

爆款节目来自网络,电视台在“综N代”里打转

真正优秀者从不会被观众错过

本报综合消息 从2015年开始狂奔的中国综艺市场,走到了2018年第三个年头,终于如同一头疲惫的猛兽,进入了调整重启期。

这一年,政策调整的顶层设计始终左右着综艺人的神经,亲子和音乐这两大门类真人秀持续在上线和下架

之间游走,被耗尽的韩国模式也不再能为电视综艺提供新的收视驱动,综艺还能玩什么、还能怎么玩,始终消耗并杀死了无数熬夜综艺人的脑细胞。

从2017年“网络综艺元年”走出新格局的网综,在这一年迎来了最宽松的播出环境利好,《偶像练习生》和《创造101》的

接连爆红,印证了偶像+全民模式的无敌魔力。趁热打铁的视频网站也在会员付费观看和明星流量变现的道路上摸索出了大致的轨迹,逐渐培养壮大的综艺制作团队开始出产品品质和口碑不逊于电视的产品。这一年,综艺历来电视优于网络的平衡正在被打破,新的格局正在形成。



[台网格局逆转,江湖易主]

在2018年以前,热度最高的综艺一定来自于电视台。到了2018年中,形势已经开始扭转。暑期两档偶像养成网综《偶像练习生》和《创造101》的黑马姿态,第一次让“全民制作人”的理念走入日常生活,也打破了过去暑期档被《中国好声音》垄断的综艺格局。腾讯视频的《创造101》总播放量51.4亿次,平均每期播放量5.1亿次,总决赛直播在线人数超过6300万人。当“Pick”和“C位”都成了2018年度十大网络流行词,你很难再否认网综的崛起。

当网综已经开始利用政策的空间在网络造起声势的巨浪,电视综艺依然在“综N代”的魔咒里打转。据媒体的不完全统计,2018年全年各大卫视制作的“综二代”甚至“综三代”超过

30多档。其中,浙江卫视的“综N代”最多,包括《奔跑吧》《中国好声音》《梦想的声音》《我就是演员》等十档节目;北京卫视和湖南卫视并列第二,前者包括《跨界歌王》《跨界喜剧王》《我是演说家》《中国故事大会》等八档节目,后者拥有包括《快乐大本营》《歌手2018》《中餐厅》《亲爱的客栈》等节目;江苏卫视和东方卫视则分列四、五名,分别拥有七档和五档“综N代”。

当湖南、江苏、浙江、北京、东方这传统五强卫视的综艺节目单里,依然充斥着阵容不变、套路不变的“第三季”“第四季”乃至“第五季”,观众注意力的转移和广告商金主的选择就变得容易理解了。由艾漫数据与今日头条联合发布的《2018今日头条娱乐白皮

书》显示,近三年来卫视季播综艺数量在2018年前11个月总数量达121个,网综则从三年前的78个直接飙升至117个,与卫视近乎持平。数量的增长同时伴随着品质的迭代,追逐的后生已经显示出初生牛犊不怕虎的冲劲儿,网综正在摆脱草创时期的低质和粗糙,由电视综艺团队流转而来的制作力量,带来了网综品质的整体提升。2018年上半年,单集网播量过亿的综艺有14档,比2017年同时期增加7档。其中,卫视综艺7档,比往年增加1档;视频网站自制综艺7档,比往年增加6档。此消彼长间,电视人已经即将迎来最后的决斗,是继续躺在功劳簿上吃老本,还是放开手脚一决高下,抉择时刻就在眼前。

[发力“小而美”,改写综艺传统]

在吐槽电视综艺的“综N代”困局之际,其实还应看到依然有人在坚守。“一出手就与众不同”的老大哥央视,用《朗读者2》《国家宝藏2》捍卫了传统电视人的尊严,定义了电视综艺的品格。电视湘军同样保持着极大的冲劲和创造力,用《声临其境》《幻乐之城》和《声入人心》来探索电视综艺的改造边界。

大批以前没有被电视开发的综艺类型,则通过互联网找到了生存的可

能,不追求大众爆款,不追求所有人喜欢,而只需要抓住一小群人的喜好、痛点,精准定位,再辅以一定的大众传播技巧,让小众节目“出圈”成了这一年综艺节目创新的首要打法。视频网站在铁甲类、街舞类等小众品类也成绩不俗,《幸福三重奏》《妻子的浪漫旅行》和《心动的信号》让没有明显冲突、悠闲散漫的生活流观察式综艺成了导流高手。2018年生活体验类慢综艺

多达46档,脱口秀节目则上线29档。

对综艺真人秀形式的本质革新,也由网综《奇遇人生》带来。被纪录片团队改造的网综,可以是另一种形态,没有明星玩游戏,也没有表演和套路,只有挖掘真性情的记录,不做作却直击灵魂。《一本好书》也打破了传统阅读类节目的形态,让紧贴原著的戏剧搬演改写了文化类节目“秀”的副作用,将文化和艺术的可能无限放大。

以我媒体
扬您美名

广告热线—

8273208

[资源流动,
创新不分台网]

传统电视台的招商序列里,综艺向来是广告商金主的最爱。在电视还作为强势媒体时,《我是歌手》曾经创收8个亿,《中国好声音》仅模式版权就价值4个亿,而在网综入局后,广告主转向网综平台的同时也拉动了整体综艺市场的繁荣。2017年超过270亿元的市场规模,在2018年继续增长,而网站付费会员拉新,网络造星节目的流量变现,也让资本继续成为推高综艺水平的助力。

必须承认,在制作上预算不设上限的网站是玩转资本的好手,他们一手推高了电视综艺的版权收入,另一手也在用高昂的试验成本培植着自家综艺的造血系统。综艺人天然地向着更广阔的空间流动,湖南卫视《歌手》的都艳团队变成了腾讯视频《创造101》的创作者,浙江卫视《中国好声音》的幕后团队灿星班底操刀起酷的《这!就是街舞》,正在爱奇艺播出的《国风美少年》,总导演王宁则来自央视的《经典咏流传》。

这是不可逆转的市场格局,也是催生燎原之火的应许之地。充分竞争的市场搏杀后,留下的从来都是最具战斗力的精品。也许在未来,我们已经不需要用台和网来强调综艺的调性和品格,小众如《上新了,故宫》,大众如《创造101》,真正优秀的综艺从来不会被观众错过。综艺人唯一需要担心的,是跟上观众变化多端的口味儿,不再提供敷衍了事的感官刺激,从模式搬运的套路中抽离,找到真正属于中国的原创综艺。

买3D享好礼 手机、购物卡送与你

为回馈广大彩民对福彩3D游戏的支持与厚爱,湖北省福彩中心决定开展“迎新大回馈,3D送豪礼”大型回馈活动。

一、活动时间

2018年12月12日起至2019年1月15日止,连续进行5周。

二、活动规则

(一)参与条件:在活动期内,凡购买我省福彩3D单张彩票达20元均可获赠一张抽奖券,凭此抽奖券报名即可参加幸运抽奖活动,赢取丰厚礼品。

(二)报名方式:关注湖北福利彩票微信公众号,进入3D送豪礼专栏,录入抽奖券信

息(编号及校验码)及手机号码报名,一张抽奖券只有一次报名机会,重报无效。

(三)抽奖安排:通过电脑抽奖,每周抽奖一次,共5次,从12月19日起,每周三从上周报名数据中抽出一等奖30个,二等奖330个,三等奖6000个。

(四)奖项设置(每周):

一等奖:30个,奖华为P20 Pro(6+128GB)手机1部;

二等奖:330个,奖价值1000元京东E卡1张;

三等奖:6000个,奖价值100元彩票兑换券。

(五)结果公布:每周抽奖次日在湖北福彩网、湖北福彩微信订阅号、湖北福利彩票微信服务号上公布抽奖结果。

三、兑奖须知

(一)中奖者应自公告或通知之日起10日内凭原始抽奖券兑奖,逾期视为弃奖,不予兑付。

(二)一等奖、二等奖中奖者凭报名登记的抽奖券、手机号码及身份证件到市州管理站领取。

本次活动是近年来我省开展最大规模的3D促销活动,希望彩民朋友们能把握机会,赢得精彩。



扫码关注“湖北福利彩票”微信服务号