

偶像產業寒冬 台灣人異鄉打拼

巫尹文 文

2018/05/06

大陸女子偶像團體選秀節目《創造101》近日在視頻平台上熱播，4月21日播送的第一集已經突破5.9億點閱，當中集結了43家經紀公司，總共101位練習生，預計選出11名選手組成新的偶像團體。

當中有不少曾經在台灣出道過的熟面孔，包括已經解散的女團Roomie中的林珈安（舊藝名：萊拉）、A'N'D中的Lucia和Sunnee、Popu Lady中的寶兒和宇珊，以及以個人身份出道的Kimberly、焦曼婷。



大陸偶像團體選秀節目《創造101》中，一共有七位曾在台灣出道的藝人。（圖片來源 / 巫尹文重製）資料來源：[騰訊視頻《創造101》](#)

爭取出道機會 台人異鄉圓偶像夢

除了現在在《創造101》裡爭取二次出道機會的女孩們外，其實有許多台灣出生的孩子早就離開家鄉，選擇大陸、日韓等地區圓夢，在異鄉為自己的偶像夢打

拼，並且有不少人獲得了不錯的成績。2016年，浙江衛視製播的節目《蜜蜂少女隊》請到了吳奇隆和謝霆鋒擔任教頭，台灣女孩許和琪在第一期就順利進入了吳奇隆的戰隊，並且一路走到最後，順利和另外六位參賽者組成女團蜜蜂少女隊。

在韓國、日本也都可以看見台灣女孩的身影。台南出生的周子瑜在2015年10月加入了韓國女團TWICE，目前出道曲〈Like OOH-AHH〉MV已經突破2.3億次觀看。高雄出生的馬嘉伶則在2015年12月加入了日本國民天團AKB48，並且在今年一月成功從AKB Group的三百多位成員中脫穎而出，進入了單曲〈ja-ba-ja〉僅27人的選拔名單中，參與單曲錄製、MV及封面拍攝等工作，且該張單曲首週就賣破了110萬張。



來自台灣的AKB48成員馬嘉伶（上排右一），進入第51張單曲〈ja-ba-ja〉的選拔名單中。（圖片來源 / AKB48官方推特）

大陸發展空間大 產業外移

從台灣孩子在海外的良好發展則可以發現：台灣並不是沒有人才。現在在《創造101》裡，Sunnee和Kimberly也都獲得不錯的成績，在第一、二集中，Sunnee成為唯一一位在PK中守位成功的選手，Kimberly則是唯一被老師稱讚為A+的選手（賽中分為A~F級），但其實他們分別是泰國人以及馬來西亞人。

台灣公司能成功找到如此優秀的人才加入台灣演藝圈，無疑是個吸引大眾目光的利器，可是卻始終沒辦法獲得像現在在大陸的成績、關注度。對此，曾擔任A'N'D以及Popu Lady經紀人的連長認為：「每一個藝人身上一定要砸大筆的宣傳預算上去做所有的營銷，沒有什麼是憑空掉下來的，但台灣依然無人肯砸這種費用下來做營銷。」

且不僅偶像們紛紛到異鄉圓夢，有些公司也開始往大陸發展。可米傳媒與八大電視台合作的偶像劇《終極一家》系列已播出了十部曲，並成功的捧紅男團SpeXial以及女團A'N'D。但可米傳媒在2015年於大陸開設分公司後，卻漸漸地偏重大陸

市場，SpeXial去年發行的專輯《Buddy Buddy》，12月17日先在北京進行專輯發佈會，隔年1月5日才在台灣進行記者會，所有的音源，也都是先在大陸的平台上公布。

十幾年前，小虎隊、5566、飛輪海、棒棒堂等都成功打入其他東亞國家，創造海外市場。可惜現在產業往大陸移動，加上韓流的入侵，壓縮了台灣偶像團體的發展空間，不只難以走向國際，甚至連在台灣都鮮少人知道他們的存在。現今整個產業陷入了惡性循環，粉絲群不足所以沒有人願意投資，導致缺乏訓練、行銷的資金，因此偶像團體格局變得更小。在台發展不再是首選，也造成許多人為了尋找更大的發展空間，紛紛選擇離開台灣。

海外偶像充斥市場 我們不需要台灣偶像團體？

如同上段所述，台灣的偶像團體市場近年來被韓流入侵，加上原本就有的日風，導致台灣偶像團體市場充斥著海外偶像。許多台灣人每天關注著這些偶像團體，甚至願意飛到海外追星，從追海外偶像獲得了喜歡偶像的滿足感。

既然追海外偶像就能夠獲得滿足，為什麼台灣偶像團體還有存在的必要呢？曾擔任過金曲、金音獎評審的馬欣認為：偶像從產品設定到執行的精準與完成度，都需要許多專業及細節，因此如果少了偶像，從業人員的專業度將逐漸磨損。

而且當偶像團體成功的話，還可以讓更多人了解此地區，甚至想要前來追星、觀光。當年飛輪海成功打進海外市場，日本舉辦粉絲會時，曾經吸引四千名粉絲到場支持，也因為這股海外粉絲的力量，讓台灣觀光局選擇了飛輪海擔任日韓觀光大使。由此可知，台團不只能為公司帶來收益，同時對台灣的行銷也有正面的影響。

合作、傳承 台灣偶像團體產業未來

但究竟台灣偶像團體產業該如何回到當年的榮景呢？現今有些偶像團體，如TOP1、Twinko、IVI等，都曾經到韓國接受短期的訓練，了解其他地方訓練偶像的方式，並且提升自身能力。Popu Lady的成員最近則除了和台灣華研音樂簽約外，也和上海繁星浩月傳媒簽訂合約，對此連長樂觀其成，認為在製作單位都想捧自家人之下，他們沒有道理把好的角色給非旗下的藝人，因此這樣的合作模式，對台灣的藝人幫助很大。

而除了吸取海外經驗以及合作外，現在產業裡也開始有人回來為台灣演藝產業努力。早在2005年就於北京開設分公司的喜歡音樂老闆陳子鴻，當時就開始經常前往大陸工作，但從去年開始，卻選擇回到台灣，並且開始了培育新人的「獵星計畫」，期待找到台灣優秀的新人。他在訪問中也提到了「使命感」、「傳承」等字眼，對已經53歲的他來說，比起到大陸賺錢，他更希望的是為台灣找到明日之星、減少造星斷層。

一檔和《創造101》類似的大陸男子偶像團體選秀節目「偶像練習生」剛在今年4月6日進行完決賽，最終來自台灣娛樂公司——傳奇星娛樂的練習生陳立農，以20441802票的超高人氣，進入了一年半的期間限定團體活動。而究竟在未來，陳立農以及其他在異鄉打拼的偶像們是否會回到台灣？又能不能因此帶起一波新的台灣偶像風潮呢？這些都還有待時間給我們答案。

但可以確定的是：目前台灣的偶像團體產業有待更多的資金、更多的合作，以及優秀的人才願意回到台灣傳承，才有機會讓產業再次壯大。



記者 巫尹文



編輯 黃昱晉