会 中漫笔

大数据

知识付费行业进入比拼内功的"下半场"

宅在家里长学问

本报记者 刘 峣

新冠肺炎疫情期间,30岁的媒体人苏果成了知识付费平台的"重度用户"。"从疫情知识到职业发

展,从经济课到法律课,林林总总的内容看了不少,宅在家里也长了不少见识。"

疫情改变了很多中国人的生活,也让知识付费再度站上风口。据统计,像苏果一样在防疫期间购 买过知识付费产品的用户超过六成。抓住互联网产业的发展机遇,知识付费行业提前进入了比拼内功 的"下半场"。

遇契机快速发展

疫情给诸多行业带来下行挑战,而在 线上,以知识付费为代表的平台逆势而 上,迎来一波快速发展。防疫期间,针对 宅生活、云生活的新需求,不少知识付费 平台推出一系列举措, 以吸引和积累用 户,并在传递最新疫情消息、普及疫情防 控知识等方面贡献了正能量。

喜马拉雅音频平台在防疫期间上线了 几十档疫情专题节目,包含疫情资讯、防 护科普、播客心声、儿童防护等。还有不 少来自湖北的主播坚持日更节目, 陪伴 "听友"度过抗疫日子。"得到"平台与多 家出版社合作,将最新出版的疫情防护电 子书免费提供给用户下载阅读。蜻蜓FM音 频平台设立"战疫情"专区,涵盖疫情动 态、科普知识等,并联合好大夫等平台开 启在线义诊活动……

艾媒咨询调查显示, 防疫期间, 有 63.1%的用户购买过知识付费产品,其中主 要以职场技能类内容为主;超九成用户表 示,对其购买的知识付费产品比较满意或 者非常满意。而从各大平台的数据来看, 在赠送会员、免费课程等举措的激励下, 防疫期间有更多用户投入了知识付费的怀 抱:"得到"平台免费专区课程领取人数近 50万,喜马拉雅平台活动参与用户过亿次。

对此,有业内人士表示,知识付费行 业能够在特殊时期丰富人们的精神生活, 满足了用户在防疫期间对职业规划、知识 补充、信息获取等内容的增长需求,因而 借此契机快速发展已成必然趋势。

行业迎多重利好

近年来,在移动互联网技术发展的助

推下,作为内容变现有效渠道的知识付费 行业风头正劲,引发各路资本的追逐和热 捧。数据显示,2019年中国知识付费市场 规模达278亿元,预计2020年将突破392亿 元。受疫情的影响,今年中国知识付费用 户规模有望突破4亿人。

事实上,知识付费的发展并非一帆风 顺。经历了初期的野蛮生长阶段,不少平 台和项目已淘汰离场,一些明星项目也遭 遇"贩卖焦虑"的质疑。经过大浪淘沙的 筛选之后,知识付费近年来孕育出各种成 熟的类型,如问答、专栏、平台、报告 等,用户选择的范围越来越广。目前仍在 坚守的知识付费平台,大多已拥有稳定的 流量或营收,未来行业会朝着比较良性的 方向发展。

除了疫情的助推,知识付费的发展也 迎来多重利好。在日趋激烈的社会、职场 竞争环境下,人们需要利用碎片化的时间 在线学习知识、技能的需求越来越明显; 中国互联网的高速发展为知识付费提供了 重要的基础;随着移动支付的普及、网络 视听行业的增长,知识付费极大程度上享 受红利, 行业规模将持续扩增。

在专家看来,目前知识付费行业总体 呈现成长向上趋势,知识付费产品类型日 益多样化,知识内容生产者也变得更加专 业。进入理性发展期的知识付费行业,有 望孕育出更多的新模式和新产品。

面临"成长烦恼"

虽然在防疫期间表现亮眼, 但知识付 费行业也面临着成长的烦恼。目前,平台 内容质量良莠不齐以及付费间隔周期长、 到课率和续订率低等是知识付费平台普遍 面临的问题。疫情过去后,如何留住用 户、保持付费意愿,维持长期可持续发



河北教师王淑慧通过网络向学生展示皮影雕刻作品。

新华社记者 牟 宇摄

展,是知识付费行业必须接受的挑战。

优质内容是知识付费平台的核心竞争 力。近年来,知识付费平台均通过深耕内 容资源、完善内容生态,来构筑各自的市 场优势。艾媒咨询研究报告指出,目前中 国知识付费用户的消费逐渐趋于理性化, 更愿意为实用且高质量的内容付费-48%的受访用户期望知识付费平台提高产 品的性价比,41%的受访用户期望提高内

分析人士指出,随着知识付费的深入 发展,要做大做好知识付费这块"蛋糕", 必须紧跟用户需求变化,做到内容质量

硬、服务体验好、使用效率高,行业持续 发展才更有保障。与此同时, 在愈发激烈 的市场竞争下,用户对于知识价值转化的 需求越来越高,垂直化、细分化将成为知 识付费领域的发展趋势。

近年来,知识付费在金融、农业、医 疗健康、艺术鉴赏等细分领域的表现较为 突出。专家指出,知识付费平台未来将会 争夺更多优质细分领域,知识付费平台应 细化深耕内容优势、服务优势,以解决用 户的核心知识需求。只有不断满足用户深 度学习的需求,才能提高用户黏性、增加 复购率。

近日, 有网友反映某电商 平台存在"杀熟"现象,很多 老用户甚至是会员用户购买同 款商品的购买价格要高于新注 册用户。对此,该电商平台却 回应称,新注册用户享受"新

如此轻描淡写的解释自然 不能服众。实际上,自"杀 熟"现象前些年被曝光以来, 这种"看人下菜碟,越熟越坑 你"的做法始终屡禁不止,有 调查显示, 超过半数网友被 "杀熟"

如今, 在移动互联网时 代,无论是购物、饮食,还是 旅游、住宿, 人们的日常生活 已经离不开五花八门的APP (手机应用程序)。然而,却总 有一些商家和平台依靠大数据 搜集用户的消费习惯, 滥用用 户的信任,为用户"量身定 制"商品价格。"让熟客花更多 的钱买同样的商品",似乎已成 为业内潜规则。

应该看到,商家和平台之 所以敢于"杀熟",关键在于其 运作模式多样、隐蔽性较强, 且出问题后消费者不易取证。 同时,与商家和平台相比,消 费者普遍处于弱势地位,缺乏 维权到底的精力和时间,面对 此类行为大多忍气吞声。

毋庸置疑,要想管住商家 和平台"杀熟"的手,必须敢 于"亮剑"。一个利好消息是, 近年来, 政府越来越重视保护 消费者的合法权益,逐步对 "杀熟"等行为进行管控。比如 文化和旅游部 2019年 10 月发布 《在线旅游经营服务管理暂行规 定(征求意见稿)》,明确要求 "在线旅游经营者不得利用大数 据等技术手段,针对不同消费 特征的旅游者, 对同一产品或 服务在相同条件下设置差异化 的价格",并决定"依法建立在 线旅游行业信用档案""对严重 违法失信者实施联合惩戒措施"

面对"杀熟"行为,显然不能单靠商家和平 台"良心发现"、主动作为。最关键的还是要用刚 性的法律法规和政策措施予以严惩, 让商家和平 台受到应有的惩罚,付出应有的代价,切实提高 "杀熟"的违法违规成本。比如可以设立企业"红 黑榜",对查明存在"杀熟"行为的商家和平台列 入黑榜,让"杀熟者"三思而后行。

对商家和平台来说,要构建良好的信用机 制。需要清醒认识到, 唯利是图者终将玩火自 焚,只有诚信经营才是长久生存之道。

互联网大咖啡



峰岸真澄:

打破国界找"合适的人"

海外网 赵 宽

瑞可利公司(Recruit Holdings)是一家总部位于日本东京的 人力资源公司,如今已是日本最 大的生活服务平台, 也是全球最 大的招聘服务平台之一。峰岸真 澄是其总裁兼首席执行官。

峰岸真澄 1964 年出生在日 本千叶县,大学毕业于日本立教 大学经济系。1987年,他就加入 瑞可利公司。多年来,峰岸真澄 见证公司的成长,并在不同岗位 奉献自己的力量。2012年4月, 他被任命为总裁兼首席执行官。

瑞可利公司的员工很少穿工 作制服,管理人员和下属之间的 尊称在这里也几乎听不到。瑞士 洛桑国际管理学院教授霍华德• 于 (Howard Yu) 曾在他的案例 研究中这样写道:"这里(瑞可 利公司)的氛围与日本其他公司 完全不同。"

"尊重个人是我们最重要的 企业文化。只有每个人实现自 身的价值和抱负,才能够与公 司一同成长。"多年来,峰岸真 澄一直鼓励员工独立思考并敢 于付诸实践。他说,每个人都 可以成为自己的导师,并不断 挖掘自身潜能。这种力量会形 成良性循环,影响到周围每个 人,每位员工也能因此培养起 主人翁精神。而这与日本传统

的教育理念和职场风格有所出 入,后者更强调尊重权威。

峰岸真澄说, 当一个新员工 问"领导,我该怎么办?"时, 这种问题未必会得到回答。在他 的推动下,管理人员经常向员工 提"你怎么看"这样的问题,这 让很多人卸下了包袱, 促使他们 大胆迎接挑战。

任首席执行官以来, 峰岸真 澄尤其注重通过合作或并购等方 式拓展全球业务。"我们手上有 并购候选人的名单,并且与他们 保持经常性的沟通,随时了解他 们的愿景和策略,方便迅速做出 决定。"他认为,在全球化浪潮 下, 打破国界为客户提供"合适 的人"越来越有必要。

峰岸真澄曾举例说,如果一 家日本公司要进入新加坡市场, 并想聘请最好的营销人员时,瑞 可利公司首先会把目标范围锁定 在新加坡。如果没有合适人选, 公司很快会将范围扩大到东盟国 家。如果客户仍然不满意,公司 在欧洲甚至美洲仍然有人才的渠 道。如今,瑞可利的在线求职平 台已覆盖全球66个国家和地 区。在客户看来,能与如此多求 职者建立联系正是瑞可利的一大

图片来源于网络

"新基建"新动能新引擎

在新冠肺炎疫情"大考"中,数字化技术发挥了重要作用。从助力防疫抗疫的硬核科技到便利复 工复学的"云课堂""云办公""云签约",从助力中小企业抵御风险到赋能现代化城市管理……数字经 济正成为重要的经济增长点。

数字经济新动能的加速崛起,显现了中国经济的韧性和潜力。近来,从中央到地方围绕"新基 建",加快推动数字经济做大做强,让高质量发展的步伐更实、成色更浓。

壮大转型动能

从中央到地方近期频频出台相关支持举措打造 数字经济新引擎。加快5G网络、数据中心等新型基 础设施建设成为中国经济发展中的热词。

广州开发区、广州高新区抢抓广州人工智能与 数字经济试验区建设机遇,推出《广州市黄埔区 广 州开发区 广州高新区加快"新基建"助力数字经济 发展十条》,提出强化"新基建"底层数字技术支 撑,三年内投入1亿元,培育一批操作系统、数据 库、中间件、芯片、流版签软件、网络安全软硬件 领军企业, 打造国家级信息技术应用创新基地。

专家表示,近年来中国数字经济快速发展,以 互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链、物 联网等为代表的新一代数字科技与实体经济日趋融 合。在抗击疫情的背景下,中国正将疫情冲击转化 为经济转型动力,培育壮大数字经济新动能,加快 撬动"新基建"引擎,激发新经济潜能。

在日前举行的国务院联防联控机制新闻发布会 上,国家发展改革委高技术司司长伍浩说,这次疫 情让全社会对信息技术深度融合与数字化转型所带 来的巨大效益认识更深。"未来一段时期,数字经济 将成为拉动经济增长的一个重要引擎,各行业各领 域数字化转型步伐将大大加快。"

赋能传统产业

"新基建"与数字技术发展紧密相连,是发展信 息化、智能化、数字化的重要载体。专家表示,数 字技术赋能传统产业,提升资源配置效率提升,优 化经济结构;数字经济是加快产业升级和经济转型 步伐、推动经济高质量发展的有效途径。



邓们维 在流平面

国家发展改革委副秘书长高杲表示,下一步将 加快数字经济创新发展试验区建设, 加快培育一批 吸纳就业能力强的数字经济产业,加快改造传统产 业,促进平台经济、共享经济持续健康发展,培育 更多的经济和就业新增长点。

在政策激励下,一批数字经济企业迅速发展。 近日,位于粤港澳大湾区科技创新枢纽核心区的中 国软件 CBD (中央商务区)项目在广州试投产运 营。中国软件 CBD 项目投资方、科学城(广州) 投资集团有限公司总经理赵光南表示,该项目将对 接以区块链为特色的重点软件企业、高校、科研院 所和创业创新平台, 打造粤港澳大湾区信息技术集

完善生态链条

从技术的研发迭代,到商业模式的创新,都离

不开创新环境的沃土。当前,微观的模式创新、中 观的产业更迭、宏观的整体推进,正加速形成数字 化赋能创新驱动的全链条、大生态。

在加大"新基建"的同时,工信部日前推出20 条举措,支持工业互联网发展,加快工业互联网应 用到智慧生产和产业转型中来。国家发展改革委等 23个部门近日联合印发《关于促进消费扩容提质加 快形成强大国内市场的实施意见》,特别提出构建 "智能+"消费生态体系,促进产业和消费双升级。

构建数字经济的链条和生态,各地政府也在综 合施策。广州开发区政研室主任李耀尧表示,广州 开发区、广州高新区将结合自身特色, 重奖制造业 数字化,推动制造业转型升级和新业态、新模式发 展,支持以移动互联网、物联网、大数据、云计 算、区块链等新一代信息技术为支撑,加快推动重 点传统制造业的产品智能化、装备智能化和生产智