

给电视复兴一个说法

电视大片的真相

解码《中国好声音》&《中国达人秀》



史学东 著

中国出版集团 东方出版中心

给电视复兴一个说法

电视大片的真相

解码《中国好声音》&《中国达人秀》



史学东 著



中国出版集团 东方出版中心

图书在版编目(CIP)数据

电视大片的真相——解码《中国好声音》&《中国达人秀》/
史学东著. —上海:东方出版中心, 2013.8
ISBN 978-7-5473-0605-5
I. ①电… II. ①史… III. ①电视节目—研究—中国
IV. ①G222.3
中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第163783号

电视大片的真相

——解码《中国好声音》&《中国达人秀》

出版发行: 东方出版中心
地 址: 上海市仙霞路345号
电 话: 021-62417400
邮政编码: 200336
经 销: 全国新华书店
印 刷: 上海书刊印刷有限公司
开 本: 720×1020毫米 1/16
字 数: 237千
印 张: 15.5
插 页: 2
版 次: 2013年8月第1版第1次印刷
ISBN 978-7-5473-0605-5
定 价: 39.00元

时代的细节（代序）

写序靠自己，要么很牛，要么不拽。我是后者。我说的是出书界。

工作中认识两种人，做电视的“民工”和不看电视的“精英”，他们和电视都无话可说；生活中认识很多人，看电视，说电视，彻夜不眠地睡电视……

电视来了，有人说，电影坏了。网络来了，有人说，电视坏了。他们是精英。

但是2013年的中国，电视、电影、网络都还不坏。

娱乐来了，有人说，精神坏了。模式来了，有人说，原创坏了。他们是诸子百家。

电视大片来了，裹挟着近百亿的资金报到，集体爆发，莫衷一是。当音乐影视大腕现身电视综艺，当百姓草根能人扎堆选秀舞台，理想和欲望，剪不断，理还乱；真相与秀场，别有一番滋味在心头。

放狠话，煽悲情，显身手……真人秀大牌的标志，不是会说大道理，而是开始去理解对面的小人物。

买模式，注巨资，博收视……电视大片的要义，不是攀比行头，而是真诚地去传播时代的细节。

有哭有笑，有失望，有期待，还有什么比电视真人秀更直接地演示人生的真相？放大的、剪辑过的、拷问过的、一种可以回放的真相？荧屏所塑造的真相，到底是渔夫打开瓶子的魔鬼，还是一张可以透支的空白支票？

空调在室内滴水，我在遥控器身边熬夜，这个夏天，有电视不凡。欢迎参加《电视大片的真相》解密。手艺不精，文句太绕；理论实践，啥都写到；八卦起底，自有一套；台前幕后，试着周到。

感谢爸妈。感谢毛时安先生，钱文忠先生；感谢田明先生、金磊先生、蔺志强先生；感谢十多年来共事的电视团队和友人。因为懂得，才在一起。

史学东

2013年7月15日

目录 Contents

第一章



真人秀大战

《超级女声》《非诚勿扰》《中国梦想秀》《中国达人秀》
《中国好声音》《我是歌手》《舞林争霸》程雷 华少 何炅

1 引进 PK 本土

- A 电视大片来了 /003
- B 五大品牌的金字塔 /008

2 《中国好声音》PK《中国达人秀》

- A 四大卫视上演“四大家族”斗法 /014
- B 节目升级和模式源头的爱与哀愁 /019
- C 从“新郎”到“伴郎”：电视大片的主持人 /024

3 四大导师 PK 四大偏锋

- A 刘欢，为什么“退出”？ /030
- B 那英，天后“二”了？ /038
- C 哈林，娱乐神经毁了？ /046
- D 杨坤，40：60 错了？ /052

4 收视率 PK 广告

- A 被投诉的电视广告 /059
- B 转椅 VS 龙椅——电视综艺 VS 电视剧 /063

第二章



真人秀的真相

刘欢 徐海星 黄勇 袁娅维 张玮 张玉霞
王乃恩 梁博 吴莫愁

1 电视的真相

- A 刘欢的两个拥抱 /069
- B 《黑镜》隐喻的真相 /072

2 真实、事实、现实、故事

- A 黄勇，美甲店小老板？ /076
- B 谁“抛弃”了徐海星？ /079

3 小众和主流

- A 戴着芍药花的袁娅维 /083
- B 《My Way》——张玮路在何方？ /087

4 才艺和情感

- A 独上西楼的张玉霞 /091
- B 蹲在地上的王乃恩 /095

5 中国电视说故事

- A 没有故事的梁博 /101
- B 不说故事的吴莫愁 /106

第三章



电视的思维

苏珊大妈 西蒙 周立波 伊能静 黄舒骏 菜花甜妈
吉克隽逸 李代沫 郑虹 邹宏宇 周礼虎 多亮 王韵壹 金池

1 设计与反设计

- A 苏珊大妈摆拍“啃”苹果？ /113
- B 为什么问卓君“县里面的”？ /119
- C 谁站在了周立波和徐铮之间？ /122

2 电视的语境

- A “送你葱”——趋同思维和异质思维 /128
- B 王隽逸·SUMMER·吉克隽逸 /132
- C 李代沫：音乐不减肥 /136

3 导演在跳伞

- A 郑虹：“达人秀”与“好声音”的双声道 /141
- B 邹宏宇的钢琴 周礼虎的奖杯 /147
- C 多亮会笑了 /151

4 剪辑是把杀猪刀

- A 刘欢被“剪嗨”了？ /155
- B 那英被剪“对掐”？ /161
- C 杨坤被剪火了？ /165

5 她们在歌唱

- A 王韵壹：必要的丧失？ /170
- B 金池为何难进“春晚”？ /175

第四章

巅峰时代

崔永元 刘欢 那英 哈林 杨坤
章子怡 罗大佑 韩红 李玟 黄晓明

1 故事和梦想

- A 梦想观察员崔永元：其实我就是那个小丑 /185
- B 平安，无需“保险” /191
- C “文艺青年”金志文 /195

2 对决的时代

- A 没有高潮的“勇气”：权振东 PK 王乃恩 /199
- B 这一牵手，已有千年：吴莫愁 PK 吉克隽逸 /204

3 暴利想象 PK 媒体误读

- A 13个字=1.4亿？ /211
- B 媒体误读的商业逻辑 /214

4 电视的存在主义

- A 全媒体时代的电视复兴 /219
- B 文化自觉与电视表达 /224

尾声 MOMO：一个人的生活 /229

附录 《中国好声音巅峰之夜颁奖词》 /235

第一章

真人秀大战

音乐很累，椅子很忙，电视在赛跑。
椅子，成为中国综艺电视艰难转身的
最为复杂而单纯的意象。



《中国好声音》

《中国达人秀》

《中国梦秀》

《非诚勿扰》

《超级女声》

《舞林争霸》

《中国最强音》

《中国梦之声》

《我是歌手》



引进 PK 本土

中国综艺电视的各方团队，
如同挤在一间透明的教室里测验，
每交出一份卷子，
彼此都打过小抄。



电视大片来了

2013年6月的最后一天，上海市郊的宝山体育中心，“舞出我人生”字样的巨幅KT板正被第二季“中国好声音”取代。四把红色转椅安装到位，一尘不染地等待它们的主人驾到。7月12日，出现在电视屏幕中的那英、庾澄庆、汪峰、张惠妹——换了两张脸的导师席，和黑色布幔中即将出现的歌者，是否能够延续2012年的全民电视狂欢？

第二季《中国好声音》于七月流火的荧屏正式开唱，2013年中国大众的耳朵却已被各大卫视的歌声拥堵。6月底，湖南卫视《中国最强音》、东方卫视《中国梦之声》、安徽卫视《我为歌狂》余音未尽，山东卫视《中国星力量》捷足上档。7月，北京卫视《最美和声》、湖南卫视《快乐男声》、江苏卫视《全能星战》拉开战幕……仿佛，谁是中国的“好声音”已不重要，谁是中国音乐真人秀的“好节目”才是焦点。

This is not a show.

This is a CAMPAIGN !

这不是一个秀，这是一场运动！

回首《中国好声音》横空出世的这一宣言，它们已在中国综艺电视的上空整整激荡了一年。

“这是一场运动！”——同是7月，2012年。华东师范大学体育馆，



△ 第二季《中国好声音》开播了，节目组的试听间安静了



△ 第二季《中国好声音》报名参加节目的学员试音室

巨幅的红黑相间的“The Voice”布幔下，停着一辆标着“浙江卫视”字样的箱体转播车，一台“大炮”摄像机在阳光下威风凛凛；入口处，有一群年轻学子向穿着同一黑色T恤的工作人员追问着华少的去向。

场内，前来避暑的学生、老人、孩子，在黑漆漆的幕布包围中坐了两个多小时了，直到现场导演让他们最后一次操练掌声。15:45，刘欢、那英、哈林、杨坤真的来了。

这是2012年7月6日的下午，高温的上海，第一季《中国好声音》准备开机。谁也没有预料，一场中国电视大片的运动在这一时刻已然开启。

现场掌声响起，总导演金磊努力平静自己的心情。

为了避开内场16个机位，他弓着背、蹲着身，若有所思地看着四位导师第一次坐上一字排开、可360°旋转的椅子，几分钟后，现场将第一次见证他们在“盲听”中触摸歌声的状态，第一次目击学员对着四把椅背放歌，第一次有一支国内顶级摇滚乐队为无名歌手“拉风”……这么多的“第一次”聚合在一起会催生怎样的发酵？随着第一个音符在贝斯手中喷薄而出，一切已无法彩排或NG，只剩下他和团队几近虔诚的屏息。

与此同时，模式中介公司IPCN国际传媒CEO杨媛草正准备代表原版方荷兰Talpa公司追究在中国电视市场出现的多档山寨节目，律师函要求对方于7月12日之前停止侵权行为，否则将向节目制作方、参与演出的明星、选手等所有人员提起法律诉讼。此前他们曾在微博发出警告，首当其冲的是央视改版后的《非常6+1》。

2012年元旦，国家广电总局（与新闻出版总局合并前）下发《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》，遏制荧屏过度娱乐的倾向。一个月后，全国34家上星综合频道的综艺节目较2011年的每周126档减少为38档，消减了近七成。每周只可保留两档综艺节目的“稀缺”，更加剧了各地卫视更为短兵相接的竞争，电视行业整体陷入了焦虑。

焦虑之后，却是变相的反弹。回眸2012年以来的中国综艺电视，在某种意义上，几乎和中国打压不了的房价一样，愈挫愈勇，长袖善舞。

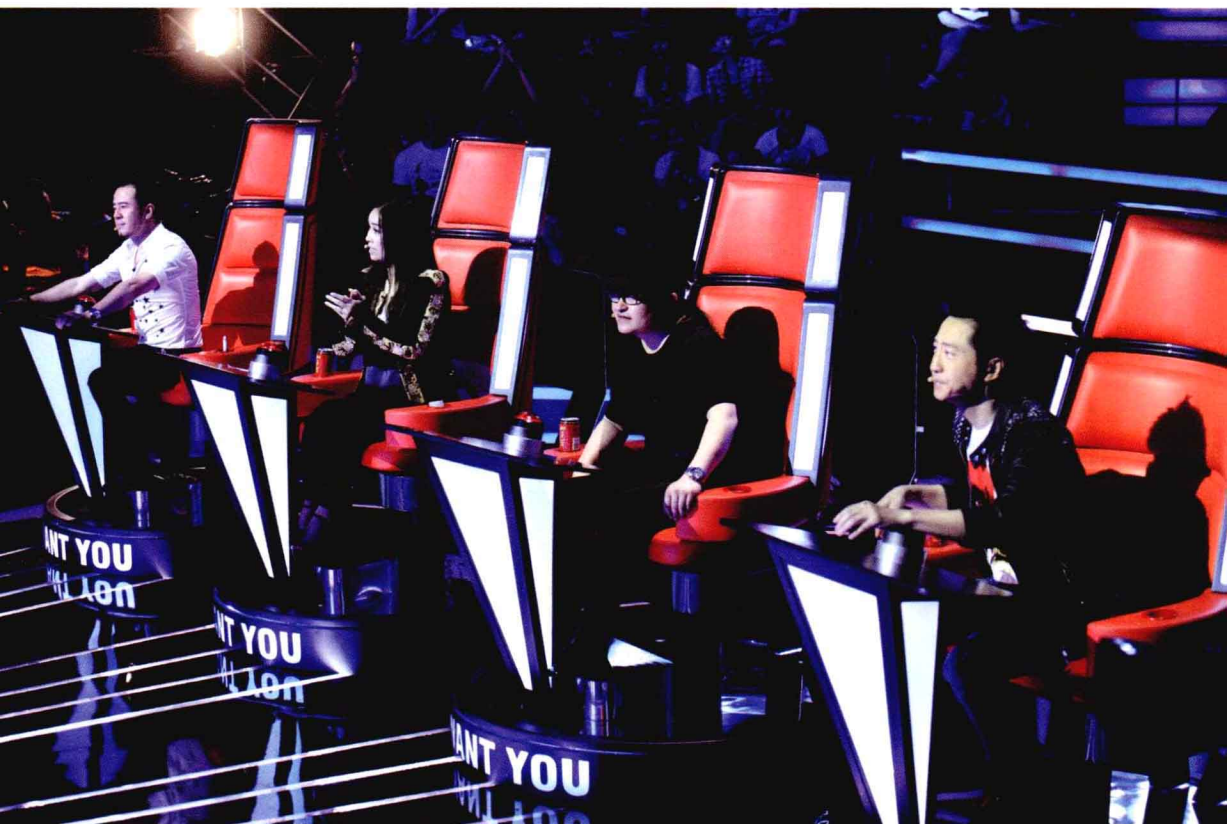
在各地卫视上半年的菜单上，有近十家开出了音乐真人秀节目。东方卫视《声动亚洲》、山东卫视《天籁之声》、青海卫视《花儿朵朵》、辽宁卫视

《激情唱响》等，其中四家已经启用海外正版的创意点——“盲听转椅”。一方面，明星和学员资源告急，一方面，节目模式的卖点正被提前消费。

首期节目即将亮相，四把原味的天价椅子能否打败荧屏纷呈的山寨椅子？

在杨媛草眼里，“The Voice”是一个“硬通货”，走到哪里都是NO.1。2010年《荷兰之声》在荷兰一经播出便稳稳吸纳300万电视观众（占荷兰总人口的18.2%）；2011年4月《美国之声》击败了《美国偶像》成为第一；2012年3月，《英国之声》的首播也超过了《英国达人秀》。但是，在中国电视市场，电视版权意识不足，不按常理出牌的仿效与肆无忌惮的山寨，已经将模式中介公司的生存空间挤压得越来越小。“盲听”和“转椅”是“The Voice”创意的亮点，已经申请了国际专利，但在中国，正版尚未面世，创意已被克隆，她不得不担忧“The Voice”模式输出在中国的命运。

▽ 第一季《中国好声音》的四大导师





△ 开新闻发布会时的四位导师

没有海选、没有晋级、没有排名……他们小心翼翼地定义节目为“大型音乐类评论节目”报送广电总局（合并前），终于得到了在 22 点前试播的许可——自“限娱令”后，《中国好声音》成为首度在 21 点黄金时段“开禁”的节目。

时段特许，制作顶级。900 万元（后追加为 1000 万元）一集的成本预算，对灿星制作和浙江卫视是背水一战；对中国综艺电视，更是一场刷新历史的壮举。成败，在此一举。

音乐很累，椅子很忙，电视在赛跑。椅子，成为中国综艺电视艰难转身的最为复杂而单纯的意象。悬念在 7 月 13 日 21 点 10 分破解。

正在录制第三期节目的现场，导师们晚餐完毕，刘欢、那英、哈林、杨坤四位导师在通往舞台的过道里，突然被过道旁房间里的电视机的动静吸引住了。电视屏幕上正播出首期节目的宣传大片，他们发现，自己比任何一次演唱会的形象更为生猛惊艳。随即，他们不约而同地迅速拐进宣传组的小房间里，围着一台 21 英寸老式彩电，目不转睛地观看自己音乐导师的“处子秀”。导师宣言、“嘭嘭嘭”的拍按钮转椅声、抢学员大战……半小时后，他们在恋恋不舍中被现场导演赶上了红色座椅，继续录制节目。

荧屏的画面和现场互构成一种奇异的视听世界：灯光幻影已经穿越这个体育馆、陌生的歌声也将从椅背后面生出翅膀——他们终于意识到，电视操控下的倾听与评说，居然可以比自己最擅长的演唱感觉来得更为美妙。

此刻，星空华文传媒首席执行官、节目总策划田明也已坐镇现场。从终止美国谈判下机到赶到这里连续指挥，他已经 40 个小时没有正经睡觉了。疲

倦，就像一件奢侈品不合时宜；亢奋，却在一切按部就班之下如履薄冰。当人们怀疑，如此巨额投入一个节目是否太过激进？他告诉自己：必须让团队打一场决定性“战役”。

此刻，公之于世的这场战役，胜败正待揭晓。犹如一位将领在一架望远镜前，在硝烟弥漫过后，即将见证自己的战旗插上高地。

是烧钱，还是超前？《中国好声音》的投入，是《加油！好男儿》的4倍、是《中国达人秀》的2.5倍，对于有着20年电视从业经历的他，依然是职业生涯和电视理想的双重挑战。直到他收到了第一条祝贺短信。

22点前，田明的手机被汹涌的祝贺短信挤爆。

荧屏上，第四位歌者徐海星的悲情正接过张玮 High 歌的高潮；现场，四位导师暂时没有等到兴奋的声音；眼下，他要快速为首战告捷的副总导演章骊团队发出激励短信……三种场景交错在他布满血丝的双眼。他终于可以确信，曾经和刘欢、那英历经数月的签约过程，曾经和浙江卫视讨价还价的“对赌”收视协议，已可以提前宣告收获——《中国好声音》就此开启了中国电视大片时代！

也许田明并不知情，开机的第二天，当他还在美国的时候，他的上司、星空传媒的控股方“华人文化产业基金”董事长黎瑞刚已低调莅临现场。之前，他刚刚辞去上海市委副秘书长、市府办公厅主任职务。一周后，全国记者蜂拥而至，在拥挤的节目录制现场见缝插针地寻找座位，但他们已经错失最佳机会见证这位传媒高手、这位时而“隐身”江湖却出手惊人的少帅坐在观众席中的场景。那个下午，他所观看的五位选手均未被导师选中，包括一位已过六旬的唱爵士的上海“老克勒”。录制的低潮，依然掌声四起，为选手的告别，也为四位音乐大腕的诚意和温暖。

第二周，浙江卫视总监夏陈安和时任副总监的杜昉率领大队人马出现；

第三周，运载广告客户的大巴源源不断地从杭州驶往上海……

当品牌客户和家属过节似的占据了会议室之后，灿星高层和浙江卫视负责营销的副总监王俊和的谈判，有时就是背靠背在狭窄的走廊里进行。对半程杀入的增量广告、开辟系列板块、《酷我真声音》等策划，双方通过几小时的脑力风暴，以匪夷所思的速度拍板定案。



五大品牌的金字塔

八分之一法国血统，八分之一苗族血统，肤色黝黑、表情谨慎的杨媛草带着一位光头老外出现在浦东源深体育馆，《中国好声音》的第二阶段 Battle（对战）在这里录制，中方团队习惯叫她“小草”。她和她带来的老外技术专家与总导演金磊的交流，有时就在电梯口或走廊的一角。

《中国好声音》的收视率一路高歌猛进，并不能让她彻底放松。2012 年前后，她所经营的 IPCN 卖给了东方卫视《梦立方》、湖北卫视《我爱我的祖国》两档节目，全国收视均未达 1%，不温不火；而卖给深圳卫视的来自美国 NBC 的《The Sing-Off》（《清唱团》），是一档高端玩转无伴奏合唱创意音乐类选秀节目，尽管和《中国好声音》错位在每周六播出，却只在 0.4%—0.6% 的收视率区间徘徊，没有取得预期效果。

评估中国本土电视真人秀，截至 2013 年上半年，以资本过亿 + 全国规模影响力（全国收视率过 2%）来评估综艺电视节目来看，五大品牌是——《非诚勿扰》、《中国达人秀》、《中国梦想秀》、《中国好声音》、《我是歌手》，以节目出现的时间为序，它们和海外电视模式的关系如下：

《非诚勿扰》（2010 年 1 月）：你不会关心谁和谁一见钟情，你更关注男女嘉宾通过择偶表达价值观碰撞的过程，以及那些诸如“宁愿坐在宝马车里哭，也不愿坐在自行车上笑”的出位的言论。模式上，难脱《带我走吧》（Take Me Out）的影子。为此，在 2010 年 3 月，他们遭到引进英国原版版权的湖南卫视（其原版引进落地播出的节目叫《我们约会吧》）的投诉。

《中国达人秀》（2010 年 7 月）：我们看到了“绝技 + 情感”的故事，见证了“麻雀变凤凰”的传奇，断臂达人刘伟的脚趾钢琴，弹进了维也纳金色大厅，也唱响了“中国梦”的篇章。模式上，1-3 季通过版权代理公司 IPCN 引进《Got Talent》，并在中国大陆地区独家授权东方卫视播出，2012 年 11 月开始播出的第四季，由版权方 Fremantle Media 直接授权。2013 年第五季的版权归属，目前尚无定论。

《中国梦想秀》（2011 年 4 月）：给平民一个最华丽的舞台，可以没有



△ 第二季《中国好声音》刚开录，歌声一起，导师们快坐不住了……

才艺，但一定怀揣梦想，让明星们一起为他们圆梦。系购买英国《Tonight's The Night》版权。2012年4月至2013年6月，共推出了三季节目，颠覆了原版和第一、二季群星圆梦的形式，由周立波一人担任“梦想大使”。

《中国好声音》（2012年7月）：用“反选秀”的方式推崇“声音”的标准，在最精致的视听手段下，塑造酷爱音乐、坚持歌唱的群像，掀起一场全民电视运动。由浙江卫视联合灿星制作，原版为荷兰《The Voice》，通过版权代理公司 IPCN 卖给浙江卫视。

《我是歌手》（2013年1月）：知名歌手淘汰赛综艺秀。湖南卫视“引进自韩国 MBC 电视台热播综艺节目《I AM A SINGER》（《我是歌手》），也是韩国第一次对外输出版权模式的电视综艺节目。

回溯中国电视综艺引进版权的历程，始于2001年《梦想成真》购买《幸福家庭计划》版权。2005年，当湖南卫视的《超级女声》带着《美国偶像》（American Idol）的模式印记在荧屏掀起选秀风潮，他们绕过了购买版权，也同步失去了自创环节的保护；而在同年，上海 SMG（上海文广传媒集团）刚刚成立的东方卫视已正式购买美国 NBC（National Broadcasting Corporation，美国全国广播公司）的创业真人秀《学徒》（《The Apprentice》）版权，于2005年、2007年共做了两季的《创智赢家》，却不敌央视二套借鉴《学徒》模式于2006年开始推出的三季《赢在中国》。2006年湖南卫视正式引进《舞动奇