

“饭圈集资”追星

一场狂热的“氪金”游戏



砸钱“买奶”
会成为过去式吗？

日前,北京市广播电视局责令爱奇艺暂停《青春有你3》后续节目录制,爱奇艺对其节目规则设置不合理处做出致歉声明。5月8日,国家网信办部署开展2021年“清朗”系列专项行动,将重点规范明星及其背后机构、官方“粉丝”团的网上行为,严厉打击引发网络“粉丝”群体非理性发声、应援等行为。

实际上,2020年,国家广播电视总局网络司指导、中国网络视听节目服务协会发布的《网络综艺节目内容审核标准细则》已规定,选秀和偶像节目不得设置“花钱买投票”环节。专家认为,有关部门应当大力整治刻意引导“粉丝”大额集资的节目。

“如果节目中都是‘氪金’追星、诱导消费的内容,由此形成的文化消费习惯对于青少年而言是危险的。”制片人汪海林接受采访时表示,近年来,网络选秀类综艺节目密集播出,有关部门应该对节目进行常态化监管,严格把握事前的报备和事后的违规惩罚。

除了对节目方的监管以外,明星和经纪公司也不能对“粉丝”的付出与奉献一味接受,适时主动拒绝是更负责任的态度。

暨南大学新闻与传播学院教授张潇潇认为,学校要加强对青少年的引导,增强学生对“饭圈集资”风险的了解,教育引导学理性追星,避免学生养成“氪金”追星的习惯。

目前,法律法规对于此类专注“饭圈”交易的平台应负的责任和义务并未有明确规定。业内人士认为,有集资功能的“粉丝”社区交易平台,除了在事前、事中、事后都应负起监管责任外,还应当严格限制集资发起人、集资参与人的年龄门槛。“尤其应当禁止未成年人参与‘饭圈’的大额集资,可通过技术手段设置金额上限、开启身份验证和限定未成年人使用时长。”朱晓磊说。 据新华社

刹不了车的
“饭圈集资”

4月的一天,一场没有硝烟的“战争”在“粉丝”间拉开。

记者在一个名为桃叭的“粉丝”社区交易平台上看到,有18名选秀节目选手的后援会开展了集资活动。而这样的集资活动在节目播出期间几乎每天都在进行,随着节目的推进,每场集资的金额也在不断飙升,在今年热播的两档综艺节目《创造营2021》《青春有你3》中,有的选手募资总额高达上千万元。

记者了解到,所谓“饭圈集资”,是由明星后援会发起、由“粉丝”参与,为明星募集资金用于打榜投票等行为。“饭圈集资”主要以“限时比拼”的形式开展——在限定时间内,两位或两位以上的明星“粉丝”举行集资比拼,看谁集资的金额较多。

失控的不只是每场“比拼”,还有“马拉松式”的集资场数。“感觉没有尽头,集资的场数一直在增加。”杨悦是《创造营2021》某选手的“粉丝”,比赛期间该选手的后援会已经开展了十余场集资。“这是一场停不下来的竞争。除非所有人都喊停,不然你比其他人少集一场,就有可能被别人赶超。”有“粉丝”对记者说,“不想他输,就只能不停地加码。”

在网友统计的2018年一档选秀节目的募资表格中,当年排名第一出道的选手集资总额为300多万元。相隔两年,目前高的已达上千万元。多位“饭圈”资深“粉丝”反映,“饭圈集资”已经“内卷”严重,数字只会一路飙升。

除了越炒越高的集资数额,参与集资的人数也不断增加,“粉丝”相继被裹挟着进入圈内狂热的金钱游戏。《青春有你3》一名人气选手的某场集资页面显示,当天限时6小时的集资参与人数有25000余人,总额达到了480多万元,人均金额近200元。

记者在多个选手的微博超级话题中发现,不少“粉丝”今年是第一次参与集资。“之前以为追节目只要投票,没想到还得集资。”据杨悦介绍,一开始参与集资是为了“凑人头”,即增加参与集资的人数,人数越多证明选手的人气越高。“从凑人头开始,后面就会习惯去集资,这已经成为圈子里的常态。”

诱导集资套路多

记者调研发现,“饭圈集资”看似是“粉丝”“为爱发电”,实际上是节目组和商家等资本方在背后推波助澜,在各个环节设下了“氪金”陷阱。

除了登录账号投票,“粉丝”需要购买冠名节目的牛奶产品,通过扫描商品中夹带的奶卡进行投票,节目方将产品与“粉丝”投票捆绑,商家实现了产品销售额的快速提升。购买奶卡后,还需要组织有时间、有精力的“粉丝”进行投票操作。对于一些人力不足的“粉丝”群体,后援会则会花钱雇佣“代投”,节目中“为你喜爱的选手助力”,成了处处要为喜爱的选手集资“花钱”。

这些选秀节目,除了把出道名额与“粉丝”花钱投票关联,比赛中各种与赞助商相关的榜单也在收割“粉丝”。比如,节目方以让喜爱的选手“直播出境”、做“广告宣传”等,吸引“粉丝”购买赞助商各类名目的产品。以QQ音乐扑通房间热度榜单为例,“粉丝”需要重复购买绿钻会员账号及虚拟的“电力棒”,才能为选手增加榜单“电力值”。此类“氪金”榜单层出不穷。

穷,有不少“粉丝”直呼“心累”。“我们也不希望集资,但不花钱根本行不通。”《青春有你3》某选手的“粉丝”余瑶对记者说。

资本方在规则上诱导集资,而后援会则利用话术在“粉丝”内部动员“催钱”。“必须全部投入”“我们没有退路,你不努力哥哥就不能出道”“不要再躺了,下家就要追上来”,类似的动员话术常见于明星的微博超级话题中。在后援会的催动号召下,一些低龄“粉丝”极易冲动消费。

一些后援会在集资活动前为不同预算的“粉丝”开设了不同的QQ群。记者进入其中一个“0-50元”预算群后发现,群内还会通过接龙的方式让“粉丝”增加“额外预算”。“每个群里还要领目标,大家就像是跟组织冲业绩一样,为了达成集体目标就会不停加码。”林晓说。

这种催钱套路不限于后援会和“粉头”,普通“粉丝”间也在自发地比赛集资,集资记录成了“圈子”的准入证。“互相关注需要有集资记录”“只约集资超过500元的”,群体的集资“内卷”也让更多人为入了人“圈”而付款。

“饭圈集资”隐藏诸多风险



集资活动日渐增多,集资金额巨大,许多青少年参与其中,暴露出诸多风险。

西南政法大学民商法学院教授张力表示,失去控制的“饭圈集资”,除了会扭曲未成年人的理性消费观外,没有经济能力的未成年人可能通过借贷的方式进行集资,甚至可能为还贷而实施违法犯罪行为。

除了集资的参与者,资金去向也成为不可控的一环。北京星权律师事务所律师朱晓磊指出,理想情况下,“饭圈集资”的发起人应当对账目、具体去向进行公示。但事实上,有些后援会不愿公开明细,有些集资发起人甚至存在中饱私囊、卷款而逃的犯罪行为。

曾是某明星后援会成员的冯潇潇告诉记者,即使后援会公布明细,也只是粗略的凭证。在刚结束的《创造营2021》节目中,某个未出道选手后援会公布的集资明细引发争论。明细显示用于该选手“数据维护”的费用达20万元,有“粉丝”质疑数字与实际花费不匹配,后援会无法提供相关证明,此事最后以后援会全体卸任而草草收尾。

与此同时,一些“粉丝”社区交易平台对集资款项缺乏监管。在当前常见的几款具有集资功能的“粉丝”社区交易平台中,桃叭声明对项目风险不承担责任,仅配合维权;Owhat则表示平台不收取任何服务费,亦无法承担资金监管或其他保证责任。

据了解,桃叭目前对集资项目发起人、款项提现等设置了一定的门槛。一旦发生发起人“卷款跑路”的情况,桃叭的风控小组将启动事后追责的程序,但介入形式并非平台直接负责资金的追回,而是为“粉丝”提供相关证据链,协助“粉丝”维权。



2018年《创造101》



2018年《偶像练习生》