



中国网红发家史

网络时代,有一种成名道路叫做成为网红,即网络红人,成名后,遂可以随意发家致富,因为自媒体时代,任何人都会不经意地走红,或因为长得美,或因为有口才,或因为会穿衣,总之,你得有一个强项,能够给芸芸大众们平淡无聊的生活加一点料。当然,不包括那种有幕后推手制造的网红。

在中国,网红们生活得好不好,全在于你拥有多少粉丝,拥有什么样的粉丝,倘若粉丝们肯为你的任性生活买单,那真是极好的,你最好拥有一批特别盲目喜欢跟风的粉丝,那样更有利于成名发家,不是吗?毕竟在这个时代,粉丝就是最大的生产力,粉丝即财富的时代已到来。

中国网红爱自拍

中国网络红人究竟是一个什么样的群体,撇开那些靠机智言语劈开市场的网络红人们不谈,网红们竭力想给公众呈现的形象是:我好美,或者我好时尚,快来喜欢我。

中国网红喜欢自拍,这一点也许是不言自明的,因为这是个爱自拍的民族嘛,就连最不长脸的行业,比如作家、公知、科学家等其他技术人员,都会偶尔地来一张,似乎是要告诉世人,写得好以外,长得好也很重要。

拜金之后,人们正在崇拜颜值。与拜金相比,崇拜颜值也显得更光明正大、不那么罪恶,所以想拥有更多的粉丝,必须有好的颜值,所以要自拍呀。

有很多文章都在推送着这一价值观,整个社会都在追求好的颜值,并且有点过了,若是能靠着好皮囊出名,那正是最简便的方式之一。中国的网红们,往往是在社交媒体上发照片而赢得粉丝,而国外的很多网红则是发送视频。照片可以PS,一些以美少年著称的网红,个个都有着吓人的尖下巴,而视频不能在颜值这件事上动什么手脚,那只能开动大脑了,给粉丝们发一些有趣、搞笑的让人脑洞大开的视频,才是欧美网红的成名之路,一句话,中国网红关心的是面子,而国外的网红关心的是点子,“粉丝们会不会喜欢我的这个idea”,是重点。

当然,也有一些为反自拍而拍的自拍,或许红人们本身并不自知。一位朋友说,他最喜欢的自拍就是孔二狗的自拍,因为二狗哥的一千张自拍,都是同一个表情、同一个角度,完全一模一样,只是背景换了,这一点真的很难做到。他的自拍当然是为了搞笑,然而搞笑之余,让人反思,这种自拍的存在,好像正是为了羞辱自拍的。

成立个人品牌是最终选择

对于时尚网络红人来说,成立自己的个人品牌是最好的选择了,就如其他不是靠网络走红的时尚名人一样,比如牛尔成立娜露可美容品牌,英国平民偶像 Alexa Chung 也将创立个人服饰品牌。因为网红个人本身就是最好的品牌,自己是自己的logo,自己是自己的广告,如果不利用,实在是浪费。

当然,对于成名者来说,有很多种赚钱的方式,最常见的就是写写软文打打小广告了,任何人都有自己的免费网络平台,不需要第三方即可影响到粉丝的日常生活,这可能是网络提供给红人们最好的便利,毕竟,他们也是依靠这个平台走向公众的。

其次,则是视频代言,来邀约的不止是那些你耳熟能详的品牌,一些你意想不到的商家,或者说,任何商家,任何一个个体,都可以来邀请网红来给自己代言,他们不需要经纪人,省略掉许多中间环节,也可以使得利益最大化,网络时代的另一个好处是,你在哪里,我都可以找到你。

再则就是当出版社找上门来,选好主题,写命题作文,比如教你如何搭配,如何优雅地吃西餐,如何把自己嫁出去之类,总之,这个时代任何事都有指导说明书可以买到。

当然还有就是为活动站台,出席一切公益非公益的活动,不但可以提升自身知名度,还可以带来不菲的收入。

尽管做一只网红有很多种发家方式,但可能任何事都不如自己当老板好,将自己的理念植入进品牌,即实现了理想,又没折服于现实,似乎是最完美的选择,哪怕不怎么出名的网红,最不济也可以开一家淘宝店。

孙婷/文

