

香港博主



●香港女孩曾小妹是一名YouTube博主。 深圳傳真

前海創業者



▲許紫妍是深圳潮玩文化的創始人。 香港文匯報記者胡永愛攝

小紅書博主



●剛剛運營小紅書一年的博主Dion。 深圳傳真

東門老街的新變化、皇崗村中的中山脆肉皖魚、龍華必去的遊樂場、深中通道去中山覓食、光明2日1夜行程推薦……香港探店博主曾小妹的YouTube視頻，為粉絲呈現了一個個精彩而鮮活的內地景象。像曾小妹一樣的香港博主，是見證國家發展、粵港澳大灣區三地深入融入的一個特別而重要的視角；他們用手中的鏡頭，以最日常的吃喝玩樂的內容，讓港人了解大灣區其他城市的同時，更成就了他們北上的一番事業。

●香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道



博主

北上

3個港女乘消費狂熱 用手機鏡頭教人玩轉灣區

2024年9月，曾小妹幾乎每周都會驅車從清遠的家中來到深圳，拍攝探店視頻。「上一波這樣的高峰，是4月底迎接五一假期，這次則是十一黃金周預熱。」年初起，她接到的商家推廣數量暴增，高峰時5天拍攝了10多條廣告，每一單推廣費2,000-8,000元（人民幣，以下同）不等。「一般商家會提出他們的需求，然後我根據自己的視頻風格，融入他們的店鋪或產品。」



●曾小妹有親人在廈門，小時候常常回廈門老家。

在曾小妹主頁可以看到，深圳及周邊城市餐飲店、按摩店、美容院、牙科診所等各類店鋪的推廣琳瑯滿目，港人的觀看、留言、收藏數據皆不錯。2019年前，曾小妹就開始在香港做起YouTube博主，以香港本地吃喝玩樂和海外遊為主要創作內容。「修例風波開始後，幾乎就很難接到推廣賺到錢了，於是我選擇離開香港，來內地定居、發展。」

內地消費性價比高 視頻受歡迎

曾小妹認為，目前事業的黃金期得益於祖國的發展與強大。「以深圳為例，這裏的餐飲品類選擇多樣，環境和服務都很優秀，今年以來吸引了一波又一波香港人來此消費。」內地商家發現這一商機後，自然而然開始尋找粉絲量不錯、內容有趣的香港博主，她也因此接廣告接到手軟，一躍成為內地探店的頭部香港博主。現在，曾小妹已組建了自己的小團隊，聘請了剪輯師、字幕、財務、助理等人員，幫助她更高效高質地完成探店視頻。「曾經有段時間，我的YouTube平台粉絲量一直停留在9萬左右沒有上漲。當我抓住港人北上消費熱潮、轉型為內地探店博主後，短時間內已經積累近12萬粉絲，說明這些視頻是有價值的，香港消費者很需要這些資訊。」

港女前海創業 打造KOL全產業鏈

另一位90後香港女孩許紫妍，不僅是一位小紅書博主，還是一位入駐深圳前海的創業者。許紫妍回憶，以前和家人朋友來深圳，一般都是簡簡單單吃個飯、逛下東門就回去了，「一次跟朋友聚會，凌晨兩三點路過深圳南山區一個工地看到還燈火通明地趕工，後來發現這裏每個月都在變化、更新，深圳的建設速度和經濟的發展太讓人驚嘆了，於是下定決心來這裏創業和生活了。」

分享經驗 教港青做博主

在前海夢工廠的辦公室，許紫妍的辦公空間一半用來放電腦桌、辦公用品，一半則放置了客戶產品、布置了燈光，用來拍攝產品視頻。「我們公司現在的業務很多，但總體是圍繞KOL全產業鏈來進行。」近幾年，許紫妍專注於小紅書平台，聚焦在香港女孩的深港生活，已擁有近10萬粉絲，「我平時會用我的號來分享生活、接廣告，也會用我的號為案列，為有志成為博主的香港青年授課，教他們做內地自媒體平台，共享這一波紅利。」

採訪期間，許紫妍拿起一家香港美容院開發的家用美容儀產品說，客戶今年找到她希望可以利用旗下資源幫助進行品牌的內地市場推廣。許紫妍團隊首先幫助品牌開設了官方自媒體號，策劃視頻、圖文內容並進行發布；另外，她及旗下20多位博主會在自己的自媒體平台中，找到適當的時機進行產品植入，擴大品牌知名度與影響力。「9月，我們聯合前海夢工廠共同接待了60多位中小企業家來深圳參觀、交流，現在看中內地廣闊市場的香港創業者越來越多了，我們的機遇也越來越多。」

●許紫妍（左一）也接待香港中小企業參觀深圳。 深圳傳真



選擇多樣

內地不同平台 更利於博主發展

平時剪輯完視頻後，曾小妹會同步將成片上傳到YouTube、微博、小紅書、抖音、嗶哩嗶哩、西瓜視頻等各個視頻平台。「我的主題是港人來內地消費，而我的視頻又是長視頻，因此自媒體主陣地還是YouTube。但內地其他平台都發展得很好，各有特色，所以我會堅持同時更新運營，也許未來還會需要轉型。」

小紅書增量市場巨大

2020年，許紫妍經營起自己的抖音平台；2022年，開設小紅書賬號並開始更新；現在她的自媒體重心已經轉移到小紅書。「根據後台數據，抖音會『爆』的內容更娛樂，而小紅書是攻略型，更適合我的風格。」許紫妍表示，內地自媒體平台多樣，前期可進行全平台發布、摸索規律，之後再根據內容進行選擇。

「現在香港人使用小紅書的越來越多了，我身邊的朋友甚至我媽媽都在用！」Dion曾經疫情前在YouTube上分享過自己做美食的視頻，但觀看量、粉絲量一直沒有起色，於是慢慢就放棄了，「去年開始小紅書，也是因為看到我的朋友紫妍在2年內有了9萬多粉絲、75萬的讚與收藏！」

現在，Dion即使在香港做美甲，店裏的工作人員也會提醒她，可以在小紅書上找心儀的款式，這個平台已經深入到香港人的日常生活。「上面的乾貨內容太多了，就算平時自己生活找攻略都是靠它，這也更加堅定了我繼續做小紅書博主的決心。」

兼職博主

入駐小紅書一年 已收穫紅利

Dion是許紫妍公司旗下的一名小紅書博主，去年開始更新小紅書至今剛好一年整。小紅書主頁上，Dion的簡介是「英國留學回來的中國香港負二代，三份工作四隻狗」。這「三份工作」指的是她就職於一家香港美容院，兼職繪畫老師，再利用休閒時間拍攝更新視頻。

粉絲剛剛超1萬，Dion每個月也能接到兩三單推廣，「有時候和我的本職工作時間有衝突，就只能放棄。」一年時間做到這個成績，Dion已經很滿意，在她看來，博主也是一份很好的「兼職」，「享受生活的同時，還可以積累粉絲、賺取廣告費」。

Dion小紅書視頻分為兩個系列，一個是立足於內地遊玩的「港妹的出行vlog」，為香港年輕人提供北上遊玩攻略；一個是記錄她平時在香港的「打工人的生活vlog」，給內地粉絲看香港90後女孩的生活日常。

兩地年輕人對同齡人充滿好奇

今年年中，Dion曾發布《便宜逛深圳！才19元一條褲子?!》這樣一條攻略，成為觀看量最高的視頻之一。她發現這樣的題材同時受到深港粉絲的關注：香港人想知道這樣高性價比的地方在深圳哪裏，內地人好奇原來香港人喜歡逛這樣的地方，「兩地的年輕人其實對對方的城市、同齡人都充滿了好奇，我的這些內容可以吸引不同地方的粉絲，讓大家加深了解。」

兩地粉絲都愛看小眾隱藏店鋪

最近，Dion在小紅書看到，對於香港本地遊玩的攻略，無外乎都是難以繞開的幾大網紅熱門地，她由此激發靈感開始探索小眾隱藏店鋪。「比如我知道中環有家酒吧，沒有招牌，一般人都找不到，但它是某個榜單上排名亞洲前50的店鋪。」未來，Dion會在小紅書上開闢這樣一個新的打卡系列，「兩地粉絲應該都會很愛！」

90後的成長 見證內地高速發展

今非昔比

此次記者採訪的三位香港博主，恰巧都是90後女孩，她們見證了國家蓬勃發展至強盛時代，同時記憶裏也依然留存着2000年左右初來內地時的記憶。曾小妹老家在福建廈門，逢年過節都會回去。「記得那時候都是從羅湖口岸坐大巴回去，黃土路一路顛簸10多個小時，車廂很臭。我媽媽身上往往會攜帶幾千元的現金給親戚紅包，所以還要防小偷，太難受了。」對比之下，今年8月，曾小妹搭乘高鐵回了一趟廈門，3個小時便到達市區，車廂整潔安全，廈門更是已經發展得非常繁華。

這樣的變化並非近幾年才有。曾小妹早於2016年再來內地遊玩時，發現已經今非昔比：深圳高樓林立，口岸增加不少，港人來內地越來越便利，環境不斷改善，治安更是讓人放心，「香港這麼多年沒有怎麼變，深圳和其他灣區城市則日新月異，很慶幸我用手中的鏡頭記錄了祖國快速發展的美好樣子。」



●曾小妹2016年再來內地遊玩時，發現對比2000年時已大變樣，圖為其在廣州塔下。 深圳傳真

童年時抗拒回鄉

許紫妍也有着相似的童年經歷。小學時期和家人從羅湖過關時，她總覺得隔着一條深圳河，是兩個完全不同的世界，一邊的香港繁華文明，一邊的深圳則是髒、亂、差。「那時候媽媽一路都會緊緊拉着我和姐姐的手，在路邊找正規的出租車，小時候我覺得回內地很危險，內心也很抗拒。」那時，由於兩地的差距，許紫妍媽媽會帶很多香港的「好貨」分享給內地親友們，「一般是進口的保健品、國外品牌的衣服，印象最深刻的是媽媽連Temple的紙巾也會帶過來。大家會覺得無論多小的生活用品，香港的東西總是更好一些。」



●許紫妍記憶中小時候的深圳很髒、亂、差，和現在形成鮮明對比。 深圳傳真

內地購物成港人潮流

現在，許紫妍定居在深圳福田，與山姆會員店距離很近，「這兩年反過來了，在我的自媒體平台，內地購物、消費的視頻都很火。偶爾我回香港還會買一些山姆的日用品、內地品牌的點心、奶茶等給家人，非常受歡迎！」