文娱圈清朗行动
击碎“流量”光环(上)

从风光无限到“翻篇”

# 2014-2021 流量明星消亡史

羊城晚报记者 李丽

“流量明星德不配位,给整个行业带来负面效应,更给以青少年群体为主的‘饭圈’带来恶劣影响。”8月28日,中央纪委国家监委网站发表文章,历数流量明星及其背后的“唯流量论”为社会带来的种种危害。这篇题为《流量明星“翻篇”了》的长文,继8月27日中央网信办公布《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》之后,进一步宣告流量明星这一互联网时代的特有产物走向终结。

2014-2021,“流量明星”如何在短短七年间从兴起走向湮灭,成为一颗转瞬即逝的“流星”?

## 1 流量的七年
### 数据决定“顶流”抑或“小透明”

辛苦打投有何“意义”?在粉丝们看来,自己辛苦做出来的流量,无疑能为自家“哥哥”带来更好的资源和更光明的前程

### 在数据的加持下,艺人被分成三六九等

2014年年底,电视剧《古剑奇谭》爆红,男主角李易峰创造了在V榜(艺人新媒体指数榜)霸榜78天的纪录。以李易峰霸榜为标志,粉丝找到了为偶像“助力”的直接途径,一跃从过去明星星路的“旁观者”变成了“参与者”。网络流量从此成为明星人气的代名词,内娱的流量时代正式开启。

据不完全统计,近年来各大社交网络平台上以打榜来引导粉丝互动的明星类榜单超过70个。粉丝将大量的时间甚至金钱投入到这场艰苦的“数据战争”中——投票、点赞、评论、转发甚至“控评”和“互撕”——只为了证明自家的偶像比别家“红”(详见《羊城晚报》8月29日A5版报道《数据女工历险记:当追星变成一场“数据战争”》)。

在数据的加持下,艺人依据流量而不是实力,被分成三六九等:最高级别的被称为“顶流”,“无人问津”的则自嘲为“小透明”。

2014年8月5日,鹿晗因为其在2012年9月10日转发的一则微博获得1316多万条评论,创下“最多评论的微博”吉尼斯世界纪录;2015年9月2日,该条微博的评论攀升至1亿多条,鹿晗因此刷新了他的前一个吉尼斯世界纪录……这一在普通人看来近乎难以理解的“成就”,却让鹿晗一举成为当时的“顶流”代表,也让他从此进入资本和市场的视野。

### 流量的诱惑下形成一条数据造假产业链

辛苦打投有何“意义”?在粉丝们看来,自己辛苦做出来的流量,无疑能为自家“哥哥”带来更好的资源和更光明的前程。

以鹿晗为例,仅2015年和2016年,男团出身、在电影界尚属“萌新”的他就有《重返20岁》《我是证人》《盗墓笔记》《长城》4部主演电影上映。

某明星榜单在一次开榜前的自我介绍中,便曾赤裸裸地点出数据对于市场的“引导价值”:“对于电视剧来说,除剧本、制作质量之外,演员也是一大重要因素,能为电视剧同时带来口碑提升和热度提升的演员预计将更加受到市场追捧……通过这个榜单,可以看到哪些是口碑与热度兼具的市场香饽饽,哪些是高热度的担当,哪些是高口碑的代表。”

在多数情况下,只有“顶流”才能与那些“S+”级别的影视项目相配,或拿到那些象征着“顶级商业资源”的高奢品牌代言。

“流量”带来的利益诱惑如此之大,不仅作为“数据女工”的粉丝们日夜辛苦,各式各样的数据造假也应运而生。2019年,央视新闻便曾公开揭露过一条通过刷虚假数据来提升流量的灰色产业链,相关“从业者”透露,不少艺人都曾长期购买涨粉丝或数据增量的“业务”。报道还列举了8个艺人的相关数据,通过他们相关数据脱水前后的对比,发现数据“注水”比例最高的竟达80%。2019年,以刷流量为主要功能的星援APP被查,其开发者因提供侵入计算机信息系统程序罪获刑五年。

2021年6月15日,中央网信办宣布在全国范围内开展为期2个月的“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动(以下简称“清朗行动”)。8月27日,中央网信办发布《进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》,提出十点要求,其中包括取消明星艺人榜单、优化调整排行规则、不得诱导粉丝消费、严控未成年人参与、规范应援集资行为等。数日后,微博、网易云音乐等平台全面下线相关明星排行榜单。李易峰迄今无人可破的霸榜纪录亦无需再破——8月29日,V榜宣布将取消榜单部分,并为未到期的会员进行退款处理。当流量无从攀比,“流量粉丝”这个专有名词也将彻底退出历史舞台。

8月24日的V榜,29日V榜宣布取消榜单部分

《野蛮生长》海报



《上海堡垒》海报

## 2 “顶流”的失控
### 吴亦凡郑爽们背后的“护身符”

在吴亦凡正式“塌房”之前,他并非没有经历过负面新闻,但承载着各方利益的“流量明星”仿佛自带一道“护身符”,总能屡屡从危机中脱身

### 曾被交口称赞的“干净单纯”吴亦凡

同样在被称为内娱“流量元年”的2014年,吴亦凡从其所在的韩国偶像团体EXO退团了。作为该团体后来被称为“归国四子”的四位中国成员中,最先吃到内娱流量经济红利的那一个,吴亦凡在回国仅仅一个月后便得到了出演电影《有一个地方只有我们知道》的机会。该片由徐静蕾执导,王朔编剧,从未有过拍电影经验的吴亦凡担任男主角。该片在次年上映后,豆瓣评分仅为4.9分,但却拿到了2.8亿元的票房。

这是资本与流量热切拥抱的开始。在接下来的短短三四年间,吴亦凡屡屡跟业内资深导演和演员合作,合作者包括管虎和冯小刚(《老炮儿》)、徐克和周星驰(《西游伏妖篇》)、马楚成和梁朝伟(《欧洲攻略》)等。尽管普通观众大多未能看出吴亦凡的天赋或进步,但业内前辈纷纷给予这位粉丝消费能力极强的“顶流”好评。“我觉得他是一个很努力的孩子,他给我最好的印象是干净!”(张国立)“他的眼睛都是很单纯的,所有这个年龄段的小孩的毛病、懂的事,他其实都不是太懂!”(管虎)“他有非常好的天资,但同时他不会去过度消费自己的这些天资,这路子是对的。”(冯小刚)

2017年,吴亦凡进驻综艺《中国有嘻哈》并担任明星制作人,又在之后的三年里连续成为《中国新说唱》系列的“C位担当”。尽管其真正为大众熟知的“代表作”只有一首《大碗宽面》,尽管其演唱的未修音原声版泄露后曾被群嘲,但至2020年他已是人人吹捧的“说唱新天王”。

在吴亦凡正式“塌房”之前,他并非没有经历过负面新闻,但承载着各方利益的“流量明星”仿佛自带一道“护身符”,总能屡屡从危机中脱身。

以2016年为例,深陷“小G娜事件”的吴亦凡不但没被合作的高奢品牌取消代言,反而还被对方从产品代言人升级为全球品牌代言人。这一年的下半年,吴亦凡有《致青春·原来你还在这里》《夏有乔木,雅望天堂》《爵迹》三部作品接连上映,虽然豆瓣评分均未破5分,但票房却为1.5亿元至3.8亿元不等。可能就是这些,给了吴亦凡为所欲为的底气和“流量在手,天下我有”的错觉。一次在《中国新说唱》节目录制中被选手冒犯,吴亦凡直接撂出一句“如果我不在这儿的话,这节目都不会出现”,可见其自信。

### 备受业内歆慕的“黑红”郑爽

跟“干净单纯”的吴亦凡一样,曾在粉丝心目中“真实直爽”的郑爽也一度是流量明星中的翘楚。她早在2009年便因主演翻拍剧《一起来看流星雨》出道,但此后多年演技几无进步,被观众总结为只有“挤眉弄眼歪头撇嘴”四板斧。但凭着“战斗力”极强的粉丝团体带来的流量,郑爽一面屡屡被爆工作态度不端,一面仍然戏约不断。

在流量时代“黑红也是红”的逻辑之下,郑爽的“热搜体质”甚至备受业内歆羡——据统计,2020年郑爽全年登热搜次数高达179次,尽管,其中不少热搜实际上来自她的负面新闻。

2021年8月16日,曾被业内一些人赞美“干净”的吴亦凡涉嫌强奸罪,被北京市朝阳区人民检察院批准逮捕。8月27日,曾被粉丝追捧“真实”的郑爽被公布偷逃税案件处理结果,被追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计2.99亿元。

同样在今年坠落的“顶流”还有因《山河令》爆火的张哲瀚,一度打造“爱看书”人设的他被爆曾在日本靖国神社“打卡”后遭全社会谴责,作品下架,复出无望。

## 3 “饭圈”的反噬
### 被忌惮和利用的粉丝“霸权”

因为忌惮并想利用粉丝手中的这份“霸权”,明星及其背后团队屡屡对粉丝的僭越采取容忍和纵容的姿态,导致“饭圈”乱象愈演愈烈,最终明星及其团队遭到反噬

### 粉丝拿了“霸总”剧本 为艺人挑搭档争番位选角色

8月23日,赵丽颖粉丝群的多个官方微博或大V遭新浪微博禁言,其中包括有259万粉丝的“赵丽颖全球粉丝后援会”、234万粉丝的“赵丽颖微吧”等。次日,赵丽颖工作室微博因“管理失位,造成发声引导不及时”被禁言,数千个微博账号被处置。8月25日,赵丽颖本人公开发表“深刻反省”,倡议粉丝“在网络上文明交流、和谐讨论、冷静发言”。

这是今年6月中央网信办决定开展“清朗行动”以来首个因“互撕”遭大规模禁言的粉丝群体。整个事件的起因其实只源于一则网传消息:赵丽颖将与王一博共同出演新剧《野蛮生长》。

这两位艺人曾在2019年合作过古装剧《有翡》,但该剧的口碑并不尽如人意,两位主角也被认为“缺乏CP感”。赵丽颖全球粉丝后援会因此发文称“拒绝二搭是全体粉丝的核心诉求”,并联合粉丝们在各平台进行抵制。

这并非粉丝试图影响明星演艺选择和作品走向的首起案例。

杨紫和吴亦凡粉丝的“撕番”事件也影响深远——因为双方粉丝都认为自家艺人才应是电视剧《青簪行》“一番”,因此对两人在物料上的排位展开激烈“互撕”,此事差点影响了该剧的拍摄进程,最终作品官宣时只敢以“两位同月同日生的演员”来代替吴亦凡和杨紫的名字,以避免粉丝再起番位之争。

“饭圈”争夺娱乐圈话语权的风气逐渐侵袭到行业各处,让不少原本并不仅靠流量生存的艺人也深受影响。

例如佟丽娅原本将出演电视剧《三十而已》中的“顾佳”一角,但粉丝认为该角色影响其形象,坚决抵制。之后,“顾佳”改由童瑶出演,佟丽娅也因此失去了一部原本可能拥有的代表作。

除了“对家”艺人,有些粉丝甚至会“开撕”自家艺人的经纪团队。2019年,杨幂的粉丝因不满其接戏质量,在杨幂参加商业活动时当众拉起“嘉行不义必自毙”的手幅。但事实上,杨幂近年所接剧作多为嘉行的自制剧,作为公司股东之一的杨幂接戏当属自愿——粉丝试图将艺人与资本进行切割,很大程度上只是一厢情愿。

因为手握流量之“权”,粉丝们觉得自己应该也能够决定偶像的每一步决策乃至未来。



失控互撕 新华社发

### 明星想吃流量红利 面对粉丝乱战不敢表态

因为忌惮并想利用粉丝手中的这份“霸权”,明星及其背后团队屡屡对粉丝的僭越采取容忍和纵容的姿态,导致“饭圈”乱象愈演愈烈,最终明星及其团队遭到反噬。

肖战便是其中一个典型案例。

在很长一段时间里,其粉丝在网络四处“引战”,导致网友怨声载道。但直至今年2月肖战遭遇多方抵制,星途面临严重危机,其本人方才出面郑重道歉,反省自己在过去一年里“偶像失声”的错误。他在道歉文中承认,自己过去一度想发声,但“心中顾忌”,到后来“想要再挽回,可一切都不再能如我期望那样发展了”。他反省:“从我没有表达出态度的那一刻开始,我就已经错过了和大家理性沟通的窗口,从一开始,我就错了。”

在8月27日中央网信办发布的《进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》中,除严禁呈现“互撕”信息外,亦明确要求强化明星经纪公司(工作室)对粉丝群体的引导责任,粉丝团、后援会账号必须经明星经纪公司(工作室)授权或认证,并由其负责日常维护和监督。“粉丝行为,偶像买单”不再是一句空话,内娱从此将走进“清朗”新时代。

吴亦凡回国仅仅一个月后便在电影《有一个地方只有我们知道》中担任男主角