

期刊新媒体版

# 2018中国互联网知识服务产业趋势报告

联合出品

中国期刊协会数字期刊分会

百道新出版研究院

TOPKLOUT.COM  
自媒体价值排行及版权经济管理 克劳锐

 快知实验室

# 目录

## 1. 现状：新媒体与知识付费的兴起

互联网平台赋能媒体与内容  
知识付费兴起

## 2. 平台：超级平台与知识服务平台

生态级平台：赋能  
产业与工具平台：技术服务

## 3. 产品：知识产品与内容生产商

产品：专栏与小专栏  
产品：讲座课程与线上训练营  
产品：个人社区  
内容服务商：专注于内容  
期刊案例篇

## 4. 产业：知识付费热潮驱动产业变革

出版、教育、企业学习等产业变革  
互联网知识产品五大趋势

## 附录：知识产品与服务的分析工具

知识产品五设计要素  
知识产品矩阵  
知识商业画布



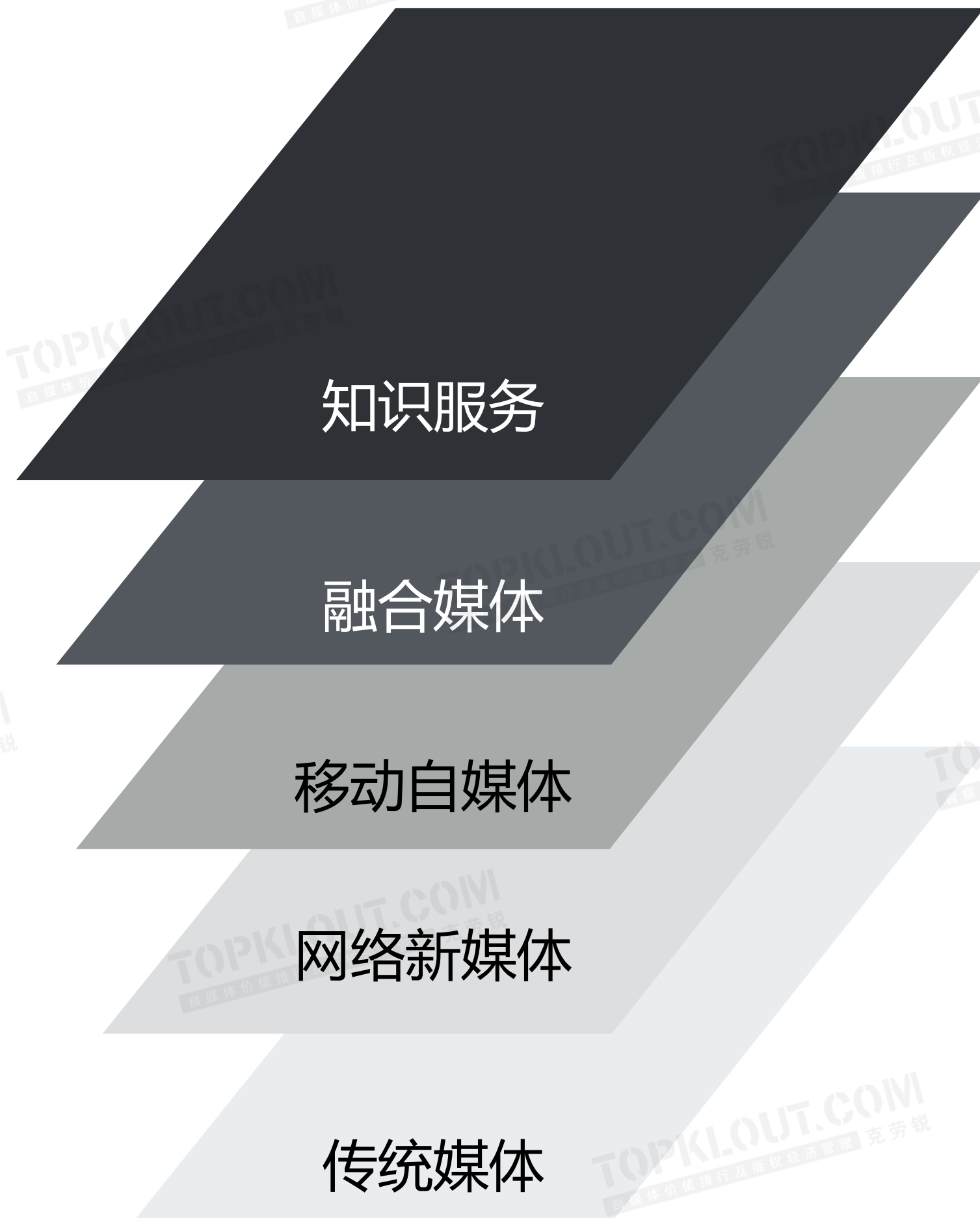
2018 中国互联网知识服务产业趋势报告 - 期刊新媒体版

# 现状：新媒体与知识付费的兴起

# 媒体的互联网演进：内容与业务

内容形式逐步数字化、融合媒体、个人化，业务形式从线下广告扩展到线上广告、社交广告、电商与知识付费

2018互联网知识服务产业趋势报告 - 期刊新媒体版



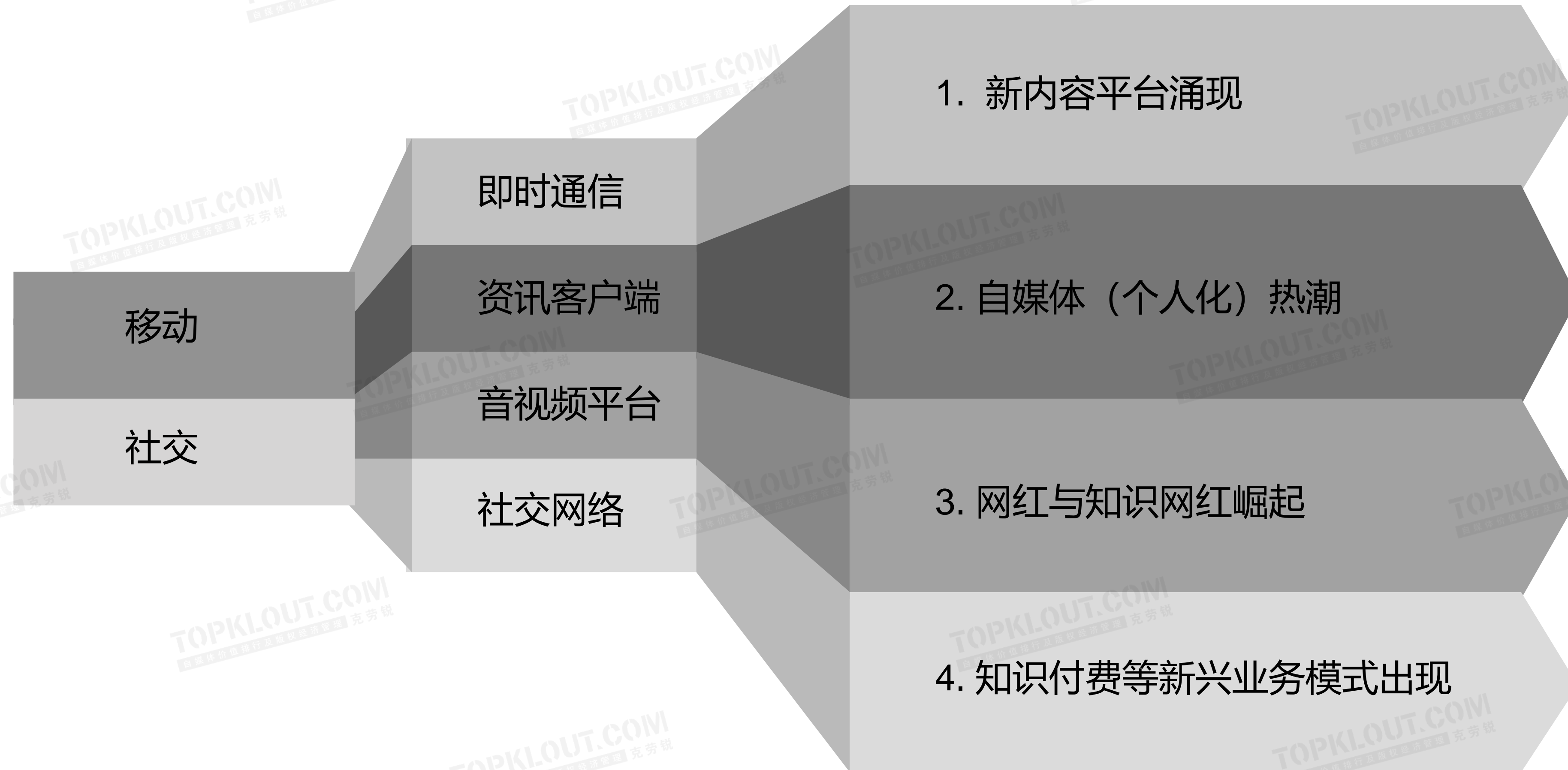
- 媒体内容 + 知识服务
- 视频音频 + 融合发展
- 两微一端 + 广告经营
- 媒体网站 + 广告经营
- 印刷期刊 + 广告经营



# 媒体演进的背后：从互联网到移动，从内容到社交

移动与社交两大趋势，推动自媒体平台与自媒体的发展，并在当下促成网红/知识网红、知识付费等新兴业务模式

2018互联网知识服务产业趋势报告 - 期刊新媒体版





# 互联网平台赋能媒体与内容

2018 互联网知识服务产业趋势报告 - 期刊新媒体版



# 主流期刊有广泛的微博社交影响力

主流期刊杂志有较丰厚的粉丝基础和社交平台影响力，入局知识付费使其“老颜换新生”

2018互联网知识服务产业趋势报告 - 期刊新媒体版



## 粉丝力

- \*平均粉丝数：229万
- \*平均活跃粉丝占比：27%



## 原创力

- \*原创博文占比：83.4%
- \*原创博文平均阅读数：近3000



## 传播力

- \*平均阅读数：6.7亿
- \*篇均阅读数：13万



## 互动力

- \*平均互动数：221万
- \*篇均互动数：558



# 案例

期刊自媒体运营



@三联生活周刊

- ◆ 微博粉丝：1296万
- ◆ 老牌杂志入局知识付费
- ◆ 推出中读APP；计划入驻微博V+会员



@时尚芭莎

- ◆ 微博粉丝：1030万
- ◆ 篇均阅读数达百万级
- ◆ 看好其内容和电商变现



@博物杂志

- ◆ 微博粉丝：897万
- ◆ 3/4的粉丝为活跃粉丝
- ◆ 首批开通微博V+会员
- ◆ 内置博物文创淘宝店，电商导购

数据来源：克劳锐指数研究院  
数据周期：2017.6.1-2018.6.30



# 主流自媒体平台体量

自媒体流量由聚集趋向分散，主流平台账号数量增长迅速，其他细分平台迅速崛起，多平台共生发展



## 微信公众平台

- ◆ 截至2018年1月，微信和WeChat合并月活跃账户数超过10亿
- ◆ 微信公众号总数突破2000万
- ◆ 公众号月活跃账号数达350万



## 新浪微博

- ◆ 截至2017年12月，微博月活跃用户达到3.92亿
- ◆ 全年微博月活用户净增长7900万
- ◆ 月均阅读量大于10万用户突破30万



## 今日头条-头条号

- ◆ 日活跃用户高达1.2亿
- ◆ 活跃头条号超过80万个



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\\_38295](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38295)

