

# 音乐选秀类节目如何破局

## 差异化和“网感”是关键

今年暑期档，音乐类选秀强势霸屏，老牌综艺《中国新歌声》第二季、《快乐男声2017》回归，新晋品牌《明日之子》《中国有嘻哈》异军突起。

从目前来看，显现出网络综艺赶超电视节目的趋势。在综艺节目中份额最重、体量最大的音乐类综艺，想要持续圈粉并屡造爆款，势必要走出有困局，在创新上多寻求突破。



### 困局 1 受限于传统模式

如果说，2005年的《超级女声》让音乐综艺迎来了首次井喷，那么，《好声音》系列的出现则焕发了音乐综艺的第二次新生。但和《超级女声》不同的是，作为一档坐拥成熟模式的版权节目，《好声音》的成败都与此有关。版权节目对于模式的不断重复，很快让节目形态显出疲态，虽然制作方试图扭转这种审美疲劳，但有着版权的固定架构，单依靠微调很难在呈现上显示出明显创新。

### 困局 2 选手和曲目资源匮乏

从《超级女声》起，“草根选秀”深植于每一档音乐选秀的核心，但随着各类选秀综艺的不断壮大和深挖，选手中真正意义上的“草根”及“素人”凤毛麟角。对应“人才荒”的同时，音乐原创也成了大问题，选手没了原创作为支持，从60后到00后的选手，唱的却是清一色的熟悉旋律，曲目的高重复率对观众无疑是一种折磨。

### 困局 3 造星持续力不足

李宇春、周笔畅、张靓颖、吴莫愁、吉克隽逸、张碧晨……，超过10年历程的音乐选秀，却打造不出成比例的后起之秀。除上述可以为大众民众所认知的名字之外，并无更多大众范围内知晓的乐坛明星，在近5年内，通过选秀节目走上明星之路的选手更是少之又少。目前的局面是，大多被包裹在素人包装下的选秀“回锅肉”，在跑通告般地亮相于各大选秀后，便销声匿迹重返民间。

### 支招 1 类型化选秀成新宠

然而，亮相网络平台的《明日之子》和《中国有嘻哈》，却在今夏异军突起。从这两档成功案例不难发现，类型化的音乐类选秀成为时下新宠。

无论是以嘻哈音乐为主题的《中国有嘻哈》，还是区分美颜、独秀、魔音三大“赛道”的《明日之子》，对于音乐和选拔主题的核心内容进行整顿，突破选秀节目类型化的固有次元。

《明日之子》中，导师华晨宇，并未因自身的出身正统而对其他两个选手保有成见，相反，他更真诚教导选手“每个人都有自己的卖点，不要拿自己的短处和别人的长处比”。这种人文般的温暖，让《明日之子》渐渐走红。

### 支招 2 导师是明星更是流量

吴亦凡、杨幂、薛之谦、华晨宇，他们任何一人都能在粉丝间卷起千层浪，更何况让吴亦凡冲破偶像壁垒，转型做嘻哈音乐制作人；让杨幂忘却自己演技不过硬，却对素人选手们指指点点；让薛之谦暂别段子手的大众属性，献出真心好好扶植原创。这些导师们，自有标签带来的话题性和流量包，在传统音乐选秀中，是难以施展开拳脚的。其中，吴亦凡的表现最为出色，将嘻哈这类尚属地下性质的音乐类型，通过一档网络综艺引发全民热议，他的流量担当功不可没。

### 支招 3 面对新受众的口味定制

受众的年轻化，无疑对节目的成绩单起到决定性影响。如何区别于电视制作而呈现更多“网感”，当是目前节目制作最需要首先考虑的问题。

记者询问过一些《明日之子》的“超龄”受众后发现，《明日之子》中诸多让人一时无法消化的“网感”表达，却勾起观众好奇心。例如魔音赛道中，二次元虚拟歌手“赫兹”的出现，让一个“纸片人”占据一个晋级名额，这本身打破常理的设置的确让人眼前一亮。 记者梅冬妮

## 讲文明 树新风 公益广告展播

图说  
核心价值观

逝水不停  
**行孝**  
莫等



天津美术学院 杨睿作

富强 民主  
文明 和谐  
自由 平等  
公正 法治  
爱国 敬业  
诚信 友善

中宣部宣教局 中国文明网

图说  
核心价值观

富强 民主  
文明 和谐  
自由 平等  
公正 法治  
爱国 敬业  
诚信 友善

人生在勤  
时过不停



天津美术学院 杨睿作

中宣部宣教局 中国文明网