

互联网创作者经济白皮书

©2022.8 iResearch Inc.



创作者经济可以理解为热情经济的子集，更加聚焦于互联网平台内容，指互联网内容创作者在创作工具、内容分发平台及一系列其他创作者相关服务的帮助下产生经济收益。



Web 1.0时代的内容创作特征：内容传播具有单向性，以平台创造、平台所有为主要特征；早期数字内容创作门槛高，创作者规模小，以专业人群为主。

随着用户创作需求的增长，用户已不单单满足于工具的使用，同时对文档、PPT、海报的模板和创意素材资源及其他相关服务的需求也不断增加，催生出一批提供相关专业服务的平台。



Web 2.0网站和应用的发展成熟让更多用户参与到互联网内容创作中，内容平台及创作工具赋能下，**互联网内容创作者规模持续增长**。

处理数字图像、音频、视频等内容的**数字创意类工具**伴随计算机的诞生和互联网的发展而持续迭代，在PC及移动端形成互为补充、多端互联的发展趋势。



全球范围内，头部企业及资本已展开针对创作者经济的多方布局，部分新兴服务及产品亦初露头角；**Web 3.0**关键技术发展驱动虚拟内容生产及消费，用户对**3D、虚拟内容创作工具及服务**的需求将进一步增长。

定义及研究范畴

创作者经济是什么？

- 本报告中的**创作者**一词指的是生产、拥有互联网内容，并向其他受众分发自己创作的内容的人。这些内容以文字、图片、播客、音频、视频、游戏等多种数字形式呈现。
- **创作者经济**可以理解为热情经济的子集，更加聚焦于互联网平台内容，指互联网内容创作者在创作工具、内容分发平台及一系列其他创作者相关服务的帮助下产生**经济收益**。当前阶段，互联网内容创作者主要通过社交媒体等平台分发自己创作的内容，积累粉丝，并通过品牌赞助、广告分成、付费订阅等模式获得收益。

零工经济与热情经济概念对比

	零工经济 <i>The Gig Economy</i>	热情经济 <i>The Passion Economy</i>
工作举例	滴滴司机、外卖员、接单设计师等	作家、独立软件开发者、插画师、私人教练等
变现模式	一次性交易，按次收费	在积累受众的基础上获得可持续的收入
服务内容	较为单一、商品化服务	富有创意的、丰富类型的产品和服务
软件解决方案	将服务者规范化、商品化的按需供给平台	注重服务者个性化、多样性的电子集市模式；服务者可使用SaaS工具经营个人的生意
服务者与消费者的关系	有限的消费者参与度和互动性	平台鼓励消费者与服务者的直接互动、建立忠诚度
收入增长杠杆	增加服务次数、服务时间等	扩大受众群体并为其提供差异化的产品或服务

创作者经济关键词



来源：Li Jin (2019), *The passion economy and the future of work*, 艾瑞咨询研究院编辑绘制。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

报告研究思路及关注重点

演进历程、核心参与者、运作模式及痛点、未来发展远景



B 核心参与者

创作者经济以创作人群为核心，与互联网平台、创作工具及服务共同促成互联网内容生态的繁荣发展和商业化共赢。本报告关注创作者经济下三大核心角色的发展变化、特征及关系。



D 未来发展远景

在目前互联网向着元宇宙愿景发展的趋势下，去中心化的创作者经济将是支撑元宇宙内容的基础。报告亦将关注未来互联网内容创作的发展趋势，对Web 3.0时代理想化的创作者经济模式进行展望。

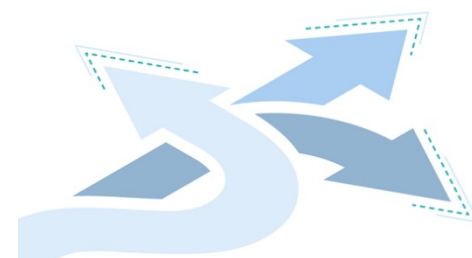


A 演进历程

创作者经济从互联网的发展演进中诞生，在不同的互联网发展阶段产生新的特征和变化，本报告以互联网的大致发展阶段划分，分析创作者经济的演进历程。

C 运作模式及痛点

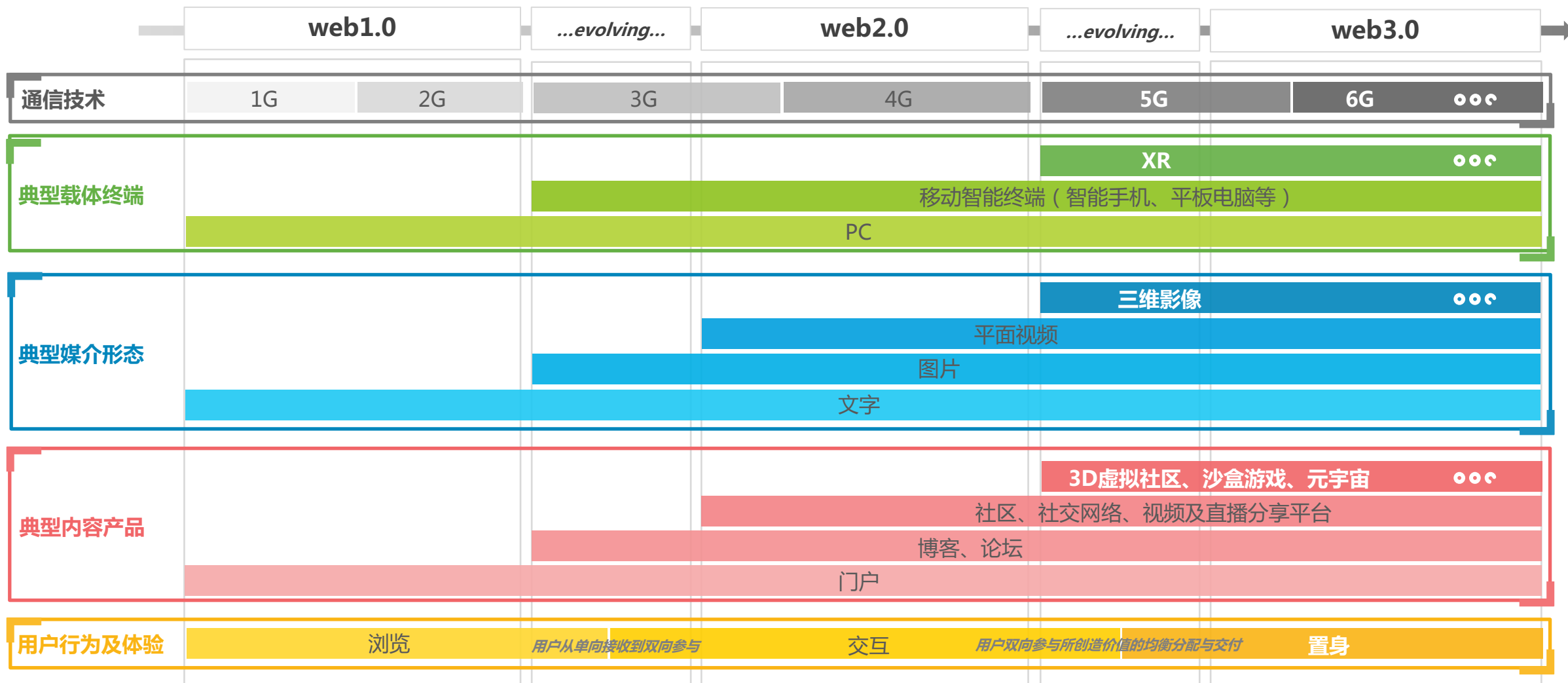
Web 2.0时代，互联网相关技术的发展孕育了各类创作内容发布平台、创作工具及服务，推动创作者经济蓬勃发展，而当前的运作模式下，仍有部分问题尚未得到解决，报告同时也将针对当前互联网特征下创作者经济面临的问题及未来能动性展开分析。



互联网内容市场发展阶段概览

信息互联网—注意力经济

价值互联网—生产力经济



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

01

Web 1.0时代的互联网内容创作

- Web 1.0时代的互联网平台及内容特征
- Web 1.0时代的内容创作工具及服务

Web 1.0时代的互联网平台及内容特征

信息经济时代：内容传播具有单向性，以平台创造、平台所有为主要特征

- Web 1.0这一概念直到1999年伴随Web 2.0术语的诞生才出现，指万维网发展的最早期阶段。最初的万维网为信息共享和交换而设计，这一时期，大多数网站为静态HTML页面形态，由Web管理员托管和维护，数据则统一托管在集中式服务器上。到1990年代末期至2000年初期，交互功能的出现为浏览器带来更多可实现的变化，同时伴随着服务器的升级、互联网连接速度的提升，互联网开始向Web 2.0阶段过渡。

Web 1.0时代的互联网及内容特征



Web 1.0时代的内容创作工具及服务

早期数字内容创作门槛高，创作者规模小，以专业人群为主

- 在互联网大规模普及之前，PC端的数字创意工具已经在一些专业领域广泛应用，如新闻媒体和电影电视行业中的摄影、摄像在PC端的数字化处理，工业领域的3D建模应用等，但整体而言产品专业性强，使用门槛高，用户类型较为局限，因此用户规模也相对较小。
- 在这一时期，大量借助图像处理、音视频处理和3D工具生产的内容尚未接入互联网，创作工具及服务对于互联网内容发展的推动作用相对有限，原因主要为：1) 互联网技术局限性，尚难以支持动态、大体量的内容；2) 互联网普及率较低，因此在使用工具进行数字内容创作的为数不多的用户群体中，会使用互联网上传、编辑和管理内容的用户则更少。

Web 1.0时代的PC端内容特征



Web 1.0时代的内容创作人群



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46718

