

“时间墙”模式对中国付费墙发展的启示

毛浓华, 李众伟

西安财经大学, 陕西 西安
Email: 254442863@qq.com, 549631200@qq.com

收稿日期: 2021年8月9日; 录用日期: 2021年9月9日; 发布日期: 2021年9月15日

摘要

2019年德国媒体集团Madsack首次推出了“时间墙”付费模式。所谓的“时间墙”，就是先设置一个固定的时间段，在设置的时间段内新闻媒体机构发布的在线内容对所有用户免费开放，在规定的时段过去之后，再仅限订阅者阅读，或者是在这个时间段内先向订阅者开放，规定的时段过去之后，再向所有用户免费开放。“时间墙”模式具有尊重用户阅读体验、利于社交共享、培养潜在的订阅者等优势。这对于目前国内付费墙的发展有一定的启示作用。

关键词

时间墙, 付费墙, 付费模式

Enlightenment of “Time Wall” Model on the Development of Pay Wall in China

Nonghua Mao, Zhongwei Li

Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an Shaanxi
Email: 254442863@qq.com, 549631200@qq.com

Received: Aug. 9th, 2021; accepted: Sep. 9th, 2021; published: Sep. 15th, 2021

Abstract

In 2019, the German media group Madsack first launched the “time wall” payment model. The so-called “time wall” is to first set a fixed time period. During the set time period, the online content published by news media organizations is free and open to all users. After the specified time period has passed, only subscribers can read it. Or it can be opened to subscribers first during this time period, and then open to all users for free after the specified time period has passed. The “time wall” model has the advantages of respecting users’ reading experience, facilitating social sharing, and cultivating potential subscribers. This has certain enlightenment for the current de-

velopment of domestic pay wall.

Keywords

Time Wall, Pay Wall, Payment Model

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

付费墙是指数字新闻支付系统,它可以定义为一种订阅模式,如果不付费,它会限制公众访问所有或部分数字新闻内容。在经历探索、试错和普及等三个阶段,目前“软、硬付费墙”已经成为国内外主流媒体的主要选择。但如今在西方新闻界兴起一种新的新闻付费模式——“时间墙”。

2. “时间墙”的特点

所谓的“时间墙”(Time Wall),是一种全新的内容付费模式,顾名思义,它将时间作为判断用户是否需要付费的决定因素。就是先设置一个固定的时间段,在设置的时间段内新闻媒体机构发布的在线内容对所有用户免费开放,在规定的时段过去之后,再仅限订阅者阅读,或者是在这个时间段内先向订阅者开放,规定的时段过去之后,再向所有用户免费开放。相较于传统的“软硬墙”模式,“时间墙”模式给了所有用户免费访问所有新闻的机会。

“时间墙”与“软付费墙”中的“计量付费”有一定的类似,但二者有着本质的差距。“计量模式”通常允许用户免费阅读五到十篇文章。当免费访问次数使用完后,用户需要进行付费才能在报纸网站中继续阅读。也就是说“计量付费”是以用户访问次数作为付费的依据。例如《纽约时报》于2011年引入该模式,它允许用户每月免费阅读20篇文章。超过规定的20篇则需要付费。而“时间墙”模式则是以设定特定的时间段为付费依据。

2019年德国媒体集团Madsack首次推出了“时间墙”付费模式,它允许用户在内容发布后的一小时内免费阅读,时间一过就开始收费。该公司自从推出“时间墙”模式以来大受欢迎,在“时间墙”推行的前6个月已经获得1万多个新的订阅用户。美国新闻网站BoiseDev则将“时间墙”引入到更广泛的领域,比如将付费会员和电子邮件通讯融合打通。该网站的付费会员可以通过邮件提前收到次日发布的本地新闻,第二天这些内容则会发布在网站上,供全部读者免费阅读。这一举措也有力地刺激了订阅数量的增长。Mittmedia是瑞典最大的媒体集团之一,他决定在新闻出版后一小时内保持免费阅读。在引入“时间墙”模式后Mittmedia的订阅用户转化率提高了20%。INMA则将免费时间设定为一天,同时以倒计时的方式向读者展示剩余免费的时间。在国内,财新也有部分新闻采取类似“时间墙”的模式。2017年在全面收费改革后,“财新网”部分新闻内容分时收费,先免费阅读,再仅限付费用户阅读。同时采用钟表形状图标用以表示该新闻正在限免。

3. “时间墙”模式的优势

3.1. 尊重用户的阅读体验

“时间墙”更加尊重用户的阅读体验。BoiseDev的发行人唐·戴(Don Day)认为人们遇到了付费墙,

他们会感到恼火。“当你为每月阅读超过五到十篇文章的人锁定内容时，你实际上是在告诉最忠实的读者，你不想要他们的生意。BoiseDev 新会员资格最大好处是使潜在的订阅用户提前一天访问其内容。‘时间墙’模式使潜在订阅者可以免费访问其内容，而无需告诉他们不再重要。” [1]

3.2. 利于社交共享

在传统的“软、硬付费墙”模式下，分享在社交网站中的内容，用户需要付费才能阅读，这影响了文章的打开率和进一步传播。“时间墙”在特定的时间内免费，更适合在社交网络中共享和传播。

3.3. 培养潜在的订阅者

“时间墙”模式在限定的时间内免费阅读，为了不错过新闻，那些不想付费的用户会更频繁的访问其网站，以求能免费阅读新闻。这样的策略对用户形成了更明显的激励，在有限的时间促使他们更快地采取行为，以及更频繁的访问网站。频繁地访问更有可能使潜在的用户成为订阅者。

4. “时间墙”模式对中国付费墙发展的启示

4.1. 提升内容质量

用户的忠诚度离不开高质量的内容，无论是语言用词、还是格式、可视化，亦或是包装宣传，都离不开高质量的要求。事实上，用户并不是总能在付费后阅读到高质量的文章。部分报业为了引诱读者付费，往往使用极具吸引力的标题，搭配部分画面，让你看到一小部分精彩内容。当付费后看到整个画面时，内容往往让读者感到失望。表面上看“时间墙”是付费墙的一种的转变，但实际上，决定“时间墙”成功的关键是报纸所能提供的新闻内容价值。国内报业在付费墙全面来临时，应主动加强内容质量的提升，保持优质内容的输出。

4.2. 创新付费墙模式

“时间墙”是报业探索的新型付费墙模式。瑞典媒体机构 Mittmedia 通过研究发现，在特定文章免费的首个小时内，转化的新读者订阅量只占其总数的 20%，大多数读者其实是在之后的时间内才进行订阅的。这一研究结果向团队表明，内容付费符合长尾商业模型。[2]也就是说，文章的平均页面浏览量会在发布后一小时达到峰值，其间增长曲线也比较陡峭，但从总量来看，文章的多数流量还是会在峰值后的时间。因此 Madsack 根据用户阅读习惯选择了“时间墙”模式并获得巨大成功。国内报业不应该拘于传统的“软、硬付费墙”模式，应利用大数据等技术，了解目标用户的阅读习惯，再结合自身的特点、生产的内容，创新付费墙模式，增加用户阅读体验。只有综合考量各种因素，权衡利弊，选择最适合自己的付费墙，才会为用户所接受，才能获得成功。

4.3. 制定合理的定价策略

国内报业不能把免费与付费对立起来，而应该坚持你中有我、我中有你的定价策略。美国《连线》杂志的凯文·凯利认为“定价的终极策略是免费，应该将核心产品免费，而高价出售其他服务。”他建议数字报纸平台应关掉计量表并收取会员费。[3]在其他报业制定更严密的付费墙时，美国的《公民报》和《诺沃克反映者报》另辟蹊径，其网站向公众公开大部分新闻内容，只对最受欢迎的板块收取少量费用。这种收费策略促进了网站新闻订阅量的迅速提升，从而带动收入的增加。[4]“时间墙”模式也采用类似的策略，在特定的时间段内公开新闻，吸引用户阅读，以此增加其订阅量。国内报业在制定具体的收费方式和定价标准上，可以坚持多元定价策略，使用免费 + 付费的方式。付费墙模式出现前，数字新

闻平台多以免费方式示人, 大部分用户习惯了免费阅读, 对新闻免费持理所应当的心态。因此采取免费 + 付费的方式可以减弱这部分用户的抵触心理, 减少因设置付费墙导致用户大量流失的现象。

5. 总结

总的来说, “时间墙”模式以设定特定的时间段为付费依据, 创新了付费墙模式。在未来我国报业转型思路中, 首先应该提升内容质量, 其次根据自身定位灵活设置付费墙。最后制定合理的定价策略, 使用免费 + 付费的方式, 减少因设置付费墙导致用户大量流失的现象。

参考文献

- [1] Granger, J. (2019) Why US Local Business News Site BoiseDev Is Ditching Paywalls in Favour of “Timewalls” [EB/OL]. <https://www.journalism.co.uk/news/why-us-local-business-news-site-boisedev-is-ditching-paywalls-in-favour-of-time-walls-/s2/a732942/>
- [2] Kalim, F. (2019) Dealing with Paywall Resistance: How Publishers Are Using Data for Growing Subscriptions. <https://whatsnewinpublishing.com/dealing-with-paywall-resistance-how-publishers-are-using-data-for-growing-subscriptions/>
- [3] 迟强. 商业模式视角下报业融合发展的战略思考[J]. 当代传播, 2017(3): 62-64+68.
- [4] 郑晓迪. 报业转型的他国经验: 自“付费墙”观察[J]. 重庆社会科学, 2017(4): 99-106.