



电影《中国合伙人》在纽约时代广场的海报

花275元,让你“成名”15秒

帮你上纽约时代广场大屏,已成一门生意

啥感觉?有人说当时“奇妙”事后“空虚”

本报记者 刘俏言

2023开年的第一次消费大降级,是纽约时代广场的TSX广告大屏给的。

40美元15秒,明码标价,人人都可以上传视频内容,甚至连审核也不用久等,就可以让视频出现在纽约时代广场的广告屏上。

电影《中国合伙人》里,孟晓骏为了让他的梦想出现在时代广场的广告屏里,执意让公司上市。不知他看到这个折合人民币275元钱左右的收费标准,会作何感想。

“高大上”变得如此低门槛,相关话题迅速成了网络平台的流量密码。有人为“成名15秒”的心愿买单,有人瞄准商机做起了代拍生意。

A 时代广场大屏走下神坛

花275元就能播放15秒视频

在百老汇街和第七大道的交汇处,TSX大屏就伫立在最显眼的位置上。自从去年12月上线个人投屏活动,这里就被来自中国的短视频占领了:异地恋的男友将女友照片投屏以示浪漫,各色网红大秀颜值争奇斗艳,大妈抱着爱宠过生日……这形形色色的视频,让人误以为闯入了抖音的Plus版本。

在国内,你甚至可以直接在应用商店搜到TSX的App,在App里上传视频、付费,没有中间商赚差价。这像极了你在某个酒吧里花两块钱送好友的模糊投屏“上墙”,只不过地点换成了纽约。

而在此之前,纽约时代广场广告大屏还是有三分神秘感的。

这几乎要归功于纳斯达克缔造的广告屏神话。这块伫立在通往纳斯达克证券交易所必经之路上的屏幕,成为某种经济图腾,让那些去纳斯达克敲钟的上市公司,不吝于再花一笔钱在大屏上投放广告,为自己走向世界的宣言。

这也意味着想登上纳斯达克的大屏并非易事,它和路透屏、中国屏被称为整个时代广场最难上的三大屏幕,不仅要联系广告供应商花费平均近7位数美元,还要让广告内容达到种种要求。

2015年,时代广场的路透社大屏播放了中国66家企业的宣传片,将这个广场的路口推向属于中国企业的新高潮。不过,互联网的飞速发展,很快将这些前浪拍在了沙滩上。

如今,大家发现,在时代广场的广告屏上投放广告,还是蛮容易的。毕竟广场有上百块屏幕,不少中间商打着“时代广场大屏”概念赚差价,在信息还不透明的前几年,一些广告屏几乎成了国内微商和粉丝应援的聚集地,那些“xx品牌强势登陆纽约时代广场”的广告词,让路人发出不明就里的惊叹。

但TSX显然不喜欢这种中间商模式。去年9月,TSX大屏投入使用,比三大屏面积更大、观赏位置更好;12月,迫不及待地推出了这项活动。

TSX将上传视频的权利交给了个人,用“拼多多”模式售卖广告时间,用实用主义诠释广告屏的新用途——“人人都能成名15秒”。

国人热情回应了这种平民化。他们用大张伟的《阳光彩虹小白马》呼唤天真,用马保国的“闪电五连鞭”嘲讽虚伪,也让大熊猫丫丫的视频反复播放,表达爱心……



纽约时代广场TSX大屏上的一个年轻人

B 花599元有一条龙服务 华人代拍吸引国内年轻人

40美元带来的新鲜感能维持多久还是未知数,但聪明人已先行一步,利用这事做起了生意。

在纽约的华人开启了代拍业务,拍下大屏上的这15秒。在淘宝上搜索纽约时代广场代拍,出来的第一家店铺是MR,创始人有两位:小鹿和马阳。

来美国工作半年,第一次去时代广场,小鹿就看到了华人的面孔出现在大屏上,那是一条生日祝福视频,周围环绕着知名品牌广告片,很震撼。

今年3月初,小鹿和好友马阳开始做大屏代拍业务。马阳负责打理国内的淘宝店,在各社交媒体宣传;小鹿在纽约工作,每隔一两天就要坐一小时左右地铁去时代广场,在正对大屏的一个小平台上,记录各类视频登上TSX大屏的瞬间。

在两人的淘宝店里,定价599元的服务包括帮忙上传视频、在时代广场最佳机位代拍等。

客户上传视频,马阳会先简单审核一下,再按

照客户的愿望预约大屏播放时间。有人预约了傍晚,因为此时的背景是时代广场的美丽夕阳;有人预约了夜间,因为有被霓虹灯包围着的大都市氛围感……小鹿发现,相比于精心制作的广告,时代广场的游客更愿意抬头看看普通人有趣的生活。视频越有趣,围观拍摄的人就越多。

小鹿总结,投屏视频里占比最大的,还是生日祝福和节日祝福。

刚开始运营时,他们收到最多的视频是呼吁大熊猫丫丫回国的。往往这一类视频,他们都按成本价给对方结算,也算是尽一份力。而丫丫事件也助推越来越多国人知晓这块大屏的存在,给两人带来了更多的生意。

如果说这笔生意有什么不确定性的风险,那就是时代广场上经常发生抢劫手机的事件。“我要确保我拍摄时足够安全。”小鹿对潮新闻记者说。

C 上大屏有什么感觉?有人说,当时“奇妙”事后“空虚”

如果要描述自己的宠物上时代广场大屏是什么感觉,马阳给出的是“奇妙”。

姐姐是他捡来的流浪猫。3月8日那天,他下了订单,小鹿在现场帮他录了视频。“你要是在现场,一定会感动得不行。”小鹿对马阳说。

订单全部来自年轻人——小红书上拥有几万粉丝的网红传来的视频里,侧脸精致又漂亮;由一些精心挑选的照片组合成的视频,是男孩给女友的生日惊喜;粉丝给爱豆的应援视频,更是精益求精。

小鹿印象最深的是,一位在英国的留学生为了给女友准备生日惊喜,提前三个月就来沟通细节。

面对599元的价格,有男孩要求分期付款,只为在女友生日那天送去惊喜。马阳将此理解为年轻人的一种仪式感——在这个地标性的路口,在每天涌入三四十万人次的地方,向世界展示自己的爱情。他们甚至不需要在视频里标注英文,不在意路人能不能听懂汉语。

当然,也不乏国内餐馆和企业来播放广告片,

马阳会给他们推荐双机位拍摄——要899元,理由是视觉效果会更震撼。

不过,上屏的事几乎不会有人做第二次。庞英曾无比期待自己的照片在大屏上播放,但真正拿到现场视频的那一刻,她又觉得有些空虚,“没感觉这和拍个抖音有什么区别。”

事实上,登上时代广场大屏这事,在互联网上甚至可以“以假乱真”。在抖音的一些直播间里,只要刷几十到一百元不等的礼物,就能把自己的视频自动P到时代广场大屏上,很难看出真假。

过去,很多人总想把最优秀的东西急吼吼地拿出来展示,但事实证明,解构主义将一切摊平展示给他人,它们未尝不是另一种美好。

马阳的订单目前还在上升期,但随着信息越来越透明化,他也不知道自己的生意还能维持多久——投视频的人越多,获得的满足感就越少,总有一天,上时代广场大屏这事会变成生活中的一个乐呵。