

微博、知乎、钛媒体纷纷上线“内容付费”产品—— 有烦恼，问“知识网红”



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，微博并非第一个为问答付费的探路者。

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”，从售卖大咖专栏起步。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。几乎同一时间，知乎在社区原有问答、专栏等文字形式基础上，为用户提供实时的付费问答互动，号召把每个人头脑中的知识“变现”。

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需要的人。”

多家平台纷纷推出付费服务产品

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”创始人嵇晓华看来，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个层面满足到专业用户的需求。”

“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。”

在记者随机采访的一些普通网民中，求知欲、能够解决具体的专业问题、获得社交谈资、消遣放松、对应试和升迁有帮助等几项因素，成为愿意花费金钱购买知识的原因。

(来源:《中国青年报》)



花几十元向大V买个回复

“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？”

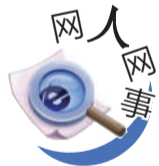
当拥有472万微博粉丝的情感博主琦殿看到这个让她“话匣子一下就打开了”的问题后，立刻开始整理思绪，琢磨着怎样给出一个令对方满意的答案。每天，她都能在微博上收到数十个网友的提问，然后选出一两个具有普遍性的问题，进行作答。

微博上，诸如琦殿、五岳散人、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位网友提出的关于情感方面的问题。

花几十块钱买个回复值得吗？

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



酒仙世家、减肥俱乐部、忠厚传家久、段子手一家……

你的家族微信群叫什么名字？

近日，微博知名博主“琦殿”发了一条微博问：你们家族聊天群的名字是啥？没想到，这一问，炸出了各种各样、千奇百怪的家族群名：段子手一家、减肥俱乐部、麻将世家、全家桶……

一条微博炸出一堆千奇百怪群名

“琦殿”微博的原文是：你们家族聊天群的名字是啥？我爹的亲戚群叫“家好月圆”，我娘那边的是“亲亲一家人”，刚刚有个朋友说，他家的叫“皇亲国戚”。

这条微博得到了网友热烈的回应：大科林：“王绘林高考后援会”，总觉得我妹妹压力很大。

幸福的陈十一：几个表兄弟姐妹的群叫“继承者们”，因为是一群拆二代。

田小美大人：“忠厚传家久”，群名是我们家家训。

芝麻狐：来来来，我贡献一个，我家族的中青都在一个群里，群主是大姐姐，命名为“遥指杏花村”。是不是很江南，很诗意呀？大家如蒲公英般分散于天南地北，甚至东西半球，浓浓的思乡之情就寄托在这个群名中了。

Chandelier_rr：我姓董，家里的群叫：董事会。

lulu：我家的叫“有事早奏，无事退朝”。

俐滋：我家叫“闷声发大财”。

瞿火儿有一颗冰糖心：因为总斗嘴，所以叫：来吧，互相伤害。

据网友统计，最普遍的家族群名是：“欢乐一家亲”、“家和万事兴”、“欢乐大家庭”、“快乐一家人”、“幸福之家”、“相亲相爱一家人”、“we are 伐木累”、“我爱我家”、“家”等这类群名。

有一些家族群人数众多，有的甚至超过60人。为了突出家族庞大，气势磅礴，不少家族群取名：“陈家大院”、“江南第一王家”、“程氏天下”、“赵氏血缘”，有一种豪门大戏即视感。

家族群能增进感情 传递信息方便快捷

家族群，是众多微信群中最重要的、最不可或缺的群之一。

90后女生小宗说，我们家的家族群叫“楼宗一家”。老公姓楼，她姓宗。群里还有爸爸妈妈和公公婆婆。

“群名是我起的。”小宗说，结婚那天，公公说，从此楼宗合为一家。我觉

得很感动，于是就起了这个名字。

公公是群里发言最积极的人。他是艺术家，喜欢在群里分享自己的书法、画画和家里布置的照片。

80后女生小秦说，我们家3个家族群，分别是爸爸那边的“快乐大家族”、妈妈那边的“胡家门”和老公家的“平安幸福大家庭”。

名字虽然普普通通，但群里每天都都很热闹。叔叔阿姨喜欢分享新闻和生活小窍门。家里很多重要的事情，也会在群里说。

小秦说，在家族群里，长辈们发言多一点，晚辈们发言少一点。这大概是因为年轻人各种同事群和好友群比较多吧，说话的地方比较多。群里最热闹的时候，要数过年“发红包”。长辈们出手都特别大方。

70后张大哥说，我家族群叫“幸福家庭”。我觉得有一些信息，像新闻啊，照片啊，打电话交流不方便，在家族群里给全家人分享分享，还是很有必要的。有事情时，家族群可以马上通知到大家；没事的时候，一家人也可以多多交流，增进感情。(来源:《钱江晚报》)

@微语录

@周国平：真正富有的人，所拥有的不是那种浅薄的仁慈，也不是那种空洞的博爱，而是一种内在的精神上的丰富。因为丰富，所以能体验一切人间悲欢。也因为丰富，所以对情感的敏锐感应不会流于病态纤巧。他细腻而不柔弱，有力而不冷漠，这是一颗博大至深的心灵。

@苏岑：对于“撩”这件事，我向来嗤之以鼻。敢撩的都不是真心喜欢的，真心喜欢的必得轻拿轻放。没有任何一份发自内心的珍视的感情不是小心翼翼的。所以，别犯蠢，把空虚寂寞冷当成爱情。(来源:新浪微博)

@微趣图

“带鱼孩子”刷爆网络



▲原图



▲网友P图

近日，一名网友发了一张“孩子带鱼到幼儿园观察”的照片。仅仅6小时，转发破7万，评论4万。图片收到的哈哈哈哈哈连起来可绕地球好几圈！(来源:新浪微博)

@微笑话

▲不按套路

刚才接一骗子电话：我们是银行的，刚才查询发现您的银行卡昨天在泰国消费160万零6千美元，请问是您本人消费么？

我说：是啊，我买大象了，咋了？

骗子沉默了一会后说：你真能吹牛，把我思路都打乱了！

▲不好商量

年底了，给一哥们打电话：兄弟，帮个忙……

哥们：除了借钱，其他好商量。

我：好兄弟，你看我单身都三十多年了，给我介绍个女朋友吧。

哥们：你上次是找我借多少钱来着，我刚发了年终奖。

(来源:新浪微博)