



纵观过去一周在社交平台上“起号”最快的，当属最近刚结束中国行的“甲亢哥”(IShowSpeed)了。根据新榜数据统计，“甲亢哥”最近一周(3月31日-4月6日)涨粉超151万。

自3月21日发布第一条抖音视频起，“甲亢哥”7天涨粉126万，和音乐翻唱博主“田一名”合唱洗脑歌曲“Super Idol的笑容都没你的甜”，点赞数超242万。4月7日，“甲亢哥”在小红书发布了一条入驻视频，2天内小红书账号吸粉57.5万。如果每个自媒体博主起号都像“甲亢哥”一样简单，那真是不愁了。

事实上，近两年来入驻抖音和小红书、B站的国外明星、网红越来越多。尤其是早年间曾在中国刮起一阵猛烈“韩流风”的韩国艺人们，也在不知不觉中又以抖音、小红书回到了大众眼帘。Kpop(韩国流行音乐)的风又刮起来，韩流要重新返华了吗？

“甲亢哥”一周涨粉151万，EXO、JENNIE带头空降“营业” 流量新战场 韩流借抖音小红书卷土重来？

A 韩星扎堆空降中国社交平台

金秀贤事件让大众再次想起2014年《来自星星的你》，不免提到剧中的笨蛋美女大明星全智贤。今年2月，全智贤就以“国民女神”身份空降小红书，首条视频用中文打招呼并分享护肤心得，迅速吸引十几万粉丝。尽管账号由品牌合作方运营，但认证信息显示为本人授权，内容涵盖日常穿搭、旅行Vlog及新剧幕后花絮。

2月21日，韩国女团BLACKPINK成员JENNIE正式入驻小红书和抖音，瞬间在网络上掀起了“惊涛骇浪”，首条问候视频一小时内就收获超百万点赞和数十万条评论。截至4月9日，JENNIE在小红书和抖音的粉丝共计破440万。

此外，BLACKPINK、EXO、Stray Kids、TXT、Seventeen等韩国团体，以及宋慧乔、刘在石、朴叙俊、李敏镐等在国内有一定知名度的韩国艺人这两年也都纷纷开通了中国社交平台账号，开启了自己的“营业时间”。

尽管近年来韩国艺人甚少在中国大陆活动，但来自“邻居”的消息一直不断。别的不

说，就看微博常年不断的热搜，有关韩国艺人的不在少数。金秀贤事件持续了多久，就在微博霸榜了多久。

Kim是韩国男团Super Junior的老粉丝。她向记者展示了自己的航旅纵横飞行记录，为了看演唱会和线下演出，她平均每个月都要从广州往返一趟首尔。“就当周末特种兵去旅游，5年多次签往返也很方便。”Kim表示。

羊城晚报记者查阅OTA平台发现，广州直飞韩国首尔的航班每天有8趟。如果选择中转的话，每日有近60趟航班可抵达韩国。

通过浏览韩国艺人在社交媒体上发布的内容，羊城晚报记者发现，Kpop爱豆多使用的是将音乐、舞蹈、生活内容等文化元素融入本土化表达。在小红书上轻社交，发布生活化内容和穿搭分享等；在抖音上强互动，分享舞蹈、直播等提升用户参与度。

目前来看，抖音、小红书等社交媒体为爱豆们提供了低成本、高效率的内容分发渠道，同时也在倒逼韩国娱乐产业优化内容创作。

入驻中国社交媒体，努力说着中文“营业”，为什么韩国爱豆还是放不下中国市场？

从粉丝量层面上来看，中国拥有超3亿Z世代人口，对韩流文化(如K-pop、韩剧、美妆等)接受度高，形成稳定的消费需求。而在购买力上，当年那波被韩流风深深吹过的粉丝如今已经进入职场，具备了稳定的购买力。在此背景下，爱豆们通过入驻抖音、微博、B站、小红书等平台，能够直接触达这一群体，挖掘粉丝经济潜力。

早前，退出中国大陆市场后，韩国将目标瞄准了日本市场。尽管购买力也足够强劲，但要在“本土势力”强大的日本娱乐市场分一

B “爱豆”流量之下都是真金白银

杯羹，显然不是那么容易。随后，韩国经纪公司也开始发力欧美、南非市场，不过由于文化差异过大，并没有取得十分亮眼的成绩。

相比之下，这些年尽管不能来中国大陆表演，但中国粉丝表现出的爱依旧不散。以早前在国内大火的韩国男团EXO为例，据粉丝站统计，2024年，EXO成员吴世勋拍摄的两本中国杂志销量破40万本，销售额破2700万元。2024年，EXO成员边伯贤发售个人新专辑。其中专辑总销量120万，“中输”(中国粉丝购买额)高达80万。两组数据足可见中国粉丝购买力。

除了直接的销量外，广告、代言、线下活动等商业资源同样很

“厚实”。去年年底中国对韩国开放免签政策后，大量韩国网红出现在上海等中国城市街头，并在小红书等社交媒体发布视频。据媒体报道，有韩国网红在小红书的广告报价高达60万元，部分博主甚至开设淘宝店，形成“内容种草-电商转化”闭环。

不过，羊城晚报记者观察发现，尽管能感受到欧巴、欧尼们在努力蹭中国的网络热点梗，但目前他们还是不够与时俱进。例如EXO成员边伯贤2025年玩的梗还是“666”。随着爱豆们在中国的签售等“营业”活动越来越多，不少粉丝也对“频繁捞钱但还是会说你好、谢谢、我爱你”的行为表达出了不满。

C 文化交流促经贸关系升级

期，两人就与小红书合作了“韩流文化月”活动，推出限定版周边抽奖。

总的来看，韩国团体的入驻不仅是文化输出，也推动了中国消费者对韩国生活方式的认知，如韩式餐饮、旅游等。例如，上海“含韩量”激增现象，带动了当地旅游、餐饮等消费，形成了文化与经济的良性循环。

随着韩国爱豆的入驻，中国社交媒体热情迎上。2024年底，Super Junior成员李东海、李赫宰分别在小红书开设个人账号。账号开设初期，两人就与小红书合作了“韩流文化月”活动，推出限定版周边抽奖。

2024年5月26-27日，第九次中日韩领导人会议举行，会后

三国领导人共同会见记者，宣布决定将2025-2026年定为中日韩文化交流年。

近日，第13次中日韩经贸部长会议举行，三方会后发表联合声明提出深化数字经济、供应链等领域务实合作。对此，商务部新闻发言人在例行新闻发布会上表示，商务部将同中韩、日经贸部门认真落实好会议共识，推动各领域经贸合作持续走深走实。

晚晚好彩·福彩 A8

730万元！

广州福彩“快乐8”赠票活动即将开启

为真情回馈长期以来关心和支持福利彩票事业的彩民朋友，广州市福利彩票发行中心将自2025年4月14日起，在全市范围内开展“快乐8快乐大赠票”促销活动，本次活动共安排赠票资金730万元，针对快乐8游戏两种玩法开展赠票。

据悉，本次“快乐8快乐大赠票”活动将于2025年4月14日正式启动，针对“选九玩法10个号码复式”和“选十玩法11个号码复式”两种玩法展开赠票。活动期间，凡在广州市福彩销售站点内购买20元的快乐8游戏“选九玩法10个号码复式”的彩票一张且中奖的，可获赠机选22元的快乐8游戏“选十玩法11个号码复式”的彩票一张；购买22元的快乐8游戏“选十玩法11个号码复式”的彩票一张且中奖的，可获赠机选20元的快乐8游戏“选九玩法10个号码复式”的彩票一张。以上两种投注方式

两种复式玩法可参与赠票。

活动中奖彩票金额累计达到730万元当期快乐8游戏期后结束，活动结束之日起为本次活动赠票兑领截止日。截止日后不可兑领本次活动的赠票，兑截止前未兑领视为自动放弃领取该中奖彩票的赠票，仍可按游戏规则兑领正常的中奖奖金。

“快乐8快乐大赠票”活动即将开启，彩民朋友不妨趁此机会奉献一份爱心，收获一份幸运，把快乐带回家！广州福彩同时提醒，各位彩民朋友在参与赠票活动时，也要根据自身情况做好购彩预算，理性购彩，量力而行，切勿盲目投注。

D 福彩知多D

快乐8复式投注

复式投注是指所选号码个数超过单式投注的号码个数，所选号码可组合为每一种单式投注方式的多注彩票的投注。快乐8游戏各玩法均支持复式投注。

以本次活动的两种玩法为例，“选九玩法10个号码复式”是从1-80个号码中，选择10个号码进行选九玩法投注，单注投注金额20元。如10个号码中有其中4个及以上号码与当期开奖号码相同，或其中9个及以上号码与当期开奖号码全部不同，即为中奖。如10个号码全部与当期开奖号码相同，则单票最高可中奖金300万元。

“选十玩法11个号码复式”是从1-80个号码中，选择11个号码进行选十玩法投注，单注投注金额22元。如11个号码中有5个及以上号码与当期开奖号码相同，或其中10个及以上号码与当期开奖号码全部不同，即为中奖；如11个号码中有任意10个号码与当期开奖号码相同，即中得快乐8“选十中十”，单注最高奖金可达500万元；如11个号码全部与当期开奖号码相同，则单票最高可中奖金5500万元。

羊城晚报记者 黄颖琳 通讯员 郭新庆 盘芷滢 插图 采采



偶数反弹和值下降

——析福彩玩法走势

双色球：08、10、12、18、22、27后区：02、07、15。
福彩3D：05、06、07。

(源源)



彩票开奖公告栏

开奖时间：2025年4月9日

E 排列3排列5 第25089期

本期全国销售总额：14045100元，本期中奖总额：10930348元；奖金总额：13030318元。

本期销售量：3991528元；本期中奖金额：2581556元；奖金金额：3000000元。

本期销售量：1098668135.56元；奖金金额：7122988.6元。

本期销售量：1098668135.56元；奖金金额：7122988.6元。