

成立十年后，知乎终于要上市了。

3月5日，中文问答社区知乎(Zhihu Inc)向美国证券交易委员会(SEC)递交了首份F-1招股书。招股书显示，知乎拟在纽约证券交易所(NYSE)上市，股票代码为“ZH”。由于是首份F-1招股书，知乎尚未披露拟发行的美国存托凭证(ADS)数量以及发行价区间。此次知乎的主承销商为瑞士信贷、高盛以及摩根大通。

腾讯、快手是股东

周源于2010年年底创立知乎，2010年至2012年间，知乎是一个只能受邀回答、专注于问答的在线内容社区。知乎于2013年向公众开放注册，从2016年开始提供在线广告，2018年推出付费内容，2019年上半年推出付费盐选会员计划，并于2020年初正式推出内容商务解决方案。自成立以来，知乎总共获得七轮融资，最近一轮融资是在2019年8月，当时筹集了超过4亿美元。

《每日经济新闻》记者通过公开资料梳理发现，知乎在过往的七轮融资中，融资总额接近9亿美元，包括创新工场、腾讯、高盛集团(中国)、快手和百度均已入股知乎。

招股书显示，IPO前，周源持有知乎8.2%的股权，并拥有46.6%的投票权，知乎最早的投资方创新工厂持股13.1%，投票权7.6%，腾讯持有知乎12.3%的股权和7.6%的投票权，启明创投持股11.3%投票权6.6%，赛富持股9.3%投票权5.4%，快手持股8.3%投票权4.8%，今日资本持股6.8%投票权3.9%。

	Ordinary Shares Beneficially Owned Prior to This Offering			
	Class A Ordinary Shares	Class B Ordinary Shares	% of Beneficial Ownership†	% of Aggregate Voting Power††
Directors and Executive Officers**:				
Yuan Zhou ⁽¹⁾	475,279	19,227,592	8.2	46.6
Zhaohui Li	—	—	—	—
Jiatong Peng	—	—	—	—
Dahai Li	*	—	*	*
Wei Sun	*	—	*	*
Hanhui Sam Sun***	—	—	—	—
Hope Ni***	—	—	—	—
All Directors and Executive Officers as a Group	4,079,269	19,227,592	9.6	47.2
Principal [and Selling] Shareholders:				
MO Holding Ltd ⁽¹⁾	—	19,227,592	8.0	46.5
Innovation Works Entities ⁽²⁾	31,530,549	—	13.1	7.6
Tencent Entities ⁽³⁾	29,496,613	—	12.3	7.1
Qiming Entities ⁽⁴⁾	27,158,098	—	11.3	6.6
SAIF IV Mobile Apps (BVI) Limited ⁽⁵⁾	22,244,965	—	9.3	5.4
Cosmic Blue Investments Limited ⁽⁶⁾	19,975,733	—	8.3	4.8
CTG Evergreen Investment XX Limited ⁽⁷⁾	16,294,435	—	6.8	3.9

招股书援引CIC的数据称，知乎是最大的问答启发在线社区，也是中国五大综合在线内容社区之一，无论是以平均移动MAU(月活，下同)还是2020年的营收来衡量都是如此。

截至2020年12月31日，知乎累计拥有4310万名内容创作者，贡献了3.153亿个回答。2020年第四季度，知乎的平均MAU为7570万个(同比增长33%)，同期社区内的平均月度互动数量为6.757亿个。招股书称，知乎的业务由以下几点支撑：内容和内容创作者、用户、以内容为中心的货币化策略、技术和数据、文化和品牌。

两年亏损15亿

2020年62.4%营收来自广告

招股书显示，2020年知乎总营收13.52亿元，2019年营收6.71亿元，同比增长101.7%。2020年毛利7.58亿元，2019年毛利3.12亿元，同比增长142.7%。2020年毛利率56%，2019年毛利率46.6%，同比增长20.2%。2019年净亏损10亿元，2020年净亏损5.18亿元，同比收窄48.2%。

	For the Year Ended December 31,						
	2019		2020				
	RMB	%	RMB	US\$	%		
	(in thousands, except percentages)						
Revenue	670,511	100.0	1,352,196	207,233	100.0		
Cost of revenue	(358,241)	(53.4)	(594,399)	(91,096)	(44.0)		
Gross profit	312,270	46.6	757,797	116,137	56.0		
Selling and marketing expenses	(766,465)	(114.3)	(734,753)	(112,606)	(54.3)		
Research and development expenses	(351,012)	(52.3)	(329,763)	(50,538)	(24.4)		
General and administrative expenses	(253,268)	(37.8)	(296,162)	(45,389)	(21.9)		
Total operating expenses	(1,370,745)	(204.4)	(1,360,678)	(208,533)	(100.6)		
Loss from operations	(1,058,475)	(157.8)	(602,881)	(92,396)	(44.6)		
Investment income	25,035	3.7	56,087	8,596	4.2		
Interest income	28,669	4.3	24,751	3,793	1.8		
Fair value change of financial instrument	7,132	1.1	(68,818)	(10,547)	(5.1)		
Exchange (losses)/gains	(9,216)	(1.4)	62,663	9,604	4.6		
Others, net	2,675	0.4	11,728	1,797	0.9		
Loss before income tax	(1,004,180)	(149.7)	(516,470)	(79,153)	(38.2)		
Income tax expense	(40)	(0.0)	(1,080)	(166)	(0.1)		
Net loss	(1,004,220)	(149.7)	(517,550)	(79,319)	(38.3)		
Non-GAAP measure:							
Adjusted net loss ⁽¹⁾			(824,530)	(123.0)	(337,460)	(51.719)	(25.0)

图片来源：知乎招股书 (824,530) (123.0) (337,460) (51,719) (25.0)

分业务来看，2020年，知乎的广告收入增长46%至8.43亿元；付费用户收入增长264.2%至3.2亿元；内容商务解决方案收入为1.36亿元；其他收入增长1082.9%至806.6万元。《每日经济新闻》记者计算发现，2020年，广告为知乎贡献了62.4%的营收、付费用户为知乎贡献了23.7%的营收，内容商务解决方案收入的贡献比则为10%。

	For the Year Ended December 31,				
	2019		2020		
	RMB	%	RMB	US\$	%
	(in thousands, except percentages)				
Revenue					
Advertising	577,424	86.1	843,284	129,239	62.4
Paid membership	87,997	13.1	320,471	49,114	23.7
Content-commerce solutions	641	0.1	135,813	20,814	10.0
Others	4,449	0.7	52,628	8,066	3.9
Total	670,511	100.0	1,352,196	207,233	100.0

图片来源：知乎招股书


2020年，知乎的平均月活为6850万，同比增长42.7%；日均付费会员236.26万人，同比增长311.5%。2020年，知乎从每名月活用户上获得的广告收入为12.3元，同比增长2.3%。

李开复：知乎是非常少数没有替代品的APP

对于如何看待知乎招股书中透露的信息，知乎上认证为创新工场董事长李开复的账号作出了回答。

如何看待 2021 年 3 月 5 日知乎递交赴美上市申请，招股书透露了哪些信息？

 品玩 , 已认证的官方帐号

更新：知乎已向美国证监会递交赴美 IPO 的正式申请。 [图片] 3月5日讯，据IFR报道，知乎计划赴美IPO。显示全部 

关注问题

 写回答

 邀请回答

 好问题 60

 13 条评论

 分享





登录一下，更多精彩内容等你发现

贡献精彩回答，参与评论互动

登录

查看全部 82 个回答



李开复 

创新工场 董事长

 专业 已有 4 人赠与了专业徽章 >

293 人赞同了该回答

还记得十年前，最早是我们特别信任的两个朋友介绍了周源，对他的第一印象真是位文艺青年，有很浓的书生气质。聊了以后觉得他们非常有理想，当时的互联网市场环境百家争鸣，各种游戏的娱乐的社区的特别火，而且打法特别野蛮生长，评估一个相对想做沉淀优质内容的平台，其实我们心里觉得是有风险的，也有点担心他们太过文人作风。不过汪华和我觉得他们真的很有心来做这个事情，也很符合我们的气质，我们就决定投资天使轮，没想到后来连续投了好几轮。当年投资时知乎还在零到一（更接近零），压根儿也没考虑IPO。

李开复表示，还记得十年前，最早是我们特别信任的两个朋友介绍了周源，对他的第一印象真是位文艺青年，有很浓的书生气质。聊了以后觉得他们非常有理想，当时的互联网市场环境百家争鸣，各种游戏的娱乐的社区的特别火，而且打法特别野蛮生长，评估一个相对想做沉淀优质内容的平台，其实我们心里觉得是有风险的，也有点担心他们太过文人作风。不过汪华和我觉得他们真的很有心来做这个事情，也很符合我们的气质，我们就决定投资天使轮，没想到后来连续投了好几轮。当年投资时知乎还在零到一(更接近零)，压根儿也没考虑IPO。

李开复称，知乎具有潜力做一个全方位的super APP的平台，现在已经有丰富的图文优质内容，未来可能有更多的视频，或高频次、更新颖的互动形式，当然知乎核心还是围绕着知识、观点、兴趣、爱好的，然后能够进一步服务不同细分市场、更大量的用户。

李开复表示，与时俱进 + 保持初心，知乎就是这样走到了今天，成为了世界上非常少数没有替代品的APP。

对于同一问题，另一位认证为创新工场创始合伙人汪华的账号也发布了回答。



汪华表示，知乎接下来除了破圈，富媒介化是必经之路。目前市场主流是高刺激的娱乐性短视频，还非常缺乏打开型的视频内容社区。知乎把图文向升级加入中视频形态，形成富媒介。知乎的中视频仍能继承原有的内容社区特点，在视频领域形成独一无二的打开型产品。

汪华称，在不断扩圈过程中，我在内的老用户也感受到社区氛围的稀释。但在这一点上，无论是宏观还是微观上，是需要知乎团队认真努力地去解决。

