



快手和抖音,请直面这场“健康”风暴

“健康科普”作为一个正在爆发的短视频内容赛道,如今却被连浇冷水。

今年第一季度,抖音共计下架近70万个违规健康科普视频,并进一步提高了认证门槛,加强了认证流程的精细度;快手这边,也执行了相同的下架风暴,并且还越演越烈,自今年5月至今,已经清退超180万个违规健康科普视频,最新的第九期处置公告显示,10月1日至19日,又成功处置了10万多个此类违规视频。

为何两大短视频平台,对自己的大健康内容生态,进行了如此大规模的“清退”工作?平台方越发严苛冰冷的面孔背后,是出于主动的战略选择,还是某种被动的“妥协”?

做减法,还是做“加法”?

目前来看,这个答案是两面性的。

从外部的合规基础看,短视频平台如今需要更精细化地匹配政策指导,短视频巨头们发起下架风暴的背景,应是今年6月初,各部委联合印发的《关于建立健全全媒体健康科普知识发布和传播机制的指导意见》。

其中针对健康科普内容,有着明确提及:净化传播环境、高质量供给、加强审核、即时删除虚假信息。

快手和抖音,也的确做到了同频同步,甚至是赶在靴子落地前,就付诸了行动。

如此角度下,以仍在激烈执行清退工作的快手为例,自然是在被动中,切割掉那些日趋成熟的账号,牺牲流量规模。当然了,整顿乱象,打击不良账号、营销引导,也的确是造福用户,有助于让平台长期健康发展。

但这把切割之剑的另一面,却是饱和的商业野心。

快手在清退公告中表示,做健康科普需要官方资质认证,为保持健康正能量的社区氛围,清退行动还将持续。若抛开这些文辞的渲染,从运营的视角看,快手其实是做了一步加法,本质是将大量带有咨询需求、相关消费需求的流量,以一种更集中、更高变现率的方式,输送给平台上越来越多具有“医院在职背书”的医生。

当清退那些企图满满、将平台视为引流工具,最终实现红利自有化的“非正规军”,快手会获得更进一步的流量自控能力,因为只有具备正经资质的医生,才可以前往“快手健康”这个服务版块中,提供诸如付费咨询、付费课程的服务。

快手近年来一直在强调大健康,也存在一定的数据表现。在去年公布的《2021年快手大健康行业数据价值报告》中,大健康短视频、直播均有正增长,其中用户

粘性方面,大健康视频比一般娱乐视频的互动指数,多出一倍有余。

这等同于发现了一块新大陆,在某种程度上,能够缓和当前平台处境的种种焦虑。

上市一年多的快手,似乎没有借助这股荣光,为自己的盈利之谜找到答案,情况反而走向了恶化。在今年3月初披露的全年财报中,快手总收入虽然有着不俗的37.9%增长,逼近千亿大关,但亏损仍在加剧,年内亏损781亿元,经调后亏损188.5亿元,同比增长了近140%。

781亿这个惊人的数字,让快手在《财富》评选的亏损榜单中名列首位。这种情况下,快手迫切需要实现的事情,正是将流量的变现潜力,尽可能多的加持己身,“快手健康”就是一个新的变观点,这个生态亟需进一步得到激活,哪怕是对内容进行超大规模的“消杀”,也在所不惜。这能为正经医生“开路”,并培养自己的崭新业务资源。

按照目前的数据来看,“快手健康”还是起步期,但这对整个大健康行业而言,无疑将带来竞争的加剧。

生态入侵

作为中国短视频行业的“两强”企业,快手和抖音均格外重视大健康红利,尤其是在线问诊这个细分领域,两家几乎做出相同的“流量改造”行为。

在对外官宣的说法上,抖音下架近70万个违规健康科普视频,同样是本着“打击医疗黑灰产”的态度,并且今后将优先认证三甲以上医生、公立二级以上医院。

在变现模式上,两家也非常趋同。目前都在医生的账号主页面,设置了问诊服务的入口,里面罗列着医生擅长的领域、从医经验,以及用户的服务评价。此外,部分医生还做起了知识付费,如快手上某公立医院的医生,正在售卖66元一条的“冠心病课程”。

不同之处在于,快手已经将在线问诊这项服务,以及医生资源,整合进了自己的侧边栏中,还进行了格外精细化的运营。目前,“快手健康”不仅有详细的科室分类,还划分出健康直播、健康专栏等栏目,俨然已经在用产品思维,去进行用户沉淀、变现管理。

这岂不是要和丁香医生、春雨医生这类互联网问诊平台抢饭碗?这需要先从数据里找答案。

目前,“快手健康”最热门的当属皮肤科,其页面推荐的某位医生,累计回答次数700多、累计评价300多条,但这个数据其实只能算一般,而且还是“一头热”,因为诸如小儿内科、风湿免疫、呼吸内科、

消化内科等同样被优先展示的分类,置顶医生的接单量都比较惨淡,有的回答次数为零,高一些的也只有百来单。

这样的数据,自然不足以令成名已久的丁香医生、春雨医生警惕,但经过今年的清退行动后,无论抖音还是快手,都将持续培育自己的医疗资源“正规军”,持续内化自己的大健康流量变现能力,跨界割据、生态入侵是早晚都要发生的事。

而且,这两家公司共同掌握着超10亿日活,属于流量入口平台,即便丁香、春雨的壁垒足够坚固,也难免要面对一场恶战。

但从另一个角度讲,虽然抖音和快手离潜在用户更近,变现链路更短、概率更大,但也容易发生“败也萧何”的事情。推荐算法所表现出的盲目的“流量崇拜”、医生群体的内容制作质量与难度,以及医疗能力之外的道德操守,都是潜在的问题。

算法副作用

首先,在短视频平台的算法推荐下,服务和性价比,可能很难精准匹配。

每个医生在短视频中的自我表现力、粉丝运营能力都不尽相同,更有一些医生天生具有观众缘,更容易获得粉丝的青睐和长期关注,但粉丝多并不意味着资历老,如果还仗仗粉丝多、订单多,提高自己的咨询问价,那么对付费用户来说,就难保性价比,也许花了高价钱,买到的只是“账号运营强势”的医生的服务。

这种情况下,一部分真正资深、能值回票价的医生,会逐渐淡出市场,或者使用低价策略争取订单,这就形成一种“质价背离”的负循环。而且,当网红型医生得到的订单暴增,服务品质和服务耐心,也将不可避免的下降,毕竟独力难支。

所以无论快手还是抖音,下一阶段亟需付诸的行动,便是做好大健康流量的均衡分配,让资深医生更高频、更低阻力地对接到肯花高价咨询的人,这样会利于服务口碑的长久塑造,让平台维度的流量变现,真正变成用户维度的性价比服务。

同时,针对那些资历够格,但不精通拍摄、剪辑、演绎的医生,可能也需要在流量扶持之余,提供运营层面的支持,因为如果这部分工作交给了第三方团队,医生本人其实会很被动。在利益分配、运营方向等层面,都容易发生纠纷,这对医生现实里的个人声誉、付费用户的权益保障,都不够友好。

解决了质价背离的问题后,还要在道德水平层面,对医生资源进行更深度的约束和监管。虽然没有资质的“非正规军”被持续清退,但留下来的医生群体中,难保会有一小部分不太正经者,他们可能将

小病看成大病,或者为自己谋得一些私利。

这种事情,早有案例。比如郑州某位主任医师,在抖音积累了近百万的粉丝量,成名之后,自己现实里的诊室也日渐“拥堵”,很多人从平台上闻名而来,但这名医生却将一部分患者,转手带到了另一家医院看病,以便为自己谋私。最终事情败露,惹起争议,他的账号也被封停了。这样的事情,自然造成了平台和付费用户的双输局面。

所以面对庞杂的医生资源,抖音和快手还需要进一步精细化运营,目前的“资质认证”,只为医生设置了第一道门槛,在日常服务流程的各个节点,可能也需要层层把关,设置考核指标和监管措施。

最后,在整体的生态层面,平台也将在未来面对新考验。

依目前的情况来看,两个平台的在线问诊服务,主要是将医生本人推至前台,凭借他们的光环和能力,让消费者信服。但当这个市场不断爆发,渗透率进一步提升后,那些粉丝众多、接单量居高的医生,将不可避免的在短视频平台中,成为名医型IP,这等同于把流量的主导权,又交到了别人手中。

曾经的在线教育行业,就为“要不要去名师化”这个问题,进行过很长一段时间的分争。名师IP或者名医IP,是一把双刃剑,他们可以让平台快速聚拢人气,也可以在出走其他平台后,瞬间抽空原有平台的市场动能。

所以抖音或者快手,在下一个阶段可能也需要思考,如何让名医IP降权?在线教育行业给出过答案,也即去打造“标准化的教育产品”,或者,自己研究出一套师训体系,让所有老师在授课风格、授课流程等方面都有一致性,都同化为自己体系下的老师,这样即便出走了一两个,也不会影响整个局面。

但相比于教师,医生是一个很难标准化的资源类型,他们本身就是非标准化的群体,从医经验各有不同,即便在同一个疾病类目下,也是各有擅长。如何在未来约束名医们的权重?这或许是快手和抖音要重点解决的难题。

不难看出,想要吃透大健康的时代红利,引爆变现规模只是第一步,抖音和快手在相关产品形态上,要走的路还有很多。但当前越演越烈的清退行动,可以视为一个美妙的开端,至少站在数亿用户的角度,大家感受到了因平台商业模式进阶,所带来的外部正效应,也即更健康、规范的内容生态。

券商代理 投资顾问 **袁博士为您一一解答** 5-161

- “股市跌宕,债市低迷,都有哪些避险资产?”
- “银行利息太低,上哪儿找稳健高息的投资?”
- 市场联动型定期存款(本金FDIC insured)
- 如何给股票指数投资设立保护机制?

Dr. Ryan Yuan 15245 Shady Grove Rd
(410) 988-4451 Suite 310
ryuan@uprightplanning.com Rockville, MD 20850

Independent Financial Group, LLC Upright Planning

Registered Representative offering securities and advisory services through Independent Financial Group, LLC (IFG), a registered broker-dealer and investment advisor. Member FINRA/SIPC. Upright Planning and IFG are not affiliated entities.

纽约人寿 财富杂志美国百强企业之一 十位总统的共同选择

个人及公司保险

- 人寿保险 ● 养老金保险 ● 资产规划
- 伤残收入保险 ● 长期护理保险

并且代理多家保险公司个人及团体医疗保险,老人附加医疗保险

Agent, New York Life Insurance Company

袁菲 Fanny Yuan
百万元圆桌终生会员
保险师协会会员
纽约人寿
优秀业绩奖会员

三十年专业经验

6905 Rockledge Dr., Suite 900, Bethesda, MD 20817-1817 5-071

703-628-2608(手机) 703-723-1299(维州办公室)
Email: fyuan@ft.nyl.com