



日前，“为偶像打倒牛奶”事件引发网友持续关注，网络综艺节目《青春有你3》在舆论热议下，其播出平台爱奇艺与涉事企业蒙牛分别于6日晚、7日上午发布致歉声明。爱奇艺表示将关闭《青春有你3》所有助力通道。

爱奇艺6日晚发布的致歉声明称，“对于此次‘倒奶视频’所造成的影响，我们感到非常的内疚自责，在此，深深表达我们的歉意。”爱奇艺公布的整改措施中包括：从即刻起，关闭《青春有你3》所有助力通道。

蒙牛“真果粒”7日发布的致歉声明表示：作为《青春有你3》的赞助商，我们高度重视并主动与节目组多次协商。我们完全支持并积极配合爱奇艺及节目组的整改措施，确保妥善处理。对于浪费牛奶饮品的行为，我们无比痛心并坚决反对一切形式的食品浪费。对于由此产生的不良社会影响，我们深表歉意，并将深刻反思，积极整改，切实履行社会责任，避免此类事件再次发生。

粉丝为给喜欢的选手打榜投票，竟将白花花的牛奶整桶倒入下水道——“打投”（即打榜、投票）浪费固然触目惊心，其背后折射的“饭圈文化”的扭曲变质，更引发人们的警醒。

## 爱奇艺、蒙牛相继道歉！《青春有你3》所有助力通道关闭 谁在操纵粉丝“倒奶式打投”？ 业内专家解读变质的“饭圈”文化

虽然节目组和赞助商目前已道歉，并表示反对一切浪费，但显然网友们并不买账。

近年来，“饭圈”怪诞事件层出不穷，不少人批其“恶臭”。

那么，被倾倒的牛奶究竟“流”进了谁的钱袋？华西都市报、封面新闻记者采访了一位长期致力于粉丝文化研究领域的资深学者。他表示，“只要瓶盖不要奶”的打投规则由来已久。而这种打投规则，通常是由运营方和高阶粉丝在长期共存的关系中共同制定的。

### 本质

“只要瓶盖不要奶”  
与选秀的资本运作密不可分

“饭圈”投票的传统从日韩而来，而购买某种商品获得投票券的做法，也早有由来。专家称，非常具有代表性的日本偶像女团AKB48，在全球拥有非常多的粉丝。AKB48的选拔，就是一种以投票形式展示偶像人气的活动。谁拥有的票数多谁，就能在偶像组合中拥有更高的地位。从这种模式来说，国内目前的某些选秀，在粉丝打投的规则设置上，对其进行了参考模仿，例如靠粉丝投票数选出C位等。

据其介绍，AKB48的总选举投票，就需要粉丝购买发售的单曲CD，获得其中投票券，为喜爱的偶像投票。其中，一张CD只有一张投票券，有些粉丝为了能尽可能多投，便成箱成箱地购买CD。一些购买过多的粉丝没有地方放置，也只能将CD弃置。

“倒掉牛奶和丢弃CD等浪费行为，都是资方纯粹为了提高销量设置的捆绑销售。只要存在这个商业逻辑，也就必然会导致这样的结果。所以惩罚节目组和资方是正确的，为了销量无视社会责任的做法，是非常不可取的。”他说。

华东师范大学传播学院副教授吴畅畅则认为，粉丝为偶像“打投”雇人倒奶的行为，与当前选秀节目中的资本运作密不可分，“因为资本的逻辑会让粉丝有非常规、非理性的举动”。

吴畅畅分析，背后的资本会要求粉丝证明自己的偶像具有一定的商业价值。偶像本身是一种商品，是商业链的一环。粉丝的“打投”就好似一种KPI，采取量化计件的逻辑，粉丝必然会陷入到某种疯狂的“厮杀”当中。目前的粉丝文化或者说粉丝经济，是由选秀和综艺节目反向推动的。平台、制作方、广告商其实形成了一个利益共同体。

### 起底

粉丝为偶像“氪金”  
背后存动员机制和社群规则

近年来，因为追星花钱产生的社会



“倒奶式打投”。央视截图

新闻博人眼球。动辄几万几十万的花费，让不追星的人很难理解。这种为偶像花钱的行为到底处于何种心态？粉丝研究领域的学者提到，追星“氪金”和玩游戏花钱在本质上是一样的，现在也有不少人“斥巨资”抽盲盒，心态也和前述行为类似。但饭圈“氪金”还有一项很特殊的“规则”：动员机制和社群规则，并且具有高度阶层化的特点。

这位学者称，简单来说就是，一旦身在其中便很难抽离。如果你自己也追星，可能总会感觉钱不够用。记者曾采访过多位“饭圈”粉丝，他们都提到了圈内一个共同的特征：你花的钱越多，你就拥有更高的话语权和地位。如果你一分钱不花，是会受到“饭圈”内强烈谴责的。

在这个圈子内，总有一些有钱有闲的粉丝，他们拥有更高的购买力，一方面尽可能地努力花钱维持地位，一方面也与运营方或者投资方产生勾连，制定新的规则。与低阶粉丝花钱购买明星代言商品、明星照片、周边等相比，这些更高阶的粉丝花钱购买的，是某种运营的权力。

这位学者表示，在“饭圈”中，不同阶层掌握的信息是完全不一样的，现在所谓粉运（粉丝运营）、粉头、大粉等即是如此。一旦参与规则制定，高阶粉丝便会持续动员低阶粉丝消费。例如“这个阶段我们希望给偶像达到某个目标，我们‘众筹’、‘打投’”，但这些行为的后续目标是什么，并不会一次性释放出来。而慢慢的，随着后续目标的出现，低阶粉丝只能不断持续投入，才能维持在圈内的某种存在感或“地位”。

为偶像花钱，在某种程度上，并不是个体的粉丝所能决定的，而是由所处的群体环境决定的。当粉丝处于某个阶层之后，只有持续地花费才能维持在群体里所处的阶层。如果停止消费，也就无法维持在“饭圈”的“地位”。

“所以在那种高度情景化的场景中，粉丝是很难脱离的。它是一个需要持续消费的过程，会慢慢超过个人能承受的经济范围，却又难以自拔。

确实就像进入了一个圈。”学者提到。

### 声音

雇人倒奶“打投”怎么治？  
正确引导粉丝需从节目管控开始

对于如何引导粉丝理性追星？吴畅畅认为，必须要对这类节目的制作逻辑、竞争态势、打投逻辑进行有效引导，才能让粉丝行为不至于走到这样一个极端、非常规的程度。

5月7日，新华社发表评论文章《变质的饭圈文化亟待整治》。文中称，在逐利逻辑的驱动下，一些饭圈正日益异化成无所不在的消费套路：追星就要应援打榜、屠榜控评；消费越多证明“爱”得越深，不花钱就不配喜欢“爱豆”；互撕谩骂、人肉搜索、网络暴力，竟成了为偶像“出力”的表现……

文章提到，饭圈变质成砸钱斗狠的“怪圈”，追名逐利的背后，是平台流量至上的不良导向，更是一些资本的推波助澜……当追星变成“催钱”游戏、“氪金”竞赛，粉丝难免沦为“工具人”和“流量韭菜”，一次次被利用、一茬茬被收割。

追星当有底线。如果饭圈文化变质走味，被利益绑架、唯流量是从，势必造出“倒奶视频”这样的咄咄怪事，误人子弟，毁人三观，贻害无穷。对于青少年来说，被“圈”住的不仅是金钱，还有宝贵的时间精力；被侵蚀的不仅是心智，还有人生态度和价值取向。正因为如此，《青春有你3》被叫停后，不少网友纷纷叫好——“缺乏营养的选秀节目就要让它凉凉”“虚有其表的选秀该出局了”……

涤荡饭圈文化的歪风邪气，需要各方共同努力。平台和相关机构必须将社会责任摆在首位，不能为了利益坏了良心。身为公众人物，明星也要担起偶像之责，引导粉丝理性追星。让青春远离浮华和扭曲，才能“养成”健康向上的“明日之星”。

华西都市报-封面新闻记者 徐语杨  
综合新华社、央视

### 尼泊尔新冠疫情近期迅速恶化 尼泊尔旅游局局长： 珠峰南坡大本营一切正常

尼泊尔新冠疫情近期迅速恶化。尼泊尔卫生和人口部6日数据显示，全国单日新增确诊病例数再创新高，达8970例，累计确诊368580例；新增死亡54例，累计死亡3529例。

尼泊尔人口约3100万。以每十万人单日新增病例数计，尼泊尔数值逼近30例，与邻国印度水平相近。

印度6日公布的新增确诊和新增死亡病例数再次刷新纪录，分别为412262例和3980例。截至6日，印度累计确诊超过2100万例，累计死亡超过23万例，单日新增确诊病例连续15天超过30万例。

依据红十字会与红新月会国际联合会数据，上周末，尼泊尔阳性样本检出率达到44%。尼泊尔红十字会官员警告，如果不能遏制疫情势头，印度发生的一切将在尼泊尔重演。

依据美国有线电视新闻网图表，新冠疫情暴发以来，尼泊尔疫情曲线趋势与印度颇为相似，但略滞后于印度。

尼泊尔舆论界普遍认为，国内动荡、印度疫情输入、防控措施落实乏力、民众防疫意识淡薄，是导致该国新冠疫情近期迅速恶化的主要原因。

尼泊尔健康专家指出，该国民众也要为疫情加剧负责。尼泊尔以“节日之邦”著称，民众喜欢在公众场合聚集庆祝，疫情期间政府对此屡禁不止。此外，不戴口罩上街、戴口罩不规范、违规聚集等现象较为普遍。

近日有媒体报道，尼泊尔境内珠穆朗玛峰南坡大本营有大量登山者确诊感染新冠。对此，尼泊尔旅游局局长阿查里雅接受新华社记者电话采访时说，他本人已在大本营驻扎数日，过去几天，没有人向他报告出现感染新冠病毒症状，大本营一切正常。

该局官员巴特拉伊也表示，旅游局得到的信息是，一些登山者出现了呼吸问题和肺炎，被飞机送回加德满都，至于是否有人确诊感染新冠，旅游局没有得到正式通知。

尼泊尔喜马拉雅救援协会多名人士表示，“不能确认”珠峰大本营有十余人确诊的消息。他们说，在珠峰高海拔地区，不少登山者出现肺炎、呼吸道方面的高山疾病，与新冠感染者症状类似，但由于在大本营没有条件进行检测，无法确诊。

目前，包括登山者、向导、政府官员等约2000人集中在大本营。

据新华社