

“网红美食”相继刷新排队纪录，一条揭穿背后营销推手的视频刷屏朋友圈

# 被“排队经济”套路的时间藏着多少人际秘密

■本报首席记者 王彦

排个买奶茶的队，5小时过去了；再跑去隔壁糕点铺垫个底，又有5小时溜走了。从白天排到黑夜，一天结束了。“看不懂，时间那么宝贵，为什么有人要浪费在吃的东西上？难道人的一生非要把时间消耗在各种没意义的事情上，才能显得人生有意义？”昨天，我们曾被各路“网红美食”盘踞过的朋友圈，终于齐刷刷地被一条“扒皮”视频占领。一位上海小哥，一口沪语普通话，另配一位捧哏伙伴，用4分钟“创业规划”揭开“排队经济”的隐藏套路。

当然，视频里的词语是戏谑的，“创业”是闹着玩儿的。“4分钟”能在瞬间点击过10万，半天之内火遍全网，无非是因为卖家的小心机、买家的微心态，被小哥戳个正着。为了致“这些年我们已悔或者无悔的追逐网红之路”，我们甘愿再跟风刷一次屏，跟着视频厘清那些被“排队经济”套路的时间里，藏着的秘密。

我们走过最长的路，是营销手们前赴后继的套路

再迟钝的人都会发现，这两年，闯入我们生活的队伍越来越长、越来越频繁。每隔一段时间，总有几样东西几家店、某条马路某个景点，顶着“网红”的帽子引发排队热潮。其中，尤以食物界“网红”表现突出。葱油饼的香味尚未散去，奶酪、奶茶、肉松蛋糕等相继刷新排队时长。如果古人有言“酒香不怕巷子深”，那如今这话已被“网红美食”拓展出了后半句“只要套路走得真”。

视频里，小哥归纳了“排队经济”的套路。一要取“老名”，长脚爷叔、王家姆妈、李师傅、张阿姨，“越老的去越有秘方，阿姨不会骗人”；二要舍得料，芝士草莓牛油果，放足了定能火，因为跟风“网红”甜品的路上，女生们眼里只有面前的一薄片芒果，哪管街角的水果摊上花一样的钱就能抱回一整只芒果；三要拉人气，组织些“无业游民”来排队，排到头了可以重来，头尾相连，开辟“黄牛”新领域，四要懂摆谱，什么每天只卖300个，每人限购仅2杯，来吃饭还得对暗号，总之，老板可以穿拖鞋，姿态必须两米八！第五，还得找些网络大号来试吃，要知道，没有不会P图的公众号，更没有各善赞美的营销号。最后，主角小哥提醒广大营销号，何不回到源头上调整思路，“为什么非得等别人来捧成网红，我自己就能命名网红，‘网红蛋糕’‘网红烂糊面’，我的商品就这样叫，谁又能说不可以？”

插科打诨间，“网感”的用料、接地气的名称、排队的雇佣军、伪装的高姿态、推波助澜的“大V账号”——几乎一件件都与网络上揭开的“后真相”不谋而合；有人在网红店不远处遇见了摆地摊的“二道贩子”，有人揭开了



每隔一段时间，总有几样东西几家店、某条马路某个景点，顶着“网红”的帽子引发排队热潮。图/CFP

## 相关链接

### “网红”切中人们的“存在焦虑症”

■本报见习记者 姜方

很多人似乎已经习惯“我在场，我看见，我拥有”在社交媒体上刷存在感。“网红”之所以走红，恰恰在于其社交附加值切中了许多人的“存在焦虑症”。

去年4月8日晚，艺人鹿晗在微博上晒出了他与一个坐落在上海外滩中山路一路的邮筒的合影。在鹿晗发布该微博1小时后，就有人前来与这个邮筒合影。

营销号明码标价的推广费。这两年我们走过最长的路，恰是营销手们前赴后继的套路。而事实上，人们永远无法预测哪样吃食会突然走红，同样，人们也无法料到哪家店会在你排队之前就跌落神坛。

### 社交时代的“存在焦虑症”，多少人能够独善其身

有没有想过，是什么吸引我们不断刷屏，争相参与每一个热点？那些被套路的时间，隐藏了多少人际间的秘密？

社会学教授章友德提出，这多少映射了当代人的“存在焦虑症”，“十几二十元，大约是奶茶的交换价值，但这杯奶茶走红的关键却是它的符号价值”。社交媒体时代，不少人隐身手机后，心里却有一座孤岛。每当时，一杯奶茶可以解渴、解饿，更可以让我们孤岛一样的心绪刷存在感。有了这杯奶茶的符号价值，我在场，我看见，我拥有，人无我有，人有我新，一连串心底的秘密被互联网无限放

影。还有粉丝特意从外地赶来，队伍排得最长时超过200米，甚至有人排队至凌晨三四点。

4月19日，上海邮政相关工作人员表示，不仅是年轻人，很多老人、小孩和外国游客都来和这个“网红邮筒”合影。合影完后，许多游客会把明信片投入该邮筒。

“人广双雄”指的分别是一家来自广东的“网红茶饮店”，和另一家来自北京的“网红点心店”。既然美其名曰“双

大。“网红美食”之外，口红、邮筒、涂鸦墙先后登上过网红榜，引来如潮人流。这些“网红队伍”里的人都有相似心态，用相对可控的花费，换取一份朋友圈里被点赞的满足感，为“我存在”快乐多一会儿。

现在，许多人都懂得这个道理：朋友圈里的人生并非人生的全部真相。有人一个月只进了一趟健身房，却凭一张照片就刷出了健身达人的存在感；有父母只有短短一两小时的带娃时间，但可以凭几张照片刷出“父/母慈子孝”的温馨感；有人笑嘻嘻地对着镜头吐舌头，但可能他刚刚经历了人生大劫。从某种意义上说，这些朋友圈人生与“网红美食”异曲同工，都是为了社交而存在的“生活在别处”。

英语世界里，有个专门来描述这种行为的词“fomo”(fear of miss out)，直译为“害怕错过”。这个词在2013年被收录进牛津词典，英国人承认，社交时代里人们普遍患了病——“存在焦虑症”。

雄”，两家店的火爆指数由此可见。据了解，工作日“网红茶饮店”的排队时间在4-5小时，“网红点心店”的排队时间则在5小时左右。“人家排我也要排”“挑人多的店总没错”这种典型的从众心理，成为很多人愿意花大量时间去排队等候的重要原因。

一杯奶茶或一块点心的味道本也许平淡无奇，却因为在互联网上的快速传播，将不少人的心撩拨得蠢蠢欲动。营销号上层出不穷的“口味测评”“排队攻略”更是将商品的符号价值放大到最大，助长了人们前去“拔草”的冲动。“拔草”完毕后再发朋友圈向众人宣告，或许完成了一次对“存在焦虑症”的疗愈。

有意思的是，作为fomo的研究者，牛津大学教授提出，这种病症并非新现象。作为社会性动物，人类有强烈的愿望成为某个群体的一部分，被接纳、被认可、被重视、被记忆。于是漫长的人生，我们无数次陷入“存在焦虑症”的可能。小婴儿啼哭求拥抱，孩提时闹点小祸求关注；念书后老师的表扬、同学们的簇拥都会让少年的心飞扬一整天。这些行为在社会学家眼中，都是为存在而焦虑。只不过今天的社交媒体让人们更容易感知他人的生活，并在知悉他人的一举一动后，为自己没能加入其中而患得患失。

我们都这样无比真实的经历：长假里，如果没在朋友圈晒几张蓝天白云的出游照，都不好意思逛微信；可即便身处景区，我们依然无法避免另一种恐慌，“万一在我专心游山玩水时，错过了人人共襄盛举的热门事件呢？”现在，谁还能拍胸脯保证，自己能独善其身。

## “烂番茄”影评网站毁了好莱坞？

■本报见习记者 姜方

近日，曾执导《X战警3：背水一战》等好莱坞大片的美国导演、制片人布莱特·拉特纳表示，现代电影文化中糟糕的事情就是“烂番茄”影评网站，它正在毁灭好莱坞电影产业。如今，全球观众已形成在观影前先去影评网站上查看相关评论和分数的习惯，来自美国的“烂番茄”无疑是最知名的影评网之一，它聚合了大量影评人的评论，试图形成对某部影片的总评价。“烂番茄”用百分数表示新鲜度，数字越高表示影评人给出的正面评价越多。

然而，布莱特·拉特纳却对“烂番茄”的评分标准相当不以为然，尤其是给影片打分的做法。“我曾非常尊重和赞赏影评人，从小到我都将影评视为艺术与智慧的结晶，可如今这些已不复存在，只剩下一些好评与差评的数字。”

事实上，近年来包括“烂番茄”在内的不少海外影评网站常常遭到各种批评，不少海外知名导演和专业影评人都犀利地指出其中存在的某些问题。

### 影评网站的评分并非总是正确的

布莱特·拉特纳曾与华纳兄弟公司共同出品《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》，这部影片在“烂番茄”上的新鲜度指数只有27%，却取得了8.73亿美元的全球总票房。对此，他愤愤不平：“这真的非常让人难过，因为《蝙蝠侠大战超人》原本大获成功，但由于‘烂番茄’打分低，使它蒙上了阴影。”

布莱特此言一出，不少影迷表示赞同，类似“烂番茄”网站的打分，揭示的是百分之多少的影评人认为影片是“好”的，但是所谓的“好与坏”却缺乏明确的标准。例如绝大多数动画片都广受好评，《玩具总动员》三部曲的烂番茄新鲜度指数在99%以上，并不能说明它们是影史上最经典的片子。而某些小众类型片即使是佳作，也较难在烂番茄上获得高分，例如《处刑人》只拥有20%的新鲜度，傲娇的影评人大多觉得这是没有内涵的流水线式电影；同样，影片结构尤为精巧的《烽火岁月》，其56%的“烂番

茄”新鲜度令人匪夷所思。“如果大家要去看电影，第一个念头就是‘它在影评网站上有多少分’，无疑是种悲哀。”在一些海外影评人看来，数字仅仅是统计之后得到的结果，很难界定其背后存在的真正意义，也无法完全反映出影片的质量。此外，“烂番茄”网站上的影评人主要来自美国、加拿大、英国、澳大利亚等国家与地区，影评观点背后的文化背景单一亦是饱受质疑。

### 使用二分法粗暴归类，被指对影评行业造成伤害

“互联网尽管为有才华的作者提供了发声的渠道，却也在某种程度上稀释了有效的影评。”加拿大导演大卫·柯南伯格曾执导《蝴蝶君》《变蝇人》等影片，他2000年以后作品的“烂番茄”新鲜度颇高，《东方的承诺》《暴力史》等更是逼近90%，只是，他也毫不留情地批评烂番茄网站对影评人水准的界定过于宽松。

大卫·柯南伯格认为，烂番茄给部分作者贴上了“顶级影评人”的标签，并提供了具有含金量的影评全文链接，但也有“不够格”的作者所写的评论同样被计算进了评分系统中。其实，早年的“烂番茄”影评以报纸、杂志上的文章为主，后来逐渐扩充，加入了网络影评博主的评论，在无所不包的选取标准下，造成影评质量参差不齐。

引发更多争议的是，“烂番茄”网站用概括和浓缩后的摘要，把影评人的好评和差评并列于影片所在页面上，如近期热映的《美女与野兽》，“压倒性的语气使人难以抵抗”“虽然扎眼却令人沮丧”等立场鲜明的观点吸引着网友的注意力。“这种二分法往往致使影迷将其作为是否前往影院观影的‘指南针’，却不能引导他们更深入地思考评分背后的原因和观点。”有海外影评人士表示，影评最重要的工作是基于对电影史的理解，判断作品在表演、叙事、技术等各个领域的成败得失，而用正面或负面进行简单分类，对影评行业显然是种伤害。

面对争议，“烂番茄”网站的发言人杰夫·沃里斯近日回应，公司十分确信影评所具有的重要意义，“烂番茄”新鲜度对不少影迷来说已是相当有用的观影决定性工具，但我们承认，这只是一个开启对话、讨论的起源罢了。”



布莱特·拉特纳曾与华纳兄弟公司共同出品《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》，这部影片在“烂番茄”上的新鲜度指数只有27%，却取得了8.73亿美元的全球总票房。对此，布莱特认为这部影片原本大获成功，但由于“烂番茄”打分低，使它蒙上了阴影。图为《蝙蝠侠大战超人：正义黎明》海报。

面对古典文学中的“仙侠志怪因子”，不少网络作家编剧模仿拼贴痕迹明显

## 角色似“仙体”，依然拼不出创意“元神”



《三生三世，十里桃花》中神仙下榻的“洞天福地”——十里桃林，青丘狐狸洞等均来源于《山海经》。图为该剧海报。

人”，两人在仙界便“宿缘世念，其愿颇重”，故将唐玄宗和杨贵妃双双谪降人间。有学者提出，电视剧《三生三世，十里桃花》中墨渊上神所服用的起死回生的丹药，正是根据道教金丹术的理念“配置”而成。在道教典籍中，“外丹”又被称作炼丹术、金丹术等，传说中是用炉鼎烧炼金、石等配制物，配合自身的修行，将

它们炼成一颗粒服后可长生不死的金丹，这在古代文学作品中很是常见。《西游记》中的孙悟空就是偷吃了太上老君从炼丹炉里炼制的金丹而长生不老的神兵利器，都和道教文化中的法器概念息息相关。道教法器是在斋醮仪式上所用到的器具，以钟、剑、铃、磬、鼓、笏、如意、令牌、令旗、法尺、龙角(牛角)等为主，在人

类还未曾学会以科学的方法掌握自己命运的古时，希望法器“上可召神遣将，下可降魔除妖”，有网友说，今天，网络小说和热门游戏中频频出现的这些神器，大多化用了上古神话传说中的人物或典故，例如崆峒、昆仑、蓬莱、不死山等，均来源于这本上古奇书。在《山海经》中，昆仑虚是“百神之所居”，桃林在夸父之山的北面，俊疾山在东海之中。至于青丘国，《山海经·海外东经》记载：“青丘国在其北。其狐四足九尾。一曰在朝北。”

然而，《三生三世，十里桃花》颠覆性的“精怪世界”却并没有给读者和观众带来太多的惊喜：九重天外的宫廷，依旧是古代官僚体系的天宫翻版。《神异记》《山海经》中的九尾狐、折颜、毕方等均为动物式的精怪，不过他们的身份在小说中没有神异感，只有硬生生框画出的等级。东华帝君在古代典籍中“头发皓白，人形鸟面而虎尾”，且是“西王母”的对称，位列群仙之首。不过这位冷面上仙，最终躲不过创作者“拉郎配”的意图，逃不开“冷峻公子呆萌女”的言情俗套。

剧中，素锦天妃因为接二连三陷害白浅，最终被贬人间，这和神话传说中的“谪降”观一脉相承。王雅静说，在本土道教文化中，认为天庭是美好的，而与相对的人间却是多灾多难的。于是，便将犯了错误的仙人贬于尘世经历磨难。

很多历史传说人物也有过与素锦类似的经历，不过他们的故事可有趣很多。《抱朴子·法惑》中的淮南王刘安在天帝面前自称寡人，被谪守天庭厨房三年，当了一名炊事员；《太平经》中，有神仙工作不称职，天君即罚他们到人间去卖菜，遍尝百姓辛苦……哪一个都不按套路出牌。

精怪故事总是寄托了人们超越现实的情感与想象。《河内记》中有《申屠澄》记载，申屠澄路遇风雪，借居茅舍。茅舍中居住一对老夫妇与少女，申屠澄与少女一见钟情，娶回家中。生活虽安乐，妻子却时时怀念山林生活。申屠澄一次带她回到老家，妻子从破灶旧宅壁角找到一张虎皮，笑道：“不知此物尚在耶？”披在身上，化为一只猛虎，回归山林而去。

这是一个荒诞却极为优美浪漫的故事，美丽的老虎精虽然一直是一位贤妻，仍压抑不住对山林自由的渴望，最终变回猛虎，自在而去。这样的玄幻故事，比起当下的一些电视剧，或许更有想象力和瑰丽某些风情。

### 仙侠元素是博眼球的套路，还是超越世俗的风情

有影评人称，即使在民间传说中，白蛇千年修炼可成人形；《西游记》中的白鼠精经常听佛法，受到点化，也有了灵性。但是他们地位往往不高，这和《三生三世，十里桃花》中以精怪为上仙的体系不同。就连九重天上的太子夜华，他的真身虽是一条黑龙，但在道教神仙体系里龙的品阶是不高的。《西游记》中的白龙马仅仅是唐僧的坐骑，龙王见到孙悟空时都要卑躬屈膝。