

深聚焦·“互联网+文化新业态”④

2017年中国知识付费产业规模约49亿元,同比增长近3倍——

知识付费,优质内容是关键

本报记者 张意轩 尚丹

知识付费市场前景广阔

在知识付费平台——得到上,199元一份的《薛兆丰的经济学课》订阅人数已超过26万;截至今年3月,知乎举办7000场,总参与人次近500万,电子书下载量破5000万;2017年底,喜马拉雅“123知识狂欢节”3天销售额1.96亿元……越来越多的数据显示,知识付费正在告别小众,走进越来越多普通人的生活。

2016年被称为知识付费元年。之后,中国的知识付费经济获得了井喷式发展,已初具规模。随着各家平台的不断加码以及创业者的涌入,知识付费产业目前已经涵盖知识电商、社交问答、内容打赏、社区直播、讲座课程、线下约见、付费文档、第三方支持工具等多个类别,市场不断扩大。

据《2018年中国知识付费市场研究报告》显示,2017年中国知识付费产业规模约49亿元,同比增长近3倍,预计2020年将达到235亿元。人们不禁要问,知识付费怎么成了“新宠”?

艾媒数聚创始人兼首席执行官张毅认为,移动互联网的普及和手机支付的便捷性,为知识付费的发展提供了硬件支持;优质内容付费观念的形成,也促使大批优秀内容提供者开始进驻各大知识付费平台;但更大的动力来自人们对精神文化生活的追求意愿越来越强烈,“生活水平提高了,消费发生了变化,希望通过付费获得知识,这已经成为刚性需求。”有专家分析。

“让有能力的人去讲,有需求的人去学。”中央民族大学文学与新闻传播学院副教授毛湛文认为,知识作为一种特殊的资源可以实现共享和再分配,知识付费起到了桥梁的作用。

一些从业者则更喜欢用“知识服务”而非“知识付费”来定义这个行业。得到创始人罗振宇分析,在人们的时间日益碎片化、学习越来越终身化的时代背景下,知识服务行业通过互联网技术降低了用户学习的成本,填补了传统“分科治学”教育体系的缺口,为人们终身学习提供了更合适的解决方案。

当下,知识付费早已不是一个新鲜词。短短两年时间,知识付费“飞入寻常百姓家”,知乎、得到、喜马拉雅、分答等一大批知识付费平台走红,五花八门的产品不时掀起一波波热潮。与此同时,随着知识付费的走红,资本一拥而上,版权、产品打开率和复购率下滑等困境也凸显出来。许多人开始担忧:这个新兴产业还有多少发展空间?对此,本报记者进行了调查。

知识服务火爆背后更深层次的原因,在于“中国自古以来就有重视教育和学习的历史传统”,罗振宇表示,“中国人学习的驱动力很强。在经济快速发展之后,追求学习上进的文化基因更强烈地表达了出来;而国家层面,正在加速建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会。这样的需求为知识服务的兴起提供了极其富饶的土壤。”

是谁在为知识埋单?喜马拉雅数据显示,在2017年“123知识狂欢节”中,25岁至34岁的付费用户占比超过七成,“90后”的付费比例最高。“以中青年为主,男性居多,多数分布在北上广深及其他经济发达地区,大多受过良好的教育,求知欲强,热爱学习与知识分享,喜欢互动交流。”罗振宇这样描述。

“这是一个会发展10年以上的市场。”知乎副总裁、知识市场事业部负责人张荣乐表示,目前知识服务行业尚处于早期,应努力形成知识生产者和消费者的良性生态。

从知识付费到知识服务,未来的竞争会更激烈

从公众号打赏、直播赞赏、付费授权转载等方式,到喜马拉雅、知乎、分答、得到等平台将知识与场景相结合,进行系统化包装,经历过井喷式发展的知识付费,在内容和模式上正逐渐走向更多元的产品形态,产业链条也日益完善。不少早期试水者尝到了甜头,更多资本则在知识付费红利的诱惑下继续涌入,新人局者不断增多。

2017年2月,京东加入知识付费队伍,推

出以图书为载体的付费问答“京答”;2017年6月,今日头条落子知识付费,孵化一年多后推出“悟空问答”;3个月后,网易云音乐推出“付费精品版”;今年1月初,百度上线音频知识付费产品“百度小课”,涵盖亲子教育、理财等多个领域……百度、京东、今日头条的人局,是知识付费领域激烈竞争的“冰山一角”。在此背景下,不断拓展知识市场体系、细分服务人群、试水新服务方式,以期寻找新的市场增量空间成为不少知识付费类平台的竞争选择。

张毅表示,随着各大平台持续发力专业化内容生产,平台知识付费内容专业化日益明显。在专业化领域打造品牌,丰富优质内容产品,提高用户黏性,尽快形成自己的行业竞争壁垒,已成为各平台下一步竞争的关键所在。

突破瓶颈,才能在“新赛道”上领跑

当然,在行业快速发展的同时,所面临的也并非都是鲜花一片。

首当其冲的,是经历初期的快速增长后,产品的打开率和复购率的缩水。据报道,经历过爆红的语音问答平台“分答”,用户关注度犹如过山车一般上升和下滑,其间还遭遇内容创作者接连退出。一些知名的付费专栏,同样也遇到了打开率下滑的尴尬。

毛湛文分析,出现这一现象是正常的。知识付费市场初始阶段,用户的尝鲜意愿较强,随着市场竞争加剧,各种名目的知识付费产品快速增多,当行业供需变化时,必然要面临用

户时间和优质内容生产者的残酷争夺。

不过,知识付费适度“退热”,对行业整体而言并非坏事。“经过了初期蒙眼狂奔后,需要适度慢下来,思考如何把用户留下来,如何把内容做精、把行业做大。”张毅说。

“随着知识付费用户消费趋理性,在大量的知识付费产品面前,内容才是核心,除了填补碎片时间的普及类知识外,垂直化的深度内容将成为新趋势。”张毅认为,知识付费的场景正在拓宽,从财经、职场、健康、阅读、技能等走向更加精细、多元的领域,与之伴随的是专业化要求更高更强,“创作者和平台如果不能持续生产优质内容,被用户抛弃是早晚的事。”

因此,如何持续生产让用户觉得“物有所值”的优质内容,是知识付费行业发展的关键因素。事实上,各平台已在这方面持续发力:喜马拉雅上线大批大师课课程,并扶持各垂直领域专家达人;知乎上线私家课;分答更名为“在行一点”,内容不再局限于泛娱乐化内容,而是围绕知识共享实现内容全覆盖,在线提供1分钟、30分钟、1个月乃至半年的知识服务;得到推出了年度产品“每天听本书”,目前已有30万人加入年度会员,按照一年365元的定价,流水已超1亿元。

除此之外,业内专家表示,版权保护也是不少知识付费平台面临的困境。此前,有媒体报道,部分电商、贴吧等平台可以搜索不少商品和链接,低价贩卖付费音频、网课课程、会员账号等各大知识付费平台的内容。今年4月,喜马拉雅因上线用户朗读制作的无版权有声书,被该书作家投诉,这场版权纠纷最后以平台发布道歉声明结束。

如何筑起版权“保护墙”,成为业内共同思考的重要问题。中国人民大学金融科技与互联网安全研究中心主任杨东认为,法律和技术手段缺一不可,一方面借助先进技术及时追踪,另一方面要加大执法力度,随时打击侵权行为。

“随着知识付费产品的升级优化,更多网民愿意使用知识付费产品。”张毅认为,只有突破瓶颈,知识付费市场才能迎来新发展。

办出中国特色世界一流大学②

“国势之强由于人,人材之成出于学”。习近平总书记在北京大学师生座谈会上上的讲话,站在时代发展前沿和国家战略高度,围绕培养什么样的人、怎样培养人等核心问题,从坚持办学正确政治方向、建设高素质教师队伍、形成高水平人才培养体系等方面,提出一系列重要论断,是习近平新时代中国特色社会主义思想在高等教育领域一以贯之的集中体现和一脉相承的创新成果。总书记在讲话中明确指出,只要我们在培养社会主义建设者和接班人上有作为、有成效,我们的大学就能在世界上有地位、有话语权。这对于高校坚持办学正确政治方向,扎根中国大地办好中国特色世界一流大学具有重要的指导意义。

坚持办学正确政治方向

新 诺

坚持办学正确政治方向,必须始终坚持以马克思主义为指导。马克思主义始终是我们党和国家的指导思想,也是我国大学最鲜亮的底色。中国人民大学的前身是1937年诞生于抗日烽火中的陕北公学,毛泽东同志曾先后9次到该校发表的演讲闪耀着马克思主义中国化的理论光芒。老校长成仿吾跨越半个多世纪、先后5次翻译《共产党宣言》,留下了为传播马克思主义奉献终身的感人故事。

独特的红色基因始终激励着中国人民大学,我们要在新时代的广阔舞台继续肩负起学习、研究和传播马克思主义的重任,将马克思主义的立场观点方法贯穿到哲学社会科学各个领域,把习近平新时代中国特色社会主义思想学懂弄通做实,使中国特色哲学社会科学的理论土壤充满中国精神、中国价值与中国力量。

坚持办学正确政治方向,必须抓住立德树人这个根本任务。人无德不立,育人的根本在于立德。高校要深刻认识到立德树人是高等教育的价值目标和时代使命,深刻理解立德树人的科学内涵和实践要求。

我们必须深刻领会习近平总书记提出的人才培养的辩证法,把立德树人的成效作为检验学校一切工作的根本标准,弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,不断提高学生思想水平、政治觉悟、道德品质、文化素养。特别是将师德建设和德育实践紧密结合,坚持教育者先受教育,引导广大教师做到教书与育人相统一、言传和身教相统一、潜台词道和关注社会相统一、学术自由和学术规范相统一,让“千教万教、教人求真”的教师成为学生“千学万学、学做真人”的人生榜样,使思想政治工作滋润万物的道德力量融通教师的每一个课堂、贯穿学生的每一步成长,培养社会主义核心价值观的坚定信仰者、积极传播者、模范践行者。把中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信转化为办好中国特色世界一流大学的自信。

奋进在新时代,中国大学要始终抓住培养社会主义建设者和接班人这个根本,为办出中国特色世界一流大学,为实现中华民族伟大复兴的中国梦而不懈努力,书写新时代的辉煌篇章!

(作者为中国人民大学党委书记)

辣评

街舞背后的活力与自信

李一然

日前,一档名为《这!就是街舞》的节目,让带着时代印记的青年时尚和潮流,成为人们关注的热点。

作为上世纪80年代才进入中国的艺术形式,街舞最初是以“霹雳舞”为名进入公众视野的。热烈的音乐、明朗的节奏、帅气的动作……这个自带青春气息的舞蹈很快吸引了很多年轻人。但同时,街舞舞者也被不少人贴上了“不务正业”“坏孩子”的标签。有人认为街舞是一门“廉价”的艺术,原因在于它没有门槛;有人认为街舞只是喧哗张扬的自娱自乐,不能像其他艺术形式那样成为艺术家毕生追求的方向。

当前,中国的街舞群体已经有200万至300万舞者,如何才能赋予街舞这项舶来的艺术形式以健康向上的内容?

说到底,就是要以创造性转化、创新性发展为理念,找到街舞与中华优秀传统文化的结合点,以青春、自信、阳光为核心,用街舞表达属于当代中国年轻人的活力与自信。

近年来,不少街舞舞者在全国多个城市开展慰问、扶贫演出。与全民健身活动相结合,中国舞蹈家协会街舞协会在全国近百个城市开展了“街舞进校园”活动,充满青春活力的街舞在不少中小学替代了程式化的课间操,受到了不少师生的喜爱。《这!就是街舞》的舞者们都相继来到陕西西安和广东清远,在这里展现时尚的街舞与古老的中华优秀传统文化的交流与碰撞。

每一代青年都有自己的际遇和机缘,每一代青年也都有表达爱国、表现自我、力行实干的方式。都可以说,这一轮街舞热引发了我们对青年文化的重新发现和思考——许多人印象中边缘化的街舞,原来也可以公益化和本土化,与社会主流文化相契合;原来我们的社会主流文化早已摘下了看待和理解青年时尚潮流的“有色眼镜”,以包容的胸怀呈现出新时代中国的开放和自信。

街舞的变化和社会对其理解的变化,不仅反映出这项艺术形式本身经历的变迁,更多折射出的,是当代中国社会面对年轻人及其表达方式的新姿态。



5月12日,清华大学举办“纪念汶川地震十周年”无偿献血活动。10年前,清华大学在第一时间为地震灾区献血,占北京应急支援灾区总血量的1/6。图为活动现场,中外学生报名参加献血,奉献爱心。
李齐 王鹤霖摄影报道



深观察

探寻跨越时空的情感对接点

本报记者 刘阳

近年来,传统文化成为电视节目热衷的题材,随着纪录片《我在故宫修文物》和综艺节目《国家宝藏》的播出,历史文物成为“网红”;随着《朗读者》的播出,诗词歌赋成为“爆款”;随着《见字如面》的播出,款款书信吐露温暖心声……文化节目不断推陈出新,让人们看到了中华优秀传统文化的厚重与自信,也让人们重新发现浸润于生活中点点滴滴的文脉。

如何让传统文化类节目更好更长时间地成为公众关注的焦点,让人们通过电视节目更多更深层地了解中华优秀传统文化?

今年以来,又有一批以中华优秀传统文化为核心的电视节目进入人们的视野,如央视财经频道播出的《时尚大师》、央视中文国际频道播出的《传承》、央视综合频道和综艺频道播出的《朗读者》第二季等,均在优秀传统文化的内容表达和呈现形式上进行了探索与创新。

《时尚大师》邀请文化界和时尚界的知名人士组成评审团,由多位全球新锐服装设计师围绕不同主题的“东方元素和中国意象”,

在限定时间和条件下完成创意设计和演绎。在已经播出的第一场竞赛中,比赛要求以“吉祥元素”为题进行创作,参赛者们在其时装设计中展示出当代青年开放的思维,体现出中华优秀传统文化的博大精深和其对现代时尚文化的承载力。

人文纪录片《传承》第二季抽取了35项传统文化技艺,讲述这些非物质文化遗产传承人的故事。从北疆边陲到南海之滨,从东海海域到雪山高原,全景呈现了中国之大美;从鄂伦春族到苗族,从蒙古族到维吾尔族,在多民族的风土人情中,带领观众追寻中华民族的文化基因。

不少专家指出,唯有电视工作者进一步深入发掘中华优秀传统文化的内涵与精髓,开掘更多适合在电视节目上进行呈现的内容和对象,进一步丰富电视节目的表现形式和呈现角度,更好地把握中华优秀传统文化与现代社会人们心理和情感的对接点、融合点,才能在以优秀传统文化滋养电视节目发展的同时,提升优秀传统文化在公众中的认可度、传播力和影响力。

“我们从哪里来?我们如何生活?我们又将向哪里去?这些问题的答案,存在于神州大地一项项古老的传统技艺中,存在于中华民族一个个鲜活的生命个体中。

传承人是非物质文化遗产的重要载体,讲好他们的故事,便是讲好中国故事,讲好中华文化传承故事。”《传承》第二季制片人贺亚莉说,“这些故事,不单单是为了向人们介绍非遗项目,而是以此聚焦背后的传承者。在对非遗的历史渊源、价值和现状的讲述中,努力将静态的非遗与鲜活的生活连接在一起,将古老的文化遗产与火热的当代生活碰撞在一起。”

专家们还表示,在文化类节目的创作中,坚守并不是保守,传承离不开创新。创作者不能停留在对传统文化“只见其形”的层面,还须深入理解传承与创新、古老传统与现代文明的内在关系。

“中华民族古老的智慧告诉当下的人们:要有超越自我、挑战极限的勇气,同时更要有取舍有度、不竭泽而渔的眼光。我们的祖先克服种种困难,在物竞天择中生存下来。尽管古

老的技艺已逐渐淡出现代生活,但其中凝聚的生活理念却是历久弥新的。节目在讲述过去、讲述传承的同时,也在讲述和谐发展的理念。”《传承》第二季执行总导演张可说。

不少专家谈道,当代中国人的内心深处,涌动着精神文化的“还乡”与“寻根”。加强文化节目的创新力度,才能让人们感受优秀传统文化的价值内涵,找到中华民族的文化基因和精神家园,增进中华儿女的情感共鸣和文化认同。

