



■ 一排排白領工作人員坐在電腦屏幕前，正與不同需求客戶聯繫對接。

流量大時代

四之三

每個變革的時代都會有爭議，流量時代也不例外。有人認為隨着大量網紅、KOL 爭相帶貨，紅利已經見頂回落，對經營了數年的賬號意興闌珊。也有不少新人認為流量之中仍有一大片藍海，雄心勃勃想要分一杯羹，希望購買他人已有一定粉絲數量的賬號立刻開始運作，情況就如實體經濟中的店舖頂讓，有熟客又有生財工具，還節省裝修費。流量時代由此催生了賬號第三方交易轉讓平台，每個賬號轉讓費由數千元至過百萬元人民幣。

■ 香港文匯報記者 張帥 北京報道

粉絲數量可變現 轉讓平台崛起

全因

賬號有價

■ 魚爪網在成都、杭州、北京、廣州、武漢、深圳、上海等10個地方開設了站點，圖為北京分公司。記者張帥 攝



一個微信公眾號可賣數十萬元（人民幣，下同），一個高流量網店價值千萬元，近兩年網絡虛擬資產交易良好的迅猛勢頭，令眼獨到者看到了其中的商機。一家成立三年的公司目前僅短視頻賬號和公眾號交易，累計金額就超過24億元，每單交易的服務費通常為交易額的10%至20%，為平台日進斗金，即使在新冠肺炎疫情期間生意都未受影響，員工數量由年初的2,800人增至近期的3,500人。

賬號交易公司規模龐大

走進北京大興區金星西路綠地中央廣場B座1608室，一排排白領工作人員坐在電腦屏幕前，正與不同需求客戶聯繫對接，這裏是成立於2017年的魚爪網絡科技有限公司北京分公司，在內地是無形資產交易量排名首位的第三方平台，總公司對外稱目前已有「超過2,000人的專業顧問團隊，擁有超過兩萬平的甲級寫字樓辦公場地」，「官網活躍用戶已經超過百萬，為超過80萬企業與個人提供服務」。

售價由幾千元到幾十萬元

在網絡虛擬資產交易中，有哪些人在購買，

又有哪些人在賣出賬號？魚爪網新媒體系統經理羅林向香港文匯報透露，買家方面主要是欲通過內容吸引流量的客戶，如微博、微信賬號能夠通過軟文發布產品信息，抖音、快手、小紅書賬號可以直播帶貨，購買賬號省去長期的粉絲培育過程。賣家方面則較為複雜，其中既有精力不濟的管理者，也有專門倒賣賬號的「黃牛」等，上述群體手裏掌握一些粉絲量上萬甚至上十萬的「大號」，通過交易可得到變現或賺取差價。查閱已掛牌信息可以看到，賬號價格從幾千元到幾十萬元不等，同時不乏售價百萬的「頂級號」。

「客戶王先生想要做一個直播的平台去推薦銷售自己的一個產品，他找到魚爪網提出明確需求。經過篩選，魚爪推薦了三個合適的賬號，其中一個不管是從粉絲分布、活躍度還是播放量都特別合適，經過魚爪以及王先生團隊的幾番對比，最後確定賬號。」羅林介紹，上述交易確定賬號後，20分鐘即完成了簽約。

香港文匯報從多家交易轉讓平台了解賬號具體出售流程，大致是賣方將賬號登記掛牌在平台，經過平台審核部門嚴格審核後賬號給予在售。買方有看中的賬號可以諮詢在線客服，在

線客服對該賬號具體相關信息再次進行核實，買方經過進一步了解，確定該賬號符合自己要求前提下，支付賬號出售價格20%定金，並提供相關證件照片給客服。

佣金收費視乎交易額

一位工作人員透露，賬號會為客戶保留3天。買方要在3天內支付全款，客服及時聯繫賣家做交接準備。交易完成後，賣方登錄魚爪自媒體平台會員賬號申請提現。

記者又以顧客身份從魚爪客服方面了解，平台收費實行的則是「先付錢後吃飯」，抖音、快手、小紅書賬號交易金額5,000元以下收費500元，5,000元以上買賣雙方各自付交易額10%的服務費；WeChat公眾號服務費6,000元以下收取300元，6,000元以上須各自付交易額5%的服務費。相關費用在雙方達成交易之前就收取，這樣可防止客戶對接後撇開平台，避免平台「竹籃打水」。



■ 魚爪網客服回覆記者諮詢：公眾號服務費6,000元以下收取300元，6,000元以上須各自付交易額5%的服務費。香港文匯報記者張帥 攝

【生財有術】交易商一條龍服務 代管理兼營銷

目前內地從事網絡虛擬資產交易較為知名的魚爪網、金桔兔等，都已形成完整的虛擬資產交易產業鏈，部分平台在交易上游還開發公眾號增粉、內容代運營業務，在下游繼續開發設計、營銷策劃、信息流廣告以及商標專利服務等「一條龍」服務。

處於行業領先地位的魚爪網官網信息顯示，自2017年成立以來，其WeChat資源營銷已達到12.15億元，短視頻賬號資源營銷達到12.31億元。根據記者近日不完全統計，上述資源每天完成的投放金額都達近百萬元規模，按照交易額20%的服務費收取，其利潤相當可觀。此外淘寶、天貓和京東網店轉讓服務交易量更大。

遊戲賬號並不值錢

「從內容而言，美妝、汽車這些服務類賬號比較賺錢，因為它針對高端需求。出乎大家的意料，遊戲賬號在實際轉讓中並不值錢，一是做這個領域的人多，二是遊戲最多賣一些鼠標和鍵盤，屬低端消費。」魚爪網北京員工金偉對記者分析，不同形式的賬號價值也正出現分化，短視頻近年異軍突起，吸引了更多流量，通過直播帶貨變現的能力也更強，反映在交易上，抖音和快手號開始比WeChat公眾號和微博號更受關注。

【自由買賣】港人買現成賬號 需綁定內地手機號

註冊在廣州的美食微信公眾號能否出售到香港？港人經營的Tik Tok賬號能否賣給內地買家？一位名叫「黎群」的魚爪網在線交易員對香港文匯報表示，如同網絡沒有邊界，公號、網店等網絡虛擬資產轉讓亦無障礙，算是「買全球，賣全球」。

境外第三方平台買賣仍少

上述在線交易員稱，只要交易不觸犯法律規範，網絡虛擬資產轉讓都可以在平台自由進行，不過，目前境外通過第三方平台購買的情況極少。港澳居民目前要買內地網絡虛擬賬號經營的話，只需要一個內地手機號進行綁定，而如果要賣賬號到內

地，則需和內地一樣，提供粉絲數量後台分析和違規記錄等相關信息，平台審核後即可掛售。

「親，您在我們網站購買產品並付款後，如果是賣家的原因導致交易失敗，您可以向客服申請退款，平台將全額退款給您，申請提現後，2-72小時內資金將會由財務處理到賬。」記者在諮詢中獲悉，買賣資金會由第三方平台代為收取保管，待確認無誤賬號交接後，最後賣方申請提現完成交易。

魚爪網北京員工金偉對香港文匯報介紹，因為是生意，肯定會有一些摩擦，在此前大量的網絡虛擬資產交易中，糾紛主要集中在

兩類：其一是買家在購買前期還覺得符合心意，過了半年後，因為運營不善導致粉絲數量減少；其二是完成交接後客戶發現一些具體項目不滿意，如購買前跟帖預估量在200-300條區間，到手後跟帖量只有180條，略低於預估底線，於是就責怪平台。

專業團隊負責售後服務

出現上述情況的時候，平台會先跟客戶溝通，不可能每單每個具體指標都會超值，其次會出示合同相關條款進行解釋，對於不講理的要賴，則由平台法務人員對接，目前每家平台都設立有一支專業懂法律、懂電商的顧問團隊。

【貨不對辦】攬粉刷單刷信譽 提防粉絲數「注水」

商業史上流傳這樣一個故事：在販賣牲口前，美國華爾街大亨丹尼爾·德魯魯不斷給牲口吃鹽，第二天再趕着牲口去河邊喝水，牲口體重就隨之飆升。香港文匯報了解到，在網絡虛擬資產交易中，類似「注水」的情況亦屢見不鮮，購買前須仔細分辨。

托詞創業艱辛 遊客加關注

國慶期間，記者乘坐北京地鐵4號線時遇到請求「掃碼加關注」情況，兩個女孩舉着手機裏的二維碼自稱「創業者」挨個請求乘客添加關注，除利用「創業艱辛」博同情，還有人會許以乘客掃碼可換小禮品來引誘。記者詢問周邊朋友，他們也都有類似經歷。

同樣的情況也出現在網店轉讓上。山東大學一位畢業學生告訴記者，她在大學四年的課餘時間一直在經營一個賣襪子的網店，兩雙襪子包郵一般才十塊錢人民幣，基本無利可圖，但是網店流量「看起來很美」，到轉手網店時，自己輕鬆就賺了兩萬。據她所知，有一些網店僱人刷單刷好評，除讓網店位置更為靠前外，很多賬號其實也都在為日後轉讓時能報一個高價「鋪路」。

有網絡虛擬資產交易第三方平台工作人員對記者分析，一個賬號是否值錢，首先受關注的指標就是粉絲量，由此一些賬號在要轉賣前，往往會通過「攬粉」等各種方式來「注水」，粉絲少則增加幾千，多則增加幾十萬，這樣掛在平台後要價普



■ 有人在北京地鐵內「掃碼」，請求乘客「掃碼加關注」。

【記者實測】公號貼文插廣告 每個點擊都是錢

作為一個普通人，是否真的能分享流量紅利的機會？香港文匯報記者今年做了一個測試，用四個月時間親自觀察一個新號的成長。開通流量主功能之後，一篇原創文章確實能帶來收益，即使只有寥寥四五個點擊，甚至只有一個點擊，也有機會分成一分錢（人民幣，下同）到四角錢之多。

記者於今年8月借用內地親戚的身份證，親自註冊了一個微信公眾號，寫了兩篇關於香港美食介紹，配上相片在公眾號上發表。在親戚好友的幫助下，很快積累了500粉絲，達到了開通「流量主」的條件。其間沒有用文匯報的平台幫忙推廣，也沒有告知報社同事和新聞界同行。兩篇文章都只放在「親戚好友群組」和「大學同學群組」內發布，以便測試一個「普通素人」的真實變現能力。9月初，在開通流量主的當日，記者在公眾號發布了第三篇文章，按照平台的提示，在文章中預留了一個廣告位。文章發布後，平台在該位置自動分配了一個廣告，文章底部另行插入一個廣告。翌日上午，記者收到平台發來的流量主數據報告。文中廣告曝光量為169，點擊量為5，分成收入2.23元。「底部廣告」曝光量為72，點擊量為4，分成收

入1.83元。當日合計收入4.06元。此後從9月到11月，每天上午十點多都會準時收到報告。大多數時候，每天的曝光量都只有四五個，而點擊量為零，分成收益很少，只有一分錢兩分錢，甚至沒有分成。其中有一天「文中廣告」的曝光量和點擊量均為1，也就是有一個新讀者不單瀏覽了該篇文章，還點擊了廣告，由此帶來的分成收入一下子變成了0.43元，令記者小有驚喜。

綜合記者的測試和對多個經營者的訪問，曝光量和點擊量越多，分成收益越多是毋庸置疑的，但並非按照某個比例來增長。換言之，一個點擊賺到0.43元，不等於100個點擊就能賺到43元，有可能更多，也有可能更少。按照不少受訪者的經驗，分成的多少還與讀者閱讀該篇文章的時間長短、點擊廣告後有否購買產品等等指標相關。相信公眾號平台是以人工智能的方式，按照某種算法來分成。

騰訊廣告團隊近日接受香港文匯報查詢時回覆：微信公眾號鼓勵原創，原創文章分成比例較之非原創文章更高。2019年6月1日起，公眾號原創文章流量主按照原創文章單日廣告收入流水的70%比例分成，不設上限。如果公眾號原創文章單日廣告收入流水為10萬元，文章創作者可獲得70%，即7萬元（稅前）。截至目前，微信廣告已為近百萬個公眾號提供廣告變現服務。

■ 香港文匯報記者 蔡競文