

他们为什么逃离“饭圈”？



“‘塌房’或许无人伤亡，但很多人的心却碎了。”一些资深粉丝这样描述“脱粉”的过程。虽然痛苦纠结，一些人还是决然离开。他们为何逃离“饭圈”？有怎样的心路历程？“新华视点”记者采访了数十位曾经的“饭圈”成员及文化观察者。

当纯粹的喜爱沦为氪金游戏

记者采访的对象中，不少是追星四五年甚至时间更长的资深粉丝，他们离开“饭圈”的普遍感受是“累觉不爱”。

小张曾是某明星应援站成员。他的离开，是因为圈内“工作”需要花费大量时间精力。“每次活动都需要制作宣传物料、准备应援物品、组织粉丝参与等，要做的工作非常多、非常细，每一项都要抠。”

后援会中，数据、投票、前线、文案、美工、策划、公关等各组分工明确。有粉丝说：“直接开广告公司都没问题。”

追星的压力越来越大。“以前看MV是因为喜欢，现在为了跟其他家粉丝竞争，要拼命刷着看。”有粉丝说。

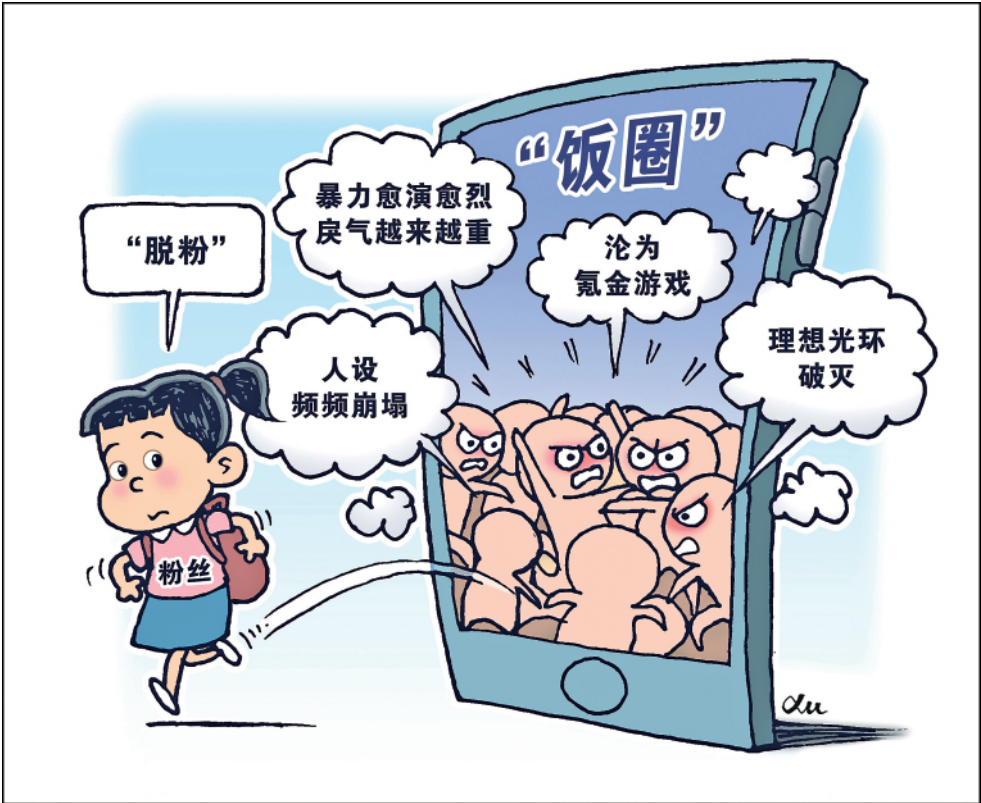
同时，也有人深深体会到“割韭菜”的痛感和荒谬。

从15岁到20岁，“玉米友”一直是狂热的追星族。去年，她毅然离开“饭圈”，扔掉了堆满房间、印着偶像名字的毛绒玩具、海报、文具，在电脑里删除了所有精心整理的文件夹。在她眼里，“饭圈”正演变为一个组织严密的“江湖”，追星沦为一场氪金游戏。

如今，某偶像团体应援组招聘，要求微博管理岗位应聘者集资不少于1000元，超话（微博超级话题）等级11级以上；文案和美工都要求集资超过500元，超话等级10级以上。

花大力气为偶像氪金使其出道的现象并不少见。有粉丝说，“我一个没什么钱的也花了上万元”，“有人一次能投十几万甚至几十万元，还有为追星卖车卖房的”。

大学生小T从小学五年级一直追星至去年。偶像每次回归，她都会花5000多元力挺。令她不适的是，粉丝中越来越弥漫着拜金的味道，以金钱实力划分三六九等。比如，领取应援物时，被要求出示买专辑的证明，最少5张；超话等级则最低7级。“有钱的出钱，有力的出力，又不打投又不花钱，拿什么证明你爱哥哥”，这样的言论屡见不鲜。



逃离

新华社发 徐骏 作

重庆大学新闻学院教授刘海明认为，在“使命感”与荣誉感的催眼下，粉丝全身心投入追逐偶像的乌托邦。但这一所谓乌托邦实际上由商业力量操纵——同一模式化的选秀，都是数据至上的流行文化产业链。

中国艺术研究院助理研究员王玉玉说，平台刺激粉丝刷销量打榜，人为塑造指标，经纪公司制造竞争，营销号推波助澜……种种诱导粉丝过度消费以及控制评论的行为机制，是粉丝经济乱象的根源所在。

“花猫小子”告诉记者，她花了将近一年时间才真正摆脱“饭圈”的影响。“在应援会收工的一天，我把卡里所有的钱都买专辑了，一分钱没剩。可是却被身边的一个富二代鄙视。那一瞬间，我突然意识到，这个以金钱区分高下的圈子很差，我不能成为别人炫富和挣钱的工具。那一刻，‘饭圈’的光环一下暗淡了。”

暴力愈演愈烈、戾气越来越重的圈子

小花曾是一名资深粉丝，离开“饭圈”，是因为发自内心的恐惧。

她从未想过，自己有一天也会被“人肉”，被辱骂、被骚扰，甚至被曝光信息。“网络暴力

太可怕了。那些日子里我不敢开电脑、不敢看手机，从来没见过的脏话劈头盖脸冲过来。我睡不着觉，每天担心有人破门而入。”小花说。

频频挑起的网络骂战、站队互撕，让很多粉丝不安。情绪激烈的粉丝往往非黑即白，一言不合就暴怒，在公众场合叫骂或“人肉”对手。“现在的‘饭圈’乌烟瘴气戾气太重了。”“丸子”感慨，“粉丝会因一句话、一个帖子甚至一个细节就在网络上大肆开战。”

小李说，在“饭圈”里，“属性”或“粉籍”（喜欢哪位明星，讨厌哪位明星之类）要写得很清楚。“如果粉丝喜欢不止一个人，对于‘唯粉’（只喜欢某一团体中的一个成员）来说就是在降低偶像的流量，属于不忠，会被鄙视。这种精神控制很可怕。”

小王是名大二学生，上学期为了几场互撕彻夜鏖战，两门挂科。拿到成绩单，这个一向的学霸感觉突然被冰水浇透了：“花了那么多精力与一些无谓的人缠斗，我是疯了？再这么混下去，就会失去自我。”

王玉玉注意到，“饭圈”骂战基本套路其实大同小异，在有限的几个故事框架里复制加工，强调非黑即白二元对立的叙事逻辑。这种话题、故事的复制传播，会增强

粉丝的成就感，刺激他们付出更多时间、金钱，最终提升运营方和偶像的商业收益。

粉丝研究学者王宁馨说，骂战愈演愈烈的另一原因是，一些职业粉丝通过营销号编造爆料、“火上浇油”。另外，“饭圈”行为之所以声势浩大，也因为这些行动以匿名性和群体性方式完成，代价和成本都很低。

人设频频崩塌，理想光环破灭

“他刚出道时太迷人了。歌词是那么阳光，歌声超级有感染力。”宁宁曾是某知名男星的粉丝，没想到有一天“爱豆”会“塌房”。

负面新闻出来时，宁宁的第一感觉是，“原来他的人设是骗人的”。“曾经以为他是远离世俗、醉心音乐的天才，后来发现也不过如此。”于是，她果断脱粉。

还有一些粉丝在近距离接触偶像后，发现真实人品与商业塑造人设之间的反差，于是脱粉。

小M最初也是被某明星“高冷撕漫男”的人设所打动。跟拍久了，她发现这个明星会在聊天过程中暗示她送大牌戒指和手链；礼物如果放在普通纸袋中会被拒绝，放在国际大牌购物袋中却会秒收。

“觉得他虚伪，与人设不符。”小M说，“类似事情很多，让人寒心。提醒自己要及时止损。”

王玉玉说，当前“饭圈”追捧的偶像，其实是娱乐业效仿日韩打造的新型艺人。他们区别于演员、歌手，往往并无突出专长，多是依靠形象迷人获得喜爱。偶像的核心作品就是其所扮演的人设。

在业内人士看来，明星人设之所以容易坍塌，有多重原因。一些明星的标签化角色与真实的自我并不匹配，短期可能会收获巨大流量，长远却潜伏危机。

王玉玉说，更常见的崩塌，是因偶像违背社会伦理道德要求甚至违反法律。一些明星受教育程度不高，因偶然机遇被推至“神坛”，更易膨胀和迷失。

“粉丝与偶像的关系应是一场双向奔赴，在前进的路途中共同成长。”刘海明认为，要拒斥唯数据、唯流量的评判标准。正向的“饭圈”文化应促使偶像不断发光，推动情感向善、观点多元，让粉丝获得健康向上的精神能量。

（文中部分受访对象为化名）
新华社北京8月11日电

城市体检评估机制为『城市病』开药方

新华社北京8月11日电(记者王优玲)我国城镇化率已达63.89%，随着人口向城市集中，交通拥堵、环境污染、配套设施缺乏等问题逐步暴露。如何在转型发展中破解“城市病”问题？新华社记者日前在成都、重庆等地调研，看各地如何治理城市“短板”。

了解居民诉求，开出“城市病”清单

“栈道宽度太窄”“想改善街区环境”“垃圾处理需要改造”……重庆山城巷传统风貌区“微更新”过程中，群众通过2020年城市体检群众满意度调查表达了不同的诉求。

记者近日在山城巷看到，部分建筑被拆除，增设了架空层，一条宽为1.5米至2米的栈道斗折蛇行，透过加装玻璃还能看到原本狭窄的土栈道；堆满垃圾的废墟打造成为“荒野花园”，正在提升修缮。

重庆市住房和城乡建设委员会人居环境处副处长胡文琦说，基于社会满意度调查，重庆形成了“城市发展短板清单”“城市病清单”等，并针对老百姓最急切解决的城市短板，形成了“城市治理项目方案”，限时销号解决。目前，重庆市已完成2021年度社会满意度调查的问卷采集工作，覆盖了主城都市区建成区所有社区。

城市体检的根本，是发挥公众参与在城市治理的主体作用。过去，城市开发建设以大规模增量建设为主，现在，城市建设转向存量提质改造和增量结构调整并重。从“有没有”转向“好不好”，需充分了解居民诉求，听取各方意见。

目前我国已基本建立城市体检评估机制，建立了8方面65项指标组成的体检指标体系，形成了城市自体检、第三方体检和社会满意度调查相结合的城市体检工作方法。

住房和城乡建设部相关工作负责人表示，2020年的城市体检结果显示，样本城市普遍存在中心区人口过密，地下市政基础设施底数不清、避灾场地建设不足，城市防洪和排水防涝体系衔接不够等风险隐患，韧性城市建设水平有待提高。此外，城市与人民群众日益增长的美好生活需要仍有较大差距，特别是社区基础设施和公共服务设施配套不足。

打通部门壁垒，协同发力治理城市“顽疾”

地处老城区，周边道路狭窄，停车位严重不足，每天平均就诊患者人数达8万人……西部地区规模最大的综合性医院——四川大学华西医院曾是成都最大的“堵点”。

如何破解拥堵症结？成都2019年作为住房和城乡建设部的试点城市开展城市体检工作，在城市体检中梳理出20个道路堵点，华西医院首当其冲。

“旧城更新需要系统和整体思维，要在片区尺度上将资源打通。”成都市住房和城乡建设局局长张樵说，规划、建设、交通、交管等部门会同属地政府、街办、社区以及涉及的相关企事业单位协同发力，才能攻克拥堵等城市“顽疾”。在推进老旧小区改造中，要以城市体检评估为抓手，充分了解群众意愿，群策群力，共同破解难题。

华西医院治堵始末为地方破解交通拥堵等“城市病”提供了一面镜子：“微循环”与“多点分散”相结合，设置公交专用道，增开专线巴士，建设四川大学华西校区地下停车场，同时修建一条地下通道，设置接驳摆渡车实现无缝对接等，华西医院周边人车车流被疏散吸纳。

从2018年起住房和城乡建设部率先在北京开展城市体检评估，2019年在全国11个城市启动城市体检工作，查找城市建设发展中的问题。到今年，城市体检工作全面开展，样本城市数量扩大到59个，覆盖全国31个省市区。

住房和城乡建设部相关工作负责人说，通过城市体检全面发现城市规划建设管理中存在的突出问题，倒逼城市政府加强目标、问题、资源的有效衔接，破解因条块分割导致的“碎片化”现象，建立体检结果与城市政府年度计划、重点行动项目库、投资方向的联动机制，为城市政府治理“城市病”，制定城市建设和管理工作计划提供依据。

强调结果应用，推动城市规划建设管理

开展城市体检，目的是为了“治病”。近年来，各样本城市深入分析城市规划建设管理中存在的问题和原因，推动城市体检结果应用。

部分样本城市对照城市体检检查出的问题，即检即改、边检边改。景德镇市结合城市体检结果，建设了公共设施配套项目248个，并把有关任务纳入“十四五”规划。成都针对城市体检发现的问题制定了问题整改措施，并将城市更新、公共配套设施建设等方面的任务纳入了城市建设项目清单，向社会发布。

广州、福州、成都等地建立了城市体检评估信息平台，利用现有城市规划建设管理信息化基础，协同推进城市体检工作。上海市推进城市生命体征监测系统建设，实现可视化、标准化、动态更新的数据共享、交互和维护机制。长沙市构建闭环式体检流程，通过信息化平台实施常态化监测预警。

城市体检促进了城市规划建设管理中实际问题的解决。住房和城乡建设部相关工作负责人说，城市建设管理要从事后处理为主转向事前预警和事中监管并重，通过城市体检发现病灶、诊断病因、开出药方，通过综合施治解决短板和矛盾，做到“防未病、治已病”。通过实施城市体检评估，在城市更新中做到以保留利用提升为主，防止大拆大建，推动城市开发建设方式转型。

全民健身兴起，互联网“+”出运动新风尚



新华社北京8月11日电(记者张辛欣)“便利店化”的健身房降低了运动门槛；基于运动的社交平台扩充了健身“朋友圈”；智能穿戴让运动更时尚……

国务院日前印发的《全民健身计划（2021—2025年）》提出，积极培育户外运动、智能体育等体育产业，催生更多新产品、新业态、新模式。随着全民健身兴起，互联网“+”出哪些运动新风尚？

“便利店化”的健身房，降低运动门槛

门店面积缩减至300平方米左右，App扫码开门自助服务，不再需要购买年卡，24小时营业……以乐刻为代表的新型健身房在年轻群体中走红。

健身房的空间看似小了，效率却提升了。“健身房的核心是对用户友好。”乐刻创始人韩伟告诉记者，乐刻通过数智中台进行用户、教练、场地间精准调度匹配，智能化管理节约了成本，增加了运营效率。截至目前，已在全国开设754家门店，累计用户数突破600万。

传统的健身房运营成本高，对现金流需求迫切，大部分选择预付费模式，久而久之，也暴露出服务质量、经营压力等问题。

近年来，包括乐刻、超级猩猩等在内的新型健身房不断推出，**按次付费、全时段营业的模式逐渐兴起**。Keep等在线健身平台走俏，更是打破空间限制，让健身场所无处不在。从“销售导向”的运营思路到“用户导向”的平台化模式，“互联网+健身”让“动起来”的门槛不断降低。

天眼查数据显示，我国目前共有超121万家健身相关企业。截至2021年7月20日，2021年已新增超23万家健身相关企业。新模式新业态的加持下，健身这件事正变得更能智能、更轻量、更社交。



江西东乡广场舞爱好者在东乡体育馆广场跳舞。
新华社发（何江华摄）

智能化穿戴，健身也很酷

运动是习惯，也是一种时尚。全民健身浪潮下，“黑科技”服饰、智能穿戴等产业快速发展。

采用抗菌除味的功能面料，增加服装支撑点，设计减压肩带……更注重运动需求，是很多服装企业研发新品的现实考量。

服装品牌爱慕副总裁刘慧枝负责运动产品线。她告诉记者，运动服饰市场持续火热，品牌瞄准跑步、瑜伽两个场景，通过大数据、运动机能研究等对不同运动强度区分设计、制版，聚焦运动痛点尝试更可持续、摩擦力更小、透气性更强的材料。

聚焦水上运动场景，新锐运动服饰品牌粒子狂热推出“黑科技”运动紧身服饰。企业负责人说，希望每一件衣服都在功能性上做到突破，“我们希望做运动穿着的实验场”。智能穿戴设备同样随着运动风潮走俏。

运动手环记录热量消耗、智能动感单车满足个性化的居家运动需求……从线上健身服务起步，Keep将触角延伸到吃、穿、用、练多个方面。“消费品科技化让用户获得更沉浸的运动体验。Keep的智能硬件产品已为156万用户提供服务。”Keep合伙人刘冬说。

中国电子信息产业发展研究院近日发布《2021年上半年中国家电市场报告》显示，上半年个人护理类和健康类家电保持高速增长，线上个护类产品零售额同比增长18%。

“科技赋能于体育，普及起来更广泛、更容易，为全民健身找到一个新的可行抓手。”北京大学国家体育产业研究基地秘书长、研究员何文义此前表示。

健身“朋友圈”，运动也社交

对很多人来说，运动健身的目的并不

局限于强身健体。球场上、公园里、城市绿道中，越来越多运动的身影为生活带来更多滋味，人们通过运动结交朋友，运动“社交化”的趋势明显。

爱运动、“晒运动”的同时，短视频分享也带动了内容创业，助力全民健身。

去年受疫情影响，一些线下健身房业绩下降，健身教练许哲不得不“转战”线上。起初是分享健身知识，随着在快手上海量、粉丝量上升，开始直播销售健身相关商品，实现收入翻倍。

在过去的一年里，有超2300万人在快手发布运动健身相关视频，每天有超2000万人跟着直播云健身。

抖音发布体育报告显示，目前已有617名专业运动员入驻抖音分享专业知识，平台上有6762万条视频记录了普通人通过运动突破自我的瞬间。

从健身到融入社交等，运动成为一种生活方式，全民健身也打开广阔空间。