

由于粉丝群体内部已经高度分化，甚至彼此间有一些分裂，衍生了另一种普遍存在的乒乓球“饭圈”行为——自证。

运动成绩与商业代言。“梦女”往往与男球员绑定，有些女粉会幻想自己的另一半就是球员，通过P图等行为建立心理上的联结。

由于粉丝群体内部已经高度分化，甚至彼此间有一些分裂，衍生了另一种普遍存在的乒乓球“饭圈”行为——自证。如上述提及，线上进入“核心粉丝群”需要自证，而赵馨在线下同样遇到了这一要求。2025年11月4日，孙颖莎迎来了25岁生日，国内外数十座城市的球迷也自发组织起线下应援。

在上海一处孙颖莎粉丝组织的生日会现场，赵馨注意到有礼品交换区、礼品发放区，还有一台抓娃娃机，里面都是孙颖莎相关的周边，比如钥匙扣、杯垫等。此外，有一片区域，普通粉丝不能进入，必须向“粉头”自证“平台浓度”后才有资格。

从2025年初至今，为了进一步展开研究，找到更多样的访谈对象，赵馨自费前往全国各地，现场观看了不同级别的乒乓球赛事。她发现即便到球赛现场，同一位选手的粉丝之间交换物料，许多场合下都需要自证。

“在现场换物料时，我看到有人想要去拿别人制作的手幅周边，必须要打开手机自证。自己在社交媒体上发布的内容，买过的选手代言的产品订单，这些都是自证的一部分。还有人看到订单，会划动一下，以免是截图。为此，有些粉丝会把一些图片打上水印，动态置顶，以便迅速自证。”

借助赵馨的分享，一个关于乒乓球“饭圈”的群体画像逐步浮现在记者面前：这是一个女性占大多数的圈层，无论是男选手还是女选手，粉丝都是女性居多，她们的年龄横跨很大，从“70后”到中学生；有一些能坚持去线下看比赛，往往有钱有闲；粉丝群体内部种类多样，通过各种设限，完成了自我的身份认同。

下图：李元靖购买孙颖莎代言品牌的产品，以此表达喜爱与支持。
受访者供图



竞技成绩并非“最重要”

乒乓球的“饭圈”，究竟开始于何时？目前有许多网友认为，一切要归结于2016年里约奥运会。当年，#不懂球的胖子#等话题迅速走红网络，让国乒收获了前所未有的名气与关注。

里约奥运会结束后不久，时任国乒总教练刘国梁率先开通了微博，随后国乒主要选手几乎全部入驻各大社交平台，同时开始现身综艺节目。

2017年1月，刘国梁接受新华社采访时表示：“我们已经包揽三届（奥运会金牌）了，无法再用金牌衡量这支队伍为国家做出的贡献，是时候向市场化方向去推，但在前进过程中肯定会有一些未知的阻力和困难。”一个月后，刘国梁宣布，杜塞尔多夫世锦赛队内选拔有了新名字——“地表最强12人”。球队联手腾讯体育，将传统的队内选拔赛曝光在网友面前。

“‘地表最强12人’，这个LOGO和标题大家喜欢么？3月3日—10日在深圳开战，约吗？”那一年元宵节夜，刘国梁在微博上写道。

借助上述一系列增加曝光度、帮助“出圈”的操作，国乒选手被逐渐卷入互联网流量浪潮。2021年，WTT更是引领乒