

付费数字内容 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“消费者稳定持续地为数字内容付费可期，因为他们习惯享受线上媒体并为有价值的内容付费。消费者对知识内容市场印象良好，让这一市场极具增长潜力。兴趣培养和职业主题的知识内容将会获得投资回报。”

- 黄一鹤，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 除订阅外，视频流网站还需提供更多
- 将打赏与支持挂钩会激发更多打赏
- 向需求未被满足的富裕用户提供知识内容

互联网（特别是移动互联网）提速降费推动数字内容付费市场蓬勃发展。消费者愿意为各种类型的数字内容付费，满足自己的线上娱乐需求。知识性内容随着数字内容市场发展而兴起，满足了消费者对获得更深入丰富知识的需求，特别是兴趣/爱好领域和职业发展方面。消费者也接受使用后付费——大部分人会因喜爱内容或支持创作者而打赏。

本报告概述了中国消费者数字内容付费习惯，包括使用 and 支付（特别是打赏）数字内容，以及对知识性内容的购买和态度。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

付费数字内容 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

公司与品牌

消费者

线上生活已成常态，尤其依赖智能手机

数据 1: 过去6个月内在任何设备上进行的线上活动，2018年4月

数据 2: 进行线上活动的设备，2018年4月

为游戏和电子书付费最为常见

数据 3: 过去6个月内支付过的数字内容，2018年4月

固定订阅助力稳定支付，但消费者较少一掷千金

数据 4: 为数字内容支付的金额，2018年4月

对拓展知识的渴望推动持续投资

数据 5: 对知识付费内容的态度，2018年4月

消费者寻求兴趣爱好和职业发展方面的知识内容

数据 6: 支付过的知识内容主题，2018年4月

多因内容打赏

数据 7: 打赏的原因，2018年4月

我们的观点

议题与洞察

除订阅外，视频流网站还需提供更多

现状

启示

将打赏与支持挂钩会激发更多打赏

现状

启示

向需求未被满足的富裕用户提供知识内容

现状

启示

市场——您需要了解的

具有高增速和潜力的年轻市场

日益触手可及的数字内容成为主要驱动力

市场概述

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

付费数字内容 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

中国线上知识付费市场将继续蓬勃发展
多元内容推动快速增长

市场增长动力

线上娱乐活动投资增加
移动数据流量激增
数据 8: 移动数据流量，中国，2013-2017年
移动支付让购买轻松易行

重点企业——您所需要了解的

学术类和实用性知识内容均具吸引力
专注小众市场，增加黏着性

市场格局

四类典型的知识内容提供者
数据 9: 基于消费者需求的知识内容类型
线上学习从取代教育转换为补充教育
从单一问题到全面学习
专栏和播客订阅依赖用户对持续高质量知识的信任

竞争策略

线上学习平台更关注K-12市场
AI让线上学习更加“人性化”
依靠明星聚拢人气
打造社区而非简单订阅

消费者——您所需要了解的

几乎所有被访者都花时间使用数字知识并付费
知识内容颇具吸引力，特别是兴趣和职业发展主题
因欣赏内容而打赏

数字内容消费

线上生活已成常态
数据 10: 过去6个月内在任何设备上进行的线上活动，2018年4月
平板电脑风靡专业领域，手机和电视主导线上休闲时光
数据 11: 进行线上活动的设备，2018年4月
数据 12: 过去6个月进行的线上活动（按设备区分），2018年4月
男性更常使用线上媒体
数据 13: 过去6个月内在智能手机或笔记本电脑/台式机上进行的线上活动（按性别区分），2018年4月

最喜爱的付费数字内容

数字阅读或被忽视，游戏支付占据主导
数据 14: 过去6个月内支付过的数字内容，2018年4月
数据 15: 过去6个月内支付过的数字内容（按性别区分），2018年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

付费数字内容 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 16: 过去6个月内支付过的数字内容（按年龄区分），2018年4月

数据 17: 过去6个月内支付过的数字内容（按城市线级区分），2018年4月

愿意投资各种数字内容

数据 18: 过去6个月内支付过的数字内容类型，2018年4月

数据 19: 过去6个月内支付过的数字内容种类（按婚姻状况和子女情况区分），2018年4月

大部分消费者计划在未来一年加大对知识内容的投资

数据 20: 未来1年对投资知识付费内容的兴趣，2018年4月

数据 21: 未来1年对投资知识付费内容的兴趣（按婚姻状况和城市级别区分），2018年4月

为数字内容支付的金额

为游戏支付的金额是电子书的5倍

数据 22: 为数字内容支付的金额，2018年4月

数据 23: 为数字内容支付的金额（按年龄区分），2018年4月

对知识内容的态度

学习价值是投资的主要驱动力

数据 24: 认为知识内容对学习有益的态度，2018年4月

数据 25: 赞同“知识付费内容能帮助我更好地学习”（按年龄区分），2018年4月

数据 26: 对知识内容价值的态度，2018年4月

数据 27: 对知识内容价值的态度（按年龄区分），2018年4月

数据 28: 对知识内容价值的态度（按家庭收入区分），2018年4月

优质内容和口碑驱动购买力

数据 29: 对知识内容提供者和内容本身的态度，2018年4月

数据 30: 对知识内容提供者和内容的态度（按年龄区分），2018年4月

数据 31: 对同龄人阅览的知识内容的态度，2018年4月

数据 32: 对同龄人阅览的知识内容的态度（按年龄区分），2018年4月

数据 33: 对同龄人阅览的知识内容的态度（按家庭收入区分），2018年4月

理想的知识内容

人们对爱好和自我提升表现出类似的浓厚兴趣

数据 34: 支付过的知识内容主题，2018年4月

根据不同人生阶段提供知识内容

数据 35: 支付过的知识内容主题（按年龄区分），2018年4月

数据 36: 支付过的知识内容主题（按收入水平区分），2018年4月

数据 37: 支付过的知识内容主题（按婚姻状况和子女情况区分），2018年4月

打赏的原因

内容是比较重要的决策驱动因素

数据 38: 打赏的原因，2018年4月

数据 39: 打赏的原因——TURF分析，2018年5月

以互动性激发特定观众群体打赏意愿

数据 40: 打赏的原因（按性别区分），2018年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

付费数字内容 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 41: 打赏的原因 (按年龄区分), 2018年4月

认识英敏特城市精英人群

不仅在线上媒体更活跃, 也更愿意为之付费

数据 42: 付费数字内容 (按消费者分类区分), 2018年4月

数据 43: 为数字内容支付的金额 (按消费者分类区分), 2018年4月

数据 44: 打赏的原因 (按消费者分类区分), 2018年4月

对知识内容持积极态度, 青睐理财和投资类内容

数据 45: 支付过的知识内容主题 (按消费者分类区分), 2018年4月

数据 46: 是否认为知识内容有助学习且物有所值 (按消费者分类区分), 2018年4月

数据 47: 未来1年对知识内容的投资计划以及对同龄人消费的内容的态度 (按消费者分类区分), 2018年4月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com