

朋友圈“松绑”背后的行业大洗牌



■廖木兴/图

基金

财经博主有人坚守有人找班上

“现在和基金的合作都停了,对我们的冲击还是挺大的。”博主燕子(化名)告诉记者,她运作的公众号此前主要依靠广告合作变现,新规落地后这类合作全面暂停,如今面临收入归零的困境,急需转型,然而以后的路要怎么走,还在摸索中。虽然迷茫,但她表示“不会走挂靠路线,也不走入职基金路线”,当前最重要的是“服务好粉丝,边走边看吧”。

“930新规明确”机构持牌、人员持证”的监管原则,个人不得变相开展金融产品网络营销。政策落地后,各家基金公司紧急叫停与无资质财经大V、MCN账号的营销合作,仅保留报批留痕的公益投教合作。一场清晰的群体分化,正在财经博主圈内上演。

变局之下,博主们走出两条路。一部分人坚守独立自媒体路线,曾经年薪百万的财经博主“博格”便是其中一员。他在视频号中坦言:“既然当初选择离开,除非万不得已,我也不打算再回去。”44岁的他重新找新路子:“新规落地之后,没有资质的大V不能再做金融产品的分析、咨询,等于以前的饭碗,一夜之间没了。”但他不认同资质等于能力:“我之前在金融机构任职的时候,是跟着机构资质走的;离开机构,资质就没有了。”反复考量后,他确定了方向,“千万实盘独立投资者这个人设,我还要继续坚守”。

另一部分博主则向持牌机构、合规平台靠拢,或干脆离场。有人考取从业证书挂靠机构,有人转型私域,有人入职基金公司,还有人干脆“找个班上”。

两条不同的转型路径,共同戳破了行业长期存在的矛盾:个人IP属于博主本人,但营销资质依附于持牌机构,投顾组合、客户

资源的归属感,则在备案平台名下。业内慢慢形成共识,个人IP仅仅是获客的放大器,机构的投研能力、风控与合规体系才是长久根基。更多中小博主低调退场——批量删除持仓、产品推荐内容,直接停更观望;有小红书博主转向房产装修内容;还有头部基金大V直言已转型做AI博主,一旦失败只能重新求职。

博主转型的同时,基金公司也在重构营销渠道。易方达、广发、嘉实等十余家公募陆续在官网公示第三方合作平台,口径不一,有的细化到具体产品与代码。与此同时,基金公司还大幅压缩大V投放预算,把资源转向自营App、官方账号矩阵与持牌代销平台站内活动。但自营账号见效慢、获客成本走高,头部机构优势进一步拉大,中小基金公司承压明显。

监管细则尚未完全落地,各家公募已主动收紧内控。不少公司聘请外部律师开展全员合规培训,并搭建双线管控机制:业务部门负主体责任,合规人员全程嵌入内容创作、审核、投放全流程,所有图文、短视频、直播话术一律执行预审、全程留痕、长期存档。

互联网第三方平台同步收紧金融内容治理。小红书出台金融生态公约,严格“先持牌、再认证、后发布”,批量封禁违规财经账号;京东金融、抖音同步完善资质审核,禁止无资质账号使用“基金”“理财”等金融标签。

短期阵痛难免,但长期方向已明确。过去靠流量冲规模的模式逐步退场,基金投顾回归买方本源,投资者信任将从信赖博主个人,转向认可一套可复核、可追责的机构服务体系。

助贷

行业迎来合规大洗牌

“930新规”落地前后,“贷款中介集体删除朋友圈”的话题一度冲上微博热搜第一。“利率3厘起”“最高300万”“征信花也能做”等曾经刷屏的诱导信贷广告,已悉数消失。

行业降温之下,不少人判断助贷行业或将走向落幕,但多位受访业内人士和专家认为,被淘汰的不是助贷本身,而是不合规的经营模式。“不少同行的想法是:这就是一轮专项整改,把该改的话术改了、该删的帖子删了,熬过去,日子还能照以前过,我反而觉得,这可能想错了。”有助贷业内人士向记者表示,“930新规”不是整顿的终点,而是信贷行业合规化的起点,“往后五年,行业只会沿着规范这条路走下去,不会掉头。”

南开大学金融学教授田利辉向媒体解读新规核心变化时表示,监管逻辑从“行为监管”转向“身份监管”。前述助贷人士的描述更为生动:以前监管是“画红线”,你不能做这个、不能做那个,非持牌中介换个马甲就能继续蹦跶;现在直接“掀桌子”,只有金融机构和受其合法委托的第三方平台才能做金融产品网络营销。

市场正在快速分化。过去依靠朋友圈引流、短视频投流、多层信息差导流的中小助贷机构加速退场,

资源向风控完善、整改到位的头部机构集中。有业内人士评价:“依托高客息、靠营销包装获客的平台,业务规模会逐步收缩,没有足够资金和技术完成整改的机构,只能缩减业务甚至退出赛道。”

留存下来的持牌机构、合规头部平台,正转向科技服务定位。多家头部机构组建合规、产品、法务、技术联合专班,上线智能筛查系统管控营销话术,新增综合融资成本明示弹窗,强制用户阅读确认,清晰披露放款主体、费率与风险提示。博通咨询首席分析师王蓬博分析,新规意在重塑信贷营销底层规则,挤压无资质中介生存空间,推动竞争从流量抢夺转向风控与服务比拼。

与此同时,银行也在“清名单”。兰州银行一口气终止25家合作方,吉林亿联银行合作机构从56家砍到10家,降幅超八成。营销端“清人”,合作端“清名单”,双线收紧,行业出清速度远超预期。

招联首席经济学家董希淼认为,助贷本身具备普惠价值,未来将与银行形成更清晰的互补关系,但依靠信息差、夸张话术、多层导流的旧模式,已经在融资成本红线、息费明示、催收规范的多重约束下难以继。

●新规之外

“930新规”出台后,金融从业者的朋友圈迎来一场全面变革,不少从业者被迫停下旧有的获客模式。有靠直播保险内容获客的经纪人在停播后表示,新规虽能清理市场乱象,但对于靠专业价值服务客户的保险人和想买到合适产品的消费者来说,都是损失,没有专业解读,消费者难以判断和选择。

更多的从业者陷入了“不知道发什么、一发文就踩红线”的困境。新规把营销合规责任落到金融机构身上,封堵了个人随意发布信贷诱导广告的老路,这让合规指导致了实实在在的刚需。眼下,“930合规朋友圈文案”“中介营销实操指南”等教程全网刷屏,甚至有人打出一站式服务口号:“选题、脚本、违禁词筛查、私域转化全程陪跑,打造合规金融自媒体IP。”

这类合规服务最核心的输出,就是重塑朋友圈的内容逻辑。以往刷屏的“包过、秒到账、无视征信”这类诱导宣传已经不能再用,行业逐步形成三类合规内容方向:真实服务场景记录、金融科普内

合规成了新的商业机会

容、脱敏后的业务案例。正如从业者所说,未来中介朋友圈的核心不再是推销产品,而是塑造个人专业人设,向客户证明自己能实实在在解决融资难题。

从业者要调整发圈逻辑,机构同样在摸索适配的合规管理办法。有的机构计划整理统一的营销禁用词清单,甚至提议由行业协会牵头制定标准,但落地难度较大;也有企业打算开发AI工具实时预警直播中的违规话术,只是受成本、直播临场内容多变的制约,暂时还在观望;还有合资机构另寻路径,筛选300位代理人定制数字人,用标准化内容帮助代理人打造个人IP。

整体来看,新规短期收紧、长期利好持牌机构,平台持续清退无资质账号,给合规中介腾出空间,机构也在推进审核数字化。硬广刷屏的私域时代已经落幕,朋友圈的定位转向长期沉淀客户信任。而瞄准从业者“怕踩红线、缺合规内容、不懂运营”的痛点,输出朋友圈内容模板、合规审核、IP运营培训,已然成为当下新的商业机会。