

# 谁在刺激粉丝为“爱豆”厮杀？

## 揭开“饭圈”乱象“三件套”

经纪公司一方面刻意制造艺人竞争,将粉丝的点赞、打投金额作为艺人的“考核排名表”,宣称排名决定出道机会;另一方面经常营造出部分艺人被打压、被欺负的现象,让粉丝们心疼,进而为守护偶像而PK

还有部分粉丝后援会、营销号煽风点火。有的粉丝后援会与经纪公司有着千丝万缕的联系,有组织地引导粉丝;营销号发布各类偶像行程信息、刻意拉踩、煽动舆论以赚取流量和推广费用;大粉则在言语上施压“你动手就可以给他一个奖”

受访人士建议取消各类不合理的明星榜单,严控偶像养成类节目,避免经纪公司、网络平台等各方利用偶像经济大肆揽财,有意制造或助长歪风

除了十余个平台进行不用花钱的签到、投票外,很多打投要依靠财力

“‘哥哥’好不容易才走到今天,他只有我们了!你们为什么不给他打投……”

是不是我错了?为“爱豆”(偶像)付出太少?四年前的一天深夜,当时还是中学生的“00后”女孩小辰躺在床上辗转反侧。

她粉上一个选秀明星不久,圈子里几个大粉丝持续煽动性发言,让她对自己“淡定”的追星方式产生了深深的怀疑和内疚。

最终,这场反思以小辰半夜从床上爬起来为“哥哥”打投告终。

现在,小辰已经深谙“饭圈”之道,虽然知道当时是被“粉头”刺激了,但打投等习惯已在不知不觉中养成了。

所谓“打投”,就是粉丝为偶像投票冲榜单、买东西、做数据。这只是“饭圈”规定动作之一,假粉丝“披皮黑”引战、有组织地维护偶像形象“洗广场”或者去“屠广场”黑对家偶像等都是“饭圈”常事。

新华每日电讯记者深入采访多位资深“饭圈”人士,“饭圈”乱象背后的原因就此呈现出来——大量粉丝,年龄太小,甚至没有基本的判断力;一些偶像没实力,徒披着“美丽废物”的画皮,只能靠粉丝送出道;经纪公司、网络平台、自媒体营销号等各方只想从中赚钱。

爱美之心,人皆有之。在被过度渲染的“颜值经济”下,“外貌焦虑症”困扰着不少年轻人。这让部分医疗整形医院看到了“商机”,大肆宣传免费整形手术的虚假广告,诱骗年轻女子“上钩”。在签订协议后不久,她们才发现自己被骗,背上了网贷。

近日,武汉警方破获一起医美诈骗案。案件中,有受害者为还贷款卖掉手机,或连打几份工,甚至有受害者心理出现抑郁。据办案民警介绍,不到一年时间,诈骗团伙“销售收入”近千万元。

以为自己捡到“大便宜”

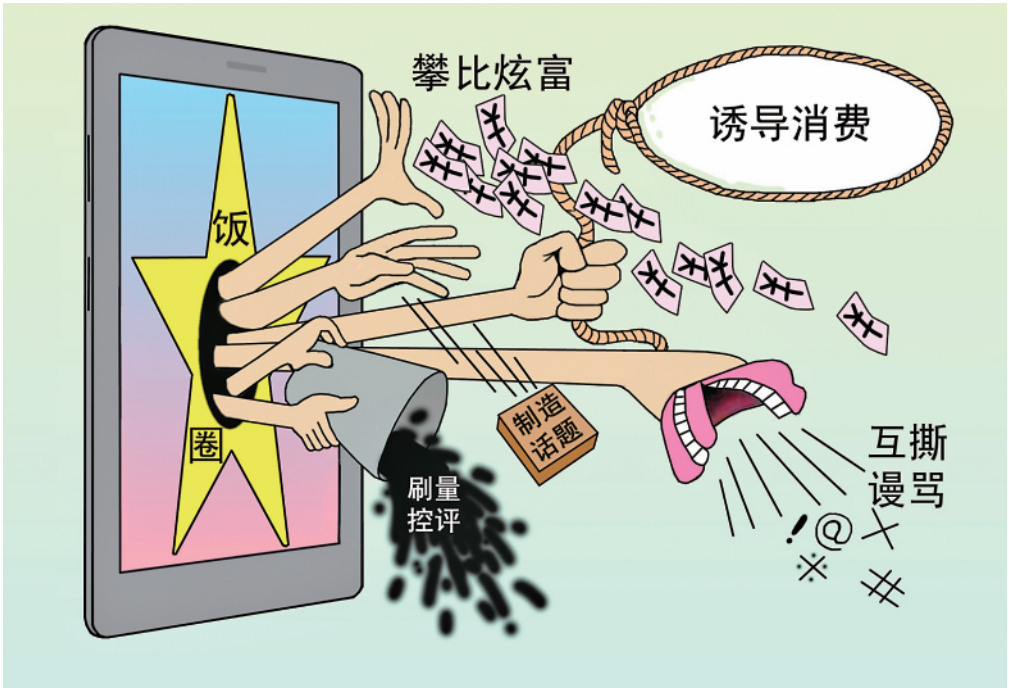
来自广西的“90后”李小冉,是这起案件的受害者之一,她向记者讲述了自己的被骗经历。

去年年底,李小冉在手机上偶然刷到一个整形手术的短视频。视频中,一位五官标致的女模特详细分享了自己鼻部整形手术的全过程,并称会为“姐妹们”线上答疑解惑。

爱美的李小冉本来就有整形想法,抱着试一下联系了这位模特,向其咨询整形手术的有关问题。

这位模特随后向李小冉推荐了武汉市悦秀美容整形医院。她介绍,悦秀医院近期在做限时优惠活动,在全国推出20个免费整形手术名额。“只要签了协议,悦秀医院只收取顾客的体检费和麻醉费,数万元的整形手术费用全免。如果客人从外地来,机票、车票全部报销,还可以当整形案例模特。”

李小冉说:“当时以为自己捡到了‘大便宜’,于是12月25日坐飞机到武汉,医院方面还来机场接我。接受面诊时,医生说我的鼻子



漫画:王少华

### “饭圈”乱象“三件套” 集资、打投、骂战

月均粉丝筹款金额均超过200万元。

继续浏览可以看到女子偶像团体SNH48排行榜,孙芮点赞和经费位列第一,其经费页面展示着十余个正在集资和已完成集资的项目,进行中的7月数据专项用途是日常维护数据,七月总选日常链接第四弹已集资4万多元。

如果说集资和打投是粉丝“为爱发电”,那“饭圈”乱象的第三项——骂战,可谓各家粉丝纷纷出战,掀起“饭圈”江湖的“腥风血雨”:

“一般是从豆瓣上开始骂,比如有人说我家偶像坏话,一些‘大粉’会转到微博上,带着对家偶像一起撕,屠对家的广场,骂一些比较难听的话,P人家的鬼图。”

“随便说点什么都可能会被骂,有不理智的粉丝会抓对方的姓名、电话、住址等个人信息,煽动大家一起网暴他。”

“你看着是某家粉丝骂偶像了,但其实那是‘披皮黑’,像谍战一样,别家粉丝假装是那家粉丝来引战。”

“很多大粉都觉得自己是‘女明星’可火了,经常撕来撕去。但我们也不敢说,怕被他们恐怖的‘小腿毛’们骂,感觉‘小腿毛’都不是在粉偶像了,是在粉大粉!”

### 谁在“虐粉”中赚得盆满钵满

只有把粉丝虐到既苦又甜,才能让粉丝心甘情愿投入感情、时间和金钱,让“饭圈”彻底“卷”起来

“粉丝被包裹在一个相对封闭的意识场

里,所有人都在向你灌输:“‘哥哥’四面楚歌,只有我们能帮‘哥哥’!”“‘90后’粉丝思敏说,经纪公司、网络平台、实体企业、自媒体营销号,还有一些大粉和拥护大粉的“小腿毛”都是“虐粉”的参与者。

这些参与者深谙“割韭菜”之道——如果让粉丝一帆风顺的追星,就没机会“割韭菜”了,只有把粉丝虐到既苦又甜,才能让粉丝心甘情愿投入感情、时间和金钱,让“饭圈”彻底“卷”起来。

作为“造星工厂”,经纪公司在刺激粉丝的过程中发挥了关键作用。据旭旭介绍,他粉的偶像是某养成系偶像经纪公司旗下艺人,该公司旗下有数十名艺人,他们年龄相仿、实力略有差别。一方面公司刻意制造艺人竞争,将粉丝的点赞、打投金额作为艺人的“考核排名表”,宣称排名决定出道机会;另一方面经常营造出部分艺人被打压、被欺负的现象,让粉丝们心疼,进而为守护偶像而PK。

旭旭说,“粉丝没有反抗的能力,只能默默花钱默默爱‘哥哥’。”该公司近年来还热衷举办打歌舞台,获得入场门票的方式非常奇葩。粉丝需要比拼购买电子杂志的数量,每份48元,购买数量前100多名才能入场。算下来,一张门票最高要花2万元,也就是购买同一本电子杂志400多份。该活动虽然最后被叫停了,但经纪公司类似的操作还有不少。

与此同时,网络平台、实体企业以及自媒体营销号、大粉相互配合,打出了一套“组合拳”:

一是经纪公司、网络平台与实体企业联动。联名的牛仔外套和短袖上衣要卖小一千元,还要各家粉丝比拼“一秒售罄”的速度;奶制品与票绑定,价格更贵的“青春限定版”在微信平台上没有投票数量限制……

二是网络平台加剧粉丝PK,几乎凡“饭圈”平台必有榜单。某选秀在爱奇艺平台打榜时,购买了爱奇艺会员的可以投2票,否则只能投1票;微博平台不仅设置了明星榜单,榜单还有晋升梯队,偶像“搬家”进入下一个榜单也要花好多钱……

还有部分粉丝后援会、营销号煽风点火。有的粉丝后援会与经纪公司有着千丝万缕的联系,有组织地引导粉丝;营销号发布各类偶像行程信息、刻意拉踩、煽动舆论以赚取流量和推广费用;大粉则在言语上施压“你动手就可以给他一个奖,他都坚持下来了什么,你们怎么不可以”……

低龄化粉丝 低质化偶像

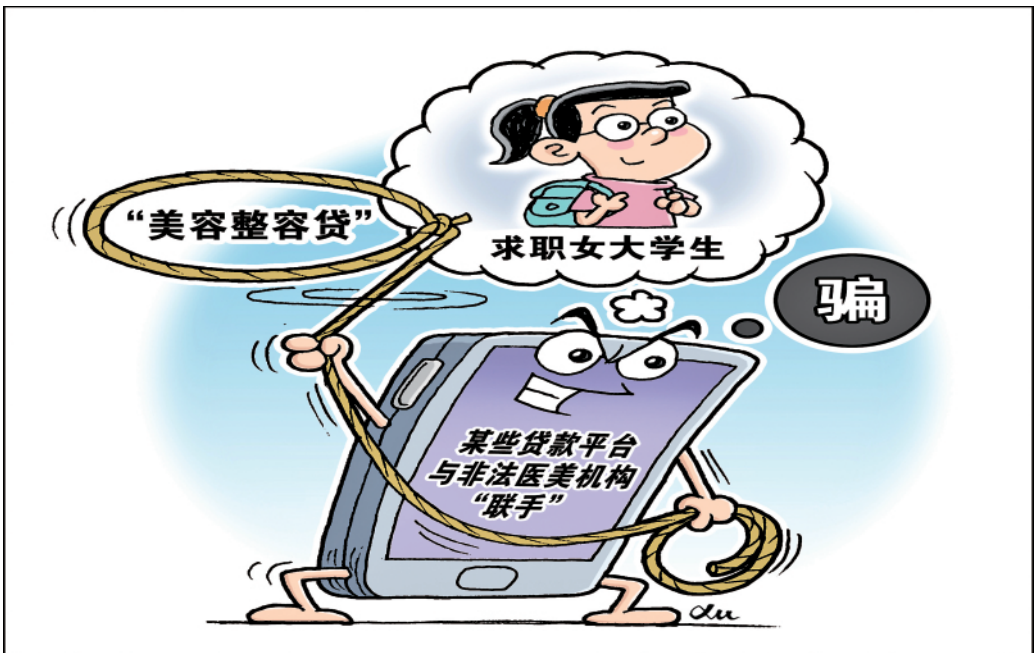
取消各类不合理的明星榜单,严控偶像养成类节目,避免经纪公司、网络平台等各方利用偶像经济大肆揽财,助长歪风

受访人士认为,各方资本使出浑身解数

# 名为“免费整形”,实则“美丽陷阱”

## 武汉悦秀医院医美诈骗套路起底

本报记者田中全



锁定 新华社发 徐骏 作

太圆,隆鼻后会更好看些。”

当悦秀医院销售人员提出整形手术费用3万元时,李小冉产生了疑问,销售人员连忙解释:“反正也不是你出钱,都是医院支付。只要你在网贷平台办理3万元贷款,贷款本金再由医院分24期还款给你,每个月用还款去还贷款就可以了,你只用出个利息钱,相当于免费做整形手术。”

说完,销售人员拿出其他顾客的还款记录给李小冉看。从未有过贷款经历的李小冉最初有点担心。但销售人员找来所谓的“专业人士”,现场教李小冉在网贷平台办理贷款手续。

注册、绑卡、申请,在“专业人士”帮助下,手续很快办完。同时,悦秀医院还与李小冉签署了协议。

“当时我只简单看了一眼协议书,每个月完成2个任务我就能拿到还款,一是每个月给销售人员推荐2个女性好友,二是在朋友圈分享自己的日常生活照片。”李小冉说。

2021年1月,李小冉收到一笔由悦秀医院打来的还款,按时还了当月的贷款。2月份,李小冉虽然完成了任务,却没有收到还款。

“我感到很奇怪,当我再次联系销售人员时,对方表示自己已经离职。”李小冉苦恼地

说,剩下的贷款只能自己偿还。

### 为还款起早贪黑打几份工

2021年初,武汉市公安局武昌区分局在“平安武昌”后台连续收到数条反映武昌区中北路悦秀医院欺骗消费者的举报信息。举报者均称曾在这家医院做过整形手术,按协议要求完成任务后,却突然被停止了事先承诺的还款,背上了网贷。

民警梳理举报线索发现,举报者遍布全国各地,以社会经验尚浅的年轻女孩为主。“有的女孩被骗后还不起贷款,将自己的手机卖了;有的不敢和家人说,为了还款起早贪黑打几份工;还有一位女孩心理因此出现抑郁,在医院接受治疗。”民警李启明说。

受害者张晓莹到悦秀医院后,通过网贷平台贷款5万余元接受整形手术,术后几个月后却没有再收到医院还款。“我多次向悦秀医院咨询相关情况,但对方‘踢皮球’,开始说是财务延迟,后来又说股东变动,再后来说相关负责人已经离职,最后又说我推荐的好友并没有来悦秀医院做整形手术。”

经济本不宽裕的张晓莹无力还贷。多重压力下,心理出现抑郁。

整形医院背后暗藏玄机,很可能涉嫌医美诈骗。李启明介绍说,悦秀医院表面上是一家正规医院,为顾客提供正常程序的整形手术,但背后主要靠诈骗非法捞钱。

“区别于刻意隐匿踪迹的不法窝点,这家医院租用了高层写字楼一楼的黄金门面,装修风格上档次,专业设施齐备。在醒目的墙面上,医院营业执照等一应俱全。医院还专门张贴了一张处理美容纠纷事项的告示,称

刺激粉丝的同时,“饭圈”乱象的原因还在于一些偶像的实力越来越差,而大量粉丝年龄太小。

“部分偶像演唱跳全废,有的人品还不行,他们不能靠路人支持,只能靠经纪公司和粉丝,既要对公司唯命是从,也得顺着粉丝,不能规范粉丝的言行举止。”小辰说。

与此同时,青少年粉丝价值观还未形成,对外界信息缺乏判断,对自身行为缺少把控力,极易被裹挟。

共青团中央维护青少年权益部与中国互联网络信息中心共同发布的《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,2020年我国未成年网民规模达1.83亿人,未成年人的互联网普及率达到94.9%,未成年网民利用互联网参加粉丝应援活动的比例达到8%。

“我们看到的是偶像美好的一面,当然这可能都是经纪公司等故意塑造的,在青涩的年龄追一个偶像,看着他一起成长,难免越来越投入感情。”思敏说。

但受访人士也表示,这并不意味着粉丝都是无辜的,也有个别粉丝的确素质不高,在网络上找存在感,对自己的言行不负责。此前,已有不少相关案例引发争议。

今年6月,上海市青少年研究中心以中学生为调研目标,发出7400份问卷,收集有效样本7315个。

其中,44.9%的中学生会线上应援,包括打榜、反黑、控评、集资、参与超话、观看直播、送偶像礼物、参与QQ群等粉丝群聊、二次创作或转发正主作品、买周边、海报、代言等。

“屏幕对面满嘴脏话到处骂人的是初中生,你能想象吗?”小辰向记者分享自己在网上莫名其妙被别家粉丝骂的经历,“我以为我年龄都够小了,结果点进他主页一看,前几天才说马上就要中考了,但就是这么个初中生都有几千粉丝了,混‘饭圈’比我资深。”

受访人士建议,取消各类不合理的明星榜单,严控偶像养成类节目,避免经纪公司、网络平台等各方利用偶像经济大肆揽财,有意制造或助长歪风。

同时,压实网络平台保护未成年人的责任,不能用简单流于形式的未成年人账号等应付监管。

上海市青少年研究中心主任华莉莉建议,强化学校在青少年成长过程中的核心作用,要做好青年教师的偶像观教育,并以身作则、言传身教,成为保护未成年人的关键屏障。

家庭也要成为未成年人保护的第一道防火墙,父母要多关注青少年成长。网络平台责任要穿透,建立与流量经济生态模式相匹配的治理方式。

(文中部分采访对象为化名)