

《青春有你》 有版權卻不火

黃齡萱 文

2019/05/05

2018年是偶像養成節目在大陸蓬勃發展的一年，兩個「大勢團體」——NINEPERCENT、火箭少女101出道，大量新秀加入演藝圈，攪亂了原本安定的大陸明星市場，因此有人稱2018年為「偶像元年」。

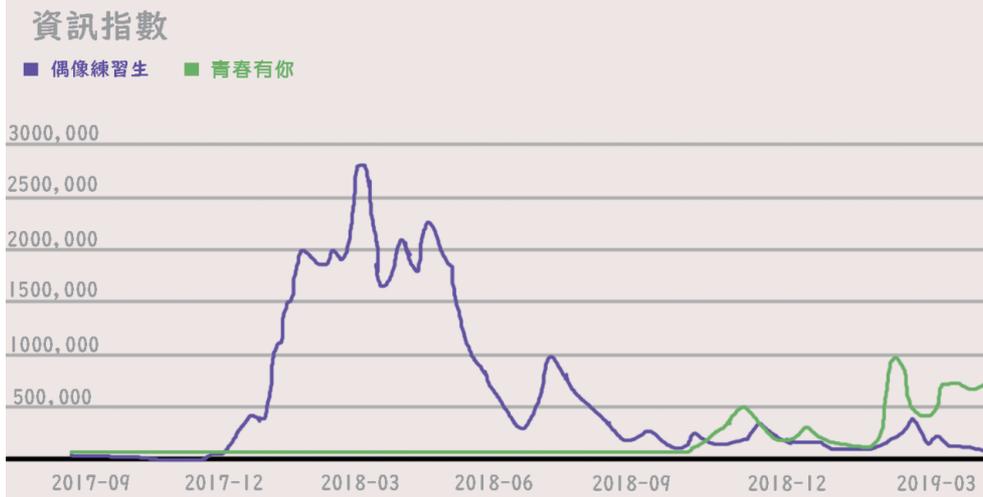


《偶像練習生》、《創造101》打造全新偶像團體，在華人之間擁有大量粉絲。（圖片來源 / 黃齡萱製）資料來源：[NINEPERCENT官方微博](#)、[火箭少女101官方微博](#)

《青春有你》 蹭《偶像練習生》熱度？

愛奇藝的《偶像練習生》（以下簡稱《偶練》）是大陸偶像團體選秀節目成功的代表作，推出時轟動亞洲娛樂圈，2018年1月19日第一期上線一小時就有破億觀看次數，總播放量超過36億。不過因涉嫌抄襲韓國的《Produce101》，引起很大的爭論，卻也意外帶來更多的關注。第二季更名為《青春有你》（以下簡稱為《青你》），以購買版權之姿回歸，觀眾卻不如當年熱愛這些練習生。在分析其中原因之前，帶大家回顧第一季的成員帶來怎樣的轟動，能催促著製作方如此快地推出第二個男團選秀節目。

百度熱度相關數據



《偶練》、《青你》熱度數據比較。資訊指數是以百度智慧分發和推薦內容資料為基礎，用主動搜索、內容關注來表示網友對某一話題的關注程度。(圖片來源 / 黃齡萱製) 資料來源：[百度指數](#)

偶像練習生 (2018)

導演: 陳剛
編劇: 曹薇
主演: 張藝興 / 李榮浩 / 王嘉爾 / 歐陽靖 / 程潇 / 更多...
類型: 真人秀
制片國家/地區: 中國大陸
語言: 漢語普通話
首播: 2018-01-19(中國大陸)
集數: 12
單集片長: 90分鐘
又名: 偶像練習生 第一季 / 偶練 / Idol Producer

豆瓣評分: 6.1 (31086人评价)

5星	13.9%
4星	21.4%
3星	33.9%
2星	17.3%
1星	13.4%

青春有你 (2019)

導演: 陳剛 / 吳寒
編劇: 曹薇 / 張妙
主演: 張藝興 / 蔡依林 / 李榮浩 / 歐陽靖 / 艾福杰尼 / 更多...
類型: 音樂 / 歌舞 / 真人秀
制片國家/地區: 中國大陸
語言: 漢語普通話
首播: 2019-01-21(中國大陸)
季數: 1
集數: 12

豆瓣評分: 4.7 (9244人评价)

5星	6.3%
4星	6.9%
3星	28.2%
2星	31.5%
1星	27.1%

《偶練》、《青你》評分差距很大。(圖片來源 / 黃齡萱製) 資料來源：[《偶練》豆瓣電影](#)、[《青你》豆瓣電影](#)

2018年4月6日結束後，從《偶練》節目中推出的「9人限定男團」——NINEPERCENT，約定一年半的限定團體活動，出道至今還未解散的九位大男孩一直保有很高的話題性與熱度，於微博明星勢力榜的組合榜中常是冠軍。當年中心位出道的隊長蔡徐坤，更是大陸著名的「頂級流量明星」。其他成員也不遑多讓，在綜藝節目常見他們的身影，甚至推出多款以其部分成員為主的小型團體綜藝節目，廣告代言也不斷，形成巨大的「網絡流量漩渦」。各大經紀公司以及《偶練》製作方爭相奪取手中握有的商機。第一季結束不到半年，當年10月中國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

以及《偶像》製作方愛奇藝有中佑入的商機，第一季結果不到一年，當年10月宣布將推出第二季，明顯想打造下一個蔡徐坤與NINEPERCENT。



第一季最高票出道的蔡徐坤，在微博的明星勢力榜中，截至2019年4月29日已蟬聯內地榜52周冠軍，他的微博閱讀人數已達1.6億，社會影響力更是高達3.4億。（圖片來源 / 黃齡萱製）資料來源：[微博明星勢力月排行榜](#)、[微博明星勢力榜](#)

偶像市場從缺到飽和

談大陸的偶像養成節目的市場，需從「歸國四子」帶來的「流量明星」風潮說起，他們的「歸國」逐漸改變了大陸對偶像的定義。「歸國四子」是指四位在韓國EXO男團發展的中國籍成員——鹿晗、吳亦凡、黃子韜和張藝興。2014年起，陸續解除合約回歸大陸發展，如今只剩張藝興一人還保有與韓國SM娛樂公司的合約。四人當年出道後，被粉絲們稱為「天朝四子」，氣勢如虹，但在這不細談他們各自的合約糾紛。



歸國四子，從左至右依序為鹿晗、黃子韜、吳亦凡、張藝興，在大陸都有極高的人氣。（圖片來源 / SMTOWN官方微博）

曾經的天朝四子、如今的歸國四子，他們在大陸的網絡影響力是相當驚人的，其中鹿晗曾靠微博評論轉發數量，破金氏世界紀錄，他們的粉絲量就等於經濟資本，粉絲越多其商業價值越高。歸國四子不僅作為第一批流量明星，更在大陸掀開了「韓式偶像」的商機。在四子歸國前，「偶像」在大陸不如韓國那般以團體為主，有網路流量、名氣的男團女團更是少之又少。曾為韓國男團成員的歸國四子帶回來的除了流量，也使大陸娛樂圈吹起一股「男團」風。再加上2016年起韓國推出《Produce101》系列的成功，讓「養成偶像團體」成為趨勢，愛奇藝推出《偶練》可說是恰逢其時。

《青你》應該是想抓住偶像團體養成風潮的尾巴，很可惜卻生不逢時。經過2018年兩款男女團選秀節目——《偶練》、《創造101》的洗禮，大陸不像韓國有完整的練習生培訓體系，《偶練》已經是沉寂多年的練習生集大成。到了《青春有你》時，如同這塊土地的寶藏被掏盡，來參加比賽的練習生多半練習時長只有兩三個月，甚至只練習幾天就被公司派來分一杯羹。

作為觀眾代理人，也就是「全民製作人」代表的張藝興，在初期節目中也對這一批訓練生感到失望，我很認同他在節目中說的一番話：「是這個市場太浮躁了，機會來得太快、太容易。」

讓觀眾對偶像養成節目疲乏還有一個關鍵因素，無疑就是「麻痺了」！隨著2018年《偶練》、《創造101》的成功，浮躁的市場再也按耐不住，2019年愛奇藝、騰訊、優酷三家平台分別推出三款男團選秀節目：《青你》、《創造營2019》（創造101第二季）、《以團之名》，一次有300個男性練習生浮上檯面，令人眼花撩亂，且他們皆主打推出「頂級男團」。

然而真正可以成為華人地區頂級男團的，能有幾個呢？

《青你》vs《偶練》 比較心態難免

《青你》的導師陣容相當華麗，除了延續去年的張藝興、李榮浩、歐陽靖，新加入了亞洲天后蔡依林、現役韓團SEVENTEEN成員徐明浩、《中國有嘻哈》季軍艾福杰尼等，讓觀眾期待值越堆越高。經過了《偶練》長期的熱度加持以及製作方的持續預熱，節目開始前已有不少粉絲與觀眾在觀望，抱著既期待又害怕受傷害的心情等待第二季的到來。





《青你》導師陣容華麗，未開播就引起大量討論。（圖片來源 / 截圖自愛奇藝）

首先節目名稱《青春有你》公開後就讓觀眾一頭霧水，原本甚至想改成「年少有你」，去除「偶像」、「練習生」等字眼。其原因是大陸廣電總局不允許「偶像」或「練習生」等詞出現在節目當中，所以節目中的練習生都改被稱為「訓練生」，讓觀眾很不習慣，進而看節目時容易產生抗拒感。

再者，節目不再強調打造「偶像」，個人風格與美妝造型的重要性弱化許多，第二季一上線，關鍵字「青春有你令你臉盲」就登上微博熱搜，觀眾普遍認為第二季的選手辨識度較低。看完他們初評級的表演，只記得來口音很重像是來搞笑的、剃平頭的、被老師罵的選手等，實在令期待已久的觀眾失望。很多人跟我一樣，在看第二季時難免會抱著比較的心態，無法從《偶練》眾多有實力與魅力的選手帶來的驚豔感中抽離。第二季大多數的選手實力明顯不如以前扎實，尤其是與前一季練習生來自同個公司的選手，若實力不足，更容易遭觀眾的冷眼與謾罵。

節目搞創新 觀眾卻不買單

回到節目內容本身，節目最開始經典的「選座位」內容被一剪而空，原本是讓觀眾認識所有公司與練習生的機會，卻直接在節目開始前於網路上讓觀眾「預測實力排名」，安排好1至100名的選手座位。60名以後的選手，被安排在戶外的第二現場，這樣的安排令人匪夷所思。





《青你》中網友實力預測排名在60名以後的選手，不能在初級評定表演所在的室內第一現場。（圖片來源 / 截圖自愛奇藝）

選手方面，《青你》的選手很容易被貼上「蹭熱度」卻沒實力的標籤，其實也有實力不錯的練習生存在，但在節目剪輯處理過後，大多匆匆帶過，練習表演的片段與練習生之間的日常互動也少了許多，節目有時前一小時剪入一些缺乏可看性的「上課」過程。也許是第一季的模式大家已經很熟悉，對於相似的老師與學生上課內容難免感到無趣，若沒有笑點、效果著實會想讓人跳過，只看舞台表演的片段。

與去年有相當的不同，第二季節目增添了更多強調「青春」、「正能量」的畫面，每集都可見「公益」內容，讓練習生與其他公益組織合作去照顧身心障礙兒童、老人，去沙漠種樹、鼓勵閱讀書本等多方面的公益項目。製作方的初衷是值得嘉許的，利用節目的影響力去鼓勵觀眾趁年輕、有能力時多做公益。



《青你》節目中，練習生到偏鄉協助植樹種林。（圖片來源 / 截圖自愛奇藝）

但這是一部「偶像養成節目」，作為忠實觀眾，不禁會思考，明明節目時長與訓練時期皆與去年相同，那麼這些練習生是不是都沒在練習、不準備表演，都在做公益嗎？我認為這些片段不應放在節目裡，而是將公益服務改放到幕後花絮中。觀眾想看的無非是那些練習生之間的情感、競爭、互相扶持，完整的舞台表演與背後付出的汗水。透過私下的互動與舞台上的表現來「圈粉」。節目花了大篇幅在公益片段，減少許多有趣與動人的「真情實感」，確實有些可惜。

觀眾無法理解節目如此呈現的用意，使《青你》流失不少粉絲，也帶來「買了版權就敢亂搞」的責罵。

「UNINE」出道 仍值得期待

「藝人出道是沒有時間限制的，兩年、一年訓練的，兩個月、一個月的也有，甚至五天就出道……那又能走多長呢？」張藝興在節目中強調即使出道了，藝人要能走得長久才是關鍵。

《青春有你》伴隨著觀眾的不理解與調侃，仍於2019年4月6日順利落幕。這款不溫不火的偶像選秀節目結束已事隔一個月了，推出的男團「UNINE」目前的發展，能與NINEPERCENT一樣熱度持續延燒嗎？



《青你》決賽出道限定男團「UNINE」。(圖片來源 / 截圖自UNINE官方微博)

NINEPERCENT男團是大陸各家經紀公司合作的首例，出道前的《偶練》時期就已經讓經紀公司看準無限的商機，九位男孩出道後馬不停蹄的個人行程安排，讓九人能合體成為「奇蹟」。負責管理NINEPERCENT團體活動的是一家無資源、無經驗的小公司，NINEPERCENT的各個成員如同單飛不解散，各自發展得很好，代言與綜藝曝光度高，然而限定一年半的團體活動承諾形同泡沫，讓眾多粉絲不滿，嚷嚷著不如趕緊解散。

韓國推出的限定團體，出道後都會搭配「團體綜藝」，將成員集體住宿生活、演唱會籌備、發片籌備等內容拍攝成小型節目，以鞏固粉絲。反觀NINEPERCENT一個完整的團體綜藝都沒有，如今第二季的推出，讓粉絲更是心碎，NINEPERCENT合體成為一場夢。

所以，第二次愛奇藝汲取教訓，與有經驗的公司合作，UNINE出道隔天立刻推出住宿生活的Vlog，以穩定粉絲不安的心，對於團體發展重新燃起信心。出道之今一個月，UNINE的發展有越來越好的跡象，於4月底時成功追過NINEPERCENT，獲得微博明星勢力組合榜中4月的冠軍。



UNINE獲得明星勢力組合排行榜4月份冠軍。（圖片來源 / 微博明星勢力榜）

大陸的偶像養成節目市場似乎被逼向了終點，我認為大陸短期內不需要再多一個男團了，2019年一次推出三款男團選秀節目已是非常驚人的現象。大陸的偶像市場還尚未成熟，出道後的團體不如韓國有強大的經紀公司撐腰，也沒有可以打歌的舞台節目可以好好推廣新歌，只能一直分散到綜藝節目擔任嘉賓，維持線上曝光度。大陸也沒辦法如韓國般，有足夠多的成熟練習生可以支援源源不絕的選秀節目。

若製作公司想再次創造奇蹟，那就得看目前仍正運行中的男女團如何發展了！倘若經營得好，粉絲自然捨不得他們解散，解散後再度推出新的團體，接受度也可能較高。目前幾個限定團體未來發展之路還很長，《青你》推出新的九位男會帶給娛樂圈和觀眾怎樣的驚喜，非常令人期待！

縮圖來源：[愛奇藝青春有你官方微博](#)



記者 黃齡萱



編輯 郭玟妤

延伸閱讀

「慢綜藝」之風 台灣跟得上嗎