

“流量”变“留量”：数字普惠金融助力网红经济产业链升级因素探究

张嬿 苏巧兰 陈麟鑫

山东师范大学

DOI: 10.12238/ems.v5i5.6757

[摘要] 针对网红行业底端竞争激烈，小微群体资金力量不足、流量变现困难的现象，本文结合发展现状和理论机制的分析，探究数字普惠金融助力小微网红群体健康融资发展的实现路径。研究表明，数字普惠金融能够破除网红产业信息、技术、数据等要素流通壁垒，提升网红持续性运营和抗风险能力，实现从“流量”到“留量”的转变，推动构建多元化良性网红经济生态。

[关键词] 网红经济；数字普惠金融；产业链升级；实践路径

“Flow” Changes to “Retention”: Exploring the Factors of Digital Inclusive Finance Assisting the Upgrading of the Internet Celebrity Economy Industry Chain

Zhang Xuan, Su Qiaolan, Chen Linxin

Shandong Normal University

[Abstract] In response to the fierce competition at the bottom of the internet celebrity industry, the insufficient financial strength of small and micro groups, and the difficulty in realizing traffic, this article combines the analysis of development status and theoretical mechanisms to explore the implementation path of digital inclusive finance to help the healthy financing development of small and micro internet celebrity groups. Research has shown that digital inclusive finance can break down barriers to the circulation of information, technology, data and other elements in the internet celebrity industry, enhance the sustained operation and risk resistance of internet celebrities, achieve a transformation from “traffic” to “retention”, and promote the construction of a diversified and benign internet celebrity economic ecosystem.

[Keywords] Internet celebrity economy; Digital inclusive finance; Upgrading the industrial chain; Practical path

一、引言

网红经济是后疫情时代最为热门的经济模式之一，如何利用好“网红效应”，升级网红经济产业链，将“流量”变“留量”，使“网红”变“长红”，为地方经济发展注入新动力，是新发展阶段面临的重要现实问题。

2022年《“十四五”国家信息化规划》强调，构建金融有效支持实体经济的体制机制，增强金融普惠性。数字普惠金融作为新型的金融服务模式，在现代金融领域快速发展，逐渐成为促进经济发展的强劲动力，有望通过提供定制化、高效、可操作的金融服务，为网红群体成长带来新的机遇，助力网红经济实现从“流量”到“留量”的转变。

本文聚焦当前网红经济现象，分析数字普惠金融如何提供金融支持、培训服务以及数字化营销手段，促进产业深度融合。在此过程中，规范数字普惠金融融资业务，成果应用由点到面深度推广，帮助网红群体解决资金和运营方面的瓶颈，实现从个体到规模化发展，提升其创业运营能力，助力“网红”变“长红”。

二、文献综述

1、网红经济产业链现状研究

诸多研究表明网红产业链上中下游各主体之间存在较大的要素流通壁垒，网红群体作为内容产出者发展受限，行业生命周期短，更新迭代迅速。一是网红经济的本质是网红价

值观与受众注意力资源的货币化(奚路阳、程明, 2017), 二是网络产业过度资本化导致平台垄断, 三是网红产业过度资本化产生资本压榨(王卫兵, 2022)。行业马太效应明显, 资本掌追逐流量, 握着绝大多数的流量入口、网红群的线上活动空间和商家资源的运营, 持续压缩小微网红群体的生存空间。如何发挥小微网红群体的创新性, 将临时的眼球效应深加工为具有延续性的 IP 成为网红发展面临的主要问题。

2. 数字普惠金融应用与产业化升级

诸多研究表明数字普惠金融能促进产业结构优化升级。一是数字普惠金融能够通过促进产业结构合理化、提升消费水平和优化消费结构来促进共享发展。(周任远等, 2022), 二是数字普惠金融可以通过增加收入、提升企业创新能力以及促进信贷政策的实施等方式来促进产业结构升级。(林炳华等, 2020) 三是互联网通信技术降低了企业信息搜索、时间传递等成本, 提高了企业的生产效率、运行效率。(Cardona; Mouelhi; 黄群慧, 2019), 这些研究为数字普惠金融助力网红经济产业链升级提供了一定借鉴意义。

综上所述, 虽然学者们对数字普惠金融与产业链升级进行了一定研究并为本文提供了相应的借鉴意义, 但更多从数字普惠金融的特性和作用机制出发, 缺少触及行业的现实路径。本文在此基础上研究数字普惠金融对网红经济产业链升级的影响理论机制, 进一步扩大金融服务覆盖面的广度, 延伸了高质量金融服务的深度, 探究数字普惠金融助力小微网红群体健康融资发展的实现路径。

三、数字普惠金融助力网红经济产业链升级的作用机制分析

在现有的网红经济产业链中, 上游是提供广告营销需求的品牌方, 中游是内容创作端的网红机构, 以及内容分发端的各类短视频、电商及社交平台, 下游是通过购物打赏实现最终消费的用户群体, 此外还存在为网红经济各环节提供专业服务支持的相关企业, 上中游环节共同完成了网红经济内容需求从提出到满足的过程。

其中, 网红的成长孵化一般分为三个阶段。第一阶段是从账号 ID 转化为个人 IP, 在该阶段, 创意是完成转化的核心因素, ID 利用创意内容获得早期粉丝、初步建立 IP, 为后期商业化运作奠定基础。第二阶段是 IP 的商业价值转化, 在这一阶段, 网红不仅要有持续性内容输出, 还要涉足品控、团队管理、供应链打造等商业环节, 资本的介入成为必要。第三阶段是成体系的商业化, 即网红创意内容在资本孵化下进一步拓展商业模式和市场空间, 甚至完成融资, 实现跨领域、跨界别的产业化发展。

1. 粉丝吸纳: 数字普惠金融破除信息壁垒, 建立信任经济

网红成长依赖于在社交平台在进行内容分享, 在个人与

粉丝之间建立一种直接、亲密的互动关系, 并在互动过程中生成了身份建构和群体认同, 构造一种新的网络社交模式, 即网络社群化交往。注重与粉丝的互动关系, 建立个性化的网络社群, 成为网络走红的关键。

从粉丝吸纳到流量转化, 本质上是将粉丝的信任转化为购买力。垂直深度的内容有助于在产品 and 核心用户之间建立起良好的信任关系, 同时在信任关系基础上形成群体的归属感, 提高用户黏性。数字普惠金融通过大数据打破资本构建的信息壁垒, 小微网红群体针对客户画像进行内容产出和产品连接, 形成更具独特、个性、互动的新型连接生态。同时, 数字普惠金融对小微网红群体资质的评估和资金动向的追踪, 隐形约束了小微网红群体的行为, 也有利于增强粉丝群体对网红群体“不塌房”的信赖感。

2. 流量转化: 数字普惠金融破除管理壁垒, 建立商业经济

在网红经济产业链中, 内容提供者需要实现商业变现, 广告商需要精准寻找适配的营销载体, 各大互联网平台需要优质内容留住用户。由此, 网红群体在进行一定的粉丝积累后, 需要将个人 IP 进行商业价值的转化, 专业化运营管理成为需要。由此, 网红群体的后端管理团队承担起产业链中介的角色, 一方面面向网红群体提供内容生产管理、平台对接、广告代理、流量引流、粉丝运营、社群维护等服务, 另一方面, 分别为广告商、平台方提供优质的广告代理与稳定的内容输出, 构建了“内容—渠道—运营—受众”有机互动的闭环运作模式。

3. 科技赋能: 数字普惠金融破除数据壁垒, 建立创新经济

一是数字普惠金融提供了一个更加便捷的支付和结算方式, 通过移动支付、电子钱包等技术手段, 网红可以方便快捷地接受粉丝的打赏和消费, 实现实时的资金流转, 为网红经济的发展提供坚实物质基础。二是数字普惠金融提供了多样化的金融工具和服务。网红可以通过数字银行、互联网贷款、股权众筹等金融工具获得资金支持, 用于个人品牌建设、商业推广、产品研发等方面。三是数字普惠金融推动了网红经济的技术创新。普惠金融能够通过不断扩大创新投资规模, 进一步为提高科技创新水平提供支持, 推进技术更新和产业协同发展, 实现产业结构持续优化。数字技术不仅提供网红在创作和营销中所需的工具和平台, 还为网红经济带来新的商业模式和盈利途径, 促进了创新长红经济的实现。

四、数字普惠金融助力网红经济产业链升级的实践路径建议

具体的实现路径机制分析如下:

第一, 建立数字普惠金融与网红经济产业链的合作机制, 搭建高效的合作交流平台, 促进双方良性交往。全力打通网

红企业之间的“信息孤岛”，破除网红企业与数字普惠金融之间的“数据壁垒”，建立融合共享的数据应用平台，通过交流对不同网红企业的发展情况进行全方位的评估，综合考虑网红企业的发展基础和比较优势。数字普惠金融对不同规模、不同性质的网红企业的发展影响具有差异性，且对于小微网红企业的促进作用更加明显。因此，在加大普惠范围的同时实行差异化的发展策略和融资方案，对发展较为滞后的小微网红企业加大扶持力度，最大限度地发挥数字普惠金融的溢出效应，推动产业升级，实现网红经济整体协调发展。

第二，探索数字普惠金融技术与网红经济营销策略、品牌塑造等方面的融合模式，提供更加智能化和个性化的服务，实现数字普惠金融对网红经济的全方位赋能和协同推进。数字普惠金融通过建立完善的客户服务体系，提高服务响应速度和质量，利用大数据刻画客户画像，把控中小微网红企业的融资需求，助力网红元素与地域文化相结合，明确网红企业的品牌定位、价值观、文化等内容，有针对性地进行品牌IP的打造。在此基础上，数字普惠金融机构进一步提供定制化的金融服务，通过多样化的互动方式，如创建社交账号、微信公众号、开发专属服务软件等，助力网红企业开展多元化的增值服务，通过服务升级形成差异化竞争优势，提高客户留存率，使得网红元素的打造和网红经济的发展与当下消费趋势相适配。

第三，加强风险监管，优化现有数字普惠金融结构体系，规范数字普惠金融机构的融资业务，提升客户信赖感和行业稳健性。数字普惠金融机构建立稳健的风险管理系统，不断完善监管机制，对可能出现的各种风险进行监测和损失评估，精准追踪资金流向，预警和应对各种经济犯罪行为，确保数字普惠金融稳健、安全发展，以服务于网红经济的高质量发展。

④推行“数字普惠金融+网红经济”新模式，推进数字普惠金融与网红经济产业链深度融合，为地区整体经济发展提供新思路。将数字普惠金融与龙头网红企业的合作过程形成可供借鉴的经验总结，在网红行业中起到示范性作用，吸引更多小微网红企业通过数字普惠金融实现自我可持续发展，使其利用网红经济迅速发展的契机，不断提升并强化自身的内在优势，实现产品创新和升级，促进自身整体产业化升级，带动网红经济总体进入良性发展阶段。同时，网红经济的发展在一定程度上会影响当地产业的地域分布，从而带动区域经济整体发展。

五、结语

在网红经济盛行时代，针对网红经济更新换代快、生命周期短的致命弱点，数字普惠金融的助力使得网红经济的流量可以转化为留量，在网红经济产业链的升级中起到了不可忽视的作用。本文通过理论机制分析数字普惠金融如何助力

小微网红企业产业化升级，探索健康的网红经济生态发展模式。数字普惠金融对企业的财务、营销、管理等方面提供全方位的扶持，帮助网红经济在留存用户和吸引新用户方面更有优势。未来，政府、金融机构、中小微网红企业三方通力合作，提高数字化金融服务在地方经济中的价值和推广程度，实现网红经济产业链的持续发展，为区域网红经济发展提供科学的思路和实践策略。

【参考文献】

- [1]王卫兵. “流量至上”宰制下网红经济的伦理反思与引导路径[J]. 理论导刊, 2022 (10): 75-80.
 - [2]朱春阳, 曾培伦. 圈层下的“新网红经济”: 演化路径、价值逻辑与运行风险[J]. 编辑之友, 2019 (12): 5-10.
 - [3]杨江华. 从网络走红到网红经济: 生成逻辑与演变过程[J]. 社会学评论, 2018, 6 (05): 13-27.
 - [4]陈清, 吴联俊. 规制俘虏理论视角中的网红经济发展路径及对策[J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2020, 42 (08): 129-132+148.
 - [5]奚路阳, 程明. 试论网红经济及其发展路径——基于传播逻辑与商业逻辑的双重视角[J]. 企业经济, 2017, 36 (12): 102-108.
 - [6]周任远, 张祥建. 数字普惠金融能促进共享发展吗? ——基于产业和消费双升级视角的考察[J]. 新疆社会科学, 2022 (03): 57-71+178-179.
 - [7]林炳华, 陈景纳. 数字普惠金融的产业结构升级效应及空间差异[J]. 福建论坛 (人文社会科学版), 2022 (05): 76-86.
 - [8]汤继强, 李婷, 张兴焱等. 数字普惠金融、科技创新与产业结构优化[J]. 统计与决策, 2022, 38 (17): 134-139.
 - [9]黄群慧, 余泳泽, 张松林. 互联网发展与制造业生产率提升: 内在机制与中国经验[J]. 中国工业经济, 2019 (08): 5-23.
 - [10]纪园园, 朱平芳. 数字经济赋能产业结构升级: 需求牵引和供给优化[J]. 学术月刊, 2022, 54 (04): 63-77.
 - [11]Cardona M, Kretschmer T, Strobel T., “ICT and productivity: conclusions from the empirical literature,” Information Economics and Policy, 2013, 25 (3), pp. 109-125.
 - [12]Mouelhi R B A. “Impact of the adoption of information and communication technologies on firm efficiency in the Tunisian manufacturing sector,” Economic Modelling, 2009, 26 (5), pp. 961-967.
- 项目信息: 本论文为山东师范大学大学生创新创业训练计划项目《“流量”变“留量”: 数字普惠金融助力齐鲁网红经济产业链升级探究》(项目编号: 202310445022);