

明星打榜，收割粉丝钱包的狂欢

网站热衷设立明星榜单 连五金公司都参与圈钱

上周，游戏主播“乔碧萝殿下”因恶意炒作美女变大妈，被中国演出行业协会网络表演分会列入黑名单，曾以为她声甜人美的粉丝们，却无法因此要求平台退回刷礼物的钱。

无论是网络主播，还是偶像明星，如今都是由粉丝真金白银所供养的：花钱购买虚拟礼物、鲜花、钻石，将偶像送上平台所设榜单的前列，以此作为偶像红了、爆了、值得广告商青睐的凭据——这正是粉丝经济、流量为王时代的通用规则。

然而，在粉丝用尽钱包来将偶像供养时，也走入了榜单设置者及其上下游产业打造的权益陷阱：因榜单改变规则而用不上的虚拟鲜花，遭遇退款无门；用来提高效率的自动打榜软件被封，充到2040年的会员钱找谁去讨？榜单承诺给偶像的资源，若不履约粉丝奈何？

在专家看来，这样为偶像刷数据的行为，更是让整个互联网行业沉沦在疯狂收割钱包的狂欢中，于行业的长期发展并无益处。

打榜被叫停，网站不退钱

“明星势力榜就是万恶之源。”29岁的白领阿晓是选秀节目《创造营2019》出道的明星H的粉丝，7月时，为了让H在“新星榜”排到前三，粉丝团开始花费大量时间金钱打榜：“阅读、转发、评论、发相关微博等都能加分，俗称做互动。如果没时间做互动，直接花钱搞也行。”

阿晓介绍，微博出售虚拟鲜花，2元1朵，每送1朵花，偶像的爱慕值增加2点：“说是送花给偶像，其实转了一圈又回到了新浪的兜里，偶像一毛钱都拿不到。”

7月中旬，由于粉丝团不慎暴露了通过特殊渠道打榜，微博暂停了7月H的上榜资格。

“就是买微博小号去做互动，新浪平常都睁一只眼闭一只眼，这次我们是被竞争对手举报，微博没法装瞎

了。”阿晓说，这样一来，粉丝的前期投入都打了水漂，“时间就算了，真金白银买的花，新浪退钱不应该吗？”

阿晓说，一开始新浪只是把花退回账户：“送花的对象都上不了榜了，花对我们来说还有什么用？”之后粉丝们开始拨打12345、96315等电话，投诉新浪侵犯消费者权益。

“那个时候才意识到其实我们先是花了钱的消费者，然后才是粉丝。”阿晓说，投诉持续一周后，北京市消协约谈微博，微博才陆续退了钱，“后来我去仔细看了下，鲜花购买页面什么说明都没有，能不能退也没规定。”

进入8月，H的上榜资格被恢复，但阿晓已经不再购买鲜花了：“榜单就是网站捞钱的手段，我不会再去送钱做傻事了。”

软件被封，会员费打水漂

6月10日，1亿转发量的幕后推手“星援App”被查，没过几天，超级粉丝言言发现“超级应援”也没法使用了：“从此退回手动打榜时代。”

“星援App”和“超级应援”都可以帮助用户自动进行一些操作，如评论转发偶像的微博、发送与偶像相关的微博、自动搜索偶像名字，从而提高偶像在新浪“明星势力榜”、百度百科“明星人气榜”等榜单上的排名。

“超级应援是新浪子公司出的，一个账号一年会费35.88元。星援App就更猛了，一个月会员20元，可以一键绑定很多小号，然后让这些小号每天自动签到、转发。”言言告诉记者，二者在2018年时就出现了，颇受粉丝欢迎。

停止服务后，这些会员钱又去

了哪里？

“星援App可否退钱？”星援App被查的第二天，小然就在微博上发问，然而至今摸不着门路，“听说非法获利800多万，但App下架了、人也被抓了，不知道找谁去退钱。”

而“超级应援”停止服务后，有些粉丝发现可以向该新浪子公司私信要求退款。“发支付凭证截图、微博昵称、支付宝账号给他们。钱多钱少不重要，记得找新浪退钱。”微博用户@HoneyItHurts发送于6月17日的这条微博，获得了718条转发。

而要求退款的粉丝也并非都能如愿。“私信了，没退款，现在再发私信都不理了。”粉丝小真说，“没多少钱，算了。”

转发换资源，承诺难兑现

混迹粉圈近10年的小菜观察到了一个趋势——有越来越多的公司加入了用榜单收割粉丝的行列，“点进去认证信息，有些凑合还是个影视公司，有些根本就是卖五金百货的贸易公司，也来分一杯羹。”

小菜告诉记者，这些榜单的共同特点是，粉丝可以不花钱给偶像投票，但先要完成一些任务来获得票：“需要干什么呢？看一次15秒的视频广告给你5票，发一条带偶像名字和小程序名字的抖音给你15票，说白了就是把粉丝当广告受众用、当免费宣传用、当给其他App引流资源用。”

而偶像在榜单登顶又能有什么好处呢？“无非是为粉丝在某些地方投放一些能露出偶像形象广告，比如机场、高铁站、广场、咖啡厅，还有在它们的小程序上做一天的开屏，甚至还包括发一篇微博通稿这种低端的‘奖励’。”小菜说，新粉丝往往会被这些“奖励”迷惑，而老油条们一眼就能看出猫腻。“就拿咖啡厅广告来说，承诺是10家咖啡厅，10家星巴克还是10家你说不上名字的咖啡厅，这其中差异很大。这种承诺根本就是含糊其辞，粉丝卖完苦力发现跟事先想的都不一样，都没地儿说去。”

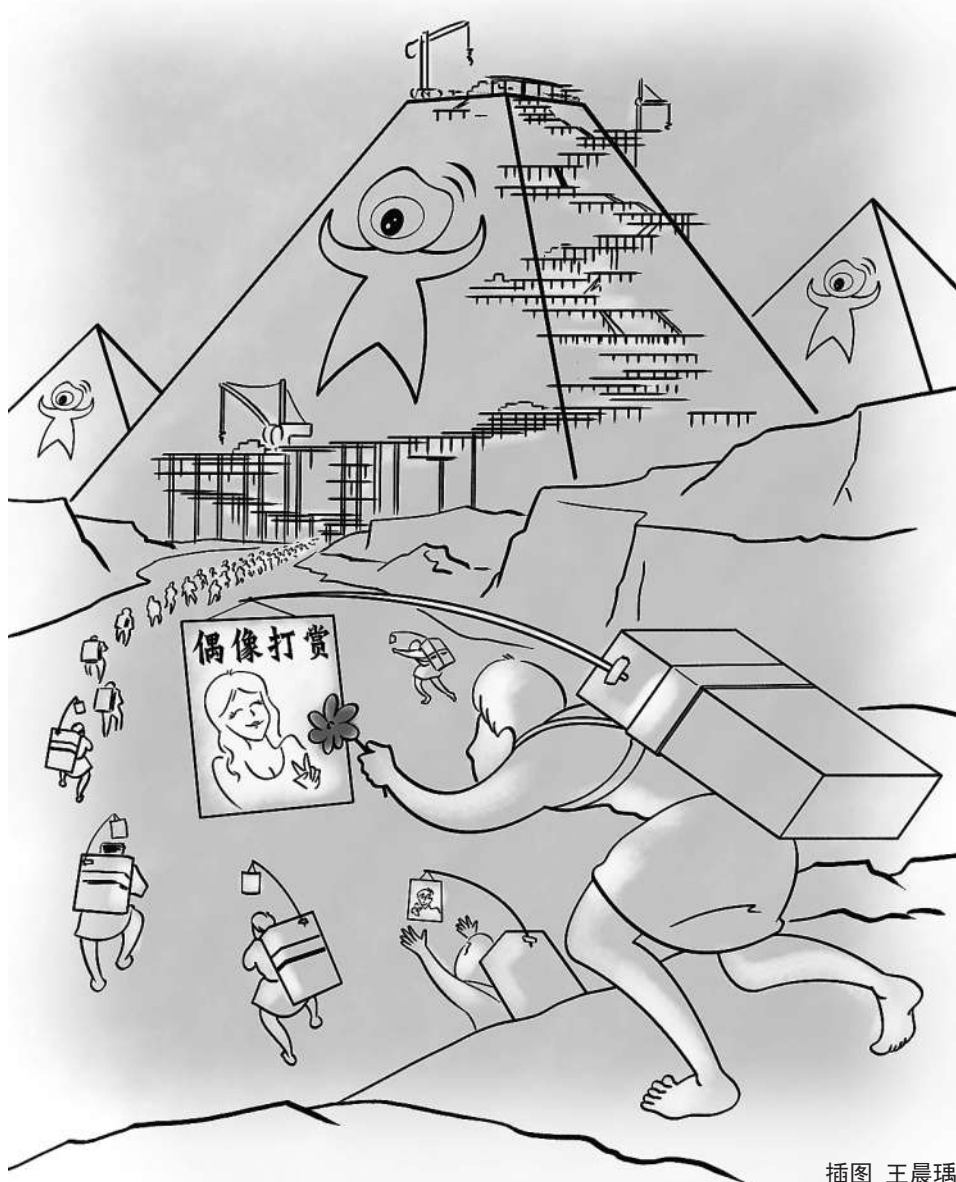


插图 王晨璐

说法——帮明星刷榜，粉丝涉嫌违法

“互联网追星已经演化到了一个充满着大量欺骗色彩和逐利性的阶段，跟我们以前认知的追星已经不是一回事儿了。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍在接受北京晚报采访时表示，以鲜花事件为例，按照《消费者权益保护法》的规定，网购商品7天内无理由退货，而数字化商品一般并不包含在内，如音像制品、软件等。“虚拟鲜花属于什么商品？是适用7天无理由退换，还是类似于软件，法律并没有明确的规定。平台应该在用户协议里写明，事先明确告知消费者能不能退。”

对于自动打榜软件停止服务后用户是否能拿回充值的会员钱，朱巍认为很有难

度：“刷榜刷单是违法行为，不仅经营者违法，参与者也是违法违规的，既然如此，经营者的违法所得是应该收缴的，参与者是很难主张退还款项的。”

而对于粉丝用劳动为偶像换资源的做法，朱巍直言这已经不是正常的消费行为了，粉丝的身份也不再是消费者了，存在很大风险。“这不构成合同，没有明确的对价，而且是为别人在付出劳动且别人还不知情。经营者是否有相关能力和资质，很多时候是未知的，这些单方承诺履行没有、履行得如何，也没有办法去衡量。这种打着给偶像应援幌子的交换，不要去做，这很可能是欺诈甚至诈骗行为。”

快评——明星靠营销，是社会病态

“中国偶像的力量让很多人看到了其中巨大的商机，而商机转化成钱也是很容易的。”朱巍说，平台角肯定是欢迎粉丝来打榜的，“不仅能提高平台的热度，而且能赚到很多的钱。偶像也能从中获利，因为他们一般没什么作品，只能通过一次次的活动去增加人气，至于他们能不能从平台中分到销售鲜花的利益，只有粉丝不知道。带头去疯狂应援的人，又有多少是偶像方面派出来洗脑圈钱的，粉丝也不会知道。”

“对于粉丝经济，互联网行业其实也是一个矛盾的态度，一方面粉丝能为平台增加活跃度、增加收入；但另一方面，有意的无意的、主动的被动的刷榜、水军、公关行为也让行业深恶痛绝，因为好的生态需要有公正公

平的环境，但现实是一颗老鼠屎坏了一锅汤，当有一个人开始刷榜之后，所有人都开始被迫刷榜，整个生态就坏了。” DCCI互联网研究院院长刘兴亮认为，即使以降低平台活跃度为代价，也不能容忍这样破坏生态的行为。

刘兴亮介绍，在这样的刷榜游戏中，行业里诸多的灰产公司赚得盆满钵满，如卖小号的、当水军的、做自动刷榜软件的。“整条产业链中很大一部分钱都被这些公司给赚走了，但这些公司做的事对行业、对社会都是毫无意义甚至有害的。评价明星的标准也从作品变成了营销做得好、粉丝能量大，这是整个社会的病态。”

本报记者 白歌