



知识付费的明天：风口与幻象

市场上的竞争，最终胜出的还是会集中在少数的几个大平台。

□ 记者 | 应琛

“在中国，一切都在快速地变化着，没有几个人敢自夸自己的知识够用，人们随时都会面临新的情况，需要去琢磨透彻，来不及辨明方向。”美国作家何伟在《寻路中国》中的这段话或许是2016年知识付费元年兴起的原因之一。

在这一年，倍受媒体关注的罗振宇、李笑来等知识大V赚得盆满钵满；“得到”App、“喜马拉雅FM”和“蜻蜓”强势发展，包括今日头条、网易、京东等在内的科技巨头纷纷进军知识服务领域。媒体上关于知识付费的讨论更是层出不穷。

但到了现在这个阶段，除了各个平台开始分化，2017年下

半年以来，罗永浩和Papi酱两位知名网红的知识付费栏目也接连折戟——2017年8月，罗永浩在得到上发出了停更信称，严重低估了该专栏的工作量；9月，Papi酱在分答社区的付费栏目“不设限青年研究所”只存在了两个月之后也停更了，她也给出了相似的理由——忙不过来。

如此看来，知识付费这杯羹并没有想象中的好分。作为一个迅速崛起的行业，知识付费产业还有种种问题有待从业者去化解，无论是资本还是用户，都应该更理性看待这个行业的发展，过高的期许都可能被现实狠狠地摔在地上。