

文/羊城晚报记者 谢小婉 图/受访者提供

6月,话题“广州地铁允许个人投放后”上了热搜。求职、相亲、生日祝福等个人内容跃上广州地铁广告屏,在千篇一律的商业广告中分外亮眼,打工人的“花式整活”让地铁这个公共空间鲜活起来,“世界需要活人”“城市多了一些烟火气”“小人物的生活突然就被放大”,多条评论热议此事。在广州地铁,可以看到,行色匆匆的打工人为这些充满个性的广告灯箱驻足,会心一笑,紧绷的心弦暂松,借用时兴的说法:“松弛感拉满”。

壹 个人简历被投放在地铁广告上

4月13日,地铁珠江新城站B1口的灯箱广告更新。“大家找工作和找对象都不容易。”醒目的标题吸引多人驻足,具体内容则是向瑶函的个人简历:他的照片被放在左边,“找不到工作,没脸见人了”的字样遮挡住脸部,右边则罗列了一些他在AI领域获得的奖项,画面右下角附上了联系方式,扫码可了解他“飘零的前半生”。在广州地铁广告上投放个人简历,向瑶函或许是第一人。

今年1月起,广州地铁正式上线个人广告业务,据官方相关小程序公布,目前可投放个人广告的媒体包括电子屏媒体和灯箱媒体,电子屏媒体最少投放3天,价格380元起;灯箱媒体最少投放5天,价格666元起。27岁的向瑶函注意到了这则消息。从上一家公司离开后近一年多的时间里,向瑶函转向人工智能领域探索学习,自觉学有所成,也拿过一些奖项,但一直没能找到合适的工作机会。

早在今年3月份,向瑶函就制作了一份“个人说明书”,用十一个大项对自己的性格、优势、经历等进行全面介绍,其中每项还包含更为具体的小类目分别介绍,其详细程度足以证明为了从百万求职者中脱颖而出,眼下年轻人的简历有多“卷”。关注到广州地铁新业务后,向瑶函就萌发了借由地铁广告宣传自己的念头,“这是个不错的日常生活尝试”,当然他也曾犹豫过:“一种新模式刚起步,可能大家的接受度不会很高,这毕竟算抛头露面的事情”。向瑶函还提到,对于珠江新城站这种客流量较大的热门站点,个人广告投放价格有所提升,五天亮灯费用为999元,在综合衡量过后,他还是联系上

了广州地铁的相关销售人员。“要对广告页面不断进行修改审核,比如说每一个奖项他们都要进行核实,折腾了5天时间才定下来。”向瑶函介绍。广告正式上线那天,他特意跑到珠江新城站,“广告刊登的位置很好,我出了闸机就能看到,整个人一下子感觉心跳加速,呼吸急促,一开始肯定有点‘社死’,后面才慢慢平复下来”。

向瑶函看到很多人在他的简历灯箱前停留并拍照分享,与此同时,他的微信不断收到好友申请。广告刊登后,有400多人想要联系上他,其中包含50多家企业,有几家是他曾经投递过简历却没有得到过回应的。将简历放在人来人往的地铁口,新颖的想法和勇敢的实践给他带来了更多的机会。

不少企业伸来橄榄枝,但目前向瑶函没有选择入职,“我认识了很多志同道合的朋友,我想先去做自己感兴趣的事情。”他认为这次尝试也加强了他与他人之间的关联,他提到:“有些认识不久的好友看到我没动静了,会主动发来问候。他们不是看个新鲜热闹,单纯好奇我是不是真的通过这种方式找到工作了,而是真的关心我这段时间过得好不好。广州这座城市还是很温暖的。”

在简历刊登的五天中,向瑶函只要路过珠江新城站就会去看一看。不久,他慢慢恢复了平常心,“无论影响力有多大,这只是一个曝光的机会,真正能让我‘出圈’的还是我的硬实力”。广告撤下来后,向瑶函收藏了那块灯布,他说:“1000块可以买一个招聘软件的会员,或许能更精准推荐我的简历,但买不来这样有意思的人生经历。”



向瑶函和他投放的个人简历地铁广告

贰 大方展示,是一件美好的事

据了解,除了投放个人简历,广州地铁个人广告还支持投放生日祝福、节日纪念、亲子互动、宠物、明星应援等类型,内容均需符合国家广告法的相关规定,地铁方也会根据要求进行严格审核。随着向瑶函和他的地铁简历广告登上热搜,越来越多的人关注到广州地铁这项新业务,在社交平台上,可以看到不少人分享自己的个人广告投放经历,“生日祝福”是最为普遍的类型。

对于吴佳玲来说,为过生日的爱人投放一则地铁祝福广告,在乎的不是广告传统意义上广而告之的属性,而是想将其演变成一场充满创意与情感的惊喜仪式,因此在投放位置和展示页面上,她花费了很多心思。

“我想要我老公能看见,也要考虑到影响,希望哪怕被熟人看见,他也不害怕或尴尬。”吴佳玲解释道,因为丈夫性格内敛,倘若将广告投放在公司附近的地铁站,她担心被同事拍照起哄,惊喜变惊吓,因而选择投放在家附近的旺村地铁站,这样不至于太高调,价格也更便宜。她拜托朋友设计页面,整体风格定为像素风,因为丈夫喜欢玩游戏,两人的第一件情侣衫也是该风格。在生日蛋糕旁边,她特意设计了以丈夫为原型的超人形象,“他有了家庭,就像变成了超人”。

4月23日,在丈夫生日这天,吴佳玲找了个借口,两人带着孩子进入地铁站。“他还在等待安检,我就先指给孩子看,小朋友看到了就很高兴地大声喊起来,这是我爸爸!他拉着包跟过去才看到了。”吴佳玲回忆道,“他是那种不会明显表露自己情绪的人,一看就说太高调了。有个女生路过停下来拍照,他就更不自在了。”

吴佳玲与丈夫于2016年相识,相伴8年,她早已对丈夫的脾性了如指掌。即使丈夫在自己的生日广告牌前略显尴尬,她还是敏锐地捕捉到,在看到广告的第一眼时,丈夫微扬的嘴角。她想到之前在天河公园站,两人路过别人投放的生日祝福广告,“我瞄了一眼就知道是怎么回事,但他一直盯着看,我知道他是感兴趣的”。

31岁的李林雨喜欢热闹,不管是朋友生日或是日常聚会,她都乐于准备一些小惊喜,比如设计横幅、易拉宝,为生活增添趣味和浪漫;也曾在追星时,动手设计宣传物料,因而很容易就接到了在地铁灯箱上进行“应援”这件事。

6月10日,李林雨精心设计的生日应援广告牌在燕塘站上线。她将应援对象——自己的丈夫“骗”到了地铁站,想让他看到那句祝福语:“准哥,生日快乐,与你走过万水千山。”他隐隐觉



小卢和男友在投放的恋爱十周年纪念广告前合影

寻找伴侣,撒狗粮,找工作,炫格调……在地铁里投放个人广告,花式整活,也花式生活

叁 广告上的人原来就是现实中的你

与李嘉宇有同样感受的广告投放者不在少数。6月15日,小卢和男友一起出现在车陂南地铁站。“我当时捧着他送的花,让他给我录视频,然后我就一直走到灯箱前,他一下子就发现了。”在两人相恋十周年之际,小卢准备了一个惊喜,她在地铁投放了两人的合照,庆祝恋爱纪念日,纪念相爱过的十年。

“我看到他汗都冒出来了,然后我们俩在海报前拍了两张照片,他突然就拉着我往地铁出口走。”小卢回忆道,两人就在出口处待了十分钟,“他又说我们回去再看看。当时路过的人看到我们的海报,也看到在拍照的我们,我能感觉到他们祝福的眼神。”那天吃完晚饭后,小卢的男友又特地打车再次去看那则特殊的广告。“起初他是有点震惊和局促,但其实心里是喜欢的。”

小卢印象最深的,不是看到印着两人的大幅海报,在人来人往的地铁里大方宣告爱意的那一刻,反而是被拉着掉头,在地铁口冷静的那十分钟,这是同属两人的难忘时分,她在朋友圈记录道:爱与被爱都要落落大方。

22岁的小何今年刚毕业,她把在地铁上投放一则个人广告列入“毕业前想要做的事情”清单,“想让全世界都知道,我做了点疯狂的事情”。小何是个coser(角色扮演者),她在广告上放了几张由她扮演的角色照片,并写着:“终于毕业!愿我们终将成为每一个自己喜欢的角色!”对于coser来说,是cos自己喜欢的不同角色,对于毕业生的来说,是去找到一个自己想要的未来。”汉语言文学(师范)专业的小何,毕业后入职了游戏公司。5月24日,小何经由大学城北站,赶着去上班,她在站台看到了自己:灯箱上身着各式衣服有着各色妆容的、闪闪发光的自己。兴奋过后,没有过多停留,她赶着奔赴下一站了。

“被指到的人,请立即下班。不用怕,今天生日我最大。”“你知道早

餐不能吃什么吗?午餐和晚餐。”“无与伦比的SUKI,请和我结婚吧!”有人注意到,在遵守法律法规和社会公德的前提下,在地铁站内,一种概念上的“秩序”和“规则”的被打破,展现了广州对于个性、多元文化的包容,足够接地气、充满人情味,构成了这座城市独有的“松弛感”。

于是,越来越多条或诙谐搞怪或温馨甜蜜的个人广告出现在了广州地铁的灯箱上。这些个人广告的投放者们,不吝于将充沛的个人情感公之于众,从而使得地铁广告不再仅是冰冷的商业信息,而被赋予了温度,通过地铁这一流动的空间,交汇构建出短暂却温馨的情感交流场。

李嘉宇觉得,这种交流不仅存在于自己与他人之间,也存在于自己与自己之间。今年“五一”假期,受朋友向瑶函的启发,他也在珠江新城地铁站刊登了一则广告,内容不是求职,而是相亲。“00后寻找灵魂伴侣”,醒目的标题再搭配帅气的个人照,李嘉宇这则广告十分吸睛。他精心挑选合适的个人信息放出,包括自己的星座、爱好、特长,甚至是MBTI类型,以此来吸引同频的人。

广告刊登后,有两三百人向李嘉宇发来好友申请,其中也有人符合他心目中想要的样子,另有一些人,在与他交流中展示了他未曾见识过的品性与磨砺,令他深为敬佩,并与之成为好友,一直保持着联系。广告撤下来后,对于李嘉宇来说,能否真正找到“灵魂伴侣”已经不重要了。

“很多人说,我被你的勇气打动。我很开心能够去传递这样一种正能量,大家一起成为勇敢的人。如果不是这个广告,我也接触不到这样一群朋友。”李嘉宇提到,“最重要的是在这个过程中,我能找到自己,意识到自己喜欢什么样的人,再以同样的步伐去追赶。”

相亲广告刊登的前一晚,李嘉宇惴惴不安,他不知道明天会发生什么。第二天,当他看到自己的照片,能以一米五左右的高度,在广州CBD的一个繁华地铁站中夺目展现,在害羞过后,振奋和自豪涌上心头。亮灯的五天里,他时常过去看看。有一回,一对父子停下来拍照,看到李嘉宇也在拍,犹豫了好几次,上前问他:“照片上的人是不是你?”

在以往的地铁中,我们常见商品、企业或是明星出现在不同大小的电子屏或灯箱上,即使天天擦身而过,广告世界与现实生活照常泾渭分明。而在地铁允许个人广告的投放后,借由这个公共窗口,每一个普通人都能成为自己故事的讲述者,同时也能够成为某人生活中不期而遇的惊喜。

真实的情感能够被感知,鲜活的个体能够被看到。“那一下的感觉很奇妙。”李嘉宇说,“广告上的人,突然间就出现在眼前了。”



吴佳玲为丈夫投放的生日祝福地铁广告



李嘉宇站在他投放的相亲广告一旁



有本版新闻线索
请扫码加群报料