

内容付费



[内容付费_下载链接1](#)

著者:戴卫星

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2018-9

装帧:平装

isbn:9787115491473

★全面解读付费时代 · 泛IP战略 · 知识分享经济 · 社群付费 · 付费阅读 · 视频付费 · 音乐付费

★在付费时代，如何引爆新一轮内容红利

★探究自媒体时代的内容红利

★淘宝头条如何实现内容化布局

★互联网时代的内容产业升级之路

★资本为什么看好内容创业

★阐述知识分享经济的兴起

★传统企业如何运营品牌社群

★如何构建“内容+用户”的生态体系

★我国视频网站如何运营付费模式

★音乐版权实现商业化的路径

★充分发掘优质内容本身的价值，实现内容电商化

本书从付费时代、泛IP战略、知识分享经济、社群付费、付费阅读、视频付费和音乐付费七大维度对内容付费进行了全方位、立体化的深入分析，阐述了知识电商的生态系统和知识变现的线上线下价值链条，介绍了知识电商平台的运营模式和内在商机，为内容创业者及企业描绘了一条行之有效的内容付费掘金路径。本书适合内容经济的创业者及从业者、传统电商转型人员，以及对内容经济感兴趣的读者阅读与参考。

作者介绍：

戴卫星

黑蔷薇组织先行者

自媒体资深玩家

星火资本联合发起人

星火码链集团CEO

目录：第1章 付费时代：引爆新一轮内容红利 //001

1.1 天下没有免费的午餐 //002

1.1.1 商业的本质永远是盈利 //002

1.1.2 互联网付费时代的来临 //005

1.1.3 从前向收费到模式多元 //008

1.2 互联网免费服务的终结 //013

1.2.1 社交付费产品的类型 //013

1.2.2 音频付费：喜马拉雅FM //015

1.2.3 金融付费：微信支付VS支付宝 //017

1.3 自媒体时代的内容红利 //020

1.3.1 开启新一轮内容创业浪潮 //020

1.3.2 内容价值从1.0到3.0模式 //022

1.3.3 内容付费的模式驱动因素 //025
1.3.4 自媒体平台的内容争夺战 //027
1.3.5 内容经济时代的运营逻辑 //028
1.4 淘宝头条的内容化布局 //033
1.4.1 自媒体内容电商变现新路径 //033
1.4.2 打造强大的新媒体消费平台 //035
1.4.3 内容即广告，广告即销售 //037
第2章 内容战略：消费升级下的新兴产业 //039
2.1 互联网时代的内容产业升级 //040
2.1.1 “互联网+内容产业”的崛起 //040
2.1.2 技术重构传统内容产业模式 //042
2.1.3 人口红利下的泛娱乐新生态 //045
2.1.4 互联网内容产业面临的问题 //047
2.1.5 互联网内容产业的发展对策 //050
2.2 资本追逐下的内容创业风口 //053
2.2.1 资本为什么看好内容创业 //053
2.2.2 内容创作平台的竞争与布局 //056
2.2.3 内容创业者的商业变现路径 //058
2.2.4 内容创业领域存在的问题与趋势 //061
第3章 知识分享经济下的内容付费 //065
3.1 知识分享经济的兴起 //066
3.1.1 知识分享经济与内容付费 //066
3.1.2 知识分享经济兴起的逻辑 //068
3.1.3 知识分享经济面临的挑战 //070
3.1.4 知识分享经济的发展趋势 //072
3.2 知识付费的模式路径 //078
3.2.1 内容为王时代的知识变现 //078
3.2.2 知识付费模式的演变历程 //081
3.2.3 知识付费的用户群体分析 //083
3.2.4 知识付费的主要变现路径 //086
3.3 内容平台的知识运营 //089
3.3.1 释放“知识红网”的价值 //089
3.3.2 知识付费平台与OGC合作 //091
3.3.3 构建知识生产与运营体系 //095
第4章 社群付费：社群经济的创新实践 //101
4.1 开启社群模式的付费接口 //102
4.1.1 基于六度分割理论的社群设计 //102
4.1.2 社群的本质：信息和价值交换 //104
4.1.3 付费社群产品的主要运营机制 //107
4.2 传统企业如何运营品牌社群 //111
4.2.1 品牌社群的形成机理与分类 //111
4.2.2 企业运营品牌社群的价值 //116
4.2.3 企业品牌社群的运营策略 //120
4.3 罗辑思维如何打造付费社群 //126
4.3.1 罗辑思维如何打造知识社群 //126
4.3.2 罗辑思维商业成功的秘诀 //130
4.3.3 罗辑思维的主要盈利渠道 //132
4.3.4 “得到”App：知识付费平台 //137
4.3.5 基于SWOT分析的产品优化 //138
第5章 社群付费：为一切优质内容付费 //141
5.1 付费阅读的运营模式与路径 //142
5.1.1 付费阅读模式的发展现状 //142
5.1.2 付费阅读的五大商业模式 //144
5.1.3 付费阅读的内容运营策略 //148

5.1.4 付费阅读模式落地的措施 //151
5.2 构建“内容+用户”的生态体系 //156
5.2.1 内容为王：付费阅读模式的核心 //156
5.2.2 精准触达：满足用户差异化需求 //158
5.2.3 构建生态：用户与内容的无缝对接 //160
5.3 基于微信生态的付费阅读模式 //162
5.3.1 微信内容生态下的付费阅读 //162
5.3.2 微信“打赏”与内容变现 //166
5.3.3 如何让用户为付费内容买单 //169
5.3.4 如何持续提供高品质内容 //173
第6章 视频付费：拓展全新的盈利模式 //177
6.1 我国视频网站的付费模式运营 //178
6.1.1 我国在线视频行业的发展现状 //178
6.1.2 在线视频从免费到付费的演变 //182
6.1.3 我国视频付费模式的驱动因素 //187
6.1.4 我国视频平台的内容定价策略 //191
6.1.5 我国视频付费模式的落地策略 //194
6.2 泛娱乐IP时代的网生内容 //198
6.2.1 网生内容的五大商业模式运作 //198
6.2.2 主流视频平台的网生内容布局 //202
6.2.3 注重版权保护，突破价格战困境 //205
6.2.4 构建IP时代的精品内容战略 //206
6.2.5 国外视频平台的付费模式与启示 //209
第7章 音乐付费：音乐版权的商业化路径 //213
7.1 传统音乐产业的数字化变革 //214
7.1.1 政策红利：开启数字音乐时代 //214
7.1.2 行业自律：强化版权保护意识 //215
7.1.3 模式变革：重构传统音乐产业 //218
7.2 数字音乐时代的版权内容变现 //220
7.2.1 国内外数字音乐的付费模式 //220
7.2.2 数字音乐的付费模式与策略 //223
7.2.3 音乐付费面临的问题与对策 //226
· · · · · (收起)

[内容付费 下载链接1](#)

标签

新经济

IP

营销引流

经管营销

知识服务

内容创业

个人商业

评论

前半部分很不错，后半部分查一些，总体来说写得不错，阅读完毕。七分。

只能作为概览大致看一看，没有什么前瞻性的观点。书中的内容也是很早年的东西了。

就像报道，没有观点。。

罗列了一些存在的现象，但并没有提供建设性的意见和启发。

感觉一般，框架，逻辑，内容还有待雕琢，内容比较浅，帮助和参考性有限，是个翻翻看看的一类书

[内容付费](#) [下载链接1](#)

书评

[内容付费 下载链接1](#)
