

人生一品

走/进/新/职/业/人/的/生/活

开
栏
语

为“喜欢”买单,为“认同”消费。
当兴趣消费逐渐成为年轻一代的消费主张,小众文化、小众市场的消费品也因此收获了一批忠实粉丝,消费新领域和现象级消费热潮不断涌现。
越来越宽的消费赛道,带来了空前丰富的消费品类选择。花花万物迷人眼,是哪一品触动了你的情绪,走进你的消费生活,成为你的“人生之选”?
即日起,华西都市报、封面新闻推出《人生一品》栏目,围绕当前热点新消费赛道,走进新职业人的生活,解读新消费背后的“爆火”逻辑。

追大熊猫的00后女孩： 拍短视频6年吸粉3000万

7月20日,旅韩大熊猫“福宝”度过了回国后的第一个生日。当天,中国大熊猫保护研究中心卧龙神树坪基地(以下简称神树坪基地)挤满了游客,拿着“长枪短炮”的粉丝们,不惜排队几个小时,也要在短短5分钟的参观时间里抢到拍摄“福宝”的最佳机位。

为了离“福宝”更近一些,00后女孩周小林直接把直播间搬到了神树坪基地,一边售卖“福宝”生日周边,一边给粉丝免费发放应援物料。为这一天,她准备了整整1个月。

去年5月,“花花”出圈后,大熊猫热度瞬间再度升温。到如今,大熊猫“福宝”“香香”回国引发各界关注……每一个关于大熊猫的话题都自带流量。

“滚滚”们爆火的背后,大批自媒体博主是“幕后推手”,也是大熊猫经济下催生的新职业人,全网拥有3000万粉丝的周小林团队“熊猫滚滚”正是其中之一。

“粉熊猫不会塌房。”从“为爱发电”(网络词语,意思是凭兴趣做某些事情,不求回报)到奔赴大熊猫事业的转变,2000年出生的周小林找到了人生目标。

粉不会“塌房”的“顶流”

连续3天直播,“熊猫滚滚”原创的“福宝”周边受到不少粉丝青睐,在神树坪基地,有来自韩国的粉丝将心仪的产品直接打包带走。

“还没有发货的要抓紧时间。”回到成都的周小林,看着仓库里摆满的大熊猫周边正等待着新的归宿,身上所有的疲惫都化为工作动力,就算到了中午饭点,工作人员也没有停下打包发货的速度。

“熊猫滚滚”的两个仓库位于成都市倪家桥附近,里面存放着超过500种不同种类的大熊猫周边,有花花公仔、萌兰钥匙链、福宝雨伞……堆满各式货品,稍显杂乱的仓库,在周小林眼里依旧井然有序。

卖大熊猫周边是“熊猫滚滚”主要的变现方式。这些文创周边出现在神树坪基地、成都大熊猫繁育研究基地、春熙路、太古里甚至成都周边古镇的商店货架上,或通过线上渠道,最终抵达“姨姨”们的手中。

“姨姨”是大熊猫粉丝的统称,他们眼里的大熊猫,有的天真可爱,有的顽皮好动爱整活,但是永远不会“塌房”。

周小林也是其中之一,她对大熊猫的喜爱堪称痴迷。自从“福宝”4月回国后,她就没有休息过一天,发视频、直播、盘货……这个00后女孩的工作、生活全部与大熊猫相关。

从“为爱发电”到流量变现

如果将时间退回到2018年,那时候的周小林恐怕完全无法想象今日的盛况。



中国大熊猫保护研究中心卧龙神树坪基地围满了看大熊猫“福宝”的游客。



周小林在直播间介绍大熊猫周边产品。

当时,周小林还只是一个单纯“为爱发电”的大熊猫迷。因为工作缘故,当时她接到几次拍摄大熊猫的任务,也因此爱上了这些憨态可掬的国宝。从此以后,她开始利用业余时间拍摄大熊猫,用镜头记录下大熊猫的吃播画面并分享给网友。

从“花花”开始展出,周小林就关注到了这只特别的大熊猫。在她眼里,“花花”“没有脖子”、呆萌可爱。

当时不用排队等候,周小林拍摄了许多素材。随着去年“花花”爆火出圈后,她的“熊猫滚滚”账号也随之站上风口,迅速吸引了上百万粉丝。

此后,“花花”“和叶”的院子前总是围满了游客,周小林也正式成为“花花”的“忠粉”,她和摄影师每天早上6点准时抵达成都大熊猫繁育研究基地,排两

个小时队拍“花花”。出自他们之手的大熊猫视频和图片,让“熊猫滚滚”迎来“泼天流量”,也逐渐上升到了大熊猫自媒体矩阵的头部。

“花花”爆火后,也带动了众多大熊猫出圈,“猫粉”群体不断壮大。“当我们把目光放到市场上时,发现所有大熊猫周边都是通货——黑白大熊猫,但‘姨姨’们却有了‘心上熊’专属周边的需求。”周小林说。因此,她着手做了“熊猫滚滚”的第一个周边。经过1个多月的设计,不断推翻修改调整,一款“花花”生日纪念手提包终于呈现,受到众多“姨姨”们的喜爱。

首次成功给周小林带来了启发,将没有灵魂的大通货变成专属大熊猫周边,流量转化的路径由此清晰。她也将热爱转化成事业,以“猫粉”身份拥有了一份新职业。

团队收集“姨姨”们的需求,将他们的想法不断变成现实。“后来我们做了一款‘花花’造型的摇摇乐成为了爆款,说明‘姨姨’们真的喜欢这样的产品。”周小林说。

当然,并不是“熊猫滚滚”的所有产品都畅销。“因为有些产品可能并不实用。”周小林也会不断汲取经验。

因为有一定的粉丝基础,最终开发特定大熊猫衍生周边成为周小林的主攻方向,也得到了“姨姨”们的认可。比如为“福宝”过生日,要根据它最标志性的动作,做原创插画应用在产品上,有扇子、钥匙链、摇摇乐、玩偶,每一幅插画都做了版权备案,在周小林眼里每一种产品也算得上是独一无二。

熊猫自媒体卷出新高度

大熊猫经济释放出的巨大红利,引来大量自媒体和文创周边“玩家”入局,大熊猫自媒体也“卷”出了新高度。

拍大熊猫的人比比皆是,甚至有喜欢大熊猫的博主直接搬到成都定居,方便每天去成都大熊猫繁育研究基地蹲守拍摄,也有博主开始用第一视角记录自己为了“花花”奔跑站位。他们中大多数人的变现方式,都是通过引流卖出橱窗商品或者参与平台活动获取收益。

做大熊猫文创的团队也同时涌现,“西柚熊猫”“千寻日记”……成千上万形态各异、品类多样的大熊猫周边产品,开始铺满市场。毛发精致、动辄上千的仿真大熊猫玩偶和3元一把的扇子、9.9元一个的钥匙串同台“竞技”,比拼着谁能获得“姨姨”们的青睐。

市场越来越“卷”的情况下,周小林选择了平价原创周边路线,例如“熊猫滚滚”橱窗里挂着的那些几元、几十元的小玩意儿。在她看来,“姨姨”们还是更愿意为情绪价值买单。

“他们不用眨眼睛,就能去消费的产品不好吗?有时候推出的限定礼盒,因为有许多配套产品,可能更贵一些,但最多也就200元出头。这样我们靠‘走量’也能把价格打下来。”周小林说。

追大熊猫是生意还是情意?

过去的周小林对大熊猫的爱毋庸置疑,除了“为爱发电”,没有人会愿意在没有任何回报的情况下,连续1个月蹲在同一个地方只为拍大熊猫。但是当追大熊猫变成了“生意”,这份“情意”是否还在?

事实上,周小林早已习惯了各种声音,比如“你们又来蹭大熊猫流量啦”,但她并未考虑太多,毕竟能把“情意”变成“生意”,本身就是在她意料之外的事情。

“我开始做大熊猫账号时,市场竞争不大,大熊猫视频很容易被关注,可以说是选择大于努力。而我因为喜欢‘花花’,从它很小的时候就开始记录,后来‘花花’成为‘顶流’让我的账号吸了不少粉。”周小林说这都是运气。

同时,周小林也说,“熊猫滚滚”其实并没有大家想的那么挣钱。3000万粉丝的流量其实并未完全转化,垫资也是经常的事情。此外,因为精力有限,她也没有非常努力地去去做商业化。

因为共同的爱好——大熊猫,周小林和粉丝通过短视频建立了稳固的关系,一个个大熊猫周边成了他们的“社交语言”,见证着彼此的一段人生故事,这是情意。但手握3000万粉丝的账号和十几个员工的开销,如何将流量持续转换为收益,这是一门生意。生意与情意之间或许无法做到界限分明,但周小林非常清楚,大熊猫市场很大,24岁的自己未来的路还很长。

华西都市报-封面新闻记者 朱珠 姚瑞鹏 摄影报道

问:周四沪指高开,盘中冲高震荡,收盘下跌,你怎么看?

答:市场周四震荡收跌,创业板指收跌1.31%表现最差,盘面上个股涨少跌多,交运设备、汽车整车板块表现最好,北上资金净卖出约57亿元。截至收盘,两市涨停59只,跌停2只。技术上看,沪深股指仍收于5日、10日均线之上,两市合计成交7823亿元环比萎

白|杰|品|股|突破

缩;60分钟图显示,各股指均失守5小时均线,60分钟MACD指标均保持金叉状态;从形态来看,大涨后市场小幅震荡,尽管各股指略失守60小时均线,但仍收于5日均线之上,且突破了前期的下降通道上轨,而沪指日线MACD指标也重新金叉,显示后市仍将

延续反弹。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均减少,各合约负溢价水平整体有所增加。综合来看,随着政策利好不断落地,市场将沿5日均线继续回升。

资产:周四按计划以76.3元均价买入卓胜微4.6万股,之后以77.2元均价卖出4.6

万股。目前持有华创云信(600155)130万股、卓胜微(300782)9.6万股、太极实业(600667)120万股、长安汽车(000625)38万股、翰宇药业(300199)45万股。资金余额6036232.98元,总净值38385952.98元,盈利19092.98%。

周五操作计划:长安汽车拟先买后卖做差价,卓胜微、翰宇药业、华创云信、太极实业拟持股待涨。 胡佳杰