

马昌博

公司职位：视知 TV 创始人兼 CEO

参选类别：金鼠标 10 周年——数字营销新锐人物

人物简介



现任视知 TV 创始人兼 CEO。国内知识短视频领域的开创者之一，拥有数字编辑高级职称。曾任南方周末时政版资深编辑，参与创办壹读传媒并担任 CEO。此外，还兼任相关部委媒介沟通专家和全国新闻发言人班专家，国务院国资委中国企业新媒体 50 人论坛成员，以及 2014 年国家新闻出版广电总局记者证宣传片代言人。

数字营销领域创新表现

2016 年,马昌博创立视知 TV,视知 TV 在成立不到一年即成为了国内知识短视频领域的第一品牌,在几乎所有主流平台都获评短视频机构前 10, 并且是知识短视频的唯一代表。

在一年内拿下知识短视频市场第一的位置后,马昌博继续发力将视知 TV 产品积累的泛流量沉淀为高黏性的粉丝和核心用户。如果说,此前的“知识营销”——包含 8 条产品线的短视频内容——保证了 B 端变现的可能,那么“可视化知识付费”板块则将起到有效开发 C 端用户价值的作用。视知 TV 的发展也进入了 2.0 阶段。马昌博带领团队,进一步将产品核心明确为“基于需求场景的可视化知识服务”,并在此基础上逐渐明确两个核心业务板块:知识营销和知识付费,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 2018 年,马昌博带领视知 TV 团队,通过一系列的具有说服力的项目,梳理出了独特的“知识营销”方法论——即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。将“知识营销”发展成为了视知 TV 的一个营销标签,牢牢地确立了其在数字营销,短视频行业的优势。团队因此在过去三年获得了包括 2017 年年度企鹅号最佳视频内容奖,2018 金鼠标视频创新营销金奖,网易 MCN 第一名、新榜新年度短视频机构、新浪年度视频引领者、微博 MCN 商业大赛 V 浪奖金奖、2018 年度十大传播人物等五十多个奖项。

马昌博始终认为,一个以内容为核心的公司最后 PK 的不是内容而是公司。在知识解释上,视知建立了一套标准的方法论,打破创意天花板;在视频生产上,聚焦生产工业化,培训标准协作团队,打破生产瓶颈;同时,在项目管理上则推广系统化的管控方式。视知一直认为,自己不是生产知识,只是做知识的搬运工、翻译家和演绎者,并且从制作者变成系统集成商。

视知已前后获得合一资本、前海母基金、乐朴资本等机构数千万投资。在未来,马昌博将致力于把视知打造成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。

同事评价

在信息泛滥的互联网时代,无论是企业还是政府,都会越来越认同这样一种逻辑——移动互联网时代,传播的要点不仅仅是告知、感动,还应该是说服。我们相信,马昌博和视知所打造的以获得感为代表的知识营销,将成为更高阶的营销范本。

——阿里大文娱副总裁兼 UC 总编辑、原新浪总编辑 周晓鹏

年轻人是短视频的核心受众,有看点、有笑点、有知识点、有分享点的内容才能把握数字营销的大动脉。马昌博通过创新和变革当前知识传播模式,准确把握受众,特别是年轻人的需求兴奋点,成

为新媒体知识传播变革中的弄潮儿。

——一点资讯副总裁、原搜狐总编辑 吴晨光

在所有新闻体裁中，解释性报道是最复杂的一种。它不但要具备 5W 中前四个 W，还需要特别聚焦于 “Why”。但如果能把一个解释性报道做得深入浅出，它能带来的关注度也会远超消息和通讯。马昌博作为解释类短视频的开拓者之一，将视知打造成为知识短视频领域的行业标杆，值得钦佩。

——爱奇艺副总裁 陶磊