

紙醉金迷靠眾籌 社交平台扮富豪 拼單名媛「網絡寄居」上流生活

近期一篇關於「名媛拼單扮富豪」的文章在網絡瘋狂刷屏，網友們紛紛感嘆在社交平台上光鮮亮麗的名媛們，「明明看起來那麼有錢，實際上卻這麼寒酸」。記者調查後發現，隱藏在裝富現象背後，是一整條打造朋友圈「高端人設」的產業鏈：無論是花上幾元（人民幣，下同）買微信朋友圈照片視頻素材包，還是付出幾十元改定位，抑或是100多元的酒店浴袍自拍……總有一種方法能讓你在網絡上「看起來很有錢」。

風光背後

大公報記者俞畫杭州報道



▲拼單名媛成為內地熱門話題。圖為《三十而已》電視劇照

香車豪宅、名錶名包、頂級酒店、私人飛機……當這些「高大上」的內容出現在朋友圈時，你有沒有想過，它們也許只是通過幾元錢購買的炫富素材？日前有媒體報導，有微信群組吸引嚮往富豪生活的年輕女士，介紹以眾籌方式（即拼單）租用超跑豪華車或酒店房間，藉此拍照並上傳社交平台分享，譬如「6個人，拼麗思卡爾頓酒店雙人下午茶套餐」、「60個人，每人100元拼租一天法拉利用來自拍」、「寶格麗酒店房間，40人分批次拍照」。

「競爭太大 只能跑跑量」

記者打開某二手電商網站，輸入關鍵詞「朋友圈」，無數頂着豪華車頭像、售價不等的「朋友圈文案」商品便映入記者眼前，「秒變名媛」、「秒變富二代」等令人心動的宣傳語被商家們用超大字體着重強調。

記者隨機找到一位評價頗高的賣家，花了4.9元買到了一套朋友圈素材「大禮包」。拍下商品後不久，賣家便提供了兩條網盤連結，供買家下載所有類別的文字、圖片及視頻，其中圖片以旅遊中的美景美食為主。文字部分則更為「貼心」，按生活場景分門別類，甚至細化到「早上發

、「下雨發」、「做飯發」等。

「我已經是虧本賺吆喝了。」該賣家告訴記者，以前這樣一套包含文字文案的朋友圈素材至少能賣到20元，但現在「競爭太大了」，只能「跑跑量」。「有的賣家甚至從我這裏買走後，直接複製黏貼就賣給別人了，一點都沒有商業道德！」該賣家流露出忿忿不平的語氣，「所以現在特意強調產品『永久免費更新』，證明我才是原創。」

買軟件改定位 恐洩隱私

為了把戲做足，淘寶商家還出售可以修改朋友圈共享位置的軟件，價格為98元。商品介紹顯示：「可以實現全球定位，沒有時間限制，朋友圈一鍵轉發，甚至可以跟朋友共享，跑遍全球就是這麼簡單！」但記者了解到，如果要修改定位，必須同意賣家遠程登錄自己的微信，存在個人隱私洩露的風險。

記者留意到，在賣家提供的網盤中有一個最近更新文件夾，裏面是各類豪華車的影像視頻：有開車的、停車的，甚至還有沒露臉的提車視頻。「這些主要是為微商群體服務的，畢竟他們對自我包裝的需求比常人更高，你得展現出加入微商後生活水平有了質的飛越，才能『忽悠』到代理和顧

客嘛，得給人躺着賺錢的衝擊。」

微商愛炫富 冀吸引客戶

微商是指通過微信朋友圈營銷的商家，他們中有不少人會刻意在網上炫富，藉此吸引到更多的下線代理和客戶。「我不會去秀豪華名錶的照片，但確實買過那種展示一擦擦的包裝盒和厚厚的發貨單的視頻。」在記者朋友圈裏售賣美容護膚品的小Q坦言，以一盒玻尿酸面膜售價99元為例，代理的批發拿貨價格僅35元。「我這裏的代理和買家基本都是三四線城市的打工妹，也有不少家庭主婦，秀豪華什麼的離她們的人生目標太遙遠了，不如晒發貨單來得實際。」

不過，小Q曾見過她的同行在朋友圈發布過寶馬7系的提車視頻，「4S店裏為她掛了橫幅，拉了手花，很熱鬧的樣子」。實際上，即使是露臉的視頻，也可以通過擺拍完成。為了能夠更真實地營造出發家致富的效果，一批有頭腦的微商們開辦了「眾籌」擺拍——幾十人一起AA制租用4S店，帶上各自的名牌和道具，相互擺拍後，在朋友圈宣布：「為了犒勞這半年的努力，全款拿下xx車！」

「撞圖」風險凸顯 私人定製視頻吃香

升級服務

隨着「朋友圈」定製文案在網上走紅，「撞圖」的風險也日漸凸顯，運氣不好的甚至有前後腳發同一張圖片。於是，另一種升級服務應運而生：花費20元，即可在視頻素材裏添加自己的聲音，例如在頂級酒店的套房中驚嘆「這裏的床好軟哦」、在馬爾代夫的海灘邊就着燭光晚餐倒數跨年、在酒吧的香檳揮灑中嬌羞地說「謝謝你們來給我過生日」……

在上述視頻中，「我」只是一個模糊的身影，正臉是看不見的，相當於是把自己的聲音P進別人的視頻裏，證明「我」就在現場，而非簡單的盜圖炫富。記者在網上購買了一份視頻服務，隨後賣家發來一個視頻素材的壓縮文件，在近百份素材中，記者選擇「在上海W酒店套房裏跨年」。

「視頻裏聲音部分時長13秒，所以你要在這段時間內講完所有的話，語速不要太快，不要顯得太興奮，要雲淡風輕一些，這樣顯得你經常這麼幹。」在賣家的指導下，記者錄了四段視頻，類似「去年在聖淘沙的W玩得很開心，所以今年選了上海的W酒店來跨年，現在快要倒數了，××在這裏遙祝大家新年快樂，要像我一樣開心哦」，然後打包發給了賣家。

半小時後，一份帶有記者聲音的視頻素材就被傳了回來。鏡頭中，「我」在套房裏用手機環拍了房間的內飾和窗外的黃浦江夜景，最後鏡頭停留在一面全身鏡前，閃過一位身材曼妙的年輕女性。伴隨着記者的親聲祝福，一份私人定製的朋友圈視頻就這樣完成了。

當記者問賣家，素材從哪裏來，會不會與別人「撞視頻」時，賣家信誓旦旦地說：「視頻是親自拍攝，用完即棄，絕不可能雷同」。「跨年套房一晚至少4000元以上，你的視頻賣20元且只用一次，怎麼收回成本？」面對記者的質疑，賣家含糊其辭地坦言「有收集渠道」，「某些旅行KOL應酒店邀請入住體驗後，除了發自己的平台，也會拍攝多款不同角度視頻打包賣。」

在線詐騙套路深 網友當心財色兩失

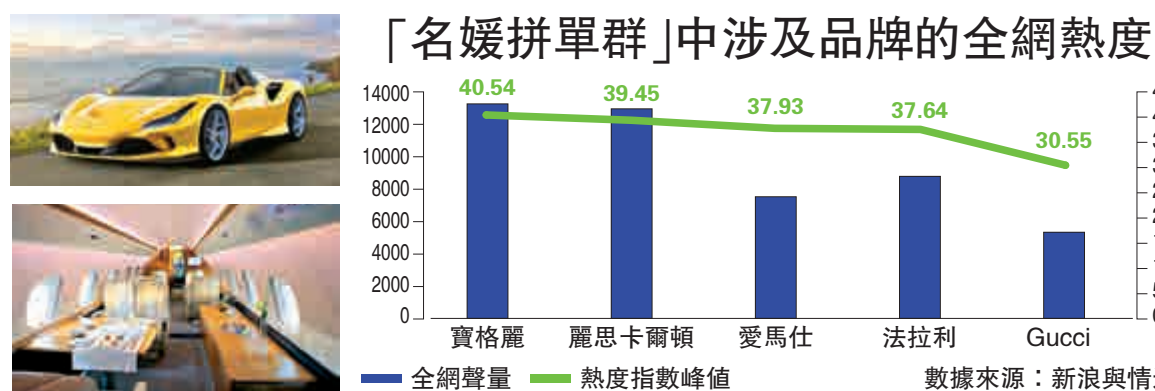
小心為上

「從幾十萬的Prada晚宴包，到各種五星酒店的下午茶和套房，沒有什麼不能拼的。」湃動品牌戰略諮詢CEO沈帥波笑着告訴記者，那些原本只有富豪才有機會享受的服務，現在只要花了幾百塊就能體驗到了，本來很高的消費門檻突然間就消失了。「大家在調侃名媛拼單之餘，也應該看到，互聯網確實降低了炫富成本。」

一百多年前，美國經濟學家凡勃倫就提出「炫耀性消費」這個概念，人們通過購買象徵富人的物品，來彰顯自己的財富、地位。時下「炫耀性消費」的功能已經變得不同，擁有一些奢侈品也未必能顯示財富。但炫富人群仍然能通過美化自己的網上形象，來獲得網友的關注。

不過，拼單炫富亦成為騙財騙色的溫床，相關詐騙案件屢有爆出。此前有媒體報導，2020年5月，浙江杭州臨安警方破獲一起靠朋友圈包裝實施集資詐騙的案件，26歲嫌疑人盧某在兩年時間裏，以朋友圈「高端人設」的包裝，吸引40名被害人，進而通過編造投資項目詐騙1400多萬元。

記者在賣家朋友圈素材的某二手電商網站中，也看到不少賣家都堂而皇之地將「展示美好形象，提高陌陌、探探（均為交友社交平台）匹配度」的廣告詞打在商品醒目處，有買家匿名點讚稱「購買服務後，現在發朋友圈互動超級多」，但該買家也因此感嘆道「自古真情留不住，唯有套路得人心」。



自拍館山寨高端酒店 顧客絡繹不絕

排隊預約

杭州月影高端寫真自拍館，地處錢江新城，窗外是日月同輝的經典街景，店主橙子兩個月前以月租2萬元，租了16樓100多平方米的寫字樓隔間，打造成多場景自拍空間。橙子的網店主打售價198元「艾迪遜同款浴袍照」，買家可以裹上酒店同款浴袍、頭巾，在臨窗白色大床上拍上一小時，營造出住在頂級酒店的高級感。

「我大學是護理專業，但更喜歡拍照，畢業後跟人合資開設自拍館，總投資30萬元，包括了租金、裝修、服裝及配飾。」

橙子說，剛開業就在小紅書及朋友圈「引爆」了，每天排隊來拍攝的人絡繹不絕。「尤其窗景，必須提前兩天預定。」

在自拍館的更衣間裏，香奈兒風的菱格裙、帶着閃片的吊帶流蘇、綴着蕾絲的小禮服、純白色的浴袍等服飾，掛在靠牆的架子上，另一邊則是帽架及首飾盒，裏面放滿了仿鑽、仿珍珠、鍍金的戒指、耳環和項鍊。「既然主打的是寫真自拍，服裝和首飾就要誇張些，這樣拍出來的效果才夠閃閃爍爍。」

開業兩個月，橙子接待過不少所謂網紅和達人。橙子透露，不少衣着光鮮亮麗

的網紅，為了198元跟她討價還價，或者藉口宣傳，要求免費提供拍攝場地。「因為要提前預約，我跟不少網紅都加了微信好友，所以可以看到她們的朋友圈。」橙子說：「幾乎沒人會說這是在自拍館拍的，都定位在高級酒店裏。」

採訪期間，一位剛從餘杭趕來的90後姑娘邊換上菱格裙，邊向記者坦言，現在朋友圈的「人設」對年輕人而言非常重要，因為直接影響到交友，甚至工作機會。「這個社會還是看臉看條件的嘛，很現實。」說罷，補了補妝，拎着店裏提供的仿香奈兒包包，走向了下一個場景。



▲在自拍館更衣間裏，香奈兒風的服飾掛在靠牆的架子上 俞畫攝