



自媒体
黑幕

写字不是信仰，赚钱才是

自媒体的金钱江湖

即便身处江湖，金钱，也不该是唯一的信仰，这是对自媒体最诚恳的告诫。

□记者 | 吴雪

有利益的地方，就有江湖。

信息爆炸的时代，你有没有思考过，每天获取的信息从何而来？是的，他们来自于成百上千个公众号、APP 以及视频、直播，背后的生产者呢？你是否有那么一丝察觉，有些信息，并非自己真正感兴趣，而是披着流量外衣精心设计过的表象？谁在操纵？

微信公众号 10 万+ 的阅读量，快手、虎牙直播间的百万打赏，知乎 Live 喜马拉雅的付费课程人数，无时无刻不在主宰着自媒体人“跌宕起伏”的命运。“流量就是金钱”的商业信条，不断在大 V、网红、名人身上得以验证。“咪蒙”头条广告报价 75 万元/条，网红游戏主播“PDD”签约费高达 5 年 3 个亿，张凯律师一篇推文光打赏就 140 万……

应该清楚，不管是平台媒体、机构媒体还是个人媒体，在这个日趋成熟的庞大产业中，社交、内容、电商等自媒体矩阵的崛起，一年 300 万自媒体从业者的“趋之若鹜”，看重的已然不是新闻的原始使命，而是妄想借助流量，不费吹灰之力，在“一夜成名”“三天暴富”后捞到点什么。

而这逐利求名的路途中，必然夹杂着无以言说的“秘密”。

平台补贴：“野蛮扩张”的幌子

从前，马克思书写《资本论》、徐静蕾写博客、无数个人站长，是自媒体。今天，一个人原创、复制转载、若干人组建公司，也是自媒体。十三年前，曾创下 8000 万点击量的“老徐的博客”，应该是人们最早认知自媒体的切口，那个时代，流量被几个有

限的平台把持着，创作者只要离开平台，影响力就会跌到谷底，平台对此有恃无恐。

而在 21 世纪的第二个十年，世界风向似乎变了，从微博、微信占据自媒体高地开始，市场不再是某一类自媒体“独霸天下”：头条、一点、网易、知乎、uc、喜马拉雅、优酷等，全部一拥而上，就这样，曾经弱勢的内容创作者，突然拿到了“选择权”，大平台就不得不用资本说话了。

今日头条宣布 10 亿补贴作者，企鹅号宣布 12 亿补贴作者，大鱼号宣布要拿 20 亿来补贴作者，百度则宣布会有百亿分润。“平台为什么比拼补贴，本质上还是拼人气、拼内容。”复旦大学新闻学院杨鹏教授分析，平台补贴模式，看起来新潮，实质与传统“以发行量、收视率”衡量的广告经营模式相差无几，以创作奖金、广告分成两种形式对平台订阅号、短视频予以扶持，总体人数不设上限，谁拉来的流量多，谁的内容好，谁就有高提成。

按理说，“多劳多得”的良性机制，可以鼓励作者产出更多优质内容，可以促进自媒体矩阵在机构化、联盟化、产业化上日趋繁荣。比如，今日头条就借着 2 亿元内容创业投资基金，四处撬动优质作者，估值从 5 亿美元飙至 120 亿美元，一时风光无两。

但随着越来越多的平台入局内容分发大战，巨额平台补贴的意义，不再纯粹，彻底沦为“招揽作者”的噱头。今日头条千人万元计划被坊间诟病，被指没有兑现；百度所说的“百亿分润”，大多数作者拿到的却是“杯水车薪”；嘴上说着鼓励从 0 起量，所有机构、个人不设限，到头来却分了“三六九等”。

杭州直播网红“小语嫣”透露，收到的粉丝打赏，平台抽成 60%—70%，经纪公司抽成剩余金额的 50%。也就是说，100 块的打赏，主播实际只能拿到 15 元，甚至许多平台还有“综合

其实很多平台的补贴奖励，大都流向了巨大流量的大 V 和持续生产优质内容的网红手里，也就是“头部流量”。