

中国年轻人：“霸屏”纽约时代广场

纽约时代广场也被称作“世界的十字路口”，这里矗立着 TSX 广告牌。中国人似乎是这块屏幕为数不多的用户群体。40 美元买 15 秒钟，“不能放你的电话号码，不能放二维码，不能给品牌或者公司宣传。”多位代拍员说，他们的客户几乎都是 95 后，甚至 00 后的高中生。

中国玩家

TSX 广告牌位于百老汇街上，是纽约时代广场为数不多的巨幅广告牌之一。2023 年的前三个月，一群来自中国的年轻人成了它的主要玩家。

他们把大熊猫丫丫的照片放上去，以“老百姓”的名义呼吁让它早日回国。有人上传了自己的汉服照，宣布汉服是属于中国的。还有人上传了朋友们的“美照”，并送上祝福“× × 哥，一路长虹，生日快乐”。

TSX 娱乐公司是这块广告屏的承包商与运营者，这是一家成立于 2020 年的私人娱乐公司。2022 年 12 月 30 日，TSX 娱乐公司同名手机软件中的 PixelStar 功能上线，允许世界各地的用户通过手机上传内容，以便投放在这块 18000 平方英尺的大屏幕上。

“巨型抖音”

TSX 屏幕最先在中文自媒体中火了起来。苏子生活在纽约，是一名记者，她在 TSX 屏幕上投放了两个广告。她没想到，在美国没多少人讨论，小红书、B 站反而先热起来了。

苏子曾怀疑过，这些视频是 P 图的结果，屏幕里的画质与周边环境格格不入，“其他广告牌上，放的都是设计感很重的视频，突然来了一块大屏放的是自制的视频，感觉有点突兀”。

大多时候，这块大屏都在滚动播放自己的广告语 “Your Moment (你的时刻)”。TSX 为这块屏幕开发了一款应用程序，可以直接预约广告时段，上传播放内容，软件里也明确了只能上传自己社交媒体的内容。苏子介绍，“不能放你的电话号码，不能放二维码，不能给品牌或者公司宣传。”

视频内容需要过审，一般十几分钟就能出审查结果。一位业务代理告诉媒体，TSX 对商品广告非常警惕，有大量商家找到他，希望能投放，可是这些产品的细节图或有明显 LOGO 的素材都很难过审。

TSX 绝大部分内容都没有商业性，主要投放的是自己拍摄的作品。

该公司表示，这是他们的第一个沉浸式娱乐节目。有中外媒体称其是多伦多证券交易所的子公司，对此，他们说，“我们也很想澄清，我们不属于它。我们是属于‘下一代’的公司，正在时代广场定义流行文化。”他们这块屏幕位于第七大道和 14 街的拐角处，所在的这栋楼有 46 层，价值超过 25 亿美元。

TSX 试图用这块大屏幕搞搞“新意思”，不再展示商品或 LOGO，把它打造成纽约时代广场上的巨型抖音。它的广告词是“你的时刻”，开放给普通人上传短视频，费用低至每 15 秒钟 40 美金，约合人民币 273 元。

可能连 TSX 也没有想到，年轻的中国网友迅速成为这块屏幕当下主流玩家之一。

刚从英国留学回国的泽朋把 TSX 当成了一个创业机会，2 月开始，他和在纽约的合作伙伴创业，为中国客户提供 TSX 屏幕的投放和代拍服务。他认为这个需求未来会爆发，“TSX 把纽约时代广场的广告牌价格从原先的几万美元压到了白菜价，给了每个人上大屏幕的机会”。

创业两个月中，生日祝福占了业务的大头，绝大多数都是 95 后，甚至 00 后。淘宝和闲鱼上也出现了代拍队伍，他们和泽朋一样，认为这是个创业的

多位代拍员在接受媒体采访时表示，他们的客户几乎都是 95 后，甚至 00 后的高中生。泽朋也遇到过 70 后、80 后，大部分是来为企业打广告的，“比如有个小吃店，投放了十几单”。

这些创业者的投放是为了“出口转内销”，“这是一个实力的象征，刚开始，大家并不知道 TSX 投屏费用就 40 美金，那时效果就非常好”。

“这里不会出现阶层之分和贫富差距。”泽朋说，二十多岁的小女孩是他最主要的客户群。

他印象最深刻的是个女孩，结婚五周年投了一个视频，那天也是她宝宝 100 天，“看到这些素材，我很感动，是真的在帮一些人实现他们的想法，说不上是梦想，但可以通过这样的方式纪念很重要的人和日子”。

也有人想来曝别人的丑照，“别人光着膀子这些的”，他都拒绝了，“我们要有职业操守，你可以恶搞，但不可以丢人丢到国外去”。

二次元虚拟歌姬等都登上了这块屏幕。有的博主说，他的目的就是为了“玩梗”。对他们来说，这些梗就是幽默感，虽然外国人未必能理解。

这种幽默感被他们视为一种“文化输出”。一位上传了搞笑视频的博主说，“华人文化圈里也有自娱自乐，你指望一块屏能带来文化输出，或指望它能让别人更了解我们，不太容易，但是能给自己带来快乐，别人看到的时候也会心一笑，这事就很有价值，挺好的”。

大熊猫丫丫是近两月出现在这块屏幕上最多的网红之一。投放者林楠表示，她支付了 14400 元给中介，连续投放了三个礼拜，分别在周六、周日各播放 30 秒。

雌性大熊猫“丫丫”和雄性大熊猫“乐乐”于 2003 年 4 月抵达孟菲斯动物园开始旅美生涯，是中美共同保护和研究大

代拍竞争激烈

好时机，他们每次收费大约在 1000 元，里面包含 273 元的投放成本。

泽朋创业以来，每个月都能保持 160 单左右，可是他明显感到最近竞争大了很多，“客单价下来了，我现在报价是 598 元，更多代拍者进入了。早期是没有包括剪辑的，现在我们不得不加入更多服务项目”。

如今，这块 TSX 屏幕已经成为新的网红打卡地，B 站、小红书、抖音上，大量网红把上纽约时代广场当成了一个拍摄题

“出口转内销”



在时代广场的大屏幕上“守护”大熊猫

熊猫计划的一部分。2023 年 2 月，大熊猫“乐乐”在孟菲斯动物园离世，死因初步确定为心脏病变，引起国内关注。林楠也是从那个时候开始关注这对大熊猫，她甚至想不起来上一次见到大熊猫是什么时候，可是近两个月来她一直关注它们的动向。

“那么小就出去了，现在该到了颐养天年的时候。”林楠平时看到乞讨的人，或卖惨的抖音号都很少给钱，可是这次为了大熊猫，已经支付了十几万，“如果说我捐一百万，有十万可以用到丫丫身上，我也愿意”。她打算一直投放下去，直到丫丫回国。

2022 年 12 月 21 日，孟菲斯动物园宣布，将把“丫丫”和“乐乐”归还中国，结束 20 年的租借期。据《中国青年报》报道，中美双方一直在积极商洽加快办理大熊猫“丫丫”回国相关手续的方式和途径，争取早日将“丫丫”接回国。目前，中方已经完成了所有审批事项，北京动物

园已从饲养场地、饲养方案、医疗保障、饲料供应等方面做好了迎接“丫丫”回家的各项准备工作。

远在尼日利亚工作的华侨张铎也投了一次 TSX 投屏。他发了自己唱歌的混剪视频，但他对这件事几乎没有预期，“因为也知道是什么效果，15 秒一闪而过，它不像纳斯达克屏，那么中心那么大。比如说，我们去金融街、新中关那边，有一块屏，你也不会没事盯着看”。

他的理解是，“这挺好玩的，就像你下馆子几百块钱叫了一份吃的，没有值不值得，花了就花了。如果一定要判定值不值得，我觉得还挺值，至少自己留下了一点视频材料，跟别人聊天，有点谈资。我看了其他人的投放，基本上没什么人会驻足下来，对一块广告板感兴趣。我觉得那个瞬间主要是给自己看着玩，短短 15 秒，投给自己看”。

（罗欢欢 贾梦雅 来源：《南方周末》《南方人物周刊》）



纽约时代广场也被称作“世界的十字路口”