

破茧新生

中国泛知识付费市场专题分析2019

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据能力



目录

CONTENTS

01 

泛知识付费产业发展环境

02 

泛知识付费产业发展现状

03 

泛知识付费产业价值分析

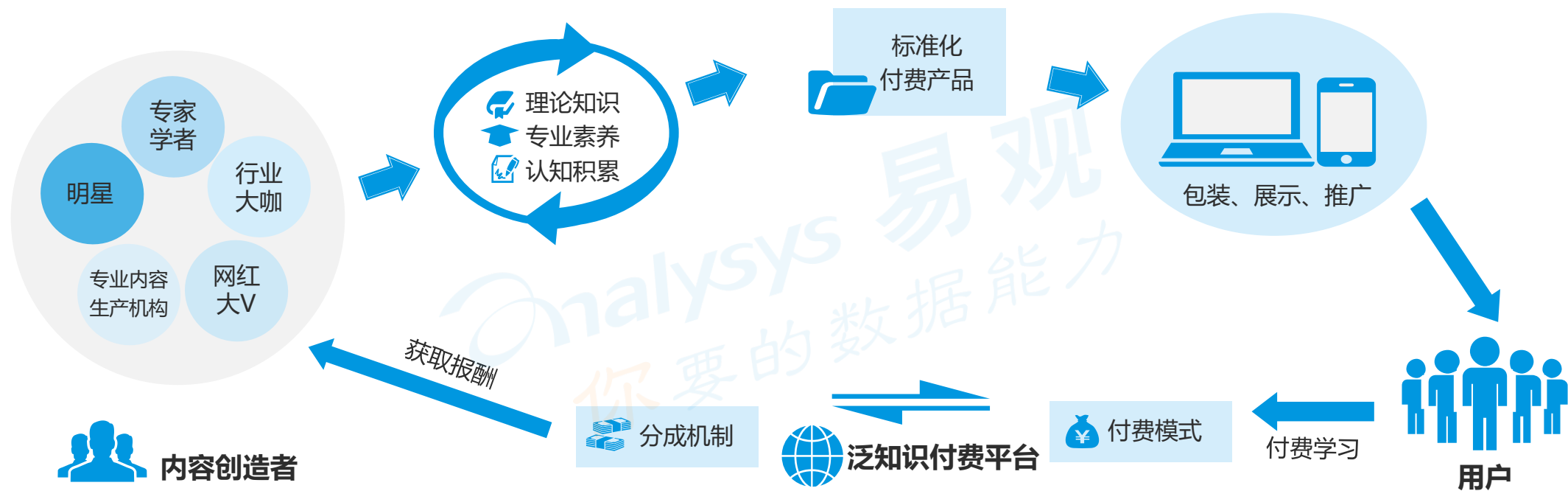
04 

典型泛知识付费企业发展布局

05 

泛知识付费产业发展展望

| 定义：泛知识付费是泛知识的内容产品化与商业价值转换过程



本分析内容中定义的泛知识付费

泛知识付费的本质是将知识和信息包装成产品和服务的行为，在这个价值转化的过程中，**内容创作者**，**泛知识付费平台**以及**用户**三个因素相互协同和影响，获得自身需要的资源 and 价值。

产品形态：图文，音频和视频构建泛知识付费产品矩阵



图文

图文是最早的泛知识付费形式，主要产品形态有**文学，漫画，资讯**等



音频

音频是当前发展较为成熟的泛知识付费形式，主要产品形态包括**音频内容**和**有声书**等



视频

视频泛知识付费起步较早，主要以**视频课**的形式出现

音频内容是当前泛知识付费领域的主要媒体形式

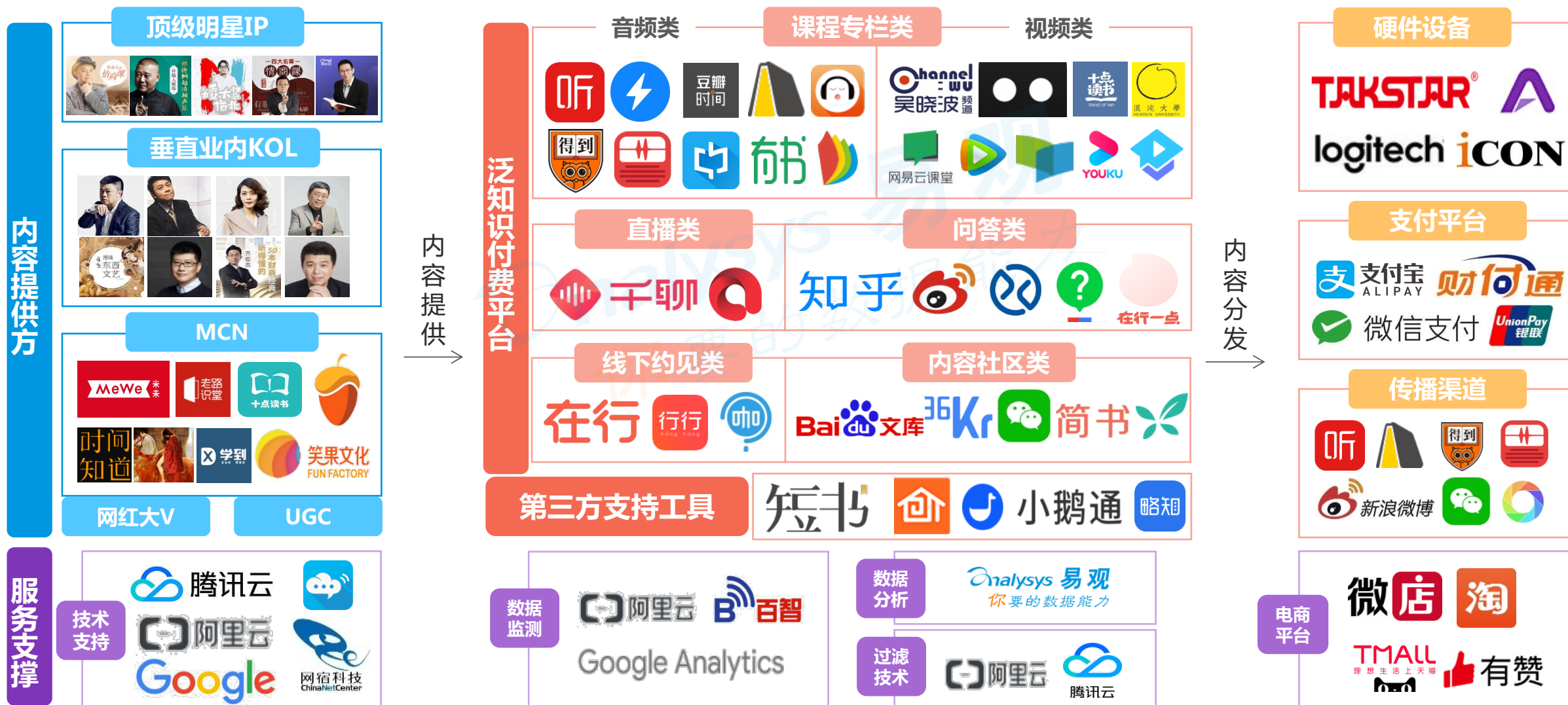
在快节奏的现代生活中，用户更习惯在伴随性场景下使用知识泛付费内容，

由于音频内容独有的伴随性特征，喜马拉雅，得到，樊登等音频平台在泛知识付费领域做出了最为深入的探索

本分析内容将以音频平台的泛知识付费为基础，展现泛知识付费产业的全貌

产业版图：泛知识付费产业链

政策监管（广电总局、网信办、中国版权保护中心、文化局执法部门等）



商业模式：用户付费和广告收入共同构建泛知识付费营收体系

- 当前泛知识付费行业的用户付费体系已经较为完善，分别来自用户端和企业端的收入共同保障行业健康快速发展



PART 1



泛知识付费产业发展环境

© Analysys 易观

www.analysys.cn

政策推动：内容管控愈发严格，独家优质内容价值愈发重要

2016.3

“十三五”规划指出：要实施严格的知识产权保护制度建设知识产权运营交易和服务平台，建设知识产权强国



2017.5

《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》加强网络侵权盗版治理，严格新闻作品转载使用，将新型传播方式纳入版权监管范围



2018.7

“剑网”2018重点打击网络转载版权和重点领域版权，其中就包括泛知识付费领域，市场环境进一步得到了净化



2019.7

“剑网”2019特别强调“深化媒体融合发展版权专题保护”，对内容版权保护的规定进一步细化



2016.11

《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》加大知识产权侵权行为惩治力度，探索建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度



2017.7

“剑网2017”对网络版权市场进行更大规模，更深层次监管

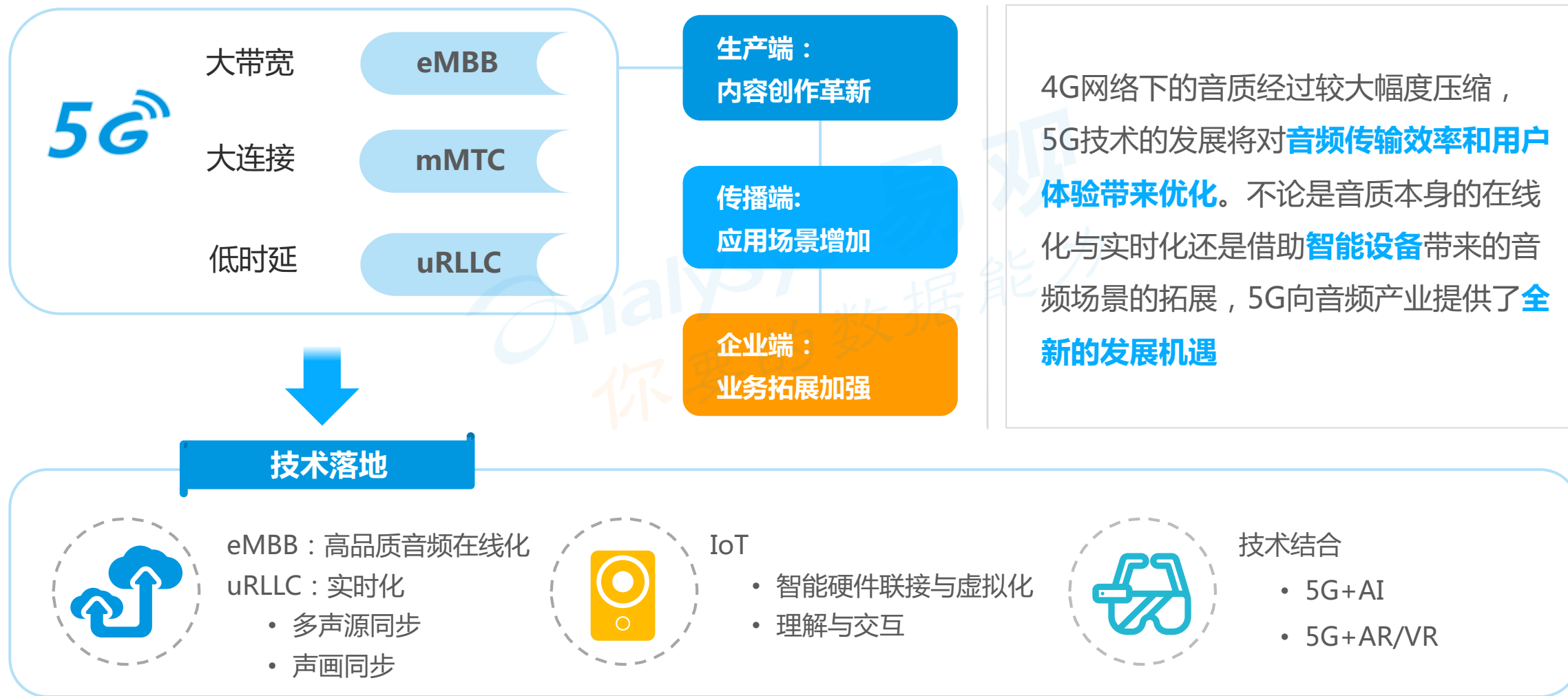


2019.6

网易云音乐等产品遭遇下架处罚，内容管控力度进一步加强



技术保障：5G三大应用场景技术落地，付费内容质量提升



付费意愿支持：多数受访者愿意为高质量的内容付费

- 内容质量在付费决策中最为重要，价格不是内容付费的决定性因素

观点认可度调研：

如果内容质量让我满意，我愿意为内容付费



全部受访者

63%



本科以上学历人群

75%

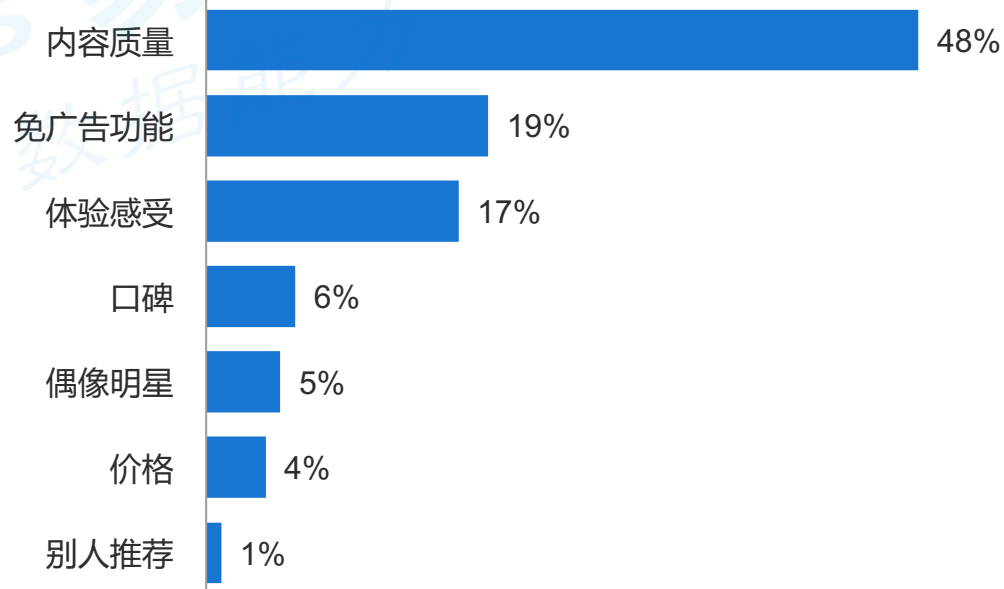


家庭月花费
高于1万元人群

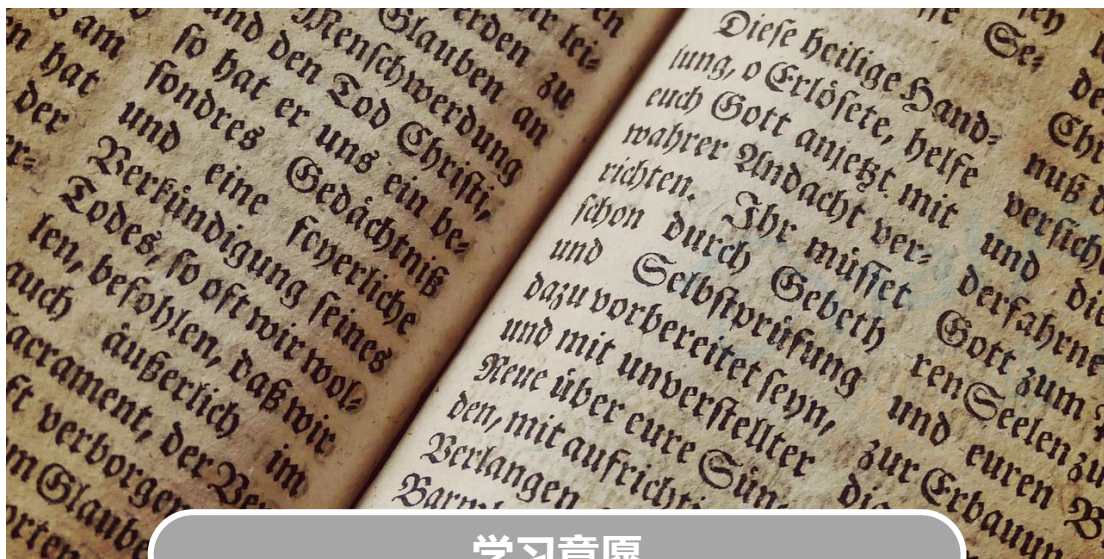
77%

用户调研：

内容付费决定因素分布（单选）



用户需求指引：高涨的学习意愿和需要填充的碎片化时间



学习意愿

在当下这样一个信息爆炸的时代，越来越多的用户，尤其是高消费能力用户希望不断更新知识，以适应快速变化发展的社会环境对自身提出的要求



碎片化时间

随着传播技术的发展，人们有条件在大量碎片化的时间内进行信息的接收，大量需要被有效利用的碎片化时间同样将会推动泛知识付费平台的发展

PART 2



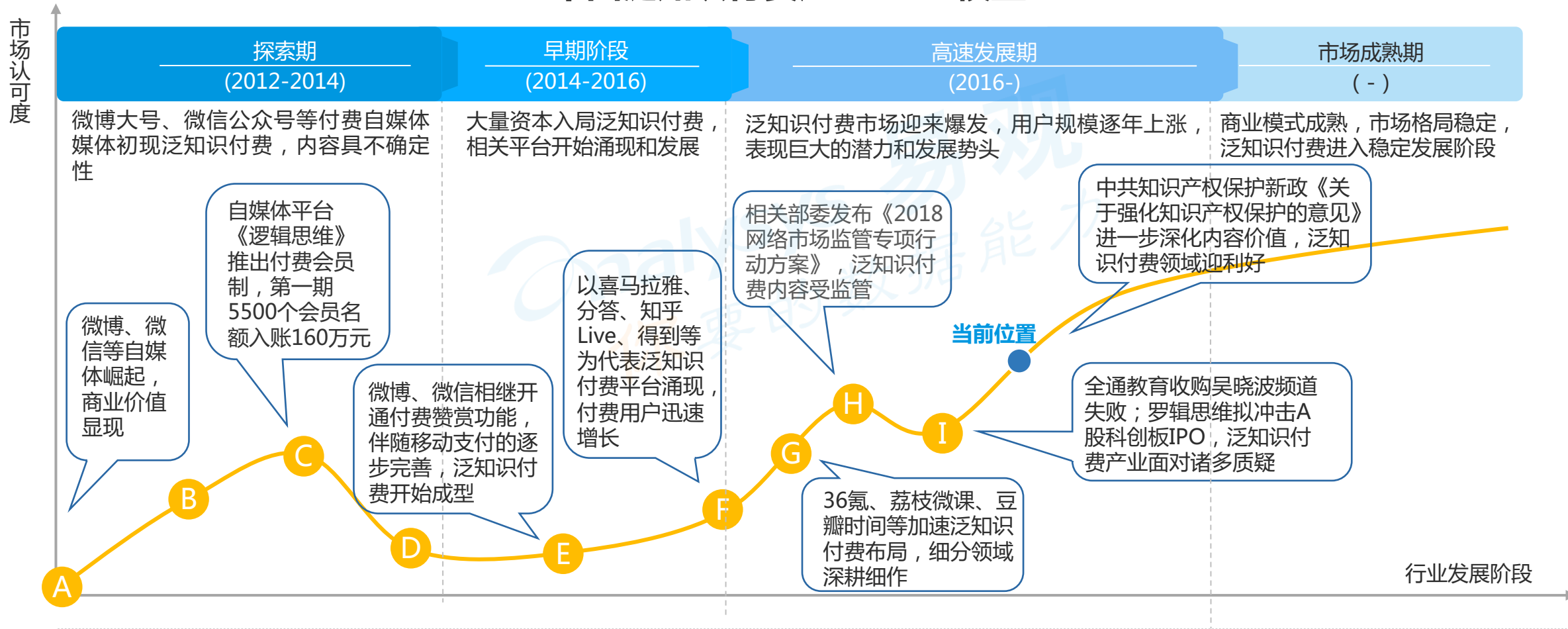
泛知识付费产业发展现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

概览：泛知识付费进入高速发展期

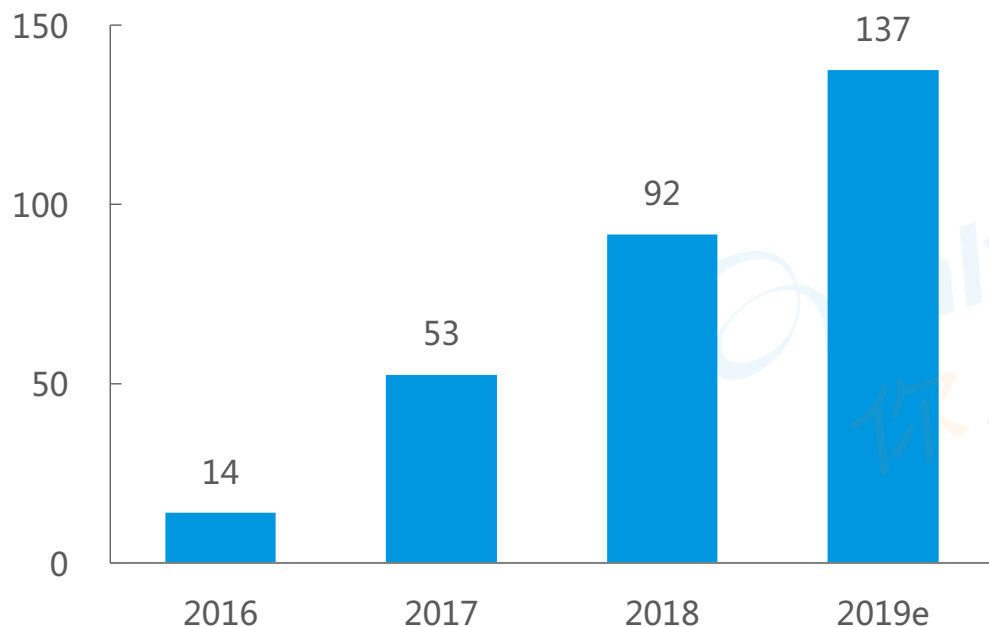
中国泛知识付费产业AMC模型



整体趋势：泛知识付费产业用户和收入规模持续上升

2016-2019年中国泛知识付费市场规模

■ 亿元人民币

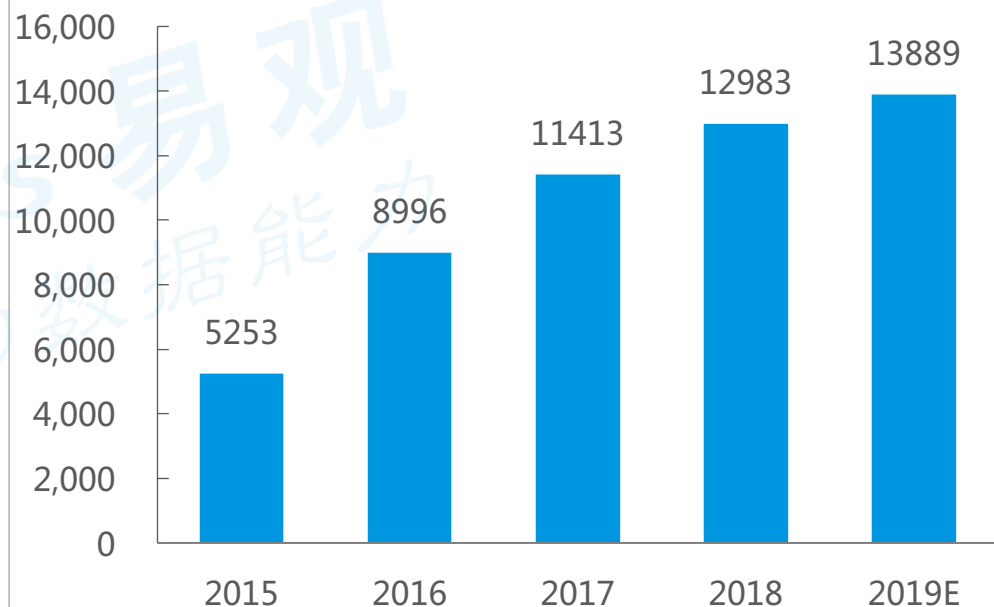


©Analysys 易观·公开数据和企业访谈结果综合计算得出

www.analysys.cn

2015-2019年中国泛知识付费产品用户规模

■ 用户规模 (万人)



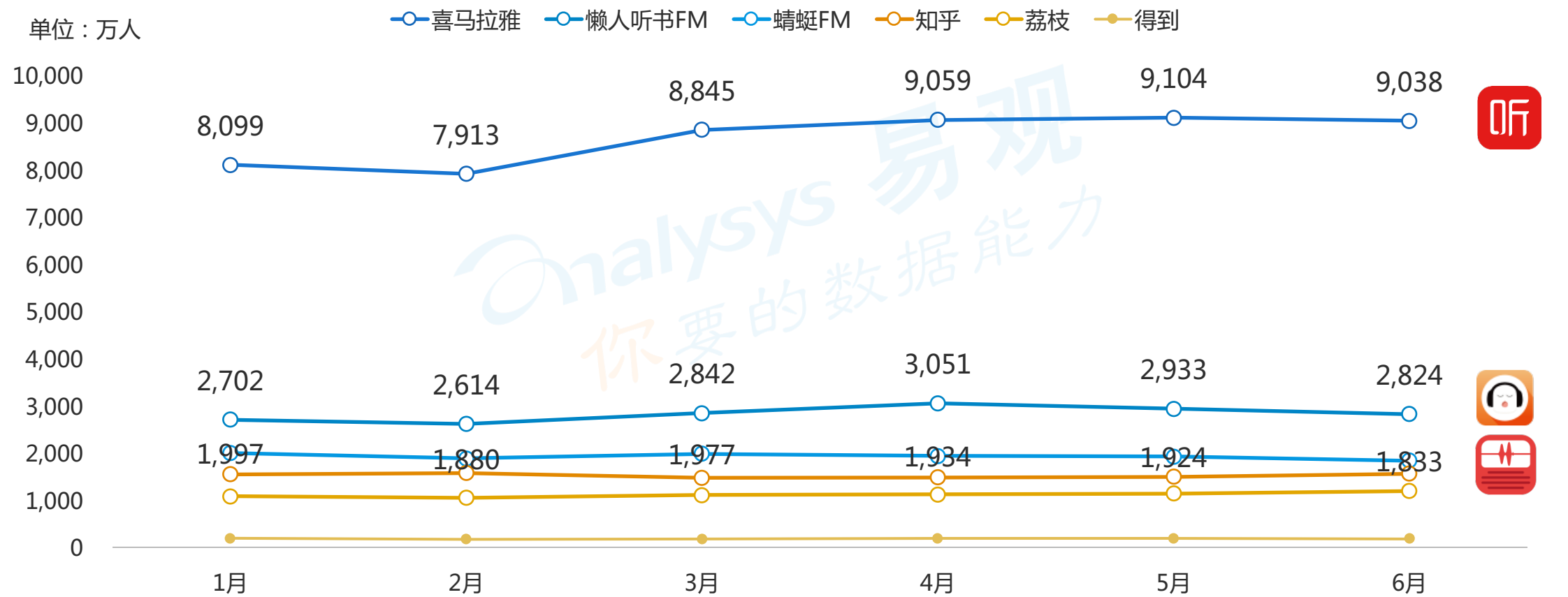
©Analysys 易观 基于易观i道返数据，通过综合计算得出

www.analysys.cn

- 泛知识付费产业规模持续增长，泛知识付费产业正走在快速发展的轨道上
- 与此同时，中国泛知识付费产品的用户规模自2015年起同样实现了快速增长，预计到2019年底，泛知识付费平台用户规模将接近1.4亿

竞争格局：重点泛知识付费平台用户规模保持平稳

2019年重点泛知识付费平台月活跃用户量变化



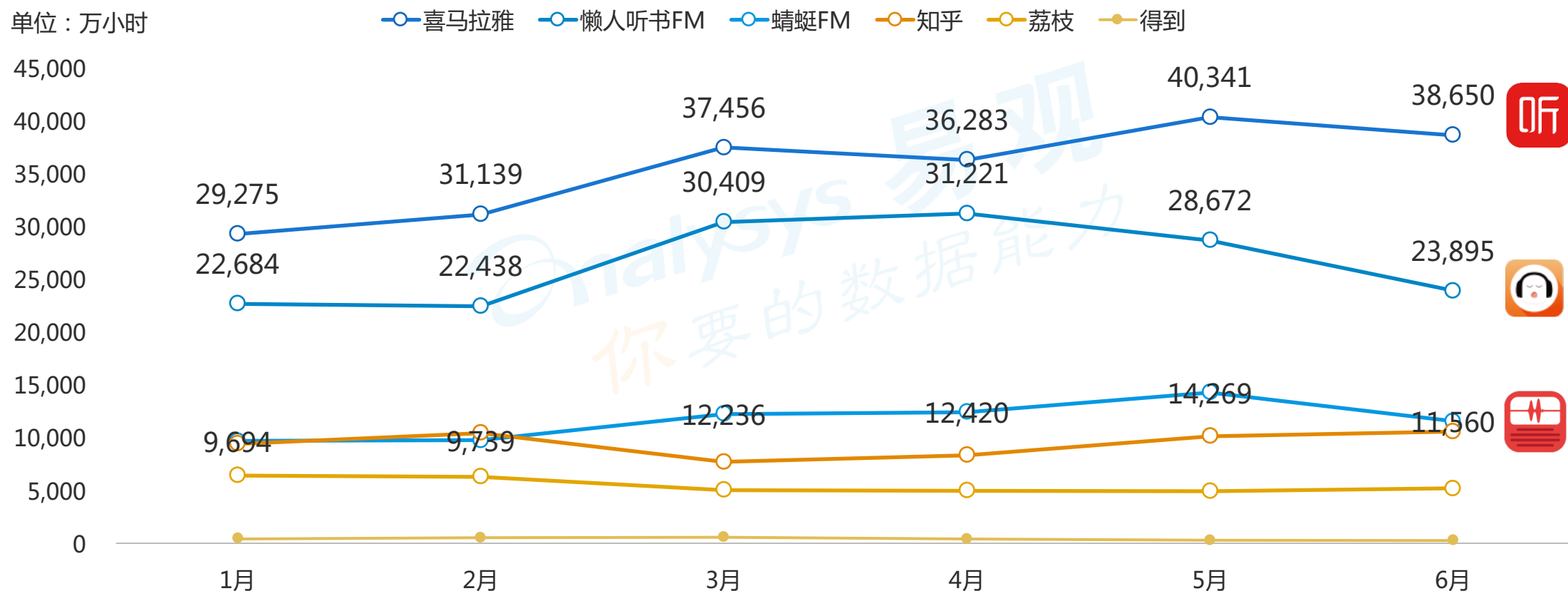
© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

竞争格局：喜马拉雅每月用户使用时长提升显著

2019年重点泛知识付费平台月使用时长变化

单位：万小时



© Analysys 易观 · 易观千帆

www.analysys.cn

竞争格局：各泛知识付费平台发展成熟度情况

用户规模



喜马拉雅MAU接近1亿占据优势，得到和樊登用户规模较小

内容数量



喜马拉雅，懒人听书和蜻蜓内容储备差距不大，得到和樊登的特色在于对知识内容的加工

变现能力



得到和樊登的会员付费模式变现能力较强，在用户规模较小的情况下保持了可观的收入

内容生态完整度



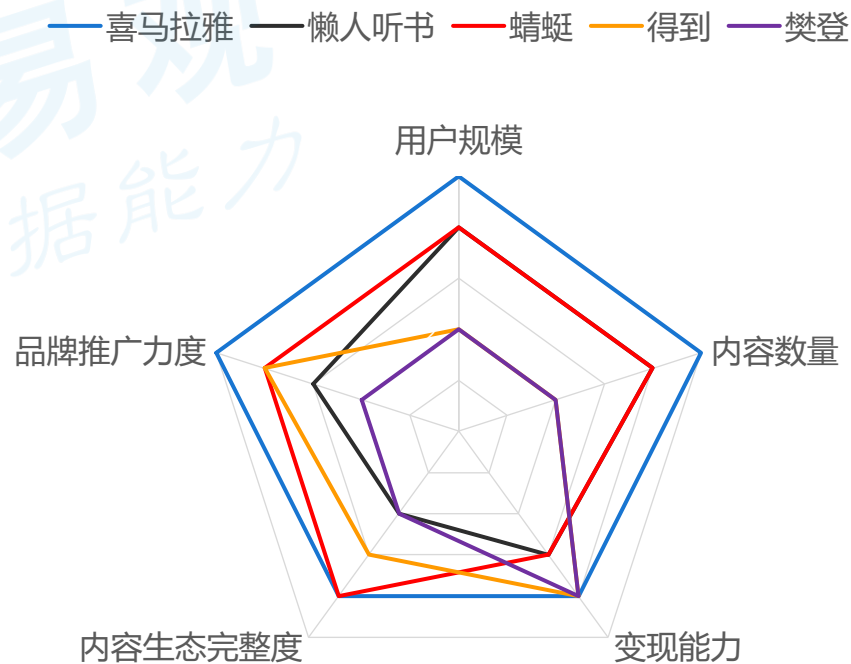
喜马拉雅依托自有硬件平台进行全场景生态的开发，蜻蜓重视与外部企业合作上，同样取得了较好的效果

品牌推广力度



喜马拉雅走在中国移动互联网品牌营销水平的前列，通过多渠道的曝光提升品牌形象的维护和升级

2019主流泛知识付费平台发展成熟度*分析



*发展成熟度评分以易观千帆用户为基础，综合行业动态和企业访谈内容进行综合评估得出

发展特征：技术进化为泛知识付费内容提供更大平台

5G时代泛知识付费内容正在迎来更多使用空间



更多使用场景



晨间



通勤



亲子活动



寝前



更多接收设备



智能手机



车联网



可穿戴设备



智能家居

发展特征：泛知识付费平台提供多样会员服务拓宽营收渠道



樊登

- 每周一本新书解读
- 知识超市课程优惠

内容权益

非内容权益

- 签到积分翻倍
- 商城专属代金券

主推会员模式，内容质量高



喜马拉雅

- 13000+有声书免费听
- 2500+大咖专栏免费听
- 精品大咖专栏优惠购买

内容权益

非内容权益

- 商城专属代金券
- 免广告
- 尊享标识

规模大，2019年底预计突破1000万



得到

- 电子书专属会员
- 听书专属会员
- 精选书单服务

内容权益

非内容权益

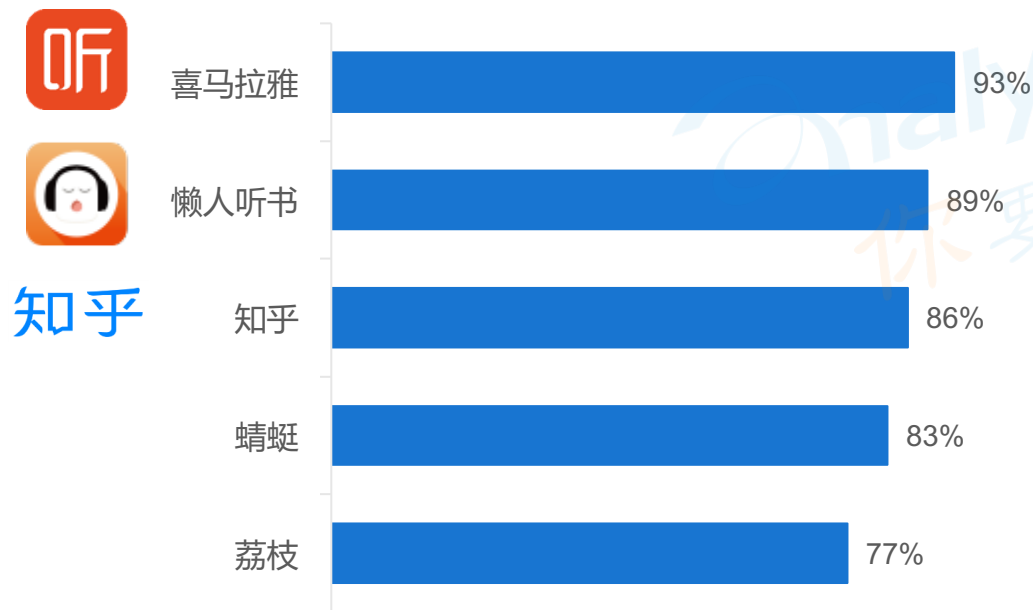
暂无

价格低廉，针对性强

发展特征：用户对泛知识付费会员满意度高，付费意愿强

- 调研结果表明，泛知识付费用户对当前平台提供的服务较为满意，同时具有较高的付费意愿
- 用户态度上看，行业整体会员服务水平较为接近；付费意愿方面，老牌音频平台喜马拉雅和懒人听书会员用户平均付费水平较高

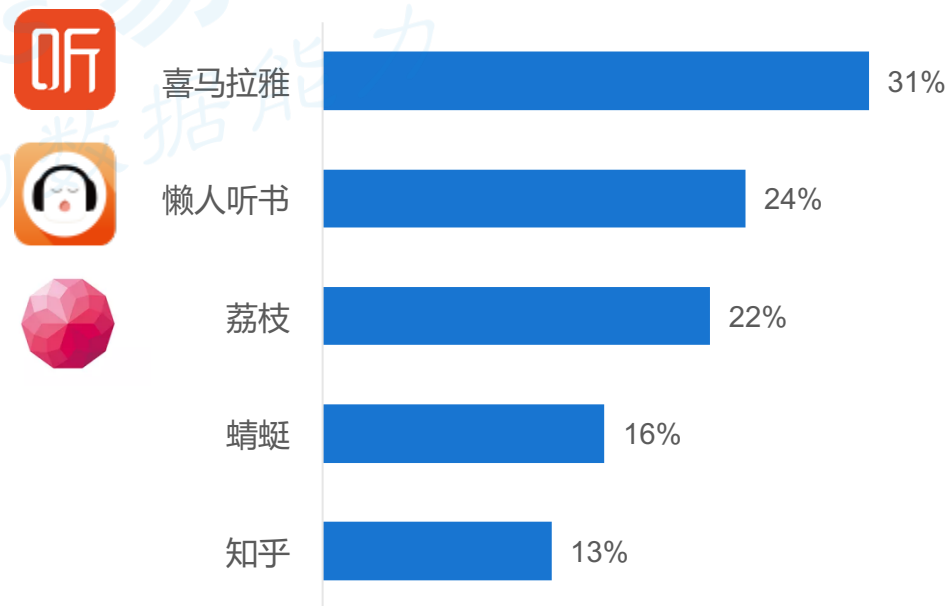
典型泛知识付费平台会员满意度



© Analysys 易观 调研数据整理 n=1000

www.analysys.cn

典型知识付费平台 平均每月付费超过30元会员用户比例



© Analysys 易观 调研数据整理 n=1000

www.analysys.cn

发展特征：泛知识付费内容领域内容愈发多元

- 除了传统意义上的泛知识付费课程外，**有声剧**，**评书**等形式的付费内容正在受到越来越多用户的欢迎
- 爆款小说**和**热播剧集**的有声化内容开始成为泛知识付费内容的创作源泉，内容来源更加多元，更加紧随潮流
- 传统知识付费内容之外，**有声书**和**音频直播**正在逐渐成为泛知识付费领域的有效扩充



2019喜马拉雅最受欢迎点播内容TOP10

蔡康永的201堂情商课
《红楼梦》全本有声剧
郭德纲超清经典相声集
不一样的新概念英语
米小圈上学记·四年级
谢涛有声历史剧：三国到明清
窦神来了：经典文言文精讲
单田芳《隋唐演义》
少儿英语启蒙课·牛津树
读者

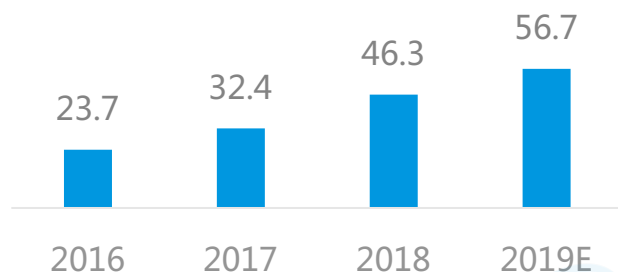
2019喜马拉雅最受欢迎有声书TOP10

摸金天师
明朝败家子
史上最强赘婿
魔道祖师
山海秘藏
我修的可能是假仙
斗罗大陆
斗破苍穹
平凡的世界
长安十二时辰

内容多元：有声书市场迎接广阔前景

市场发展迅速，未来前景广阔

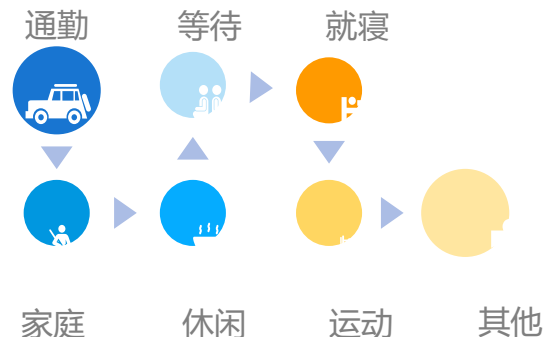
中国有声书市场规模及预测(亿元人民币)



市场积累的存量，数字阅读的发展，以及内容付费的兴起为有声书的发展奠定了市场基础

碎片化场景逐渐增加

- 碎片化时间发展趋势愈发明显
- 声音的伴随性带来特定场景下的绝对优势

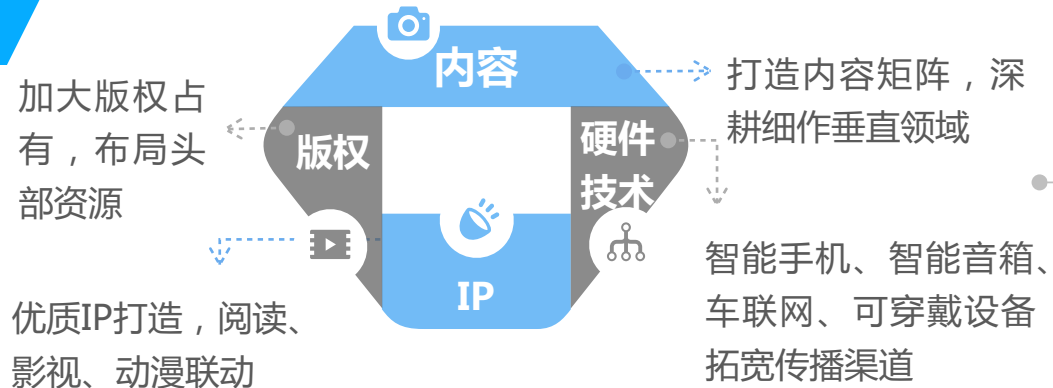


各平台有声书内容百花齐放

喜马拉雅为代表的**音频平台**有声书业务发展最为成熟



完善产品体系助力有声书变现



内容多元：新商业模式助力平台和主播，打造直播营收生态



流量互惠



价值互惠



收入互惠

喜马拉雅为代表的泛知识付费平台通过流量支持计划，使优秀主播得到更多机会的曝光，同时优质主播为泛知识付费平台带来新流量

泛知识付费平台为主播提供多种多样的培训计划，提升主播的价值；同时主播素质和能力的提升也将提升平台的价值

平台为主播提供可观的收入，访谈数据显示，2019年1-10月，主播从喜马拉雅获得分成已超过11.5亿；课程销售直播的新商业模式帮助蕊希，王斌等头部主播单场直播销售额超过100万，远超传统售卖方式获得收入的速度

*数据来源：企业访谈

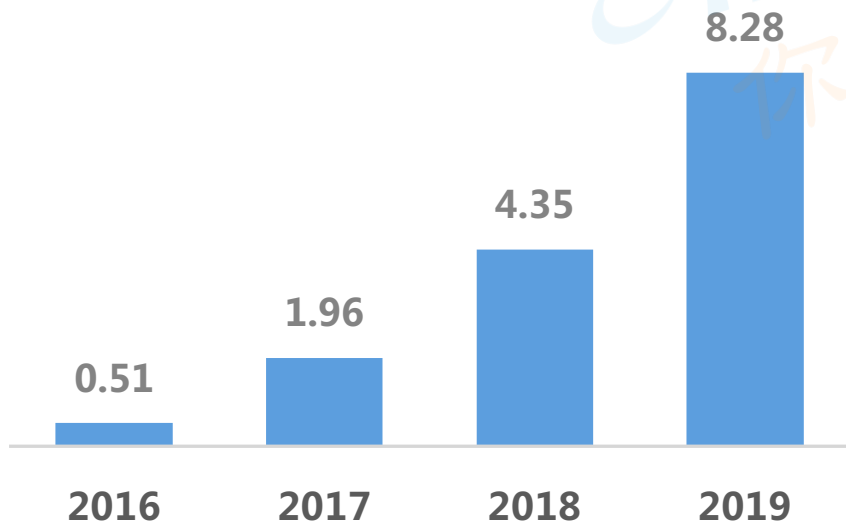
发展特征：用户付费意愿加强，喜马拉雅123狂欢节助推新消费

- 2016年12月3日，喜马拉雅创立了泛知识付费营销节日“123”知识狂欢节，由此泛知识付费行业拥有了属于自己的营销节日
- 经过4年的发展和进化，2019喜马拉雅“123”知识狂欢节在各项指标上实现了明显的增长，用户对音频付费内容认可度越来越高，成功将内容消费植入用户心智，助推新消费趋势。



历届喜马拉雅123内容消费总额

■ 单位（亿元人民币）



2019喜马拉雅知识狂欢节



收入较去年
提升90%



首次付费用户
占比25%



90后和Z世代消费
占比46%

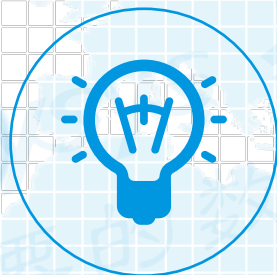


付费内容
200万+条



新付费内容数量
提升45%

PART 3



泛知识付费产业价值分析

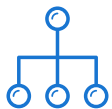
© Analysys 易观

www.analysys.cn

泛知识付费的核心是服务，同时具备多层次的积极意义

泛知识付费绝不等同于贩卖焦虑

近年来，泛知识付费产业快速发展的过程中出现了内容质量良莠不齐的问题，泛知识付费等于贩卖焦虑的质疑至此喧嚣尘上，而随着泛知识付费的发展愈发成熟，内容市场也重新焕发了生机，泛知识付费产业的真正价值也正在被越来越多的用户所重新认知



01

对社会

响应国家政策
提升全民素质



02

对内容企业

实现内容变现
助力战略升级



03

对创作者

提供稳定收入
开发自身价值



04

对用户

获取优质内容
提升筛选效率

泛知识付费对全民阅读战略的保障作用



优质内容筛选

泛知识付费的本质在于**内容筛选**，
泛知识付费平台为读者提供**知识解读和筛选的服务**



降低优质内容的使用门槛

泛知识付费产业从**渠道和效率**两个方向降低优质内容的使用门槛



提升全民素质

泛知识付费使用户**更便捷，更有效率地获得知识**，
打破了用户阅读和理解能力的限制，有效助推了全民阅读的战略，**为实现全民素质，创造美好生活的目标提供了更多的可能**

泛知识付费对就业市场的推动作用



声音主播带来就业机会

声音主播成为新职业，新兴行业的特征为**应届毕业生**提供更大舞台；**残疾人**同样活跃在泛知识付费就业市场中，泛知识付费产业正在为社会创造着越来越重要的价值



头部主播MCN化

目前，泛知识付费头部主播已经实现了100% MCN机构化，**创造了至少30万新就业机会**

| 对内容平台：泛知识付费为平台价值提升，帮助打造精品社群

直接变现之外，泛知识付费业务对内容平台还存在众多衍生价值



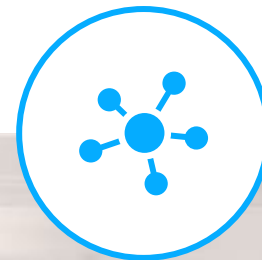
平台价值提升

泛知识付费内容拥有**高质量的用户群体**，通过泛知识付费业务的开展，平台价值将得到提升



精品社群培育

泛知识付费内容将会有助于平台培养**高质量的用户社群**，对专题内容的兴趣会使得用户自发聚集，提升平台黏性



平台进化储备

目前众多内容分发平台开始尝试**向内容生产和分发一体化平台的进化**，泛知识付费业务的开展有助于自制内容的积累，从而加速这一进程

| 对创作者：泛知识付费赋予的价值实现使创作者队伍逐渐壮大

商业价值的实现

泛知识付费将帮助内容创作者实现知识变现，获得可观的经济收益

影响力价值的实现

泛知识付费为优质内容的创作者提供了粉丝社群的建立空间，有助于自身形象和影响力的构建和提升

自我价值的实现

对于部分内容创作者，特别是非专家学者类的内容创作者，泛知识付费有助于其自我价值的体现，获得成就感



形态变化

由个体创作者发展为MCN机构

品类变化

由单纯的知识输出者发展为品类多元的信息输出者

身份变化

由素人为主发展到明星，名人，KOL，媒体机构等多元化身份

| 对用户：泛知识付费满足用户新消费需求

- 新消费描述的是传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起的过程
- 个性消费，时尚消费和品质消费是当前新消费概念中重要的特征



个性消费

在当下的这个追求个性的时代，每个用户都有着独特的对知识和信息的需求，泛知识付费可以满足用户**高度定制化的个性化需求**



时尚消费

泛知识付费向用户传递的是先进的知识和概念，有助于用户随时能够**了解社会的动向和世界的变化，时刻保持思想先进的状态**



品质消费

随着市场环境的净化和内容创作者素质和能力的提升，泛知识付费内容的价值正在能够满足用户**品质消费的需求**

产业链参与者：内容变现模式多样，创新融媒体出版模式



知识付费，有声书，直播，电台广告等变现模式在用户的支持下全面发展



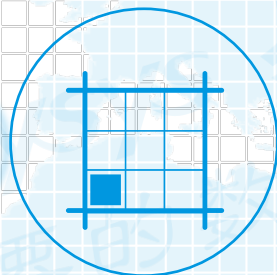
为付费用户提供更加差异化服务的同时，反哺上游内容生产方



付费用户将会获得更多元、价值更高的差异化服务，付费体验得到大幅提升



PART 4



典型泛知识付费企业发展布局

© Analysys 易观

www.analysys.cn

• 踩准关键节点，创新行业模式，喜马拉雅在泛知识付费领域体现示范作用

在付费节目上线，会员体系升级，营销活动创新等时间节点，喜马拉雅作为行业领先平台，发挥了重要的引领和表率的作用



聚焦精品内容，拓展全链路场景，多元化变现模式，音频生态经济体正在成型

协同发展，海量内容优势凸显

与头部出版机构合作，拥有市场大部分畅销书的有声版权和网络文学的有声改编权



明星、大V，越来越多玩家入场



200+位明星入驻
品牌形象年轻化

深度挖掘车载/居家生活场景

包括自有音箱品牌，
覆盖95%智能音箱终端
90%智能车机深度合作



深化内容
拓展场景

赋能内容创业者
服务用户



上游

音频生态经济体



下游

直播内容和形式多元化探索

语音直播业务发展迅速
月收入过**十万**的主播已达**千名**



平台扶持创作，孵化优质内容

2019年1~10月，
主播获得平台现金
扶持**11.5亿元**



打造年轻化品牌，深耕Z时代用户

明星助力平台付费内容，打造
粉丝聚集效应，Z世代占新增用户
40%以上，黏性和付费意愿增强



- 作为国内最先开始探索正版付费阅读的数字阅读平台，掌阅的先后推出**有声书**以及**精品课程**，并覆盖历史、人文、理财、情商等分栏。通过**音频、图文方式**对内容做更深入的解读，打造泛知识和音频碰撞的体验。一方面，掌阅在**版权**内容方面持续发力，与大量优质版权机构、作家以及行业垂直KOL建立合作，打造付费阅读生态圈。另一方面，掌阅对旗下知名IP作品进行**有声化**，和国内有声录制团队及配音演员主播建立长期合作关系，赋能有声书。

签约作者

□ 签约头部作家



天使奥斯卡 月关 我本疯狂

□ 培训新人作家 创作大赛



版权合作

□ 合作超500家版权机构

优质出版重磅书覆盖率达**80%**

重点杂志覆盖率达**90%**

□ 引入经典有声书、高质量付费课程



原创配音

□ 合作多家有声录制团队、圈内配音演员主播



□ 从内容源头赋能有声书

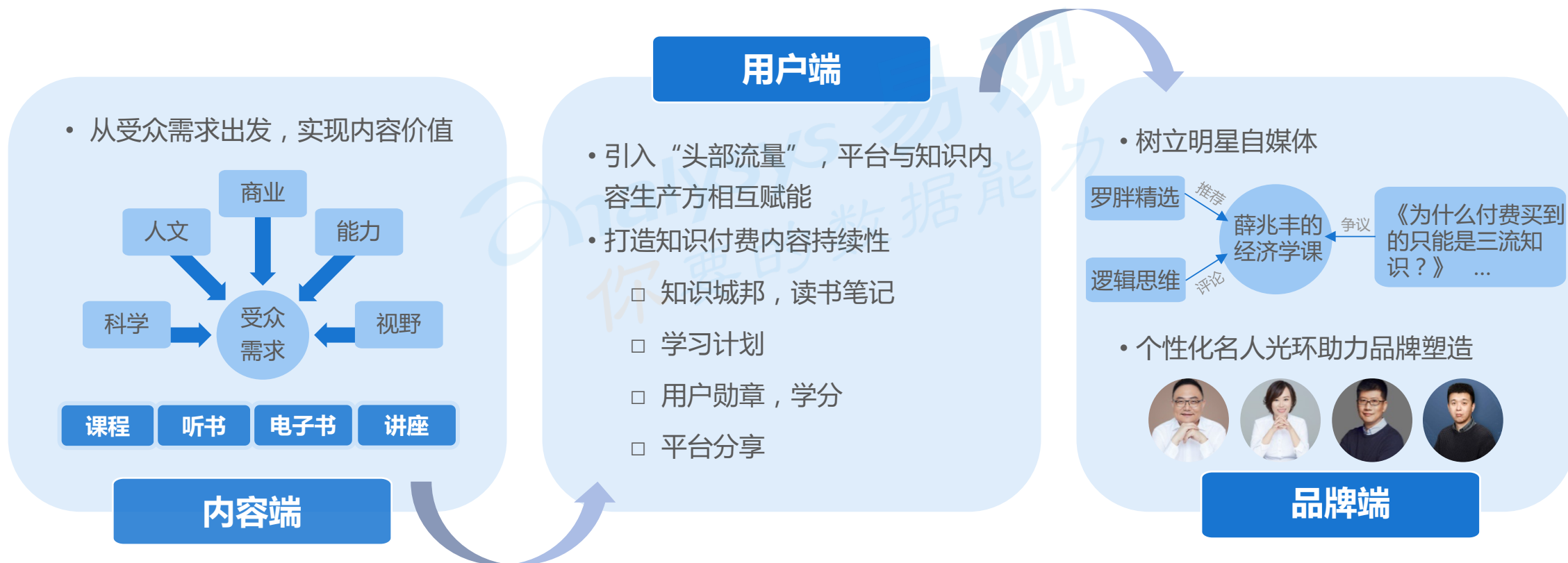


- 掌阅科技近年大力推进跨界合作，特别是对场景化阅读模式的探索，先后在图书馆、高铁、餐厅等场所提供数字阅读服务，打造特定的垂直细分场景，引发消费者共鸣。通过在阅读新场景、新模式上的不断探索，实现自身业务板块的拓展，深化全民阅读。



10月10~21日，掌阅首次以有声为主题举办的大型活动“听书节”落下帷幕，活动期间超过620万用户在掌阅APP上选择听书阅读，共有累计30多万小时的付费内容参加本次活动，涵盖有声书、精品课程、专栏等多个品类，满足用户的多重阅读需求。

- 得到的付费内容围绕满足受众需求这一诉求，选择具有共性的话题如文化、金融、职场、教育等，通过团队精心打磨内容，满足“内容价值”的条件。同时在用户运营方面利用创新产品定价模式、口碑营销模式、福利营销模式、粉丝营销模式和线上线下结合模式，提升用户粘性。



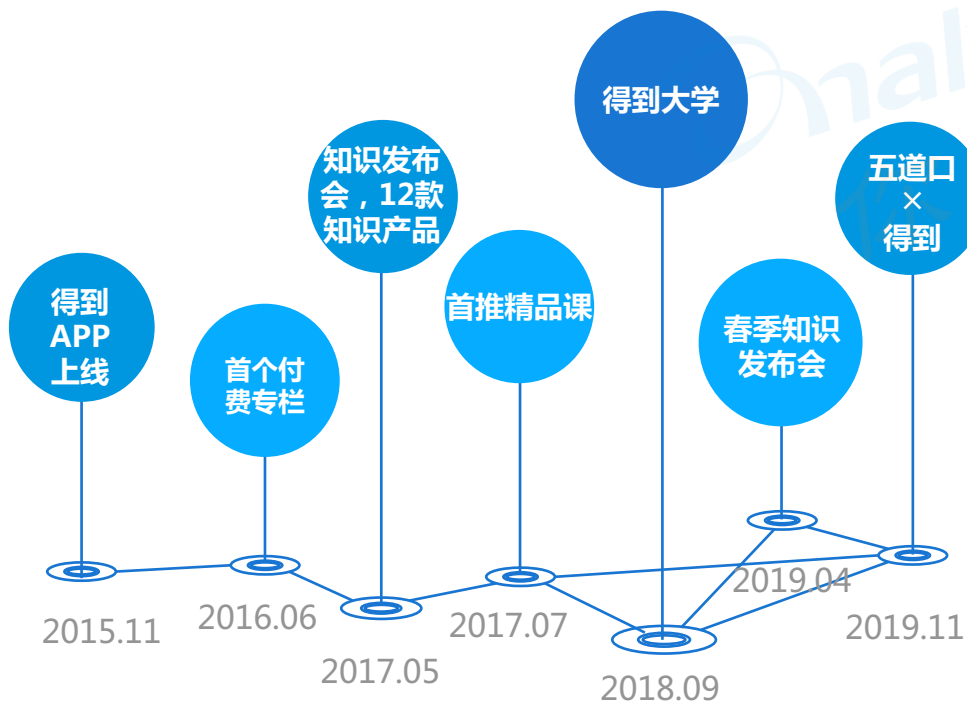
知识订阅

付费咨询

精准算法推送

社群直播分享

- 得到在强化受众的选择主动性的同时通过构建新媒体矩阵，进行多平台推广，以知识订阅，付费咨询，精准算法推送以及社群直播分享的方式实现知识付费，借助平台聚集朋友圈、粉丝圈共享，提供个性化的知识产品与服务。



社交媒体

积累海量用户资源，成为知识传播与对外宣传的重要渠道：
微博、微信、客户端，视频网站，论坛

多渠道协同合作

形成内容传播的新媒体矩阵，利用多样化平台、立体式互动，吸引用户、推动传播渠道拓展：

得到APP、少年得到、得到大学、每天听本书、得到文库、何帆报告、视频节目、公众号、跨年演讲、知识发布会

独家活动

利用互联网建立人与人的现实连接，寻找知识付费群体归属感：
“读书会”、互联网实验、会员福利、粉丝福利

PART 5



泛知识付费产业发展展望

© Analysys 易观

www.analysys.cn

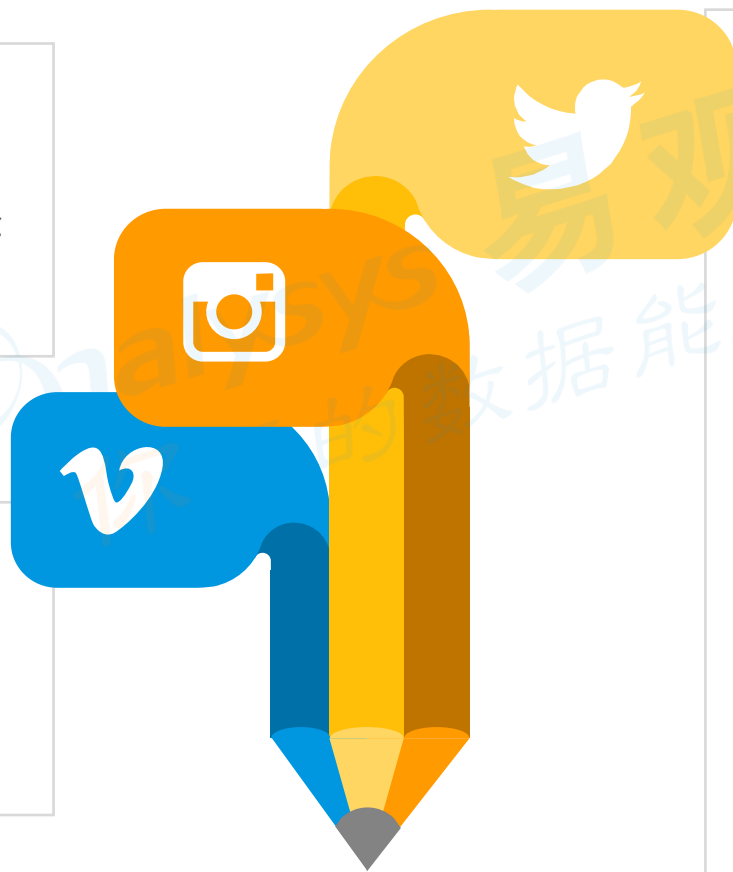
优质内容价值进一步凸显，头部平台话语权愈发重要

消费回归理性

- 国家统计局数据显示：2015年以来，中国居民CPI指数和家庭债务不断增长，经济压力逐渐增加，消费将逐渐回归理性

优质内容输出成为发展基础

- 内容质量的良莠不齐导致用户流失
- 流量思维转向内容思维
- 深耕细作垂直市场，打造差异化竞争



平台头部效应显著



平台充当付费内容过滤机制的角色

付费平台

知识需求者

知识供给者

中尾部平台

- 平台优势不明显，没有用户基础；
- 用户需求把握不准确，难以在细分市场中分得流量
- 同类型产品难以打入市场

头部效应明显

| 5G为泛知识付费产业带来海量应用场景



01.万物互联带来海量的创新场景

- 增强移动宽带的场景应用直接影响泛知识付费，提供更多知识的分发渠道



02.人工智能下的个性化付费知识定制

- 深入分析用户的浏览习惯，对知识产品进行细分与定制化推荐，为用户量身定制学习计划

国民消费结构的转化和升级，推动泛知识付费长远进化



中国居民消费结构的改变为泛知识付费提供了最基本的可能性

- 居民人均可支配收入增加，居民家庭恩格尔系数下降，教育、文化和娱乐的支出持续走高。
- 消费结构从生存型向发展型转变，推动文化产业的增速加快，使移动互联网环境下泛知识付费变成现实。

消费能力提升

公众付费意愿的形成表明人们愿意为泛知识付费

- 消费理念的升级
- 移动支付的普及
- 整体文化素质的进化，知识消费从被动接受到主动选择
- 时间观、效率观

泛知识付费意愿形成

数据来源：国家统计局

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号