



宣布，将掏出 10 亿元扶持财经原创内容创作者。投资方称“在当前的知识付费蓝海中，开启属于财经直播平台新的商业模式。”

乱花渐欲迷人眼

2017 年 4 月，豆瓣推出付费音频项目——豆瓣时间，上线五天销量超百万元。最初上线的两个栏目，分别是《醒来——北岛和朋友们的诗歌课》和《白先勇细说红楼梦》。这些内容，如果是纸质书，可能达不到这样的销售额。但音频竟然做到了，确实有点儿出乎意外。但这并非就是到了一个动动嘴皮子就能赚钱的年月。内容，不仅仅是文字信息，还有音频创作者本身的声音魅力、个人魅力，都使得音频付费比文字付费更难。

正如互联网观察者魏武挥所言，“内容做成课程式，体系化，可能更容易售卖。”若想说服用户掏钱，就要更合理与更系统地组织音频节目，使其更加结构化，像课堂教学一样，由表及里，由浅及深，而非只是提供孤立的知识碎片。但移动互联网音频节目又必须注重用户使用时，很多是在利用碎片时间。

尽管不是做音频，但科技媒体人吴苡婷浸淫付费内容的甘苦，与音频制作者无出其右。

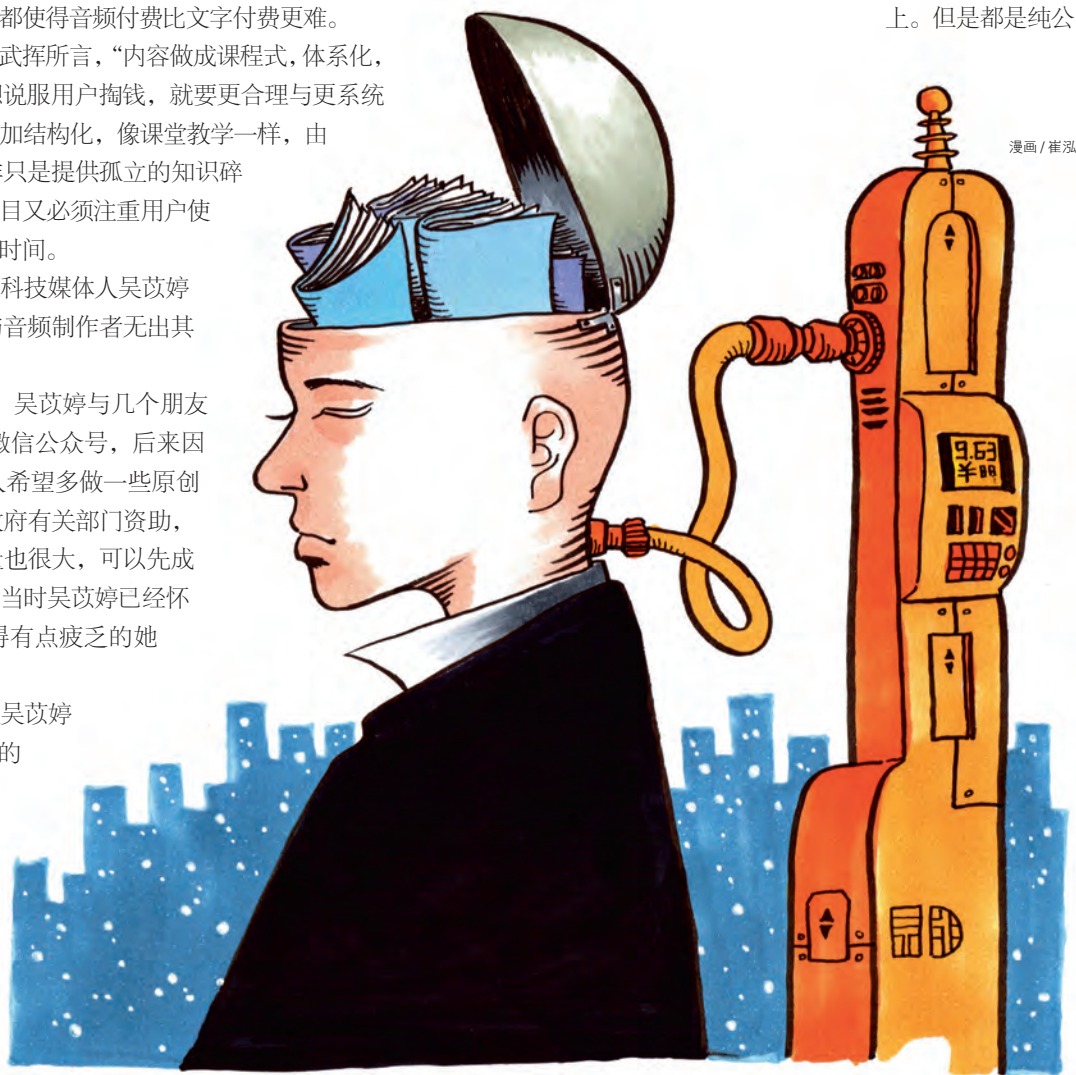
在 2015 年生二胎前，吴苡婷与几个朋友共同打造过一个创业类微信公众号，后来因为想法不同而解散，有人希望多做一些原创稿，做大影响力，获得政府有关部门资助，有的觉得转载文章阅读量也很大，可以先成立公司，博取广告收益。当时吴苡婷已经怀上二宝，渐近临产，觉得有点疲乏的她选择了退出。

介入微信公众号，让吴苡婷觉得有点新奇，和当时的很多记者一样，根据自己的兴趣爱好，她又开了一个个人微信公众号“科坛春秋”。当时，她在这个公号上发了一篇她一位亲戚所写有关汶川地震的

原创科学类文章，没有想到这篇普通的文章居然获得了 170 万的点击量，一个多月时间科坛春秋的粉丝量突破 1 万。而此时离预产期仅仅只有 1 个月。

慢慢地，“科坛春秋”成为了科技领域自媒体中有点儿小名气者。特别是在上海，其成为上海市科协组织评选出的 2015 年度“社会类十大科普微信公众号”。关于人类简史、科技发展趋势、癌症研究等的一批优秀文章都创造了 10 万+ 的阅读量，有 120 多篇文章阅读量超过 1 万。她所在的上海科技报的领导也很支持她的探索，在报纸转型期间需要有人去探路，上海科技传播领域的老前辈也经常把优秀的科普文章发到科坛春秋平台来刊发，报社的记者也把好文章放到科坛春秋平台刊发，两弹一星元勋郭永怀教授的学生上海大学力学系终身教授戴世强

甚至把三个系列的科普文章放到科坛春秋平台上。但是都是纯公



漫画/崔泓