

香港 深度

世界这么坏，我们还只顾疯狂追星吗？——粉丝从公益应援，到走过黑暗

“我们不能只是追着一颗发光的星……我们在这里聚合了，有这样的力量，我们尚有很多很多事情，是可以一起做的。”



2022年4月24日，香港男团MIRROR成员姜涛即将生日，他的粉丝在铜锣湾一个商场内举办慈善限定店，将售卖应援物品得来的收益拨捐慈善机构。摄：Stanley Leung/端传媒

特约撰稿人 梁凯澄 发自香港 | 2022-05-03

4月30日，防疫限制放宽后的一个周末，铜锣湾街头出现一幕久违景象——数以千人聚集崇光百货门外，警方在场重复播放录音，提醒在场市民保持社交距离，但人群没有丝毫散去的迹象。这天，是ViuTV旗下12人跳唱组合MIRROR成员之一姜涛23岁生日，一抬头，四方八面广告牌上，除了姜涛，还是姜涛。网民都戏称，这天的“姜公诞”，铜锣湾也变成了“姜涛湾”。

过去两年，香港出现久违的追星狂热，当中尤以MIRROR红透半边天。粉丝为一睹偶像风采而逼爆商场；不论是有新歌派台，或是偶像生日等“大时大节”，大厦外墙、巴士甚至邮轮上，都有铺天盖地的宣传广告。不过在严峻疫情下，粉丝们的活动悄悄起了变化——大型活动、广告宣传稍见息微，相反不少粉丝团近日透过网络，组织起如筹款、派送疫情物资，一方面趁着疫情出一分力；另一方面，活动同时扮演维系粉丝的作用。

追星、支持偶像，香港现惯以日韩粉丝语“应援”称之。不少外媒曾报导形容，香港近年政治低气压及港人身份文化焦虑，多少促成了这股MIRROR热潮。曾有研究外国歌迷的学术文章指出，明星偶像的政治价值观及行动，有机会启发粉丝参与政治及社会行动，而社交媒体的普及化，不仅拉近偶像与粉丝之间距离，更容让粉丝之间组成有能动性的社群。

两年间，粉丝组织越趋成熟之际，香港面目却仿佛越见陌生，日常生活遭疫情严重扰乱，端传媒访问多位核心歌迷会成员，了解他们参与公益的故事，在追星的途上，个体的力量如何聚合。

为追星投放的心力，“像多了一份全职”

访问当天，Annie穿上一整套“战衣”：后援会专属应援粉红色T恤，黑色背后写上香港当红男团MIRROR成员卢瀚霆（Anson Lo）英文名字缩写“AL”的外套，手拿着印有后援会标志的麻质手挽袋，还戴上粉红色口罩，上面贴着“AL”口罩香薰扣。

这是卢瀚霆最喜欢的颜色。Annie事后传信息给记者时提到：记得偶像本人说过，“神徒（卢瀚霆粉丝的自我称呼）”穿粉红色很可爱，还附上一个脸红的表情符号。

Annie一早回到新蒲岗某工业大厦内的迷你仓打点货物，准备稍后货车一到，准时出货。她是卢瀚霆粉丝团“卢瀚霆国际后援会”的负责人，但当日她不是准备去追星，而是要打点共8000盒Covid-19的快速抗原测试套装，准备捐赠予几间事前接洽的慈善机构，让机构安排派发予区内包括儿童、长者在内的服务对象。

从迷你仓门口往内探头看，可见约100平方呎的房间堆满棕色纸箱，好些杂志、纪念品和包装物料堆放在

房中间的桌上，墙上挂着几张亮丽的彩色海报，照片是卢瀚霆的特写。



MIRROR成员Anson Lo的后援会购买Covid-19检测棒捐赠一家非牟利言语治疗中心。摄：Stanley Leung/端传媒

Annie说，后援会日常不少工作，如管理社交媒体、筹办活动、处理资金等，都由她及约10名核心成员处理。卢瀚霆后援会现时社交媒体Instagram及Facebook专页分别有逾11万及2.7万用户追随，日常粉丝之间沟通的通讯软件Telegram群组有约2.4万成员，是MIRROR里面12位成员粉丝数目较多的其中一位。

访问前一天，Annie也送过快测包去另一间机构，遇上做义工的婆婆，头发花白的婆婆看件纸箱上“神徒与你，携手抗疫”字句，兴奋道：Anson Lo嘛！我都识，我孙女好钟意的！

MIRROR于2018年底出道后，在香港刮起一阵久违的追星热潮，尤其在社会运动完结、香港疫情又相对未太严重的2020中至2021年，“镜粉（MIRROR粉丝）”为一睹偶像风采，通宵排队逼爆商场，演唱会门票被快速抢购一空，Youtube影片动辄过百万甚至千万点击……他们不只靠“人海战术”取胜，“镜粉”人数之多，财力同样惊人，如在闹市黄金地段、巴士、甚至邮轮买下铺天盖地巨型宣传广告。一如当红网片创作者“试当真”歌曲所形容——“周围都系（到处都是）”。

后来疫情爆发，大型活动取消，群聚变得困难。MIRROR 12名成员的后援会全部均以 Telegram作为主要

发放资讯及粉丝之间聊天的主要平台，除了交换偶像消息，粉丝平常在群组内闲聊、分享生活大小事，每日可达数千条信息来往；而在第五波疫情期间，大家更不时交流疫情相关资讯，互相安慰关心。

“在这个气氛下，我们都会担心社会。我们不是生存在平行时空，不可能光是很开心地做应援。”Annie说。

第五波疫情重创香港，加上早前盛传全民强检，市面物资一度供应紧张。Annie说，捐赠快测包的源起，第一是从新闻看见的基层市民苦况，又见有艺人捐赠快测包，觉得身为后援会，“都可以效法一下。”

第二，则比较机缘巧合地，是因为卢瀚霆新曲《Mr. Stranger》刚在2月底发布，一班粉丝为筹备新歌应援——包括最终买下中环一座大厦外墙LED屏幕、及全港超过1000座商业和住宅大厦大堂电视的广告——刚好筹集了一笔逾七位数字港元的资金。最后后援会核心成员觉得，不应把钱全花光在广告上，而是把筹得款项的三分之一用作购买防疫物资。



MIRROR成员Anson Lo的后援会购买Covid-19检测棒捐赠一家非牟利言语治疗中心。摄：Stanley Leung/端传媒

卢瀚霆对上一首歌曲《Megahit》发行，后援会在全球7地买下巨型广告应援，Annie曾担心若这次规模不

及上次，会令歌迷失望，“但突然爆发第五波，想都不用想了，真的要先帮助香港。”

由有捐赠快测包的念头，后援会前后只花了数天，就完成了物色供应商、订购、联络慈善团体、安排物流等所有工作。而后援会的庞大粉丝数目，不仅为相关工作提供了资金，亦提供了社会关系资本。

Annie说，后援会当初留意到古天乐、郑秀文等明星向慈善团体捐赠快测包，数量以几千计，他们也没有信心能采购到多少，只抱着尽管一试的心态。一问之下，发现了后援会里有成员正职是护士，辗转介绍下认识了一位批发商，能为他们大量供货。

“批发商本身不知道我们是谁，我们说是做慈善的，他立即就答应帮忙。结帐的时候，我们请他开一张发票，抬头是Anson Lo Fans Club，他很惊讶说，你们Fans很有爱心啊。”

物色合适慈善团体的工作，亦由粉丝们群策群力。Carmen曾是卢瀚霆出道前教跳舞的学生，现在仍是后援会核心成员之一，常协助处理后援会物流等事宜。Carmen提到，这次其中一间受惠机构庭恩儿童中心，源于差不多10年前她发现儿子言语发展迟缓，但公营医院言语治疗服务轮候队伍太长，该机构为儿子提供免费言语治疗服务。

“其实我跟机构已多年没有联络，但我一直很感恩，所以我们有物资捐赠，我立即想起他们……我希望能引起大家关注这个机构。”Carmen说。

卢瀚霆后援会的雏形，最初是由他的跳舞学生在《全民造星》（卢瀚霆及其他MIRROR成员于2018年参加的选秀节目）播出期间组成的，并开设Instagram账户关注他的动态。及后粉丝数目急增，后援会举办的活动规模越来越大，财务往来金额越来越高，故正式登记成为有限公司。





Carmen曾是Anson Lo出道前教跳舞的学生，现在仍是后援会的核心成员之一，常协助处理后援会物流等事宜。摄：Stanley Leung/端传媒

“当时有跟ViuTV去谈，谈了大约半年，他们开了绿灯，我们就去开户口、找律师。”但Annie解释，正式登记成公司后，后援会日常运作与以往没有大区别，仍主力由她以义务工作形式打理，ViuTV不会参与或干预后援会运作。

之前Facebook有名为“我老婆嫁左比MIRROR导致婚姻破裂关注组”的群组爆红，组内的一众“前夫（MIRROR女粉丝的丈夫）”纷纷“抱怨”妻子像嫁了给偶像一样，花太多金钱时间在追星上，Annie亦言，后援会多活动要筹备的时间，她往往是傍晚6、7时下班后，就开始彻夜回复各方信息，有时甚至一直工作至凌晨3、4时，为后援会工作废寝忘餐。

“像是多了一份全职，但无薪，也没有假期，所以一定是（对偶像）很有爱才做到。”她笑言，“但这种辛苦是很开心的，当我们看见他（卢瀚霆）成功，看见他有这么多人喜欢。”

公益应援新模式？

MIRROR粉丝为偶像花钱之阔绰，一直备受娱乐记者关注报导，包括动辄花数十万元在闹市买广告，甚至曾有粉丝以偶像名义在外国购买地皮，作为生日礼物。在内地当局整治“饭圈（粉丝圈）”之际，“镜粉”亦一度遭中联办控制传媒《文汇报》[点名批评“疯狂花钱追星”](#)，同页访问多名无线电视艺员和上一辈影视艺人，称反对盲目花钱追捧偶像。

不过，除了单纯广告宣传、或花钱送礼讨偶像欢心，“镜粉”部分应援活动同时揉合为偶像宣传与社会公益之面向，动员能力亦不亚于前者。例如多名成员的歌迷会亦曾捐助不同慈善机构，或把纪念品订购活动部分收益捐出。而今年2月，MIRROR成军三周年，12成员歌迷会联合举行义卖并把收益捐予关注基层儿童、流浪动物等11间慈善机构，据活动Instagram账户公布，活动最终筹得款项近129万港元。

而偶像本身亦呼吁粉丝把应援的人力物力转投在慈善公益活动上。例如在Instagram拥有超过80万追随者的姜涛，最近曾在其账号中呼吁为他庆祝生日的粉丝“把应援集资用来帮助身边更多有需要的人”。

MIRROR另一成员柳应廷（Jer）的歌迷会“Jer Lau柳应廷Fans Club”，其Instagram账户Jer.lyfish有约5万名追随者。粉丝们去年11月趁着偶像生日，曾经伙同关注南丫岛生态的非牟利环保团体“活在南丫”在石排湾举办清洁沙滩活动。



2021年11月趁着偶像生日，香港男团MIRROR成员柳应廷的歌迷会伙同关注南丫岛生态的非牟利环保团体“活在南丫”在石排湾举办清洁沙滩活动。图：Jer Lau 柳应廷 Fans Club

有份统筹活动的粉丝Rachel说，清洁海滩的想法，原因之一是粉丝们记得，柳应廷曾在某一次访问中，谈及拍摄其新作《水刑物语》音乐影片时，看见部分沙滩污染严重，呼吁要保护海洋环境。他们也从偶像的作品及社交媒体动态中，知道他喜欢大自然、特别是海洋生物，“他很喜欢看水族馆。”

Rachel指，Jer.lyfish平常活动均是由后援会6位执行委员会成员一同做决策，决定好方向后再组成个别筹委会，招募更多粉丝协助筹划。去年刚开始准备筹备偶像生日活动时，大家都没什么头绪。

同为歌迷会执委会成员的AB记得，当时大家正在Telegram群组中讨论如何为偶像庆祝生日时，某位粉丝提起，其实生日活动也可以去做义工啊，想不到不少成员反应积极。

“虽然做义工不算直接跟庆祝有关，但我们选择去清洁沙滩，也跟他爱好大自然、海洋的形象有关系。又有

机构愿意跟我们合作，就促成了这件事。”

事实上，偶像本人也是群组成员之一，但不多参与群组讨论，但偶尔会出现答话一句半句，“我第一次目击他本人‘上水’的时候，我简直是呆了，”AB形容。

Rachel说，往年柳应廷生日，歌迷会曾与他举办生日会，但近年因防疫限制，举办生日会变得难以实行。“我们可以举办的活动也不多……所以这也是为何很多MIRROR成员的后援会从去年开始，都会在他们生日的时候办不同形式的展览、慈善活动，去代替生日会。”

有清洁沙滩的想法后，成员开始分工与不同机构联络，希望有机构合作及协助，“清滩都有风险，我们也不熟悉哪个沙滩比较多垃圾，需要专业人士带我们去做”。后来透过网络认识“活在南丫”，Rachel说，当机构知道他们是歌迷会活动，都很欢迎。

“‘活在南丫’说这是第一次有Fans club找他们合作……我感觉他们是比较在地、少对外对大众做宣传的机构，但他们都很欢迎我们参与。”最终活动当天有超过100名歌迷出席，在石排湾海滩清走近900公斤垃圾。“负责人很开心，对我们说，如果每一位MIRROR成员生日，他们的歌迷都帮手清一次沙滩，就好啦。”

当日有份去清洁沙滩的AB记得，当天歌迷们乘船到达沙滩，大伙儿都被眼前景象震撼了。

“的确挺恶劣的，那时刚经历完台风，沙滩上有很多垃圾累积。沙滩附近的草丛都颇为乌烟瘴气，你踏进去草丛拾胶樽，马上会见到一大堆蟑螂跑出来，”最深刻的情景，是有一个石滩，远看白茫茫一片，走近一看，原来尽是发泡胶。“我们本来以为，都未必会有很多垃圾，可能都是装模作样清理一下吧……结果大家都被震撼了。”

当天出席的成员，不少是年轻女生、或带着小朋友的一家大小，AB本来也担心对大家而言太吃力，“但大家还是很投入、很卖力地去做。”





2021年11月趁着偶像生日，香港男团MIRROR成员柳应廷的歌迷会伙同关注南丫岛生态的非牟利环保团体“活在南丫”在石排湾举办清洁沙滩活动。图：Jer Lau 柳应廷 Fans Club

去年柳应廷生日时，歌迷会同时举办了名为“We Walk Through the Dark”的展览，最初构想主要为展出歌迷受偶像启发的创作。而筹委会在觅场地期间，机缘巧合下认识一家协助失明人士的社会企业，最终与他们合作在生日展览上义卖曲奇，为机构宣传及筹款，“可以借此机会让别人知道社企的存在，又可以让展览有多一重意义。”

“我们不只是疯狂粉丝”

选择在活动中加入公益、慈善元素，某程度上也源于部分歌迷对传统广告宣传、造势等应援方式的反思。Rachel坦言，“镜粉”有时的确予人疯狂粉丝的形象，而粉丝们也会在意，希望能改变刻板印象。

“可能有时会令大家觉得，‘镜粉’都是很疯狂的人，偶像代言的产品大家都毫不吝惜地去买，或我们对偶像的爱是纯粹用金钱堆砌的，”Rachel说，“粗俗一点来说，有时看起来就像大家‘围炉’、‘围威喂’（小圈子、自鸣得意）就算。”

AB则时有反思，应援除了单纯为争取曝光，是否也可以用在更有意义的行动上呢？“（应援）除了让大家知道，‘哦他生日’，‘哦他好靓仔（英俊），唱歌好好听’，我们作为粉丝，从他身上收获了很多爱和力量，我们如何借助应援，在争取曝光以外再做多一点呢？”

Rachel认为，这种逻辑，甚至不必然与传统商业考虑矛盾，而是尝试在两者中取得平衡。“这些活动也算是一种Marketing（营销），粉丝们做的事情，也能让更多人认识柳应廷和MIRROR。”

过去一段时间社会气氛低迷，AB坦言，的确会令歌迷会思考是否合适去做大型应援行动，“不是说社会情

绪很悲伤，就不能去娱乐……但我们的确要顾及整体气氛、及执行上会否有问题。因为始终有不同媒体都会注视，所以Fans要想多一步。”



2021年7月，香港，MIRROR成员Anson Lo支持者在尖沙咀海傍买下一块广告版为偶像庆祝生日，市民前往拍摄留念。摄：林振东/端传媒

事实上，粉丝以公益、慈善活动作为一种支持偶像的方法，早在韩国、中国出现，例如韩国其中一种盛行的应援方式，是每逢偶像有演出或生日等，粉丝们会给偶像送“米花篮”，通常是用彩带、横额及支持字句等装饰，下面放着米包的应援物。研究韩国流行文化的学者CedarBough Saej今年接受网媒VICE访问时指，送“米花篮”文化自2000年初起在韩国盛行，某程度是其时韩国流行文化圈生态所促成。

Saej指出，当年韩国艺人不时被传媒偷拍到在寓所外丢掉粉丝赠送的昂贵礼物，加上韩国社会对部分“sasaeng”（“私生饭”、“私追”）粉丝行为——包括侵扰偶像私人生活，甚至僭越私人地方等印象相当负面，以至粉丝团亦希望能改善形象，故开始以慈善方式应援。

除“米花篮”外，韩国粉丝亦会捐赠动物粮食、炭块、以偶像名义捐款，甚至捐血等方式支持偶像。而韩国艺人与不少慈善机构的合作，亦能有效把物资转赠给有需要的人。

大陆同样有“粉丝公益”、“公益后援”等概念。中国共青团出版的《中国青年报》当中，2016年有一篇文章论及，与以往“疯狂追星”相比，“粉丝公益”在大陆渐成一种流行趋势，例如募集善款、或为贫困山区居民送礼包等。文章指，大陆网民中流传一句话——“粉丝行为，偶像买单”，以前曾经指是粉丝引来批评的举动，也会波及明星本人，但在公益活动上，亦可视为粉丝做有益的举动，让公众对明星好感提升。

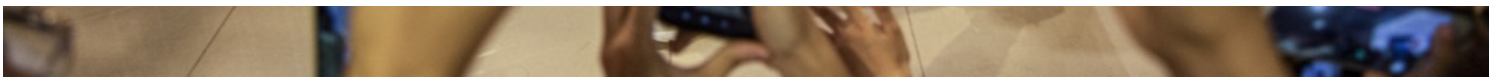
不过亦有部分评论对粉丝公益持较怀疑态度。凤凰网2019年一篇文章论及，随着粉丝应援文化逐渐成熟，粉丝公益已成为庞大及富有力量的公益群体。不过文章认为，虽然粉丝做公益初衷正面，但亦有人质疑背后存在隐患，例如指部分粉丝将公益应援视为数据任务一种，但公益活动所得的资金及物资能否到达有需要的人手中成疑。实际上曾有报导指，内地不少成熟的饭圈组织都有其专属的公益部门，并以不同机构设立的“慈善榜”作为“打榜”为偶像争取名气的目标。

卢瀚霆后援会的负责人Annie亦言，帮助有需要的人固然是善举最终目标，但同样重要地，他们希望粉丝的行动，可改变大众对这群年轻偶像的观感。

“之前社会气氛会觉得‘年轻一代就是搞破坏’，但我不觉得是这样的，”Annie说，“他们（MIRROR）很能代表香港的一代...而做慈善活动回馈社会，就是让大家看到，香港的年轻人是这样的。”

像卢瀚霆自己也常在推广要领养、不要购买动物，“这些思想都会影响社会，始终他们是名人，要做社会的好榜样。”“我们不想别人以为，追星的都是傻女人，只懂得在商场狂叫，追星可以是more than that。”





2021年7月23日，香港，ViuTV旗下的两队男团Mirror和Error到屯门市广场宣传“夏日Summer Fun”活动，大批粉丝等待观看偶像。摄：陈焯 /端传媒

晦暗不明的时代里，因追逐星光而聚合

2022年初，Omicron病毒在香港大爆发，不仅粉丝能参与的追星活动减少，一般市民日常生活亦遭严重扰乱，染疫的、失去收入的、为防疫及日用物资张罗的，社会上弥漫无助情绪。不少公众人物、企业以至公众等均向有需要人士捐赠物品。

其中无线电视旗下艺人炎明熹（本名王佳恩）2021年9月凭选秀节目《星梦传奇》出道，目前是其力捧的女歌手之一。其歌迷会“炎明熹粉丝后援会”成员Agnes接受端传媒访问时表示，歌迷会成立以来一直积极参与慈善活动，包括义卖纪念品助保护动物组织筹款，及以赞助商身份参与由多次主办大型筹款活动机构举办的“[香港天灯节](#)”等。疫情期间，他们亦曾单独、或联同其他多名《星梦传奇》歌手的后援会捐赠物资予不同慈善机构。

Agnes说，后援会在为日后能持续参与更多慈善工作，早于今年1月左右正式成立了“义工小队”，成员大约有20人，而她是小队队长，“因为慈善不应该是一次性的，我们希望能持续发挥到正能量。”而义工队刚成立，就爆发第五波疫情，“碰巧我正跟会长在商讨（疫情期间支援），有粉丝也在Telegram群组提议不如做啦，结果就一拍即合。”

事实上，由电视台多年来联同不同机构举办慈善筹款节目，到不少艺人为慈善机构代言、捐款、成立名下慈善基金，香港演艺界多年来与慈善事业的渊源及贡献的确毋庸置疑。不过现时部分由粉丝组织的慈善公益活动，呈现的更倾向是一种下而上的能动性，甚至脱离后援会组织本身、去中心化的可能。





MIRROR成员柳应廷粉丝Sarah为未轮候到政府综合家居照顾服务的长者提供上门送餐服务。 摄：Stanley Leung/端传媒

Sarah因喜欢MIRROR成员柳应廷，在参与歌迷会活动时认识了一群素未谋面的朋友，在不同活动多见过几次面后，一班比较熟稔、大约20人私底下开了一个群组，间中会约出来见面吃饭。

因为比较相熟，平常在群内大家都畅所欲言，除了分享生活琐事，也会谈及对时事的看法，例如早前疫情，或俄罗斯攻打乌克兰，“看到很多不开心的新闻，我们都会谈，也会互相安慰。”Sarah记得在今年2月，有人看到长者的苦况，大家身边亦有朋友或家人确诊，深明染疫的无助，“所以就说，不如大家去做一些事情吧。”

他们开始各自去找机构，最终联系到一家教会经营的餐厅，餐厅专为未轮候到政府综合家居照顾服务的老人提供上门送餐服务，平日主要靠区内妇女及失业人士收取少量车马费送饭，但适逢疫情严重，不少送饭人员病倒，故Sarah联系餐厅时，对方很快已回复，问他们什么时候可以开始。

Sarah说，他们一直没有向机构特意提及自己“柳炒（柳应廷粉丝自称）”身份，只是有次社工闲聊问起，你们这一大班朋友是如何认识的呢？他们才腼腆道，都是追星认识的。

“最初没有刻意说，因为也不需要可以表明我们是谁的粉丝，我们想是发自内心地去做的。”

其中最深刻的一次送饭经验，对方是一位患脑退化的独居婆婆，Sarah按门铃后，婆婆打开门，却误以为她是女儿，再三请求Sarah留下来陪她吃饭。Sarah感到难过也难为，“我都想陪一下她，但始终是义工，不能这样做。”

疫情增添了人与人之间隔阂，Sarah觉得，歌迷会的存在，不仅令她与偶像、和其他歌迷有机会连结，亦因个人力量在歌迷会中得以聚合，变化出更多不同行动的可能。



MIRROR成员柳应廷粉丝Sarah为未轮候到政府综合家居照顾服务的长者提供上门送餐服务。摄：Stanley Leung/端传媒

“我们的出发点都是希望多一点人参与，或主动一点去做，而无须依赖机构。”Sarah说，他们本来都没有太多做义工或组织工作的经验，“我们现在都算是主动了一点点去接触。我会觉得，其实自己都可以行出这一步，不用等别人叫才去做。”

曾有研究美国天后Lady Gaga粉丝的[学术文章](#)指出，偶像的政治价值观及行动，有机会启发粉丝参与政治及社会行动；而社交媒体的普及化，不仅拉近偶像与粉丝之间距离，更容让粉丝之间组成社群，具备集体行动的潜能，模糊化传统上“受众（Audience）”与“公众（Public）”的界线。

除了几位受访者均提及偶像曾直接呼吁粉丝贡献公益外，不少人亦提到从偶像作品中收获的触动及启发，是他们以歌迷身位参与公益活动的原因。炎明熹粉丝Agnes认为，与偶像互动中，粉丝们都感受到她的善心，“如果不是她的爱和正能量，我们都不会有（做慈善）的想法。”

Sarah则提到，柳应廷于2021年底推出单曲《人类群星闪耀时》，曾感动了她及不少其他粉丝。

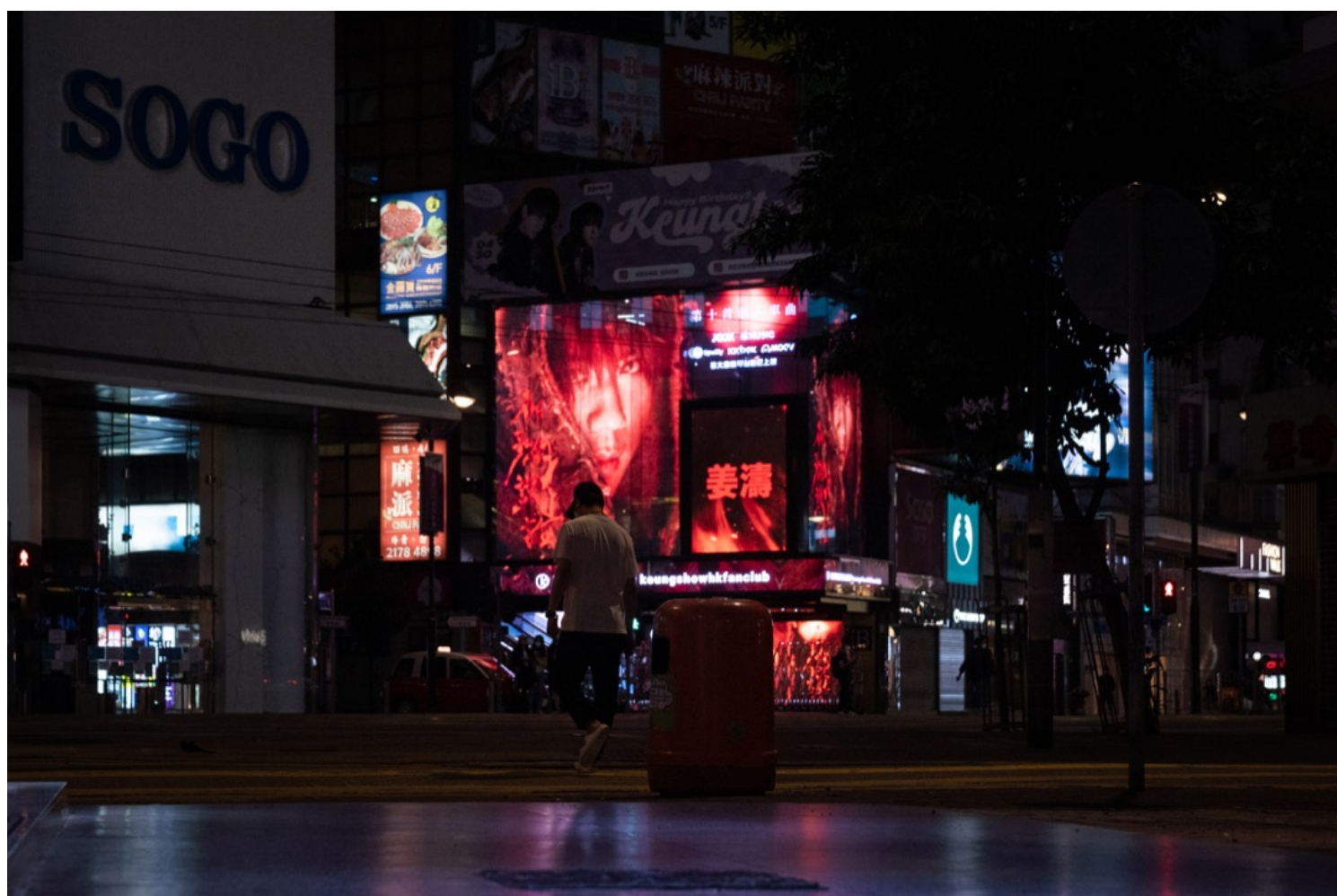
“（那首歌）是讲世界需要更多爱，启发了我们要去爱身边每一个人...而这件事其实大家都可以做，不需要太害怕对方是你不认识的人。”就算是粉丝们平常在群组中交流，也常以这首歌互相鼓励，“歌曲同时说，除了爱别人，都要爱自己，要照顾自己。”

再拉阔，是粉丝感觉与偶像之间的同存共感，20多岁、现为“柳炒”的AB，她从前是韩星的忠实粉丝，狂热程度足以让她买机票飞去东京巨蛋看他们演唱会，但即使偶像在面前，“我当下感觉是，他是神，而我只是蚂蚁，我们的距离是整个世界。”

从前听的歌曲、看到综艺节目都是韩文，“但我追港星后才发现，哇，原来唱出来就是广东话，感觉是这么的不同。”

“我们是生活在同一个社会，感受着同一个城市的气氛。在香港，我们都是一同要隔离，一同要落街抢公仔面，一起要想是否打疫苗……虽然他不会直接说，但你会感受到，大家是面对着同一件事。”

去年11月柳应廷生日，歌迷会为他举办庆祝展览，展览名称“We Walk Through the Dark”，AB解释，名字的由来是因为再前一年的生日，粉丝呼应其新歌《回光物语》主题，也为他举办过一次名为“You Light Up the Dark”的展览。两年似是贯彻同一主题，但其实翌年更是前一年升华。



2022年5月2日，香港铜锣湾一面广告版播着MIRROR成员姜涛新歌《作品的说话》的宣传片。摄：Stanley Leung/端传媒

儿说，2015、2020年，百度及上头条等网，微博、微信等，当时初三市市在ICICyU中研组主持，你及廷就像他们的一盏明灯，听他的歌声，就如在黑暗中看见光芒，“（但歌曲）其中的中心思想是，在漆黑环境里，我们都想寻找指路明灯，但其实需要发光的是你自己。”

“我们不能只是追着一颗发光的星……就算偶像走红了，他也不是从此就过着万人景仰、幸福快乐的日子，大家都会有高低潮，所以我们作为支持者，其实更是在身边陪伴他，要一同走过黑暗。”

“我们在这里聚合了，有这样的力量，其实我们尚有很多很多事情，是可以一起做的。”