

在线付费知识市场调研报告 - 中国市场运行轨迹和未来走势分析（2022-2026）

产品名称	在线付费知识市场调研报告 - 中国市场运行轨迹和未来走势分析（2022-2026）
公司名称	湖南贝哲斯信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	开福区新河街道晴岚路68号北辰凤凰天阶苑B1E1 区N单元10楼10033号
联系电话	18163706525 19918827775

产品详情

2022年全球在线付费知识市场销售额达到了233.85亿元人民币，预计2028年将达到623.83亿元，年均复合增长率（CAGR）为17.77%。

全球范围内在线付费知识厂商主要包括Zhihu, Zaihang-yidian (Guokr), Thinking Creation, Quora, Udemy, Coursera, Skillshare, edX等。2022年，全球第一梯队厂商主要有；第二梯队厂商有；第一及第二梯队分别占有%和%的市场份额。

区域层面来看，中国市场在2022年市场规模为86.81亿元人民币，约占全球的%，预计至2028年将达到亿元，届时在全球市场上的占比将达到%。此外，目前地区是全球规模最大的区域市场，2022年占有%的市场份额。预计在预测期间内，地区增长最快，CAGR大约为%。

在线知识付费是指将知识作为商品或服务，利用互联网平台进行知识传播，实现知识的商业价值。

行业概况：

COVID-19疫情对在线知识付费产业发展的影响

疫情期间，由于规划未来事业的激增、知识结构的补充和对疫情信息的需求，大量新用户涌入在线付费知识平台。抗击疫情，喜马拉雅联合多家媒体推出“抗击肺炎”专题版面，其中包括疫情资讯、防护科普、播客之声、儿童保护等数十个疫情专题专辑等等。在COVID-19疫情的特殊时期，在线付费知识平台在传播疫情信息、科普知识、提供防护指南等方面积极发力，取得了实实在在的传播效果。

在线教育、知识付费、游戏、在线办公、电子商务等数字经济模式都享受着用户红利。疫情过后，虽然用户数量会相对下降，但仍会保持在60%左右。需求被点燃后，也有助于未来知识付费用户的参与和活跃。

优点

在线知识付费行业覆盖面不断扩大。

加强知识产权保护政策。

弱点

由于在线知识付费行业进入门槛低，知识付费内容参差不齐，同质化现象明显。

内容存在虚假营销问题。

机会

移动支付提供便利。

消费升级带动文化需求增长。

在线知识付费市场不断扩大，欠发达地区市场不断壮大。

威胁

市场竞争逐渐加剧。

劳动力成本上升。

类型划分：

在不同的产品类型中，付费订阅细分市场预计将在 2028 年贡献最大的市场份额。

在线付费知识应用领域划分：

从应用来看，教育细分市场从 2018 年到 2022 年占据了最大市场份额。

市场竞争概览：

Udemy 是在线知识付费市场的主要参与者之一，2021 年的市场份额为 14.76%。

Udemy

Udemy 是现有课程的平台之一。

Udemy
的使命是让人们和组织将他们与他们联系起来，他们需要在最大的电子学习产品中取得成功，超过180,000人通过知识和技能在不断变化的世界中创造新的可能性。

Coursera

Coursera 的商业模式涉及提供在线课程、证书课程和学位以换取学费和访问费。Coursera 与数百家组织、机构和大学合作，向世界各地的学习者提供内容。

地区概况：

从2023年到2028年，中国预计将见证强劲的增长前景。

本报告通过十二个章节内容对全球与中国在线付费知识行业发展趋势进行全面的分析与预测。报告依次对行业所处环境、整体和细分市场规模、各区域市场概况、市场竞争格局、发展趋势及利弊因素的深入调查研究，并指明在线付费知识行业热点领域、风险和回报周期，有利于业内企业准确把握市场趋势，制定正确的战略决策。未来几年，该行业发展具有很大不确定性。该报告基于过去几年行业发展规律、x ingyezhuanjia及分析师观点，结合行业现状和影响因素，对2023-2028年行业发展趋势做出预测。

在线付费知识市场主要企业包括：

Zhihu

Zaihang-yidian (Guokr)

Thinking Creation

Quora

Udemy

Coursera

Skillshare

edX

在线付费知识类别划分：

付费订阅

课程专栏

社区服务

在线问答

现场会议

在线付费知识应用领域划分：

知识共享

教育

报告出版商: 湖南贝哲斯信息咨询有限公司

报告对在线付费知识行业主要企业基本信息、产品特点、竞争力水平重点介绍，同时重点分析了各企业市场表现（包含在线付费知识市场销售量、销售收入、价格、毛利、毛利率及全球和中国市场主要厂商的市场份额），为制造商及上下游企业提供可依据的市场动态信息，能够在激烈的竞争中明确自身定位，实时调整企业发展战略。

不同地区在线付费知识市场份额分布、市场机遇及发展优劣势大不相同。从全球来看，本报告对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲、中东、非洲等细分区域逐一分析，报告同时也着重分析了guoneishichang，探讨全球各区域以及国内在线付费知识市场现状、行业规模、市场份额占比、及未来发展趋势。

区域细分：北美（美国、加拿大、墨西哥）

欧洲（德国、英国、法国、意大利、北欧、西班牙、比利时、波兰、俄罗斯、土耳其）

亚太（中国、日本、澳大利亚和新西兰、印度、东盟、韩国）

拉丁美洲，中东和非洲（海湾合作委员会国家、巴西、尼日利亚、南非、阿根廷）

在线付费知识市场分析报告各章节内容如下：

第一章：在线付费知识行业简介、市场规模和增长率（按主要类型、应用、地区划分）、全球与中国在线付费知识市场发展趋势；

第二章：在线付费知识市场动态、竞争格局、PEST、供应链分析；

第三章：全球与中国在线付费知识主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额、TOP3企业SWOT分析；

第四章：2017-2028年全球与中国在线付费知识主要类型分析（发展趋势、销售量、销售额、市场份额及价格走势）；

第五章：2017-2028年全球与中国在线付费知识最终用户分析（下游客户端、市场销量、值及市场份额）；

第六章：2017-2022年全球主要地区（中国、北美、欧洲、亚太、拉美、中东及非洲市场）在线付费知识产量、进口、销量、出口分析；

第七至第十章：分别对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲地区在线付费知识主要类型、应用格局、主要国家市场销量与增长率分析；

第十一章：列举了全球与中国在线付费知识主要生厂商，涵盖企业基本信息、产品规格特点、及2017-2022年在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率分析；

第十二章：在线付费知识行业前景与风险。

目录

第一章 行业概述及全球与中国市场发展现状

1.1 在线付费知识行业简介

1.1.1 在线付费知识行业界定及分类

1.1.2 在线付费知识行业特征

1.1.3 全球与中国市场在线付费知识销售量及增长率（2017年-2028年）

1.1.4 全球与中国市场在线付费知识产值及增长率（2017年-2028年）

1.2 全球在线付费知识主要类型市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.2.1 付费订阅

1.2.2 课程专栏

1.2.3 社区服务

1.2.4 在线问答

1.2.5 现场会议

1.3 全球在线付费知识主要终端应用领域市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.3.1 知识共享

1.3.2 教育

1.4 按地区划分的细分市场

1.4.1 2017年-2028年北美在线付费知识消费市场规模和增长率

1.4.2 2017年-2028年欧洲在线付费知识消费市场规模和增长率

1.4.3 2017年-2028年亚太地区在线付费知识消费市场规模和增长率

1.4.4 2017年-2028年拉丁美洲，中东和非洲在线付费知识消费市场规模和增长率

1.5 全球在线付费知识销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及预测（2017年-2028年）

1.5.1 全球在线付费知识销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及发展趋势（2017年-2028年）

1.6 中国在线付费知识销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

1.6.1 中国在线付费知识销售量、价格、销售额及预测（2017年-2028年）

第二章 全球在线付费知识市场趋势和竞争格局

2.1 市场趋势和动态

2.1.1 市场挑战与约束

2.1.2 市场机会与潜力

2.1.3 全球企业并购信息

2.2 竞争格局分析

2.2.1 产业集中度分析

2.2.2 在线付费知识行业波特五力模型分析

2.2.3 在线付费知识行业PEST分析

2.3 在线付费知识行业供应链分析

2.3.1 主要原料及供应情况

2.3.2 在线付费知识行业下游情况分析

2.3.3 上下游行业对在线付费知识行业的影响

第三章 全球与中国主要厂商在线付费知识销售量、销售额及竞争分析

3.1 全球与中国在线付费知识市场主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额

3.1.1 全球与中国在线付费知识市场主要厂商2021和2022年销售量列表

3.1.2 全球与中国在线付费知识市场主要厂商2021和2022年销售额列表

3.1.3 全球与中国在线付费知识市场主要厂商2021和2022年市场份额

3.2 在线付费知识全球与中国TOP3企业SWOT分析

第四章 全球与中国在线付费知识主要类型销售量、销售额、市场份额及价格（2017年-2028年）

4.1 主要类型产品发展趋势

4.2 全球市场在线付费知识主要类型销售量、销售额、市场份额及价格

4.2.1 全球市场在线付费知识主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.2.2 全球市场在线付费知识主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.2.3 全球市场在线付费知识主要类型价格走势（2017年-2028年）

4.3 中国市场在线付费知识主要类型销售量、销售额及市场份额

4.3.1 中国市场在线付费知识主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.3.2 中国市场在线付费知识主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.3.3 中国市场在线付费知识主要类型价格走势（2017年-2028年）

第五章 全球与中国在线付费知识主要终端应用领域市场细分

5.1 终端应用领域的下游客户端分析

5.2 全球在线付费知识市场主要终端应用领域销售量、值及市场份额

5.2.1 全球市场在线付费知识主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.2.2 全球在线付费知识市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

5.3 中国市场主要终端应用领域在线付费知识销售量、值及市场份额

5.3.1 中国在线付费知识市场主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.3.2 中国在线付费知识市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

第六章 全球主要地区在线付费知识产量，进口，销量和出口分析（2017-2022年）

6.1 中国在线付费知识市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.2 北美在线付费知识市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.3 欧洲在线付费知识市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.4 亚太在线付费知识市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.5 拉美，中东，非洲在线付费知识市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

第七章 北美在线付费知识市场分析

7.1 北美在线付费知识主要类型市场分析（2017年-2028年）

7.2 北美在线付费知识主要终端应用领域格局分析（2017年-2028年）

7.3 北美主要国家在线付费知识市场分析和预测（2017年-2028年）

7.3.1 美国在线付费知识市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

7.3.2 加拿大在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

7.3.3 墨西哥在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第八章 欧洲在线付费知识市场分析

8.1 欧洲在线付费知识主要类型市场分析 (2017年-2028年)

8.2 欧洲在线付费知识主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

8.3 欧洲主要国家在线付费知识市场分析 (2017年-2028年)

8.3.1 德国在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.2 英国在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.3 法国在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.4 意大利在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.5 北欧在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.6 西班牙在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.7 比利时在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.8 波兰在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.9 俄罗斯在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

8.3.10 土耳其在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第九章 亚太在线付费知识市场分析

9.1 亚太在线付费知识主要类型市场分析 (2017年-2028年)

9.2 亚太在线付费知识主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

9.3 亚太主要国家在线付费知识市场分析 (2017年-2028年)

9.3.1 中国在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.2 日本在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.3 澳大利亚和新西兰在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.4 印度在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.5 东盟在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.6 韩国在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第十章 拉丁美洲，中东和非洲在线付费知识市场分析

10.1 拉丁美洲，中东和非洲在线付费知识主要类型市场分析 (2017年-2028年)

10.2 拉丁美洲，中东和非洲在线付费知识主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

10.3 拉丁美洲，中东和非洲主要国家在线付费知识市场分析 (2017年-2028年)

10.3.1 海湾合作委员会国家在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.2 巴西在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.3 尼日利亚在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.4 南非在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.5 阿根廷在线付费知识市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第十一章 全球与中国在线付费知识主要生产商分析

11.1 Zhihu

11.1.1 Zhihu基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.1.2 Zhihu在线付费知识产品规格、参数、特点

11.1.3 Zhihu在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.2 Zaihang-yidian (Guokr)

11.2.1 Zaihang-yidian (Guokr)基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.2.2 Zaihang-yidian (Guokr)在线付费知识产品规格、参数、特点

11.2.3 Zaihang-yidian (Guokr)在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.3 Thinking Creation

11.3.1 Thinking Creation基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.3.2 Thinking Creation在线付费知识产品规格、参数、特点

11.3.3 Thinking Creation在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.4 Quora

11.4.1 Quora基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.4.2 Quora在线付费知识产品规格、参数、特点

11.4.3 Quora在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.5 Udemy

11.5.1 Udemy基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.5.2 Udemy在线付费知识产品规格、参数、特点

11.5.3 Udemy在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.6 Coursera

11.6.1 Coursera基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.6.2 Coursera在线付费知识产品规格、参数、特点

11.6.3 Coursera在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.7 Skillshare

11.7.1 Skillshare基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.7.2 Skillshare在线付费知识产品规格、参数、特点

11.7.3 Skillshare在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.8 edX

11.8.1 edX基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.8.2 edX在线付费知识产品规格、参数、特点

11.8.3 edX在线付费知识销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

第十二章 在线付费知识行业投资前景与风险分析

12.1 在线付费知识行业投资前景分析

12.1.1 细分市场投资机会

12.1.2 区域市场投资机会

12.1.3 细分行业投资机会

12.2 在线付费知识行业投资风险分析

12.2.1 市场竞争风险

12.2.2 技术风险分析

12.2.3 政策影响和企业体制风险

该报告收集了全面的全球及中国在线付费知识市场数据和最新的技术变化情况，可简化企业战略规划并识别新的市场趋势。通过参考该报告可以获得zuijia指导，以优化业务流程和制定重要战略，帮助行业所有者更好地在竞争激烈的市场中管理自身业务，发现潜在的威胁和机会以实现收益最大化。

湖南贝哲斯信息咨询有限公司是一家业内专业的现代化咨询公司，从事市场调研服务、商业报告、技术咨询等三大主要业务范畴。我们的宗旨是为合作伙伴源源不断地带来短期及长期的显著效益，通过强大的部委渠道支持、丰富的行业数据资源、创新的研究方法等，精益求精地完成每一次合作。贝哲斯已为上千家包括初创企业、机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司和各类公司在内的单位提供了专业的市场研究报告、咨询及竞争情报服务，项目获取好评同时，也建立了长期的合作伙伴关系。

报告编码：2139774