



《网红:成名的转场》 吴志远 著,江苏人民出版社 2025年9月 《网红:声誉工厂》 彭步云 著,江苏人民出版社 2025年9月

今天,我们如何做网红

对话新闻传播学者吴志远、彭步云

还记得芙蓉姐姐吗?二十年前,赛迪网一项调查显示,超过七成网友对她的评价是“恶俗”“病得不轻”。然而今天,当人们回望这位初代网红,态度中更多了一份理性与客观。

对芙蓉姐姐评价的变迁,恰是中国社会观念走向开放、多元与包容的一个注脚。与此同时,一个问题也随之浮现:在当下高度内卷的流量竞技场中,芙蓉姐模式的草根逆袭神话,是否还有可能重现?

答案或许是否定的。新闻传播学者吴志远、彭步云的新近研究揭示:网红已经历了一场深刻的“转场”。从早期的写手网红(如安妮宝贝)、话题网红(如芙蓉姐姐),到微博时代的大V网红(如韩寒),再演进至今天高度工业化的职业网红阶段——那个依靠个人特质或偶然运气就能一夜成名的草莽时代,已经终结。

“我身边好几个硕士同学都在做网红。”彭步云的亲身观察,印证了职业网红的来临。她的同学们,毕业后都曾供职于传统媒体,白天写严肃的行业分析,晚上兼职在平台上发一些新闻口播内容,起初只是玩票,几条视频意外爆火后,干脆辞去工作,全职投入网红赛道。

这不是我们刻板印象中“博出位”的草根叙事,而是一群高学历、有选择、家庭背景良好的年轻人,在数字时代做出的全新职业选择。驱动他们的究竟是什么?

为了解剖这个职业的内核,彭步云深入一家网红MCN机构,进行了长达数月的田野调查。这里没有想象中的浮华喧嚣,更像是一个高速运转的“数字车间”:实时跳动的数据大屏、主播嘶哑且亢奋的倒计时呐喊、背景板上“冲榜”“秒杀”的醒目标语……她与公司旗下粉丝量从几发到几百万不等的网红们深入交谈,记录他们“直播三个月买下人生第一套房”的狂喜,也倾听他们因一次直播违规拉停后的心态崩塌。

她发现,今天的网红,早已不再是早期互联网语境下的“审丑”奇观或偶然的运气爆棚,而是平台算法精密筛选、资本流水线式孵化、个体在“声誉工厂”中高强度劳动的复合产物。光环背后,是内容创作、直播带货、广告公关、粉丝维护等多重劳动叠加;是风险高度个人化,一句话的失误,就可能让千万粉丝的账号瞬间蒸发;而一个网红的平均生命周期,或许只有三年,甚至更短。

吴志远的研究将视野拉得更长。他追溯近三十年网红变迁史,指出网红群体实则构成了中国互联网的生动底色,他们的个人命运,与互联网基础设施的演进、消费文化的狂飙、青年职业观念的转型等深度交织。研究祛魅了“长红”幻象。如罗永浩、papi酱这般穿越周期、平衡人设与真实,并敏锐规避平台风险的“幸存者”,终究是凤毛麟角。更多的情况是,平台基于自身活跃度的需要,不断“造神”又“抛神”,偏爱制造昙花一现的流量奇迹。

在这个“人人都有成名的十五分钟”的时代,吴志远与彭步云的《网红》,来得恰逢其时。

它们祛魅“一夜爆红”的神话,揭示其背后精密计算的商业与算法逻辑;它们正视网红作为“数字时代新型劳动者”的困境与挣扎,记录下他们在资本、平台与自我之间的周旋与博弈;它们也为无数怀抱网红梦的年轻人,提供了一份实操的生存指南——红海之中,机会与风险并存,可持续的“声誉”,比短暂的流量走得更长远。



扫码看视频



新闻传播学者吴志远(左)、彭步云

初中辍学、每天直播10小时 一个小人物的逆袭样本

读品:短租二十多年,网红已经经历了四代:写手网红、话题网红、大V网红、职业网红。如今网红作为一个职业,更是充满了不确定性,更新迭代更快。据你们观察,网红最长能红多久?持续“长红”的网红是哪些?

吴志远:我第一个想到的就是罗永浩,他绝对是中国互联网发展中的传奇人物,争议也很大。从最早的文字时代、BBS时代,到他自己做微博网,再到微博时期当众锤冰箱的名场面,之后又跨界做锤子手机。现在,他也转型直播带货,最近和西贝的争议也闹得沸沸扬扬。从生命周期来看,罗永浩可以说踩中了中国互联网发展的每一个节点。我在书中一章开头还专门引用过他的一句话,他说“我从来不会关心自己会不会红,就像布拉德·皮特不会关心自己是不是最帅的,彪悍的人生不需要解释”。他身上有种底色,就是始终想去和资本、权力对抗。不过还有些网红的“长红”,不是以显眼的方式持续曝光,实则却是最大的赢家。比如初代网红芙蓉姐姐,现在已经是转型成背后的资本操作者了。

读品:大网红有什么共同特质吗?

吴志远:首先肯定得有足够的话题性和争议性。就像韩寒,最早是少年作家,博客时代超越徐静蕾成为中国博客第一人。到了微博时代,他自己压根没玩过微博,却成了微博上的核心话题人物。关键就在于,他始终和当下中国社会最受关注的议题紧密绑定。所以一个人能火、能成为网红,有时候不是自己选的,而是时代选择了他。

彭步云:我觉得在这个时代想成大网红,得具备三个特质。第一,要有长期输出内容或情绪的能力——定期更新、高频次出现在公众视野里,先混个脸熟很重要。第二,要和粉丝建立信任关系,得有一群拥护你的人,愿意相信你,甚至为你发声。第三,得摸透平台规则——知道哪些底线不能碰、哪些话题有流量、怎么变现更高效,这些都是必备技能。

读品:《网红:声誉工厂》里面,带货主播“紫妹”初中就辍学了,他的经历可以写一篇非虚构了。一个人能迅速成为网红的原因是什么?

彭步云:他的个人经历比较特殊,但他没有把它藏起来,反而把它变成了自己的差异化竞争优势。而且他真的能豁得出去,还特别能坚持。直播第一年几乎没什么收入,每个月带货就赚几百块,但他每天坚持高强度直播10个小时,天天守在镜头前,最后实现了小人物的逆袭。他的故事挺励志的。据他自己说,当时兜里就剩200块钱,抱着“搏一搏,单车变摩托”的心态,想着这是最后一次尝试,要是再不行就回东北老家的小县城过日子。能看出来,他有非常强烈的成名的渴望。一开始他是做才艺主播,还拜了个网红师傅学喊麦,后来发现喊麦收益不稳定,经人介绍才转去做直播带货,觉得带货更稳定,播一天就有一天的收入,就这么慢慢改了赛道,收入也从月入几百、几千,涨到几万、几十万,一步步完成了逆袭。

读品:“紫妹”初中辍学,但她直播带货几个月就买了一套房,可能对很多读书人来说也是一种刺激。这个时代知识真的无用吗?

吴志远:其实从现在整个网红产业的情况来看,头部博主终究是少数。大部分能盈利、能赚到钱的博主,身上还是带着些前网红时代的特质。要是高校老师正儿八经开个号想挣钱,难度其实特别大,根本没法跟深耕赛道的专业网红比。他们都有自己的套路,比如个人风格的精准定位,背后还有MCN机构在推波助澜。现在做网红早就过了单靠个人特质就能赚钱的时代了,大多数网红靠的还是流量带来的导流和分成。

彭步云:我接触、采访过不少网红,发现那些能红得久一点的,还是要有一套自己的内在知识体系的。不一定是书本上、学术上的,也可能是走南闯北攒下的个人认知和经验,这些才能支撑他们持续输出内容。就像高校老师,上了一天课之后,都会觉得被掏空,所以要不停地摄取知识。网红其实也一样,一旦不补充知识,没法再给大家提供新信息、新价值,很快就没人关

注了。只不过知识的范畴要广一些,不能只局限在课本、学术里,生活体验、实战经验这些都算。

算法为何偏爱“昙花一现”? 平台不需要“常青树”

读品:现在想要当网红是更简单还是更难了?职业网红的压力主要来自哪里?

吴志远:现在的网红跟早期完全不一样,已经是职业化群体了。平台化的技术背景,决定了所有网红都得先接受平台的规划,遵守平台定的各种规则。早期像木子美那样的网红,靠挑战当时大家对私域、性话题的观念吸引关注,但现在谁敢拿这个当卖点,第二天就得被封号,这是监管政策和平台规则的硬要求。可是,大家每天刷手机,还是能看到不少擦边视频——这些内容游离在规则的边缘,比如有些帖子,会特意标注“正常穿搭,无不良引导”,就是靠这种方式博关注,先攒下流量再考虑后续内容。而且网红赛道越来越挤,内容同质化也越来越严重。平台其实也很困惑,该把流量分给谁。去年九、十月份江西鸡排哥爆火,他能火就是刚好符合算法的遴选标准。算法每天都在筛选这类人,一旦发现某人的特质有爆款潜力,就会给他推流量,流量又进一步放大他的热度。

彭步云:从技术层面说,当网红确实更简单了——有个智能手机、能上网,就有机会火。但也正因为这种技术上的便利性,人人都能当网红,赛道拥挤得更厉害,只有走差异化路线才能脱颖而出。我之前关注过一个博主,农村出身、博士学历,这不算特别稀缺,但她长得漂亮,做的是文化类内容,本身却是理科生,身上集中了很多反差标签,就容易备受关注。再比如鸡排哥,路边卖鸡排的那么多,为啥就他火?因为他把卖鸡排这么一个小小的事业做得非常兢兢业业,配上那些魔幻的手势、洗脑的口头禅,加上他说话又特别认真严肃,比如非要让顾客提前打开袋子,按理说做生意态度要友好一点对吧,这种反差感就很吸引人。

读品:为什么长红很难实现?怎么突破流量的天花板实现长红?

吴志远:对很多网红个体来说,他们可能压根就没想过长红。在我看来,网红不算一份能一辈子坚持的职业,他们更多是想着在这个赛道里快速冲到顶端或腰部位置,赶紧赚够第一桶金,不会一直站在前台。就像芙蓉姐姐,作为初代网红,她没一直站在台前,早就转到幕后做资本操作了。我觉得江西鸡排哥爆火之后,后续维护做得不算成功,一直停留在被大家觉得搞笑、戏谑的角色里。其实鸡排哥能吸引人,不只是靠他的动作和口头禅,更关键是他契合了当下大部分网民对草根个体的亲和想象——我们太缺这种真实又性情的人了。如果能把他打造成景德镇当地的文化大使,持续传递正能量,我觉得这才是网红实现长红更重要的社会角色定位。

彭步云:我从终端和微观角度说说。网红他们知道自己的生命周期吗?我觉得他们是知道自己的生命周期的,这也是为什么视频爆火后,他们都急于变现,但这个尺度特别难把握。要是没积累稳定、亲密的粉丝就急着变现,粉丝来得快去得也快,顶多凑个热闹就走了。我认为,真想要长红,变现周期可以拉长一点,先多输出内容,筑牢人设。但很多人急于变现,就是因为知道自己没能力支撑长期走红,怕流量稍纵即逝,所以才急着捞金,这也是不少网红昙花一现,甚至塌房的原因——本身身体跟不上,只能抓住短期流量机会。

从平台层面看,平台本身就需要制造这种不稳定性。它得让不同的人参与进来,输出多样化内容,才能留住用户、提升日活和使用时长。要是平台头部一直是那几个人,内容也固化了,粉丝群体就会单一,没法吸引新用户下载使用,平台慢慢就会走下坡路。所以平台会刻意引导这种不稳定性,每天筛选不同的人推到大众面前,就是为了吸纳更多受众、维持日活。

读品:怎么理解平台“去技能化”和网红本人“卷技能”这两种现象同时存在呢?

彭步云:“去技能化”就是网红的人设和标签绑定后,只有发相关内容才有流量,比如靠美食、科技出名的,只能深耕这个领域,技能会变得越来越局限、狭窄。要是想换赛道,不仅要经历阵痛,还很可能转型失败。而“卷技能”,是因为现在人人都当网红,大家都有一技之长,想突出重围,就必须得在某些方面超越别人才才能获得关注,这种超越就是内卷,大家就会不断地去把自己的武器变得更加的锋利。

吴志远:今天看上去好像大家都想着做网红挣钱,但这只是互联网呈现给我们的一个面向。本质上,还是这类内容契合了当下社会某种潮流,才会受到关注。比如一些知识类博主,他们的归宿就一定是挣钱吗?我觉得未必,很多人是在做文化普及。比如李子柒,这个符号早就超越了田园乡村生活本身,在国际传播上也有很大价值。现在很多外国人了解中国,就是从李子柒开始的,而且李子柒展现的非遗内容,比传统形式的宣传更有传播力。未来要是想把网红的价值转化成长久的影响力,就不能只盯着三瓜两枣那点利益。

读品:信息技术把整个社会变成了一个巨型工厂,劳动和生活的边界被打破,劳动者随时随地都在工作。我们还有可能突破这个“数字囚笼”吗?

吴志远:很多学者都在研究数字劳动这个话题。我们表面上是平台的消费者,实际上却把大量休闲时间贡献给了平台,处于一种“休闲劳动”的状态。如果只从利润角度看,确实会觉得被控制。但现在越来越多学者在反思这个问题,其实网红和平台是共生关系,普通网民在这个过程中也能学到不少技能。如果用悲观的心态看,就容易产生二元对立的想法,觉得自己被资本控制、时间被当成数据劳动消耗。但我觉得应该用包容的心态看待,毕竟我们确实在这个过程中获得了快乐、得到了放松,这也是不可否认的。

彭步云:“去技能化”就是网红的人设和标签绑定后,只有发相关内容才有流量,比如靠美食、科技出名的,只能深耕这个领域,技能会变得越来越局限、狭窄。要是想换赛道,不仅要经历阵痛,还很可能转型失败。而“卷技能”,是因为现在人人都当网红,大家都有一技之长,想突出重围,就必须得在某些方面超越别人才能够获得关注,这种超越就是内卷,大家就会不断地去把自己的武器变得更加的锋利。

吴志远:今天看上去好像大家都想着做网红挣钱,但这只是互联网呈现给我们的一个面向。本质上,还是这类内容契合了当下社会某种潮流,才会受到关注。比如一些知识类博主,他们的归宿就一定是挣钱吗?我觉得未必,很多人是在做文化普及。比如李子柒,这个符号早就超越了田园乡村生活本身,在国际传播上也有很大价值。现在很多外国人了解中国,就是从李子柒开始的,而且李子柒展现的非遗内容,比传统形式的宣传更有传播力。未来要是想把网红的价值转化成长久的影响力,就不能只盯着三瓜两枣那点利益。

头部网红如何成为城市与资本选中的“符号”

读品:做网红很容易被封号吗?书中列了个禁播词库,是行业自己摸索总结的经验?

彭步云:每个平台都有自己的直播规则。就拿淘宝来说,有专门的直播守则,比如用了虚假宣传、夸大宣传的词,就会受到流量惩罚,可能被拉停直播、禁播几天,严重的还会封号。但具体的禁播词是什么,没有明确的官方清单,都是网红们一次次被拉停、反复试探后,自己总结出来的经验。

读品:网红塌房事件屡屡发生,什么样的人塌房了还能重新火起来?为什么有些人就不行呢?

吴志远:有些大网红塌房之后还能东山再起,未必是他们更有发言权,核心是平台和MCN这类机构还认可他们的流量价值、资本价值。这背后的机制很复杂,不只是表面上说话引发网民反感那么简单。

就像有的网红,以前也出现过一些争议,但他已经是当地网红经济的标杆了。这些网红在一定程度上其实只是个符号,平台和当地会综合多重因素予以研判。

彭步云:我觉得网红能不能东山再起,关键看他的“声誉资本”有没有消耗完。这是我在书里提到的一个概念,相当于网红在互联网上积累的粉丝、好评、口碑,以及平台赋予的商业转化能力等的集合体。从粉丝层面来说,如果口碑全毁、私德有亏,让大家对人品产生怀疑,粉丝彻底不信任了,那大概率很难再起来;从商业层面看,要是MCN机构和广告商还愿意持续投入流量、投放广告,还有商业价值的话,就还有机会;再看平台层面,只要没原则性问题,没违背平台规则,只是引发了一时舆论风波,平台发现他还有流量价值、粉丝还在维护,商家和MCN也愿意继续扶植,就有可能东山再起。

读品:“自我剥削”是不可避免的吗?明明没流量,大家还在拼命更新,给平台无偿生产内容。

彭步云:持续无偿更新内容其实也是想被看见,心里多少都有成名的期待,想着万一火了,能多一份收入。既然想获得收益,就得遵守平台规则,持续产出内容,这也是一种现实。

读品:经常刷到这类视频,比如月光如银的乡村夜晚、穿过杨树的乡野的风、标注“这是1997年的一个下午”的画面,让人遥想过去的乡村田园生活。《网红:成名的转场》里把这叫“数字怀旧”或“在线乡愁”,背后反映的是一种整体的社会心态的变迁。这不是和吴老师是80后有关?彭老师是90后,是不是就没这么怀旧?

吴志远:怀旧是一个现代性问题,它不是新鲜话题。但数字时代的怀旧和大众传播时代不一样。大众传播时代的怀旧是媒介主导的,多是宏大的历史叙事,比如当年的《渴望》,前两年的《大江大河》,都反映了改革开放时期的人物命运,藏着历史发展的脉络;但现在的数字怀旧越来越个体化、微观化了,这类内容的流行,说明当下中国社会越来越原子化、个体化了,传统生活被打破。现在甚至形成了“乡愁再现”产业,很多人专门做这个赛道,剪辑这类短视频,和过去的宏大历史叙事完全不同。

彭步云:一代人有一代人的怀旧方式。我的青春里全是周杰伦的歌,00后现在正青春,可能还没到怀旧的阶段。等他们开始怀旧时,未必是这些场景,说不定是二次元、买偶像谷子、虚拟偶像周边这些,这是属于他们的专属怀旧方式。

读品:前不久重庆合川杀猪割猪汤事件这么火,是不是也触动了大家的“乡愁”?

彭步云:我觉得更多是凄凉的、怀旧的心态,也是一透着股文化氛围。在网上突然看到一群人热热闹闹聚在一起,能让陌生人之间产生连接。大家都想凑个热闹,去“恶俗”“病得不轻”。但现在的互联网,我们越来越尊重多样性了。所以不是现在

大读者

与他们的思想现场 读书人写作者