

喊到嗓子哑 50 元、哭到昏厥 200 元……“职业粉丝”招募在我市公开亮相——

欢呼流泪都有价 谁发薪水追捧谁

专家:这是新兴行业,发展尚不健全,求职者需谨慎选择



绘图 焦雅琦



核心提示

□记者 连漪 通讯员 秦卫红

看演唱会、与明星互动、接机……这应该不是不少歌迷、影迷的梦想吧?或许你不知道,做这些令人羡慕的事除了不收钱,还能赚钱。日前,“职业粉丝”(简称“职粉”)招募在我市公开亮相,并赢得广泛关注。这个号称能够寓工作于娱乐、月收入过万的职业究竟是份怎样的工作?让我们来揭开“职粉”的神秘面纱。

2 月收入过万,上台互动一次能赚 800 元

待遇

从事的工作有趣,“职粉”的薪酬也令人咋舌。

“职业粉丝”的底薪为每月 2500 元,视参加活动情况,还能收到数额不同的补助,最高能拿到 2 万至 3 万元。也就是说,“职粉”也有职业精神,给钱才去追星,痴迷程度明码实价。

前些年选秀节目火爆异常时,曾有人爆出“职业粉丝”的价目表:举牌子 20 元、喊到喉咙嘶哑 50 元、泪流满面 100 元、哭到昏厥 200 元……如

今,这个价目表可能已经不那么吸引人了。

小徐透露,这个价格是 2006 年前后选秀节目刚兴起时,由选手自己找“粉丝”并自己支付薪酬时的价格。目前,“职粉”已进入公司化运作,“职粉”也早已脱离了“散兵作战”的局面。以小徐所在的公司为例,该公司总部在上海,长沙、郑州、洛阳都设有分部,其旗下的“职业粉丝”需为全国各地的演艺活动服务。

假设大连有演唱会,公司便会组织约定数目的“粉丝”集中前往,路费、活动期间的食宿、活动服装道具统一由公司负责,“职粉”只需出现在演唱会现场卖力演出即可。但是,这些活动属于“职粉”的日常工作,公司除了底薪,不再支付其他费用。如果演唱会现场需要拉横幅、献花、上台互动等,则由“粉头”(“职粉”的组织者)安排专人负责。此类活动通常可获得额外报酬,通常上台互动一次可获得 800 元。

3 年龄易受限制,从业者多在 30 岁以下

约束

通常情况下,追星都是年轻人的事儿,能成为“职粉”的也大多是年轻人。

在小徐看来,“职业粉丝”也属于吃青春饭的职业,行业人群年龄构成有 60% 以上都在 30 岁以下,多是一些大学生或者刚走出校门的年轻人。

“以在洛阳招募的人为例,年龄都不超过 25 岁。”小徐说,但考虑到服务的明星不同(也有中老年明星),

“粉丝”年龄也不宜太年轻,所以“职粉”队伍也会适量招一些年龄偏大的“粉丝”。

如果没有演唱会,那“职粉”岂不每天闲着?小徐说,“职粉”的工作不只是为明星演唱会烘托气氛,也要承担“网络推手”的任务。贴吧和论坛是“粉丝”的必争之地。小徐说,他每天得耗费大量时间在网络上。没有活动时,一部分“职粉”负责收集平面新闻和图片并输送到各大门户网站和论

坛;一部分则负责收集有关选手的影像资料以供下载;还有些则负责制作和维护选手的个人网页和博客。这些工作都是“职粉”获得额外收入的重要渠道。

然而,“职粉”的行业约束也不少。通常情况下,“职粉”还服务于节目组,所以“职粉”也需听节目组的指挥。炒作新闻,尤其是炒作一些负面新闻时,需要对“重点保护选手”进行回避,还要对明星隐私进行保护。

4 行业发展尚不健全,需谨慎选择

提醒

较之北京、上海、长沙等演艺娱乐活动繁多的城市,洛阳每年的演艺活动屈指可数,但小徐的公司却选择洛阳作为“职粉”团队的驻地之一,这是为何?

小徐说,随着演艺事业的发展,“职粉”需要到全国各地参加活动,而目前的“职业粉丝团”多集中在南方城市,如果北方地区有演艺活动,动辄从南方调集几十名“粉丝”耗资巨大,所以不少文

化传播公司已开始在北方布点,而交通便利的中部城市郑州、洛阳自然成为首选。今年 5 月,他们公司还将在洛阳招募数十名“职粉”充实队伍。

据市青年就业创业活动中心有关负责人称,过段时间,还将有其他文化公司前来“抢人”,洛阳将逐渐发展成中部地区的一个“职粉”基地。

对于逐步在洛阳兴起的“职粉”行

业,市青年创业就业服务中心主任赵海峡说,该行业属于新兴行业,发展尚不健全。目前的“职业粉丝团”无需在工商注册,属于民间组织,且“职粉”经常从事一些户外活动有一定的危险性,各项保险也无法办理到位,也有全国政协委员提出过对“职业粉丝团”进行取缔的提案。对于有职业规划和职业发展目标的求职者来说,从事该职业还是应当慎重的。

相关链接

“粉丝”是英语“Fans”的音译,后引申为影迷、追星族、支持者等意思。在微博、百度空间等多种网

络空间里也常出现“粉丝”一词,这里的“粉丝”就是博主、空间主的支持者。

“职业粉丝”,顾名思义就是以当“粉丝”为职业的人,做“粉丝”是他们收入的主要来源。

1 “职粉”行业吸引不少年轻人

招聘

小徐是涧西区人,从事“职业粉丝”工作已两年有余,平时多在上海总公司工作,此次回洛则是为了帮公司招募新人。小徐带来的岗位是“职业粉丝”。

“职粉”,教育部 2007 年 8 月公布的 171 个汉语新词之一,指的是职业的“粉丝”。他们以制造明星为职业,组织“粉丝团”、拉票会,在各大论坛灌水,在贴吧中“爆猛料”,为选手炒人气,并且根据工作量的大小领取佣金。

小徐说,普通“职粉”的工作通常就是在一些演艺活动中举海报、喊喊名字,为选手造势、造人气。经过一段时间的培训和历练,较高级别“职粉”的工作就有“技术含量”了:他们的任务是去一些热门的网站发帖,为选手制作个人网页、博客。最高级别“职粉”则能与选手、主办方保持紧密联系,他们可以指挥“粉丝”、组织拉票会、制作宣传品、与其他选手的“粉丝团”连纵等。

这个新鲜的职业一亮相便受到了年轻人的广泛关注。招聘信息发布首日,小徐就收到 200 余份求职申请。小徐说,他已在众多求职者中筛选出了 60 人,这些应聘者将到上海总公司接受 30 天至 45 天的培训,最终将有 30 人走上“职业粉丝”的岗位。