许多在都市工作的白领，已经养成了每天上下班的间隙，刷一刷知识付费平台的习惯。

下同类知识服务产品付费用户数最高纪录。按照199元的单价计算，这给课程带来的流水接近4000万元，薛兆丰成为了可能是世界上单靠讲经济学课程收入最多的教授，他在网络平台上的专栏也成为了全球听讲人数最多的经济学课堂。无怪乎所在平台把这个产品的广告都打到了纽约时报广场的大屏幕上。

这20万的粉丝里也有腾讯创始人马化腾，他曾发表评论称：“不是每个人都有机会上北大，也不是每个人都有机会重返校园学习。感谢互联网这个时代，有人愿意以更灵活的方式，以更周到的服务，把这么好的产品，呈现在更多人的面前……这是一个了不起的创新。”

愿意为这样的创新买单的不只马化腾这样的大佬，也有许多普通人。许多在都市工作的白领，已经养成了每天上下班的间隙、每天睡前都要刷一刷知识付费平台才能入睡的习惯。目前在这些平台上，生涯规划、职场生存、经营理财、亲子教育等等这些传统的热门话题外，也有不少针对睡眠、心灵治愈、减压的课程，都很火。“对于压力大节奏快的白领和年轻人来讲，就仿佛有一个专家和伙伴在旁边与你聊天一样，满足了都市人的多重需求。”有网友如此评价。

“目前知识付费主要分为这么几类，一类是转战互联网的线下教育培训，比如得到App的《薛兆丰的北大经济学课》，这类产品有成熟的课件体系和机构背书。第二种是线上场景加技能类知识付费，比如教你插插花做道菜，互联网原生创业者比

得到、分答、知乎、喜马拉雅、微博等各大平台，**无论是“原生”知识付费属性，还是从传统的内容平台转型，都已经纷纷在这个领域跑马圈地。**