



更大的互联网公司 will 登场

产业的火爆并不代表所有人都能赚到钱。

罗永浩突然停更也暴露了知识付费产业存在缺乏监管的弊病：用户凭借对平台或主讲人的信任，甚至是被付费内容标题吸引进行付费，而一旦付费，内容提供方能够提供的内容的质量、频次都存在很大的不确定性。

同时，知识内容的创作者也面临着一定的困境。版权保护也存在一定问题。在各类知识传播新载体大量涌现的同时，对于版权的界定相对模糊，保护力度还比较薄弱。如何做到最大限度防止原创知识被抄袭成为知识付费发展的瓶颈。

不过，即便看到了前方困难重重，还是有新入者在不断尝试掘金知识付费市场。2017年11月18日，咪蒙团队宣布将在喜马拉雅FM上线付费音频课程《咪蒙教你月薪5万》，这也是咪蒙首次进军知识付费领域。咪蒙团队表示，若听课人员“三年后加薪不超过50%”，可申请全额退款。

进军知识服务领域还有那些著名的科技大公司，对此，知识服务专家方军在接受媒体采访时表示，内容资讯是互联网的基础性领域，也是互联网创新最先涌现的地方，比如过去的新闻、网络文学、音乐、视频等等。现在，内容从免费走向付费，是用金钱价格做更好的筛选器，预计随着市场的扩大，BAT及

目前的主要知识服务公司背后均已经有大平台的身影。例如，**知乎和在行分答的背后是腾讯，蜻蜓最近的10亿融资是有百度的支持，喜马拉雅FM的背后是阿里。**

京东、小米等大型互联网公司均会进入这一领域。

至于这些公司进入这一领域后的具体做法，方军认为，可以从历史来进行预测。“一种可能性是腾讯在网络文学上的做法，即从分销平台开始，逐步收购，形成阅文集团；第二种可能性是类似音乐行业的做法，比如腾讯、阿里囤积音乐版权，建立壁垒；第三种可能是视频行业的情况，即规模较大，多家互联网平台分食市场，同时做渠道平台和视频出品。”

对于规模相对中等的市场，大型互联网公司近年来的做法是，自己不直接进入，而采用投资的方式，正如方军所说：“目前的主要知识服务公司背后均已经有大平台的身影。例如，知乎和在行分答的背后是腾讯，蜻蜓最近的10亿融资是有百度的支持，喜马拉雅FM的背后是阿里。”

关于未来三五年，知识服务市场是否会出现类似于今天三大网店这样几家巨头平台共分天下的格局，方军认为，“知识付费的产业格局可能会像网络文学，众多中小平台共存，而不是出版社做产品、三大网店做渠道的产业格局。这是因为，纸质印刷图书是媒介介质不变，而付费知识产品的介质发生了巨变”。

2017年11月18日，咪蒙团队宣布将在喜马拉雅FM上线付费音频课程《咪蒙教你月薪5万》。



带出版业的思虑

未来的知识是零碎的、跨专业、跨行业的。

而现在的知识付费，看上去是百花齐放，丰富多彩，其实主要颠覆和更新的传统媒体和出版的市场份额。

在“2017博鳌全民阅读论坛”上，中信出版集团常务副总裁、副总编卢俊发表了主题为《新格局 新出版 新未来》的演讲。他认为，目前整个知识市场的新格局，要求我们重新评估人和信息、和知识的连接方式。

得到、喜马拉雅、蜻蜓FM等做知识分享的公司，都通过“分享人类长期以来积累的知识”获得了大量的用户。

卢俊表示，在这样的新格局中，很多出版人还沉浸在那个旧的数字出版的话语体系里，还在探索或做着数据库、网站，以及其他类型的数字出版，“从2016年开始，知识付费在音频