



透视微博利益链

微博成名人赚钱新工具

本报记者 师文静

近日,编剧石康在微博上爆料,自己的微博是付费微博,2元/字,且称大部分名人微博也都如此,某女明星能日进万金。此消息一出,名博这块利益的大蛋糕再次引起各方注意。名博背后的利益链条如何?网友如何看待日渐激烈的名博利益之争?

一条微博“五千到五万”

名博成商家新阵地

“这年月,专属于男人的事已经不多见了,剃须算一个。(某某刮胡刀)锋隐,5层刀片,号称史上最牛的手动剃须刀,刮起来非常顺滑、干净、舒服。本条后留言的前十名每人可获得一套剃须产品礼包,男士优先。”这条广告既有产品介绍又有促销活动,是一条典型的植入微博的广告语,出现在去年底黄健翔的微博中。

而此前,“西单女孩”任月丽的微博中就多次出现某知名网络游戏的广告推介,从而引起不少网友的反感。在不少名人微博中,网友也能看到有些名人多次提到某个品牌的商品,并告知商品上市推介日等信息。

记者了解到,像新浪、腾讯和搜狐等网站的名人微博,凭借稀缺的名人资源,积累了庞大的粉丝数量,姚晨和赵薇的粉丝数量多达六七百万人。借助强大的web3.0技术,名人可将个人所发信息直投到几百万粉丝的页面上。就是这种强大的直投广告能力,让名博植入广告成为企业品牌推广的新阵地。

记者联系到北京一家专业博客营销服务商了解到,现在微博广告营销超过博客已经成为他们的主要业务,微博营销服务主要给企业做品牌推广,帮助企业建立官方微博,并做一些有奖活动。在企业有需要的时候,会请一些知名的博主做转发、推广。

“如果产品广告投放追求名人效应,则会由博客营销服务商替代企业私下找明星的经纪人洽谈,让明星在微博中转发和植入隐性广告。现在已经成功的案例,一条微

博的支付费用在五千元至五万元不等,但只是一种尝试。”一位业内人士告诉记者。

“睁一只眼闭一只眼”

网站正摸索盈利模式

微博广告投放已经有成功的案例,网站持什么态度?记者采访多家门户网站了解到,对于名博通过广告来挣钱他们既不反对也不提倡,采取“睁一只眼闭一只眼的态度”,谈得更多的是要保护微博这个新生事物健康成长。也有网站坦言,现在保护微博,就是要积累资源,并摸索一个成功的盈利模式。

腾讯微博方面回应称,不管是否加V,腾讯从未付费给任何明星,的确有明星靠微博收费的情况,但是大多数明星都是把微博当做与粉丝直接沟通的平台,而不是挣钱的渠道。

新浪则称,微博上的一些说法真是匪夷所思。谁收谁的钱?社区类产品(即博客、SNS、微博、论坛等新媒体)是完全两厢情愿的。新浪和姚晨的合作不包含一分钱。

而对于明星通过微博盈利一事,新浪给出的解释是,他们只负责将网友举报的不真实的或垃圾信息删除、封掉,而对于明星微博植入广告并没有明确的限制。只要广告内容不违法,新浪就不会进行干涉,暂时也没有考虑与博主分成的问题。

对于微博这个新媒体,新浪直言,虽然现在的用户达到1亿多,但是这个新事物还非常脆弱,现在要做的就是保护它健康成长。等到微博用户发展到规模较大的时候,再寻求合理的商业盈利模式。“现在谈网站盈利还太早,微博与博客是两种截然不同的发展模式,学习博客广告分成的可能性不大。”新浪微博相关负责人称。

胜天互联CEO赵江告诉记者,按他做博客营销的经验来分析,微博运营方的盈利,应该是靠收取企业年费,定向投放来获得。企业年费的基础是运营方开发企业微博

管理客户端,实现更多的数据分析、统计等功能。另外定向投放分两种:一种是全网的,另一种是按企业本身自己粉丝的,这时有明星效应的名博就会特别抢手。

“鄙视你,竟然打广告”

粉丝成“赚钱工具”

记者发现,当得知明星通过微博盈利之后,不少网友纷纷直呼“伤不起”。有网友称,原本以为愿意开微博的明星都很“亲民”,没想到却是因为收了钱。“伤不起啊,伤不起!每天起早摸黑地刷屏,每条都跟踪回复,原来成了人家明星挣钱的工具。如果石康说的是真的,那以后真的不用浪费那么多时间去追了。”

也有网友称,微博商业味浓已经无意义。记者看到,当黄健翔打出某品牌刮胡刀的广告后,有粉丝在其后留言中,就用“鄙视你,竟然打广告”等“厌恶”的口气进行反对。更有网友拿出“铁证”,认为明星与网站之间有着千丝万缕的利益关系。有网友“举报”王菲是新浪微博的代言人,因为新浪刚推出的语音微博她第一个尝试,并且立刻被新浪推到头条。“既然微博商业味这么浓,那粉丝们每天花几个小时围追名博干啥?”这是不少网友的留言。

赵江一语道破天机,他称,微博现阶段就像是一个名利场,大家为加V认证、粉丝数量、转发数量、话题参与度等等各显神通,以提高自己的影响力。部分知名博主甚至与广告公司、公关公司合作,将其影响力通过话题参与、粉丝转发进一步扩大,从而使品牌代言越来越多,将微博影响力实实在在地变现,虽然目前这种行为模式仅为少部分,但是,确实是存在的。



中国移动通信 CHINA MOBILE

JAY CHOU
周杰伦 超时代 演唱会

冠名: 浦发银行

济南 奥体中心西引体台场
2011.5.1 19:30

内场(元): 2014 1680 1280 880 680
看台(元): 480 380 280 180

组委会电话: 0531-88687788 82967970 82967971 82967972

主办单位: 山东卫视、山东卫视文化传媒有限公司、巨室音乐娱乐制作有限公司

承办单位: 山东省演出公司、西安曲江文化演出(集团)有限公司、巨室音乐娱乐制作有限公司、杰威尔音乐有限公司

票务代理: 瑞扬专业音响有限公司、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心

票务电话: 400-818-3333

票务地址: 山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心

票务网站: 山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心

票务邮箱: 山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心、山东卫视票务中心