

“三连冠”霸榜，牛气冲天

浙江政法微信排行榜第303期

本报记者 肖春霖 文 马丽红 技术支持

本期榜单可谓精彩纷呈，多个公众号气势如虹，一举拿下“三连冠”。它们都是谁？我们一起揭晓！

欢迎大家加入本报组建的浙江政法微信协作群(QQ群号457362088,加群请扫二维码),不仅可以交流夺榜经验,还有机会获得每周的榜单推介。

本报冲榜热线:0571-85311275;QQ:512864451。



快来加入QQ群

一、政法委篇

厉害了,本期政法委榜单,“微嘉园”再次夺魁,这已是它本月第三次荣登榜首。值得一提的是,本期热文榜单,前四名均来自该公号。其中排名榜首的是一则关于新冠疫情的通报,阅读量高达10万+。防疫无小事,安全防护靠大家!

浙江政法微信影响力排行榜-党委政法委

公众号	发文	阅读	头条	平均	在看	点赞	WCI
1 微嘉园 jwztx	4	15W+	10W+	39761	1546	5731	1192.07
2 平安宁波 npsn_zh	10	56963	39868	5696	104	130	837.71
3 平安六和塔 hlxwz	5	22042	22042	4408	3102	3325	819.68
4 平安临安 paxa2005	2	13816	13816	6908	1389	1490	763.65
5 台州政法 gongzhafz	11	27994	9756	2545	414	617	757.83

浙江政法微信五大热文-党委政法委

公众号	标题	阅读	在看	点赞
1 微嘉园 jwztx	关于新冠肺炎感染者的4名密切接触者在我市的有关情况通报	10万+	873	3037
2 微嘉园 jwztx	官宣！这些场所口罩必须佩戴，棋牌室、麻将馆有新要求	27176	336	1325
3 微嘉园 jwztx	嘉兴今天仍有强降雨，预计雨量可达大到暴雨！	19696	311	1208
4 微嘉园 jwztx	关于公开征集以耿长春为首的犯罪团伙线索的公告	18576	301	1376
5 台州政法 gongzhafz	再次入围“最具幸福感城市” 候选名单！幸福台州，需要你助力	14387	374	572

二、法院篇

本期法院榜,前三名分别是“杭州中院”“湖州市中级人民法院”“富阳法院”。热文榜上,前两名均来自“杭州中院”,这也是该公众号连续第三次夺得“双料冠军”,给力!

浙江政法微信影响力排行榜-法院

公众号	发文	阅读	头条	平均	在看	点赞	WCI
1 杭州中院 hangzhouzhongyuan	8	68357	68357	8545	251	285	916.69
2 湖州市中级人民法院 huzhoumfy0572	7	31139	31019	4448	3320	943	851.88
3 富阳法院 fuyangfayuan	5	25324	25324	5065	1898	1963	834.96
4 宁波鄞州法院 nbyzfz	3	21880	21880	7293	242	292	778.93
5 宁波市中级人民法院 nbzqmfy	5	19992	18906	3878	250	396	736.02

浙江政法微信五大热文-法院

公众号	标题	阅读	在看	点赞
1 杭州中院 hangzhouzhongyuan	微信聊天记录该如何作为有效证据?法官提醒这三点很重要	20405	48	62
2 杭州中院 hangzhouzhongyuan	杭州中院关于财产保全担保审查的工作指引	17615	49	34
3 宁波鄞州法院 nbyzfz	侵犯商业秘密涉案1.69亿元！宁波史上最大的知识产权犯罪案开审	16909	123	134
4 湖州市中级人民法院 hszqmfy0572	给力！疫情防控居家隔离，数字赋能在家出庭	10885	1090	101
5 富阳法院 fuyangfayuan	疫情防控下如何办理诉讼事务，富阳法院这份贴心小提醒请收好	10871	1838	1889

“职粉”、艺人工作室、投资方揭秘“饭圈”疯狂氪金背后的三大推手

新华社 张漫子

共青团中央维护青少年权益部、中国互联网络信息中心近日发布的《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,我国未成年网民参加粉丝应援比例达到8%。另有数据显示,近15%的“00后”粉丝每月为追星花费5000元以上。

“饭圈”追星为何掀起如此狂潮?谁是幕后推手?业内人士认为,出钱出力的多数青少年粉丝,只是庞大商业利益棋局中的“棋子”。在职业粉丝、艺人工作室、投资方等利益相关方的合谋下,他们被不断裹挟、“收割”。

推手一:“职粉”“粉头”带节奏操纵粉丝

“流量经济的逻辑是流量越高,商业价值越大。换句话说,话题度、曝光率、粉丝活跃度就是艺人的KPI。”前艺人经纪人立文说。

在“职粉”的操纵下,“饭圈”处于无休止的比较和竞争中,比实绩、比排名,“为的是让‘哥哥’(粉丝对偶像的称呼)的排名更靠前一点,签到更好的商业品牌,获得更好的影视资源”。

中国社会科学院大学教授季为民说,“饭圈”有着强组织性、高效率、系统化等特点,行动整齐划一,要求粉丝极度忠诚。

“部分‘粉头’以‘虐粉’的类传销话术,强化粉丝保护偶像的使命感,诱导粉丝加大消费,加大精力投入,使‘粉头’‘职粉’等相关方获利。”季为民说。

除了精神控制之外,底层粉丝还难以摆脱物质控制。立文说,艺人公司安插的“职粉”经常带节奏“虐粉”,刻意拉踩、恶意比较,给粉丝洗脑,增加“饭圈”黏性,刺激粉丝投入。

季为民说,高额的应援花费不仅远超未成年人的承受能力,且追求数额、攀比排场的观念会误导未成年人的消费观、金钱观、价值观,影响未成年人的道德判断。

推手二:艺人工作室“一切向流量看”

“饭圈”疯狂背后,与艺人工作室的运营模式关系密切。

立文、一家影视公司负责人吕范等圈内人士表示,多数艺人工作室是艺人的家人参与经营,缺乏现代企业管理经验。他们凭借流量明星在短期内爆红获得的名气、金钱,刺激和纵容艺人膨胀心理,拉拢“粉头”“职粉”控制“饭圈”为其捞金,频频发生突破道德、法律边界等行为。

“帮艺人琢磨演技、苦练歌技,远不如炒CP、买热搜、删差评来得实在。”吕范说,为给艺人营销人设,艺人团队和后勤会常有专门职位负责对接水军渠道、资源,操纵舆

论“带节奏”,或消除负面评论,或互黑引战,搞得娱乐圈、“饭圈”乌烟瘴气。

推手三:资方合谋深度操纵“饭圈”

“‘饭圈’一开始并不是一个贬义词,也不该成为一个贬义词。”清华大学新闻与传播学院副教授蒋俏蕾说。

然而平台、投资人、娱乐公司形成合谋,合力将大量不具备社会经验、缺乏判断能力的低龄粉丝当作圈钱“韭菜”,诱导其集资应援、刷榜做数据,增加艺人商业价值。在扩大市场后进行新一轮捞金,循环往复。

资方深度参与“艺人养成”,利用粉丝“用爱发电”的力量提升艺人商业价值。吕范以一些明星养成类综艺节目举例分析,带流量有热度的艺人被平台、资方、娱乐公司选中签约,然后包装、炒作、注入圈内资源,煽动“饭圈”打造知名度、话题性,买粉丝、买热搜,增加艺人商业价值。投资方还会通过资本市场的运作,二度捞金。

蒋俏蕾建议,行业协会应当加强对娱乐业乱象的督导,提高艺人社会责任感,对有负面评价的艺人进行公开批评和抵制,净化业内环境。同时,清理不良网络信息,坚决制止对未成年人价值观明显有害的行为。

中国艺术研究院副研究员孙佳山建议,应严格监管娱乐产业通过金融杠杆大肆投机获利,加强对数据造假、买粉丝等乱象的打击力度。