

# 网红电商大时代,从注意力经济到影响力经济

在互联网环境下,传统的商业模式被打破,电商与社交化营销逐渐在市场上占据主导地位,网红经济应运而生。网红经济是社群经济快时尚演化的结果,而网红指的是在互联网环境下因某个事件或行为受到广泛关注而走红的人。从狭义上理解,网红指的就是有着漂亮的外表并擅长自我营销的网民,他们活跃在各大社交媒体上,凭借个人魅力聚集人气、汇聚粉丝,以时尚达人为形象代表,按照时尚达人的眼光与品位选择商品,进行视觉推广,以规模庞大的粉丝群为后盾开展定向营销,将粉丝转化为实际购买力。

从本质上讲,网红是一种个性化品牌的表现形式,网红经济也只是粉丝经济的一种经济形态。从目前的情况看,网红的收入包括广告收入、出场费用、品牌合作收入及个人店铺收入。广泛的收入来源使网红与博人眼球、制造话题新闻的网络人物区分开来,其强大的变现能力吸引了无数品牌前来合作。

从这个层面来说,网红经济是一种带有互联网基因的新型营销模式。

网红经济的成长史与淘品牌非常相似,都缘起于淘宝、天猫等电商平台,其最初的目的是为电商平台引流,后来逐渐演变为内容运营。凭借自身影响力,网红实现了站外的流量变现,不仅带动淘宝平台上的粉丝经济迅速发展,还发动粉丝从站外为淘宝店铺引流。从这个层面来看,网红的前身就是淘女郎,只不过淘女郎的工作是分享品牌爆款,现在的网红是自开设店铺,经营品牌,管理供应链。相较于淘女郎,网红表现得更加专业,并开始朝企业经营形式转变。

网红经济有着广阔的发展空间,除服装

领域之外,在互联网时代每个人都可能成为网红,只要有特长或在某个领域有一定的影响力,除美女之外,专业的游戏玩家、段子手、摄影达人等都能汇聚一定规模的粉丝,对粉丝的消费行为产生影响,将粉丝流量变现。所以,除服装之外,网红经济还覆盖了视觉素材、电子竞技、旅游等行业,范围十分广泛。

在互联网时代,物质与信息都极大丰富,注意力成了稀缺资源,而注意力可以转化为财富。如明星拥有超高的注意力,能够吸引电影公司、品牌商与其合作,进而获取巨额利润。

深入解析注意力经济就能获知网红经济盈利模式的发展历程先是注意力经济,后是影响力经济。有些学者甚至认为,影响力经济就是网红经济的盈利模式,因为它以有效传播为核心,而有效传播指的就是能够创造经济效益的传播。

影响力经济是注意力经济发展的产物,是注意力经济升华的结果。对其进行全面阐释,也就是影响力经济以注意力吸引受众,以影响力实现供求互动,使购买行为转变为现实。也就是说,注意力经济解决的是“如何让受众关注发布信息”的问题,影响力经济解决的是“如何让信息发布者与受众互动,如何让购买行为变现”的问题。

几年前,一批网络直播平台涉黄案例被通报,映客、花椒、小咖秀、秒拍等众多直播网站因涉嫌传播不良信息被查处。为了自证清白,维护平台的良好形象,大部分直播平台都发布了“杜绝色情直播”的公告,为了做好这方面的管理,平台负责人派人到各个直播间驻守,监管主播的直播行为。直播平

台的这一系列活动也在一定程度上导致主播的粉丝大量流失。

另外,近两年直播行业的低龄化趋势愈发明显,年轻、漂亮的主播更能聚集粉丝,挤占了“高龄”主播的生存空间。

网红的打赏模式被分化,据统计,2016年第四季度,打赏数据大幅下跌。未来,网红将朝着职业化、多元化的方向发展,接受MCN(Multi-channel Networks,多频道网络,指代帮助内容创造者提供商业化变现的组织)机构的管理与培养。届时,网红将与电商深入结合,成为一个全新的电渠道,网红直播内容的节目化、UPGC(User & Professional Generated Content,用户与专家生成内容)化也将成为新的价值增长点。

网红电商,一个新物种的诞生

《2016年中国电商红人大数据报告》显示,2016年,网络红人总产值近580亿元,比2016年中国电影总票房要高出很多。由此可见,现如今,“网络红比电影明星更值钱”。对这一现象,电商平台有更深远的认识。以淘宝平台为例,自推出淘宝直播起,淘宝平台就一直在努力地与直播相结合,用户登录淘宝APP,就能在首页看到“淘宝直播”,点击关注的品牌还能看到“红人模特上新直播”,电商平台与红人结合得更加紧密。

网红的出现为供应链效率低,难以开展精准营销等问题提供了解决方案。从供应链角度看,网红作为意见领袖,利用自己对时尚的敏感度与供应商对接,根据自己的时尚思维挑选服装,将其推荐给粉丝。通过这种模式,供应链的生产效率大幅提升,库存积压、资金周转缓慢等问题得到有效解决。

从零售端看,随着品牌商规模越来越

大,开店的边际效益不断下降,再加上各种成本不断上升,品牌商开始将目光转向电商平台,探寻新的商品销售渠道。但是,由于传统B2C平台上的商品种类异常繁杂,流量成本越来越高,品牌商的产品推广效率深受影响能以社交平台海量流量为基础开展精准营销的网红电商的出现,使该问题得到了有效解决。同时,助网红电商,移动社交电商还能成功地完成交易场所的转移。

网红的出现为电商提供了一条新渠道来获取流量。作为粉丝经济的种,网红经济能凭借在社交平台获取的大量流量,结合精准营销,使消费者的转化率大幅提升。因为很多受关注的网红都是某个领域的达人,所以对于网红推荐的产品,粉丝会更容易接受。例如,对老王、陈子豪等游戏达人推荐的硬件产品,粉丝往往会不假思索地购买。在这种情况下消费者的转化率就会大幅提升。因为这些在社交平台上成长起来的网红能吸引、聚集更多粉丝,再加上粉丝消费的高转化率,各大品牌纷纷聚焦网红,以红宣传取代之前的广告宣传。现如今,网红经济是融入互联网世界的新业态。

上班能拼车、在家能看病、一条微信进门洗衣、上门烤全羊...滑动指尖,跟随网络红人的步伐,减少信息的挑选时间,找出自己满意的服务,网红经济从侧面来说是引导我们的生活更新业态化,被称为“网上一代”的我们正享受着来自互联网无微不至的“呵护”。网红加入互联网经济势必会起到推波助澜的作用,优质的东西经得起时间的推敲,昙花一现的事物往往在剥离任何形式上的东西之后,内容的好坏决定了其生存的期限。袁国宝

## 日本人口问题牵扯到“亡国”与“存国”

众所周知,日本近年来遇到了社会发展的“瓶颈问题”,那就是“两化问题”,一个是日益深刻而严重的“老龄化”问题,另一个是日益尖锐而苦恼的“少子化”问题。这两个问题,不仅彻底消耗了日本战后“婴儿潮”带来的人口红利,也让日本的人口总数开始大幅下降,劳动力短缺的现象越来越凸现出来。

据日本总务省8月5日公布的人口调查报告显示,2019年日本人口下降数量及下降率均为1968年开始此项调查以来的最大降幅,连续11年持续下降。

这份报告显示,截至今年1月1日,日本人口比上一年又降了50.5万人,目前日本总人数为1亿2427万人。与此同时,老龄化趋势进一步加剧。

这份报告的数据还显示,2019年新出生日本人口数量为86.6万人,创下历史纪录新

低;死亡人数为137.89万人,创下历史纪录新高。日本地方全部47个都道府县中,有44个是呈现人口下降的状态,只有东京都、神奈川县和冲绳县呈现人口增加的态势。

从年龄段人口分布来看,0岁至14岁的低龄人口占比降至12.30%,15岁至64岁年龄人口占比降至59.29%,两项占比均呈持续下降趋势。65岁以上老龄人口占比则上升至28.41%,再创历史新高。

日本媒体分析,由于人口老龄化趋势不断加剧,日本未来面临的社会保障压力、说白了就是社会保险金的压力将持续加大。现在,日本社会出现了一个“嫌弃老年人”的逆流,有的在网络上公开有人叫嚣:“老年人最容易得新冠肺炎,这是上天对日本的帮助”,有的说“老年人已经成为日本社会的包袱,应该想办法卸掉这个包袱了”,更有的人干脆站出来支持“安乐死”。当然,也有人担

心这样歧视老年人会引来老年人报复性杀人事件的大量增加。

现在,为了维持经济的艰难增长,日本政府和企业一方面是延长退休保险金的发放时间,由60岁改为65岁,并有望改到70岁,另一方面是不得不考虑继续延长退休年龄,有的改到65岁,有的改到70岁,甚至有的要改到80岁,日本正在积极创造一切可能的条件让老年人参与工作,职场上的银发大军将成为日本社会一道靓丽的风景线。

这次的调查结果还显示,东京圈、名古屋圈、大阪圈三大都市圈人口连续多年已经占到日本人口一半以上。有专家认为,尽管日本政府长期致力于增强“地方活力”和吸引力,但人口向东京聚集的趋势仍然在一直延续。专家向政府建议,应该借新冠肺炎疫情持续扩散、人们对分散居住的关注度增高的机会,及时出台避免人口过度集中的有

效对策。

需要指出的是,日本是世界上序排第11位的人口大国,仅次于中国、印度、美国、印尼、巴西、巴基斯坦、尼日利亚、孟加拉国、俄罗斯、墨西哥等国家。在目前的1亿2400多万人口当中,每年的出生人口还不到90万,出生率仅为6.9‰。相比之下,中国2019年人口出生率为10.48‰,印度出生率高达17.6‰。

在这样的大背景下,日本解决人口问题的出路何在?专家认为,日本解决劳动力短缺的人口问题出路只有一条,那就是必须实施“劳动力开国”的政策,对外打开“劳动力市场”。但是,持保守态度的人士则认为,这样做的结果会带来“日本亡国”。也就是说,人口问题已经直接与日本“亡国”或者“存国”这样生死存亡的问题挂钩了,是一个迫在眉睫不得不解决的问题了。

**联合冷暖空调** <sup>9-014</sup>  
United Heating & A/C  
HVAC MASTER LICENSE  
名牌空调安装维修  
代理 TRANE, AMERISTAR,  
CARRIER, LENNOX  
两年 Labor 保证, 十年部件保证  
Licensed, Insured in MD, VA  
**571-970-8988 张先生**

**方氏冷暖** <sup>9-152</sup>  
Carrier Trane  
240-651-9115  
  
空调维修  
冷气暖气  
维修安装  
质量保证  
价格合理  
专业中央空调

**华府冷暖空调** <sup>9-153</sup>  
专业快速, 服务 DC/VA/MD  
电话: 240-421-7363  
冷暖气机 热水炉  
中央空调 风管  
消毒杀菌灯 车库门  
维修 安装 保养  
代理:  
Carrier  
Payne  
Goodman  
冷暖气新机:  
零件 10 年保证 / 1 年人工保证

**安居冷暖空调公司** <sup>9-147</sup>  
Infinity Air LLC  
代理多种名牌空调设备  
Carrier, Bryant, Payne,  
Goodman  
专业技术执照  
HVAC Master & Contractor License  
电话: 571-334-9893  
Licensed, Insured

 **TRANE** 维州授权代理  
享受厂家促销  
10年Parts Warranty  
2年Labor Warranty  


**专业电工空调公司**  
专门从事各类电工作业, 空调风管维修设计安装  
住家商业工业·房屋过户整修  
项目承包施工·专业执照保险  
十年经验技术·高品质低收费  
请电: 石先生  
**703-220-6511 571-882-2529**

 **LG** LG分体空调  
Life's Good 厂家授权代理  
LG Excellence Contractor 认证  
**最好的空调  
最低的报价**  
同时受理其它品牌维修和安装  
Goodman, YORK, Carrier,  
bryant, Rheem, Amana,  
RUUD, etc. <sup>9-128</sup>