

90后为主的知识付费用户已达到5000万 知识变现? 风口越吹越大

根据阿里应用分发平台发布的2017年二季度应用行业报告显示,以90后为主的知识付费用户已达到5000万,预计今年知识付费的总体规模将达500亿元。知识付费市场处于高速增长中,随着越来越多的介入者,风口已经越吹越大。

青年报记者 吴缵超



周培骏 制图

付费用户以90后为主

国内核心知识付费类应用于2015年出现,果壳最先推出在行,以一对一的咨询服务模式打入知识付费市场。同年年底,罗辑思维也推出了得到,提供读书音频节目等相关专业知识服务。

到了2016年,大量知识付费产品涌现,包括了知乎推出的知乎Live、在行孵化的分答、喜马拉雅FM以网络电台优势推出的音频付费节目及微博推出的微博问答,成为了移动互联网关注的热点风口。在知识付费的风口下,2017年更多知识付费应用陆续上线,如豆瓣旗下的豆瓣时间、国民知识宝库的新华字典、另一网络电台蜻蜓FM,纷纷加入了知识付费行列。

市场资本不断涌入

如今,知识付费的习惯养成,成为互联网上的重大变化,知识变现的效应明显。

去年由马东担任课程总监,《奇葩说》一众辩手担任主创的全年订阅型口才培训节目《好好说话》在喜马拉雅FM上线,作为喜马拉雅FM付费音频首次试水,上线第一天销售额便突破500万元,10天突破1000万元。

口中说着诗和远方的高晓松之前无论是《晓松奇谈》、《晓说》还是《奇葩说》,都是免费的,收入或变现主要靠广告。而现在也推出一档由蜻蜓FM与高晓

松联合出品的付费音频节目《矮大紧指北》,上线仅一个月,付费用户即超10万,总收入超2000万,成为付费音频类节目的爆款。

众多的资本开始涌入知识付费市场,以高净值用户为基础,今年被称为财经版得到的功夫财经推出了付费产品,有时寒冰《投资的艺术》、王福重《重点》、肖锋《个人晋级二十条》、端宏斌《老端的投资秘籍》、郎咸平《沃顿投资课》、《中国经济50个关键词》等产品。在去年5月功夫财经获1500万元A轮融资后,正在准备B轮融资事宜,而

其中知乎Live、豆瓣时间90后占比超40%,且1-18岁年龄层的青少年人群占比也相对较高,分别占比17%、16%。得到与喜马拉雅FM以90后及80后用户为主,而分答与在行用户多为80后。

目前知识付费基本商业模式有线上直播互动(文字、音频、视频)、专栏订阅(文字、音频、视频)、线下一对一约谈服务、语音付费问答。根据阿里应用分发大数据中心分析,知识付费整体态势增长,未来将呈现四个趋势,包括内容将会再次“细分”,垂直类型APP将增加;以专业内容主导的知识付费平台将面对更激烈的竞争,不专业的产品将陆续被淘汰;

伴随更多内容生产者加入知识付费行列,知识付费门槛将越来越高,平台内容的生产成本也将增加;更多内容生产的头部APP将加入付费功能,抢占市场利润。用户调研结果表明,用户偏好职场经验、教育学习方面的内容,对个人发展提升有帮助的内容关注度高。此外,参与调研的用户中,78%愿意为内容付费,但也会考虑价格因素,这些愿意付费的用户中有56%的人会从实际出发,根据内容和价格来考虑付费。

市场人士认为,只有内容来源更权威,用户则更为信赖。“信息爆炸时代,如果付费知识并没有比免费知识高明、独到很多,用户凭什么花钱买呢?”

罗振宇的罗辑思维完成B轮融资后,业界风传罗辑思维拟融资9.6亿元,虽然将在创业板上市很快被罗振宇出面否认,但不可否认知识付费的风口已经越吹越大。

不过,做知识付费,同样面临行业的复订率问题。《李翔商业内参》是一个典型案例,迫于复订率,在推出收费不到一年后就匆匆改为免费,还是回到了老路上,靠传统广告变现。

目前,豆瓣有传正在准备上市进程,只是外界看豆瓣都没有一套成熟的商业模式,豆瓣近来的一些举动,也的确是在为豆瓣的商业化寻找新的道路,像是豆瓣时间推出的北岛讲诗歌等,只不过更像是建立在兴趣之上的商业试探,更别提所谓的盈利预期。

有评论称,其实豆瓣上市最大的阻力,还是来自于豆瓣自己。豆瓣用户们所关注的内容、话题、兴趣,很容易给人一种文艺青年的标签化,文艺青年追求的是浪漫和情怀,而一旦上市追求的是商业利益和变现。知识变现如何避免成为了生意场,确实是摆在知识付费市场眼前的难题。

尼尔森绩效管理公司尼尔森10日发布的报告显示,中国第二季度消费者信心指数继续稳步增长至112点,较第一季度上升2个点,再创2013年第四季度以来的新高。

聚焦

中体产业控制权 转让再度流产

本报讯 记者 吴缵超 国家体育总局体育基金管理中心昨天称,中体产业控制权转让再度流产,体育基金管理中心隶属于国家体育总局,中体产业也是国家体育总局旗下唯一的上市平台。中体产业的控股股东国家体育总局体育基金管理中心在2014年8月22日曾公告称,转让所持中体产业公司全部股份工作,三年内完成,如今距离截止时间越来越近了。

去年底,中体产业就曾因体育基金管理中心筹划转让控股权而停牌。当时,体育基金管理中心公开征集受让方,并开出4个条件,受让方需设立三年以上,最近两年连续盈利且无重大违法违规行为;具有明晰的经营发展战略;具有促进上市公司持续发展和改善上市公司法人治理结构的能力;拥有优质资产,且需承诺在一定期限内注入中体产业。

今年2月9日,中体产业揭晓意向受让方名单:分别为乐视体育旗下公司乐体安鸿、中信集团控制的鹏星船务、刘益谦旗下的新理益集团,以及与国家体育总局业务联系密切的翔明体育。各意向受让方代表的各路资本行业跨度较大、地域分布较广,且持有的资产属于不同行业。不过,中体产业4月披露,由于在控股权公开征集过程中,意向受让方未能达到第一大股东国家体育总局体育基金管理中心的公开征集条件,未能产生符合条件的意向受让方。

在第一次控制权转让夭折之后,体育基金管理中心于今年6月再度公开征集控制权受让方,奥园集团成为唯一意向受让方,据披露,奥园集团有限公司成立于1998年,注册资本为11.1亿元,法定代表人为郭祥宁,经营范围为房地产业,结果还是流产。

中国消费者 信心指数创新高

尼尔森绩效管理公司尼尔森10日发布的报告显示,中国第二季度消费者信心指数继续稳步增长至112点,较第一季度上升2个点,再创2013年第四季度以来的新高。

尼尔森报告显示,中国消费者对个人经济状况和就业预期的乐观态度,以及消费意愿的提升,都拉升了第二季度消费者信心。其中,个人经济状况预期表现突出。尼尔森发布的数据显示,第二季度个人经济状况预期从一季度的66点跃升至69点。

尼尔森消费者信心指数衡量消费者的就业预期、个人经济情况以及消费意愿,消费者信心指数高于100为积极,反之则为消极。

据新华社电