

八大自媒体平台特点及六种自媒体赚钱方式



有人说，这是一个人人自媒体的时代！

当今时代，信息随着移动互联网的高速发展迅速扩散到世界上各个角落，每个人借助特定的设备都能成为一个信息源，把信息及时有效地传播、分享出去。美国著名硅谷IT专栏作家丹吉尔默曾经将自媒体定义为：草根新闻，源于大众，为了大众。它是一种个人化、大众化、自主化的信息生产、分享、传播的过程。

互联网时代的个体突破了传统媒介的束缚，各类免费软件的普及更是拉低了信息传播的门槛，使得每个人都可以将个人的价值观念、生活经历及智慧总结分享给其他人，每个人都充当扮演着自媒体这样一个角色。

博客的兴起给了很大一部分人分享自我价值的平台和空

间，微博更是推动加快了信息的传播速度，微信公众号的推出则直接让一部分人率先成为自媒体运营的先行者。于是，数以万计的微信公众号每天在不同时刻向我们的手机推送着大量的内容。越来越多的人跃跃欲试，尝试着建立自己的自媒体帐号，渴望从中分一杯羹。但是无奈微博盘面太大，微信红利期早已过去，普通人已很难将一个小小的微信号将流量、粉丝都做到很“丰富”的程度。

那么面对市场上的各种各样的自媒体平台，我们需要了解些什么？又该如何选择呢？

今天带大家了解一下市场上常见的8大自媒体平台：

一）百度百家号

百家号是百度为内容创作者提供的集内容发布、内容变现和粉丝管理平台。百家内容基本上属于新闻类，囊括了互联网、时政、体育、人文等多个领域，文章需要有自己独到的见解和认知。

选择百家号有个好处就是百度将会把相关内容通过百度生态内的产品，诸如百度搜索、手机百度、百度浏览器等多个渠道进行分发推送，从而为自媒体人带来巨大的流量。另外，百家号还为内容创作者提供广告分成、原生广告及用户打赏等多种变现机制。

百家号平台优势：

1.推荐百度首页，流量大

2.百度新闻源，收录好

3.广告分成，收益高

二) 今日头条号

今日头条是当前上升势头较好的自媒体平台，“头条号”是针对媒体、国家机构、企业以及自媒体推出的专业信息发布平台，致力于帮助内容生产者在移动互联网上高效率地获得更多的曝光和关注。

因此，通过深挖数据，形成了基于用户行为从而构建用户模型并进行个性化推荐的产品特色，能很好地完成人与信息的服务连接。今日头条的内容基本上也属于新闻类，但是它所推荐的内容不仅包括狭义上的新闻，还包括购物、游戏、电影、音乐、财经等多个类目的资讯。

头条号平台优势：

1.推荐量大，流量喜人

2.收益较高、广告分成高（其实是视频）

3.基于用户兴趣、位置多维度推荐，类目多

三) 企鹅自媒体

企鹅自媒体是腾讯旗下产品，是一个非常有潜力的自媒体平台。我们都知道腾讯生态内有多款产品，与百家号相似，自媒体人在企鹅自媒体平台上发布的优质内容，能通过天天快报、腾讯新闻客户端、微信新闻插件和手机QQ新闻插件进行一键分发，并且可以让内容能够更多、更精准地曝光。还可以通过微社区等形式，帮助自媒体人实现与粉丝的互动，方便快速地沉淀粉丝群，更快捷地建立起

与粉丝的连接，实现粉丝资源积累。当然也有些需要改进的地方，比如微信内容源接入的文章无法同步，只有成为正式企鹅号，文章才能同步到QQ看点等。

可喜的是企鹅平台在开通广告后也会有收入，相对于其他杀得血红又不断提高进入、审核门槛的自媒体平台，这里还是一片蓝海，有自媒体梦想的朋友可以考虑体验一下。

企鹅平台优势：

- 1.入门门槛相对较低，潜力巨大
- 2.腾讯生态产品一键分发，流量有保证
- 3.微社区互动，建立粉丝社群的基础较好
- 4.有相对量的收益进账

四）凤凰自媒体

凤凰自媒体是一个综合资讯平台，内容主要以新闻资讯、深度报道、观点评论、财经产品、互动应用、分享社区等为主，自媒体要投放的内容要有深度，深度洞察，对资讯的解读、评析要大于资讯本身。凤凰号的运营需要创作者本身具有一定的社会认知，还能够有比较稳定的作品产出。

当今时代，像BAT这样的巨鳄喜欢在自家生态内玩转产品，对于一些垂直或者体量较小的企业只能玩抱团了。2017年2月18日凤凰自媒体与一点资讯后台打通，这意味着凤凰自媒体的相关文章将会在一点资讯的APP、小米浏览器、OPPO的浏览器、凤凰新闻客户端以及凤凰网PC端

多平台分发展示，这足以影响到国内1.5亿的日活用户，影响力不容小觑。

凤凰平台优势：

1.背靠凤凰这样一个媒介渠道，平台大

2.凤凰自媒体内容相对来说“逼格”较高

3.权重高、内容深度权威性高

五) 网易自媒体

网易自媒体是网易传媒在完成“电脑端”和“手机端”融合升级后，全新打造的自媒体内容分发与品牌助推平台。网易号起步早，发展比较完善，与行业同类平台相比，网易号在本地新闻、内容原创生产等多个方面要求极高。

运营网易自媒体要善于利用时事热点、重大事件，同时也不可忽略明星效应，受众也偏好一些娱乐圈的八卦事件，自媒体人可以有效利用这一点。网易属于四大门户之一，在内容呈现上更喜欢文章的形式，所以同样情况下文章数量较多，想要获得推荐难度比较大。目前，网易对标题党打击的比较厉害，写标题的时候建议直接带入事件名称。

哦，对了！网易号好像做到1星就有收益了，所以只要符合了一定条件，比较容易开通广告收益，获取广告分成。

网易平台优势：

1.平台比较成熟，成长机制较为完善

2.倾向于文字内容，文章审核快，对文字爱好者较有利

3.收益门槛开始降低，比较容易开通广告分成

六) 搜狐号平台

“搜狐号”是搜狐旗下的内容创作与分发平台，主要面向自媒体创作者、政府、媒体和企业。依托高素质的用户群，“搜狐号”致力于帮助内容生产者推广高质量的原创内容，打造自身的影响力。说到搜狐号不得不说下这个平台的缺点：自媒体入驻有一定难度，而且这个平台和其它平台不同，只扶持少部分优质作者，也就是说要想拿到钱，你必须做的足够出色，门槛极高。跟前面讲到的百家、企鹅一样，搜狐号的优质内容也将会被推送至搜狐新闻客户端、手机搜狐网和搜狐网等出口，官方称有超过1亿的日流量支持，影响力不可小视哦！为啥门槛这么高，缺点这么多，我还要提到它呢？接着看：

搜狐号平台优势：

1.高门槛高回报，流量分成高

2.内容可以添加超链接和自助广告

3.内容审核速度较快，但是审核要求也相对较高

4.搜狐号对搜索引擎非常的友好

七) 大鱼平台

大鱼号就是以前的UC云观，在阿里文娱注入资金后就与优酷土豆合作升级为大鱼号。大鱼平台现在是背靠阿里不

差钱，入驻者可以参与大鱼计划，用自己的勤奋、才华和坚持从大鱼平台拿钱。不过，大鱼号是按照星级制度来的，只有做到5星大鱼号，收益才会比较明显。7哥辛辛苦苦运营的大鱼号保个四级都感觉很累，一不小心还会掉星级。做自媒体没什么捷径，如果有那就是坚持不懈地原创，哈哈哈，听起来是有点苦逼！

大鱼平台的运营跟更新活跃度关系很大，星级越高获得的权益也就越高，当然平台给的推荐也就相对较高。平台会在你达到相应的星级及平台指数后给予开通广告分成的权益，7哥已经拿到收益分成功能，但是收益很惨淡啊！

大鱼平台优势：

- 1.背靠阿里不差钱，持续的创作补助**
- 2.图文内容审核速度较快，体验良好**
- 3.视频审核过后直接在UC、优酷、土豆内共享传播**
- 4.有广告收益分成，拿钱相对容易**

八）简书平台

简书是一款定位于写作者的写作软件，致力于做中文世界最好的写作、阅读平台。页面清新简洁，最大特色是Markdown功能，产品开发者希望为创作人营造一种沉浸式的写作氛围。

简书作为一个特立独行的自媒体平台，也是专业性、针对性最弱的自媒体平台。简书中包含了杂文时政、小说诗歌、影评、新闻等各类兴趣类目，专题将志趣相投的创作

者集结在一起，平台可对相关内容发起推荐，但是推荐量级较小。

简书平台上对于情感类（叙述性、故事型、真实经历等）和实用类（干货、经验分享、资源帖）两类文章推荐量比较高。根据简书平常的运营情况来观察，发现早上9点左右是简书文章阅读量峰值。

简书平台优势：

1.审核门槛基本为0，速度快，体验好

2.产品UI很棒，页面简洁，可用作编辑工具

3.可接受用户打赏得到收入

看了上面8个自媒体平台的描述与介绍，想必你已对各个平台也有了大致的了解，选择哪个平台基本上有数了，至于确定要选择哪个平台，相信你肯定还有个问题不清楚，那就是自媒体人该怎样赚钱即内容变现？自媒体平台有哪些赚钱的方式？且听7哥跟你娓娓道来：

一）广告收益分成

百度百家、大鱼、今日头条、企鹅媒体等自媒体平台都采用了广告分成的方法，也是自媒体平台获得收益的主要变现方式。以百家为例，百度凭借自身强大的流量导入及广告联盟流量输出让自媒体人获得了较高的平台收益。自媒体人所在的平台流量大小与其获得的广告收益分成有着极其密切的关系。建议那些有能力持续输出原创作品的自媒体人优先选择能给你带来巨大流量的平台，毕竟没人会跟钱过不去。

二) 广告曝光与点击

实际上这一块可以合并到第一部分里，但我想拿出来单独讲一下。CPC广告即每点击成本，优缺点很明显，优点是用户每次点击都会为广告主带来真实的流量或潜在消费者；但是对于平台运营者不公平，毕竟广告投放后已经曝光给用户面前了，对没产生点击的流量来说，平台似乎变成了白忙活，所以很多平台也尝试了曝光+点击的组合模式。以我们最熟悉的微信文章为例，把广点通的广告植入到公众号中来，内容曝光，通过用户点击赚钱。只不过微信基于大数据分析的广告投放更为精准，最经典的莫过于朋友圈广告还有文章底部栏广告了。

三) 软文营销

当下的社会是个“免费时代”，产品经理们都是被严谨苛刻的用户“驯化”到没脾气了，用户们整天用着免费的服务还提着最苛刻的产品需求，一言不合就说你体验不好，卸载、取关。谁敢斗胆收取粉丝的服务费基本就是异想天开，当然也不是不可能，还需要时间。

这当然阻挡不了我们通过自媒体赚钱了，你想哪个傻瓜会轻易放弃自媒体这样一个巨大的流量入口，用户不喜欢看广告可以让他看故事啊，对不对？比如今日头条就会允许一部分作者获得相应的权限在文章中加入产品链接、内容详情卖东西，这也是软文营销的一种形式。

此外，类似微信软文变现在市场上已经非常普遍，作为一个有影响力的自媒体平台，收取客户相应的费用直接为其撰写产品、营销、公关软文成为当下自媒体平台的主要变现来源，典型案例如咪蒙、papi酱、二更、混子曰、薛之

谦。当然，花钱找微博大V发微博也属于这种形式。

四) 稿费酬劳&平台补助

写文章拿稿费酬劳这个也是很多创作人挣钱的方式之一，尤其是那些高质量的文章，平台往往以约稿、专访发文的形式采编付费。平台补助也是创作人挣钱的方式，市场上的自媒体平台较多，相互之间又有竞争关系，为了拉拢一些专业撰稿人、作家入驻自家平台，很多自媒体平台都推出了扶持补助计划，如今日头条千人万元计划、UC大鱼计划等。有些平台甚至跟创作人直接签署合作协议，每月付数万元的酬劳让签约作家们独家发布原创内容，并给予注册审核、内容推荐的优先权。

五) 用户打赏

用户打赏是目前自媒体平台变现的主要方式之一，常见的有微信公众平台、微博、简书平台、大鱼平台等，其他的甚至连人人都是产品经理都可以打赏。7哥比较赞成这种内容变现方式，毕竟创作者码字写文章也确实不容易，用户认可了打赏一点也无可厚非。只不过现在因为苹果IOS系统抽取打赏费用的事儿，让很多平台显得有点被动，用户辛苦拿到的打赏钱本来就不多，平台拿走一定比例后，苹果再抽取一部分，难免会降低自媒体人的创作积极性。

六) 其他方式

自媒体变现方式很多，还有待深度挖掘。比如搜狐独有的互动营销模式，邀请自媒体人一同采访报道某一重大活动和事件，然后给予自媒体人内容推荐，并给予丰厚的报酬，虽然这也算是稿酬的一种变相吧，但总归是一种变现

方式的探索。至于众筹、付费阅读、粉丝俱乐部等变现方式还有待细致研究，未来期望越来越多的自媒体赚钱方式涌现出来！