

# 威廉凯特跨界当“网红”

## 他们还不是王室最会玩的

文 / 弦子



### 威廉凯特：走自己的路

在优兔频道的首发视频里，威廉和凯特坐在他们位于诺福克的乡间别墅“安默大厅”的沙发上（见上图）。威廉指着镜头开玩笑地对凯特说：“顺便说一句，你现在说话要小心，因为这些设备正在拍摄一切。”

威廉王子驾驶直升机、在厨房做菜，凯特王妃开心地射箭、剪羊毛……这段25秒的视频由威廉夫妇的工作及生活片段组成。

上周，威廉夫妇对自己的社交账号进行了重大升级。他们不仅将自己的照片墙（instagram）名称由“肯辛顿皇家”改为了更具个性化色彩的“剑桥公爵夫妇”，还宣布推出优兔频道。

“迟总比不到好。”威廉夫妇在照片墙的标题里这样写道。和哈里夫妇擅于利用社交媒体的“网红思维”比起来，哥哥嫂子确实慢了些，但该频道一经推出就已经收获了近46万订阅者。有大批粉丝在视频下留言“求更新”。

“威廉和凯特在过去的一年里，精心策划、更新了社交媒体平台，发布了大量日常生活的细节，希望树立更亲近民众更接地气的形象。”一位王室内部人士称，疫情期间，威廉夫妇代表王室所做的一切提升了在英国民众中的受欢迎程度。

人们可以从社交平台上看到，新冠肺炎疫情在英国暴发后，威廉夫妇不仅去前线慰问了医护人员，还发起了关爱民众疫情时期心理健康的公益项目，并通过

社交平台与学校的师生连线。就连他们的三个可爱的孩子也“出镜营业”，为救死扶伤的医护人员加油打气。

究竟是谁激发了夫妻俩好好经营社交平台的决心呢？王室消息人士说，这可能是威廉凯特从哈里梅根身上学到的一课。

此前威廉夫妇和哈里夫妇曾共同经营“肯辛顿皇家”这个社交账号，直到哈里梅根推出了自己的独立账号“苏塞克斯皇家”。但哈里梅根宣布退出王室后，这个页面就基本暂停更新了。

“哈里和梅根通过社交平台成功地传递和把控了与他们有关的信息，人们能通过这些平台了解他们究竟在忙些什么。”一位知情人士认为，“不管威廉夫妇是否受到哈里梅根的影响，他们都很聪明，因为在人们质疑君主制存在意义的当下，他们传递出了王室亲民和接地气的一面。”

自从哈里夫妇“自立门户”后，威廉和凯特便打算从他们之前共同的“剧本”中翻出新的一页——走自己的路。

据传记作家罗伯特·莱西透露，目前，威廉夫妇已经聘请了曾为哈里梅根运营“苏塞克斯皇家”网站和照片墙的社交媒体专家大卫·沃特金斯为他们打造社交平台。

近日，英国威廉王子和凯特王妃推出了自己专属的优兔（YouTube）频道“剑桥公爵夫妇”。王室成员的“吸粉”能力自然是不容小觑。但这也不是英国王室第一次利用社交媒体转型做“网红”了。

虽然哈里梅根已经脱离王室“自立门户”，但不可否认，他们在社交媒体“游戏”中早已游刃有余、如鱼得水，而英国女王伊丽莎白二世也连续多年不惜下重金聘请社交媒体达人为王室做形象运营，甚至还开起了网店卖货。

跨界做“网红”，到底谁最会玩呢？

### 哈里梅根：转移新“阵地”

能被哥哥嫂子“取经”，不得不说，哈里梅根在做“网红”方面经验值真的很高。在打造自己的社交媒体“人设”上，哈里夫妇总是走得很超前。

2019年4月，哈里和梅根开始在照片墙上使用“苏塞克斯皇家”账号。参加蒙巴顿音乐节、看橄榄球比赛、造访新西兰、南非……在很长一段时间里，他们都很热衷于上传自己的生活细节和活动轨迹。

但当哈里夫妇宣布“单飞”后，英国王室禁止了他们对该名称的使用权。从2020年3月底开始，这个账号就正式停更，但至今仍有1000多万的粉丝。今年1月，哈里夫妇宣布弃用包括脸书、推特、照片墙在内的所有社交媒体。梅根表示：“网络暴力几乎让我无法生存。”

但如果你以为这对逃离王室的小夫妻会就此消失在公众视野，那就太天真了。告别社交媒体，是因为他们找到了更有意思的玩法。

这几年，哈里夫妇早已开始布局，转移新“阵地”，存在感和曝光度还在持续上升。

2020年9月，哈里夫妇和奈飞公司签下了价值1.12亿英镑的合约。上个月，奈飞发布了与哈里夫妇旗下阿奇维尔制作公司合作的纪录片《不可征服的心》的预告片，据



哈里与梅根夫妇曝光度持续上升

称，哈里将亮相纪录片并担任执行制片角色。

英国传奇音乐巨星埃利顿·约翰爵士，好莱坞演员兼制作人泰勒·佩里，英国著名主持人詹姆斯·柯登……哈里夫妇的音频节目也是大腕云集。哈里夫妇与声田公司的签约费高达2500万美元，不仅让人眼红还引起了公愤。声田上的音乐家们联合起来表达了强烈抗议，因为他们每次投放音乐的报酬非常微薄。

拍电影、做播客，哈里夫妇是什么时髦玩什么。除此之外，他们还不忘记“收割”电视观众。

今年3月，一场美国脱口秀女王奥普拉·温弗瑞对哈里夫妇的专

访，在向英国王室扔下了重磅炸弹的同时，也吸引了全球围观群众的目光。哈里夫妇和奥普拉的合作还在继续。5月10日，英媒曝出哈里将与奥普拉联手打造一档名为《我看不见的我》的心理健康节目。

与其说哈里梅根舍弃了社交媒体，不如说他们发现了更广阔的天空。而王室这块招牌，在这片“天空”下依然好使。

但英国品牌运营专家尼克·埃德认为，威廉夫妇与哈里夫妇形成了鲜明对比。“哈里夫妇通过与奈飞、声田、苹果电视这些大平台合作收获了超多粉丝，看上去也更具个性和品牌影响力，但他们的内容输出更像是广告，对形象有利有弊。”

### 英国女王：“借风”好使

说到做“网红”，英国王室中，还有个神奇的存在，那就是现年95岁的女王。

且不说女王穿啥火啥的势头已经像极了“带货博主”，就连她偶尔亲自发个帖，也能让万千粉丝尖叫，这才是妥妥的“顶流”嘛……

英国王室的照片墙账号“王室家庭”成立于2013年，目前有1012万的粉丝数。2019年，在访问伦敦科学博物馆时，女王用这个账号首次发帖就立即收获了百万点击。

她分享了一封来自19世纪数学家、“计算机之父”查尔斯·巴贝奇写给维多利亚女王的丈夫阿尔伯特亲王的信。“今天，当我访问科学博物馆时，我在皇家档案馆发现了一封信，一封于1843年写给我高曾祖父阿尔伯特亲王的信。”女王写道，她是在博物馆用iPad发文的。

运营社交媒体平台，女王还懂得“借风使力”。这些年，她一直在砸重金寻找能为王室做形象运营的社交媒体达人。

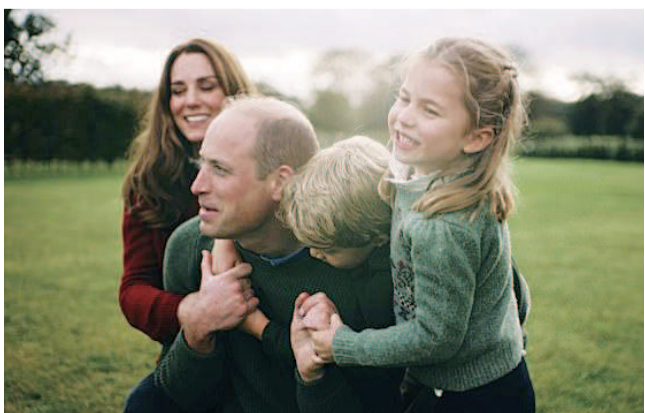
“理想候选人需要具有新媒体

编辑、社交媒体运营、拍摄剪辑经验，并具有良好的数字表达能力和出色的文案写作能力。今年1月，英国王室再次宣布招聘“高级沟通助理”，主要负责王室的社交媒体宣传，年薪为27000英镑，办公地点就在白金汉宫。

女王也深谙“流量变现”的道理。今年1月，英国王室还在其收藏基金会官网上卖起了袜子、口罩、餐巾、杜松子酒、珠宝等。而这个“网店”的收入将会用来弥补疫情冲击下的王室财政缺口。

“女王深知运用好媒体的意义所在，哈里梅根在美国谋生时本能地明白了这一点，现在威廉凯特也正在这样做。王室成员知道，要想在瞬息万变的世界中生存、成长，就必须与时俱进。”英国媒体《最佳生活》这样评价。

不过，大家也知道，社交媒体上呈现的王室生活不可能百分百真实。在某种程度上，这也是王室塑造亲民、与时俱进、时尚等正面形象的一种策略。



威廉夫妇经常在社交媒体上发布日常生活动态 本版图片 GJ



英国女王2014年出席信息时代展览的揭幕式时发出第一条推特