

《青春有你3》被紧急叫停 选秀节目该冷静了 偶像背后的“推手”有多疯狂？

2021年4月29日,《反食品浪费法》正式实施,就在当天,一段粉丝雇佣工人,为某档偶像选秀节目打榜投票所购买的牛奶(实际为乳酸菌饮品)被工人拧下瓶盖后,直接倒入水沟的视频在网上流传。

5月4日晚,北京市广播电视局发文,责令爱奇艺暂停《青春有你》第三季后续节目录制。5月5日凌晨,爱奇艺回应表示“诚恳接受,坚决服从”。据悉,《青春有你》第三季原定将于5月8日进行总决赛直播。

同日,《青春有你3》选手余景天所属公司星宇悦乐通过微博发布退赛声明,称余景天因个人身体原因,无法继续参与相关工作,决定退出目前的节目录制。有网友爆料余景天父母开设的KTV存在非法经营问题,以及余景天本人存在双重国籍身份的情况。据了解,余景天为《青春有你3》的热门选手,曾在节目比赛、粉丝募集资金等平台排名第一。

“粉丝销量决定选手前程”

涉事饮品是《青春有你》的合作方,观众购买后可以该选秀节目的选手投票,但投票需要扫二维码,而二维码在瓶盖内,开了瓶才能扫码投票。因而也有粉丝戏称投票的“票”是“奶票”。开了盖的酸奶喝不完,只能倒掉……原本只会出现在教科书的场景被如此荒谬地拉进了现实。

“奶票”是如今网络选秀的主要营销手段之一。广告金主以冠名、赞助、植入等形式对网络偶像选秀节目投放广告,节目则按广告量多少赋予品牌投票权重,例如“每买一瓶XX水/奶可以投2票”,买一箱则可以获得48次投票机会……以此实现品牌与选手的绑定。有时这种营销方式还会多品牌联动,比如每天要上节目播出平台给你喜欢的小哥哥投票,再去冠名商X水或X奶的旗舰店去买产品,然后再去节目的另一档广告投放商平台为你喜欢的选手点赞,让他获得更高的人气……

2018年——以《偶像练习生》为代表的网络选秀元年,这种玩法曾创造了辉煌的战绩。数据显示,当时冠名这档节目的某水通过绑定粉丝投票量的方式,线上销售额翻了500倍。招揽热门选手入住的小X书平台品牌认知度提升了148%;一档植入该节目的P2P平台也宣布,节目整体的播出时间获得了159万的新用户的下载和安装,节目播出以后整个品牌的认知度提升了322%……

“《偶像练习生》之所以能为客户带来实实在在的销量,是因为粉丝的销量能决定选手的去留和排名情况,甚至是可以决定生死和前程的。”这档节目制作方的市场部高层曾经总结。

2019年之后,网络选秀全面崛起,金主与节目的联动更加紧密。据统计,三季《青春有你》、四季《青春创造营》,品牌投放与IP授权合作客户平均20个/季,偶像选秀节目吸金能力之强可见一斑。

一场联合收割粉丝韭菜的乱局

偶像选秀背后的粉丝经济看起来像是“多赢”的游戏。平台推出选手供粉丝筛选,粉丝用钱和数据为选手投票(主要是钱),粉丝的投入决定了选手的含金量,平台通过钱这个试金石,测验出选手的大众接受度,以便为下一步的发展做好计划;钱也成了粉丝的“民意”,他们用真金白银决定了什么人能脱颖而出,能成为被大众看到的偶像;品牌则通过节目与粉丝发生关联,一方面他们喂养了偶像选秀,另一方面则通过粉丝收回成本,获得收益和品牌增值。

然而,这场游戏却最终演变成一场联合收割粉丝韭菜的乱局。为了让还没有作品的偶像花费大

量钱财,粉丝私下“集资”推动偶像出道的情况已并不鲜见。集资的理由也是多种多样,购买周边、应援、做数据、证明偶像的粉丝购买力等等。虽然发展几年之后,圈外人对于网络选秀已经审美疲劳,但圈内人的狂热投入却丝毫不减。有人统计,2018



余景天

靠“雁过拔毛”平台收入不菲

有鉴于此,2020年2月,发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》明确规定:“节目中不得出现设置‘花钱买投票’环节,刻意引导、鼓励网民采取购物、充会员等物质化手段为选手投票、助力。”但从现实的角度看,并未杜绝节目组打擦边球。

“奶票”问题时至今日已经愈演愈烈,除了倒奶还导致了粉丝后援会之间的相互倾轧。比如选秀节目普遍在刚开始的阶段都是粉丝散投,也就是说我手上有十多票,但只能给自己的偶像投2票,那么余票怎么办?同一选秀甚至不同节目间(不同的节目,同一位金主广告商)的粉丝会发起换票,是很普遍的行为。结果每年投票截止后开票,都会发生几家后援会指责联盟中的另一家骗票——不仅没有如约帮其他选手投票,反而一部分账号偷偷投了自家。

“奶票”之外,还有诸多新玩法应运而生。比如主节目之外,大量开发衍生节目。主节目确实是不集资不买票的,但衍生节目,粉丝可以通过付费增加学员的数据值,为学员争取个人直播机会,以及在衍生综艺中争取额外的游戏权益。而且充值次数和金额都不设上限。有人统计,今年一档选秀节目的榜单刚刚发出十分钟,第一名充值的粉丝就大约投入了15万元。

节目之外,专业为粉丝打榜投票的交易平台也来分羹。3月14日,某平台针对两档选秀节目的四位人气选手展开限时battle(比拼),具体玩法是,四位选手的后援粉丝团需要在5小时之内比拼

集资数额,凸显自己偶像的含金量。18:00到23:00,5小时中,其中某位选手的后援会集资金额344.53万元,排在首位,全部选手累计集资金额671万元。根据平台说明,粉丝团展示完实力之后,集资款可以直接在平台提现。不过请注意,提现是要收手续费的,“第一天到账收取1%手续费,第十天到账收取0.86%手续费,排队提现可免手续费,但要以具体排队时间为准”。而且“若单次提现100万至200万可申请大额提现,在第三天到账”。靠着手续费“雁过拔毛”,这种平台活得竟然不错。

那么,提现之后,这笔巨款流向何处?有的后援表示,将归还到粉丝端口,有的则表示会统一管理为偶像出道铺路,有的则卷款跑路。今年的某档选秀节目选手的后援会就曾发声明,表示由于“过于信任数据站”,导致有人卷款21万跑路。随后,除财务组外的后援会所有成员集体卸任,后援会官博暂时由经纪公司人员接手。

投票乱象、衍生节目“发电”、第三方的集资平台……这些都不在《网络综艺节目内容审核标准细则》的规定之外,可真的不违规吗?

是谁纵容了这些狂热的粉丝

游戏策划人冯骥曾经发表文章,尖锐地批评游戏研发团队,说他们策划的工作焦点不是研究如何让游戏更好玩、更丰富,“而是研究如何让玩家成瘾,让他们习惯党同伐异,以及进行更安全的在线现金活动(赌博、虚拟物品交易等)”。

如今看看,这与偶像选秀节目的逻辑何其相似。深陷于选秀节目的粉丝们为了自己的偶像出道,何尝不是拉帮结派,对竞争对手的粉丝充满了敌视,他们大多是未成年人,但“为爱发电”却动辄都是上万元的投入。对他们而言,为了瓶盖上的二维码倒掉牛奶,也许只是必要的牺牲。

你可以用冲动、荒谬、狂热来概括他们的行为,但到底是谁纵容了这些狂热粉丝的行为?充斥着这些不理智行为的偶像出道之路,真的还有什么意义吗?