



蜻蜓 FM 自上线以来就从根本上对内容制造者进行筛选，一开始就集聚了国内外 3000 多家传统优质电台，保证了节目内容的高质量和专业化。

但需一定的时间周期等待节目制作者的内容更新，全部节目的发布完成往往需要数月一年不等的时。用户可以通过节目介绍信息和试听开始几期节目的方式决定是否订购该节目。这一订阅模式根植于音频节目按期更新，用户订阅后即会自动下载最新节目的播客形态。对于主播而言，这种订阅模式的优势在于能够快速回收资金，从而提升主播的创作积极性；分散了节目的制作压力，可以对节目内容进行更加长期合理的安排。

郭嘉向《新民周刊》介绍，蜻蜓 FM 自上线以来就从根本上对内容制造者进行筛选，一开始就集聚了国内外 3000 多家传统优质电台，保证了节目内容的高质量和专业化。在主播主讲和版权内容两大付费收听板块，会基于受众喜好，提供用户感兴趣的优质内容。郭嘉介绍，拿主播主讲内容为例，用户付费意愿较高的是人文类和个人技能提升类内容，所以自 2015 年以来，蜻蜓 FM 重点打造专业主播音频节目，除了蒋勋、高晓松、张召忠、梁宏达等文化名人参与音频制作，也挖掘其他领域的具有市场潜力的人才，如垂直领域的专业人士，媒体关注度较高、较为受欢

迎的 KOL（关键意见领袖），具有文化标签性质的明星艺人，以及各个领域的专业权威机构，如中欧国际工商学院、龙泉寺等。

郭嘉表示，“要做平台就要吸引聚合各方的优质内容，合作方的选择上也充分考虑了他们是否具备市场潜力，只要能产出优质内容，个人表达能力强且具备网络传达风格，满足这两点，我们会将其纳入付费主播的考虑范围，并尝试设计出适合其的音频节目方案。另一方面，精品内容的策划制作和全网运营能力是内容付费行业的核心竞争力，平台也应该不断提高这方面专业能力，加强独家自制内容生产的同时也建构服务其他内容方的能力。”

“知识付费给音频带来了新的机遇和新的商业模式。用户愿意为了内容付费是整个内容生态的机遇，对于音频领域也是一个很好的机会。只要给到内容生产方更多的激励，那么也会有更多的内容生产者愿意丰富整个内容的生态。”郭嘉说。他认为，就目前来看，付费内容市场刚刚起步，未来潜力很大，可能从补充到颠覆，改变传统出版教育等行业，形式手段也会更多元化，会成为未来平台盈利方式之一。■