说“网红”话题！这些你一定要知道！
【中国公认的第一网红是谁?】
         2004年芙蓉姐姐横空出世以来，借助网络走红成为无数草根得以成名的方式。从芙蓉姐姐、凤姐到后来的天仙妹妹、奶茶妹妹，再到最近的papi酱、雪梨等等，网红积累人气与粉丝的同时，也为这些网络平台创造着巨大的流量。网红现象之所以长盛不衰，更多归因于这种双赢的局面。
【中国网红现状】
         从最初引爆论坛的芙蓉姐姐到最近大热的papi酱，国内的网红已然走过十个年头。有数据统计，截至2015年年底，国内大大小小的网红人数相加已经超过100万，相当于一个普通地级市的全部人口数。然而，喧嚣的网络流水的网红，他们的大多数只是昙花一现，仅在曾经活跃的论坛留下些许痕迹。
        真正成名的网红都基本具备以下几个因素,高情商、高富帅、白富美、犀利、段子手、爱心、套路、搞怪、人脉
【外界对网红的评价】
      据《中国青年报》社会调查中心的问卷调查显示，对于“网红”的印象，
79.9%的受访者认为，“网红”就是为了出名、各种搏上位的年轻人；在43.8%的受访者印象里，“网红”是通过整容、撒谎包装自己的骗子；40.5%的受访者觉得“网红”是搞粉丝营销、卖低劣品的淘宝卖家。仅16.9%的受访者仍存有“网红”是意见领袖等佼佼者的印象。
        对于“网红”这一群体的评价，在大多数（52.7%）受访者看来，是审美疲劳和庸俗不堪，52.7%的受访者断言他们只是昙花一现，还有50.0%的受访者则批评他们拜金功利、没有节操。28.1%的受访者指责他们三观不正等。
【网红的种类】
1、艺术才华成名
    这一类的网络红人主要是依靠自己的艺术才华获得广大网民的追捧。他们大都数地处草根，一般不是科班出生，没有接受所谓“正规”的训练，他们通过把自己的作品传到个人网站或者某些较有影响力的专业网站上吸引人气，由于他们在艺术上不同于主流的独特的品味，所以能逐渐积累起来不错的人气，从而拥有某个固定的粉丝群。
2、搞怪作秀成名
    这一类型的网络红人通过在网络上发布视频或者图片的“自我展示”而引起广大网名关注，进而走红。他们的“自我展示”往往具有哗众取宠的特点，他们的言论和行为通常借“出位” 引起大众的关注。他们的行为带有很强的目的性，包含一定的商业目的，与明星的炒作本质上并没有区别，都是为了引起大家的主意。
3、意外成名
    这一类型的网络红人与第二类相对，他们主观并没有要刻意的炒作自己，而是自己不经意间的某一行为被网友通过照片或者视频传上网络，因为他们的身份与其表现同社会的一般印象具有较大的反差从而迅速引起广大网民的注意，成为“网络红人”。大众在猎奇心理的驱动下给予关注，觉得新鲜有趣，作为消遣。
4、网络推手成名
        这一类型的网络红人是通过精心策划，他们背后往往有一个团队，经过精心的策划， 一般选择在某个大众关注度很高的场合通过某些举动刻意彰显他们自身，给大众留下一个较深的印象，然后会组织大量的人力物力来进行推动，在全国的各个人气论坛发帖讨论，造成一个很热的假象从而引起更多的网民关注。
【网红的盈利模式】
1、在电商或者移动社交电商平台，向粉丝销售服装类产品
2、粉丝打赏
3、在社交媒体上给品牌商做广告
【未来网红的发展】
        当前最成功的网红非papi酱莫属,但在今年4月份,papi酱被广电总局下令整改,理由是内容存在粗俗成分。这对网红未来的发展产生重大影响，在网红界，papi酱具有标签性的意义，她的未来处境，也许会影响整个网红界的风向，而由网红衍生出的网红经济在下一阶段也可能会面临考验。
【网红素材】
艾克里里 主要盈利方式:植入广告
        艾克里里是微博新晋自毁自黑的段子手，其实艾克里里是一名文艺的摄影师，不知道怎么就走上了蛇精病的道路。艾克里里用马克笔挑战前阵子火爆的小学生化妆大赛，并且别出心裁创造了一系列丑八怪妆容。之后在主要在微博更新搞怪化妆视频。之间植入各类产品广告,包括饼干、卫生巾、电商平台等。艾克里里的娇喘小助理洛凡AdamEve，只配背景音，从来不出境，关注度竟然比艾克里里还高。

穆雅兰 主要盈利模式:向粉丝销售化妆品
        “谁能帮我找到这位疯一样的女子，《恶棍天使》可以有她!”6月28日晚，邓超在微博上发出一条微博，微博中链接有一个视频，是位年轻女子自拍的搞怪内容。这条微博一经发出，立刻引来几万网友转发，瞬间就帮邓超寻找到视频里的女主角。长相不错，搞怪超强，还能参演邓超新片《恶棍天使》，令网名为“穆雅斓”的草根女孩迅速走红网络。