

到按摩椅、各种奢侈品甚至收藏金条应有尽有。自己用不了，还能咸鱼转卖——另一位主持人杜海涛就紧急下架咸鱼多件“礼物”。

其实给明星送礼物这件事并不罕见，我就见过不少自己每个月生活费只有几百块，为明星买起礼物来一掷千金的学生党。但这件事荒谬在于：给何炅送礼物的并不是何炅的粉丝，而是上《快本》的各路流量明星的粉丝——如今的氦金粉，金都不氦在自家偶像身上了，而是要氦在综艺氛围、氦在偶像人脉、氦在摄像机可能多给一点点镜头的所谓“资源”上面。

以往的粉丝单打独斗，现在的粉丝站出来就是一支队伍，而且还是一支组织严明分工清晰的公关队伍——管理层，文案组，宣传组，联络组，地区应援站……偶像上一次《快本》，他们不但要打点主持人，还要给同组其他嘉宾准备饮料茶歇伴手礼，连摄像大哥也不能放过，一切都是为了偶像的牌面。本质上已经是在行贿受贿边缘疯狂试探。

你一支，我一支，队伍多了，就成了“饭圈”——要说从前追星的“粉丝群”和现在追星的“饭圈”最大的区别：前者是粉丝间出于共同爱好产生的交集；而后者，却是一场资本与流量的合谋——流量负责引人入局，资本负责关门收割，原本的一腔热爱，就这样在不理智粉丝和资本默许纵容的联合buff（增效）下，变身为畸形的“饭圈”。

当粉丝群变成了饭圈，追星这件事就不再像以往那么纯粹了。

“饭圈”有三宝：集资、造假、到处举报。所谓的“热搜”、“超话”、“广场”，不过是互联网平台研发

出来收割现金的代号，比虚拟皮肤还虚拟——热搜可以买也可以撤，除了粉丝没什么人会带个“#”号说话，粉丝每天集结起来忙着签到、打投、刷榜、做数据，最终只是用一堆数据成就了平台的利益。而他们的偶像，明知数据都是刷出来的，也常常用沉默来表达默许，由此完成了一场乐此不疲的造假游戏。

想当年《超级女声》决选投票采用短信机制，等于是宣告了“真金白银换流量”时代的来临——只不过当时的游戏规则尚且简单：一毛钱一个短信一张选票，大部分收益都归了电信公司。

再后来，《创造101》也一度刷新粉丝集资金额纪录——根据这档节目的投票机制，粉丝必须买视频网站的会员，因为普通观众每天只有1票，而会员每天可以有11票，如果再买一张30元的定制卡，还能额外为自己心仪的选手再投121票。至此，投票已经变成赤裸裸的金钱游戏。

这些年，赞助商和平台们“学艺”越来越精——他们发明了“水票”，发明了“奶票”——将投票二维码印在水瓶子和奶瓶子的包装里，粉



左图：46岁何炅被曝收粉丝礼物后道歉。

丝非得买下产品才能投票，这才发生了令人震惊的新时代“倒奶事件”。从前的倒奶揭露资本主义，如今的倒奶呢？恐怕又是一次资本的合谋。

就好像《快本》主持人收礼事件背后，其实还有更大的黑洞：粉丝会被指定购买某款下午茶套餐，一份售价高达上万元，实际市值却不到三分之一，而这些套餐必须通过工作人员指定的粉丝应援小站APP才能买到，背后千丝万缕的联系，简化来说约等于直接收割，背后逻辑和每天收入208万元的郑爽打算开发一个自己粉丝专属的APP是一模一样——不让中间商赚差价。

因爱盲目，为爱痴狂，天底下粉丝的心也是一样的，难免容易被带跑。与其批评粉丝刷数据、买超话，倒不如先对始作俑者进行查处——平台、粉头、赞助商、偶像先正本清源，饭圈才不至于乌烟瘴气。明星偶像真的无辜吗？沉默代表的也是纵容，毕竟偶像们发句话，比媒体批评一百遍都有用。当你的粉丝四处攻陷无辜者的时候，你的沉默就是默许，是鼓励，是借力争力的卑鄙。所谓“粉丝闯祸，偶像背锅”，这口锅并不是白背的，俗话说“有什么样的偶像，就有什么样的粉丝”，诚不我欺。

为什么现在明星都不叫明星、不叫偶像了？资本赋予的新名字“流量”，早就赤裸裸地揭示了“变现”的内涵。一个个活生生的人，变成了资本的道具；一群群抱着爱意而来的粉丝，变成了金融的工具。依靠流量一时爽，塌房一个还来双——行业里的人都以为流量就是保障，殊不知德不配位的流量，必遭流量反噬。■