



文创周刊订阅号

A1-A4

2019.7.12

总第468期 今日4版 周五出版(双周刊)  
主编 卢扬 执行主编 郑蕊

# 明星饭圈的应援生意链

随着暑期的到来，演出市场与选秀节目也逐渐升温。SNH48 GROUP第六届偶像年度人气总决选中报刚刚发布，爱豆位次竞争背后，粉丝们的拉票斗法也堪称一出大戏。因共同宠爱目标而聚集的“追星女孩/男孩们”，操着独特的饭圈用语，在为“崽崽”集资、应援的过程中形成默契分工和行规。一个爱豆背后，有稍显“官方”的后援会，有相对野生的站子，组织细分为管理层、数据组、文案、前线、应援等角色，奔着一个目标以真金实银为其换人气。某官方后援会负责人向北京商报记者解读了饭圈生意：有人花钱为爱发电，也有人借助偶像的光与热，走上了职业追星的致富路。



## 赔多赚少

在娱乐新闻纷纷扬扬的当下，每天都可能是饭圈“洒金”的节日。7月8日发布的SNH48 GROUP年度人气总决选中报让李艺彤粉丝欢天喜地，爱豆以489706票斩获第一。

“在线购买的电子票，大约折合50元/票。还有其他方式，一张78元的总选EP附带一张投票券；最合算的是购买‘大盘’，售价1680元，附带48票的投票券，大约折合35元/票。”谈到投票，粉丝小王乐在其中。以50元一票粗略一算，小王的“同好们”以2400多万元助力爱豆此次登顶。

“应援比拼的就是排面”，踏入饭圈那天起，追星女孩杨辰便意识到追星是要有财力的，因此她想到了一种边花钱边赚钱的方式。

“大站子出的周边都会有很多人买，用自己拍的照片做一些PB(写真)、手幅、钥匙扣之类的小东西，制作成本也就几十元，但卖的时候都上百，买的人又多。”杨辰讲道。

杨辰的赚钱方式，在常年混迹饭圈的“老油条”们看来只能算得上是小打小闹。粉丝小明是追行程的“站姐”，除了拍自己爱豆之余，还会接手一些其他爱豆的代拍。据她介绍，在“代拍群”接到一个活，拍200张照片赚到1000元，快修一张图片20元。“只要有新鲜血液进入娱乐圈，就会有人开站子，有人开站子就有代拍、代修。”

粉丝“阳光下”的明面儿生意与应

援的“为爱发电”之间关系微妙。杨辰表示，曾经见过大粉突然代发宣传广告之类的信息，因“观感实在不好”遭到其他粉丝的指责。据了解，艺人公司也会看情况出面禁止站姐卖照片的做法；虽然有时候一单下来收入不少，但与追星的支出相比，肯定是赔多赚少”。

## 分工有责

随着造星模式由星探挖掘到卫视选秀，再到互联网养成，在娱评人纳兰看来，星粉关系正在经历着微妙的变化：“传统媒体时代，粉丝以偶像为中心，而在网络媒体时代，粉丝质疑偶像背后资源和团队的声音逐渐出现。当下偶像选拔过程中粉丝具有决策权，是一种双向的共生共长。”

对于偶像成长背后的另一条隐藏剧情，一知名组合官方后援会负责人海蒂向北京商报记者解读了自成体系的应援文化与饭圈“工种”。

谈到与日韩圈的差别，海蒂感到国内粉丝更为忙碌。“日韩圈支持爱豆主要是以买专辑追演唱会为主，韩圈可能还有各种刷音源‘拉票’拿打歌节目的奖项。但内地娱乐除了各种打榜投票之外，还有微博的转评赞是需要数据组特别花费心力的，尤其是一些营销号微博底下的控评，很有特色。”

粉丝为了配合官方节奏，持续好几个月组织打榜、轮博，成功抢占了各类指数、超话，将爱豆送上了顶级流量位置，为围观群众制造了“到哪都是XXX”的印象。

集万千宠爱于一身的爱豆背后，各种名头的后援会、站子几乎是自发扮演着公关与外宣部门的角色。据了解，有的后援会为明星所属公司有意策划组织，也有的为官方默认的存在；而站子多为野生的自发集合。海蒂对其会内分工相当熟悉：“通常来说，后援会的组成部分是管理层、数据组、文案、画手、美工、前线、应援。管理层负责决策，分配指令，还有跟公司相关负责人沟通协调。”

身为后援会中的“高层”，海蒂也感受到一条隐形“鄙视链”的存在：“追行程的站姐，也就是出图的前线瞧不起屏幕饭，屏幕饭里有钱拼销量的瞧不起不出钱白看图的，说到底就是有钱的瞧不起没钱的。反过来屏幕饭也会指责跟机场拍图的，会觉得她们打扰了爱豆的业余时间。”

基于一场场真金白银的养成法则，也有人抛去应援，只想致富。据了解，有公司专门培养职业粉头，做的就是赚差价的事；还有人会捕捉还未大火的偶像建站，有些等偶像火了转手卖站子赚钱——在海蒂和杨辰看来，这些都是饭圈公开的秘密。

## 野蛮生长

艺恩数据发布的《中国偶像迭代研究报告》显示，2020年中国偶像市场总规模将超过1000亿，偶像产业立于风口”。不言而喻，粉丝经济组成了这块诱人的“蛋糕”。

“饭圈不复往昔，没钱别提爱。”粉丝当道，坊间还流传着“站长混得好，别

靠大海”的说法。靠追星致富的粉头贪污甚至携款跑路的乱象也比比皆是。杨辰告诉北京商报记者：“据我所知，之前白敬亭粉丝有卖周边不发货然后带钱跑了的，最终好像是艺人公司把坑填了，把钱退了回去。蔡徐坤有个粉丝卷走了300万元最后也不知道怎么样了，也有那种集资之后钱没花完或者出了变动没花成，就美其名曰以后留着应援，最后可能也不知去向了。”

应援始终是一笔糊涂账。虽然大多数后援会的账目明细是公开的，但仍不乏许多灰色地带。例如韩国男团防弹少年团成员金泰亨生日应援的资金明细中显示，其中有购买名表一块，但爱豆是否收到礼物是无法证实的。此外，买粉、刷数据这些无法摆到明面的线上数据交易，也无法透明化处理。

长期混饭圈的粉丝杨辰的心态已堪称佛系：“后援会集资是最容易吞钱的，粉丝这种时候一般只在乎应援效果。给你1万元，你花8000元做出2万元的效果，2000元你和团队分了，ok。给你1万元你做出2000元的效果，吞了8000元，不行。”

纳兰指出，饭圈正在产生额度越来越大的经济往来，却始终缺少有效的第三方工具，使其工具化、制度化的执行，这可能也是互联网产品的机会。“随着社区、网站、粉丝群等方式逐渐丰富，专业的应援公司、数据维护公司有待更加深度和工业化的开发。”有业界人士看到，空子也是未来的机遇。

北京商报沸点调查小组/文  
张彬/制图