

## 养成综艺热度空前

# 出道并不是最后的胜利

这个夏天最火的词除了C罗,就是“C位”了。女团青春成长网综《创造101》总决赛落幕,人们对它的讨论还在持续。连同早前的《偶像练习生》,即将开始的《明日之子》第二季,偶像团体选秀为何会突然爆发?这背后的一整套模式设计,击中了人们的什么需求?热潮过后,新生代偶像的未来生存会像现在这样令人乐观和激动吗?

### 平台、情感与需求 触发偶像养成大热

近日,《创造101》落幕,尽管充满争议,但“火箭少女101”终于成团要高飞。该节目尾声也引起巨大争议,尤其是歌舞实力明显不足的杨超越,为何能以第三名的成绩出道,很多人不解。“这难道不是令全世界努力奋斗的女生看起来像个笑话吗?”

今年,偶像类养成节目引发了空前的热度,在《创造101》之前,男团选秀节目《偶像练习生》也火了一把,节目中最后成团的NINE PERCENT九位成员目前人气颇高,目前已参加了《快乐大本营》《奔跑吧》等国内的人气综艺节目。偶像养成类节目《明日之子》第二季马上就要推出。可以说,今年偶像团体选秀节目已经站在了行业的风口。

该类节目大爆发,就是抓住了偶像太少特别是偶像团体稀缺的空白。实际上,这类偶像团体在中国颇受欢迎,鹿晗、黄子韬也是偶像团体出身,他们掀起一场又一场青春风暴,但优质偶像团体还是稀缺,虽然大量偶像团体在悄悄运作,但他们的大众知名度几乎为零,观众饥渴的心理需求注定了这种节目会火爆。

### 市场上人才储备少 行业公司抢风口

团体选秀综艺热潮正当时,《偶像练习生》《创造101》都宣布明年会做两季,都有男版和女版,及平台相关配套的打歌节目。所以,曝光渠道和露出平台已经不再是制约行业发展的的问题,人才储备成了最大的问题。《创造101》总制片人马延琨表示,国内的偶像市场还处在非常初级的阶段,每次做节目都会发现市场上没有新人,市场对新人的渴望太大了。

据悉,目前国内现在已经有200多个女团,大多诞生于近3年前。但要注意到,无论是韩国的练习生体系,还是日本对偶像的养成模式,一个偶像都需要封闭练习3年以上才有资格出道。张艺兴、黄子韬等人都曾度过那一

段黯淡的时光。在国内,虽然有大量公司在培养练习生,但时间远远不够,所以就拿不出有质量的偶像团体。但是看到眼前的风口,最近许多传统影视公司、经纪公司都开始涉足偶像练习生领域,进行人才储备。如拥有杨幂、迪丽热巴等艺人的嘉行传媒公布“A+计划”,有娱乐公司推出“创星力量”“2018芒果偶像养成计划”等,在为后续选秀综艺储备力量。

### 出道只是开始 如何生存才是问题

众多经纪公司提供苗子、专业综艺制作人包装管理,在这样的形势下,男团、女团似乎形势一片大好。但是,在“逆流翻盘”以后,能如愿“向阳而生”吗?答案并不乐观。

不少业内人士认为,目前国内娱乐产业中还没有形成让团体偶像良性生存的成熟氛围,“我们有大量的观众和粉丝,我们完全可以做国产偶像,但为何国内团体偶像生存很尴尬?因为国内偶像多是流量明星,缺少打歌节目或者打歌舞台,需要的是舞台,而不是话题或绯闻炒作。”

况且,节目组跟着观众喜好的指挥棒走,这样选出来的选手的真正水平要打一个问号。他们难免面临个性接近、技能类似的问题,或者是实力不济但人气很高,这与一个偶像团体的要求并不相符,“我心中完整的团体,不是把几个突出的、几个普通的练习生一起打包出道,这不公平。一个团体应该由实力上比较平均的练习生构成,但是他们的外形、性格不同,吸引的观众群不一样。当这些观众群合起来才是团体的力量。”因此,有人担心个别选手单飞后会迅速被市场淘汰。罗志祥就在节目中告诫选手,如何在这个行业里生存下去是最大的问题,若出道后迟迟无法交出受认可的作品,前途便岌岌可危。所以即便是大热的偶像,也要交出佳作才行,即使如张艺兴、鹿晗等都有大热综艺节目傍身,但都在不断拍戏,就是要延续演艺事业的生命力。

(曾俊)



## 致敬40年, 壹粉再分享精彩故事

本报讯 近日,齐鲁晚报·齐鲁壹点“情报站”推出“致敬40年,那些感动我的文艺作品”专题后,得到了读者的热烈反馈,今天我们分享壹粉“满天彩虹”的精彩美文。

**壹粉“满天彩虹”:**每个男孩子心中都有一个武侠梦,替天行道行走江湖。而在心灵深处种下武侠梦种子的就是上世纪80年代那部《少林寺》,十三棍僧救唐王的故事被十三个武艺高强的演员演绎得淋漓尽致。特别是功夫巨星李连杰,那英俊的相貌、高超的武术、潇洒的动作,让我对中国功夫拥有了最初强烈的憧憬和向往。这部《少林寺》堪称内地武侠片的开山之作,从此之后内地电影市场的武侠片如雨后春笋层出不穷。李连杰也从全国武术冠军成功走上了演艺之路,奉献了一部部经典的功夫片佳作。

其实,我对河南嵩山少林寺的了解和仰慕,也是从《少林寺》开始的。那个时候对武侠的极度崇敬,让我差点离家出走。当时,我们几个要好的同学,私自盘算着到少林寺学习武艺,长大了也像李连杰饰演的觉远一样身怀绝技、笑傲江湖。如果不是父母发现及时,还不知我们这些小孩子会做出什么荒唐事来呢。

如今,再次从网上搜出《少林寺》观看的时候依然心潮澎湃,心情久久难以平静,那个曾经的武侠梦已渐渐远去,但觉远那飘逸的身影、不凡的身手,却永远烙印在了我的心灵深处。

“致敬40年”活动继续,您可扫码下载齐鲁壹点APP,到齐鲁壹点“情报站”发帖、留言、发感想,我们将根据每天互动和发帖情况派发一定数量的红包,也可订阅读点号“属娱你”随时翻看读者,壹粉们与经典文艺作品的精彩故事,与更多人一起分享。(本记)



# 选秀唯金钱论,粉丝成了“唐僧肉”



制造了“偶像元年”繁荣景象的这些偶像养成节目,不仅推出了让人目不暇接的“偶像”,其发动粉丝的能力也达到了令人咋舌的地步。某节目一位“C位”出道偶像的应援资金达到了1200万元,令人震惊。而参与这个比赛的选手总共有101名,其总金额可想而知是一个巨大的数字。

应援资金多并不是问题,

问题是这个涉及巨额资金的选秀链条、偶像制造机器上的每一个环节都缺少监管,而选秀本身却具有极大的社会影响力。这些选秀节目大多以选手获得粉丝应援的多少作为排名依据,而粉丝应援都转化为种种明码标价的物品或是服务,最终进入了选秀链条上各利益相关方的口袋。比如节目主办方可以通过向粉丝出售各种“卡”或指定应援花篮、花牌购买渠道的方式,将粉丝为偶像掏出的钱装入自己腰包。更有甚者,粉丝还会通过购买水军、小号等方式为自己的偶像造势,而这些钱也最终流入了能

拿到“资源”的水军公司。在畸形的、缺少监管的选秀链条上,粉丝的真金白银最终换来的是虚假的流量,偶像制造也变成了一场“假对假”但又不得不为之的较量。

在这条选秀链条的源头,大量粉丝通过类似于众筹平台的互联网平台为选手应援筹款。这些平台不但对筹款发起方疏于监管,而且并无手段约束未成年人参加筹款,更无从谈起对款项使用的监管了。平台通过免责声明等法律手段将款项的筹措、监管等责任都推给了发起者和筹款者本人,而松散的粉丝团体一直有

“凡筹款必贪钱,赛后总要撕账”的说法。

从本质上来讲,选秀是展示偶像打造过程,引起粉丝的共情和参与感,进而通过粉丝参与来获取一定利益的一种商业模式。究其本源,这种商业模式售卖的应当是选手的实力和才艺等内容性质的文化产品,而不是将一切都明码标价进行排名。由此观之,这种选秀已偏离了本源,从选秀变成了集资,而心甘情愿掏钱的粉丝则变成了商业链条上的“唐僧肉”。这样的选秀,除了满足某些利益相关方赚快钱的需求之外,对行业又有何益呢? (林楠)



医保定点机构/名医联合会诊

电话:0531-66710000  
地址:济南长途汽车总站东1000米(三孔桥站)  
网址:www.inbdfyy.com