

# 宁波头部自媒体，如何玩转社群经济？

记者 马欣宜

2017年春节期间，一个宁波小伙演唱的RAP版《我的祖国》MV被共青团中央、紫光阁、环球时报等官方微博相继转发，仅原视频点击量就直逼500万次，吸引了众多网友的评论、点赞，其中王阳明、邵逸夫、包玉刚、屠呦呦等宁波人物在歌词中被一一历数。而随着歌曲在社交网络走红，唱作者秦涛和他背后的“宁波人物”逐渐走进了大众的视野。

2016年，原本在一家500强民营企业担任高级业务经理的秦涛毅然辞掉了这份收入还可观的工作，创建了公众号“宁波人物”。

一直到今天，“宁波人物”已经推送人物近千人，积累粉丝超过10万人，并在2017年成功实现盈利。秦涛和他的“宁波人物”凭什么在红海中搏出一条生路？“宁波人物”的盈利模式几何？未来又朝什么方向走？



## 盈利模式来自于两大业务

秦涛介绍，目前，“宁波人物”的盈利模式主要有两部分组成。其中占了大头的部分和他做内容的同行们差不多——来自广告。广告一直都是人类的刚需，只要有商业的存在，就有推广的需要。秦涛认为，广告盈利对内容生产者而言是水到渠成的，并不过时。广告的需求永远在，只不过需要的是流量。而引流，正是互联网自媒体KOL比传统媒体更擅长的。

秦涛介绍，目前，“宁波人物”的盈利模式主要有两部分组成。其中占了大头的部分——和他做内容的同行们差不多——来自文化传媒类业务，内容服务，视频制作，策划活动以及广告等。广告一直都是人类的刚需，只要有商业的存在，就有推广的需要。秦涛认为，广告盈利对内容生产者而言是水到渠成的，并不过时。广告的需求永远在，只不过需要的是流量。而引流，正是互联网自媒体KOL比传统媒体更擅长的。

“宁波人物”的另一部分收入来自会费。虽然目前占比较小，却是他期待在未来能挖掘出更多增量潜力的地方——社群。“从2016年开始，我们就有这样的想法，在宁波人物的基础上去形成一个社群，对接人与人之间的需求。”秦涛说。

互联网时代，产品与消费者之间不再是单纯功能上的链接，消费者开始在意附着在产品之上的诸如文化、调性、价值观等附加值。基于此，一群有共同兴趣、认知、价值观的用户拥抱成团，形成群峰效应，他们一起互动、交流、协作和相互影响，然后对产品品牌本身产生反哺的价值关系，这种建立在产品与粉丝群体之间的情感信任和价值反哺，并共同作用形成自运转、自循环的范围经济系统，被称为“社群经济”。

在秦涛看来，“宁波人物”有形成优质社群的天然土壤。“宁波人物”每次都会推送一位宁波某一行业做出了成绩，或有着某种特长的人物，然后再以人物属性为纽带串联这些人物的行业客户、同好者等上下游群体，形成了人数巨大的垂直人群。

## 建立良性的社群生态

据秦涛介绍，目前宁波人物已推送人物近千人，拥有粉丝超过10万人。将这有着相近爱好、诉求的人组成联盟，依靠他们在各行各业的影响力为他人对接生意、人脉，同时也获得自己需要的资源，并举行线下活动，以拉近联盟成员的关系。

“许多社群经济的模式都是建立一个群推销自己的产品、服务，消耗他人的资源使自己的利益最大化，这种社群是没有凝聚力的。我们的群友在为他人对接资源的同时，也会得到他人帮助，形成了一种良性循环的社群生态。”秦涛说，“未来，也许会形成一个类似电话黄页医养的商业模式。”支付会费后，会员可以享受线上宣传，人物库资源，线下社群活动等等。未来，扩大会费在整体盈利模式中的比例将是宁波人物努力的方向。

从2015年到现在，内容创业者的变现能力逐渐受到资本的认可，已有一定粉丝基础和稳定盈利模式的“宁波人物”，又是否有谋求资本联姻的打算？对于这一点，秦涛的态度是审慎的。秦涛表示，自己并不缺融资的机会，若有心拉朋友来投个三五百万也不在话下，但作为一个信仰内容生产价值的自媒体舵手，他有自己的考量。在秦涛看来，若接受融资，投资人对资本快速变现的期望，势必会与现阶段“宁波人物”小而美的内容生产模式发生摩擦，在探索出一个最佳的变现模式之前，他认为应当先保全内容生产的自主性——这是“宁波人物”的价值所在。另一方面，他也希望等“宁波人物”的商业模式更明晰时再考虑融资，“这样既是对投资人负责，也是对我们自己负责。”秦涛说。

## 快问快答

### 1. 简单介绍公司的商业模式。

目前，“宁波人物”的盈利模式主要有两部分组成。其中占了大头的部分来自文化传媒类业务，内容服务，视频制作，策划活动以及广告等。另一部分收入来自会费，未来能挖掘出更多增量潜力的地方——社群。

### 2. 如何评价公司产品的创新价值。

宁波人物以各行各业大量人物为物载体，让用户可以多快好省认识人物，并从中学知识，交朋友，做生意，正如交通、通信等基建行为，以此提高宁波整个城市的社交效率。

宁波每月均有相亲活动，宁波人物帮企业活动（包括但不限于走访园区，游学，商业项目对接等），社群活动；更有在宁波人力资源大厦举办“宁波人物”为主题的创业集市。

为进一步加深社交与社群效果，目前，宁波人物已在全市建立十个分站。