

拜师、务农、密室逃脱……

二季度综艺频密“上新”



本报综合消息 本周末,湖南卫视《声临其境》第二季迎来总决赛,而《歌手》2019也很快产生新一季“歌王”,一季度综艺逐一落幕的同时,二季度综艺已经悄然来袭——以“拜师”为主题的《我们的师父》《少年可期》接连跟观众见面;回归自然的《哈哈农夫》已经播出,《向往的生活》已经开始录制;杨幂、邓伦领衔的《密室大逃脱》有望引发“烧脑”热情;《巅峰之夜》《百变大咖》等节目在路上……这些综艺节目形式或内容都比较“新”,哪些能成长为新“王牌综艺”,让人好奇。



嘉宾组团“拜师”,学到了什么?

一季度热门综艺《我家那闺女》收官后,上周末,《我们的师父》接档在湖南卫视开播。这个节目以年轻人寻访拜师行业精英、优秀人物为主要内容,开播首期收视夺冠,话题登顶话题榜首位,持续引发观众热议。

作为国内首档“拜师”类节目,《我们的师父》首期节目中,于晓光、大张伟、刘宇宁和董思成拜师牛犇,开始了跟师父同吃同住三天两晚的生活体验。虽然已经是八十多岁的高龄,师父牛犇却如同老顽童一般,把收徒弟这件事变成了“哥们”间的相处。

嘉宾组团“拜师”,他们学到的是什么呢?从节目中可见,老艺术家牛犇给四位年轻人上的是一堂言传身教“思想品德”课。他在节目中谈到,自己所有的事情都亲力亲为,从不要人帮忙。在60岁拍戏的时候,自己不慎受伤的事情,却瞒住家里人,坚持把戏拍完。在同吃同住中,四位年轻人也从师父的身上能感知到榜样的力量。董思成就对此表示,也许影响不是立马能显现的,但是能潜移默化,对自己终身受益。

化,对自己终身受益。

同样是“拜师”学艺的《少年可期》里,少年们学的是音乐课程。上周末,节目先导片已经播出,“乐华七子”朱正廷、范丞丞、黄明昊、毕雯珺、丁泽仁、李权哲和黄新淳集体上阵,七位个性迥异的少年将开启一段音乐拜师之旅。近日,节目中的师父也逐一曝光,腾格尔、郑秀文将成为少年们的师父。他们将向七位少年分享自己在演艺圈的心路历程,不同年代师徒在音乐观念与生活方式上的交流碰撞或将成为节目看点。

“诗和远方”的田园生活
还是观众期待的吗?

在二季度综艺节目里,《向往的生活》的回归受到关注。《向往的生活》前两季的播出都取得了很不错的口碑和收视,节目中放下手上的工作,远离城市喧嚣的“诗和远方”的田园生活,戳中不少观众心中的愿望。《向往的生活3》已经开录,虽然刘宪华因为档期问题退出节目,但黄磊、何炅、彭昱畅还是常驻嘉宾。这一季的录制地点在湖南湘西,周笔畅、叶

一茜、纪敏佳、黄雅莉等“超女”参加了第一期节目录制。

已经在芒果TV上线的《哈哈农夫》也让嘉宾们回归田园。跟《向往的生活》《野生厨房》不同,《哈哈农夫》重点更多在于“务农”的体验。它没有刺激的竞技,也没有激烈的冲突,嘉宾们变身蕉农、菜农、放牛娃,在田间地头里辛苦劳作,带领观众走进理想主义式的田园牧歌。嘉宾在节目录制过程中被没收自带食物、电子设备与钱包现金,一日三餐自给自足,在展现乡村生活的原始与放松的同时,也还原农夫生活中的汗水与劳苦,实力证明任何生活都不可能只有“诗与远方”。

据悉,《哈哈农夫》已经完成从网综到上星的转变,每周末下午档登上湖南卫视,这一定程度显示出观众对节目的认可。

这批新节目能赢
“第N季”王牌综艺吗?

《歌手》《最强大脑》《声临其境》《王牌对王牌》……王牌综艺的“第N季”在今年一季度表现不俗。在二季度,“第N季”王牌综艺依然不容小觑。

从已经确定的节目单看,《奔跑吧》《极限挑战》这两档王牌户外真人秀依然有大批粉丝追捧。虽然这两档节目的阵容今年都发生了大幅度变动,但新加入的嘉宾也有不少话题。此外,网络综艺方面,《创造101》变成《创造营2019》即将回归,《这!就是街舞》也已经开始录制,这些节目都被观众认为“预订了话题榜”。

此外,不管是电视综艺还是网络综艺,都有不少新节目蓄势待发。记者了解到,今年有多档以“达人”为焦点的节目正在筹备中。其中,江苏卫视《百变大咖》由李好担任制片人,为在各个领域拥有极致能力的平凡人提供展现才能的舞台。湖南卫视《巅峰之夜》也被曝光是一档“全球达人挑战个人技艺巅峰”的节目。

目前,杨幂、邓伦、谢依霖等参与的《密室大逃脱》首期节目刚刚上线。对于首个密室逃脱游戏综艺版本的还原和创新效果,网友们比较认可。

情感观察类节目方面,《妻子的浪漫旅行2》《女儿们的恋爱》《女儿们的男朋友》等节目之后,新节目《婆婆和妈妈》也即将上线。节目尝试挖掘婆媳关系这一充满戏剧性的社会关系。

演员红了之后“新作”为何总哑火

本报综合消息 近日,由霍政谚、朱一龙出演的电视剧《天网行动》正在优酷开播。这部2012年杀青的电视剧,终于在时隔七年后重见天日。然而,虽然海报中朱一龙与霍政谚平起平坐,预告片中也不乏他的镜头,但剧情里朱一龙却只有男配角的戏量。网友质疑这似乎有“热度营销”的成分。《延禧攻略》走红后,没多久四部由其主演参与的影片扎堆上映。到底是“热度营销”还是“机缘巧合”?演员的走红能否真的带动他们其他作品的热播?从数据上来看,显然是一厢情愿。

“延禧家族”四部片均扑街

去年7月,古装剧《延禧攻略》不仅捧红了吴谨言、许凯,出道多年却半红不紫的秦岚、聂远、谭卓等演员也凭借角色翻红。紧接着,9月的电影院线便“凑巧”上线了四部由“延禧

家族”出演的电影,其中包括聂远出演的《道高一丈》《古墓兽影》,吴谨言主演的《说走就走之不说再见》,以及谭卓主演的《吻瘾者》。其中《古墓兽影》曾在三年前以《玄武迷踪之连环斗》为名上映过。新京报曾联络《古墓兽影》的发行人员,对方回应影片三年前只做过小规模点映,但选择9月上映,确实与《延禧攻略》有一定关系,“片方觉得能带来很多流量,这个档期上的话会比较好,再加上聂远主演的片子《道高一丈》在我们之前一周上映,对于我们宣传有一定帮助作用。”然而《延禧攻略》的大势似乎并未给这四部电影带来好运,只有《道高一丈》的票房突破1000万,《吻瘾者》最终只有70万票房。

“热度营销”失败的,不止“延禧家族”。新京报盘点了多位蹿红迅速的艺人,以及其在热度期间播出的其他作品,大部分效果并不理想。电视剧《我的前半生》《外科风云》令靳东热度再次

走高,随后其主演的《我们的爱》《守护者浮出水面》马不停蹄登陆一线卫视黄金档。虽然作为积压近两年作品,播放量成绩不俗,但豆瓣评分却只有3.5和4.5。凭借综艺《偶像练习生》坐拥千万粉丝、过亿流量的蔡徐坤出道后,优酷迅速将其一年前主演的网剧《我才不会被女孩子欺负呢》上线,但播放量不过13亿,豆瓣评分只有5.7。

作品好,才是真正的热度

“热度营销”是否成了发行的新趋势?一位从事电视剧发行的工作人员透露,无论是电影还是电视发行,都是漫长且复杂的过程,需要经过后期、过审等环节,同样需要考虑到平台、市场当时的竞争状况,并非“有热度就上”。“但确实不排除有些积压作品在拍摄时演员不红,后期、过审都做好了,正好等演员红了就趁机上。”但从目前的数据来看,“演

员热度营销”似乎热度有余,口碑不足。某院线经理曾对此表示,电影与电视剧的受众群体存在差距,电视剧演员走红,并不一定能带动电影票房,“很少有观众会将电视剧的热度,转换到付费的电影中。就像在电视剧中很火的演员,也不一定会拿到优质的电影剧本。”在剧评人李楠看来,此种营销方式相较传统宣发,毋庸置疑是一次千载难逢的好机会,“但如今观众还是更看重作品本身质量。粉丝只能带来最初的热度,但不能持久。演员的热度只是‘入门’的优势因素,优质内容带来的自来水营销,才是持续保持热度的良方。”

遗失声明

湖北创基房地产营销顾问有限责任公司(统一社会信用代码:91421200MA49356B09)不慎遗失法人章、财务章,特声明作废。