

深聚焦

“网红经济”，昙花一现还是未来趋势

本报记者 刘阳

一个迅速延伸的新业态

Papi酱何许人也？在现实生活中，她是中央戏剧学院导演系在读研究生；在网络世界里，她是在不到半年时间里迅速蹿红，个人微博粉丝超过760万人，总粉丝数超过1181万人的“2016年第一网红”。

2015年10月，Papi酱开始在网上传原创短视频，她以一个大龄女青年形象出现在公众面前，对日常生活进行种种辛辣的点评和吐槽，此后，她每周日发布自己的视频节目。截至3月20日，她的节目在各视频网站的总播放量达2.9亿次，集均播放量753万次。而就在不久前，真格基金、罗辑思维、光源资本和星图资本分别共投资Papi酱1200万元，这也是Papi酱拿到的首轮投资，其目前估值1.2亿左右。

在流量变现成为互联网商业逻辑的时代，Papi酱的商业价值奇货可居似乎是理所应当的，但这把火到底烧成什么样，却让围观者好奇。据了解，Papi酱两场广告招标情况沟通会的门票每张8000元，每场100张，3月27日举行的第一次沟通会放票不久就被广告主、代理机构抢购一空。其广告招标说明中规定，参加竞标的企业注册资金实际缴纳金额须超过300万元，同时还需要先行冻结100万元的信用保证金，这也创造了阿里巴巴拍卖平台的纪录。然而，即便如此高的门槛也没能阻挡企业对她的热情拥趸，部分企业甚至表示，将准备1000万元的资金参与此次“新媒体广告第一拍”。

实际上，无论在国内还是国外，以Papi酱为代表的网红都并非新生事物。国内，早在10年前的网络论坛时代，芙蓉姐姐就在推手们的帮助下成名。此后，微博大V在自媒体时代风起云涌，而如今，随着微信公众号、短视频、直播平台等更多自媒体平台的出现，越来越多的网红出现在公众眼前，围绕网红衍生出的产业链也令人眼花缭乱：“网红孵化公司”“网红培训班”应运而生，网红推手、网红营销公司成为其背后的强大团队，网红代言产品、网红经营的淘宝店也收益大增……

一个崇尚个性传媒的时代

今年1月，百度发布的《95后生活形态调研报告》指出，1995年—1999年出生的“95后”总

4月21日，网络红人Papi酱将在阿里巴巴拍卖平台开启“中国新媒体的第一次广告拍卖”，拍卖当天中标的企业，在与Papi酱协商后，可选在2016年5月21日后任意一周的星期一，在Papi酱视频主节目后的彩蛋位置获得一次定制的广告内容。此次广告拍卖的消息一传出，就引起了整个传媒界的关注。

近期以来，随着一大批网络红人的出现，围绕网红衍生的商业链条和盈利模式也浮出水面，并被称为“网红经济”。量的粉丝、强大的话题性、资本认可的商业变现能力、日益延伸的产业链……“网红经济”已经成为移动互联网时代一个重要的社会现象，但对于经济发展和社会文化生态而言，它究竟是一个美丽的泡沫还是代表着未来的走向？

量约为1亿人，他们从出生就与互联网为伴，与“80后”“85后”相比，他们可谓移动互联网原住民。他们在网上最爱做的是点赞、分享、评论和吐槽，最认同当下互联网上流行的宅、逗比、呆、高冷等流行价值观，追求敢想敢说敢做，注重娱乐和社交，热衷于弹幕、美颜、聊天必备“表情包”。业内人士指出，作为移动互联网和网络社交平台最重要的用户，以“95后”为代表的青年一代所具有的这种心态也为网红的成长提供了社会基础。

“说到底，网红就是自媒体时代活跃在网络世界的明星，他们的出现改变了我们这个时代的‘造星机制’，成名的门槛降低了很多。”一位媒体研究者说，过去，一位明星的成长需要一个成熟的经纪公司或者团队来打造，要成为明星，首先要具备音乐、表演等方面的新才艺，其经纪团队也必须与演出、出版或影视企业及平面、电视媒体达成良好的互动合作关系，而网红则不必受这些传统规则的约束，有个性、敢出位成了扬名的基本条件。“网红不需要他者来界定和赋予权力，他们需要面对的只有用户，这也是互联网对社会更深刻的平面化影响。”

罗辑思维公司创始人罗振宇表示，罗辑思维在2015年就开始关注网红现象，而之所以对网红作出如此高的判断并进行投资，最根本的原因是网红体现了媒体革命的趋势。“上一代市场的核心资源是‘组织力’+资本，企业的发展需要巨大的资本支撑，但在未来的市场上，资本的价值会逐步低落，‘组织力’仍然非常重要，‘魅力人格体’则会因为稀缺而更加重要，它可以将产业链上的其他资源聚合起来。”

罗振宇所说的“魅力人格体”，其实就是网红所具备的独特个性。以Papi酱为例，不少网友认为，她之所以成为“2016年第一网红”，就在于其制作的视频节目选题设计出众、表现自由率真，既具有接地气的草根气质，又满足了年轻人的娱

乐需求，使年轻人完成了与一个有趣的人“社交”。

一个亟须道德校准的商业模式

网红实现商业变现的可能性到底有多大？Papi酱的这次广告招标已经回答了这个问题。从普通人到网红，通过树立自身在互联网的传播力和影响力，从而获得广告收入，这是许多网红商业变现的重要途径，但却不是唯一途径。

另一种重要的变现渠道是在拥有大量粉丝的基础上，通过经营自己的淘宝店获利。在微博上拥有418万粉丝的网红店主张大奕是一名平面杂志模特，微博主要是自己的服装搭配和潮人生活方式。2014年5月，她开设了自己的淘宝店“吾欢喜的衣橱”，目前已经是金冠卖家，淘宝粉丝量超过261万。

此外，还有一些网红出道于用户众多的网络直播平台——任何人都可以在注册后成为直播平台的“主播”，“主播”通过PC或移动终端与网友实时分享自己的种种琐碎生活和想法，并以弹幕的形式与网友实时交流。用户在直播平台购买虚拟货币为喜爱的“主播”打赏，购买虚拟货币的金额再由“主播”与平台协商分成。对一些颇受欢迎的“主播”来说，每天收获的打赏收入就已经相当可观。而一些粉丝量巨大的网红，也成为网络直播平台争先签约的对象。对于更大规模的网站来说，用户量和优质“主播”多的直播平台，则是投资和并购的稀缺资源。近期，斗鱼、花椒、映客等直播平台获得资本青睐就是典型的案例。随着网红影响力越来越大，影视行业也对他们敞开了怀抱，未来，网红进军影视业的可能性也越来越大。

“资本关注网红是因为网红深受年轻人喜欢。但是投资网红是要担很大风险的。因为网红

的走红依赖于特定的粉丝群体，粉丝的黏性、忠诚度、转化率都因人而异。就拿Papi酱来说，获取海量粉丝的基础是稳定的、优质的内容生产，如果创作能力下降了，那么对于投资人来说，风险也就出现了。”一位投资行业人士说。

鼓山文化首席执行官冯子末也认为：“网红个人以怎样的形态参与到变现过程中也非常重要，因为围绕网红展开的产业链条还在不停延伸，其中包括泛网红内容创业、经济服务链条、衍生全链条、平台服务链条、资本整合链条等。”

高回报的潜在可能已经让网红成为资本关注的新入口，但它是否意味着新经济形态的一种趋势？这似乎还不能轻易下结论。与此同时，网红热给社会发展带来的另一种影响更应当引发思考。

目前存在的“网红孵化公司”“网红培训中心”，其核心业务就是迎合部分年轻人想要成为网红的心态，对其在化妆、形体、言语、肢体动作、自我营销等方面进行培训和包装。不少人担忧，对于年轻人而言，如果仅凭“高颜值”就可以轻松扬名、赚钱的“范本”过多，不加以引导，会助长社会的浮躁之风，并影响到青年一代的价值取向。

为了成为网红一些人突破了底线，炫富、色情等内容随之成为监管的难题。今年年初，仅斗鱼直播平台就两度被爆涉黄，此外，熊猫TV也在3月初被网友曝出不雅视频截图。网红这种新业态才刚刚起步，但它到底能走多久、走多远，除了取决于其内在的发展逻辑外，也取决于其在整个社会精神文化领域的角色定位。从这个角度说，这个商业链条需要一次及时的道德校准和净化，相应的监管机制也亟须建立。



上图：3月27日，一群想成为网红的年轻人在北京某“网红培训班”上课。 人民视觉

辣评

补上“财经素养”这门课

君然

前不久，河南牧业经济学院大二学生小郑因无力偿还网络贷款而跳楼自杀。这一事件在引发人们对“学校贷款”“学生网贷”关注的同时，也为当前教育中财经素养培育的缺失敲响了警钟。

据了解，自2015年下半年以来，面向在校大学生的网络小额贷款平台成了小郑赖以“周转资金”的依靠。并且，为借到更多钱，小郑借用、冒用共计28名同学的身份证、学生证、家庭住址等信息，分别在诺诺镑客、人人分期、趣分期等14家网络小额贷款平台共计贷款58.95万元，却最终因难以承受压力而结束了生命。

网络小额贷款这一方式在大学生中已非常普及，对于学生们来说，申请便利、手续简单、放款迅速，是这种贷款形式吸引他们的主要原因。但事实上，部分贷款存在信息审核不严、高利率、高违约金等问题，而学生在增长的消费欲和侥幸心理下可能“连环贷”，因此陷入财务危机。

固然，“校园贷款”“学生网贷”在发放对象、资金用户、发放额度等方面均存在监管空白，但必须看到，中国学生财经素养缺乏才是让这些孩子身陷囹圄的根本原因。

财经素养是关于财经概念和风险的知识和理解力，以及运用这些知识和理解力的技能、动机和信心。在美国、英国、澳大利亚、日本等国家，财经素养很早就被列为教育发展的战略性目标。而在我国，国务院去年发布的《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》虽然提及教育部要将金融知识普及及教育纳入国民教育体系，但截至目前，教育管理部门仍未将该工作纳入议事日程。

实际上，青年学生是否具备足够的财经素养，确实关系到一个国家的经济、金融安全。而要让财经素养成为国民素养的核心组成部分，就必须将其纳入学校教育之中。另一方面，当前绝大多数青年学生在成长过程中都极少从家庭中获得财富方面的教育，家长在培养孩子的财经素养方面也没有足够的认识，这些都使财经素养成为中国学生综合素质中的短板。

面对互联网带来的新的金融局面，面对社会消费心态出现的新变化，培育财经素养已经到了必须提上教育重要议程的时候，同时也需要政府部门、家庭和社会的支持和努力。



面对面·聚焦“两个一流”实施路径

专访北京理工大学党委书记张炜——

“两个一流”建设，要有所为有所不为

本报记者 赵婀娜

日前，党中央、国务院做出了统筹推进世界一流大学和一流学科建设（“两个一流”）的战略决策，引发了高等教育工作者的热议。如何在理念上达成共识，进而在实践中大胆探索，北京理工大学党委书记张炜认为，“两个一流”建设，要坚持有所为，有所不为。

记者：您认为，“两个一流”建设的意义以及当前面临的主要挑战是什么？

张炜：通过“两个一流”建设，使得高校更好地肩负“培养中国特色社会主义事业建设者和接班人的重大任务”，坚定扎根中国大地办好社会主义大学的信心和决心，推进高等教育内涵发展和提高国际竞争力，为建设高等教育强国、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦，提供有力支撑和奠定长远发展基础。

当前，加快推进一流学科建设，挑战来自于观念陈旧、思想保守，利益藩篱、平均主义、惯性约束等。具体表现在，一是罔顾事实、妄自菲薄，忽视我国一流学科建设已经取得的成绩，对是否要进行“两个一流”建设信心不足。二是盲人摸象，似是而

非，泛泛而谈国外高校学科发展的经验，关注表象的人云亦云，满足于雾里看花，忽视学科建设的系统性。三是盲目迷信、过于依赖“排行榜”，舍本求末、照猫画虎，忽视学科建设的中国特色和学校的个性特色。四是创新能力和改革劲头不足，凡事看老黄历、照老办法，忽视战略思维和问题导向。

记者：您认为“两个一流”建设，尤其是一流学科建设的主要着力点是什么？

张炜：建设一流学科，首先要认真学习，提高认识，积极引导广大师生员工强化战略思维和问题导向，坚定信心和决心，加大改革力度，增强政策措施的逻辑性、说服力与可操作性。

其次，要坚持有所为、有所不为。在高校的学科建设中，“有所为”不易，需要通过合理规划选准方向，加大对确定重点学科的投入力度，使其成为学校发展的关键和突破口，成为学校的比较优势甚至核心竞争力；而“有所不为”更难，因为这要打破平衡，会暂时损害一些学科的眼前利益。但“有所不为”并非是战略性的舍弃，而是战术上的阶段性收缩。“有所不为”的学科也不是一成不变的，如

果环境条件发生改变，或者一些学科具备了可以进行倾斜支持的特点，也有可能从“不为”进入“有为”。特别是“有所为”的学科真正成为世界一流后，通过交叉融合，也将带动相关学科乃至学校学科整体水平的提升，构建世界一流学科体系。

为此，我校决定要加强学科布局的顶层设计和战略规划，集中力量重点建设一批国内领先、国际一流的优势学科和领域，积极凝练和拓展工业化、信息化、国防现代化背景下的学科方向，努力建设重交叉、有特色、入主流的优势特色学科，发挥工程学科群优势，更好地服务于国防科技工业和国家经济发展的重大需求；走“地信天”集成发展之路，以重大项目为牵引，打破学科间壁垒，整合优势学科资源，发挥学科综合优势，打造多学科相互渗透、相互支撑的优势学科群；加快发展理科，鼓励理工交叉融合，形成理科支撑工科提煉和解决科学问题、工科支持理科特色发展的理工融合的格局；引导、促进管理和人文社科围绕主流学科和特色发展，建设高水平智库，打造精品文科。

新评弹

大学莫做墙头草

赵婀娜

几天前，英国教育评价研究机构QS发布2016年“QS世界大学学科排名”，引发不少关注，“看看你的母校有哪些学科上榜”的标题很快刷屏了朋友圈。

仔细浏览该学科排名，排名前端的仍为英美高校。对于我国高校来说，也有好消息传来，大陆共有58所高校的402个专业，在各自专业领域入选全球400强，有5项学科，在全球高校之林中进入前十位。其中，清华大学有3项学科进入前十位；建筑和土木工程专业均位列第八，材料专业位列第十；北京大学有2项进入前十位；现代语言学专业位列第八，语言学并列第十。

面对这样一份排名，从不同视角打量，会有不同的解读，也自会有人欢喜有人愁。

榜上有名者，会扬眉吐气，榜上无名者，难免会质疑排行与评价标准的科学性和合理性。但细细看来，排名所展示的结果，还是能给高校带来不小的启发。静心琢磨，榜单上位列前茅的，或为知名高校的传统优势学科，或为近年来立足国际、瞄准前沿、精心布局、整合优势的重点发展方向。而这恰恰说明了，大学发展，不能求全求大，当找准方向、强化特色，打造精品。惟此，方有可能成为一流。

找准方向、强化特色，需要高校在发展过程中坚持有所为、有所不为。加州大学伯克利分校第七任校长田长霖曾谈到，一所大学不可能在很多领域同时达到世界一流，一定要有所为，一定要想办法扶持最优秀的学科，把它变成世界最好。该校的发展历史也正遵循于此，原来学科门类齐全，但没有一个学科是世界一流。后来，调整发展战略，重点发展理论物理和实验物理，发明了加速器，并以此获得了多个诺贝尔奖，该学科成为世界顶尖，学校也跃居世界一流大学行列。

找准方向、强化特色，更需要大学具备相当的定力，具备沉潜之心，不随波逐流。一所好大学，并不是要完全不在乎社会各方的评价，但不能被各种指标、排名和利益诱惑、束缚甚至绑架，更不能持“短期功利”之心，一味追求增加“博士点”数量，追求学校升级、升格。学校管理者需要保持笃定的文化信仰和高远目标，树立“千磨万击还坚劲，任尔东西南北风”的精神，沿着明确的方向前行。

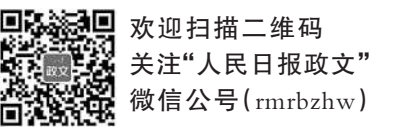
同样是几天前，国务院学位委员会公布新一轮学科评估结果，多所高校的博士、硕士和专业学位授权点被判定为“不合格”或“限期整改”，包括北大、清华等高校在内的多所知名高校更是主动提出放弃一些专业的授权，自主撤销一些学位授权点，而这恰恰说明，在打造世界一流大学和一流学科的过程中，我国高校已经或主动或被动地意识到，只有明确所长、集中优势，才能真正提升质量，建成一流。

曾有一段时期，在探讨大学如何不被各类大学排行榜“牵着鼻子走”时，一句话说得极好：不怕排行榜“风”大，就怕高校“墙头草”。其实，无论是否放在关注大学排行榜的语境下讨论，这句话对于大学发展都十分重要，有方向，有定力，不为名利折腰，更不做墙头那棵草。

推进优势学科群的交叉发展，积极促进理工交融、文理工相互渗透的学科群，形成多学科相生共长、协调发展的学科体系。以重点骨干学科建设为依托，整合和配置校内多学科实验平台资源，建立多学科交叉融合的学术交流平台和基础支撑平台，建立高度集成、开放共享、交叉应用的研究中心和平台，提高创新能力和学术水平，提高重大科技成果产出和转化能力，提高服务能力和国际竞争力。

记者：在您看来，一流学科建设与一流人才培养二者是怎样的关系？

张炜：高等教育质量的根本是人才培养的质量。由于我国的学科建设与学位制度密切相关，有人误以为学科建设就是为了争博士点、硕士点和重点学科，热衷于“抢点占坑”。实际上，一流学科是培养高素质优秀人才的重要基地，学科建设的五项重点任务中，育人具有重要位置。人才培养与学科建设是高校工作中不可分割的两个组成部分，你中有我、我中有你，相互促进、相互支撑。要提高辩证思维能力，避免将人才培养和学科建设相互对立、非此即彼，加强统筹协调，在一流人才培养过程中加强学科建设，在学科建设中实现一流人才培养。



欢迎扫描二维码 关注“人民日报政文” 微信号(rmbzbzhw)

本版责任编辑：刘阳