

2011综艺节目进入“战国时代”

## 明星不再是台柱 平民成为大主角

本报记者 赵晓峰



电视综艺节目乱象丛生的2010年,选秀的失衡,相亲(婚恋)节目的意外爆红,脱口秀节目的无趣,构造了一个电视综艺“求变”的走势。

在即将过去的一年里,我们看到了坚持与放弃,也看到了摸索与成长,不可避免的是,综艺娱乐节目仍然是电视台争夺地盘以之“称霸”不可或缺的一部分。2010年《非诚勿扰》和《中国达人秀》两档综艺节目异军突起,使江苏卫视和东方卫视的品牌影响力得到快速提升,搅动了整个卫视竞争格局。可预期的是2011年综艺节目这块肥肉仍是兵家必争,为此,记者在年终之际采访了2010年综艺成绩最为傲人的五大卫视,了解各卫视2011年的综艺策略。几位卫视相关负责人同时表示,综艺节目在明年依然是投入重点,浙江卫视节目中心主任杜昉称,2011年将是各大卫视角逐综艺栏目的“战国时代”。

《非诚勿扰》的成功让国内一夜之间冒出了400多档相亲节目,最主要的是大家都想争当“暴发户”,纷纷复制《非诚勿扰》的模式及它所制造的话题,这种“跟风”无疑是恶性的。有专家就指

出,后来产生的类似节目,都只是简单地追求收视率,不管正面的还是负面的,一律丢给观众埋单,“制造大量的话题引起大家议论纷纷,只要大家愿意讨论就行。”在2011年,内容上已经做到了极致的相亲节目,要如何升级才能在政策与观众“审美疲劳”的双重围攻下持续火力呢?这项任务对于电视台来说,是长期又急迫的。

从营销上来看,东方卫视的《中国达人秀》在励志关口上把好了关,媒体报道的角度很积极,造成的社会口碑同样很积极,以至于广电总局能“格外开恩”,让《中国达人秀》漂亮收官。但是,《中国达人秀》和所有选秀节目一样,在2011年面临着严峻的考验,正如专家所言,“现在的选秀节目都只是被当成一种节目来做,丧失了寻求突破的动力,所以,现在对于选秀节目而言,最需要的就是找到新的突破点。”

尽管2011年尚未开始,但各大卫视公布的2011年战略都已显示,2011年综艺节目的竞争将无比激烈,湖南卫视、江苏卫视、东方卫视和浙江卫视纷纷推出重头综艺节目,形成第一梯队各自厮杀;除此之外,身为第二梯队的深圳卫视2011年也将发力,推出系列原创节目竞

争综艺市场。这一激烈的竞争趋势,明显已成为各卫视的共识。深圳卫视频道副总裁梅宏称,明年的计划就是争取与第一梯队正面竞争;而江苏卫视总编室推广科主任刘原预计“第二梯队卫视正在加大投入,江苏卫视来年对手是谁不好说”;浙江卫视节目中心主任杜昉坦言:“2011年各卫视的综艺节目大战用‘战国时期’来形容比较贴切,今年很多卫视持观望态度,明年很多卫视肯定会加入竞争战团,竞争会异常激烈。”

但是不管2011年的电视综艺节目如何发展,可以断言“明星+游戏+访谈”的传统综艺节目模式已经过时,随着普通百姓对电视节目参与积极性的提高,越来越多的草根阶层勇于、乐于、善于表达自己,老百姓成为综艺节目的大主角。《非诚勿扰》和《中国达人秀》的成功代表了一种方向:没有任何明星,综艺节目一样会精彩。这一低成本、收益巨大的模式2011年将会继续扩大。江苏卫视总编室推广科主任刘原表示,常规明星游戏和访谈已经失去了新鲜看点;东方卫视推广部负责人陆伟也称,来年他们的所有节目中明星元素将大大减少,节目制作的费用将更多花费在策划和制作环节。

