JIGUANG 极光 数据服务

知识付费的风口，谁飞得更高？

1 这一届的“知识付费”是什么？

知识付费并非新事物，在出版、教育和培训等领域，具有一定雏形，系统的知识认证、专业测试题库等标准化产品进行付费的模式，这些主要是被知识、此刻知识和工具这3类知识付费主要做知识付费，即将教育以付费方式获取一些以知能体系实践的动机，经验和体验等被个体自我认为有价值的标准化的知识产品。

2 软知识的分类

注：以下内容如果无特别说明，知识付费指软知识付费。

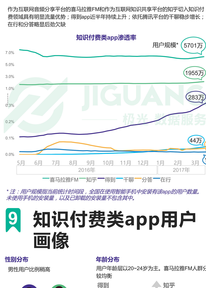
3 为什么知识付费会兴起

4 知识付费的供需双方

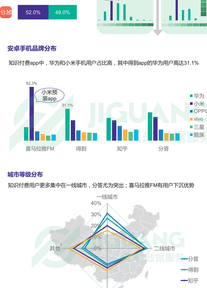
5 知识付费的发展进程

8 知识付费类app新增用户数

喜马拉雅和知乎的平台优势明显；得到app凭借《罗辑思维》IP和罗振宇等知识网红不断增加用户关注



6 知识付费产品的形式



7 知识付费类app渗透率

作为互联网信息分享平台的喜马拉雅FM和作为互联网知识共享平台的知乎和入知识付费领域具有明显流量优势；得到app近年来持续上升；依托腾讯平台的千聊稳步增长；在行和分答略显后劲无味

注：用户规模取自每月的平均值，全国范围内的智能手机中安装有app的用户数量，未使用手机的安装量，以及已卸载的安装量不包含其中。

9 知识付费类app用户画像

报告说明

1. **数据来源**
极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光APP平台进行对换数移动应用的长期监测，并结合大环境及其共享数据数据和第三方数据。
2. **数据说明**
知识付费类app 包括喜马拉雅FM、知乎、得到、千聊、分答、在行等多款app
3. **数据周期**
报告数据时间段：2016年01月～2017年01月
4. **报告数据说明**
极光大数据已建立相关指标体系，对各项数据分析进行分析建模和商业洞察，敬请期待

业务咨询请联系

极光大数据
数据改变世界
Kenneth
Tel：+86 135-0296-0066
Email: kenneth.tang@jiguang.cn