



冰火两重天， 知识付费在国外

最早出现播客的美国，知识变现的途径依然还非常局限。

□记者 | 周洁



与知识付费发展如火如荼的中国相比，更早出现知识付费的欧美国家，反而不那么红火，它又经历了什么呢？

对知识产权的保护让为知识付费理所应当

在国外，对于知识产权的重视已经有数百年的历史了。1709年，英国出台的《安娜法令》就是一部“旨在授予作者、出版商专有复制权利，以鼓励创作的法规”。美国对于知识产权的保护则与商业行为更加密不可分，特别是上世纪80年代以来，美国的知识产权政策作出了重大调整，强调知识产权制度与产业政策、科技政策、文化政策的有机整合。正是靠着这些政策法规的实施，美国也成为了专利大国、版权大国与品牌大国，巩固了世界强国的地位。

在美国，不仅很早就需要缴费才能收看的电视台节目，

到了互联网时代，还有需要收费才能阅读的新闻。应该说，为好的内容付费，这已经是一种默认的传统，是一种约定俗成的生活方式。传媒大鳄默多克就曾说过：“好的新闻是有价值的商品，有价值的东西就不应该免费。”比如他旗下的《纽约时报》推出了“计量收费”政策——每月为用户提供一定数量的文章，超过限制就需要收费阅读，运营至今，已积累了300万的订阅用户。

收费的不止新闻，其他也是一样，比如付钱才能畅听的歌曲，付钱才能看到的论文和著作（主要是电子版）。把目光拉近到我们的邻国——近年来日本提出的资源有限，智力无穷的口号，反映了知识经济对日本的影响；而韩国近几年来光是靠卖给各国的节目版权，也赚得盆满钵满。而同时代的中国，因为知识产权的概念还没有那么明晰，对于收费的理解也只局限于每年几百块的有线电视费，互联网上更多的内容，都是开源供应给所有的用户，庞杂而免费。或许正因如此，为知识付费