

# 月收入过万的白领最积极

不少用户称在知识付费的道路上已“越走越深”

## 知识付费市场下沉 中老年人也爱在线听课

值得一提的是,知识付费在三、四线城市的普及度也不断提升。新教育技术服务商小鹅通官方表示,其三线城市客户占比从 2017 年第一季度的 17.1% 上升至 2018 年第三季度的 19.6%。在微信下沉的过程中,微信推出的千聊直播和付费文章功能、企业微信公众号矩阵等也在加速知识付费市场下沉,并逐渐触达到老年人群体。

依托微信生态的知识付费平台千聊在 2016 年推出微信公众号和 APP,知识分享者可以通过微信号在千聊平台上建立自己的直播间,并通过课程收费、打赏等变现。去年千聊还推出建群宝工具,通过自动入群建群、群发公告、课程推送等功能帮助讲师机构管理社群,将平台的公域流量引至知识分享者的私域流量。新快报记者在千聊平台上看到,课程价格在免费到上百元之间,内容涵盖育儿、理财、职场技巧、生活技能等,还有面向高龄人士的膳食和健康指南。

微信的付费文章功能于今年 1 月推出,据微信团队介绍,付费文章价格最高 208 元。微信公众号还可以在微信读书平台加入书架,进行标签化整理。部分专注于中老年人线上艺术教育的企业公众号则已聚集了上万甚至上百万名中老年人用户。新快报记者搜索发现,名称包含“中老年网校/艺术学院/艺术团”且提供在线付费课程的公众号并不少。

其中一个由湖北省的网络科技公司运营的中老年人艺术学院公众号表示,其聚集了 100 万名中老年音乐爱好者。新快报记者看到,该公众号除推送文章外,还提供直播和视频课程,例如健身养生课堂、书法课堂、声乐课堂、乐器课堂、摄影课堂和朗诵课堂等,课程价格在 0 元到数百元之间。该公众号近日还推出了积分商城,用户可通过注册、购买付费课程、观看课程和分享课程、签到等方式获取积分,并在积分商城购买百货、营养保健品等。据其文章介绍,有积分的用户数量已达到 50 万名。

## 5G 到来,企业已发力扩大知识付费形式和场景

虽然知识付费有图文、视频等多种形式,但易观报告认为,因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付费内容,目前最主要的知识付费形式仍是音频。目前,喜马拉雅、得到、樊登等主要的知识付费平台也多采用音频的形式。而随着 5G 时代到来,音频的传输效率和用户体验将得到优化,例如音质和实时化将得到保障。此外,因 5G 技术而拓展的知识付费场景或也将为行业带来全新机遇。

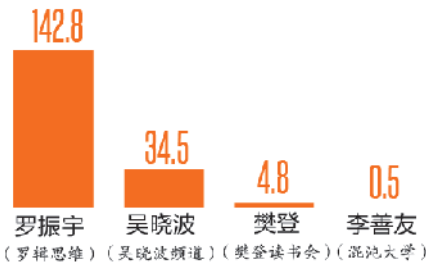
易观报告认为,5G 时代将为知识付费提供更多接收设备,例如智能手机、智能手环等可穿戴设备、车联网和智能家居。知识付费产品的使用场景也将细化至晨间、睡前、通勤时间段和亲子活动中。未来,知识付

### 热度高不代表口碑好

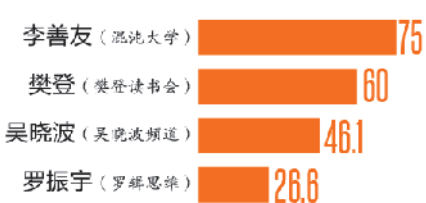


热度与口碑并不成正比。但产品口碑与专业度已逐渐被重视。

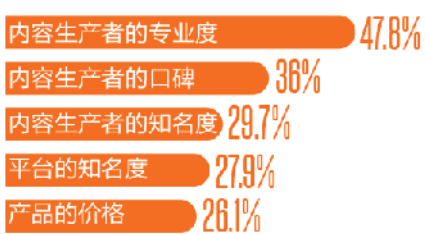
2020 年知识付费内容生产者热度指数



2020 年知识付费内容生产者口碑指数

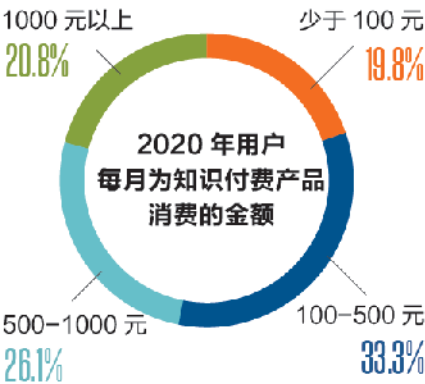


2020 年购买知识付费产品时主要考虑因素

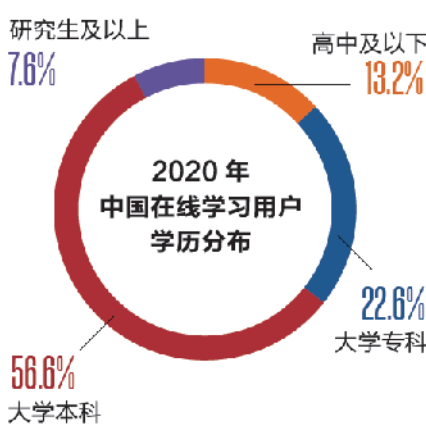
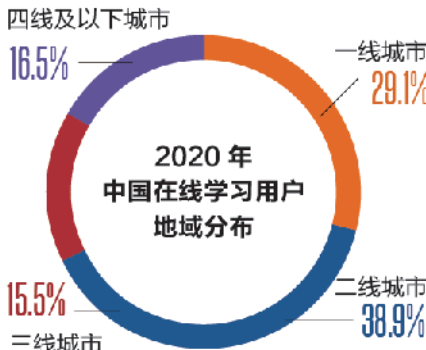
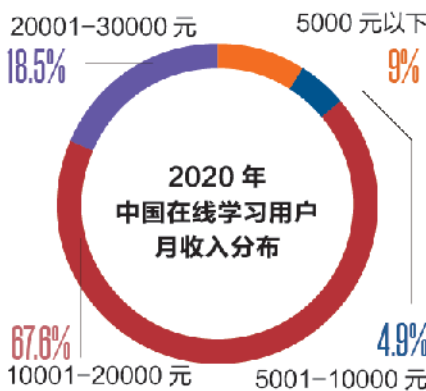
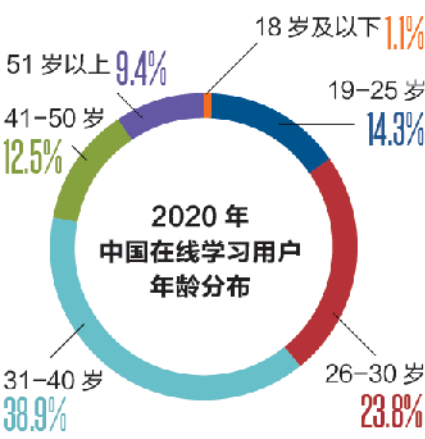


### 收入高、学历高的人还更努力?

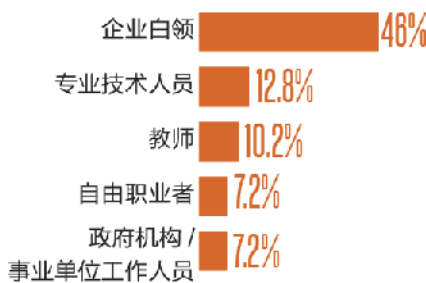
近一半知识付费用户每月为知识付费产品花费 500 元以上。



26-40 岁、月收入在 1 万元-2.5 万元之间、一二线城市、大学本科以上毕业的用户更愿意进行在线学习。



2020 年中国在线学习用户职业分布



知识储备满仓,复工复产开干!