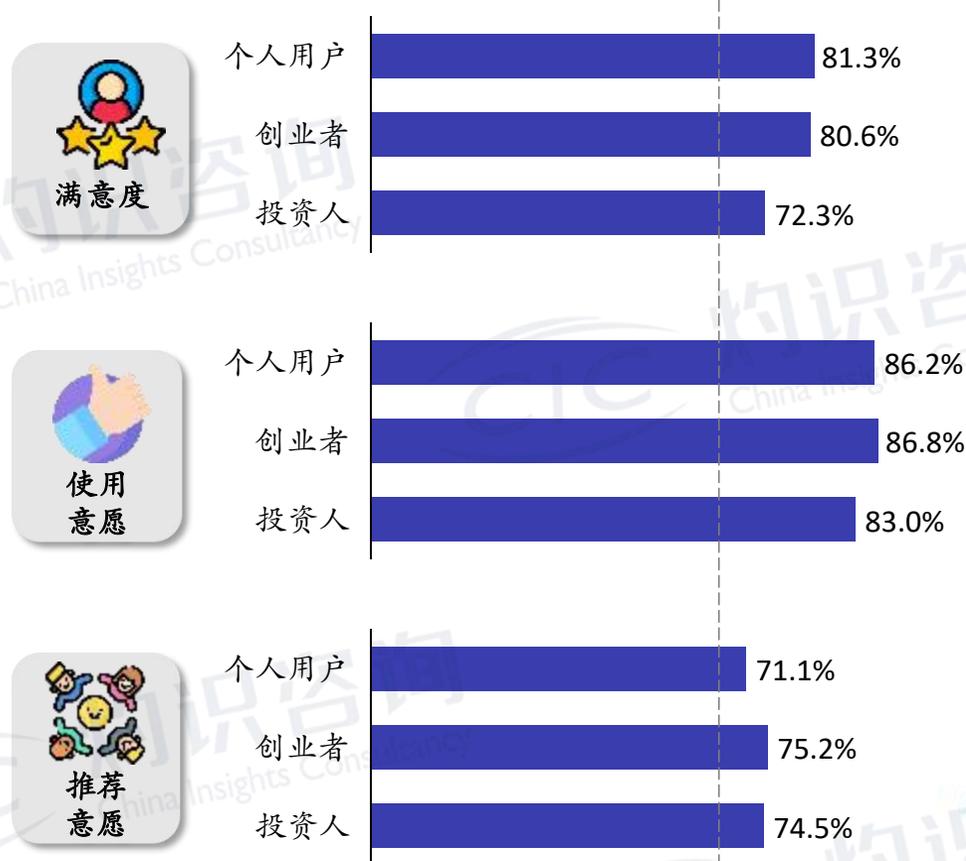
36氪个人用户整体满意度

商业、科技、深度、前瞻是构建起36氪在个人用户心目中形象的四大关键词，客户对于36氪的品牌信任度高，满意度、使用意愿和推荐意愿的NPS值均高于70%，体现了用户对36氪的超高满意度

对36氪的品牌评价



对36氪的满意度 (NPS)



参考值 (优秀) - 70

注: 净推荐值(NPS) = (推荐者数/总样本数) × 100% - (贬损者数/总样本数) × 100%

36氪的企业客户群体全面覆盖企业服务、前沿科技、大健康、交通出行、绿色能源、消费生活、金融、跨境服务、先进制造和文化与内容，不同行业的客户对服务有所偏好



获不同行业企业客户选择的主要服务类型

文化与内容	<ul style="list-style-type: none"> 内容报道服务 (图文类) 36氪企服点评服务¹ 36氪企服点评服务²
消费	<ul style="list-style-type: none"> 内容报道服务 (图文类) 线上营销服务 (短视频与直播类) 研究院研究与咨询服务
前沿科技	<ul style="list-style-type: none"> 内容报道服务 (图文类) 线上营销服务 (短视频与直播类) 线下活动服务 (峰会、沙龙等)
金融	<ul style="list-style-type: none"> 内容报道服务 (图文类) 36氪企服点评服务¹ 线下活动服务 (峰会、沙龙等)
企业服务	<ul style="list-style-type: none"> 线下活动服务 (峰会、沙龙等) 内容报道服务 (图文类) 36氪企服点评服务¹
先进制造	<ul style="list-style-type: none"> 内容报道服务 (图文类) 线下活动服务 (峰会、沙龙等) 商学院培训服务

注: 36氪企服点评服务¹: 贵司作为SaaS厂商, 36氪企服点评提供内容营销与获客服务

36氪企服点评服务²: 贵司作为SaaS购买方, 36氪企服点评提供产品选型服务

研究院研究与咨询服务: 36氪面向企业和投资机构提供的行业研究、尽调研究和企业定制化咨询服务提供

企业创新解决方案服务: 36氪根据贵司定制化需求, 提供创新企业/项目筛选、招募与连接服务

商学院培训服务: 36氪面向创业团队和企业融资与业务发展方面提供的培训、企业内训、加速营等服务

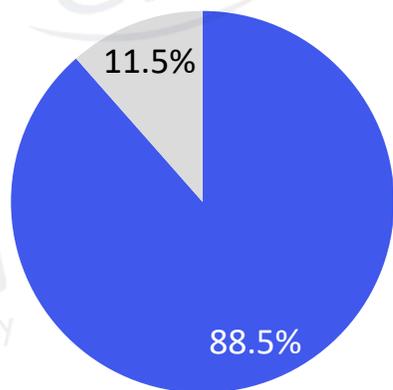
36氪企业客户整体满意度评价

企业客户对36氪的整体满意度非常高，其中近90%企业客户将36氪视为首选创投科技资讯平台，所有企业客户对36氪的服务均表示满意，其中超过一半客户对36氪服务表示非常满意



品牌心智

36氪是否是您团队/贵司首选的创投科技资讯平台?



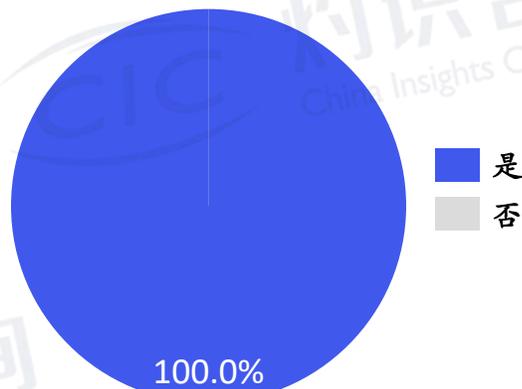
■ 是 ■ 否

近90%企业客户将36氪作为团队/公司首选的创投科技资讯平台



整体满意度

对36氪是否满意?

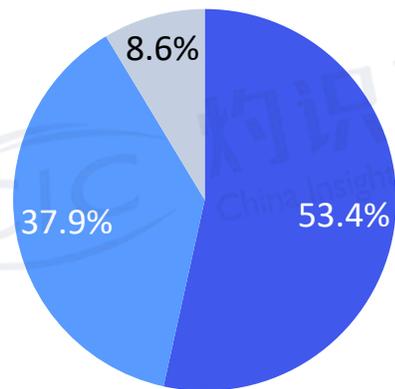


■ 是 ■ 否

所有企业客户对36氪表示满意



满意度评价

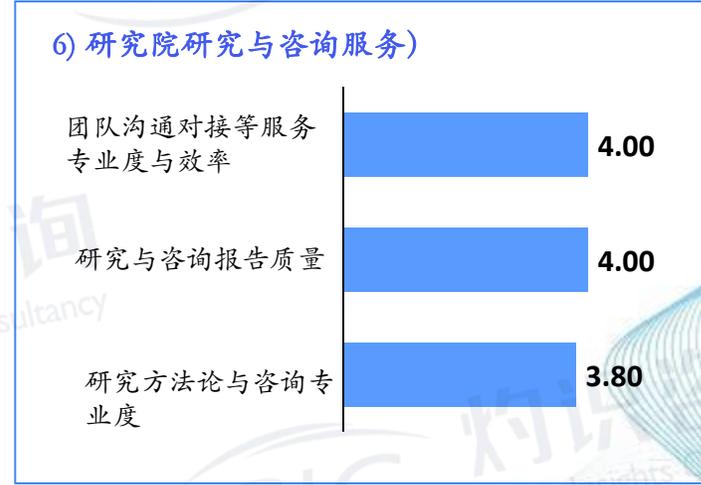
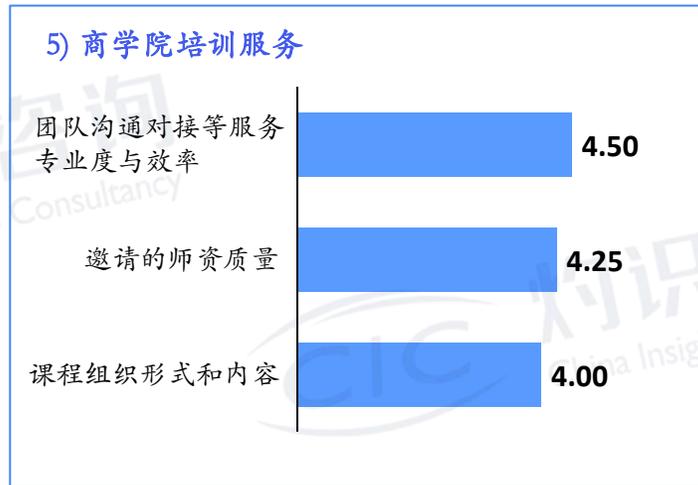
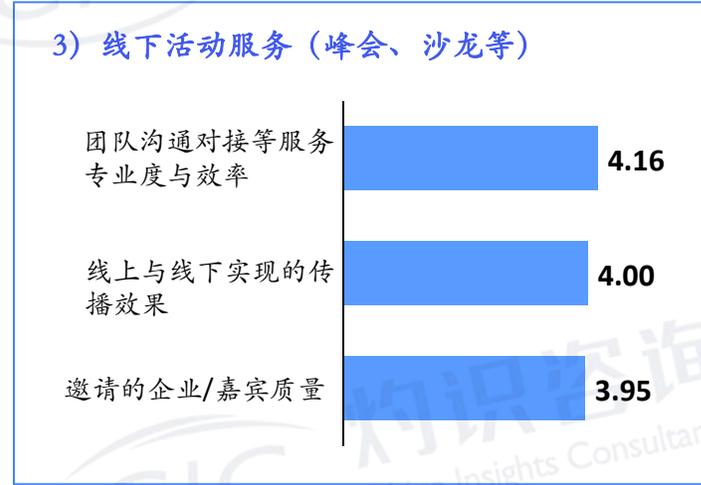
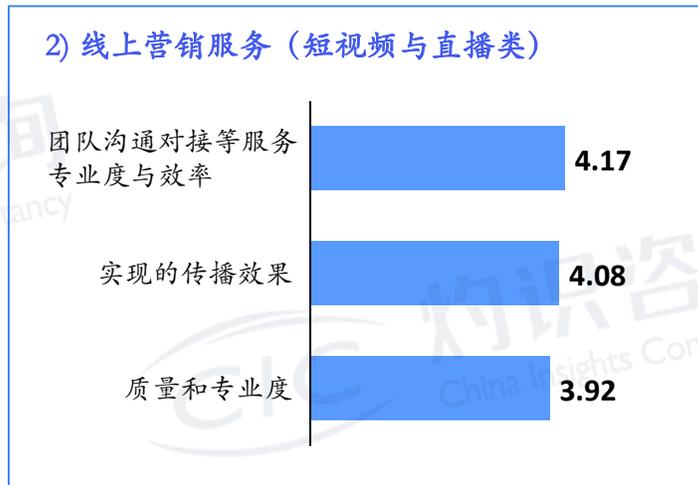
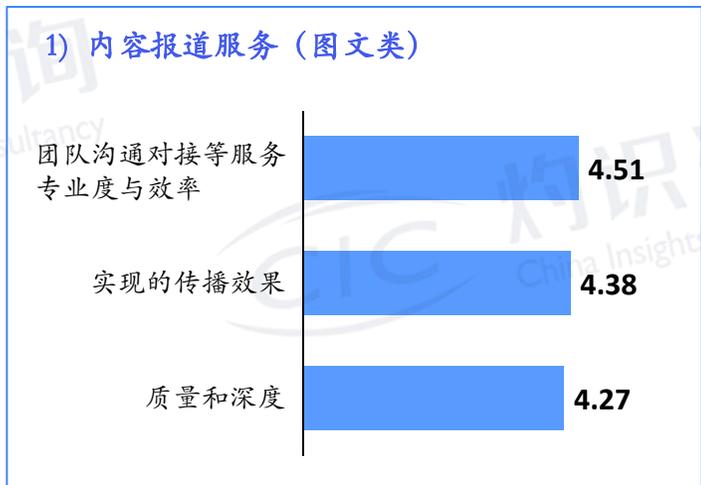


■ 非常满意 ■ 较满意 ■ 满意

超50%企业客户对36氪非常满意

36氪企业客户各项服务满意度分析

企业客户对36氪提供的各类服务均高于较满意程度，对不同服务项的内容质量与深度、服务对接团队专业性与效率、传播效果、策划方案创意等方面均给予高于较满意的评价

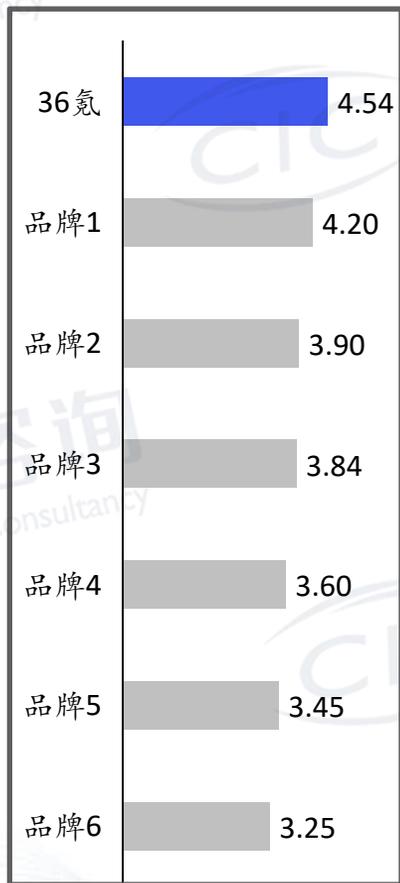


注：得分示意：1表示非常不满意；2表示较不满意；3表示基本满意；4表示较满意；5表示非常满意

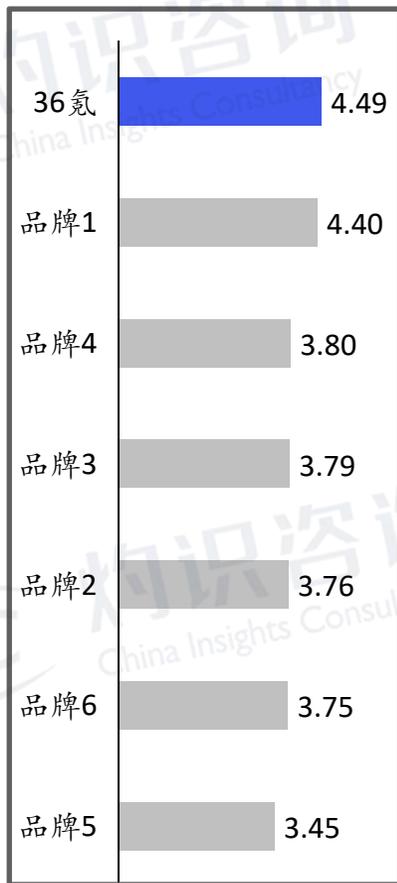
36氪企业客户行业内品牌评价

36氪在品牌影响力、媒体权威性、内容输出能力、服务全面度和服务专业度与效率五个维度均被评价为较强以上，且均获得优于类似资讯平台的评价

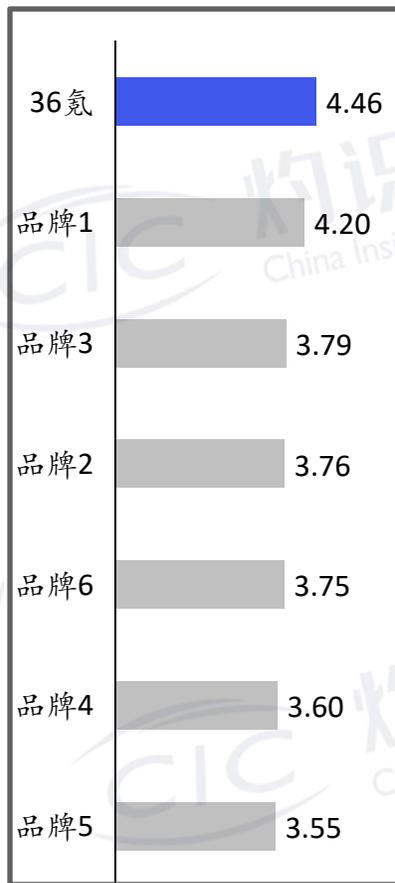
品牌影响力



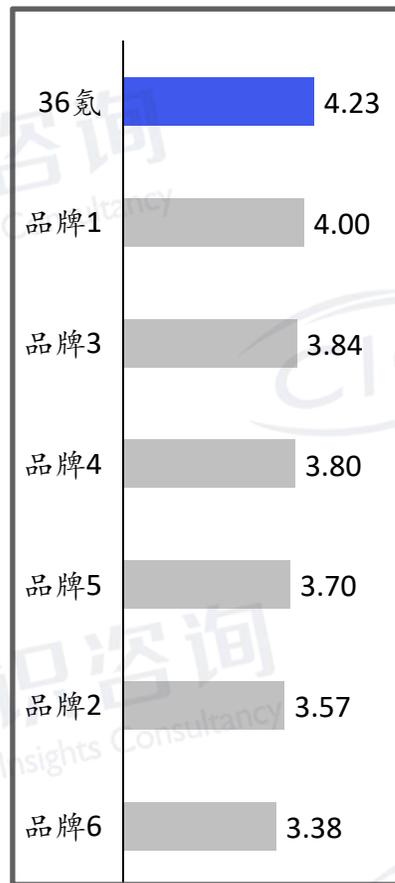
媒体权威性



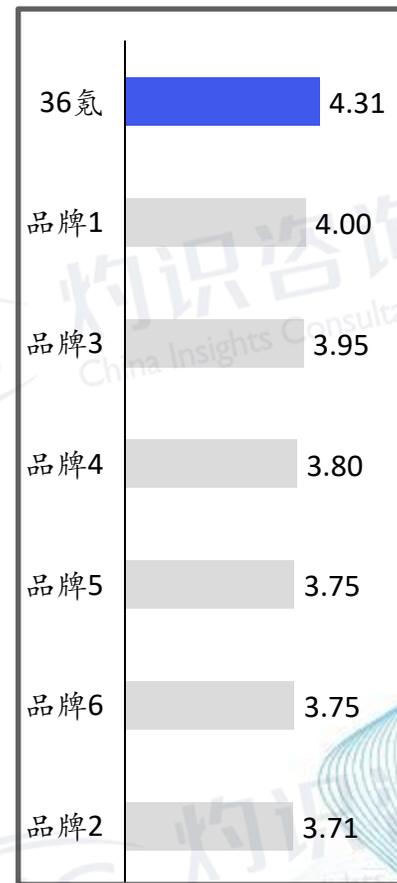
内容输出能力



服务全面度

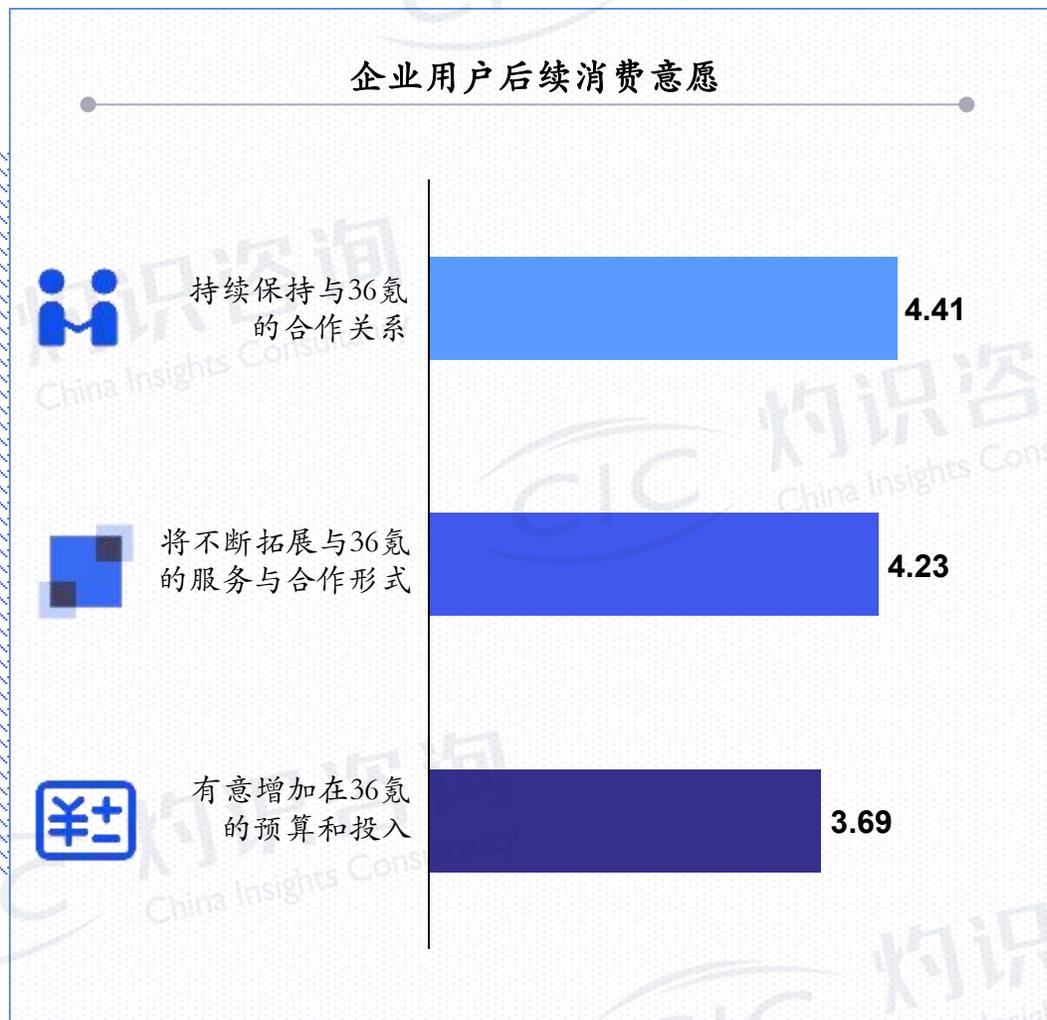
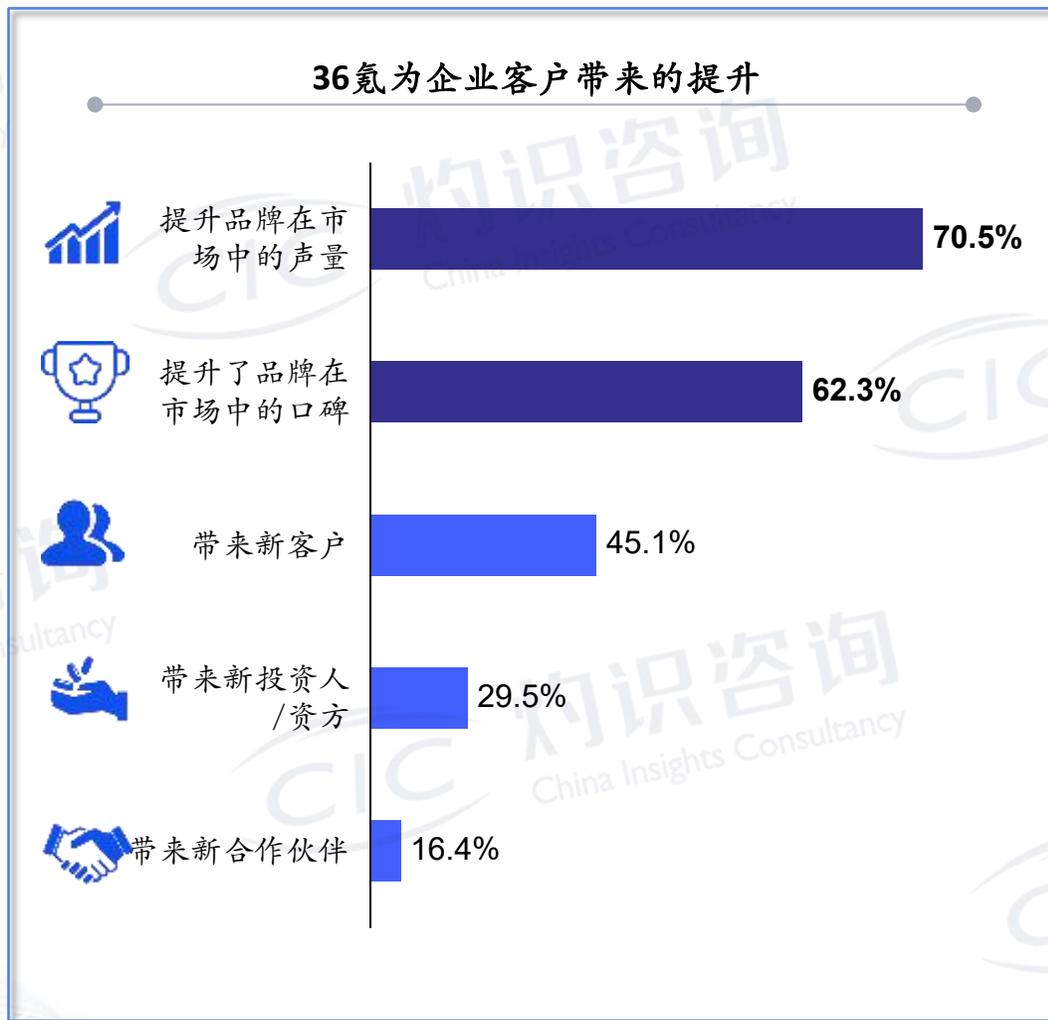


服务专业度与效率



注：得分示意：1表示弱；2表示较弱；3表示中等；4表示较强；5表示强

36氪的服务助力企业业务发展，为企业客户提升品牌在市场的声量和口碑，带来新客户、新投资人和新合作伙伴，且企业客户展现出非常高的意愿与36氪保持合作关系并拓展与36氪的合作方式和增加预算



注：得分示意：1分表示非常不同意；2分表示不同意；3分表示基本同意；4分表示同意；5分表示非常同意

36氪企业客户选择服务考虑因素

考虑到36氪的媒体基因、品牌势力和资源对接能力，各类企业选择36氪作为品牌宣发和资源连接的主要媒介，认可36氪超出预期的团队表现和传播效果，也认可36氪为企业发展过程中非常值得信赖的合作伙伴

Ta们选择36氪的原因

深耕新经济的媒体基因

-  丰富的自有媒体矩阵
-  强大的媒体翻译能力
-  新经济领域的先发优势

强有力的品牌势力

-  稳定的品牌形象
-  精准触达目标受众
-  深远的品牌影响力

优质的资源对接能力

-  覆盖全场景全赛道
-  高质量的传播内容
-  有力的资源加持

36氪为Ta们带来的超预期服务

融资获客能力

- 帮助推动了优质初创企业连续融资，推动业务发展；
- 36氪的每一篇报道至少能给一家初创企业带去10个以上的投资机构问询，最高纪录可破百。

Ta们对36氪的认可



Ta们与36氪的合作

- 立体的服务体系
- 精致的视频制作
- 快速的资源统筹

 突破已有认知

- 出色的合作成果
- 多元的品牌赋能
- 深刻的需求理解

 超过计划预期

- 愉快的团队合作
- 顺利的合作过程
- 专业高效的团队

 合作值得信赖

36氪企业客户访谈评价

企业客户均给予36氪高评价，36氪作为企业客户第一梯队的合作伙伴，在科技、财经、互联网等方面多领域覆盖，构建高质量、高权威、高费效比形象，利用超强行业洞察能力、服务全面性、丰富资源等优势为客户赋能



高质量



高专业性



高权威



高费效比

36氪企业客户这样说...

“...在整个的媒体合作当中，36氪绝对是我们**第一梯队的合作伙伴**...作为品牌，36氪这几个字对于读者来说意味着**内容和质量的保证**...”

“...36氪服务专业，在**科技、创投、财经方面的服务无可挑剔**，是国内顶尖的团队...合作过程中36氪从**内容的策划与生产**，到后续的数据报告分析都非常全面...”

“...很多品牌发展到一定时期都需要一个**非常强大的媒体**来作为背书...我们首个考虑因素是是否**匹配我们的目标人群**，其次了解到36氪有**多元的业务服务**...”

“...从内容端，36氪输出的内容很好地结合了我们品牌的宣传意向；从数据方面来看，**前端消费者的覆盖数据非常可观**，在发布宣传内容后48小时内各个电商平台的**顾客点击率反响**也不错...”

“...36氪整体的**资源配备**会比别家媒体**更加丰富和全面**...”

“...36氪同事遇到各种合作和对接机会，都会**第一时间推荐**给我们，并持续助力到最终的落地...”

“...36氪是在科技方面的**高权威性媒体**，公司作为一家新能源汽车行业的新势力企业，与这样权威性媒体合作是第一要素，同时36氪亦是公司的高权重媒体...”

“...36氪的**行业洞察能力**是较强的，满足公司对主要传播媒体的需求...36氪整体的**费效比超过预期**，后续会紧密地合作...”

“...跟36氪的合作对**品牌发展**更有帮助，36氪稿件**高质量**，**观点深刻**，且具备**行业影响力**...36氪在新消费、新经济，新科技领域比较有优势和话语权，作为新媒体也会更**灵活多变**一些...”

“...**对接非常专业**，与36氪为**长期合作关系**...未来期待与36氪在大选题上有更多的共创...”

“...36氪在**互联网B端行业的服务是最头部的**；合作过程中，内容与发布、对行业平台的尽调、影响力和效果都是比较好的...36氪拥有优于友商的**行业感知**...”

“内部领导对与36氪的合作给予了很好的反馈，内容也获得很高的**阅读和曝光量**...在有吸引资方、品牌上量的需求时，36氪会是第一选择...”

注：顺序不分先后

资料来源：客户访谈，灼识咨询 35

36氪企业客户案例——保利资本

客户背景



保利资本

保利资本成立于2015年，依托中国保利集团大型央企资源及公司自身专业运营水平，致力于成为领先的“地产+产业”金融投资平台，为投资人创造长期、稳健、有吸引力的投资回报。

核心需求：以品牌和公关宣传为主，以资源对接为辅

合作内容

2020-2022年

融资报道

- 保利资本在36氪内容生态中入驻PUGC账号
- 36氪宣传保利资本所孵化的优质项目
- 36氪持续发布保利资本的投资报道



品牌发声&峰会

- 在2021中国投资人未来峰会上，保利资本及保利资本已投企业针对地产产业链升级及产业数字化进行主题演讲及圆桌会议讨论
- 在点绿成金-中国“双碳”同行者创新峰会，保利资本参与新能源圆桌会议讨论



未来

期待达成深度的战略合作

- 联合产业资源形成CVC联盟或者生态圈层，帮助创业公司获取更好的产业资源和业务场景
- 通过举办会议等，连接其他社群，进一步实现品牌的有效输出

选择36氪的考虑因素

强媒体影响力保障品牌宣传

“...36氪在科技领域以及VC阶段的影响力会更大，这比较符合保利资本CVC的定位，进而更有效地进行品牌的对外输出...”

媒体受众触达目标群体

“...36氪的线上线下服务能够触达LP、政府、同行业机构、创业项目等...”

与36氪的合作感受

“...36氪为保利资本带来的价值不是一个单点的、具体的项目，而是一个多元化、多维度、整体性的品牌上的赋能...”

✓ **顺利的合作过程：**“...36氪团队可以快速及时地响应每一个需求，这一点不是所有机构都可以做到的...”

✓ **出色的合作成果：**“...36氪的内容和活动可以充分且有效地传播保利资本的品牌定位...同样的预算投入到36氪的回报价值是最高的”

对36氪的价值认可

活动层面

- 会议主题前沿：**“...每次会议讨论的主题都是紧跟市场趋势...是36氪的差异化特色和优势...”
- 活动结构清晰：**“...年度会议等活动划分比较清晰，包括针对投资机构的大会和面向全行业的WISE大会...”

内容层面

- 传播内容高质量：**“...记者老师团队对内容的要求、文章的专业度、对于创业公司的理解等都有很高的高度...”

36氪企业客户案例——飞仕伯乐

客户背景



在2020年，飞仕伯乐Fishburners于杭州建立了飞仕伯乐中国。通过深度本土化，飞仕伯乐扶持初创企业并为其提供创业指南和早期轮次的风险投资，将中国的创新生态提供强大的技术创新聚动力。

核心需求：连接创业项目和同行资源，实现业务的快速拓展

合作内容

品牌传播

- 在36氪内容生态中入驻PUGC账号
- 配合峰会活动宣传

融资指引

- 成立飞仕伯乐x36氪基金合伙人俱乐部：长期关注海派创客，为海创孵化营提供持续的资金和导师支持
- 合作举办2021 GISC海创中国国际创业投资峰会：共同探讨海外VC本土化相关话题，连接创业者和投资机构
- 入驻36氪面向投资机构的项目库：形成与初创企业的初始企业，实现线上服务标准化



作者



飞仕伯乐中国

企业号



飞仕伯乐 官方企业号

规划大型活动与脑科学领域合作

选择36氪的考虑因素

VS 其他创投媒体

- 36氪具备完善的服务体系
- 36氪同时覆盖投资机构和创业者，尤其满足飞仕伯乐连接创业者的强烈需求

VS 其他垂直赛道媒体

- 36氪覆盖全场景全赛道

VS 传统策展公司

- 36氪拥有强大的宣发体系

与36氪的合作感受

“...最初对36氪的认知是一家比较成功且上市的媒体，而随着合作的深入，其团队以及服务体系有很多超出原本预期的表现...”

- 专业的对接与内容团队：“...36氪对接团队以及记者老师等，会提前解决投资机构没有考虑到的和有顾虑的细节...”
- 丰富的附加价值：“...36氪的团队在服务体系外会提供很多附加价值，比如他们会非常主动热情地为公司介绍活动嘉宾...而不是非常公式化的，这点让人感觉非常舒服...”

对36氪的价值认可

合作伙伴反馈

- 品牌形象好：“...36氪的品牌非常强，大家对36氪在行业内的地位、品牌以及影响力已经形成共识...”
- 品牌认可度高：“...行业内对于36氪发布的内容以及榜单等，都是非常认可...基本没有听到过对于品牌及其权威性的负面评价...”

2021 GISC海创中国国际创业投资峰会

- 积极的活动策划：“...36氪主动帮忙邀请活动嘉宾...”
- 有力的宣发体系：“...36氪的宣发体系有足够大的声音和专业性...”

36氪企业客户案例——AroundDeal



注：顺序不分先后

资料来源：客户访谈，灼识咨询 38

36氪企业客户案例——所托瑞安

客户背景



所托瑞安成立于2014年，是中国商用车“渐进式”智能驾驶的领军企业，亦是国内智能驾驶行业新晋独角兽。致力于商用车智能驾驶解决方案和数据产品的自主研发、应用和推广，并成为中国智能驾驶安全的普及者和安全驾驶大数据服务提供商

核心需求：塑造品牌并打造品牌影响力

合作历程

36氪报道所托瑞安获SK中国数千万美元A轮融资

首次覆盖

2020年7月

多次跟踪报道

开始合作

2021年年中

掘金千亿商用车市场，「所托瑞安」智能驾驶生态养成记

品牌发声

2021年6月

品牌事件&个人IP打造

2021年11月



- 从「1对1」到「1对N」，所托瑞安的坚持与改变
- WISE新经济之王大会上创始人发表演讲

品牌发声&峰会

2021年12月



专访所托瑞安创始人兼CEO徐显杰

个人IP打造

2022年1月



36氪报道所托瑞安完成B轮融资，顺利跻身智能驾驶独角兽

品牌事件

2022年3月

榜单

2022年6月



规划深度与多元化合作

选择36氪的考虑因素

- 1 36氪提供**多样化线上与线下**的活动赋能品牌
- 2 36氪**自有媒体矩阵**对品牌加持的作用
- 3 36氪的**高质量传播内容**
- 4 36氪提供的**赋能和可支持的资源**
- 5 36氪**品牌一直以来的健康发展**

与36氪的合作感受

“...合作过程**整体向好**，预期目标和结果一致...管理层对36氪合作落地的项目给予了**非常积极向上**的评价...”

- 1 **有力的品牌支持**：“...36氪的**完美呈现**达到了预期，品牌建设和品牌声量增强实现**正向落地**...”
- 2 **完善的对接团队**：“...36氪能用心了解公司的业务和需求...”
- 3 **积极的资源调配**：“...36氪总是**想在公司的前面**，进行资源调整，去更好地打造品牌...”

对36氪的价值认可

整体认知感受

“...对36氪认知感受是一个**由浅入深**的过程...对36氪所提供的产品有更清晰的了解，其不同产品内容能够加深对**品牌赋能**...”

WISE 2021 新经济之王峰会

- 1 **峰会主题好**：“...峰会的主题切入好，围绕**新经济领域**...”
- 2 **行业覆盖广**：“...峰会邀请了众多高影响力的企业，让公司听到**各行各业的发声**，不局限于公司所在领域...”
- 3 **跨领域交流机会质量高**：“...峰会邀请了所有能想到的行业佼佼者，进行线下面对面交流...为公司**提供新的启迪**...”

36氪企业客户案例——优必选

客户背景



优必选科技成立于2012年，是全球领先的人工智能和人形机器人研发、制造和销售为一体的高科技创新企业。作为智能服务机器人领导者，优必选科技以智能机器人为载体，人工智能技术为核心，打造“硬件+软件+服务+内容”的智能服务生态圈，为各行各业的客户提供一站式服务。

体系化的
品牌宣传
需求

合作需求&内容

- 1 品牌传播&个人IP打造-图文**
 - AI助力“科技冬奥”，优必选机器人赴冰雪之约
 - 36氪专访 | 如何撑过未达刚需的早期机器人市场？融资8.2亿美元的优必选打算先做生态
- 2 品牌传播-短视频**
 - 科氪 | 优必选便携式机器人悟空上手体验，把未来拎在手上
 - 36氪纪录片 | 2019春晚机器人Walker幕后故事
- 3 品牌发声&峰会**
 - 优必选科技首席品牌官于WISE2021“超前体验”机器人峰会进行对话
 - 优必选科技首席品牌官于WISE2022超自动化峰会发表演讲



对36氪合作的评价

选择36氪的考虑因素

VS 其他平台

- 1 高辨识度的品牌势力：**“...在整个行业里，36氪是非常有辨识度的，尤其是一直在输出非常有深度的内容，以及提供一些有很强时效性的资源对接服务...”
- 2 先发优势：**“...36氪有自己的年度峰会品牌，深耕细分领域形成先发优势，以持久的品牌战略完成资源积累以及信息积累...”

VS KOL自媒体

- 1 稳定的品牌形象：**“...36氪稳定的品牌形象对合作伙伴来说意味着稳定的合作预期，合作关系不会因为KOL个人行为受影响...”
- 2 广阔的受众：**“...36氪不是个人品牌，它的观点表达更加多元，信息涵盖度更广，在各个市场中可以布局的渠道和受众量级都不一样...”

“...在整个的媒体合作当中，36氪绝对是我们第一梯队的合作伙伴...作为品牌，36氪这几个字对于读者来说意味着内容和质量的保证...”

传播内容

“优质”

“...36氪产品丰富能匹配每个活动的定制化传播需求...专业内容有深度...”

合作过程

“高效”

“...36氪的团队和我们一直配合的不错...传播服务与资源对接都非常高效...”

36氪企业客户案例——思摩尔

客户背景



思摩尔业务始于2005年，是全球领先的雾化科技解决方案提供商，也是全球最大的电子雾化设备制造商。思摩尔始终坚守“雾化让生活更美好”的使命，持续探索雾化技术创新。

与36氪的合作内容



合作起点：2019年底



合作需求：品牌传播



合作项目：视频拍摄、稿件传播、VR布置

选择36氪的考虑因素



在视频和图文方面的内容原创能力



在产业和科技方面的媒体影响力

对36氪合作的评价

传播服务

“专业”

团队

“...36氪能够描述和挖掘他们对产业的深挖以及我们公司在产业中体现的价值...”

视频制作

“...从整个画面到脚本、整体的呈现效果都非常好...”

资源统筹

“...当我们外部需要VR供应商时，36氪会协助快速对接资源...”

传播内容

“优质”

“...从整个内容质量上来说超过我们的预期...”

36氪企业客户案例

客户背景

某创新型生物科技 公司

某创新型生物科技公司是近年成立的AI系统免疫技术平台，结合人工智能技术和系统免疫学，从源头高效赋能新药研发和精准诊疗

某在线办公平台

某在线办公平台是近年成立的企业级智能移动办公平台，为企业提供高效的在线协作文档工具，全方位提升企业效率，陪伴企业成长。

与36氪的合作需求&内容

- 品牌传播 内容
- 1 榜单评选
 - 2 宣传报道

选择36氪的考虑因素

- VS** 其他垂直赛道媒体
- 36氪的受众范围更广，读者认知度更强
- VS** 其他新经济商业媒体
- 36氪的内容更专业和前沿
 - 36氪的品牌更年轻化
- VS** 36氪对于统一生物所在的医疗领域及细分行业有更好地报道与解读

对36氪合作的评价

- 值得信赖的内容输出**
“...采访专业，稿件撰写与媒体发布符合预期，可以打到90分左右...”
- 权威的宣传报道**
“...36氪以权威的身份进行报道，对公司进行更广范围的宣传传播...”
- 清晰的团队架构**
“...团队构架清晰，行业分工明确...实现点对点对接，提高了效率...”
- 愉快的团队合作**
“...服务热情，积极跟进项目，主动联系推动项目进程...”

与36氪的合作需求

- 品牌传播 + 资源连接
- 1 提升品牌影响力
 - 2 拓宽客户渠道
 - 3 孵化优秀创业公司

与36氪的合作内容

- 直播 投资者论坛 沙龙
- 短视频 图文
- 六年的深度合作

对36氪合作的评价

- 1 **立体的服务内容**：“...在此过程中，从活动流程的嘉宾接洽-邀请-会议-论坛，到活动形式的图文-视频-直播，36氪提供了较为立体的服务，是一次很好的合作体验...”
- 2 **强大的媒体属性**：“...36氪是非常专业的媒体，有着很强的行业影响力和关注度...”
- 3 **业内领先的优势**
 - ✓ 覆盖赛道广
 - ✓ 内容产出质量高
 - ✓ 合作沟通顺畅，工作效率高
 - ✓ 强大且稳定的品牌背书能力

36Kr



灼识咨询

China Insights Consultancy

如欲获取更多灼识独家报告
请扫码添加灼识行业交流群

