

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 逻辑思维如何打造付费社群	//126
4.3.1 逻辑思维如何打造知识社群	//126
4.3.2 逻辑思维商业成功的秘诀	//130
4.3.3 逻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