

2017
TOPKLOUT

自媒体知识付费行业研究报告



内容简介

《2017自媒体知识付费行业研究报告》从用户付费的养成、已付费用户画像、未来付费发展趋势三个方面重点剖析用户付费行为。报告通过对2000名用户的数据调研，以及对微博、微信、今日头条、优酷、秒拍、一直播、喜马拉雅等多个平台的数据采集，对当前自媒体行业付费情况进行分析。

《2017自媒体知识付费行业研究报告》希望通过对内容付费行业现状进行分析，对已付费用户画像及消费偏好做客观数据分析，为自媒体人、企业、广告主和投资机构实现内容变现提供参考。

目录

CONTENT

01

付费行业现状分析

音频变革，催生内容付费产品

新工具应运而生，推动内容付费发展

自媒体人付费尝试，IP内容付费爆发

回归优质内容，直播平台探索内容付费模式

02

用户画像及消费偏好分析

58.9%的用户有过付费行为

一线城市用户更愿意为知识付费

专业深度性内容吸引自媒体用户付费

医疗、金融领域用户打赏率较高

付费行为的最终目的在于增强社交表达

03

内容付费趋势

内容付费常态化

垂直领域内容付费爆发

音频逐步成为付费内容分发的渠道

内容付费IP版权化

基本条件不断完善，助力内容付费行业快速发展



技术创造内容付费新机遇

移动支付普及，支付渠道多样，降低了内容付费的技术门槛；同时，VR、新媒体平台技术的发展，不仅有效的扩大了自媒体内容的覆盖面，实现自媒体内容的可视化发展，更是创新了自媒体的内容付费形式。



版权保护意识增强，收入可观

随着用户版权保护意识的增强，内容版权交易开始愈发规范，整体版权环境得到改善；同时，由于版权收入可观，版权变现吸引力大，内容版权付费将进一步推动版权交易的规范性。



专业细分内容，凸显内容价值

互联网的信息泛滥，导致内容价值被低估，而自媒体细分内容领域，内容专业性强，个性化知识服务价值得以凸显；同时，内容表现形式及传播渠道的丰富性，增强用户的付费意愿。



付费阅读习惯开始养成

伴随着基本消费水平的升级，用户的消费习惯和消费方式发生改变，尤其自媒体的发展推动用户形成新的阅读习惯和消费习惯，部分用户已经有为优质内容付费的行为，且文化消费比例逐步提高。

音频变革，催生内容付费产品

细分领域最受欢迎付费产品NO.1



喜马拉雅FM

123 知识狂欢节

大咖精品课程5折 仅限今日

| |
|------------------------|
| 商业智慧：孙宇晨《财富自由革命之路》 |
| 音乐学堂：龚琳娜《跟着龚琳娜唱歌》 |
| 个人成长：叶武滨《时间管理10堂课》 |
| 有声书：黄磊《七堂极简物理课》 |
| 人文新知：梁冬私房笔记：庄子的心灵自由之路》 |

喜马拉雅FM 《“123知识狂欢节”》

喜马拉雅作为知识网红的第一平台，目前有马东、吴晓波、龚琳娜、华少、乐嘉等**2000位**知识网红和超过**10000节**付费课程，涵盖商业、外语、音乐、亲子、情感、有声书等**16个**类目。

2016年6月喜马拉雅开始尝试付费业务，12月3日举办了国内首个内容付费节“123知识狂欢节”，当天最终销售额达到**5088万元**；上述销售成绩也让喜马拉雅FM代表知识消费首次登上App Store畅销排行榜**Top5**。

数据来源：公开资料整理

喜马拉雅付费音频主播10强



| 排名 | 主播 | 课程 | 播放量(万) |
|----|--------|---|--------|
| 1 | 米果文化 | 《好好说话》《小学问》 | 3841.4 |
| 2 | 蒙曼老师 | 《蒙曼品最美唐诗》 | 865.1 |
| 3 | 吴晓波 | 《每天听见吴晓波》 | 793.9 |
| 4 | 耶波 | 《一声不可错过的唯美诗词》《蒙曼千古最美情诗》 《百家讲坛吴波讲读唐国昌白莲十二卷》 《温情福利版·蒙曼千古最美情诗》 | 778.7 |
| 5 | 湖畔大学 | 《湖畔三板斧》 | 706.5 |
| 6 | 声音教练徐洁 | 《如何练就好声音》 | 703.5 |
| 7 | 田艺苗 | 《古典音乐很难吗?》 | 681 |
| 8 | 孙宇晨 | 《财富自由革命之路》 | 587.9 |
| 9 | 张德芬 | 《张德芬修心课：一年的心灵自由之旅》 | 425.8 |
| 10 | 卓老板聊科技 | 《卓老板聊科技 第二季》 | 392.5 |

数据来源：喜马拉雅FM
数据周期：截止到2017年4月10日

截止2017年4月份，喜马拉雅FM付费音频主播TOP 10年收入均在**千万级**及以上，精品音频内容变现已初具规模

数据来源：克劳锐指数研究院
数据周期：截止2017年4月10日

新工具应运而生，推动内容付费发展



小鹅通

数据来源：网络公开资料整理
数据周期：截止到2016年12月

大事件

2017年4月11日，小鹅通3.0发布

自媒体工具

微信平台知识付费工具、微信端的营销工具、各平台同步工具、后台监控工具

市场份额

截止到2017年4月，总注册自媒体有3000多家，正式使用用户达1000多家。



知名用户

使用小鹅通升级的《十点课堂》，付费用户已超过11万名

使用小鹅通打造的《每天听见吴晓波》，付费用户已达近9万名

联合小鹅通推出的付费专栏《小时空修心课》，付费用户近3万名

干聊号称“一款基于微信最好的直播工具”

定位：语音直播平台，致力打造知识内容平台

用户：9000万+用户，60万+讲师，54000万+分钟课程

收费直播：收费+学员管理+学员数据分析，提供全套付费直播的解决方案

数据来源：网络公开资料整理
数据周期：截止到2017年3月31日



干聊直播

自媒体人付费尝试，纷纷输出原创优质内容



原创内容付费尝试

Spenser，专栏作家，微信公众号粉丝60万，文章“没事别想不开去创业公司”引发大规模传播和讨论，获得了**200万+**的阅读量。2017年2月，Spenser发布《15天写作技能升级》在线课程。在2天内收到**4000+**的用户付费，营收**¥2,000,000**以上，并掀起了一阵互联网写作热潮。

在变现方式上，Spenser不仅通过视频课程等形式实现内容付费，更充分利用直播工具等实现内容付费，付费渠道多元化发展。

数据来源：公开资料整理

个人付费自媒体转向付费平台



产品形态

视频课程为主，音频课程为辅

主题定位

心理学\职场\技能\兴趣\生活美学

导师选择

大咖导师和技能达人

推广矩阵



粉丝

1600万

60万

150万

100万

70万

十点读书之付费战略

十点读书整体内容创作定位于通过推荐好书、美文、电台、美学文章等，去满足用户

情感慰藉和阅读需求，它不仅仅通过广告，由高等渠道变现，知识付费也是其变现

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_38306

| 排名 | 课程导师 | 课程主题 | 订阅人数 | 播放量 |
|----|------|------------------|------|-------|
| 1 | 刘轩 | 教你巧用心理学，过更有效率的人生 | 8.5万 | 62.6万 |
| 2 | 李慧伦 | 不将就！女生快速上手的眉眼必修课 | 4.3万 | 53.4万 |
| 3 | 李筱懿 | 脱颖而出，12堂优质女人成长课 | 4.3万 | 38.2万 |
| 4 | 简七 | 听简七说理财，给小白的极简理财课 | 2.9万 | 63.5万 |
| 5 | 杨萃先 | 杨萃先的职场36计 | 2.4万 | 52万 |

十点读书付费课程订阅Top5

截止2017年4月份，十点读书整体付费用户量达**30万人**，跟十点读书

