

各大平台正大手笔密集“砸钱”，补贴诱惑瞄准内容创作者 赛道已建好，内容“梦工厂”比拼“抢人”

7月12日，“百度百家号内容创业中心——百家文创讲堂”在长沙开讲，通过成熟的创业辅导体系，促进形成本地良性循环的内容生态，此前，百度百家号推出了扶持计划，将助力短视频创作者获得“百万年薪”收益；7月10日，火山小视频宣布推出“百万行家”计划：未来一年投入10亿元的资源，搭建一个职业化人群交流展示的平台，各行各业的职业人都有机会分一杯羹；7月2日，今日头条宣布推出金稻穗计划，在未来12个月，至少投入5亿元，补贴三农创作者，助力三农信息普惠……

不难看出，各大平台正大手笔密集“砸钱”，瞄准的目标就是内容创作者，也毫不掩饰打造自家内容“梦工厂”的野心。

■记者 杨田风

10万+传奇

内容创业实质是流量变现

内容创业，是近年来的热词之一，打开公众号的订阅号，不少大V都从内容入手，前期以优质内容吸引粉丝，后期广告变现。就连普通的小微企业，都知道要做公众号，要更新文章，做内容。根据微信官方公布的数据显示，微信公众号数量已超过2000万。

微信上的10万+已经让不少内容创业者尝到了甜头。在各种关于互联网平台收入排行榜上，免不了微信运营者的身影，去年用户数刚破一百万的公众号“我要WhatYouNeed”获得600万元人民币天使轮融资，估值4000万。自2016年4月22日拍卖了2200万的贴片广告之后，

补贴也疯狂

“梦工厂”实质是人才工厂

内容有人消费，内容生产如何跟上来？没有生产优质内容的人才，内容“梦工厂”就是空中楼阁，为此，各大平台使出“杀手锏”，各种优厚补贴纷纷出炉。

今年1月，百家号重磅推出扶持短视频创作者的重要举措“百万年薪计划”，通过1V1专属服务、资源倾斜、品牌包装等一站式扶植政策，助力短视频创作者们建立账号内容的品牌影响力，帮助一批优秀内容创作者获得“百万年薪”收益。此外，针对自媒体作者、权威媒体、企业组织、政府机构等群体，百家号还推出了包括城市底色计划、超级频道等多重赋能举措。微信方面也是动作不停，公众号政策一周改两次，拼命想着给内容创业者“撒钱”。先是微信公众号改版，接着又发布新功能——转载文章可赞赏作者。同时，上线开放转载功能，简化转载流程，明显是给公众号原创作者谋“福利”。

短视频方面，腾讯微视、百度Nani、火山小视频等相继也在高调发布达人、职业人招募计划，为吸引内容创作者开出各种优厚补贴。

如百度推出短视频达人招募计划，计划招募5000头部短视频

papi酱从个体往平台发展，如今一年营收超千万，“超级写手”咪蒙团队更是被曝出人均月收入24万。

进入2018年，有所沉寂的短视频行业因为巨头争相入局热度重燃。腾讯、百度、爱奇艺甚至阿里都对外发布了各自的短视频战略，而处于先头部队的抖音仍在大肆攻城略地。短视频成为继文字、图片后，又一个全民意义上的内容消费新形式。

湖南本土企业芒果唯一传媒此前主要代运营微信号，现在聚焦“小视频变现”，公司负责人蔡亮透露，按照目标，公司今年将签约1000个小视频网红，目前主播招募已经超过了20人。

达人，月薪10000元起，并且不限数量招募潜力短视频作者，月薪3000元起。除基本底薪外，还会按照每月精选的条数发放补贴。12日，百家文创讲堂在长沙开讲，百家号(长沙)内容创业中心总经理陈花表示，百家文创讲堂就是希望通过导师专家的专业辅导，更好地孵化湖南内容创业者，也希望通过平台帮助湖南优质内容创作者实现内容创业梦想。据了解，百家号(长沙)内容创业中心自媒体团队欢子TV、大声传媒、优视汽车已经分别获得了百家号“百万年薪”、“百+计划”等不同权益的帮扶。

7月10日，火山小视频推出“百万行家”计划：未来一年投入10亿元的资源，面向全国扶持职业人群、行业机构和MCN，覆盖范围包括烹饪、养殖、汽修、装潢等各行各业，百万行家计划负责人张超表示，希望为各行各业的奋斗者们创造一个相互交流，对外展示的平台，一方面能够让他们通过相互交流提升自身技能，另一方面能让他们更受关注，提升职业荣誉感，对于普通用户而言，则可以高效地获取自己感兴趣的信息，从而打造一个视频版的行业百科全书。



内容平台

内容创作和内容平台相辅相成，内容平台帮助内容创作者搭建好的赛道，助其流量变现。

未来

内容创业怎么“玩”？
要有硬实力，还要“脑洞清奇”

互联网流量红利、平台疯狂补贴，吸引着创业者不断涌入赛道，无疑也不断促进着内容创业的繁荣。只是创业者们该如何面对新形势下的内容创业浪潮呢？

对此，在百家文创讲堂上，百度百家号产品运营讲师王海洋分享了100万爆款的路径，他指出首先就要“强势抱大腿——把握热点”，“热点话题是大家都关注的，也是机器会优先曝光的，把握住了热点话题，传播就成功了一半”，并直言“标题套路似海深”，“传统媒体时代，有寓意、一语双关等标题更受欢迎，自媒体文章的标题更多是套路，套路背后，是人性中衣食住行、骄奢淫逸需求的延伸。”最后，王海洋认为，专业内容能力也很关键，必须要靠一定的行业知识+客观的采访+非专业的评论+策划+懂用户和传播+不违规+不虚假等多项硬实力的结合才能创造优质内容，要把握的是，消息稿要找到传播热点，深度稿则要找到价值点。

大声传媒联合创始人赵宇溪则以视频分享自己的经验，提出了“脑洞为王”，脑洞在哪？赵宇溪总结的是“冷知识”，“这些偏门的、琐碎的、庞杂的知识跟事情，看似有些稀奇古怪或饶富趣味，并随时充斥在我们生活周遭，却鲜少人会去注意，它虽冷门，但有用更能吸引人，可以让人长见识，拓视野、启思维，引发强烈求知欲。”

百度一下

内容创业

所谓内容创业，事实上，自媒体、公众号只是内容创业的一种形式，从广义上讲，以创造高质量的内容为手段的创业方式都是内容创业。在移动互联网时代，微信上阅读量过百万的爆款文章，华尔街见闻推送给用户的全球实时金融资讯，优酷上美妆达人上传的化妆视频，晋江上连载的

网络小说，YY直播里美女主播唱歌给用户听……不论在哪个平台，形式如何，风格深刻或娱乐，只要发布的内容有市场，都是一种内容创业。

移动互联网时代，内容创业以生产高质量内容为手段，以用户数和阅读量为目标，在注意力经济环境下，正在成为下一个创业风口。

观点延伸

内容创作和内容平台相辅相成

近两年，内容付费用户规模呈高速增长态势，相关数据显示，2017年中国知识付费用户规模达1.88亿，市场规模约150亿，预计未来市场规模有望达到500亿。可听首席讲师张海波表示焦虑导致知识付费的火爆，场景化促使知识付费的流行。“我们知道内容创作和内容平台相辅相成”，第一视频CPO郭峰表示任何一个平台都无法持续长期地产生优质内容，必须要有好机制作

为保障，从未将线下实体经济与线上内容结合，用户需求引导平台定位，平台定位引导内容生产，内容再引导用户生活。

新榜联合创始人邱福国表示，知识付费推动终身学习“新时代”将加速到来，未来，内容行业新生态将在内容监管趋紧、细分领域头部内容筑牢、专业分工进一步明确、AI等技术助力，用户体验需求提升等多因素影响下重新塑造。

