

## 体 验

移动互联网蓬勃兴起，给个人带来更多自我实现的机会。但即便是这样，“躺着也能把钱赚了”依然不是多数人的福利。

因此，更多的人还是选择了专车司机、微商、兼职快递、家厨来赚“外快”。

需要提醒的是，目前网上也有一些赚钱APP，下载个软件，做做调查，看看广告，据说每天也有20~30元进账。但不少其实就是个推广平台，存在个人隐私泄露的风险。

### 做微商：千万别刷屏

严军，女，36岁，文职工作，兼职做微商

#### 关键词 朋友圈

大约三年前，我开始在朋友圈兼职做微商，以销售外贸童装和包包为主。我的本职工作比较自由，但收入不是很理想。好在给了我充足的时间，能够做些别的事，而做生意、卖东西是我一直以来的兴趣所在。

从小，我就喜欢卖衣服。家里人几乎都是干这一行的，兄弟姐妹、亲戚朋友，很多有自己的店面和渠道。大学里，我试着做过几笔生意，也挺成功的。工作第一年，我利用业余时间和朋友去摆地摊，但家里人不支持。因为当时还是2005年，淘宝还不盛行，夜间地摊常见但不合法，经常遭到城管驱逐。那段经历告诉我，如何面对面跟客人有良好交流，跟不同人打交道，这对我后来帮助很大。

得益于互联网平台的便利，现在只要有个手机，有个圈子就能做生意。对整个电商领域来说，我的起步算晚的，因为三年前，淘宝已经很成熟了。而我抓住的契机是正好赶上了微商兴起的时间，成为了第一批在朋友圈开店的人。

和其他微商不同，我不是每天刷屏、会骚扰大家的那种。而选择间隔三四天，精选一部分产品，在图片和信息都比较齐全，让我自己满意的情况下，推给大家。在描述服装的时候，我会非常简单地写几句我

对这件衣服的感觉，以及它可能合适的人群，加上尺码和价格，每件产品的描述不会超过四行字。这样，大家看起来不累，又能高效地了解产品特点。

朋友圈生意，有点像打造自己的“粉丝经济”。在不推商品的时候，我依然是个拥有普通生活的人，与大家分享一些好玩好看的人和事。我想，微商和淘宝最大的区别在于，朋友圈里，是个活生生的人，大家买我的东西，更多是因为认可我这个人。而更接近过去摆地摊时，跟人面对面交流的感觉。客人久处成朋友，也不当我是个商人。

当然，做微商很辛苦。最累的时候，我每天只能睡5个小时，因为要找货、拍照、更新。后来，跟厂家方面沟通，由他们直接一键下单，提供发货、退换货服务，而我只需要沟通买卖双方，而不用压货，改变了以往做生意的格局。现在，妈妈开的实体店已经没什么生意了，而我的客户越来越稳定，做微商的收入也渐渐超过了我的本职工作。

但我还是不会放弃我的本职工作，因为两者给我的安全感不同。在拥有一份正当职业的情况下，利用新条件创造更多的赚钱机会，是喜闻乐见的，但传统工作依然为我提供了“五险一金”等社会保障，这是兼职无法取代的。

### 开专车：主要看沟通

天空，男，33岁，装修业，兼职开网约车

#### 关键词 爱热闹

去年优步刚兴起的时候，我在朋友的撺掇下，进行了注册申请。申请的过程很复杂，持续了快一个月，因为要做资格和车辆审核。

开优步纯粹出于爱好和打发时间的考虑，没有要通过这个赚大钱的想法。出于本身工作原因，经常要开车跑郊区工厂，回来路上老是一个人，挺浪费的。我是爱热闹的人，喜欢跟人说话交朋友，优步正好满足我的需要，既能认识人又能赚油费，一举两得。

但事实证明，客人也分好多种。作为非职业司机，一般对主干道比较熟，小巷子并不熟，绕行单行线，或者把客人送到目的地有时需要客人自己指路。这时候，大部分客人是愿意的，但也有一些会说“怎么路都不认识就出来开车”之类的。有一次去太古城接客人，因为中山路修路的原因，我怎么走都到不了接他的地方，绕了好几次，他就把订单取消了，还骂了我一通。当然，也有心态好的，比如刚开始玩优步的时候，我对客户端操作不熟悉，有次把客人从新河路送到会展中心，客人手把手教我怎么在软件上设置完成一个订单，也没怪我操作慢。

载着客人时，我喜

欢和客人聊天，天南地北地聊。大多数人都好接触。我本身在海宁一家展具公司工作，因为工作原因常年在各地跑，要跟各种各样的人打交道。比如跟商场经理、道具厂工人接触，在这过程中，我觉得沟通很重要，能够跟人协调好，干起活来大家心情就好。这个世界上，多一个敌人不如多一个朋友。开优步，也抱着体验生活的目的。

开车时，很多人都怕接到远程的单子，比如要去邱隘、东钱湖的。因为优步没办法抢单，只能按指派接单，客人要去哪就去哪。但对我来说，压力没这么大。有次周末载了几位学生去凤凰山，我心里想着就不回来了，干脆自己也去玩一趟，但他们说要隔天才回，我只好作罢。有次去保国寺，我就真的没回来，跟着客人去保国寺山上玩了一趟。玩好了再把她带回来，也没收她钱，加了微信把钱给退回去了。因为我觉得这个过程比较好玩，大家也都开心，不妨交个朋友。有些人会因为不想回程空车，就故意刷单，我不会这么做，因为没意思，也会被查。

后来，优步规定严格了。比如每天做到多少单以上才能拿到奖励，越来越多的人像一个职业司机一样，天天在路上跑。但我还是坚持赶上机会做两单，没有让它“职业化”的倾向。毕竟初心只是为了好玩，没必要给自己太大压力。



## 共享经济不能脱离初衷

无论是“在行”、“分答”，还是类似的“值乎”、“有我”、“行行”等等，这些付费问答平台大都顶着高大上的“知识变现”、“经验赚钱”的名头，入门门槛也不高，看起来只要你有点儿头脑，有点儿时间，就能顺手借这些平台体面地搞点创收。但是大头菜看下来，这些凭借网红、明星的拉动效应爆红起来的网络平台，如今在更大意义上是给网红们提供了一个体面赚外快的渠道。普罗大众，要想让自己的经验和知识变现，真的不容易。

从目前来看，一些付费问答平台虽然是共享经济，但多数人的兴趣点并不在知识上。有些媒体已经把分答式付费知识网络平台归为语音问答娱乐项目。

所以，你以为你多了条赚钱的门道，实际上你是多了个消费渠道。现实是只有拥有超多粉丝关注的大V和名人才有可能通过知识零售平台赚钱，普通人想通过这种方式致富不容易。当然分答的分成机制使提问也能赚钱。前提是你得有很好的判断分析能力去提问，确保你的问题能被回答，并且有足够多的人偷听。

付费知识网络平台的出现，是分享经济中人们消费行为和消费观念升级的一种结果。初衷很棒：分享彼此的知识、经验、

见解，并收获新机会。然而看似人人平等机会，在依靠网红和明星效应带来的爆红之后，很有可能最后的资源仍将集中到少数人的手中。

大头菜觉得，无论是分享经济，还是知识经济，付费平台可以让你直接面对专家达人，通过金钱花费，让知识和经验的取得变得方便高效。所以理论上具备收费资本的，多数是某一领域的专家和达人，他们回答的观点往往具有深刻理解和独到见解。而在互联网和自媒体高度发达的今天，能够激起人们的好奇心和八卦心理的内容，更容易获得人们的青睐。这也就是网红比专家更容易在网络平台上吸金的原因所在。

大头菜很担心，付费知识平台在依靠网红爆红之后，坚持网红吸引人氣的策略，把原本应该高品质的信息交接，变成玩票性质的社交，或者猎奇八卦的狂欢。娱乐化倾向生生把一门实践共享经济的有趣生意给养残了。

天下没有免费的午餐，但是这个市场需要规范。所以不论是从规范发展出发，还是从公平需要出发，知识付费靠明星炒作拉动的做法值得商榷。虽然成功允许试错，但还是希望“试水”者谨慎行事，使新事物从一开始就健康成长。 周静