

# 开卷当有益 消费需谨慎 “60+”老年流量崛起背后

## 霸总甜宠 网文捕获“60+”芳心

“有钱多金、长相俊美、深情霸道的确是‘霸总’惯用人设。”说起“霸总文”，就职于北京某网文机构的“荔枝”会心一笑。

“荔枝”曾有过多多年网文写作经历，对于“霸总文”的套路谙熟于心。她表示，言情小说的内核在于满足女性丰富的情感需求，对于中老年女性来说需求尤甚。因为这一代中老年女性一直以牺牲、奉献为原则，束缚在婚姻和家庭的琐碎中，在自己退休、子女成长离家后，精神生活往往容易陷入空虚，而“霸总”直接地满足了她们的“粉红幻想”。

在网络小说的浩瀚世界里，各式各样的“霸总”应有尽有，各种剧情任由选择，免费阅读渠道唾手可得，因此很快引起阿姨、妈妈们的注意。

不仅是读者，对于创作者而言，“霸总”人设也似乎更受欢迎。“荔枝”解释，传统的“霸总”小说里，一直流行“霸总”和“灰姑娘”的男女主配置，这非常适合于制造戏剧冲突，从而带出男女主角之间剪不断理还乱的拉扯感，构成引人入胜的情节，让读者情不自禁地“入坑”。

对于“霸总文”的流行，杭州某网文机构的资深编辑雨文也有一个细心的观察。她发现，这几年爆款的几部“霸总”小说，几乎全部是百万字级别的长篇小说。

“相比较于网络平台上碎片化的表达，长篇的网络小说更能为老年人制造稳定的阅读场景，这符合他们长久以来的阅读习惯。”雨文补充，网文为老人营造了一个相对私密的阅读场景，便于他们进行感情投射，短时间内获得精神慰藉。

就这样，在一众网文平台、写手的加持下，阿姨、妈妈们迅速被“霸总”攻陷。



## 年轻受众流量见顶 市场加速“渗透”银发族

是谁把“霸总文”推给了老人？这个问题让俞铭百思不得其解。

今年春节回老家，他发现64岁的母亲竟看起“霸总”小说，不仅睡前捧着手机看，做家务时还要外放喇叭听，其中一些外放大胆的措辞和描述，自己听了都羞红了脸。

俞铭印象里，母亲一直是传统保守的性格，自己学生时代痴迷言情小说时，还遭到过她的强烈反对。怎么一转眼，老人家突然爱上网文一发不可收。

“归根到底，市场是幕后的主力推手。”面对这个疑问，雨文将原因归结为互联网网络文学市场的快速发展和扩张。

雨文表示，从2015年开始，随着微信公众号的火爆，一批新媒体渠道公司进入网文市场，免去用户搜索，通过点对点直接推送，瓜分走网文市场蛋糕，并间接推动各路免费阅读App兴起。

“伴随着网文内容供给侧的迅速扩张，年轻受众流量‘见顶’，亟需开发新打法，吸引下沉市场和尾部中老年用户。”雨文表示。

一位知情人士也向记者透露，为进一步迎合老年用户的审美和趣味，目前在杭州，已经有部分网文机构着手组建“大伯大妈专业评审团”，专注于针对老年受众的“霸总”“赘婿”等题材的网文开发，以期更加精准地击中老年人的“胃口”。

## 高用户时长 推动流量转化变现

“老妈看的‘霸总文’，已经到1800多章了，刚开始是5元起充，现在粗略算了下，差不多充了400元。”在“豆瓣”的小组讨论帖子中，网友“汤锅”晒出老妈追更“霸总文”的付费记录截图，他表示不反对老人读点网文娱乐一下，但十分担心沉迷于此的母亲，会在内容、提示的诱导下无节制消费。

而在跟帖评论中，也不乏感同身受的网友。大家纷纷表示，一部分阅读应用的收费模式正是利用免费章节吸引用户阅读，趁其欲罢不能时半路推出收费，而继续往下阅读的会员费，通常每个月会达到几十元甚至上百元。

“‘60+’的老年流量确实是一门好生意。”一位网文机构的运营人员坦言，网文平台的用户使用时间普遍较长，相比年轻用户，老年用户的业余时间更加充足，且愿意为付费阅读买单。他表示，目前网文行业内，除了付费阅读外，还在不断试水一些新的营收模式，尝试将老年流量变现。比方说，面向中老年用户推广的网文当中，植入保健品、养生品、投资理财产品等与老年人消费需求对路的广告链接。

为此，专家提醒，银发族能够通过网文内容代入其中，将迟来的少女梦、英雄梦体验一番不一定是坏事，但千万要警惕一部分用心不良的商家套路老人钱财，变相乱收费，诱导充值甚至售卖违规理财产品、保健产品。言而总之，开卷当有益，消费需谨慎。

本报记者

陶悦清

“十个总裁九个胃病，八个烟草味，七个不能接受除女主以外的人……”前阵子，在互联网上，一位网友精辟总结“霸总”题材网络小说的男主人物设定，让不少人看了直呼“神总结”。

回顾“霸总”小说的盛行，最初其实是为了给青春懵懂的小女生“造梦”，满足她们对爱情的渴望和追求。

今天，当我们还在谈论“霸总”网文无脑时，各大网文平台早已盯上以中老年女性为代表的银发族，开始做起“60+”流量生意。



应受访者要求，文中署名均为化名