



# 节目模式过时,枉费了好音乐



张艺兴



天天娱评

□刘雨涵

这年头要想做出点什么现象级的综艺节目来,要不就是开创一种前所未有的崭新模式,要不就是能够打动追星女孩。像《我是唱作人2》这样还在沿用着几年前音乐综艺模式的节

目,目测是很难产生水花的。《中国有嘻哈》《偶像练习生》《乐队的夏天》等节目的成功,说明了现在的综艺风向是,先把“圈层化”玩透,才有可能出圈。而《我是唱作人》还在搞那套四平八稳的拼盘式音乐,说唱、流行、民谣、偶像、独立音乐……什么类型都来一点儿,这样就难有剑走偏锋的那种锐气和穿透力。

《我是唱作人2》的首发阵容让我眼前一亮,像陈粒、马頔、GAI、郑钧这几位,都是曾经在我的歌单里单曲循环了好久的人。而且他们也比较少在综艺节目里抛头露面,《我是唱作人2》能够把他们笼络在一块,这档节目让我挺有追一追的欲望。可是,在看了上线的第一期节目之后,欲望被失望给冲淡。失望的倒不是歌手和歌曲,其实这一季的歌手咖位和歌曲水平已经是很可以了,可惜在过时的节目模式里,削减了应有的光芒。

大咖PK+原创音乐是这档节目的核心竞争力。大咖PK有《歌

手》,原创音乐有《中国好歌曲》,把两种节目模式合成起来,倒也不是什么新鲜事。从2017年的《中国有嘻哈》播出后,“圈层化”成了音乐综艺的创新点,在同一种类型里玩出层次感,才有可能出圈。《中国有嘻哈》专注说唱音乐,《乐队的夏天》玩转摇滚音乐,《偶像练习生》《创造101》《青春有你》这些养成节目,只着眼偶像艺人。而《歌手》《中国好声音》这样的节目影响力和话题性越来越弱,很大程度上是因为这种分散打力的模式已经落伍了。

《我是唱作人》也是这样的套路,节目中有殿堂级音乐人,第二季请来了郑钧;有独立音乐人,第一季是梁博、曾轶可,第二季是陈粒、马頔;有流行音乐人,第一季的汪苏泷,第二季的隔壁老樊;有说唱音乐人,第一季的热狗,第二季的GAI;也有偶像型音乐人,第一季有王源,第二季是张艺兴。这是一种四平八稳的传统电视节目的思路,很工整的格式,似乎挑不出什么错,但是也没有什么新意和亮点。

用“圈层化”的思路来做综艺节目,有个好处就是能够形成整体气场。这就好比一个浪头打过来,叠加在一起就能够形成汹涌澎湃的气势。很

多观众可能在《中国有嘻哈》之后也不会再单独找嘻哈音乐来听,但放在节目里就听得起劲得很。把《乐队的夏天》里面一首单独的歌拿出来,可能也不会多么炸裂,可是攒在一起听就非常上头。《偶像练习生》《创造101》里一首主题曲唱几十遍,这压根就不符合综艺节目的基本规律,可是单曲循环之后就是有洗脑的效果。

在《我是唱作人》里,单独拎出来一首歌可能都算不错,可是,把类型风马牛不相及的歌曲放在一起,就变成左右互搏,抵消掉了彼此应有的力量。喜欢陈粒、马頔的观众,肯定不会喜欢隔壁老樊;喜欢GAI的观众和喜欢霍尊的观众,也肯定不是一类人;张艺兴的粉丝肯定是闭起眼睛来喊“哥哥最棒!哥哥爱你”,把他和大骂鲜肉偶像的“老炮儿”郑钧放在一块,这纯粹是在互相赶客。倒不如专门请一帮像马頔这样做民谣的音乐人,来个“中国有民谣”;或者找来刘思鉴、刘柏辛这样擅长欧美曲风的新新人类,来个新锐音乐大赏;甚至是圈起高进、隔壁老樊等这样的网红派音乐人来组个局,也能更有点意思。圈子不同,不必强融,人际交往如此,做节目也有着相同的道理。

光线年报解读:

## 《三体》《哪吒2》《火神山》在策划中

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 倪自放

光线传媒上周发布2019年年度报告,公司营业收入28.29亿元,同比增长89.70%,主要原因是公司电影业务收入大幅增加。光线传媒投资、发行影片的市场占有率进一步提升,这种提升很大程度上来自于电影《哪吒之魔童降世》,这部票房接近50亿

元的动画电影,打破了中国影史的诸多纪录。光线彩条屋是主控出品+宣发方,所以光线的收益最大,贡献了约10亿元的纯收益。目前,光线传媒待上映的电影有十三部,包括撤出春节档的《姜子牙》、张艺谋的《坚如磐石》、管虎的《八佰》等。在披露的40部预计制作电影项目中,《大鱼海棠2》《哪吒2》都

在制作或前期策划中。一部名为《火神山》的电影处在前期策划阶段,主创人员待定,该片是否和武汉抗疫中的“火神山”医院相关尚不可知。沉寂多时的《三体》电影,也出现在光线的预计制作片单里。预计制作名单里,这部作品被冠以“《三体》(新)”字样。这部知名度非常高的小说曾被游族影业买

下电影版权拍摄,早在2013年立项,2015年就开拍并杀青,影片的制作过程一波三折,上映日期一拖再拖。2019年5月,《三体》又备案了电视剧,报备方为上海游族文化传媒。光线传媒在其2017年年报中曾披露过,光线将以“投资+发行”的方式,参与到《三体》项目中,当年年报显示电影状态为“制

作中”,预计上映时间为“待定”。2019年的年报中再次重提《三体》,并且特别标注《三体》(新),是否要重新拍这部电影,目前尚没有进一步的消



扫码看视频

# 报社严选,茶厂平价直供,正宗雨前龙井茶开售

## 每天仅限50名!每人限购5斤,龙坞茶村核心产地,传统手制,头批雨前龙井,限时买一送一

### 码帮粮品

——齐鲁晚报码帮严选

#### 码帮粮品简介

齐鲁晚报旗下读者服务平台,为读者严选放心好产品;如有产品不合格,我们替读者维权;直接对接厂家和读者,厂家直销,产地直供,让咱老百姓买到货真价实的好产品。

#### 码帮帮主:鲁超国

齐鲁晚报资深记者、编辑  
现任齐鲁晚报码帮帮主  
曾获中国晚报界最高奖——赵超构新闻奖一等奖  
曾获“山东省杰出青年岗位能手”

西湖龙井作为中国十大名茶之一,一年只采一季茶叶,谷雨后就很少采摘了,这样一年的养分都集于春茶叶片上,保证了西湖龙井的品质,本周一,齐鲁晚报记者鲁超国再赴杭州西湖龙井的核心产区“龙坞茶村”为晚报读者考察一款好喝不贵,醇香耐泡的品质龙井茶。老茶客都知道,头批雨前茶,不仅保留着“明前茶”的新鲜回甘,而且香气浓度也更加的丰富浓醇,更重要的是性价比超高,更耐泡,喝起来更有茶味,很多晚报的老茶客深知这款茶的品质与性价比,每年都会抢购囤上好几斤这款雨前龙井茶。茶汤黄绿明亮,口味鲜浓爽口,有回甘。

记者产地考察,茶厂平价直供

关于龙井茶,民间流传着“雨前是上品,明前是珍品”这句话。这次我们给大家推荐的雨前茶,产地位于西湖边上的龙井核心产区龙坞茶村,报社产地直采,而且是炒茶师傅纯手工炒制,从生长到萌芽,从采摘到

炒制,我们亲历产品诞生全过程。“为了让茶叶保鲜更久,我们坚持将每一片茶叶用手工炒透,火工必须到位。”工作人员告诉记者。

从产地、加工工艺直到销售环节,我们全程见证一杯好茶的诞生。因为是茶厂直供,而且是报社直采合作,所以,无论是从茶叶品质上还是价格上报社都能为读者争取到最优政策。

为什么“万虎龙井茶”受老茶客追捧

核心产地:西湖龙井核心地龙坞茶村

专属茶园:齐鲁晚报·码帮定制茶园

头批雨前:口味鲜浓甘爽,香气浓郁

地标防伪:认准西湖龙井地理保护防伪

读者专享

平价直供

支持货到付款

付款!!!

晚报码帮核心原产地直采,茶厂平价直供

名优金奖:荣获2019年杭州市龙井“名优茶金奖

传统手制:聘用30年以上老茶师传统手工炒制

严选嫩毫:严选黄绿相间,嫩毫批覆的匀整茶芽

报社严选 质量无忧:齐鲁晚报码帮严选,售后无忧

### 报社茶厂直采,买贵包退,支持货到付款

298元/包(250g) 买一送一

权威检测报告 品质更放心

抢购电话

0531-85196551 15726138550 (8:30-19:00节假日不休息)

地 址:齐鲁晚报·码帮粮品读者体验店(冻源大街2号,大众传媒大厦东门,市内乘坐2、59、79、103路,在历山路和平路下车,青岛银行北临)

特价时间

4月22日-4月30日

(长期销售龙井茶、日照绿茶、茉莉花茶)