

自媒体的8个变现渠道：你值得拥有

都在说做自媒体做自媒体，那么做自媒体以后究竟如何才能获取利益呢？

1.流量变现

这是一个最基本的变现方式，把视频或图文发布到一个平台，平台根据你的播放量给你所获得的收益。

每个平台的流量收益是不同的，以视频为例，比如B站是1000播放量3元，粉丝充电（类似点赞），头条号原创视频在20元左右。（数字比例请以官方为准 最终以税后为准）。

在这方面微信公众号可能是一个不错的起点，好的文章自然能够十万+，许多微信公众号仅凭借微信文章中间或底部的广告小卡片就能获得非常高的收益。

另外，许多图文字类自媒体是可以直接插入商品卡片的，例如下面的这个，并从中获得销售分成。



手机摄影从入门到精通

作者：FUN视觉，雪波 编著

当当

购买

如果想靠流量变现，那么视频就要有超高的人气和超高的播放量。

另外，还必须持续输出优质视频或图文内容。毕竟谁也不准哪个视频就会爆，有时精心创作的视频播放平平，有时一个看起来平常的视频播放过千万。

现在可供自媒体入驻的平台很多，抖音、快手、百家号、头条号、一点号、大鱼号、搜狗号、搜狐号、凤凰号、B站、爱奇艺.....等等。

如果英文基础不错，还可以考虑将视频发布在YOUTUBE，例如，李子柒在上面有700多W粉丝，每年仅凭视频收视分成收益也达到数百万美元。



以至于人民日报都发表文章，倡导自媒体应该像李子柒一样精彩、自信。

人民日报热评：像李子柒一样热爱生活，活出中国人的精彩和自信



文渊说

关注



阅读设置 ▾

分享



阅读(8350) 回复(0) 2019-12-11 21:35:0

近日，李子柒又再一次站上了风口浪尖。李子柒是谁？一个内容创作者、视频博主，她所有的视频都是以中国农家的衣食住行展开。在微博她有2000多万粉丝，但更厉害的是她在YouTube上的粉丝数是735万，而且这

当前，许多国内厂商希望能够走出国门，在全世界范围内打响知名度，除了大范围投放硬广，寻找类似于李子柒的文化符号成为越来越多的选择，因此，越来越多自媒体也开始在国外各大自媒体平台展现自我。

当前VLOG大火，底层原因就是每一个UP主，都希望成为下一个李子柒，随着5G时代来临，我们有理由相信，中国会出现越来越多李子柒。

2.平台扶持 创作激励

各个平台为了让更多创作者入驻，通过原创视频给平台带来更多流量，就会给作者以各种形式的激励。

比如之前头条号、奇艺号等，只要视频质量和播放量都不错，并且能每月持续更新4条以上，就会每月补贴数千元不等。

在头条问答项目起步阶段，为了获得优质答主，曾签约一批达人，每人负责某一个或某几个领域的问题，保底收益2W起。

比如B站的各种扶持计划。



从 2018 年起，我们将推出系列“bilibili 创作激励计划”，让创作原创内容的 up 主能通过制作优质视频而获得收入。加入激励计划后，up 主的原创稿件可以得到收益。

计划详情

- “bilibili 创作激励计划”第一弹在 2 月 1 日上线。届时，满足条件的 up 主可以点击页面下方“立即加入”按钮申请加入。
- 成功加入后，up 主新投递的原创且符合计划规则的稿件满 1000 播放量时，可以获得激励收益，并可在次月通过贝壳提现。
- B 站将从内容流行度、用户喜好度和内容垂直度等方面来综合计算激励收益。

加入条件



1000 粉丝

或



10 万累计播放量

背景



- 越来越多的品牌、机构希望能通过和 B 站 up 主们合作，与受众建立有效沟通。
- 但是，大部分品牌、机构对 bilibili 的各种文化生态了解程度有限，导致在通过无序渠道与 up 主建立合作的过程中，容易出现：单一追求曝光，移植贴片广告；创意设计沟通不畅、反复修改；合同、结款不规范，伤害 up 主权益等问题。更有一些机构，以虚假承诺或背景，利用信息不对称，与 up 主签订各种不平等合约。
- 这些问题主要是缺乏制度规范、平台监督以及专业服务导致的。因此，B 站推出“绿洲计划”，作为平台方，在 up 主、品牌机构、用户间建立健康生态。

通过绿洲计划 我们希望——

- up 主能够与品牌、机构进行以不破坏用户体验为前提的合作，获得收入反哺创作。
- 品牌、机构能够在 B 站得到有效曝光，与目标受众建立和谐沟通。
- B 站能够通过制度化、规范化的管理，保护内容生态不被侵蚀。
- 用户能够避免被各种“猝不及防”的营销破坏体验，并对合理的商业合作给予理解。

02 愿景

现在各平台对于优秀内容创作者的奖励还是有的，但不是体现在现金上，而是流量，比如头条、爱奇艺不时会对自

媒体进行评选，所有入选的自媒体会平分过亿流量，这其实比现金奖励还令自媒体激动。

3.电商带货

对于自媒体刚刚起步的朋友，仅靠流量肯定不能生存的。所以大部分都开了自己的淘宝店、微店或者平台自带的商城店铺等。通过优秀的内容，来为自己的店铺带来流量。

如果自己没有店铺也没有关系，可以在自己的视频或图文中分销其他店铺的产品，分销分成比例有时可以高达60%，自己不用生产商品，只需要自媒体流量够，通过分销也能够获得不错收益。

例如，你是做美食视频的，那么你就可以卖食材或者厨具相关的。





下午4:04 | 407K/s

HD HD 100%



噗噗叭叭

私信



作品 412

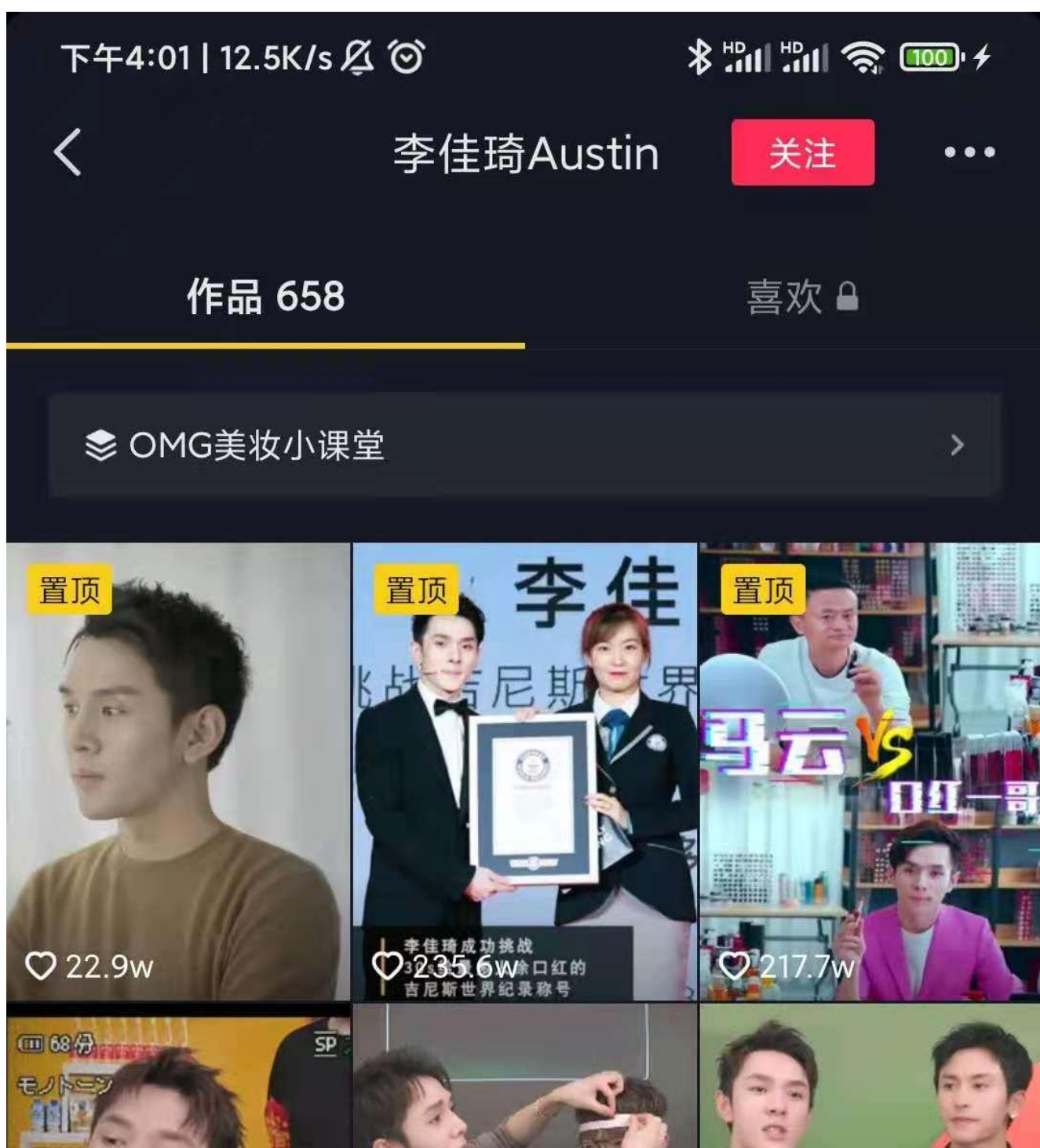
喜欢





前一段时间由于舌尖系列专题片走红的章丘铁锅，每天从各个自媒体上走的量都是一个非常吓人的数字。

在这方面抖音、快手无疑是走在了最前面，其中的头部达人，一次直播带货流水过千万是平常的。





再以许多女性关注化妆领域为例，LJQ的名字你不能没有听说过。



全部商品

自卖 0

推荐 16

综合排序 ▾



【618狂欢】娇兰臻彩宝石唇膏镜面高定口红套装...

¥190

已售4984

来自淘宝



【新品首发】薇诺娜双修赋活精华液30ml 敏感...

¥398

已售3124

来自淘宝



欧莱雅吸油棒粉底液持久哑光遮瑕控油不脱妆女...

¥139

已售5.3万

来自淘宝



露华浓我可以粉底液膏遮瑕保湿持久控油干皮亲...

¥119.9

已售653

来自淘宝

自己卖产品是大多数网红或者自媒体运营者都会选择的变现方式，在中国不缺少做产品的厂家，你只要联系她们给你一个贴牌的产品，然后借助你的自媒体平台就会获得相当可观的收益。

4.知识付费 定制教程

这种变现方法，大家去各种教育机构公众号中看看就明白了。公众号中每天给大家推送教学文章，然后主打产品，比如“基础摄影教程”则属于知识付费产品。

当然，有时候一些教育平台也会和你订制一些列教程，直接买断或者是分成的方式合作，也可以出版书籍，赚取稿费。

需要注意的是，现在各大平台上有许多自媒体玩着一个套路。

首先，秀出来自己的自媒体流水，然后，会有许多粉丝求带。这些自媒体则会以教课的形式销售自己的自媒体运营技法，或者要求学员购买自己的产品，但其实都是些大路货。

其中，被这些自媒体提到次数最多的就是简单粗暴的视频搬运工，即从国外的网上下载视频，通过一定剪辑后发布在国内各大自媒体平台上。

除了直接搬运，还有一种方法是混剪，即找到许多同类视频，通过一定的剪辑手法使视频看上去面目全非，当然明

确的主题还是有的，这种手法成本低，法律风险低，起量快。

但从长远来看，上面的这些方法均非长远之计，毕竟门槛实在太低了，而且还有一定的法律风险。

5.扩展业务源

这类变现方法也同样适用于做教程类内容的博主。因为既然是做教程类内容，肯定在某一方面有专长。比如摄影做摄影类教学，就会有摄友咨询接不接产品摄影的活儿。

因此自媒体同样也是在为自己打广告，可以有一些机会，增加自己的业务量。

6.厂家合作

厂家的合作或者产品的广告，是自媒体都希望得到的。合作方式主要是以下3种：

►软文广告

这类合作形式，从微博的年代已经有了，这要求自媒体达人有一定的写作能力或平均阅读量，或是某一个领域的意见领袖。此类合作，通常以广告报价形式结算。

►试用报告

可以是图文类型的，也可以是视频类型的。有两类合作结算方式，一种是广告报价现金结算，对于一般的小号则采取产品置换方式，即试用后产品自留，可以自己留着用，或者是在闲鱼上卖了换现金。

►展会或专场分享

如果自媒体达人是某一个领域的KOL，那么就会被厂商邀请在展会上分享，或者在某一报告会进行专场分享，有时能做到全国巡讲。

当我们看到自媒体大咖月入百万的时候，也要想到他们背后的艰辛。一般来讲，半年到一年，持续发布优质内容，才能够有一定的收入。所以刚入行的朋友们一定要有心理准备，坚持走下去，才能有收获。

记得点赞赞呀！



OK吗？

