

一边游山玩水一边赚钱

“旅游网红”掘金自媒体



如果要评选世界上最幸福的工作,那网民“北石同学”肯定要投自己一票:有人出钱让他出去玩,住维也纳的豪华酒店、塞舌尔的北岛度假村。他需要做的只是发一篇微博或者做一场直播,把体验分享给大家,就像普通人晒朋友圈一样。

“一边玩着,一边赚钱,太幸福了。”“北石同学”自己都觉得很幸运。羡慕吗?你也可以加入他们。在网络上,这群人有个共同的身份叫“旅游网红”。他们的阵地,就是社交平台上的旅游自媒体。

用户习惯分享旅游

“北石同学”原本只是一个爱好旅游的普通人。他用了两年半时间,一个人自助旅行,从一开始去北纬30度,进而到世界各地体验风土人情和历史文化。他把这些经历和体验分享到微博上,竟然收获了不错的阅读量。

“旅游自媒体和网红的发展有庞大的用户基础。截至2016年,仅在微博上打了旅游兴趣的用户就超过1.2亿,旅游话题阅读量接近2000亿。”微博生活及旅游事业部总经理刘奇认为,这些规模庞大的用户除了消费旅游内容,也在不断增加对旅游内容的生产和发布。

目前在全球用户当中,在社交媒体上喜欢分享旅游内容的用户占76%,而中国习惯在社交媒体分享旅游的用户超过了84%。2015年旅游自媒体阅读量超过了60亿,全年超过700亿,今年预计还会增长50%左右。

感兴趣的人多,旅游自媒体就成了商家必争的新媒体通道。而且,相对于高昂的明星代言人,旅游目的地也喜欢用性价比高又接地气的旅游达人做推广。今年9月13日,澳门一家综合体开业,就找了60多名旅游网红做开业推广。

今年,“北石同学”与北京一家网络技术公司签约,正式开始了网红生涯。“我们是一家新成立的自媒体经纪公司,通过提供品牌整合服务,包括内容、个人的商业包装,帮助他们提升价值。”据其总经理施展介绍,今年5月至今,已经有60位旅游大咖和公司签订合作模式,签约后,公司帮助他们通过分享攻略、美图、视频、音频等形式整合内容,树立品牌,持续商业化。除了微博平台之外,公司还帮助签约自媒体在其他新平台上延展。

后来者需“绝招”立足

自媒体的红利期已经过去,旅游自媒体也不例外。来自新浪微博的数据显示,三季度头部自媒体的用户数量环

比增长了10%,阅读量增长了50%。旅游的头用户今年的月均阅读总量增长19.8%,阅读总量达到了661亿。从数据来看,在旅游自媒体领域,头部自媒体的阅读量占据了总量的90%。

在这种情况下,新来者想要获得关注,需要有绝招。“作为新进博主,如果要进入90%的阅读量盘子,可能要关注短视频领域。”刘奇发现,短视频能够快速提升阅读量,“短视频类的博文转发次数是同样文字的18倍,累计的观看人数超过了6400万。”

寻找商业和内容的平衡

“北石同学”也表示,现在他是花商家的钱旅游,更需要在商业依托和真实内容之间找到平衡。

“自媒体不仅是记录者,更多地也是挖掘者,要有深度。”“北石同学”解释说,一个优秀的自媒体是有温度的。“我在路上写过很多文章,就是以个人感悟的情感为主。”“北石同学”说,“自媒体不是发布机,不是广告代理商,我们是用户身边真实的哥哥姐姐,让他看到以后也拥有一样的用户体验”。

对于旅游目的地和商家来说,如何选择最合适的网红替自己打出合适的广告,也是一门学问。“不管哪个领域,包括旅游,意见领袖和旅游目的地的品牌形象是否能进行有效的配合非常重要。”旗下拥有秒拍、小咖秀、一直播的一下科技副总裁何一举例说,如果旅游目的地的风格是华丽、昂贵、舒适的,长期做穷游、背包客的旅行家和意见领袖就不匹配了,因为他的粉丝群并非高度匹配。她认为旅游网红的机会窗口还在。“如果你想当网红,建议做旅游网红,因为可以延展到时尚、衣食住行各个领域;第二,不要怕你年龄大,没有关系,也不要看颜值,其实和长相没有关系;第三,平台和工具要用好,微博、微信、直播、短视频,这些平台都可以快速涨粉。”

(来源:《经济日报》)

@微语录

@周国平(哲学家):成功不完全是外在的东西,衡量事业是否成功不能光看名、利、位之类的外在指标,这种外在的承认只是一个方面。更重要的是内在标准,就是你的人生价值的实现。也就是说,不但要让社会承认你,你首先必须得到你自己的承认。你真正感到自己是在做自己喜欢做的事情,从中获得了精神上的充实和愉快,这样的事情才称得上是你的事业。

@张怡筠(著名心理学者):有些人以为,教育就是赋予孩子一个理想,让他去努力。事实上,真正的教育是帮助孩子理解自己,唤醒自己的理想,并有能力有信心,努力去成为最好的自己,因而不枉此生。(来源:新浪微博)

@微趣图

“开饭了”



荷兰牧羊犬 Wiebe 从小就对鱼很感兴趣,但不敢靠近鱼。但自从有一次,主人 Dorri 带它散步回来后,Wiebe 到池塘饮水,正好赶上鲤鱼的喂食时间点。自此之后,Wiebe 每次饮水都会给鲤鱼们一个亲吻,让它们知道是吃饭时间了。

(来源:新浪微博)

@微笑话

▲老妈抱怨家里那套旧房子不好卖,价高了没人要,低价又不甘心。正说着,她突然眼前一亮:“闺女,要不我打个广告就说买一赠一?”我纳闷:“怎么个赠法?”老妈兴奋地说:“买房子赠送你啊!”

▲老婆带孩子回娘家了,让我如获大赦。晚上和朋友在外面喝酒,老婆打来电话查岗,“在哪呢?”“在家呢。”“是吗?茶几下面压着五元钱,把编号念给我听。”“……”

▲昨晚喝多了,隐约听见老婆打电话找我妈。第二天醒来,我问老婆头天晚上找我妈说什么。老婆兴奋地说:“你家祖上的解酒秘方终于传到我这里了!你看,这是我抄好的:酒后头疼,蜂蜜;酒后头晕,西红柿;酒后反胃,葡萄;酒后耍酒疯,擀面杖,扫把,大嘴巴。”

▲如果你上秤是100斤,那么在镜子里看自己大概是90斤,在朋友圈自拍是85斤,在证件照集体照里105斤,朋友抓拍110斤,视频录像120斤,外婆眼里80斤。

(来源:新浪微博)

智能搜索大数据唤醒年度记忆——

“蓝瘦香菇”成年度最流行语

近日,百度发布了2016年度沸点国人搜索榜单。这一年,网民们一边说着“蓝瘦香菇”(难受想哭),一边围观王宝强离婚;刚关注完里约奥运会,转身猛追大洋彼岸的美国大选……

国人最关注南海仲裁、里约奥运……

榜单显示,十大国际事件和十大国内事件中,南海仲裁案、美国大选、2016全国高考、武汉特大洪水引发全国网友关注,搜索量居高不下,江苏遭龙卷风袭击也排在国内十大事件关注度第三位。

奥运年,里约奥运会吸引了全国网友的眼球,稳居十大关键词榜首。房价飙涨、车牌摇号、营改增、疫苗安全、全面放开落户限制、人工智能、互联网金融、反腐、全面二胎,基本囊括了2016年中国社会、经济、科技发展的方方面面。

令人意外的是,年底刚刚流行起来的“蓝瘦香菇”力压“洪荒之力”,成为十大年度流行语之首。而“老司机”、“狗带”、

“友谊的小船说翻就翻”也纷纷入围。

“美人鱼”最受宠 黄子韬赵丽颖吃香

在年度文娱榜单中,国产电影受热捧,《美人鱼》、《盗墓笔记》超过《疯狂动物城》,成为十大热搜电影TOP2。电视剧方面,《太阳的后裔》从年头火到年尾,搜索量超过《诛仙青云志》、《老九门》、《欢乐颂》等人气剧集,勇夺十大热搜电视剧榜“冠军”。

奥运过后,体育明星的影响力不断扩散,张继科、宁泽涛、林丹、科比、福原爱、孙杨、傅园慧、詹姆斯、C罗、梅西齐聚十大热搜体育人物。

国民喜欢的明星排行也发生了一些微改变。2016年,黄子韬、霍建华、马天宇、鹿晗等流量小生成为十大热搜男艺人榜单TOP4;女艺人方面,获得过金鹰女神的赵丽颖勇夺冠军,超过Angelababy、郑爽、杨幂等话题女王,稳居第一。

80、90、00后关注大不同

今年,00后全面杀入互联网,并展示出了与80后、90后截然不同的特征。榜单显示,00后最关注哔哩哔哩和淘宝;90后更关注爱奇艺和淘宝;80后则相对热衷社交,最关注微信网页版。

而不管是哪个年龄段,都有些另类的小关注:十大年度CP榜单中亮点频现,除了林心如霍建华这样的明星CP外,滴滴收购优步中国、郭德纲曹云金师徒反目等科技、娱乐热点事件,也因为“相爱相杀”的过去,勇登年度十大CP榜。

百度这份榜单入选的十大社会表情分别包括雷洋案、高考最牛钉子户、魏则西事件、乐事贴吧被爆、清华北大连夜抢人、中国偏见地图、宫颈癌疫苗上市、两会提议春节假延长至9天、上海离婚排号、三星手机召回事件。看来不管年龄几何,关注的热点事件还是有共同之处的。

(来源:《扬子晚报》)

