



2017年11月22日，2017今日头条创作者大会在北京举行，CEO张一鸣宣布，今日头条将从“智能推荐”走向“智能社交”。

益性的，因为微信公众平台流量主费用非常低，做了两年下来，吴苡婷说，结算下来盈利仅仅只有5000多元，就算在月阅读量在100万+时候，流量主广告费用仅仅才300多元。大家靠兴趣来维持平台，吴苡婷每天深夜在那里默默编辑。慢慢科坛春秋的粉丝数达到了5万多。

凭借影响力，2017年4月，今日头条找上门来要求合作。6月科坛春秋精选正式入驻今日头条，9月开始介入今日头条投资的“头条问答”。“为什么唐氏综合征患者长得几乎都一样？”“幽门螺旋杆菌的‘死敌’是什么东西？”“为什么狂犬病无药可医？”……这些回答，都带来了“10万+”的流量，有关唐氏综合征那篇，更是获得了180万以上的点击。“这可比在自家报纸上发文读者多多了。”吴苡婷感慨道。

比之文字方式，口语先于文字产生，是人类最古老的交流

方式。口语交流更加简单、直接，无需借助文字符号，可以直接表达观点和想法，生动传神，而且出于口，传于耳，没有第四堵墙的隔阂，人与人之间近乎直接接触，天然容易让人亲近。

音频内容，更多招揽具有名人效应者加入。早在2017年6月，喜马拉雅FM开辟付费精品专区时，召集了马东、吴晓波、华少、龚琳娜等为代表的所谓“知识网红”，通过付费音频的形式，将专业知识传播给更为精准的受众，实现知识变现。喜马拉雅方面认为，比起文字、视频等内容形式，音频内容的聚焦性、伴随性以及碎片化场景中的优势也使其成为获取高质量内容的首选形式。

招揽到名人，只是第一步。以《好好说话》上线喜马拉雅为例，在上线之前，喜马拉雅便与马东团队反复沟通，调整内容，直到双方都满意才上线。《醒来——北岛和朋友们的诗歌课》，