

【热搜】

微博、知乎、钛媒体纷纷上线“内容付费”产品

## 有问题,你会付费问网络大V吗

半个月前,“微博问答”上线,网友付费提问,博主撰文回答,获取收益。实际上,微博并非第一个问答付费的探路者。早在2015年12月,逻辑思维创始人罗振宇就推出了付费订阅内容的App平台——“得到”,2016年5月,付费语音问答平台“分答”上线,网友提出的问题可以获得答主60秒的语音回复。多家平台推出付费服务产品,都在想方设法把人们头脑中的知识“变现”。

花几十元钱  
买个“大V”回复值得吗?

“男追女是正常,女生主动追求男生就会被说成‘倒贴’,你怎么看待这个问题呢?”

当拥有472万微博粉丝的情感博主琦殿看到这个让她“话匣子一下就打开了”的问题后,立刻开始整理思绪,琢磨着怎样给出一个令对方满意的答案。每天,她都能在微博上收到数十个网友的提问,然后选出一两个具有普遍性的问题,进行作答。

微博上,诸如琦殿、科普君等拥有百万级别粉丝的“大V”设置的提问价格从几十元至上百元不等。其他网友支付1元可以“偷看”回复,博主和提问者享受“围观分成”。如今,琦殿已经回答了23个网友提出的关于情感方面的问题。

小道消息出品人Feng认为,付费问答不仅仅是得到了一个答案。“有人觉得64元问个问题,太蠢了。也有人会另外算账,以第一波向我提问的网友为例,支付64元,可以得到一次微博账号曝光,得到围

观用户费用的分成。分成最高的一位,赚到的不止64元。”

北京友谊医院营养师顾中一在微博上拥有超过200万的粉丝,在分答平台,他已坚持回答了730个与饮食、营养方面相关的问题,价格也从一开始的1元提高至50元。“我认为现在的这个价格还是比较适中的,可以通过价格门槛挡住很多无聊的问题,让我的精力聚焦于真正有需要的人。”

多家平台  
推出内容付费产品

随着内容付费趋势渐起,花钱让自己信赖的“大V”回答问题已经逐渐成为一种潮流。艾瑞咨询发布的《2016年中国网络新媒体用户研究报告》中提到,33.8%的新媒体用户已经产生过对数字内容的付费行为,15.6%的用户有进行付费的意愿但是还没有付费行为。而在2014年,有数据曾显示有69.7%的网民不愿意付费互联网内容。

在去年的“微博V影响力峰会”上,微博公布了自媒体117亿的年度总收入,其中有4.7亿来自付费阅读和打赏。

在“分答”创始人姬十三看来,分享经济孕育了知识网红。“付费后给你一个更加定向的结果,这和你在互联网上随便看到一个东西,是不一样的感受。从分享车子、房子,到今天分享头脑中的价值,在整个分享经济大的习惯变化上,人们发生了变化。”

除了一对一问答平台,“会员专区”“定制付费”等产品形式也应运而生。就在近期,TMT社群媒体钛媒体也

发布了专业版的付费服务产品,表示要在付费专业版中提供更加优质的内容、数据、信息。

曾体验过内容付费产品的章凌对此持怀疑态度,“早期的互联网为了争夺用户,内容几乎都是免费的,这似乎已经成为人们的一种习惯,收费以后,不怕产品‘夭折’吗?”

钛媒体创始人赵何娟说,推出付费定制服务已经酝酿了3年。“用户一直以来没有为虚拟服务付费的习惯,唯一成功的只有游戏。”但是“付费的专业内容和免费的新闻内容是有本质区别的,钛媒体Pro专业版的重点不是新闻内容,而是专业数据和知识服务,要在帮助专业人士提高知识获取效率、搭建专业圈子的社交平台、提高工作效率3个层面满足专业用户的需求。”

“在信息已经严重泛滥过载的时代,优质内容的筛选与针对性的匹配可能更符合用户注意力与时间稀缺的特性。”科技自媒体人王新喜同样认为大多数付费内容瞄准的是为高端人群提供专业内容,“能花钱的就不用花时间,过滤内容比花费时间寻找内容更有价值。”

一些自媒体人的感受是,对于付费内容,作者会更加负责。每次琦殿在回复网友的问题时,都会再三斟酌,“因为网友为你付费了,回答的时候会为对方考虑,尽量写得全面,去照顾粉丝的情绪。”

交易入口早已  
从流量变成知识

去年,第一个内容消费节用5088万的销售额引爆了内

容付费领域——音频分享平台喜马拉雅FM举办的“知识狂欢节”当天,850位知识网红和超过2000个精品课程参与其中。喜马拉雅FM联合创始人余建军表示“为内容付费这件事,一直都是存在的,过去是书刊杂志,现在只不过是‘挪’到了网上。为内容付费的前提必须是优质的内容,这跟用户在网上传卖其他商品是一个逻辑,很多人不愿意买单,本质上还是用户体验的问题。”

“免费模式,让知识不断被分享、传播,是知识的一种增值。但在前沿知识领域,付费模式是一种鼓励和保护。”北京师范大学哲学与社会学院副院长朱红文曾在接受记者采访时说,“知识付费的发展说明了知识本身在市场中是有价值的,是被消费者认可的,体现出人们对知识需求的提高,也说明了人们付费习惯的养成。”

(据《扬子晚报》)



【热点】

## 网友微博引期末复习学子共鸣

1月5日 周四  
医学院学生头上扎针提神走红

据网友爆料,云南中医学院针灸推拿专业的学生,期末考试复习时为了提神,给自己来了一个“一针提神”,用银针扎自己百会穴和四神聪,开窍醒神学以致用。这张照片也刷爆朋友圈。

网友点评:他们真开挂了!怪不得我背不完题。

1月6日 周五  
网友晒那些并没有什么用的挣扎

过去一年里,你有哪些并没有什么用的经历?微博网友热晒:“每次放假,把一大堆作业和复习资料带回家。”“手机里每天早上的七八个闹钟。”“新年时的发愿,好像这样就可以把一年的遗憾全部弥补。”

网友点评:全中,我竟无言以对。

1月7日 周六  
浙大男神学霸作息表震惊朋友圈

浙大有个男神学霸,靠一张作息表震惊朋友圈。他的作息表,从早上6点,一直安排到晚上12点半。一周每个时段的学习内容都精确到几点几分。关键是,他还很会玩,开飞机,玩潜水,自创潮牌服装。

网友点评:比你厉害的人却比你努力,就问你怕不怕?

1月8日 周日  
网友含泪热议躲着孩子吃零食攻略

国外一个四胞胎的妈妈发的一段视频在网络上火了,她不得不躲在储物柜里吃糖,因为孩子们整天跟在

后面,看见什么抢什么。网友随即吐槽自己的辛酸事:“别说吃东西了,就是听到塑料袋响,熊孩子都能秒醒。”

网友点评:小时候躲着父母吃零食,现在要躲着孩子吃零食。

1月9日 周一  
新加坡女艺术家用泡面编织围巾

新加坡一名女艺术家最近有了新“玩法”——用泡面作为材料织围巾。她想借此行为传达一个理念:在这个追求高效快速的世界,请适当地慢下来。

网友点评:心疼泡面。

1月10日 周二  
网友微博引期末复习学子共鸣

各高校期末考试正在紧张进行中,一条微博引发了

无数正在头悬梁锥刺股的复习学子的共鸣:“(翻书)马冬梅,(合书)马什么梅?(翻书)马冬梅,(合书)马东什么?(翻书)马冬梅,(合书)什么冬梅?”经历过大学期末考试的人,都懂!

网友点评:没毛病,秒懂。

1月11日 周三  
摆V字拍照有可能被盗取指纹

日前,日本专家提醒网友,拍照时摆V字手势,很有可能被盗取指纹。实验表明,利用一张从3米处拍摄的照片读取到了指纹信息。对于照片曝光率较高的名人,指纹信息等被盗取的危险系数更高。

网友点评:太小瞧我们了,我们连手指头都美图。

(齐小游整理)



【微博】

机器有智商  
但人还有诗和远方

我不大建议年轻小友过早进入投资行业,除非没其他地方可去。这个行业太“强检验”,一切唯“结果导向”,细碎、沉闷、残酷。什么是结果导向?打个比方吧,世界冠军李世石1:4输给了阿尔法狗,换你上,也可能是1:4,你和李世石没区别,这就是结果导向:李世石的99%经验累积和你的1%一样,皆是失败。

@易伟

一个没有努力让自己的内容以各种方式、更轻易地分享出去的媒体,不是好媒体。

@胡泳

一个AI赢过50多位国手,是该欣喜地迎接新纪元,还是该慨叹人类败给一台机器呢?其实没关系,机器有智商,但人类还有诗和远方。

@小V

腊月近半,冬将残,春已近。元稹的《生春二十首》中有“何处生春早?春生霁色中。远林横反照,高树亚东风。水冻霜威庇,泥新地气融。渐知残雪薄,杪近最怜丛。”元稹还有“雪映烟光薄,霜涵霁色冷”,也美。此时东风未起,“杪”是树梢,喻将近。杪岁就是岁末了。

@朱伟

上世纪50年代出生的人没有读过《战争与和平》《静静的顿河》的怕是少数;上世纪60年代出生的人没读过《人间喜剧》《九三年》《了不起的盖茨比》的怕也不多。与其惊叹这个年代科幻作家熟悉这些,不如踏实地去回归作者成长的语境慢慢发掘,他们真正原创的地方才能浮出水面。由《三体》出版十年对这本书的研究至今太弱有感而发。

@作家吴岩

我们一边在雾霾里像走投无路的困兽一样哀嚎;一边又看着人工智能连赢几十盘横扫人类顶尖围棋手,仿佛那激动人心的未来触手可及就在眼前。我不知道该如何转换心情来面对这无比魔幻的时代。

@假装在纽约

虽然元旦过了但是先别急,咱们中国人都是春节到了才是年,过了年再努力不迟。

@纯良大叔

手机的平均寿命只有2—3年,手机活一年相当于人类活三十年,请珍惜你与手机在一起的时光,不要因为它老了就冷落了它。

@段子手

(三七整理)