

# 中国网红20年：从博丑出位到流量变现

中国网红的历史是一部史诗，不论是早期的以博丑出位，还是现在的靠流量变现，是个时代中的网红，就都能各领风骚好几年。

“如果把整个太平洋的水倒出，也浇不熄我对你爱情的火焰。整个太平洋的水全部倒得出吗？不行。所以我并不爱你。”1998年的夏天，中国的长江、嫩江、松花江一齐作妖，发生了百年不遇的特大洪水。在那个众志成城的夏天，一个相貌平平、29岁的台湾大男孩写出了上面那几句又酸又矫情的文字，如特大洪水般在全国蔓延开来。

自然界的洪水可以阻挡，情感上的洪水无法抵抗。大陆青年也就是在那个时候，觉得琼瑶阿姨笔下的女主角确实有点作，而这个台湾大男孩的文字却矫情得刚刚好。这个掀起台式小情歌式文字风潮的大男孩叫蔡智恒，大家更熟悉他的笔名“痞子蔡”。

痞子蔡靠《第一次亲密接触》一炮而红，市面上很快出现了《第二次亲密接触》《第三次亲密接触》的仿版。痞子蔡还有第二弹《榭寄生》，那句“不论我在哪里，都只离你一个转身的距离”扎在了无数少男少女的心上。

很快，海岩、安妮宝贝、韩寒、郭敬明的书纷至沓来。第一代网红是最讲

66

流量变现，是第四代网红终生研究的课题。这个阶段的起点是2016年，自从Papi酱发布了第一条短视频开始。如今，快手和抖音上的网红已经换了几茬，有人正在讲述从月入3000元的普通售货员到年入过千万元的超级网红的故事，有人不顾流言蜚语去了戛纳蹭红毯，有人开启“测评”模式。乘着互联网东风进化起来的网红们，经历20年淘汰，始终呈现旺盛的生命力和赚钱的能力。

99

武德的，不靠颜值、不炒作，他们只靠稿费赚钱。

如果说第一代网红含蓄内敛、有底蕴，那么接下来的第二代网红就是不讲章法，不讲才能，乱拳打死老师傅。

史恒侠考研间隙，保持着逛北大清华论坛的习惯，还将自己在公园跳舞的照片贴上去，并配上一段文字：“我那妖媚性感的外形和冰清玉洁的气质，让我无论走到哪里，都会被众人的目光无情地揪出来。”这股超凡的自信让她真的被“揪出来”了。由于她在签名档里写着“清水出芙蓉，天然去雕饰”这句诗，网友称她为“芙蓉姐姐”。水木清华BBS超过5000人同时在线等地发布新照片，跟帖达到120多万条，风头甚至超过了当时如日中天的周杰伦。那可是2005年，微博还要5年后才面世。

与芙蓉姐姐相比，有过之而无不及的是凤姐。凤姐在上海陆家嘴附近发传单征婚，希望对方是清华或北大的硕士，身高1米8。又称自己“9岁起博览群书，20岁达到顶峰，智商前300年后300年无人能及”。主要研读经济类书籍和《知音》《故事会》等人文社科类书籍。到后来，清北的1米8的硕士都不行了，凤姐直言要嫁给奥巴马。出格的言论，反差的样貌，让网民纷纷把目光投向这个身高1米46、相貌平平的中专毕业生。

第二代网红虽不讲武德，却很有经济头脑。很快，芙蓉姐姐就开始出演网络短剧、推出个人单曲、举办演唱会，现在44岁的她已成为北京某文化传媒公司的CEO，身上的标签是“优雅知性”；而凤姐在高调示爱奥巴马没多久后，便去了美国，拿到了绿卡，还在凤凰新闻开了专栏，文采飞扬。至此，网民终于看懂第二代网红以丑博出位的招数，而自己在键盘上每一次敲击、每一次嘲笑，就是在给这一代网红添砖加瓦。

如果前两代网红是PC端的，那么

第三代网红就是移动端的。2010年，新浪微博上线，短短几个月，注册用户就超过1亿，一天就发布2500万条微博。正是因微博的兴起，出现了一批意见领袖，不论日后的kol转战知乎、微信公众号还是短视频，微博永远是他们打下江山的第一阵地。大批内容输出平台的出现，成就了第三代网红，成就了自媒体。

总体来说，第三代的网红形态呈多元化。首先是自媒体网红，通过内容进行产品营销。其中代表是“黎贝卡的异想世界”，曾在40分钟内售出1200双Bata联名款女鞋、4分钟卖出100辆Mini；另一类网红则活跃在淘宝中，张大奕是佼佼者。2014年，她从淘宝模特转型成为淘宝店主，两年内微博粉丝数从30万增长到400万。2015年，她的淘宝店进账3亿元。2020年，网红出身的张大奕搅动了阿里巴巴的一池春水，身价与淘宝总裁蒋凡平起平坐。

根据腾讯研究院的数据显示，截至2016年，85%的网红已经通过广告、电商、签约和创业四种主要方式实现了个人品牌的变现。流量变现，是第四代网红终生研究的课题。这个阶段的起点是2016年，自从Papi酱发布了第一条短视频开始。如今，快手和抖音上的网红已经换了几茬，有人正在讲述从月入3000元的普通售货员到年入过千万元的超级网红的故事，有人不顾流言蜚语去了戛纳蹭红毯，有人开启“测评”模式。乘着互联网东风进化起来的网红们，经历20年淘汰，始终呈现旺盛的生命力和赚钱的能力。

21世纪的工作生存法则之一就是建立个人品牌，毕竟IP就是流量，而流量就是变现能力。同时，20多年来的理论与实践也证明，想维持高水平的肾上腺素，中国网民需要网红。

撰文/孙翼飞

衡量网红营销的效果指标

