

来一次涨粉百万 海外网红扎堆中国行

最近，海外网红来华的热潮愈演愈烈，掀起了一场别开生面的流量盛宴。尤其以美国博主“甲亢哥” IShowSpeed为代表，他在上海的一次6小时直播吸引了560万次观看，频频登上微博热搜，成为上半年最火的海外博主之一。他的中国行不仅带来流量暴涨，还通过与伊利合作的广告片展现了商业价值。据其团队透露，“甲亢哥”对再次访华充满期待。他的成功像一颗石子投入湖面，激起了更多国际网红的中国梦。比如，YouTube顶流“野兽先生” MrBeast也在快手开启了直播首秀，另一位网红“无语哥” Khaby Lame宣布入驻国内平台，计划来华拍摄。

这些顶流网红的涌入，让“中国行”成为新的流量密码。这股热潮的背后，离不开中国市场的独特魅力。中国不仅有丰富的文化遗产和壮丽的自然风光，还有便捷的高铁、发达的移动支付和多样化的美食，这些都让海外网红惊叹不已。许多博主在视频中分享自己在故宫的震撼、品尝街头小吃的惊喜，或是体验高铁的便捷，这些内容往往能引发海外观众的强烈共鸣。例如，“甲亢哥”在直播中尝试北京烤鸭时夸张的表情和幽默的解说，让无数外国网友对中国美食产生了浓厚兴趣。

类似的内容不仅为博主带来流量，也间接推广了中国文化。然而，这场“涨粉百万”的热潮也引发了讨论：海外网红来华，到底是真爱还是掘金？有观点认为，这些网红是真心被中国文化吸引。比如，“野兽先生”在视频中表达了对中国科技和城市发展的的好奇，甚至计划拍摄大型挑战节目，探索更多中国城市。但也有声音指出，部分网红来华更多是看中了中国市场的流量红利。毕竟，中国拥有庞大的社交媒体用户基数，一次成功的直播或视频就能带来百万级别的粉丝增长。

更不用说，与国内品牌的合作能带来可观的商业回报。例如，“甲亢哥”与伊利的广告片在微信视频号上点赞和转发量均破十万，显示出巨大的商业潜力。值得注意的是，这股热潮也伴随着一些争议。部分海外网红为了博眼球，可能会夸大或误解中国文化，甚至制造噱头。比如，有博主在视频中刻意突出中国的“奇葩”一面，迎合海外观众的刻板印象，引发国内网友的不满。此外，一些网红的粉丝群体在国内社交平台上过于狂热，甚至出现类似“饭圈”的行为，比如在机场围堵网红，干扰公共秩序。

这种现象让人不禁联想到国内明星面临的追星乱象，值得警惕。从更广的视角看，海外网红的中国行不仅是个人行为，也折射出中国在全球文化交流中的吸引力。随着入境游的复苏和社交平台的全球化，越来越多的海外创作者将目光投向中国。国内平台如抖音、快手也在积极“抢人”，为这些网红提供流量扶持和商业合作机会。比如，快手独家促成了“野兽先生”的直播首秀，显示出平台在吸引国际创作者上的野心。这种双向奔赴，既让海外网红收获了粉丝和收益，也让中国文化以更生动的方式走向世界。

据黑子网报道，这波海外网红扎堆来中国的热潮，真是看得人眼花缭乱。“甲亢哥”一趟直播涨粉百万，野兽先生、无语哥也跟着凑热闹，个个都盯着中国这块大蛋糕。说实话，中国确实好玩又好吃，拍点视频随便都能火，但有些博主为了流量搞夸张表演，多少有点“蹭热度”的味道。黑子网觉得，欢迎来玩，但别光想着挣快钱，真心感受中国文化，才能拍出好内容。黑子网点评：这波海外网红来中国，热闹是真热闹，涨粉百万也不是吹的。像“甲亢哥”这样，吃个烤鸭都能上热搜，确实牛。

但说白了，中国市场这么大，谁不想来分杯羹？有的是真喜欢中国，有的就是冲着流量和钱来的。咱欢迎他们来体验，但别为了博眼球乱整活儿。真想火，得多花心思了解中国，别老拍些“震惊”标题的视频糊弄人。支持就支持，理智点，别搞得跟饭圈似的围追堵截！

原文链接：<https://hz.one/baijia/海外网红-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/来一次涨粉百万 海外网红扎堆中国行.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>