

# 公众号开通了流量主，两周赚了 47.63 元广告费

From [Jackon](#) [JackonYang](#) 2018-12-12

3 年前注册了一个公众号，以福利彩票的交流为主题。

去年达到开通流量主资格，没做。

上周开通，顺手发了一篇文章做测试。

早晨起床，收入 3.49 元。

## 公众号流量主的收入

过去的 2 周，广告费共收入 47.63 元，先后推送了 4 篇文章。

部分运营数据记录如下（点击图片放大看）：

在微信官方介绍流量主的文档中，有一张收入截图。

我假定这是微信眼中蛮健康（完美）的数字结构。

原图如下：

总结，

- 100 次曝光，接近 1 元，
- 1 次点击约 0.5 元。
- 用户画像不一样，价格也会微调。
- 自然点击率，最高可以做到 1.5-2%

按照 1% 的点击率估算，每 1000 曝光量，广告收入约 10+ 元。

公众号的一篇文章，可以插入 2 篇广告，分别是文中广告和文末广告。

理想情况下，一篇文章可以带来 2 个曝光量 -- 实际达不到，用户会中途退出或快速划过文中广告。

一篇爆款的 10 万网红文，预期广告收入 1000+ 元。

作为一项业余爱好的奖励，还是很可观。

每写出一篇好文章，

可能是一张出国旅游的机票，

可能是一顿美食，

也可能是一包口香糖。

蛮有意思的。

## 知识变现能力决定平台活力

以前，我一直认为，知乎专栏是更好的写作平台：

1. 流量获取难度低。我维护了一个深度学习的知乎专栏，没有太多宣传，几个月不到就 2000+ 关注。相反，微信公众号很难做到。
2. 知乎的编辑器，插入数学公式友好。排版简单。

事实上，优质的文章，来自公众号的比例更高一些。

纵然无数人吐槽公众号的编辑器难用到逆天，

大家帮微信开发更好用的排版和格式转换工具，继续用微信公众号。

知乎专栏，很少见到爆款网红文。

书中自有黄金屋，变现还得靠广告。

微信公众号提供的广告收入，更加持久、稳定，对内容创造者，更有吸引力。

## 羊毛党之刷阅读量

早就知道微信公众号刷阅读量是个产业，

伪装成篇篇 10万+ 阅读的大号，忽悠广告费很容易。

但，这个毕竟只有少数头部的专业团队才需要。

一直误以为，这个灰产的市场份额，不会太大。

自从做完流量主的广告费实验，刮目相看。

我专门加了几个 互点互助群 / 广告刷量群，近距离观察：

1. 有人专门收购微信账号，根据微信号的注册年限、朋友圈、转账记录等定价。
2. 有多个团队开发出了自动挂机刷量软件，大量真机 + 真实用户微信 + 独立 IP 分布式的人肉刷量。
3. 朋友圈租赁，每天在朋友圈发几条广告，就有几元红包拿。

这些刷量行为，会越来越难以自动检测、拦截。

Google Ad 在反刷量方面做的更加成熟。

比如，Google Ad 会写 cookie 并检查 cookie。

同一个浏览器换个账号刷同一个网站的广告，会被 Google 惩罚的。

但，用户只要提前清理一下浏览器 cookie，Google 也傻眼。

因为利益的驱动，刷量和防刷，双方在对抗中只会愈加团队化、专业化。

广告流量优化，也会像曾经的搜索引擎 SEO 一样，成为一个 黑 + 白并存的大产业。

## 羊毛党也能调戏推荐系统

把刷公众号阅读量的技术，用于今日头条一类的推荐系统，就是可能构成对协同推荐算法的有效攻击。



微软当年一天内下线聊天机器人，就是经典案例。

2016 年春季的时候微软在 Twitter 上发布了一个人工智能聊天机器人 Tay，与我们熟知的微软小冰类似，但在和用户开放对话后不到一天的时间里，它就“变成”了一个热爱希特勒、讥讽女权主义的机器人，最终由于不恰当的种族主义言论引发了激烈争议。

随后微软很快就下线了 Tay，并宣布对 Tay 的算法进行调整，避免聊天机器人再发表任何不恰当的言论。

刷流量的技术，拿来攻击推荐系统，很顺滑。  
资本利益，有点大。

---

微信流量主，有点意思。  
小程序也能开通哦  

估计，周边一大波灰产，正在来的路上。