

“2016第一网红”发展样本

网红,靠什么才能不沦为泡沫

网红们真的就在商业上无往不利吗?近日曾一手助推“2016第一网红”papi酱的“罗辑思维”的原价退出所有投资项目,令人大跌眼镜。“人气资本”和“爆款网红”的匆匆分手,不仅仅印证了现象级的产品容易出现视觉疲劳,导致用户新鲜感下降这个理论,也给了当下迅猛发展的网红经济泼了一盆冷水。被看作中国网红开始向优质内容转型升级样本的papi酱尚且有这样的遭遇,到底什么才是网红“保鲜”的良方?在资本充斥的当下,也许只有实力才不是泡沫。



努力与预期结果相去甚远

在接受投资后,一直很“宅”的Papi酱接受采访、做直播、做演讲,已经从幕后走向台前。但其规划的发展方向,收效却没有预料和期待的那样好。接受投资和贴片广告拍卖2200万后,papi酱团队运营的内容平台,在当下众多短视频平台百花齐放、网红争鸣的背景下,并没有多大声响。今年6月,papi酱借势魔兽电影上映,推出了一款T恤开了淘宝店,但此后并无动静。

目前,papi酱的微信公众号虽能实现“10万+”阅读量,但是人们对其内容的新鲜感却明显下降。数据显示,其视频全网播放量整体趋势走低,与高峰期相比缩水大半。打赏数量从3月份的3000次到最近几期甚至不足百人。

尽管目前网红浪潮声势巨大,但罗辑思维此举对仍未能找到自身内容延续和盈利方式的网红来说,绝对不是个好消息。

最近,罗辑思维撤出全部投资,与papi酱低调分手的传言被证实。从3月份投资到日前撤出全部投资,在8个月左右的时间里,投资者罗辑思维完成了一次从“追捧”到“抛弃”的全过程。对于一项郑重的投资行为而言,8个月的时间很短。但网红江湖城头变幻大王旗太快,对把“快速收割”挂在嘴边的罗辑思维来说,8个月时间又显得很漫长。

当初papi酱走红时,罗辑思维的罗振宇就表达了对papi酱“一次性提现”的观点,类似于赌博场上“赢一把大的就走”,说明他对papi酱未来的发展是不看好的,但明明不看好却又参与投资,这种自相矛盾只有一个理由:赢了一把大的之后意犹未尽,在确保投资不会变成空气消失的情况下,罗辑思维又陪papi酱跑了一段路。

在撤资消息确认后,有报道称,此前罗辑思维的CEO“脱不花”曾表示,投资行为是“我们的

耻辱”。这句话可以解读为,此话并非专指papi酱,而是觉得罗辑思维从内容领域转向投资,是一种耻辱,言下之意是,投资不在他们的专业范畴之内。但“耻辱”一词,还是容易让人联想到罗辑思维与papi酱之间一定存在某种尖锐对立或者无法调和的矛盾。

罗辑思维的撤资,在于他们已经嗅到了危险的信号:在网红经济领域,到目前为止还没发现一个成名之后成功转型、具有可持续发展的例子。已成名的网红固守成功路线,不敢变,不能变,只有依靠自我复制模式来延续热度,这直接导致网友的审美疲劳,昔日话题人物,渐成明日黄花。

papi酱的身价,来自于她的粉丝数量以及当时对她短视频价值的估算,但不可否认,其中的一部分身价来自于赤裸裸、套路化的话题运作。截止到目前,papi酱的人生辉煌点是那次2200万的广告招标拍卖会。也正因为那次话题运作过

于直白、功利,直接透支了papi酱的品牌,把她推向了一个尴尬的境地:一个简单的内容提供者,一夜之间变成了被商业裹挟、利益操纵的牺牲品。

在短视频领域,新的竞争层出不穷,大量网红及海量作品已稀释了网红经济的利益分配。网红个体的短命性,以及网红经济本身的多变性,使得资本没法把注意力放在一个篮子里。可以确认的一点是,投资者和广告商已经开始正视网红的价值,注重网红实际影响,天价砸向网红的好时代已经过去了。

网红经济眼球是基础,但不是本质。网红在成功聚焦之后,除了满足迅速的变现需求外,要立即转向更开阔的创作领域……但极少有网红能够稳稳把握住发展节奏,而不被商业带进沟里。罗辑思维撤资papi酱,再次给网红提了一个醒,世上从来没有救世主,凡事只能靠自己。

(京华)

新闻链接

大家眼中的“网红”啥样

六成受访者看重才艺

随着“网红”数量越来越多,水平参差不齐,粉丝流动性的越来越强,“网红”引发的话题和分歧也越来越多。

日前,中国青年报社社会调查中心发布了关于“网红”调查结果。调查显示,受访者最看重的“网红”特质是:有才艺(61.1%)、正能量(46.9%)、有个性(42.0%)。接下来是幽默(41.3%)、颜值高(40.2%)、与粉丝互动多(12.9%)等。调查还显示,19.6%的受访者支持“网红”做代言,19.1%的受访者表示反感,47.4%的受访者表示要看情况。

厦门大学新闻传播学院常务副院长黄合水认为,在新媒体时代,受众的新闻和娱乐需

求分化为更为具体的个性化信息和娱乐需求,各种“网红”正好在一定程度上满足了不同受众的需求,网红吸引广告主的关注和投资也就不足为奇了。

公关从业者天怡则表示,“网红”行业还需要一个沉淀期,“经过筛选之后具有特殊价值的精英‘网红’,未来才有可能长远发展。”中国人民大学现代广告研究中心主任王菲认为,“网红”为观众或用户所接纳的稳定程度和他们真正拥有的粉丝稳定度,会成为核心竞争力,有独特价值的“网红”和平台自然就会留下来。只有在短期内博眼球,甚至通过低级趣味博取注意力的平台,会逐渐成为泡沫。

对于“网红”的未来趋势,黄合水直言不太看好。“仅就单个‘网红’而言,应该是短暂的泡沫。随着‘网红’越来越多,人们会‘熟视无睹’,‘网红’也可能慢慢消失。”

黄合水认为,“网红”现象中,“正”的东西不够,更多是为了吸引眼球,对青年一代不会造成很大很深远的影响。“大多数年轻人是有智慧的,能够识别有价值和无价值的东西”。

中国人大新闻与社会发展研究中心副主任李彪认为,“网红”和传统明星做主导的文化是不同的,这要看“网红”群体自身及其生态圈能不能健康发展。

本报综合

关于长生不老的罪与罚



新片放眼瞧

本报记者 倪自放

长生不老,好像是电影一个很好的噱头,甚至是驱动故事发展的关键因素。《盗墓笔记》里,两千年前的蛇母与一个中国君主得一邪术,欲求长生不死,相关的秘密被做成21块铜牌流传下来,被一外国将军所得,将军为求长生,穷尽一生心血求索其中奥秘;在《寻龙诀》里,刘晓庆饰演的邪教组织头目潜入古墓,只为找到让自己恢复青春的彼岸花;近期热映的好莱坞电影《奇异博士》里,两大“传销组织”对掐也只

是为了看谁更长命。

吴彦祖、张若昀、张孝全领衔的《冲天火》也一度借用了这一概念:著名科学家潘教授在一场大火中丧生,研究“再生学”的笔记本不翼而飞。他的弟子们继续课题研究,超能干细胞研发成功,可以让人长生不老的“再生学”即将迎来重大突破,这时各方的角力也开始了。影片以长生不老的“再生学”切入故事,展示的却是相关的罪与罚。富人们通过“再生学”寻求的是长生不老,但对于患不治之症的病人,超能干细胞却意味着救命药。片中,有人谋杀潘教授就是为了巨吞这一高科技成果带来的巨额财富。为了独吞救命药去杀人,这是罪,而且寓意深远,其罪恶行为也受到了惩罚。

以《龙虎风云》《监狱风云》

成名的导演林岭东,其作品最接近好莱坞动作片的气质,这次的《冲天火》也不例外,围绕“再生学”讲述的罪与罚的故事,在剧情设置上与好莱坞电影颇为相像,动作、撞车、高科技、英雄主义、拯救世界等,让影片具备了商业大片的所有元素。只不过与好莱坞孤胆英雄不同,《冲天火》的内在气质依然深植于长久以来形成的港片土壤,那就是多位小人物不畏强权,以暴制暴、正邪对决是故事的高潮。在这个过程中,大帅哥吴彦祖饰演的内心复杂的保安队长也提升了影片颜值。

港片动作戏从来就不输好莱坞。林岭东的长处是展示暴力美学,片中精彩的撞车戏、爆破戏、枪战戏密度很大,其水准依然让人信服。让人惊奇的是,以往很少使用女主演的林岭东,



这次竟然搭配了张静初、郭采洁两大美女主演,一个是坚持正义的医生,一个是患病女孩,两位女主演在暴力美学中诠释了与之相对应的美。在正义战

胜邪恶的过程中,添加一个暴力摧毁美的情节,让喧闹的动作戏戛然而止,余音回响。这样的林岭东让人颇感意外且惊喜。