



由南海网新媒体等多家媒体平台共同倾力打造的海南微信排行榜联盟第五期沙龙于12月3日在澄迈举办。海报集团全媒体中心记者刘洋 摄

“互联网+”时代，自媒体爆发式增长，颠覆了很多人传统的观念，也催生出一个新业态的风起云涌，越来越多人发现，自媒体有了变现的渠道，于是，有人逐浪，有人观望，有人无所适从，还有人想玩点新花样……

然而，无论是开始，还是现在，内容和形式的同质化、盈利模式单一、广告泛滥致用户流失等问题一直困扰着众多自媒体的发展，如何持续盈利成为影响自媒体发展的最主要问题。面对困局，如何突围寻找新的价值点成为悬在自媒体头顶的“达摩克利斯之剑”，转型迫在眉睫。

12月3日，由南海网新媒体等多家媒体平台共同打造的海南微信排行榜联盟第五期沙龙在澄迈举行，海南本土最具影响力的自媒体大咖携30多家优质微信公号齐聚福山咖啡风情小镇，就“生死之道：新风口下的自媒体出路探寻”等主题进行深入探讨和交流。

有人挽袖大干有人迷途

1年前，王光绪还是三亚华侨中学的一名计算机教师，现在，他已辞去教师的工作，成为全职的自媒体人，他负责运营的微信公众号“澄迈网”目前拥有15.6万粉丝，是澄迈县最具影响力自媒体，曾创下单品“澄迈粽子”销售15万元的纪录。

“自媒体时代，人人都有麦克风，竞争异常激烈，返乡创业面临很大的压力。”1987年出生的王光绪，是土生土长的澄迈人，早在2012年时，他就是活跃于新媒体领域的资深用户，当年开通的“内涵冷笑话”公众号，曾是第一批发布商业广告的腾讯用户，但因为那时个人账号的盈利行为还不被允许，“内涵冷笑话”账号很快被查封了。2013年，他又创建新号“澄迈网”，并寻求与本土电商合作，通过运作自媒体平台宣传推介澄迈土特农产品，实现流量变现，尝到了甜头。

2015年10月，王光绪与澄迈县电商协会合作，利用微信公众号平台，策划澄迈首届“最美老板娘”评选活动，短短不到1个月的时间内，关注粉丝飙升近6万人，澄迈全县200多家商户报名参与活动，最终100家参赛，39名商家赞助活动，整个评选活动线上曝光量达280万人次。如此热烈的反响，王光绪本人始料未及。不过，此事后不久，他便

毅然辞去了三亚的工作，决心返乡创业，在运营自媒体公众号的同时，投资建起了粽子加工厂，致力打造澄迈本土特色品牌，并创造了良好的销售业绩。

“除了盈利，以实现自媒体的良性运营，作为澄迈本土创业人，我还有一个想法，就是希望借助自媒体平台，挖掘澄迈特色、服务澄迈人民、传播澄迈文化、弘扬澄迈精神，扛起媒体人的责任和使命。”王光绪说。

在沙龙活动现场，记者注意到，与王光绪不同的是，更多自媒体人对未来的发展感到迷茫。海口云宿乡土网络科技公司是一家主打“云游直播”户外旅游服务产品和“云宿商城”的网络信息公司，其主要客源来自传统网站和客户端APP，今年下半年，刚刚开通微信公众号，公司代表魏锴说，此行参加微联盟沙龙聚会，就是抱着学习的心态，看看优质微信公号大咖们是如何运营自媒体并实现盈利的。

先行者占尽先机亦在探索

毋庸置疑的是，自媒体可盈利已成共识，因此，在第一轮风口期，互联网大佬纷纷抢占先机。据公开报道显示，2016年3月1日，腾讯启动了一项名为“芒种”的计划，表示将投入2个亿的补贴来扶持自媒体发展。这是继去年“今日头条”宣布“千人万元”(1千个自媒体，每个1万元/月)计划后，互联网企业给予自媒体的又一次“真金白银”的支持。

然而，作为一个普通自媒体人，还想依靠微信公众号发家致富似乎越来越艰难。“红利期一过，涨粉越来越困难，公众号的极度泛滥都是后来人需要面对的难题。”北京吃货联合创始人、NewMedia新媒体联盟CMO袁国庆在活动现场作《我看自媒体的那些事——自媒体新红利时代的痛点与突围》主题发言时指出，在自媒体已成为各大互联网公司必争之地的背景下，自媒体人正面临着成长痛点、内容痛点、标准痛点、迭代痛点等困局，即绝大部分自媒体经历了第一波红利期之后，因为缺乏系统化的市场管理和商业运作，自身的完善和成长面临种种瓶颈。

海南心发现曾是海南本土自媒体中的翘楚，拥有大量粉丝和广泛的阅读。然而今年以来，其用户阅读量也有下滑的趋势。联合创始人兼CEO黄伟曾坦承，如何继续发掘

海南的美，继续做好内容，海南心发现也在探索和布局。根据目前的设计，他们希望，海南心发现以后或将成为所有关心海南的用户发布内容的平台，那时在海南心发现平台发布内容将不收费。海南心发现内容的方向将走向深度，探索更多的人物和故事。

如何突围寻找新大陆？

有人说，自媒体时代推动了粉丝经济的发展，粉丝对于一个自媒体的意义不言而喻。然而，现在不少自媒体“爆发”式的发展造成内容形式同质化，而这又使得“分蛋糕”的人增多，用户和粉丝量增长缓慢，渐渐停滞。这对不少自媒体来说是致命打击。再加上不少自媒体的传播内容质量不高，广告泛滥，受众和用户流失严重，如何维持粉丝和增粉也成为当务之急。

亿游网络联合创始人林道存分析认为，可以通过微信外的线上引流方法和微信内的线上引流方法来“吸粉”，其中，微信外的引流方法主要有贴吧、QQ群、视频网站和网盘等，比如利用流量非常大的评论达到最大曝光，或者创建新的QQ群，添加新成员，锁定本地目标用户及宣传，或者通过网盘分享一些比较有吸引力的资源，吸引他人关注和下载等。

风口虽然已过，但新的机会正在来临。袁国庆提到，在自媒体内容更加人格化、场景化、娱乐化的形势下，短视频将成为新的风口，圈层化的社交时代，符合分众传播规律的内容将受到追捧。他认为，在新红利时代，自媒体突围的5个方向主要有：团队化、联盟化、IP化、资本化和生态化。其中，他特别强调“内容为王”，即未来多平台共生的内容市场中，要增强用户粘度提高竞争力，一定要提高内容质量，需要专业化的团队合力。

海南新媒体水果电商符波同样认为，自媒体的下一个风口在直播，希望设一个直播平台，可以看到所有水果的生产过程，包括采摘、打包等物流轨迹，让客户实实在在看到整个过程和产品。据介绍，符波是海南早期的微博达人，如今已成功转型为海南新媒体水果营销新农人，2015年通过微博微信新媒体渠道销售单品贵妃芒32.6万箱，销售额3000多万元，成为水果微商界的标杆。■

H 相关链接

海南微联盟及沙龙简介

2015年2月，南海网新媒体联合清华大学新闻研究中心，推出“海南首个微信影响力排行榜”，榜单囊括媒体、政务、自媒体、旅游、教育、生活、商业、楼市八大类别，对海南省内八大类的微信推广影响力和市场认可程度进行第三方客观评价。截至目前，发布榜单共67期，收录海南全省各市县近千家微信公号，拥有海南及周边地区粉丝量达1200万+，影响力覆盖全岛。

2015年11月，由南海网牵头，联合海南日报新媒体、海南心发现、掌上海南、海南儋州在线、三亚微势力等微信公众平台，汇聚海南近千家媒体和自媒体公号资源，成立海南微信排行榜联盟(以下简称海南微联盟)。

海南微联盟，目前已集纳海南上千家自媒体公号，平台资源遍布海南各个市县，是海南分布较广、影响力强大的信息发布平台。自成立以来，海南微联盟以南海网、海南日报新媒体、海南心发现、掌上海南等为理事单位的联盟创始团队，以新媒体集群模式，积极带动海南本地自媒体公号健康发展，拓展行业发展空间，引导正能量传播，为海南当地经济和社会发展发挥了新媒体传播平台应有的价值。

自2015年11月7日起，海南微联盟相继在海口、儋州、三亚等地4次举办海南微联盟主题沙龙活动，为海南自媒体、网络大咖和业界专家学者提供了现场交流学习、思想碰撞和观点融合的机会，同时也为当地自媒体发挥集群力量，并对当地旅游和经济发展起到助推作用。

(李佳飞 编)



沙龙活动现场

新风口下自媒体何去何从？

文海南日报记者李佳飞 海报集团全媒体中心记者汪洪