

最近一段时间,大家是不是发现,“爸爸”刚走没多久又“回来了”?姐姐带着弟弟游欧洲后,一群爷爷又开始带着“孙子”出门旅游了。一档节目火爆后,不多久必定会有形式雷同的跟上。

翻遍近些年的中国电视综艺史,除了春节联欢晚会,收视最高的那些综艺节目,几乎都是砸重金从国外买回来的版权。当然,有的节目会对“引进版权”毫不避言,但有的节目就会撇开“引进”一词宣称原创,其实细细观摩,终究还是难逃山寨的嫌疑。如此,综艺节目就交织出了一条远亲近邻的关系链。

### ● 户外旅游:

## 弹出“花样三部曲” 先入为主占便宜

近期大热的几档户外旅游真人秀,一开始就让人傻傻分不清,被网友调侃成“花样三部曲”。打响第一枪的《花儿与少年》,集齐郑佩佩、凯丽、许晴、刘涛、张翰、李菲儿、华晨宇七位年代偶像,开启了欧洲奇妙之旅。紧随其后,东方卫视《花样爷爷》昂首阔步挺进观众视线,许多网友质疑与《花儿与少年》雷同,甚至被视作抄袭之作。事实真相是《花样爷爷》才是引进的韩国版权,《花儿与少年》尽管宣称是原创,但不管是内容还是模式,都与韩国的《花样姐姐》极其相似。至此,《花样爷爷》也只有含泪喊声“冤”。

这边的“正主之争”未有了断,“花样三部曲”中的《花样年华2》播得正酣。对比第一季,《花样年华2》把5个普通女孩换成了5位90后少女明星,像极了韩国KBS推出的真人秀《青春不败》,“都是去农村体验生活,都有少女明星参与”。这样一看,《花样年华2》不仅难逃山寨嫌疑,也颇有点搭明星户外真人秀顺风车的意思。

### ● 亲子秀:

## 许多“爸爸”打擂台 有的“爸爸”成炮灰

去年,版权购自韩国《爸爸!我们去哪儿?》的中国版《爸爸去哪儿》红遍全国,节目组在形式、制作上完全照搬韩国模式,一时间“爸爸”成为最瞩目的关键词,各卫视也纷纷加入到混战中:青海卫视引进日本的《第一次任务》,制作播出《老爸老妈看我的》;陕西卫视本土原创《好爸爸坏爸爸》……诸如此类的节目数不胜数,但无论是立意还是制作,都无法达到《爸爸去哪儿》的水准,顺理成章沦为炮灰。

值得一提的是,浙江卫视在这趟紧搭明星亲子顺风车的旅途中,经过《星星知我心》、《人生第一次》、《我不是明星》等一系列原创真人秀的打磨,终于在以重金从韩国购买《超人回来了》的版权,制作播出的明星亲子纪实节目《爸爸回来了》,掀起了一股不小的亲子热潮。萌萌哒星二代引发各种PK,萌化了广大观众的心。

### ● 歌唱类:

## 版权全部源自海外 赛制创新成关键

2004年《超级女声》开启选秀元年,国内歌唱类节目曾经历过一段黄金期,几年风光后逐渐被观众抛弃。直到2012年,荷兰的《The Voice of Holland》中国版——《中国好声音》横空出世,2013年购自韩国的中国版《我是歌手》乘胜追击,才一扫歌唱类节目的阴霾。

据不完全统计,2013年的歌唱选秀类节目超过13档,且清一色都是版权购自海外:《中国好声音》源自爆红全球的音乐真人秀《American Idol》;《中国最强音》则源自《The X Factor》。有意思的是,这两档节目均是被誉为“选秀节目之父”的西蒙考威尔创立。今年播出第二季的《我是歌手》、《最美和声》、《我为歌狂》,都有个身在海外的原版“父母”。

而一直被视作本土品牌的《快乐男声》、《快乐女声》,追溯到最初的《超级女声》时代,也曾被“Idol”节目模式的原创机构追究过版权问题,只是后来节目组不断在原基础上加工,有了一副中国面孔。

如此多的节目,让拼版权、拼选手、拼导师都已不足为奇,但作为生存之本的赛制创新更不可忽略。不论是《中国好声音》开创的“转椅时代”,还是《我是歌手》打开的“歌手竞演”之门,都充分说明,要想在竞争激烈的综艺圈活下去,创新才是最有力的理由。

# 原来 这些节目是“亲戚”



### ● 喜剧类:

## 搞笑节目一哄而上 模式雷同高开低走

自去年底《超级笑星》播出后,今年上半年已有近20档喜剧类节目相继登陆荧屏。与亲子、歌唱等节目引进国外版权相比,除了目前正在央视播出的《喜乐街》是引进德国老牌即兴喜剧节目《席勒街》外,大多数国内喜剧节目还是秉承了原创的态度。

然而,喜剧狂欢的背后,依旧掩盖不住一哄而上的跟风与山寨。《我为喜剧狂》、《中国喜剧星》、《我们都爱笑》、《笑傲江湖》、《中国喜剧力量》让各家卫视为抢夺喜剧大腕暗自较劲,英达一人就坐镇两档喜剧节目,让观众在很长一段时间以为看的是同一档节目。此外,除了《谁能逗乐喜剧明星》采用60秒内让明星绽放笑容赢大奖,《我们都爱笑》恶搞明星,杂糅短剧的模式有几分新颖外,其他节目几乎都沿用了歌唱选秀节目的老套路,选手比搞笑、评委比抬杠成通用手段,如《超级笑星》、《中国喜剧星》走的是评委点评的老路,《我为喜剧狂》采用的是导师抢人模式,《笑傲江湖》则类似于《达人秀》导师选人时的“YES”或“NO”。形式的雷同和单一足以说明这类节目并不好做,也注定了喜剧类节目在2014年高开低走。

### ● 舞蹈类:

## 造星能力先天不足 无法开启“热舞时代”

当歌唱类真人秀体力透支时,舞蹈类真人秀曾大举跟上。从《舞林大会》到《舞林争霸》、《最炫民族风》、《舞出我人生》、《奇舞飞扬》,前前后后十多档舞蹈节目相继出现,却从未达到过像音乐选秀类节目创造的巅峰状态。

浙江卫视的《中国好舞蹈》,前身是上一季在东方卫视播出的《舞林争霸》,他们共同的祖宗是来自美国的综艺常青树《So you think you can dance》。不论从评委阵容还是舞台布景设置,《中国好舞蹈》都有着《舞林争霸》的影子。那时评委席上有方俊、金星、陈小春和杨丽萍,如今方俊和金星成了“铁打的评委”。《中国好舞蹈》最大的看点在于打出“励志专业”牌,选手们用故事做包装,舞蹈当标签,较以前同类节目有了很大进步。无奈多期节目过后,观众似乎并没记住什么选手,倒是评委郭富城的搞怪和金星的犀利让人印象深刻。只能说舞蹈类节目“造星”能力的先天不足是制约其成为大众娱乐的一大桎梏,目前还无法开启荧屏的“热舞时代”。

## 中国综艺病在哪

综观内地综艺节目的“拿来史”,《快乐大本营》算是成功的案例。《快乐大本营》的原型是香港的《综艺60分》,除了与时俱进不断更新节目内容,打造主持团队“快乐家族”品牌也是其成功的关键,当然,这种类似的主持团队还借鉴了“韩国团体”的模式。

并不是所有的节目都适合移植,去年重庆卫视重金引进的韩国版权节目《奇迹工厂》,是中国首档影视新星表演类真人秀,原版节目《奇迹试镜》在韩国播出期间获得同时段收视第一。然而到了国内却成了收视炮灰。与之类似的节目还有《××星跳跃》、《老公看你的》、《我心唱响》等,都是出身名门的贵族,到了中国却沦为无人问津的大路货。看来,不管是引进版权还是原创跟风,如果没有本土化的改造,没有与时俱进的变化与创新,就算是“洋母鸡”也下不出金蛋。

(腾讯)