

选秀节目又一春 收视奇迹能否再现

■ 记者 李成成 报道

2012年的黑马选秀节目《中国好声音》获得空前的收视和关注，掀起中国选秀节目的又一春。今年各个电视台都相继涉足，选秀节目充斥着各大荧幕。随着《中国最强音》、《快乐男声》、《我为歌狂》等节目的开播，其收视率和盈利能否如期而至？在同质化现象严重的情况下，节目能否跳出模仿而技高一筹取得成功？

选秀节目迎来又一春

2012年浙江卫视引进荷兰选秀节目《The Voice》，播出《中国好声音》，这个选秀节目立即就脱颖而出，成为观众瞩目的焦点。其选秀的方式、参加节目的选手实力以及四位重量级的导师可谓赚足了风头，男女老少都守在电视机或电脑旁观看，其收视率是其他节目所望尘不及的。

据统计，《中国好声音》9月21日播出的第一场半决赛的收视率就创下5.036%的记录，以绝对的优势名列同时段所有电视节目的榜首；在视频网站上，也遥遥领先于其他节目，仅两天时间便已有过千万的播放量，在收视率和网络上均属最大的赢家。

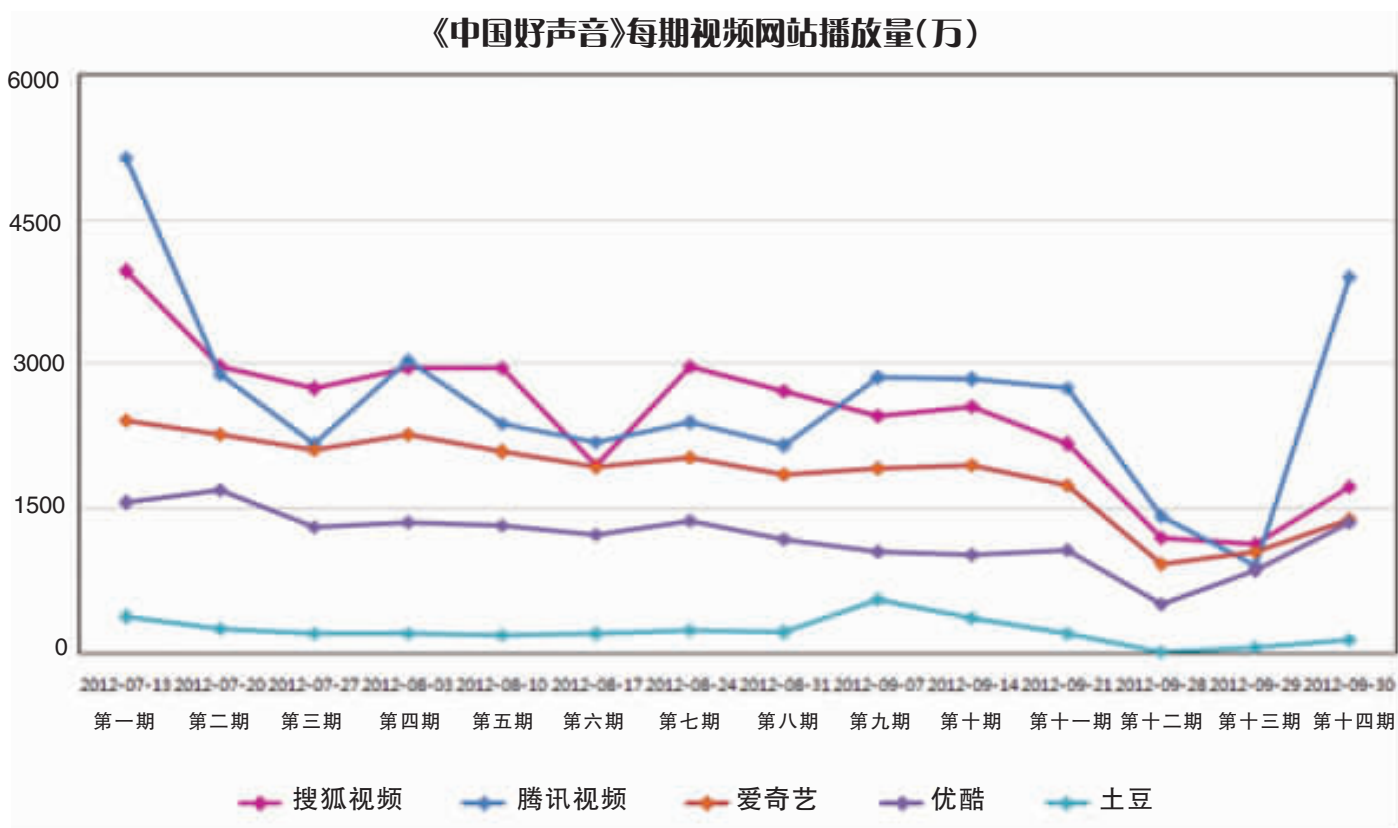
今年，在《中国好声音》的热浪下，各大电视台纷纷涉足选秀行业，开播了各种选秀节目。湖南卫视光是唱歌选秀节目就有好几个，比如引进英国的《The X Factor》而播出的《中国最强音》，源自荷兰年度最火节目《The Winner Is》的《女人如歌》、《快乐男声》以及金鹰卡通播出的少儿选秀节目《中国新生代》等。

浙江卫视即将开播《中国好声音》第二季，《中国达人秀》第四季也将在东方卫视播出，还有东方卫视的《中国梦之声》、山东卫视《歌声传奇》、天津卫视《天下无双》、广西卫视《一生所爱大地飞歌》等，以及央视的《舞出我人生》、《青年歌手大赛》、《星光大道》。各个电视台争先恐后进军选秀节目，各类选秀节目数不胜数，不仅有平民选秀，明星选秀节目也相继播出。

继今年上半年湖南卫视播出《我是歌手》这个歌手间的较量节目取得轰动效应之后，安徽卫视也推出一档以歌手PK为主要方式的选秀节目《我为歌狂》，央视推出的《舞出我人生》也是让明星与专业舞蹈爱好者相融合，以联合表演的形式为参赛者助力圆梦。江苏卫视的《星跳水立方》和浙江卫视的《中国星跳跃》，这两档节目都已于今年第二季度推出，让明星参加跳水，在吸引眼球的同时也引来不少争议。

选秀节目的对象从平民逐渐延伸到明星，从青年人扩展到广大男女老少，当下可谓是一个全国全民都可参与选秀的大时代。众多选秀节目充斥眼球，但是细看，不难发现其节目的创意很是匮乏，模仿其他节目，或者干脆引进国外选秀节目版权为我所用，在此背景之下，其实很多选秀节目都有可能被淹没，收视率可能不尽如人意。

2004年由湖南卫视举办的《超级女声》带动了一系列选秀节目，《超级女声》第二季尤其火爆，不仅学生、年轻人、还有中年



人、老人都围坐在电视剧等着看此节目，创造出了选秀节目的收视奇迹，也在当时中国电视界掀起了不少波澜。根据相关数据，2005年《超级女声》播出期间，让湖南卫视的收视率成为大陆地区仅次于央视1卫视的第二名，而《超级女声》也名列同时段节目收视率的第一，其总决赛当晚的11.65%的收视率至今无可企及，网络留言、短信互动等的数量亦相当高，据统计总决赛的短信投票数高达900万。

当《超级女声》掀起了中国选秀节目的第一股热潮后，其他电视台也纷纷效仿湖南卫视，像央视的《梦想中国》和《越女争锋》、东方卫视的《我型我秀》和《加油！好男儿》、青海卫视的《花儿朵朵》等等。但这些选秀节目远远不及当时2005年的《超级女声》的风头，而且从2006年开始，《超级女声》的呼声就有所下降，此后湖南卫视举办的《快乐男声》以及2009年再次开播《超级女声》都未能挽回其颓势。除了选歌手，还出现许多选主持人、选影视演员的节目等等，湖南卫视快乐大本营的吴昕与杜海涛也都是从选秀节目中走出来的。数量的众多，以及竞争的越发激烈，让选秀节目不得不面临收视率不如意、争议不断等种种困难。

由于《超级女声》的火爆，让选秀节目的第一春很快便结束了，而从去年开始，以《中国好声音》为风口掀起的了选秀节目的另一春，其会重蹈覆辙，亦或能跳出常规打破短命的命运，这都很难说。

洋包装、同质化严重 收视率难再续

纵观中国电视荧幕上播出的选秀节目，有多少是中国原创的？恐怕很难找到。影响力稍微广泛一些的选秀节目中，《中国达人秀》是东方卫视借鉴《英国达人秀》而

来，浙江卫视的《中国梦想秀》是以英国《就在今夜》为蓝本的，辽宁卫视打造的《唱响中国》源自于英国《Xfactor》，今年湖南卫视播出的《中国最强音》也是购买的英国《Xfactor》的版权而来，2011年东南卫视播出的《欢乐合唱团》亦是引进的英国BBC真人秀节目《超级合唱团》版权得来的，2012年最火的选秀节目《中国好声音》也是引进的荷兰的《The Voice》，今年最耀人的节目《我是歌手》是引进自韩国的MBC电视台的真人秀节目《我是歌手》……

现在充斥中国市场的选秀节目大多是引进自国外，购买到国外较为有实力的选秀节目的版权，然后搬上中国的荧幕。一般引进国外的节目都不会做太多的改变，这一方面是对国外节目的欣赏和肯定，只要其有好的模式或创意，把其引进过来购买其版权，便更能得到大众的认同。另外，引进可以减少制作方的创意研发的时间，直接拷贝，便利又节约，当然其风险也会跟着降低，这是国内电视台青睐引进的一方面原因。

但是引进不可一味的照搬，搬来的东西，就是形似神也会有差异。现在网络那么发达，观众随时想看都可以看到原版节目，其中的差距一眼便可知见，因此引进是需要一定的眼光和头脑的。不是说照搬国外过来都是好的，必须充分认识、理解其节目的核心点和内涵，否则便可称之为次品。

英国ITV公司自身制作人戴维·安南曾对中国媒体表示，中国的电视台急切想购买节目版权，但他们的针对性和对综艺节目的把握都还需提高，仅仅是先买下来再去上星播出，其实这样的风险是很大的。

据了解，中国有很大一部分观众都更倾向于看国外原版节目。他们普遍认为国外节目对选手的呈现更为真实，比赛间的勾心斗角、选手的心情流露等都会真实地展现在荧幕上。而中国的选秀节目多少会

有些急功近利，展现出的是选手之间的一片和睦，甚感造作之嫌。近期在播的《中国最强音》中，偶尔可以看到评委之间的争论，这或许可以说是中国选秀节目的一个小小的突破。人本来就带有强烈的情感，无论在生活里还是工作中，无论是私下还是在公开场合，真实地流露自己的情绪是极为平常的，也是观众所愿意看到的。

中国选秀节目频频出现，数量繁多，但各个节目的实质却没有不同，同质化现象严重，导致节目缺乏亮点，而众多的选秀节目又会分散观众，分散收视率，很多节目的收视率不尽如人意便成为不可避免。

选秀节目一般播出的时段无非就是周末的黄金时刻，只有这时观众才有足够的时间和精力，才能足够地吸引眼球，但是数量繁多的选秀节目都选择这个时段，一台电视或电脑在同一时间里只能看一个节目，那么无疑观众会被分散，且节目越多分散也就越严重。另外，视觉疲劳也是不可避免的，看多了就不想看了。没有亮点、没有创意的节目就会最先没入选秀这个汪洋里，而被人忘却。

2006年《我型我秀》全国收视率达到1.6%就让人沸腾，而这对于05年的《超级女声》的11.65%来说全然微不足道。其观众量和收视的下降和分散程度可想而知。

跳出模仿 创意取胜

同质化、模仿现象严重的选秀节目，照搬照做早已不能吸引观众眼球，需要的是新颖、有创意的节目。

那些众多的选秀节目，几乎只有第一个能取得傲人的成绩，而紧跟其后的具有模仿性质的节目往往不能得到长足的发展。当《超级女声》的收视率羡慕不少人之后，陆续而来的选秀节目几乎都不能与之匹敌。而去年的《中国好声音》引来一阵热

潮之后，今年的选秀节目中能否有超过的呢？怕是很难。一般而言，当第一个出现的节目发出万丈光芒之后，便很难有能盖过其光耀的另类节目。

今年湖南卫视引进的中国首个歌手对决赛节目《我是歌手》，一开播便位居全国同时段节目收视率的榜首，总决赛时其收视率达到4.13%，再次抬高湖南卫视的收视率，并且重燃了大家对流行音乐的热情，其取得的成绩堪称辉煌。而紧随其后的《我为歌狂》，同样是一档歌手PK的节目，其播出之后便引来不少观众的非议和诟病，

在此情况下，制作节目更不能只是依靠模仿，引进的固然有其好处，但注入原创素材，富有创意性的节目往往更能取胜。况且，目前选秀节目乃至娱乐节目的竞争都越来越激烈，如何才能在无数节目中脱颖而出，成为大家瞩目的焦点，当然创意与创新是必不可少的。

湖南卫视原创节目《百变大咖秀》，是国内首档明星模仿秀大赛，邀明星来模仿明星或是电影电视中的人物形象，以搞笑、惊喜为亮点。自开播到现在，已经推出四季，虽然播出时间不是黄金时段，但其收视率依旧多次出现第一，第一季收视率最高达到1.28%，市场份额占到5.38%；第三季最高达到1.414%，市场份额占到5.82%。各路明星大咖加盟，使其已顺利顺利荣登全国搞笑节目第一。

虽然当前很多节目中也有模仿明星的成分存在，但都未能如湖南卫视这般，做得如此精致与全面，这都是明星大咖的加入，更加增添其成功的基础。但选秀节目的成功并非只有创新这一个因素，其模式、理念、内涵、品质、创新程度、亮点是否突出等，这些都与其关系匪浅。

选秀节目除了看重收视率和口碑以外，广告附加值也是十分重要的，甚至可以说广告收入是节目的最主要营收。去年，加多宝以2亿元拿走2012年《中国好声音》独家冠名权，而今年，有报道称，其将会投入3亿元在《中国好声音》第二季上，由此可见其广告收入是很可观的。

广告附加值的高与低，直接与其节目的品质挂钩，也与节目的盈利相关，一个好的节目才有足够的能力为赞助的产品宣传，收视率高的节目其推广宣传的影响才会更广泛更深远，这样才会得到可观的广告附加值。当然广告的成功也与其产品大有关联，就如去年《中国好声音》大大成就了加多宝，而《我是歌手》却未能如愿成就格瓦斯一样。广告与节目品质密不可分，也是相辅相成的，二者有效结合才会得到更有利的效果。

如何做好一个选秀节目，创意要有，亮点要有，参与的人员素质也与其相关。筹备一个选秀节目须有深思熟虑的考量，以迅速地博得观众的喜爱，提高关注度。

选秀节目的另一春，已然降临，荧幕上已有数不清的选秀节目，而且还有更多的选秀节目在筹备规划中，还有很多电视台也对此跃跃欲试，如湖北卫视，近期就有报道称其欲在明年推出包括选秀节目在内的多个全新节目，而选秀节目的春天能持续多久，会否如以往一般短暂结束，还将拭目以待。

债券流拍，资金违约：银行没钱了？

中国市场显然面临资金压力。6月初，银行间市场隔夜拆借利率一度摸高至15%左右。上周五，该利率仍在7%上方，相比之下，今年4月下旬时只有2.7%。这种状况是不可持续的，但是不是具有重要的意义，而且会长期维持呢？

许多人会问，没有什么理由担心。资金近来之所以一直趋于紧张，是因为各大银行为满足季度末的资本要求而纷纷囤积现金，因为企业储户不久需要缴纳税款，因为个人储户为刚刚结束的端午节三天假期做准备而提取现金，因为上个月国家外汇管理局加强了“热钱”流入的监管力度。

这些理由没有一个是让人觉得不放心的。此外，分析师纷纷指出，6月14日国债拍卖之所以出现流拍，是因为中国央行没有向银行系统注入足够多的现金。而为了缓解流动性，中国央行上周四暂停了公开市场操作——没有发行三周期票据。此外，上周央行让920亿人民币现有债券到期后资金流入市场，以此向中国经济注入资金。他们还说，这些举措不足以拯救上周五的国债拍卖，但提供了大量的现金。中国央行有充足的火力来防止未来面临尴尬的拍卖失败。

尽管如此，我们有理由感到担忧。目前中国出现资金紧张的基本面原因，在于政

府在开始让经济进行调整。

李克强总理面临的主要制约因素是中国的巨额债务。在去年年底，信贷总额占国内生产总值的比例可能已达到198%。据里昂证券亚太市场中国大陆/香港策略部董事总经理郑名凯预计，到2015年，这一数字将达到245%。惠誉国际评级公司刚刚对中国的信贷创造发出了一个非同寻常的警告。

摆在政府面前的选项没有多少，而且没有一个可以称得上好的。诚然，他只需继续实施宽松的货币政策，就可避免清算日的到来。然而，这种做法会让融资成本保持低位，从而放任更多糟糕的投资决策，因此会导致潜在的债务问题变得更加严重。中国很早就跨过了债务的收益递减转折点。在2007年，政府每授予1美元信贷，可创造83美分的GDP。如今，每授予1美元信贷，只能创造17美分的GDP。

因此李克强不应该扩大货币供应，但又不能收紧信贷，至少无法在不冒大风险的情况下做到这点。如果正如上周五的国债拍卖所证明的那样，就连中央政府也难以筹集资金的话，那么只需想想那些融资杠杆已很高的企业、资金短缺的地方政府以及摇摇欲坠的银行所面临的融资困难吧。



摇摇欲坠的银行？中国银行业监督管理委员会一直试图对危险到不合理地步的理财产品的发行商（他们在持有长期资产的同时一直在积累短期负债）以及臭名昭著的“影子银行”予以约束。

银监会的严厉打击已经令中国整个摇摇欲坠的金融体系不寒而栗。比如，光大银

行本月6日在60亿元银行间同业拆借贷款上出现违约。路透社报道，市场传言最近几家银行未能在银行间同业拆息业务上履行义务。

这些违约意味着中国政府不太可能很快推高利率。正如汇丰银行亚洲经济研究联席主管范力民、经济学家弗雷德里克·诺

伊曼上周在接受路透社采访时表示：“困难的地方在于，中国目前的融资杠杆水平非常高，以至于很难在避免造成巨额经济损失的情况下提高利率。”

正如《福布斯》杂志撰稿人肯尼斯·拉波扎所说的那样，在资金正撤离亚洲并流向美国的那些被认为可替代美国国家的国家之际，中国的经济“正在空转”。在美联储主席伯南克上个月暗示将逐步缩减其量化宽松计划之后，资金开始撤离中国。在截至6月5日的一周内，撤出中国股票和债券的资金多达创纪录的15亿美元，而自那以来这种资金流出情况似乎持续至今。

没有人喜欢他们在中国所看到的情况，相关经济数据在逐月恶化。各大投资银行和跨国机构相继下调预期，货币交易情况表明，人民币兑美元汇率将在一年内下跌2.2%，而上周末中国的股市指数创六个新低。新华社援引一位中国分析师的话说，此乃这个月流动性短缺在股市造成“恐慌”的结果。

中国经济向来依赖外来资金持续运转，而现在资金流入正在变成流出。随着诸多趋势开始对中国不利，中国政府可动用的工具已所剩无几，而容错的空间也少之又少。

(福布斯)