

中國社交媒體上的跨國情侶網紅：為何手握「流量密碼」卻遭遇「雙刃劍」

來自江蘇的鄧鄧2021年在倫敦與英國男友過聖誕節後，隨手在中國社交媒體小紅書上發了幾張兩人的合照，沒想到一下火了。

「那條的反響比我以前發的時尚、美妝相關的帖子都要好，也把其他帖子的流量也帶起來了」，這位前美妝博主對BBC說。

從那以後，鄧鄧經常發佈些與男友的戀愛經歷，討論中英文文化差異方面的話題，成為中國社交媒體上小有名氣的跨國情侶情感博主。兩年下來，粉絲量從原來的1千多增長到近8萬。

最近幾年，以「跨國情侶某某和某某」、「某某一家在荷蘭」、「某某遠嫁美國」、「某某夫婦在法國」、「英國爸爸某某」等命名的賬號在中國社交媒體上迅速增多，有些博主甚至吸引了百萬、千萬粉絲，接踵而來廣告、直播等商業運作帶來不菲的收入。但與此同時，極高的關注度也成為一把雙刃劍，令他們受到質疑，甚至被批是「崇洋媚外」，也有聲音指責他們是當局「大外宣」的一部分。

「跨國配」成賣點

今年29歲的鄧鄧說，她10年前到英國讀書，畢業後在一家公司做市場營銷。她曾是一位美妝博主，但發佈的內容不溫不火，打擊了她的積極性，逐漸減少了更新。但自從發佈了她與男友的戀愛生活後，帖子點讚量和互動率都持續增長，重新點燃了她運營賬號的動力。

她和男友一下班就開始拍攝、剪輯視頻，一邊持續發佈與兩人戀愛、生活相關的內容，一邊摸索吸引流量的方式。

在小紅書上，一條去年5月講述他們戀愛故事的短視頻吸引了1.7萬次觀看，2600次收藏。

自從粉絲過萬以來，就開始有網紅孵化機構和商業品牌找她合作。她目前與一家機構合作，較為系統化地製作、發佈內容。

即便只是一項副業，她也承接了不少廣告，為美妝、服飾、食品、保健、生活服務等領域的品牌代言，這為她帶來每月上千至數萬元人民幣收入。

鄧鄧說，她不僅在英國拍攝短片，也會帶男友回中國體驗當地的文化，記錄後在社交媒體上分享出來。她認為，既然兩個來自不同國家的人結合在一起，帶另一半了解自己國家的文化是很自然的事；更重要的是，「他確實喜歡（中國文化）」。

另一方面，她認為外國人對中國的認知只停留在媒體報道。一次她帶英國男友的爸媽去中國參觀，他們驚嘆地感慨：「中國原來發展這麼快，有太多東西已經比英國好很多了。」

「我作為一個中國人，既然另一半是外國人，我就非常想要把中國厲害的地方讓他們知道」，鄧鄧說。

BBC訪問的跨國情侶博主都表示，在發佈過與外籍男友的帖子後，都有那種「突然受到關注」的感覺。

家在北京的Angela（安吉拉）2017年到美國讀研究生，畢業後成為一位金融分析師。她利用業餘時間在社交媒體上發佈帖子，主要是為了讓家人、朋友了解她在異國的生活。2019年，安吉拉與美國男友Andrew（安德魯）訂婚，她在抖音上發佈了幾張兩人的合照，寫上一句「怎麼也想不到在地球另一端遇見你。」

幾小時後，當她再次打開抖音，

發現有近百人點讚；還有數十條私信，問他們是怎麼認識的。短短幾天，她的粉絲就從幾十增長到數百。

「那幾天好像做夢一樣，覺得特別有意思」，今年29歲的安吉拉回憶說。

安吉拉目前還有2萬粉絲，但過去兩、三年，幾乎每月都能收到兩到三條來自網紅孵化機構的合作邀請。一些表示願意給她的帖子提供思路，或是提供製作團隊幫她剪輯視頻。也有機構表示，願意資助她轉移平台，通過直播帶貨的方式獲得更多商業回報。

這些機構都希望她突出「異國情侶」和「搞笑」這兩個標籤來經營平台，安吉拉說。

「21世紀視頻化的愛情小說」

荷蘭格羅寧根大學（University of Groningen）媒體研究助理教授黃倩在即將出版的一篇論文中談論了中國跨國情侶網紅現象。她留意到，許多跨國情侶網紅都是以中國女性、西方男性的組合出現。有三對跨國情侶在社交媒體上的表現尤其突出，粉絲量達到了上百萬，背後都有機構幫他們做商業推廣。

這些博主在鏡頭面前講述著他們的戀愛和家庭故事。通常情況下，都是中國女生到國外讀書，在異國他鄉遇到了西方小伙，兩個文化不同的人從相識到相戀，再到結婚等等。過程中或許經歷了波折，但整體基調是浪漫的、甜蜜的，時常還上演一些搞笑情節。

根據帖子的評論情況，屏幕前的觀眾似乎饒有興致地在一個接一個的短視頻中追隨著博主的生活變動：從一個國家到另一個國家，互見公婆、?備異國婚禮……彷彿追看一部精彩的情情電視劇。

「天呢，看到這麼幸福的畫面會落淚，父母支持，家庭和睦，生活圓滿，雖然文化迥異，兩個人也能因為相愛而融合在一起，這是什麼神仙小說啊」，一位網友留言說。「終於看到你們修成正果了！」另一位網友在鄧鄧訂婚的帖子下寫道。

跨國情侶網紅的粉絲大多是年輕女性。根據數據供應商蟬媽媽，擁有380萬粉絲的情侶博主TJandClaire（TJ和克萊爾），抖音觀眾中有84%是女性；18-30歲的人約佔總人數的60%。另一位跨國情侶博主AriaAndBrandon（阿麗亞和布蘭登）擁有470萬粉絲，抖音觀眾中有92%是女性；18-23歲的人佔50%以上，24-30歲超過30%。

從地域分佈來看，關注這兩位網紅的粉絲中，最多人來自廣東、江蘇、浙江、上海等一線沿海省份。

黃倩博士認為，這反映出「女性主義思潮在中國，尤其是中上層收入、一、二線城市的女性群體裏邊傳播是比較廣泛的。」據她觀察，除了跨國情侶博主之外，一些提倡不婚不育、丁克家庭（雙薪水、無子女），以及老公在日常生活中對太太表現尊重的博主都非常受歡迎。

中國的社交媒體存在審查，但仍為性別議題帶來了討論空間。美國西德州農工大學（West Texas A&M University）傳播學副教授陳理認為，許多中國年輕一代的女性看到或親身經歷了在生育、職場等方面的不公平對待，產生了失望情緒，希望尋找新的生活方式，社交媒體成了她們的思路來源。

「這些社交媒體上的情侶生活是

21世紀視頻化的愛情小說，對許多年輕女性來說，能夠滿足她們對於婚姻的理想，也是對現實不滿的一種投射」。

「洋五毛」與跨國情侶網紅

新冠疫情期間，中國社交媒體上出現了一批政治上傾向中國政府立場的外籍網紅，俗稱「洋五毛」。他們標榜自己熱愛中國，並堅定捍衛中國政府在新冠肺炎、香港和新疆等問題上的言論，吸引了大量粉絲。與他們不同的是，跨國情侶博主很少談論政治話題，而是聚焦在中國傳統文化和日常生活上。

觀察跨國情侶網紅的賬號發現，最受歡迎的帖子通常包含：帶外國人吃中餐、穿漢服、唱中文歌、體驗中式按摩、參觀中國某個景點等內容。凡是涉及情侶之間的甜蜜互動，或是因文化差異帶來的搞笑情節尤其受到歡迎。

一些跨國情侶網紅還擅長使用「漢服」、「馬面裙」、「東方美學」、「中式審美」等標籤。比如，網紅博主AriaAndBrandon在2023年全年，前20條點讚最多的帖子中，至少6條與這類標籤相關。點讚量最高的一條帖子是「我穿漢服坐他旁邊他竟然跑了……」。這條帖子獲得了362萬點讚、57萬人轉發、33.5萬人評論。

「長期以來，中國文化元素在全球語境中被忽略，尤其是在時尚圈和文化圈」，黃倩博士說，跨國情侶網紅的出現「反應出一種自下而上對西方中心主義的不滿和反思。」

她解釋說，許多海外華人、尤其年輕一代在國外留學期間會受到全球批判主義文化思潮的影響，反思以西方為中心的審美和價值取向。

「跨國情侶網紅與「洋五毛」現象是一脈相承的，呈現出的是北京被西方孤立下，中國媒體上的一種抵抗」，黃倩說。

不同的是，跨國情侶網紅「是一種軟性抵抗」，她稱之為「文化民族主義情緒」，即意識形態與審美之間的結合。

近年來馬面裙在中國廣為流行，就被認為是自下而上推動起來的。這股潮流從動漫圈蔓延開來，逐漸擴散到時尚服飾領域，後來由官方推波助瀾掀起全民風潮。2022年中旬，西方奢侈品牌迪奧被質疑模仿馬面裙設計，遭到許多中國年輕人的不滿，在海外的眾多留學生甚至上街遊行示威，表達抗議。

「一開始大家純粹是覺得馬面裙好看，但如果把好看和民族主義情緒聯繫起來，比如說成是中華民族的傳統、中式美學，需要發揚光大，就會吸引更多人的受眾，包括一些民族主義情緒較強的人，」陳理博士說。

「這些博主自己未必有強的民族主義情緒，但他們可以從中獲利，增加關注度」。

「雙刃劍」

不過，對於許多博主來說，過高的關注量也成為一把「雙刃劍」，令他們遭遇審視和質疑。

在英國的鄧鄧說，她曾經羨慕一些網紅博主，能創作出爆款迅速漲粉。但在遭遇過一些惡意評論、詆譭之後，她的這種想法已經變淡了。

「有些人人身攻擊，也有人會發私信詛咒我，說一些非常難聽的話，」鄧鄧說。看到這類留言時，大多時候她都會直接刪除，或者把對方拉黑

。

她目前與一家網紅孵化機構合作，有四個人幫助她運營賬號，分別負責與品牌商溝通、剪輯視頻、媒體公關等，但她說，自己要在衝流量和自我保護方面做好平衡，希望粉絲量「緩慢、持續地增長」，目標是在今年年底達到10萬。

「我覺得網絡世界沒有往好的方向發展，我不想變成網紅大V了，現在雖然粉絲量比較小，但大部分還是蠻真誠的，」鄧鄧說。

在美國的安吉拉後來從抖音轉到了小紅書，很大程度是受到負面評價的影響。一些人在留言區罵她是「間諜」、「崇洋媚外」。有些評論還導致其他粉絲為她辯護，掀起罵戰——這給她帶來了流量，但起初突然漲粉的興奮心情變成了矛盾。

看到粉絲增加我當然開心，但我的初衷是給家人、朋友分享日常生活，如果讓她們感到擔心，我就會自責。」安吉拉說，她逐漸減低了發帖頻率。

20多歲的中國博主Wendy（溫迪）在歐洲生活，2021年與當地一位西方小伙確立了戀愛關係，開始分享兩人的戀愛和日常生活。她在帖子中刻意避開使用跨國情侶、異國戀等標籤，以免招來太多粉絲打擾到自己的生活。即便如此，她也受到2萬人關注，許多圖文點讚量破百，視頻觀看量動輒破千。她匿名接受訪問，不想引起更多關注。

溫迪說，很多人惡意評論她和外籍男友的外貌，參雜種族歧視、性別侮辱的語言。一開始她無法接受，刻意隱藏了一些內容，以避開攻擊。但只要外籍男友與她同時出現，不管什麼內容，都會收到這類辱罵。她把賬號關了又開，開了又關，來回經歷了三次銷號與重開。

溫迪時常收到品牌方的合作邀請，對方一般要求她提前寫好腳本和拍攝大綱，包括拍攝時會穿的服裝、化的妝容，甚至視頻中說的每一句話，等待品牌方確認沒問題之後才能發佈。

「很多品牌方對於異國情侶和西方男友有一種刻板印象，會希望你做的內容越浪漫越好，越甜蜜越好，」溫迪說。

「慢慢地我覺得這種內容違背我的初心，而且很消耗情侶之間的感情。」從今年開始，她推掉了所有合作。

「我只想做自己，記錄當下的幸福」，溫迪說。

「流量密碼」與民族主義情緒

近年來，中國與以美國為首的西方國家關係緊張，政府加緊重視增強國家軟實力，一方面對外宣傳國家形象，另一方面對內推廣文化自信。專家指出，跨國情侶網紅的出現，一定程度來自於官方自上而下的驅動。

「他們不僅能迎合民族主義情緒，還在某種層面上還輸出了中國的形象，」陳理博士說。

她認為，中國的社交媒體普遍受到審查，而跨國情侶網紅的帖子卻能廣泛傳播，意味著通過了安全審查，甚至在一定程度上迎合了政府推廣文化自信的政治議程。「對網紅大V來講，他們的目



要目的不在於政治，但因為間接地、或者附帶著起到了一些政治上的正面效果，所以政府喜歡他們，」陳理說，「他們的存在實際上是被國家默許，或者順水推舟（推廣政治議程）。」

中國國家主席習近平在2022年二十大報告中提出「推動文化自信自強」。其中強調增強中華文明傳播影響力，一方面「展現可信、可愛、可敬的中國形象」，另一方面「加強國際傳播能力建設」。

在這種背景下，時尚、文化、教育、娛樂等多個領域近年來開始研究如何彰顯文化自信。線上，許多綜藝節目、網絡電視劇以中華傳統文化為主旨創作內容；美食博主李子柒被稱為傳播中華傳統美食文化的代表。線下，以國風為元素的文創產品逐漸遍布各大景點，比如三星堆黃金面具造型的雪糕、以詩歌命名的奶茶等等。2019年，當局還以「崇洋媚外」、「損害民族文化」為由，在全國範圍內改掉了許多住宅小區的洋名。

在英國的鄧鄧表示，的確有人評論她利用國家政策作為流量密碼宣傳自己。但她說，自己並不了解政治，創作的出發點更多源於自己的實際生活和感受，只不過在某種程度上與官方的議程吻合了。

「既然它是『流量密碼』，既然它的流量這麼好，證明大家願意看，喜歡你作為一個中國人把中國文化自豪地展現給別人」，鄧鄧說。

「我不太會管他們所說的附和大外宣」，我想要分享，就會一直分享下去。」（BBC中文）

馬面裙是什麼？

馬面裙又名「馬面裙裙」，起源於宋朝，在明朝時開始流行，前後共有四個裙門，兩兩重合，側面打褶，因為中間裙門重合而成的光面很像城牆上凸起的「馬面」，故稱馬面裙。穿時，內需配襪褲，還常搭配及膝褲。馬面裙按照結構還可分為百褶馬面（褶子較多，外裙門較窄，內裙門可能不完全重合）、六褶門馬面（兩側還各有一個裙門），按照裝飾（襪）的位置、大小也可細分。馬面裙色彩多樣，有深有淺，屬於在日常生活中最易搭配的華服，上衣通常配襯中式上衣或恤衫，簡約時髦。



(創立於 1988)

HYPERTECH Since 1988
IT/Surveillance Solution Provider

海旺中文電腦

- ★ 專精維修電腦太慢或任何電腦問題
- ★ 記憶體，固態硬盤升級
- ★ 安裝微軟 Office 2021 PRO \$88 (終生使用執照)
- ★ iPhone 維修



二手電腦大批發
唯一講中文的電腦商店

913-341-7735

周一至周五: 10:00 AM - 6:00 PM
周六、周日: Closed

9816 W. 87th St., Overland Park, KS 66212



以馬內利華人浸信會
Emmanuel Chinese Baptist Church

周日聚會時間

- 9:30 AM 英文主日崇拜
- 中文主日學
- 10:50 AM 中文主日崇拜
- 英文主日學
- 兒童主日學

周六 1:30-3:30 中文學校

10101 England Drive
Overland Park, KS 66212
www.ecbckc.org
ecbc@ecbckc.org
913-599-4137



堪城分類
廣告請洽:

913-850-0781

314-991-3747