

2022-2028年中国知识付费 产业发展现状与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国知识付费产业发展现状与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202209/319556.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

知识付费的现象主要指知识的接收者为所浏览知识付出资金的现象。知识付费让知识的获得者间接为向知识的传播者与筛选者给予报酬，而不是让参与知识传播链条的人通过流量或广告等其它方式获得收益。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国知识付费产业发展现状与市场年度调研报告》共十一章。首先介绍了知识付费行业市场发展环境、知识付费整体运行态势等，接着分析了知识付费行业市场运行的现状，然后介绍了知识付费市场竞争格局。随后，报告对知识付费做了重点企业经营状况分析，最后分析了知识付费行业发展趋势与投资预测。您若想对知识付费产业有个系统的了解或者想投资知识付费行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 知识付费基本概述

1.1 知识付费相关定义

1.1.1 知识付费定义

1.1.2 行业产生背景

1.1.3 行业发展历程

1.1.4 行业发展特点

1.1.5 对比在线教育

1.2 知识付费碎片化学习方式

1.2.1 碎片化学习介绍

1.2.2 碎片化学习益处

1.2.3 碎片化学习弊端

第二章 2016-2020年中国知识付费行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 宏观经济概况

2.1.2 固定资产投资

- 2.1.3 投资环境情况
- 2.1.4 宏观经济展望
- 2.2 政策环境
 - 2.2.1 行业监管政策
 - 2.2.2 在线教育政策
 - 2.2.3 知识产权政策
 - 2.2.4 移动支付政策
- 2.3 社会环境
 - 2.3.1 社会消费规模
 - 2.3.2 居民收入水平
 - 2.3.3 居民消费水平
 - 2.3.4 消费市场特征
 - 2.3.5 消费结构升级
- 2.4 技术环境
 - 2.4.1 网民总体规模状况
 - 2.4.2 互联网应用发展情况
 - 2.4.3 移动支付发展状况
 - 2.4.4 网络支付用户规模
 - 2.4.5 电子信息产业增速
 - 2.4.6 电子信息设备规模
 - 2.4.7 研发经费投入增长

第三章 2016-2020年全球知识付费行业发展分析

- 3.1 2016-2020年全球知识付费发展综述
 - 3.1.1 行业发展现状
 - 3.1.2 用户使用情况
 - 3.1.3 国内外对比分析
 - 3.1.4 国外媒体布局
 - 3.1.5 商业模式发展
 - 3.1.6 盈利模式分析
 - 3.1.7 国外经验启示
- 3.2 美国

- 3.2.1 行业发展现状
- 3.2.2 平台运作分析
- 3.2.3 行业主要特点
- 3.2.4 在线教育发展
- 3.2.5 企业发展状况
- 3.3 其他国家
 - 3.3.1 欧洲
 - 3.3.2 韩国
 - 3.3.3 法国
 - 3.3.4 英国
 - 3.3.5 西班牙

第四章 2016-2020年中国知识付费行业发展情况综述

- 4.1 2016-2020年中国知识付费行业总体运行状况
 - 4.1.1 行业发展背景
 - 4.1.2 行业生命周期
 - 4.1.3 行业主体分类
 - 4.1.4 企业规模状况
 - 4.1.5 行业驱动因素
- 4.2 2016-2020年中国知识付费行业市场发展分析
 - 4.2.1 市场规模状况
 - 4.2.2 用户规模状况
 - 4.2.3 服务功能分析
 - 4.2.4 支付平台体系
 - 4.2.5 内容分发体系
 - 4.2.6 行业热点事件
- 4.3 中国知识付费行业主要模式分析
 - 4.3.1 内容呈现模式
 - 4.3.2 知识生产模式
 - 4.3.3 知识支付模式
 - 4.3.4 营销推广模式
 - 4.3.5 免费模式比较

- 4.3.6 行业盈利模式
- 4.4 中国知识付费行业发展存在问题
 - 4.4.1 行业发展困境
 - 4.4.2 平台存在问题
 - 4.4.3 消费信任危机
 - 4.4.4 法律规范问题
- 4.5 中国知识付费行业发展对策与建议
 - 4.5.1 清晰产品定位
 - 4.5.2 知识服务建议
 - 4.5.3 用户运营建议
 - 4.5.4 平台发展建议
 - 4.5.5 产品销售建议
 - 4.5.6 法律规范建议

第五章 中国知识付费行业产业链分析

- 5.1 中国知识付费产业链发展综述
 - 5.1.1 产业链发展形成
 - 5.1.2 产业链全景分析
 - 5.1.3 产品价值链分析
 - 5.1.4 产业社会价值分析
- 5.2 中国知识付费产业链上游分析
 - 5.2.1 上游产业链格局
 - 5.2.2 内容生产商主体
 - 5.2.3 核心竞争力分析
 - 5.2.4 内容变现形式
 - 5.2.5 作者盈利分成
 - 5.2.6 作者价值实现
- 5.3 中国知识付费产业链中游分析
 - 5.3.1 中游产业链格局
 - 5.3.2 核心竞争力分析
 - 5.3.3 平台流量优势
 - 5.3.4 衍生价值分析

5.4 中国知识付费产业链下游分析

5.4.1 群体用户画像

5.4.2 用户需求动因

5.4.3 获取知识形式

5.4.4 消费行为分析

5.4.5 大学生用户群体

5.4.6 行为影响因素

第六章 2016-2020年中国知识付费主要产品类型与案例分析

6.1 读书类知识付费产品发展分析

6.1.1 相关概念与发展

6.1.2 产品研发流程

6.1.3 KOL引入作用

6.1.4 用户群体需求

6.1.5 发展优化分析

6.2 音频类知识付费产品发展分析

6.2.1 音频产品特征

6.2.2 知识语境特点

6.2.3 内容生产优化

6.2.4 传播方式分析

6.2.5 盈利模式分析

6.2.6 音频自媒体发展

6.2.7 发展存在问题

6.2.8 发展建议对策

6.3 工具类知识付费产品发展分析

6.3.1 产品运行模式

6.3.2 产品特点分析

6.3.3 平台主体格局

6.3.4 发展前景空间

6.4 产品案例分析——逻辑思维

6.4.1 营销模式分析

6.4.2 运营模式分析

6.4.3 盈利模式分析

6.4.4 定价模式分析

第七章 2016-2020年中国知识付费行业主要平台分析

7.1 中国知识付费平台总体发展状况

7.1.1 平台发展现状

7.1.2 平台主要分类

7.1.3 平台核心诉求

7.1.4 支付定价策略

7.1.5 盈利能力分析

7.1.6 服务场景策略

7.2 垂直性领域知识付费平台

7.2.1 平台基本介绍

7.2.2 平台主要特征

7.2.3 亲子类平台发展

7.2.4 各领域业务布局

7.2.5 平台发展空间

7.3 混沌大学

7.3.1 平台基本简介

7.3.2 平台运营状况

7.3.3 商业模式分析

7.3.4 营销增长策略

7.3.5 会员体系对比

7.3.6 品牌文化力分析

7.3.7 发展布局动态

7.4 得到

7.4.1 平台发展布局

7.4.2 用户群体分析

7.4.3 用户运营分析

7.4.4 产品运营分析

7.4.5 品牌运营分析

7.4.6 SWOT分析

7.4.7 改进策略建议

7.5 喜马拉雅

7.5.1 平台发展历程

7.5.2 平台发展布局

7.5.3 用户群体分析

7.5.4 用户运营策略

7.5.5 产品定位分析

7.5.6 热门内容产品

7.5.7 盈利模式分析

7.5.8 营销节日消费

7.6 樊登读书会

7.6.1 平台发展历程

7.6.2 核心业务布局

7.6.3 用户画像分析

7.6.4 内容运营分析

7.6.5 平台运营分析

7.6.6 盈利模式分析

7.7 核桃live

7.7.1 平台发展现状

7.7.2 专业垂直化内容

7.7.3 音频产品定位

7.7.4 视频制作能力

7.7.5 打造头部IP矩阵

7.7.6 用户服务运营

7.8 知乎

7.8.1 平台发展历程

7.8.2 核心业务布局

7.8.3 平台用户规模

7.8.4 Live发展概况

7.8.5 问答盈利模式

7.8.6 业务路径及优势

7.9 其他知识付费平台

- 7.9.1 掌阅
- 7.9.2 有书
- 7.9.3 百度知道

第八章 2016-2020年中国知识付费行业竞争力分析

8.1 中国知识付费行业总体竞争状况

- 8.1.1 平台竞争排名
- 8.1.2 行业竞争方向
- 8.1.3 平台成熟度分析
- 8.1.4 行业集中度分析
- 8.1.5 潜在进入者竞争

8.2 中国知识付费平台用户竞争状况

- 8.2.1 用户使用时长
- 8.2.2 用户活跃度变化
- 8.2.3 会员满意度分析

8.3 传统媒体转型知识付费发展分析

- 8.3.1 传统媒体发展困境
- 8.3.2 传统媒体转型优势
- 8.3.3 传统媒体转型路径
- 8.3.4 科技期刊经验借鉴
- 8.3.5 科技期刊转型途径
- 8.3.6 各类期刊发展建议

第九章 中国知识付费行业重点企业经营状况

9.1 深圳小鹅网络技术有限公司

- 9.1.1 企业基本概况
- 9.1.2 企业发展历程
- 9.1.3 企业经营状况
- 9.1.4 核心产品发展
- 9.1.5 企业竞争力分析

9.2 上海喜马拉雅科技有限公司

- 9.2.1 企业基本概况

- 9.2.2 企业发展历程
- 9.2.3 企业经营状况
- 9.2.4 核心产品发展
- 9.2.5 企业竞争力分析
- 9.3 得到（天津）文化传播有限公司
 - 9.3.1 企业基本概况
 - 9.3.2 企业发展历程
 - 9.3.3 企业经营状况
 - 9.3.4 核心产品发展
 - 9.3.5 企业竞争力分析
- 9.4 北京智者天下科技有限公司
 - 9.4.1 企业基本概况
 - 9.4.2 企业发展历程
 - 9.4.3 企业经营状况
 - 9.4.4 核心产品发展
 - 9.4.5 企业竞争力分析
- 9.5 广州荔支网络技术有限公司
 - 9.5.1 企业基本概况
 - 9.5.2 企业发展历程
 - 9.5.3 企业经营状况
 - 9.5.4 核心产品发展
 - 9.5.5 企业竞争力分析

第十章 2016-2020年中国知识付费行业投资价值综合分析

- 10.1 中国知识付费行业投资状况
 - 10.1.1 行业投资规模
 - 10.1.2 行业投资事件
 - 10.1.3 细分领域投资
- 10.2 中国知识付费行业投资机会分析
 - 10.2.1 行业创投机会分析
 - 10.2.2 主要投资方向分析
 - 10.2.3 娱乐场景发展空间

- 10.2.4 教育领域投资机会
- 10.3 中国知识付费行业宏观风险预警
 - 10.3.1 行业政策风险
 - 10.3.2 行业竞争风险
 - 10.3.3 知识产权侵犯风险

第十一章 2022-2028年中国知识付费行业发展前景及预测分析

- 11.1 中国知识付费行业发展前景
 - 11.1.1 行业发展空间
 - 11.1.2 行业发展机遇()
 - 11.1.3 消费市场前景
- 11.2 中国知识付费行业发展趋势
 - 11.2.1 专业化发展趋势
 - 11.2.2 垂直化发展趋势
 - 11.2.3 AI融合应用趋势
 - 11.2.4 会员制付费趋势
- 11.3 2022-2028年中国知识付费行业预测分析
 - 11.3.1 2022-2028年中国知识付费行业影响因素分析
 - 11.3.2 2022-2028年中国知识付费行业市场规模预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国知识付费行业用户规模预测

图表目录

- 图表1 内容付费、知识付费与在线教育的关系
- 图表2 中国知识付费行业发展历程
- 图表3 2020年中国知识付费行业与在线教育行业对比
- 图表4 2016-2020年国内生产总值及其增长速度
- 图表5 2016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表6 2020年GDP初步核算数据
- 图表7 2016-2020年GDP同比增长速度
- 图表8 2016-2020年GDP环比增长速度
- 图表9 2016-2020年全国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表10 2020年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/319556.html>