

上篇

《普通人，如何低门槛、零成本靠自媒体赚钱？》，讲的是自媒体创业搞钱的事。

考虑到自媒体是个很大的筐，多数有意愿入这行的人，并不会走财经条线，所以写得比较宽泛。

转而一想，我的读者多数关注理财，至少是财经领域，这是自媒体行业中，我最熟悉的一个细分市场，可以和大家展开聊聊，帮大家避避坑。

都说粉丝经济，流量为王，只要有粉丝有关注就能变现，但不同领域的号，粉丝价值天壤之别。

所有自媒体中，财经自媒体粉丝，价值最高。

如果卖号，同样粉丝数的财经号，一般收购价是时事、军事、社会、娱乐、体育、科技、影视、动漫游戏、美食、情感等细分领域的4-6倍。

是母婴、教育、健康、创业职场、汽车号的2-3倍。

下面这些号垂直度高，用户更精准，且付费意愿强（白嫖党占比更低），比较容易直接靠向用户收费变现，比如卖个婴儿车或在线课程啥的。

其他号，受众面更广，精准度较差，IP做得再大，最多卖点IP周边，比如定制T恤、手办、手机壳啥的，赚不了大钱。

比如你一个娱乐搞笑博主，怎么开知识星球搞内部付费内容？粉丝关注你，本就图个乐呵哇~

这些号的主要收入，还是靠广告。

但广告范围又很宽泛，不太精准，一是效果相对较差，二是议价能力不够强，三是容易透支信任（伤粉）。

所以别看有些号粉丝众多，知名度很高，变现能力不一定有你想象的那么强。

除非做到细分领域头部，否则赚钱也不容易。

汽车号比较特别，大件消费+用户高度精准，变现能力类似房产号。

但这些，都比不过财经号。

.....

财经议题关注门槛最高，动不动M2、失业率、市盈率、PMI、波罗的海指数...

...

对绝大多数普通人来说，阅读这些专业内容，很枯燥无聊。

能关注这类号的读者，一般受教育水平不会太低，否则看不懂，收入和资产状况也不会太差，至少中位数以上，否则也没闲工夫关注。

你可能觉得自己屌丝一枚，挣扎在温饱线上，也长期关注力哥，学习理财，别介，那是你谦虚啦~

去年，全国人均月可支配收入中位数才**2614元**

，去掉老人孩子，实际工资中位数也就3000多，只要你月入超过这数，就能俯视全国一半同胞！

一方面，财经号增粉难，另一方面，财经号粉丝的投资和消费力又比较强，所以做好财经号不易，可一旦做起来，变现能力就特别强。

财经号又分为宏观财经号、中观行业/企业号和微观个人理财号三个细分领域，个人理财号粉丝价值又相对最高。

你想，普通国人，最愿意为了买什么花钱？

这题得反过来想：普通国人，最缺什么？

钱！

所以答案不是具体某个商品，而是一个机会/信息，一个能让自己赚更多钱，赚大钱，短时间内赚大钱的机会/信息。

很多人觉得打工赚钱太难，就把目光投向理财，以为钱生钱会更容易，一旦掌握诀窍，就能一夜逆袭。

9年前我开始做理财自媒体那会儿，就不厌其烦给荔枝灌输正确的理财理念：

理财不是赌博，光靠理财发不了财，得同时发动职场劳动和投资理财双核复利引擎，而且越是贫穷青年，越是要把更多时间精力用在不断学习，投资自我，努力搬砖上，理财收益只是辅助，不是主力，没有足够的原始积累，理财收益事倍功半，还浪费时间。

5万本金天天折腾，至死是穷人。

500万本金安稳理财，很可能这辈子吃喝不愁。

但从5万到500万的质变，在人短暂的一生中，靠科学理财不可能，除非各种赌……

除了理财号，很多创业号也一个逻辑——打工是不可能打工的，这辈子不可能打工的，要翻身，得创业！

你想赚大钱，别人就靠你想赚大钱的欲望赚你钱。

说白了，就是在金矿边上卖水。

你能不能挖到金子不知道（无数人和你卷），但卖水铁赚。

我不说自

媒体是很适合没背

景的普通人的低门槛、零成本创业机

会嘛

，很多号就专门教别人怎么自媒体写作，怎么营销推广自己，把自己包装成Bling Bling看上去特唬人的IP。

不能说这些课程和套路一点没用，对于有天赋和积累的人，能起到指点迷津、事半功倍的加速效果，但大部分不具备这些条件的学员，学了半天，还是做不起来自己的IP。

这年头，满大街个人品牌（IP）训练营，连卖水的，也卷死了……

……

一般自媒体各种挖空心思追热点博眼球，但对于自己怎么赚钱的，从来三缄其口。

我现在退休了，就是一40岁中年大叔闲不住，和大家唠唠嗑，所以最后说说咱理财号都是咋赚钱的，同行别打我哈~

理财号再细分，又能分成泛理财号、股票号、基金号、保险号、房产号、私募信托号、羊毛号。

像力哥就是泛理财号，啥理财话题都写，还会写宏观议题，而且政经不分家，有时还会写时事议题（以后不写了）。

因为话题范围相对大，这类号只要IP做起来，在理财号中相对最容易吸粉。

除了常规接广告，泛理财号变现手段包括后面这些号的全部。

股票基金号是理财号中数量最多的，因为炒股买基门槛最低，且波动大，够刺激，也相对容易吸粉。

其中，股票号也会写基金，但基金号不一定写股票。

纯股票号，相对路子比较野，因为热衷炒股的大多激进又急躁，你要吸粉，就必须整天对大盘甚至个股进行分析预测，涨啊跌啊多啊空啊，车轱辘话来回来去天天说，混久了，不打脸是不可能的，而且随着监管趋严，没有资质不能分析个股，这类号风险较大。

讲真，很多纯股票号博主，自己就是很激进的赌徒，还自命不凡，总觉得自己是天选之人，写作能力却很差，我们这些受过专业理财训练，考过相关证书的理财博主，不是很看得起。

股票号最主要的变现方法，就是证券开户引流。

当然，这块从2021年四季度起，也被严格监管了。

名气响粉丝多的，还能自己发私募，直接赚管理费和业绩提成，那收入就不是一个数量级了，更不屑于接广告等其他变现手段。

当然，不管炒股还是发私募，收益如何，运气成分非常大，里面鱼龙混杂，我就不展开说了，都是一个圈子的朋友，说多了得罪人哈~

纯基金号博主一般相对更稳健，也更受我们这种泛理财号博主的认可。

建议普通人通过买基金投资资本市场，而非自己下场追涨杀跌炒个股，是全世界理财师的普遍主张。

因为场内也可以买基金，且费率更低，基金号也可以赚证券开户引流的钱，只不过引导粉丝买场内基金。

但场内基金只有万分之1点几的手续费，证券公司都赚不到多少钱，更别说引流的基金号了。

相比而言，引导用户买场外基金更赚钱。

渠道不仅能赚到申购费分佣，有时还能赚到后端管理费分成。

同样从2021年四季度起，监管叫停了各种基金组合，必须转型为有牌照的投顾组合。

但投顾组合要收取额外的投顾费，这钱基金公司、渠道平台（支付宝等三方或券商）和引流的大中小V一起分。

过去客户不管在哪里买基金，申购费管理费总免不了，无非是以前这钱都给基金券商赚走，现在分我一口饭吃，我的利益和粉丝利益依然保持一致，不影响我的中立性。

现在要向客户额外收费，我多赚一分钱，粉丝就少赚一分钱，这事不管别人怎么看，我个人价值观不太能接受。

再说牛市里，大家伙赚大钱，你分点小钱也就算了，这几年宏观啥样你懂的，再说我们股市从上到下（上市公司高管、机构投资者、散户），本身又都很急功近利。

持续存量博弈的市场，不管各种宽基指数、增强指数、行业指数、主题指数，不管张坤、葛兰、刘格崧、朱少醒、刘彦春这些最优秀的基金经理，不管哪个大中小V的投顾组合，有几个真帮投资者赚到钱了？

大家比的，都是谁亏得更少。

你亏15%，我才亏8%，哈，看我多牛！

去年我自己股市投资也亏钱，中概股来回来去坐过山车，我做了N次网格摊薄

成本，过完年后又跌回去，我依然没出坑，大家跟着我一起在坑里埋着，心里都不好受，不时有人想起，后台埋怨我几句，我照单全收，因为我一直感到很愧疚。

没啥好解释的，就是我水平太臭，没本事带领大家赚钱~

但这两年，坤坤给大家伙赚到钱了吗？

一样亏得很惨.....

你说，别高位一次性买入，用神奇定投大法，不断摊薄成本，坚持3年以上，总能赚钱的吧？

我以前也这么摆事实（数据），讲道理，苦口婆心教（hu）育（you）大家，但你看三年前开始坚持定投到今天的人，又有几个真赚到比固收更高的收益了？

道理是没错，但A股比较坑，大部分时候都是很坑爹的熊市，没有大牛市，怎么折腾都很难赚钱。

反倒有些很小众的羊毛号，帮大家赚到钱了。

比如有的号，专门研究各种中小银行的高息存款或各种活动福利，如果你资金量不是特别大，整天捣鼓这些存款，也能稳稳赚到5%-6%的年化。

有的号，专门研究LOF折溢价套利（多数是溢价），教大家一拖六拖拉机大法，虽然单账户套利金额严格受限，但只要不怕麻烦，乡里乡亲弄个几十张身份证一起套，一年下来收益也很可观。

还有的号，教大家搞可转债套利，也是整天折腾来折腾去。

比较厉害的专业投资者，则喜欢搞量化赚钱，但也越来越卷。

还有教大家怎么薅返利的，薅信用卡，薅币圈空投的。

前些年教大家多账户港股打新、可转债打新空手套白狼的，后来都因为监管上来，现在凉凉了.....

说白了，这都不能叫投资，更不能叫价值投资，和上班一样，属于劳动创富，

赚的都是辛苦钱.....

而且这些赚钱方法，赚的都是信息差，都只能在小圈子里搞，知道的人太多，也就凉了。

.....

理财号中，房产号相对独立，自成一圈。

我们这种泛理财博主，一般多少懂点房产投资，只是受限于粉丝分布范围广，没法长期细说某个城市。

但垂直房产号，只写房产，甚至只写一城房产，除了讲宏观楼市走向，更多是该城市不同板块的微观分析。

其他理财话题，都在金融领域，一般不碰。

偶尔蜻蜓点水，也是说，你看，现在理财真难，不如跟我买房吧~

这么高的垂直度，决定了变现手段就是向开发商收引流渠道费。

做得好的，还可以直接向客户收取服务费，帮客户一对一定制置业计划。

这年头，老龄化板上钉钉，楼市大趋势已是明牌，一线核心区的新房，即使现在也还很热，根本不需要做广告。

但更多房子，已经卖不动了，需要他们帮忙推。

比较有节操的房产号，会把自己的干货分析贴和广告恰饭文明确区分开。

比如头条原创干货，二条开发商给的宣传文案。

但这样效果可能不是最好。

效果更好的写法，是把干货和广告炒在一盆菜里，端上来给你吃。

我一眼就能看出，但很多普通读者没这鉴别力，很容易被忽悠到。

买房本就是一个专业话题，怎么区分自媒体上的干货和广告信息，几句话说不

清楚。

我以前写过一篇深度长文：

《一个简单法子，帮你找出

最值得投资的房子！》，做了一套积分系统，帮大家排雷。

但我自己也多次买卖过房产，我深切知道，实操中，情况要比我文章里写的更复杂，你需要考虑很多因素。

既有宏观上的城市选择，中观上的板块和小区选择，微观上的房型朝向楼层选择，还有城市规划、小区物业、邻里关系和未来可能的各种负面因素（排气管、变电站、学校、医院、菜场、河流、桥梁、高架、地铁、垃圾焚烧厂、火葬场……），比如临近地铁不一定是加分项，如果地铁管道正好从你家楼下穿过，可能会有震动干扰。

另外还要考虑你自己的实际需求，必须因人而异，度身定做。

如果你能找到靠谱的三方付费咨询服务，屁股决定脑袋，收谁钱替谁办事，相对不容易被坑。

.....

理财号中，吸粉最困难，但粉丝价值也最高的，是保险号。

保险是当你人生遭遇困境和悲剧时，才会雪中送炭。

如果人生一帆风顺，这钱可能就打水漂了.....

人的大脑有自我保护机制，天然不愿直面负面信息，无论是回忆过去的痛苦，还是想象未来可能遭遇的灾难，更倾向于往好的方向想，这样人生才有盼头，生活才有希望，才不会抑郁。

所以保险理念和保险产品，天然需要主动推销。

没被推销，自己主动想到要买保险，一般只有两种情况。

一是已遭变故，幡然醒悟（比如自己或家人得重病，发生意外或不幸离世，才发现保险可以提前转移风险）。

我第一次想到买保险，就是我爸刚去世时。

二是孩子刚出生时，各种担心忧虑，想给孩子未来多点保障。

所以这种推销，天然反人性，会被多数人反感排斥。

加上中国保险业过去20多年野蛮生长过程中，整个行业口碑被海量的无良代理人搞烂了（加上主推产品也雀氏坑），很多上了年纪的人，一听卖保险就和“骗子”打上等号。

但相比其他理财号，保险有两个天然优势，一是监管风险小，二是亏损风险小（或几乎没有）。

不怕监管查，不怕粉丝骂，变现手段也单一，就是赚保险佣金，不怕乱接广告砸招牌，我才敢安心退休，所以才保留了小宝团队，继续做保险服务。

但我对小宝团队的要求从没变过，必须有底线思维，永远口碑第一，客户利益第一，一定要把风险一五一十说清楚，绝不忽悠下单，这是做人做事的底线。

比如前几天有人问先买增额终身寿还是先还贷款，我说增额长期年化才3.5%左右，房贷利率超过4%的话，当然有钱先还贷——

财联社电报

财经通讯社

2023-03-25 16:19 星期六

【保险业摸底调研行业负债成本及资产负债匹配状况 下调责任准备金评估利率达成共识】

财联社3月25日电，银保监会人身险部近日已组织行业协会及多家保险公司召开座谈会，摸底调研行业负债成本及资产负债匹配状况，拟根据经济周期变化进行前瞻性调整，一位与会总精算师表示，各险企基本就降低责任准备金评估利率达成共识，有公司建议分阶段调整，比如普通型长期年金的准备金评估利率目前为年复利3.5%，可以先降到3%，以后再动态调整。具体的调整方案还有待监管研究后出台。责任准备金可以理解为，保险公司为了应对将来的赔付而提取的资金储备。责任准备金评估利率和产品预定利率挂钩，降低评估利率也意味着降低产品预定利率，将直接推动险企负债端成本降低。（上证报）

未来老龄化加剧，GDP增速和理财收益一定会“比翼齐降”，如果手里还有闲钱，不敢（想）再买房，不敢（想）all in股市，也不能（想）润，就想求个安稳，锁定未来30-50年的长期收益，现在真可以考虑下。