



**黄稚云**  
Huang Zhiyun

- 美国联邦政府甜蜜之家指导员
- MD/VA/DC 持证调解员
- VA 最高法院 共同抚养 教育者
- Gottman 夫妇治疗师 二级
- 中国婚姻家庭咨询师
- 2017 杰出华人优秀教师

**提供中英文服务**  
免费热线：  
**(240)716-1000**

### 家事法调解

6周快速无争议离婚

## 最保密 最省钱 最省时

### 双赢调解事务所 华府唯一

symediation.com      zhiyunmediator@gmail.com

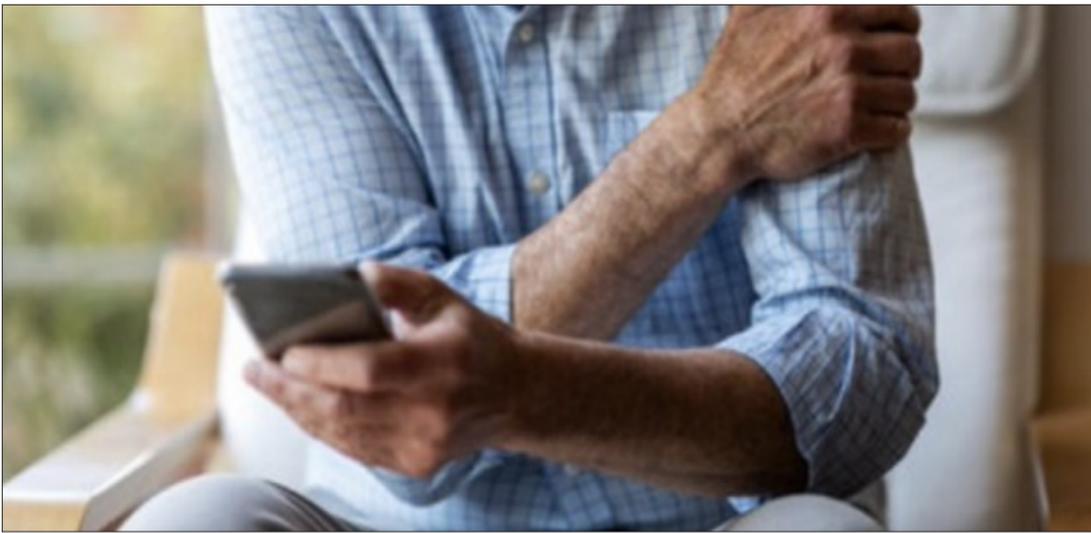
### 最有尊严的争议解决

联合退休法官律师调解员 一站式解决

- ✓ 争议调解, 善办难案
- ✓ 达成分居协议, 离婚协议, 文件准备
- ✓ 孩子抚养权, 抚养费, 探视权
- ✓ 配偶赡养费, 财产分配
- ✓ 亲密关系重建

4-092

# 流量见顶 霸道总裁美女老板登场 网文开始“围猎”银发族



上至80岁老妪，下到青春少女，都视网文中多金腹黑深情霸道的“总裁”欲罢不能？

近日有关机构发布研究报告显示：目前中老年用户逐步成为短视频重度用户。数据显示，2020年3月抖音新安装用户中有14.6%为46岁以上群体；快手用户中超过40岁的中老年占比也达到了10.3%。

短视频的威力确实惊人。但如果有一天，你发现老爸老妈不再捧着智能手机，开着外放、刷着短视频，而是十分安静地紧盯着屏幕，嘴角时不时露出一丝笑容……

很可能，这就是沉迷（网络文学）总裁甜文的典型“症状”了。显然，面对短视频的强大攻势，网络爽文背后的各路平台也在发力银发群体，而且这一次推手们用上了不同的套路。

## 银发族爱在网文中“追梦”？

最近，有网友向懂懂笔记透露，自己50多岁的老爸老妈迷上“霸道总裁爱上我”一类的网文。甚至为了追更，开始忘记做饭，甚至熬起了夜，最终，成为了自己最“讨厌”的样子。

在豆瓣、知乎平台上，也能看到一些年轻用户发帖吐槽，地铁上有老大爷用平板电脑追霸总（外放听书），老妈做饭不忘用广播听甜文，年近古稀的老爸最近爱用手机滚动播放“痞子逆袭”小说，楼下的保安大叔梦想着成为赘婿……

或许，类似的霸总甜文已经渐渐地“攻陷”了银发族。有网友甚至表示，这种追网文的情况还导致了部分家庭出现“情感”危机，这到底是怎么回事呢？

最近，上班族小钟有些心烦。她告诉懂懂笔记，偶然的一天，她帮妈妈设置手机网银时，看到手机里有好几个网文APP。一开始她以为是不小心捆绑安装，但问了妈妈之后才知道，都是自己主动下载的。

一打开APP，扑面而来大量夸张的网文标题差点让她笑喷。《狼性总裁太凶猛》、《猎心霸爱》、《暗夜囚宠》……点击一些网文的简介，描述的内容更是令人脸红心跳，不由自主环顾四周……

“如果只是看看甜文我觉得无所谓，可沉迷甜文之后，妈妈的性格我感觉变化很大。”小钟表示，自从妈妈迷上网络甜文，

着迷落魄出身但通过努力逆袭成为跨国企业总裁的男主角后，便开始觉得与自己同床共枕将近三十年的老公一无是处。

“平时她常常数落老爸，同样都是苦出身、落魄家庭，怎么人家通过拼命、努力就能有上亿身家？你是苦了一辈子，可却连累老婆、女儿跟着受苦。”小钟表示，“我爸有时爱较真，反问谁的命这么好？是真人的吗？老妈顿时词穷了，俩人时不时会因为这种话题冷战。”

无独有偶，同样因为沉迷网络霸总甜文影响到晚年夫妻情感的，还有网友“阿裕”的爸爸。与小钟妈妈不同的是，阿裕刚刚60岁的老爸似乎将自己代入了网文中那些“逆袭霸道总裁”的角色，经常无法自拔、喜怒无常。

“真的是活久见，你能想象我爸出门遛弯回家，当着我的面‘壁咚’我妈吗？”阿裕十分无奈地表示，自从爸爸沉迷于《甜妻入怀》、《贴身保镖》等类似的霸总网文后，经常会在家里学者用文中的“金句”撩年近六十的老妈。

相比这位父亲的过分“热情”，阿裕的妈妈则显得异常的冷漠，甚至渐渐演变成了嫌弃，夫妻二人之间的矛盾也越发严重。

“我妈甚至见人就抱怨我爸神经有毛病，可我爸似乎也没有收敛的意思，还在继续呢。”当阿裕发现，爸爸一切“反常”的行为，都是沉迷甜文所造成的，曾劝过爸爸不要追更这些网文，免得影响老夫老妻之间的感情，但遭到了强烈反弹。

看似都是家庭琐事，但是短视频、网文等信息化商品对于中老年人的冲击还是不容小觑。有分析人士指出，银发族之所以渐渐沉迷霸总甜文类的文化，究其原因多数是银发族成长的年代有着各方面的约束，无法如网文的主角一般敢爱敢恨、自由奔放。如今一转眼已年过半百，敢爱敢恨也不实际，就更甭说自由洒脱的生活态度了。

因此，一些55后60后只能怀揣着对美好生活的向往，在故事、人设近乎完美的霸总甜文中寻找代入感，幻想着自己成为魅力无限的主角。那么，霸总甜文能够“攻陷”银发族，原因真的如此简单？

## 谁将霸总甜文推向银发族

“从半年前开始，网文内容的广告推送

计划就有所调整，毕竟流量见顶要找出路嘛。”

聊及霸总甜文“攻陷”银发族的现象，张铭（化名）露出会心的笑容。在深圳香蜜湖某内容机构从事运营工作的他表示，如今银发族之所以沉迷于短视频、霸总甜文，互联网行业的相关内容策划、发行机构，都可以说是功不可没。

据张铭透露，在很长的一段时间里，网文最主要的受众群体大部分是三、四线城市里的年轻用户，生活越不顺心的用户越是霸总甜文的死忠粉，至于原因，自然也十分简单：在网文所缔造的虚拟世界当中，充分幻想成为成功人士、红尘英雄的快乐。

在“第十八次全国国民阅读调查报告”中显示，接触过数字化阅读方式的群体中有31%为18~29周岁。可见，网文在年轻用户当中的确颇受欢迎，更是年轻一族日常娱乐消遣的主要方式之一。

但今年春节后，张铭所在公司除了将网文试读链接投放到年轻人经常“出没”的社交平台、娱乐资讯平台以外，也开始将部分推广内容投放至银发族常看的时政、新闻类平台，“毕竟，近几年里年轻网文的读者规模增长已经见顶。”

与此同时，国内网文内容创作机构、团队和作者的数量却呈现快速增长，尤其疫情之后的增速尤为明显。以国内知名的某网络文学发行、阅读平台数据为例，仅2020年便有890万创作者入驻，相比前年的810万增长明显。

也就是说，网文行业已经出现僧多粥少的情况了。

“所以，我们从事网文创作、发行的企业必须另辟蹊径，挖掘新的受众群体。”至于为何将目光瞄向银发族，张铭表示这是由于中老年人大部分都已经退休，正是有时间、有闲情的时候。由于空闲的时间长，过于碎片化娱乐的短视频，以及缺乏创新力的电视剧集，已经难以满足其消磨时间的需求。

在从业者看来，需要细细品读才能深刻体会剧情、具备代入感的网文，更适合银发族消磨闲暇时光。

“第十八次全国国民阅读调查报告”也显示：目前50周岁及以上读者占阅读群体的23.2%，相较于2019年的20.4%增长了2.8%。在张铭看来，面向年轻用户的网文市场若是一片蓝海，那银发族的网文市场便是一片蓝海、充满商机。

只是，流行了好几年的霸总甜文，如今面向银发族群体是否需要故事、情节上的改动？

答案是否定的，据张铭透露，银发族所沉迷的网文，内容题材大致与以前年轻人喜爱的一致，什么“隐世狼王、霸道总裁、赘婿逆袭”等等统统适用。

简单点儿说，曾经年轻人追看的霸总

甜文，如今或许换个名称、角色，重新包装之后，就可以面向银发族进行新一轮的推广，唯一不同的或许只有分发渠道罢了。

令人好奇的是，内容机构、发行渠道将霸总甜文推广给银发族之后，又是如何变现呢？中老年人追更的动力，足以让他们持续付费充值吗？

## 能“免费”绝不去充值

“自从发现我老妈沉迷甜文之后，我就解绑了她手机里的银行卡。”

在豆瓣上有不少网友表示，自己很担心沉迷于霸总甜文的长辈，会在内容、提示的诱导之下盲目充值；更有网友指出，部分“野路子”的阅读应用利用银发族追文兴趣浓厚时半路收费，而继续往下阅读的会员费——竟然高达几十元甚至上百元每个月。

乍一看，内容机构、分发渠道利用霸总甜文的内容吸引银发群体，通过诱导式方法收取会员费赚取收益，手段与之前面对年轻读者群体时并无两样。

对此，张铭也表示“生意经”大致相同，“网文变现的方式相对单一，都是通过一部分免费内容先吸引用户，趁其欲罢不能时收取相关费用。”

他告诉懂懂笔记，目前大部分在线阅读平台的变现方式，都是收取用户的会员费用，至于IP授权的方式盈利难度巨大，能够实现的机构寥寥无几。

那么，相比忙碌工作的年轻用户，银发群体既有闲也有钱，在阅读付费上是否比年轻用户更积极呢？

张铭摇了摇头表示，目前还没有达到理想状态。银发族不到万不得已不会轻易付费，“即便他们看到网文高潮部分，通常也都会让子女为其寻找、下载盗版的网文。”

据《2018年中国数字阅读白皮书》的数据显示，50岁以上的用户“人均意愿付费金额”和“人均实际付费金额”均低于其他年龄段。由此可见，想通过付费阅读的方式赚取银发族的钱其实并不容易。

除此之外，有知情人士透露，目前网文行业也在试水一些新做法，就是面向中老年用户推广的网文当中，植入保健品、养生品、首饰甚至是投资理财产品。

那么，在“霸总、赘婿、狼王、美女老板”等桥段的影响之下，相关的产品真能切开一条“夕阳红”财路来？

显然，银发用户“沉迷”霸总甜文只是一个开始，未来或许更多内容机构以及分发渠道，会深挖银发用户的习惯、特点，“有的放矢”地将兵王、赘婿、霸总甜文的广告变着法送到银发用户的面前，想尽一切办法转化“老用户”，同时创造“新流量”。

尽管舆论对于霸总甜文渗透银发族有着褒贬不一的评价，但是有一些商业套路不容忽视：对上了年纪、错过最佳“追梦”年龄的银发族而言，能够通过网文的内容代入其中，将迟来的少女梦、英雄梦体验一番并不一定是坏事，但要是借着这种趋势套路银发族的钱财，变相乱收会费、诱导充值甚至售卖违规理财产品、保健产品，就真的要人人喊打了。