



找记者 上壹点

A07-09

齐鲁晚报

2020年10月18日
星期日

卓
然
于
心
悦
享
娱
乐

□ 美编：孔继昕
□ 编辑：孔继昕



音乐综艺二十年



齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李睿

千禧年的“同一首歌”

最早的音乐综艺可以追溯至千禧年，2000年1月27日，央视推出了音乐节目《同一首歌》。“同样的感受给了我们同样的渴望，同样的欢乐给了我们同一首歌”，熟悉的旋律逐渐响彻大江南北，成了无数观众每周五晚7点半必看的节目。

《同一首歌》称得上是国内第一个真正意义上的爆款音乐节目，主持人为梁永斌，节目特点是“当红明星+大型公益演唱会”，王菲、周杰伦、陈奕迅等歌手都曾是《同一首歌》的演出嘉宾，节目的阵容非比寻常，歌唱的水准也属一流，可以说是一档“神仙打歌”的音乐节目。《同一首歌》让观众初次接触到音乐类综艺节目，收视率屡创新高，最高甚至达到过5.18%，刷新了以往的收视纪录。

但随着其他类型综艺节目的丰富，单单听歌已经满足不了大众需求，并不那么“娱乐化”的《同一首歌》最终走向了没落，并在2009年到2012年间多次停播、复播，最终于2013年正式停播，彻底退出音乐综艺舞台。

一枝独秀的“超女”

在音乐综艺史上，观众们最熟悉的音乐综艺大概是“音乐+选秀”类节目，这也是延续了十几年依然火爆的节目类型之一。

2004年，《超级女声》诞生，这档节目针对女性进行大众歌手选秀赛，让“草根”追求梦想，通过选拔、PK、现场和场外观众互动等节目形式，成为了开启“选秀元年”的现象级综艺；2005年，第二届《超级女声》取得巨大成功，李宇春成为第一个全民意义上的音乐偶像，张靓颖、周笔畅等人也顺势从“草根”成为一代人的青春记忆。三届“超女”带来了全民狂欢，也为华语乐坛输出了大量的歌手。

根据国家广电总局发展改革研究中心编写的《2006年中国广播影视发展报告》，2005年“超女”的平均收视率为8.54%；总决赛期间平均收视率11%，居同时段首位；三强决赛时收视份额高达49%。这些数据证明了当年“超女”的辉煌，十余年来，几乎没有节目可以复制。

《超级女声》的出现改变了内地音乐市场被港台歌手占据主要地位的局面，华语流行乐坛进入了“选秀时代”。不仅如此，“超女”的成功还带动了其他电视综艺的跟风模仿，数十家电视台相继推出了同类型的选秀节目。湖南卫视继续打造《快乐男声》，东方卫视相继推出了《我型我秀》《加油！好男儿》，江苏卫视也推出《绝对唱响》；就连以娱乐综艺见长的港台电视圈也推出了《超级星光大道》。一时之间，“草根造星”的音乐类节目势不可挡，学术界将这一时期的音乐综艺节目阐述出了音乐和娱乐以外的社会学意义，认为这是一场“庶民的狂欢”。

只不过从内核来看，这些节目都有“超女”的影子，大众难免产生审美疲劳，几乎无一再造当年盛况。

一直以来，音乐综艺占据国内综艺市场的半壁江山。随着国内综艺市场的日渐成熟，各种类型的综艺争奇斗艳，音乐综艺的形式几经变迁，依然有着不可撼动的地位。



发力“专业”赛道

音乐综艺中第二个爆发的节点，当数2012年《中国好声音》。虽然也是素人选秀，但节目不再追求“偶像”感，也摒弃了对“帅哥美女”的造星之路，开启了全新的“盲选”模式。所谓“盲选”，就是在确定晋级前，看不到选手的面容、身材等任何信息，是否晋级全由唱功决定，这一下将节目的整体水平拉高。

此时各大音乐选秀节目依旧走着老路子，《中国好声音》一时风头无两。许多名不见经传但实力超群的歌手出现在好声音的舞台上，比如梁博、吴莫愁、金志文、平安等等，这些歌手的出现让观众们感叹：“草根也能带来这样高水准的演唱。”

随后，湖南卫视《我是歌手》也发力专业级赛道，让观众终于见识到了什么叫专业歌手的实力。首播还是不温不火的1.434%收视率，节目总决赛时直播已经高达4.127%。节目第一季让观众看到了黄绮珊；第二季捧红了邓紫棋，一首原创歌曲《泡沫》让千万人认识了这个宝藏女孩；到了《我是歌手》第三季，孙楠、韩红等大牌实力歌手开始登台……再后来，国际知名的歌手也来到节目中，“歌手”已然成为国内顶级音综。

《中国好声音》《我是歌手》两档节目都瞄准专业赛道，给观众带来了超高水平的视听享受，节目收视率和口碑一路狂奔。目前，《中国好声音》已经开播9季；而《歌手》系列将止步于8季，近期导演洪涛宣布《歌手2020》为歌手系列的最终季：“2021年《歌手》，我宣布不做了！”

除了“好声音”“歌手”之外，还有许多主打“实力”牌的音乐综艺。央视推出了《中国好声音》，赵雷演唱的《画》在全国范围内掀起了

一阵民谣潮，之后赵雷参加《我是歌手》，一首《成都》霸占了整个互联网，那时候的大街小巷几乎全部都在播放《成都》；江苏卫视推出了《蒙面歌王》《蒙面歌手猜猜猜》；东方卫视推出《中国梦之声》等诸多专注音乐本身的音乐综艺。

“小众音乐”崛起

随着互联网的快速发展，网络音乐综艺抓住了一大批热爱音乐、追赶潮流，极具网感的年轻用户，成为音乐综艺发展的新阵地。

2017年算是网生音乐综艺的元年，爱奇艺《中国有嘻哈》成为当年的现象级综艺，也让Hip-pop音乐走进大众视野，那一年，freestyle成了全年热词；2018年，《偶像练习生》《创造101》等偶像养成类节目又制造了全民狂欢，“pick me up”“出道”“走花路”成了年轻观众的口头禅；2019年，《乐队的夏天》以黑马之姿杀出，让摇滚乐时隔二十年重回大众视线。还有《我是唱作人》《明日之子》《炙热的我们》等各类音乐综艺频频诞生。

不得不承认，极具网感、更加开放的互联网综艺仅用了短短三年，就完成了对电视音乐综艺的反超。互联网音乐综艺为年轻人输出了更加丰富多元的内容，不完全盘点下来，涵盖了摇滚、嘻哈、民谣、国风、乐队以及乐团等类型。

这些网生综艺将小众音乐带到观众面前。2020年，仅拿嘻哈音乐来说，就有《说唱听我的》《中国新说唱》《说唱新世代》3档音乐综艺播出，都取得了不错的成绩。尤其是以年轻、小众、高黏性为用户特点的B站所推出的《说唱新世代》将娱乐性、音乐性发挥到极致，在豆瓣获得了9.0分的高分，这在内地综艺节目中实属少见。

34档音乐综艺将上线

卫视的力量不减当年，互联网视频平台持续发力，各类音乐综艺风发泉涌，根据不完全统计，2021年将上线34档音乐类节目，可见竞争之激烈。

湖南卫视将在2021年推出《我爱魔力歌》《嗨唱转起来》、《百变大咖秀2021》作为音乐模仿类节目强势回归，不知能否再现当年风采；浙江卫视除了《中国好声音》《天赐的声音》两部老牌音综，还将推出《闪光的乐队》《光荣之路》《为歌而战》等新音乐综艺；东方卫视《我们的歌》《心动的声音》《音乐剧之王》《小镇歌王》也将在2021年播出；江苏卫视将继续推出《蒙面唱将猜猜猜5》以及《中国原创季》《我们对唱吧》等音乐综艺。

互联网平台也毫不逊色，爱奇艺将继续制作《青春有你3》《中国新说唱》，还将推出虚拟人物竞演节目《跨次元新星》；腾讯的《明日之子》《创造营》系列将持续进行；优酷将推出《亚洲超星团》《宇宙打歌中心》等音乐综艺；芒果TV将推出《披荆斩棘的哥哥》《姐姐的爱乐之程》等音乐综艺。

能否再出现“歌手”“新说唱”“乐队的夏天”这样的现象级综艺还尚未可知，但从节目数量来看，音乐综艺依然占据综艺市场的半壁江山。