

一窝蜂做“网红主播”小心被“网住”

湘湖时评



■本报评论员 刘殿君

过去如果问:哪个行业从业人员最多,或许答案是建筑工人,超过8000万。而如今,有人则戏称是“网红主播”了。

的确,一项数据显示,目前中国注册的网红主播有1亿4千万,其中以网红主播作为谋生职业的,至少5000万人。而这些人,基本上都是20至35岁之间的年轻人。

也就是说,你身边每10个人当中,或许就有一个曾经做过网红主播或正在做网红主播的。

近年来,网红经济在中国迅速崛起,成为了一种新的经济形态和社会现象、文化现象。网红经济以互联网为平台,通过自媒体、短视

频、直播等形式,将流量转化为经济效益。由此,很多人“跟风”杀进这个“红海”,以求短时间“暴富”。

不可否认,在网红经济兴起的早期,一些人抓住了“风口”,依靠各自的“独门绝技”,在平台上收获了大量粉丝,靠着“打赏”、带货等收益方式,赚得盆满钵满。

眼下,直播业依然如火如荼,冲着风光和名利,许多大学毕业生也一头扎进这片“红海”。虽然有极少数人站到了风口浪尖,日挣千金,但更多的手,浪费了大量时间、精力和财力,始终沉浮海底,看不到“出头之日”。据统计,90%以上的网红主播,月收入不到5000元。

这种物质化的现象,已经开始侵蚀年轻一代的价值观了,为此,很多社会学者和教育专家纷纷发出呼声:希望有效引导和规范直播行业,让年轻人树立正确的择业观、价值观,不要一窝蜂地走进“直播间”。

笔者的一位朋友,孩子大学毕业根本就不想出去工作,非要躺平“窝”在家里当一名网红游戏主播,问其原因,答曰:工作轻松收入高。可两年多过去,非但没有收入,个

倒是打赏出去20多万元。

不少初中、高中的老师朋友,也向笔者表示了担忧:现在班上几个孩子时常聚在一起讨论,以后的梦想就是当一名网红主播。无疑,这些现象已经猛烈冲击着整个社会的价值观,也严重威胁着年轻一代的思想观念和认知取向。

不少高校学者纷纷提醒:毕业生在择业上,一定要扪心自问,心底的热爱到底是什么。在这个很“卷”的时代,热爱是最好的老师,也是最强的内驱力。如果仅仅为了钱,高校学生一窝蜂去做网红,这是对高校资源的浪费,也是对自身才华的浪费。

如今网红经济呈现出了“一阵风”和“一窝蜂”的趋势。虽然看起来很红火,但实际上并不像表面上那么好,很多“网红现象”是一些推手靠着“剧本”推动的。甚至有些所谓的“红利”,只是团队在互联网上的炒作和包装。而那些所谓经常出现“排队现象”,也是人为的假象,很多人常常充当了被收割的“韭菜”。

不可否认,从积极的方面来看,网红经济带来了审美的多元化和个

性化,也起到了娱乐化甚至购物方便化等作用。它的出现,也极大地丰富了大家的社交方式和内容,使人们可以通过各种渠道了解到不同风格、不同地域的文化。

但网红经济也引发了社会的商业化和物质化。在网红经济的影响下,社会出现过度商业利益和物质化的情况,并在一定程度上对年轻人文化和精神生活产生了部分影响。

一些媒体平台、网红,一味通过商业化和物质化的方式来吸引粉丝,并以此依靠“流量”获得高额收入。对此,社会各界要引起重视,对其应进行有效的规范和治理。

事实上,当下直播已逐渐呈现了去网红化趋势,尤其直播带货领域,已经走向了以市场供应链为核心的系统生态,非专业人员很难实操获得可观收益。当下,很多自带流量的明星都已经停播,头部达人流量也下滑,这是行业从爆发走向稳定的必然过程。

专家呼吁,年轻人尤其是大学毕业生,一定要看清直播行业本质,且不可盲目进入,以防被“网住”。

向市民兑现承诺的“萧山速度”值得点赞



■本报评论员 靳林杰

10月7日,随着举重项目男子109公斤以上级A组比赛结束,在萧山体育中心场馆群的亚运赛事项目宣告全部完成。

仅间隔一天,10月9日,一则官方通知让很多萧山市民感到惊喜。除亚运运动会期间还将举行举重赛事的中心体育馆暂不开放以外,中心体育场(足球场)、网球场、智能亚运体验馆空间都在10月11日起对市民开放。

亚运场馆结束亚运赛后“火速”开放于民,兑现的是此前对市民的承诺。

根据此前报道,赛后萧山体育中心场馆群将全面落实全民健身计划,做好面向社会免费低收费开放工作。把承诺落地,才能让市民真正享受到“亚运惠”。

而萧山人民对这片场馆其实是有感情的。萧山体育中心位于城区“中轴线”上,萧山人心目中名副其实的体育地标建筑。借着亚运的东风,这里变得更智能、更靓丽,而随着亚运会结束,这里火速回归于民,能够让更多市民享受到亚运的红利,感受运动带来的美好。这不,10月11日,已有“动作快”的萧山市民走进萧山体育中心。

服务“一场会”,造福“一座城”。当亚运的光环逐渐褪去,我们终究要把目光瞄向普通市民。让亚运会变成“亚运惠”,后亚运时代,造福更多市民,才是“终极课题”。

体育赛事是充满魅力的,亚运期间,不少萧山市民也在家门口的亚运场馆亲历亚运,但亚运结束,如何让高规格赛事的“高光时刻”在市民心中永存,如何让热闹之后的生活继续光彩无限,将亚运场馆火速开放于民,或许是最直接最有用的做法。

我们有理由相信,投入4.28亿元改造升级后的萧山体育中心场馆群,其价值绝不仅仅是亚运赛事期间的精彩亮相,而是最终让每一位走进场馆的市民感受到体育运动魅力,感受到高标准场馆让体育运动可以“更快、更高、更强——更团结”。

所以,体育赛事的魅力绝不仅仅只停留在赛时,而是会持久发力。当亚运会最终的落脚点放在了“惠民利民”上,获益群体是巨大的。

在亚奥理事会与杭州亚组委赛后总结主题新闻发布会上,亚奥理事会终身名誉副主席魏纪中称:“如果要给这届亚运会打分,我们的分数是99分,剩下的一分留待未来进步。”

那么,杭州亚运会到底能够打几分呢?到底是不是“一届成功的亚运会”?相信每一个人都有自己的评分标准,但当赛会成果与民共享,作为市民,内心必然会为这届盛会“狠狠加分”。

而萧山体育中心场馆群的“火速”开放,让市民对这里的未来有了更多期待。点赞“萧山速度”,也期待“亚运红利”的持续释放,让更多人参与到体育运动中,让体育盛会永不落幕,让亚运会成为真正的“亚运惠”。

请用足够的长情 培育运动细胞



■本报评论员 王肖君

10月初,陆续有一些名人的噩耗传来:“90后”知名网络历史小说家七月新番,日前因肺癌在昆明家中病故;《乡村爱情13》刘能的扮演者演员赵明远,10月14日因突发脑出血逝世;被誉为“诗歌天才”的青年诗人王芎远于10月离世……

人们不免感叹他们去的“有些早”。特别是出版诗集《布袋里的信仰》《她们这样叫你》的王芎远,才25岁。

他在《夏天到了,春天还没来》的诗篇中写道:“夏天到了,春天还没来。就这样,你出人意料地来了,就这样,星星还在发光。山就这样建起来了,水就这样干了,云就这样成了天的蒲扇……”

从诗歌的意象来揣摩,全然没有一种颓废,而是积极的阳光气息。他又为何如此之快地结束了来地球的旅程的呢?

另一个年轻作家七月新番,生于1990年,33岁就辞世,令人痛惜。他是中国作家协会会员,是网络历史小说代表作家,著有作品《春秋我为王》《战国明月》《秦史》《汉阙》等,他的创作中断于三国篇。

在七月新番的个人账号上,他留给这个世界的告别语是:“七月没有离开,他只是去了另一个世界,但他的故事,还在继续……”

每当这些噩耗传来,我们总不免要审视一下自己的状况,是否也踩了健康的“雷区”。

从报道中看到,去年4月份,七月新番在持续一年多时间的乏力、疼痛、咳嗽之后,才真正重视起来,到大医院就诊,确诊了肺癌。后来肺部原发病灶增大,癌细胞转移到了肝脏……

但七月新番写道:“尤其是我才31岁,还不吸烟!生活习惯是‘小奸小恶’,可谈不上‘大奸大恶’,就忽然遭遇这一切,一时间有些懵。”

其实,有一些中医知识的人可能会知道,不健康的情绪是疾病的主要原因之一,特别是焦虑情绪。作为一个网络小说连载作家、一个演员或一个新生代诗人,很有可能面临各种焦虑情绪,日复一日积累,没有积极地寻求化解。

而对于焦虑等负面情绪来说,适量的运动是最优解,这也是顶级赛事杭州亚运会留给我们的余温:每个人最好能“文明其精神,野蛮其体魄”。

苏东坡爱跑步,在一封写给给他姐夫的信中,他说起自己的运动习惯:“晨兴疾趋必十里许,气损则缓之,气匀则振之,头足皆热,宣通畅适,久久之,当自知其妙矣。”

苏东坡说的妙处,日本作家村上春树也有过不同的表达:世上时时有人嘲笑每日坚持跑步的人:难道就那么盼望长命百岁?我却觉得因为希望长命百岁而跑步的人大概不太多。怀着“不能长命百岁不打算,至少想在有生之年过得完美”这种心情跑步的人,只怕多得多。与其稀里糊涂地活,目的明确、生气勃勃地活当然令人更满意。

当杭州要朝着打造国际赛事之域的目标奋进之时,也少不了公众对健康的警醒和对运动的“长情”式培育。

这世上最值得珍惜和护持的,是我们的身体,而最终把握我们身体健康的也是自己。当我们的身体能量有存量时,我们一定要开启运动模式。

因为,对我们的身体来说,吃饭睡觉像是存钱,而运动工作像是投资,不能光花不存或只存不花,必须构建出一种平衡的健康模式。



大闸蟹骗局

金秋十月,吃大闸蟹的好季节,不少网友“正好”收到了包装精美又高档豪华的“蟹卡”,上面提示“扫码提货”“入群再领礼品”“下载App”等。提醒!先别着急“入群”,这是一种新型诈骗。

漫画 俞钦洋

老酒装新壶 经典IP“赢麻了”?



■社会评论员 陈文澍

普香拿铁的酒香还没消散,会“来事”的瑞幸咖啡,又凭借经典动画IP《猫和老鼠》,刷屏了“80后”“90后”的朋友圈,在网络上迅速掀起了“童年回忆杀”热潮。

有意思的是,观其新品“马斯卡彭生酪拿铁”的热搜,少有网友提及咖啡本身的味道,或是泛泛带过,几乎一边倒地都在夸赞此次联名物料,甚至把这些手袋、贴纸、杯套等物料玩出了各式花样。

所以,与其说这一波是瑞幸在

“快咖啡”赛道的再胜利,倒不如说经典IP仍具有强劲的吸金能力,能让消费者为其前仆后继。

这不由让人好奇,为什么经典老IP能在经历时间打磨后,依旧“俏”且“爆”?

我们首先要明确的是,之所以能称之为经典,必然具有其标识性。犹记“农夫山泉,有点甜”等广告词,在过去一度洗脑了消费者,直至今在听到,人们依旧能第一时间在脑海自动衍生出那些广告画面。短而精的句子,朗朗上口的形式,既能传输品牌形象,又能短时间内吸引消费者,留下记忆点,这便是经典的能力。

而此次瑞幸联名《猫和老鼠》恰逢其“生酪拿铁1周年”。在营销上,瑞幸将“谁动了我的奶酪”这一经典语句,改编成“谁喝了我的马斯卡彭生酪拿铁”,巧妙将Tom和Jerry两个动漫

元素置于该语境下,绘制成各式童趣插画,赢得大批消费者的喜爱。据了解,该产品首日销量超542万杯,单品销售额超1亿元,这一波,瑞幸利用经典IP妥妥“赢麻了”。

在往深处追究,营销的本质其实就是人性的需求,即求新与怀旧的混杂、长情与短爱的交织、经典与新锐的冲突。瑞幸的联名,就是以“怀旧”为噱头,将这些对立的人性需求进行了适度交融,在受众情感上引发了共鸣。

瑞幸也不算是吃“头碗饭”了,这些年,吃“情感红利”出圈的事还真不少。拿演唱会举例,即使刘德华、张学友等老牌歌手已是过去的华语乐坛天王,所唱的歌曲并非现下潮流,但依旧场场爆满,打的便是“青春怀旧牌”;《哈利波特》作为全球经典IP,可以说是几乎把所有界都跨了,商业价值强

劲,这也是因为其本身有大批拥趸,即使过去多年,依旧有人愿意买单……

可以说,经典IP催生了“怀旧经济”。之于消费者,通过购买这一经典产品能满足自己的情感需求;之于商家,在营销过程中,利用符号产品,可以提升品牌知名度和美誉度。两者共索所需,达到共赢。

另一方面,从符号学的角度来说,《猫和老鼠》这一IP作为经典符号,以咖啡为媒介,把老酒装在新壶里,重构了消费者对其形象和意义联想,显然,这一尝试很成功,不仅经典“酒更香”,品牌与消费者之间也“意更浓”。

从长远来看,经典IP具有极大的商业价值和增值前景,未来可期,当然,能不能利用好IP,让消费者买单,还需要看品牌运营手段与能力。毕竟,翻车的情况也不少。

“选择自由”也是重要的旅游体验



■本报评论员 王俞楠

“山一步没爬,景一处不落!”最近,“浙江多个景区实现无痛爬山”的话题引起热议。

有网友发出一段杭州千岛湖天屿山登山的视频。视频中,一条长长的自动扶梯架设在山石之间,扶梯两侧喷洒着水雾,游客沿着扶梯,一路观赏美景,悠闲惬意。据悉,天屿山的海拔只有350多米但山路蜿蜒,全程步行要走3000米,电梯建成后,游客登上山顶的

时间,从最初的50分钟缩短至10分钟。

同样引起关注的台州神仙居景区的“南天梯”,也是这样的自动扶梯,全长104米,提升高度52米,从山脚坐到山顶,全程只需要4分钟左右。还有浙江桐庐的OMG心跳乐园,景区里有两处自动扶梯,可以坐电梯上山顶。

这样的设计引发了争议。有人点赞,认为设计暖心,不仅方便了老人、孕妇和残障人士,对体力不支的年轻人也非常友好,让更多人有了享受美景的权利。也有人质疑,认为丢失了爬山的乐趣,破坏了自然环境。

其实建造电梯早已不是什么“新鲜事”,浙江也并非首创。2002年,湖南省张家界“百龙天梯”建成,将天子山、袁家界美景推向世人面前,也解决了困扰

武陵源风景区多年的交通瓶颈问题;2014年开始建设的湖北恩施大峡谷的观光扶梯,全长688米,年运输人次超60万。与此同时,以原木为材料,加上土家风格的青瓦屋顶,远远看去,手扶梯就像一条土家楼带,坐落在峡谷的树木间,毫不违和。还有南京牛首山的手扶梯,可直接到达人气景点佛顶广场。

建造扶梯等设施,只是景区正常的运营行为。在迎合游客喜好的同时,让更多不能用脚步涉及的美好风景被人看见,甚至让电梯成为新景点。这进一步增加了景区的人气。前面列举的案例,无疑获得了不少游客的喜爱。

当然,爬山的路,也并没有堵死,喜欢爬的人依旧可以爬,感受登山的乐趣。“乘电梯无痛爬山”的出现,只是增加

了选择自由度,让每个人都能选择按照自己喜欢的方式爬山,这是最大的乐趣,也是重要的旅游体验,同时也是适应当下需求的一种表现。

天屿山上的工作人员介绍,前期通过大量考察,每台电梯的尽头都是最佳景观点,这样一来,身体不适合爬山或是不想爬山的人,可以留在观景平台观景,喜欢爬山的人也可以继续往山上走。

当然,不反对景区加装电梯,并不意味着什么地方都适合装电梯。景区是千差万别的,生态条件、自然景观、生物多样性等都各有特点,是否适合建电梯,建多长的电梯都难以一概而论。如何将它对环境的冲击降到最小,确保它们和谐地融入自然生态,除了做好环评,也要广泛征集民众意见。