

自媒体成“双创”新选择

本报记者 张一琪

如今，从事自媒体工作的青年不在少数。据《中国青年报》调查，72%的受访青年称身边有做自媒体的人；45.6%的受访青年做过或正在做自媒体；52.8%的受访青年对利用自媒体平台发展职业有具体的目标或规划。自媒体正成为就业的一个新方向。

媒介技术助推发展

追根溯源，博客是自媒体较早的表现形式，但是却并没有发展到人人熟知的程度。这与当时互联网普及程度有关。

微博，成为了早期自媒体增长的平台，因为其随意性和即时性，受到了普通大众的追捧。微信诞生和普及，尤其是微信公众号的上线，进一步拓展了自媒体产业，自媒体进入了一个大发展的阶段。到现在，短视频和直播的兴起，又将自媒体发展推向一个新的高潮。

从博客到微博，从微信公众号到短视频vlog（video blog，视频博客），媒介技术迭代为自媒体发展起到了基础作用。从互联网到移动互联网，如今又迈入5G时代，每一次媒介技术的发展，都为自媒体发展拓展了新的空间。

根据最新数据显示，截至2019年6月，中国网民规模为8.54亿人，互联网普及率达61.2%。庞大的网民群体成为自媒体发展的助力，这也成为自媒体赖以生存的重要基础。

随着电子支付等基础技术的完善，自媒体变现也更加直接和方便。许多自媒体通过接广告、组织线下活动、收取订阅费等方式，实现盈利，这成为了吸引众多年轻人的重要因素。试想，既可以做自己喜欢的内容，同时又能够挣到钱，把自媒体作为职业也就逐渐成为许多年轻人的选择。

“国家鼓励大众创业万众创新，自媒体对于年轻人来说是比较容易的创业项目，而且因为带有鲜明的个人特色，很容易做出区分度。如今互联网越来越强，客观上也推动了自媒体这种分散化的内容生产方式。”北京大学研究员靳戈在接受采访时表示。



自媒体团队成员正在工位上讨论即将要推出的新一期自媒体视频。
新华社记者 刘 潇 摄

盈利模式是关键

不少年轻人将自媒体作为职业，固然有理想等因素，但更为关键的是，能够挣钱养活自己。

正如大众媒体依靠广告来挣钱一样，自媒体也有着盈利的模式，并且多种多样。

马欢曾在一家行业报社工作，后来跳槽去了一家新媒体，而现在主要是经营自媒体。“我现在依靠广告、付费社群和朋友圈以及其他媒体写稿子等，都可以挣到钱。”马欢列举了他的公众号变现的方式。

谈到朋友圈挣钱，马欢进一步解

释，就是通过微信公众号和微博，让用户加运营者的个人微信，然后通过朋友圈向用户投放广告。

马欢所讲的是依靠公众号以及运营者个人名气来实现盈利，而现在把微信本身当做自媒体来进行盈利的也比较常见。例如，运营微信群，在微信群中投放广告、推广产品活动等；通过个人的微信好友推广活动来赚取提成等。

虽然有多种盈利模式，但是自媒体至今没有找到一种固定的盈利模式。“自媒体的分散化形态，使广告这种根植于中心化时代的盈利模式，越来越难以支撑自媒体的生存。”靳戈说。

所以现在越来越多的自媒体开始“带货”，做电商引流，收取佣金。然而，这种模式受电商影响大，自媒体的话语权变小。

“未来还有巨大机会”

近年来，自媒体创业如火如荼，每天都有新的自媒体上线，但同时很多自媒体销声匿迹。大浪淘沙，真正能“活”下来的，并不是很多。其核心问题就是盈利模式难以确定。

靳戈表示，“虽然一直在讲网络内容生产的盈利模式，但是这几年来探索下来，作为产业上游的内容生产，在盈利模式上却一直处在下游，这是很令人担忧的。”靳戈表示，自媒体需要获得产业链上的话语权，以内容优势形成盈利闭环。至于盈利，靳戈希望自媒体能够实现独立盈利，而不是靠“带货”这种寄生式盈利。“我比较看好订阅费这种模式，这从世界范围来看是最直接也最可靠的盈利模式。”靳戈说。

除此之外，流量见顶、内容枯竭、表现能力下降……以微信公众号为代表的自媒体面临着巨大的挑战，“很多公众号上升乏力，特别是大号，一直在掉粉。”马欢说。

虽然微信、微博等自媒体面临转型，但抖音、快手、小红书等新的表现形式却在飞速发展，马欢对此较有信心，“未来内容一定还有巨大的机会，但是形式会变。”

马欢认为，有内涵的长文，轻量级的图文，短视频等都是将来自媒体发展的趋势。同时他也相信，随着5G技术的普及，媒介形式将会发生新的变化，从而影响自媒体的表现形式和盈利模式。

现在，越来越多的自媒体不再是单打独斗，而是由多人组成团队进行机构化运作。众人拾柴火焰高，内容的竞争将会更加激烈，越来越多精致的内容会呈现给用户。

二手交易平台应加强监管

吴正丹

如今，在网上买卖闲置物品已成为深受大众欢迎的“双赢”交易模式。据悉，用户常在线交易的二手闲置物品有数码产品、手机、家居日用品、影音家电等。但二手交易平台在快速发展的同时，也常暴露出以次充好、发货延迟、退换困难、售后得不到保障等问题。如何在二手交易网络平台上真正安心交易，成为亟待解决的问题。

据电子商务研究中心发布的《2018年度中国二手电商发展报告》显示，中国闲置物品交易规模达5000亿元，中国在线二手交易用户规模已达7600万人。随着人均消费能力的提升以及物品更新换代的频率的加快，新一代消费人群，对二手闲置物品的交易接受度逐步提高。当更多的二手商品被人们拿到现如今已相当便利的网络交易平台上进行二次流通，更多消费者会享受到二手商品价廉物美的好处。

与网络购物平台一样，二手交易网络平台也潜藏着信息不对称、平台监管不到位等通病。因很多二手交易平台未设质量

评估标准，形成了商品好坏、真假只有卖家知道，买家需自行判断的情况。据调查，在二手平台交易买卖东西时，38.22%的受访者表示曾遇到过二手商品质量存疑等问题，且事后维权举步维艰。比如有些买家发现卖家承诺保真的化妆品是假货时，却往往因证据不足陷入维权的“死胡同”。

再比如未成年人通过二手交易平台购买游戏账号，致使通过实名认证限制未成年人在线时间和消费行为的安全屏障形同虚设。这一现象暴露出虚拟财产二手交易出现了灰色地带。此外，二手交易网络平台还曾被曝出存在违禁品被公然售卖等问题。

除了需要卖家自律，买家提升风险防范意识外，加强平台交易者的资质审核、提升二手交易双方失信的成本、对违约者加大惩戒的力度等都是平台监管必须要做的事情。如果忽视监督管理，忽略平台二手交易规则的建立与维护，长远来看势必影响二手交易网络平台自身的发展前途。伴随着《电商法》相关细则等二手平台监管体系的逐步完善，让二手商品的买卖双方安心交易，平台才能拥有更有前景的未来。

数字营销助力品牌“出海”

曲 佳 周晓琴

11月20日，由人民日报海外网与十堰市商务局联合举办的“十堰企业海外营销研讨会”在湖北省十堰市圆满结束。

湖北省政协副主席、十堰市委书记张维国，十堰市委常委、常务副市长刘荣山，十堰市委常委、宣传部长张慧莉等人会见主办方相关人员，并对本次研讨会给予大力支持。

湖北十堰拥有“武当山、丹江水、汽车城”三张靓丽的名片，是东风汽车的故乡，有“国际商用车之都”之称，多年来高度重视拓展海外市场。十堰市政协副主席、商务局局长朱云慧在致辞中表示，时至今日，十堰的开放开发正迎来前所未有的战略机遇，十堰拥有开放包容的城市基因，“一带一路”提供了广阔市场，十堰企业开拓创新、奋发有为，“十堰制造”质量精良、享誉海外，正全方位融入全球经济的一体化，大踏步走进全球市场。掌握海外数字营销的本领，既是十堰企业发展的必须，又是全球竞争的必然。

数字营销是中国出海企业开展全球营销必不可少的手段。人民日报海外网今年新拓展的海外数字营销业务，就是与海外搜索引擎、主流流量平台、海外社交媒体、海外网络传播渠道等进行深度合作，运用互联网大数据，帮助中国企业制定个性化的海外营销整体解决方案，帮助企业精准发现海外用户，助力中国品牌成为世界品牌。

十堰近百家外贸出口企业和各县区商务局参加研讨会。用全球数据说话，多方分析成功案例样本，研讨会探讨了中国企业出海面临的外部市场形势与具体技术方法，分析了近年来全球汽车配件市场的发展规律和海外潜在商机，从建立网站和关键词库等多方面对企业进行数字营销的方法培训。许多出海企业会后认为这样的研讨会对企业帮助很大，表示要拿出具体行动来落实企业的海外数字营销。

朱云慧表示，这次研讨会的成功举办，坚定了十堰大力开拓国际市场的信心和决心。十堰商务局将加强与人民日报海外网合作，通过数字营销等多种手段，帮助十堰外贸企业开拓国际市场，推动十堰开放型经济的高质量、全球化发展。

人工智能+机器人流程自动化

智能办公的“聪明助手”

海外网 朱惠悦

近年来，中国在人工智能（AI）领域异军突起，走在了世界的前列，以人工智能为核心的“中国制造”正与各行业加速融合。近日，以“构建智能互联的数字化转型体系”为主题的专家研讨会在北京召开，与会嘉宾共同探讨机器人流程自动化（Robotic Process Automation，以下简称RPA）的应用场景和未来发展。

智能操作省时省力

行业领军人物和学界知名专家分别就互联网发展空间、企业数字化转型实践和人工智能时代人才培养等议题发表观点并展开热烈讨论。据介绍，中国第一本机器人流程自动化应用指南《新智能·新效率，智慧中国机器人流程自动化（RPA）应用指南》将在12月初正式发布。

“RPA是指用自动化技术模拟人在电脑上的操作，比如鼠标的点击、键盘的控制，实现重复性工作的自动化。”国内RPA+AI领头企业——来也科技CEO汪冠春谈到：“AI就是机器人的大脑，RPA像机器人的双手，如果把AI和RPA结合在一起，机器人会做的事情越来越多，将变成智能办公时代聪明的助手。”

延伸到具体操作层面，例如将RPA+AI技术应用到财务领域，可实现会计科目维护、银企对账、营收稽核、纳税申报等流程的自动化。原本需要财务人员在不同网银和内、外部系统之间频繁切换、搬运数据的重复性工作，交由RPA机器人在办公电脑运行完成，大大提升了财务人员的工作效率、准确度，可以将精力专注于专业性更强的事务。“把原来人工操作需要花30分钟的事情，改由RPA机器人操作，只需要3分钟完成。”汪冠春介绍。

企业自动化广泛应用

RPA技术自2013年左右在海外开始商业落地，成为人工智能产业发展的新风口。2017年，美国国家航

局的共享服务中心开始研发自己的RPA系统，尝试用于财务管理、采购和人力资源。2019年，美国白宫发布“向美国工人承诺（Pledge to America's Workers）”计划，旨在为美国工人提供更多教育与培训，其中就包括5年对75万名工人进行RPA培训，推动RPA全民化，迎接劳动力转型升级。

据美国市场研究咨询机构“透明市场研究”预测，到2024年，全球RPA的市场规模将实现61.3%的复合增长率，亚太地区的市场增速更将在2021年达到181%。另一份全球RPA行业报告由IT研究与顾问咨询公司高德纳发布。报告显示，2018年全球RPA市场中，行业排名前三的公司收入同比增长分别达到629.5%、46.5%、105%，预示着RPA行业已经进入高速增长期。

与此同时，中国企业在数字化转型历程中，信息数据处理繁琐，“数字孤岛”问题突显，人力成本不断攀升，急需引入数字劳动力。

近年来，RPA技术凭借其非侵入性、实施快、见效快等特性在国内快速获得企业认可，适用于通信、地产、银行、保险等多行业，财会、人力、采购等多场景。可以说，RPA不仅是一种软件平台，更是一种自动化思维，是实现工作方式升级和劳动力升级的有力工具。

智慧产业潜力巨大

日前，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，提出“到2030年，中国将实现人工智能核心产业规模超过1万亿元，带动相关产业规模超过10万亿元”。行

业专家预测，以数据为生产要素的新一轮产业变革正在袭来，人工智能将成为带动我国产业升级和经济转型的主要动力。

借此契机，汪冠春带领他的团队——来也科技与国内RPA领航者奥森科技合并，进军RPA+AI市场，投身智能办公领域。与此同时，来也科技积极推进由企业客户需求出发，继而面向全社会的RPA工程师、AI训练师等新岗位的培训合作，推动职业技术教育的发展。

“人类本身并不喜欢做重复枯燥的事情，每个人都希望做更有创造性、富有更高价值的工作。”汪冠春说，“让机器人服务到每一个人，希望机器人能够像40年前的个人电脑一样，走进每一家企业，走进每一个人的生活。”



来也科技机器人流程自动化软件平台3大模块示意图。

图片由来也科技提供