

# “网络红人”现象出现10年,也催生了“网红经济”—— 看看“网红”们是如何赚钱的



从  
2005年到2015年,在中国  
的互联网世界里,“网络红人”在  
追捧与争议声中走过了10年。BBS时  
代,推手们锻造了“芙蓉姐姐”的S形;  
自媒体时代,“网红”们在“BAT”(指百  
度、淘宝和腾讯)所代表的各种“帝国”  
下游走,打造自己的锥子脸;而现在,在  
互联网+时代,“帝国”开始接手“网  
红”,孵化无数张“锥子脸”——“网  
红经济”也由此而生。

芙蓉姐姐

袁叔

## BBS时代的“芙蓉姐姐”

形象,是现在史恒侠(“芙蓉姐姐”原名)要极力在公众面前维系的,因为她要告别曾经的那段历史,她希望别人不要再把自己归为“网络红人”一脉。

“一提‘网络红人’,人们就会想到那种靠脱衣服吸引眼球、很低俗的那种。”史恒侠坚信自己当初的走红是因为美丽和真诚。

2002年,史恒侠在北京准备考研的同时还在以教自编健美操谋生。为了宣传健美操,她以“芙蓉姐姐”的网名把一些造型照片发到了北大BBS上。这些照片中就有那个经典的造型:长发披肩,眼神犀利,双臂抬起,上半身与下半身呈S形姿势。

“在我看来,她给人一种戏剧效果,我当时看她就有看小品的感觉。”陈墨说。10年前他的身份是——“芙蓉姐姐”的网络推手。

### “草根”造星

陈墨承认“芙蓉姐姐”当时在高校论坛已经有些名气,但她迅速走红,成为“网络红人”却是因为背后人为的推动。陈墨说当时“天涯论坛”想找一些话题炒热,他们通过自身的监控以及网友推荐发现了在高校BBS上活跃并有些小名气的“芙蓉姐姐”,于是便找到他们几个版主,希望能够推广炒热这位“芙蓉姐姐”。

陈墨负责拍片子,再找网络写手写文章,找其他网站跟进,根据自己在宣传工作中得来的业务关系,再找传统媒体的记者进行报道,“这种方式就是用草根来炒热草根”。陈墨说。

“当时天涯正在寻找投资,‘芙蓉’成功以后的三个月,天涯获得了500万美金的投资。”陈墨说这虽然不能完全归于“芙蓉姐姐”的走红,但是“芙蓉”所带来的流量变化,至少是对天涯获得高额投资的一个推动。

### 推手“洗白”

作为推手,陈墨说他与“芙蓉

姐姐”更像导演与演员的关系,而不是经纪人这种关系。开始的时候,“芙蓉”很听话,但是后来越来越“独立”,这种松散的合作关系随着双方目的的实现也就逐渐结束。

与其他网络推手不同的是,陈墨最后选择了转型。一方面是不得不承受来自社会道德层面的压力,“那时大家是不敢在明面上谈论用网络红人挣钱的。社会上也不管我们叫推手,而叫幕后黑手,好像我们做了什么坏事似的。”另一方面,通过炒作“芙蓉姐姐”等网络红人,陈墨看到了更大的商机——为实体企业做网络营销策划。

陈墨把自己的转型称之为“洗白”,而“洗白”的结果就是直到他创办的网络营销公司还好好地活着,而当年选择继续做网红经纪生意的“立二拆四”却锒铛入狱,至于另一个曾经推广过“天仙妹妹”的“老浪”,据陈墨说其公司也面临着经营等方面的问题。

### “芙蓉”脱红

2012年左右,“芙蓉姐姐”突然在互联网上消失了,这又引起了人们对她的各种猜测,诸如自杀、生孩子等等。而2014年“芙蓉”重现互联网的时候,人们发现她已经变成了另一种样子:尖下巴,小细腰,穿着也更时尚。

有人说她要把自己塑造成“女神”,她自己则说不要做“网络红人”,要以“励志姐”的形象示人。现在,她在一个老板的公司里成立了工作室,忙于走秀、拍微电影,并计划将来能够投身美容美体行业,产品则是她自制的养生汤和健美操。她说正是这两种产品让自己在不用节食的情况下成功减肥,变得更美丽。目前,“芙蓉”正在寻找愿意为健美操投资的商家,而她则以品牌入股:“朋友说我的品牌价值至少会是几个亿。”

## 自媒体时代的“袁叔”

“现在网络红人的门槛非常低,任何人只要买几万粉丝,卖点东西,就能成网络红人。”廖劲锋说话很快,不住地挥摆着白皙的小手:“‘芙蓉姐姐’等第一拨网络红人是不会自我经营的,而我们属于自媒体,有自己的传播力。”

廖劲锋,网名“袁叔”,虽然去年刚从中国传媒大学本科毕业,但现在已经是一位在微信上拥有百万名粉丝的“成长型”网络红人了。

### 卖烤白薯给“好看的人”

把一个被称为纯天然的、无农药的白薯,放进电烤箱烤熟,然后放进一个精致的纸盒子里……这就是“袁叔”烤白薯:一种定价高于普通烤白薯数倍并且“卖给好看的人”吃的烤白薯。

这就是“袁叔”想“引流”粉丝进行消费的一个项目。“我当时想创业,烤白薯成本又低。”“袁叔”说,“我是想往减脂、塑身方向走,‘烤白薯’很逗乐嘛,是一个‘眼’,投资人会觉得很有意思,便会拿出钱来做。”据“袁叔”说,投资者是一个朋友的朋友。

经过几番波折,现在,市面上已经找不到“袁叔”烤白薯了——经历了半年后,“袁叔”不卖了,原因是他的“烤白薯”遭到了前员工的曝光。对此“袁叔”也发文称其污蔑并逐一进行了反驳。“我是要把这个红薯做成一个‘眼’,之后再进阶做‘代餐’,但现在……被‘咬坏’的东西,我还留着它干吗?”

### “帝国”下寻找规划

“袁叔”说:“我们也是受‘BAT经济’影响。马云他们真的是像帝国一样,而我们则是在他们下面游走,寻找自己的规划……”

互联网营销专家肖震曾经撰文写道:“这些所谓的‘互联网思维’代言人,就像坐在汽车副驾驶

置上的孩子,摆出一副开车的架势,以为自己掌控着汽车的方向。但无论是汽车还是道路,其实都不在他们的掌控之内。”

“帝国”下游走的“袁叔”是否掌控了方向,没有人能够确定;但可以确定的一件事是,“帝国”开始抱团掌控“网红”们的方向了。2015年8月下旬,淘宝首次提出了“网红经济”的概念,并提出挣钱的新思路:利用淘宝,建立网红孵化器,培养网红,增加粉丝流量,促进网店销售。

### 电商成功孵化“网红”

以自身的名气开网店挣钱,“袁叔”把这样的“网红”称为“低阶”网红。据淘宝称,目前淘宝平台上已经有超过1000家网红店铺。

“优依”,一位淘宝平台上的“网红”,利用网红身份开网上服装店才半年,但现在,这位“低阶网红”每个月的流水就有几十万元。

“优依”说,去年有一家专门做淘宝运营的电商找到她谈合作,对方提供前期费用,并提供材料、根据版样实现成衣、供货、发货等,而她主要负责拍照、修图、选款、下单就可以了。

“优依”说,自己并不懂粉丝经济,但是合作的电商会给她关于如何“拉粉”的建议,例如告诉她如何与粉丝沟通。

事实上,现在在淘宝上,这种“红人”与“孵化器”的合作已经不是新鲜事了。

据一篇名为《网红经济学:再造1000个ZARA》的文章报道,一家孵化器公司可以为一个新晋红人提供30余人的幕后团队,其中,10余人全职为她服务。文章转述了一位网红孵化器公司负责人的观点:观众更愿意看到周星驰在电影里的样子,“我们做红人店铺也一样,观众需要一个演员。”

(扬子)

## 新闻 热辣评

### “国产手机不能上飞机”—— 金立手机的营销好low



据说,现在拿国产手机都不能坐飞机了!怎么回事?

昨日凌晨,网友“折翼的斯坦尼”在微博分享了一条视频,引来大批网友关注。视频一开始,是一男一女在争执,随后吵架升级,穿着光鲜、手挎名包的女子冲着男子重复叫嚣:“用国产手机的坐什么飞机,来什么VIP啊!”

据了解,事发地点为上海浦东机场VIP休息室门口,两人均为机场旅客。争执的起因因为男子走路时不小心将女子手中的苹果手机撞落在地,随后女子大怒。男子道歉后,女子仍不依不饶破口大骂,不断强调自己用的是最新的玫瑰金iPhone6S,在发现男子用的是国产手机后,便开始嘲讽男子,说“你拿国产手机有什么脸来坐什么飞机”“你去坐火车好了,来什么VIP室啊!”

其间,男子偶有两句反驳,视频中虽听不清说了什么,但态度很好。随后,男子问女子手机价值多少,可以考虑赔钱时,女子狮子大开口,让男子赔5万元。男子向女子道歉后,女子更直呼,“所以说我拿把刀把你杀了再跟你道歉就有用了是吗?”

当男子提出5万块钱赔偿是“讹人”时,女子反驳道:“我告诉你这手机是我从美国买的,路费、人工费不要算啊?”

最后,女子抢夺男子的国产手机并摔在地上,事件才得以解决。

两人的吵架视频被发布到网上后,网友们纷纷留言,斥责这名女子的恶劣言论。大多数网友认为,不管该男子是不是故意的,该女子大闹机场,在公共场合辱骂他人的行为都应该受到谴责,尤其是其对国产手机用户的辱骂和嘲讽,更是引得一众网友大骂其“崇洋媚外”。

随后,又有网友分析这可能是一条假新闻,因为视频在清晰度不高的情况下反复提到该男子使用的是金立手机,金立手机也随着这则视频火了一把,“一看就是金立手机在炒作”!

### 热辣评论:

- 1.拿玫瑰金也成一种优越感了?莫名觉得现在拿着苹果手机好丢人!
- 2.你人都是国产的,你也别上飞机了,出门忘带教养了吧?
- 3.通过抹黑苹果和女人的低端营销,金立手机好low!

(晚宗)