



風行無阻？偶像團體不容易

2008-11-07 記者 洪效凡 文



在日本，藝人滿街跑，要成為有名氣的藝人可真不容易，尤其是成為擁有明星光環的少男團體，必須面對最強勁的對手——傑尼斯事務所，他們壟斷市場，跨足音樂界、演藝界、主持界，成為培養少男偶像最出色的經紀公司。要與之匹敵，就必須另謀策略，w-inds.至今出道七年，他們以清晰獨特的音樂與卓越的舞蹈技巧，勇敢闖入傑尼斯獨霸的市場，為少男偶像團體注入新氣象。



走著與傑尼斯偶像相似的路線，w-inds.該如何奠定自我地位？ 翻拍自《BEST ELEVEN》

精選內頁／洪效凡

w-inds.旋風 襲捲亞洲

w-inds.是由主唱橘慶太（Tachiba Keita），團員千葉涼平（Ryohei Chiba）、緒方龍一（Ryuchi Ogata）所組成，在出道之前，他們每週在代代木公園的街頭表演，漸漸有了人氣後，經紀公司VF（VISION FACTORY）決定賭一把，將當時年紀僅十五歲的他們推向演藝圈，以〈Forever Memories〉單曲出道。主唱橘慶太的聲音獨特，音域可跨越五個八度，以高亢的嗓音，加上涼平與龍一的完美合聲，立刻在日本樂壇造成旋風，當年拿下了日本唱片大賞「新人賞」。堅強的歌唱實力，以及不斷進步地舞蹈呈現，w-inds.順利在少男偶像演藝圈中佔有一席之地，除了每年紅白歌唱賽成為固定班底，更在各界拿到多個獎項，經紀公司VF更是看準了海外的版圖，積極推廣w-inds.，在台灣、香港等地做活動宣傳，有意與傑尼斯市場做區隔。

在日本，傑尼斯的藝人是全能型的培養，除了出唱片，更次積極將旗下藝人推向不同事業，如偶像劇演出、主役電影、綜藝節目主持。但是VF沒有這麼大的能力與之抗衡，w-inds.在參與電影秀短小護士的串場後，這條演戲之路便沒下文，雖然有積極參與各個綜藝節目，但有傑尼斯藝人在的地方，w-inds.便無法出現，這就是同質性高的偶像競爭方式，全靠背後經紀公司的手腕。但是w-inds.歌唱實力備受肯定，許多得獎紀錄讓w-inds.擁有固定的粉絲群，維持著一定的銷售量。他們以「演唱」為主要的行銷方式，每年都會做二十幾場的全國巡迴演唱會，也拍廣告，成為Bourbon口香糖代言人，另外也與雜誌合作，每個月在JUNON都會有固定報導。另一方面，雖然傑尼斯公司的打壓，讓許多同質性的團體沒有出入，w-inds.卻在海外找到商機，連續四張專輯在台灣東洋唱片排行銷售冠軍，有了暢銷的保證，他們來台開唱，至今在台灣辦過三次演唱會共七場，也曾在2006年時受邀來台，參與「MTV封神榜萬人演唱會」的演出。每年VF會安排w-inds.出國做宣傳，除了受邀到台灣之外，也到過香港、韓國、上海做表演，經紀公司精心為他們做版圖，就怕失去他們在海外的知名度。

風格轉變 從團體到單飛

w-inds.出道已七年，目前發行過七張專輯、兩張精選，加上這月底即將發行的單曲共廿五張，長長的七年中，經歷了慶太的變聲期，從青澀如透明般的歌聲，

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

轉變為成熟又性感的嗓音；在眾作品中可明顯聽出這三人的成長，剛開始主要是慶太主唱，另外兩人作合聲，到了第二張專輯《THE SYSTEM OF ALIVE》起，三人漸有了專屬定位，慶太的主旋律，涼平的合聲，龍一的RAP，感受到三人各司其職，卻又完美地將作品演繹出來。至後來，音樂風格越走成熟，三人的演唱方式也漸漸改變，RAP部分越來越少，多變化的合聲更唱出情歌的精華，可是到了第二十張單曲〈Bogie Woogie 66〉，w-inds.的演唱方式有了大轉變，主唱橘慶太幾乎囊括了所有的部分，包括RAP、合聲，道產子（歌迷對涼平與龍一的稱謂）歌聲越來越少，這似乎是VF嘗試為橘慶太單飛而鋪路，以這樣的唱歌方式對市場做測試。

沒多久，橘慶太以個人名義出道，評價兩極化，有歌迷認為，這是橘慶太展現自己能力的方式與機會，但也有歌迷無法苟同經紀公司的這項舉動，w-inds.是個團體，卻有人單飛出作品，這會造成品牌形象的破壞。



橘慶太在2006年時出道單飛。圖為單曲《道標》內頁／洪效凡

經紀公司操作 發展方向待考驗

單飛必須靠時機，橘慶太在w-inds.的團體意識這麼強時出個人作品，儼然引起不小的遐想，讓歌迷懷疑公司的企圖心，橘慶太不斷地以個人身分出現在節目中，也為電影史瑞克做配音，VF挑戰著橘慶太未來的可能性，這是個賭注，有可能對歌手造成傷害。夾帶著過去擁有的知名度，另外包裝藝人，如果因單飛一砲而紅，經紀公司可以繼續靠這位歌手賺錢，開發新市場，但若市場反應不加，經紀公司便可以改變成原來策略，將藝人推回至團體，以團體名義繼續發表作品，但既定的形象已經不一樣了。w-inds.之後的歌唱方式回不到從前，那時三人各有各的特色，聲音辨識度極高，但自從橘慶太出個人作品後，w-inds.往後的歌曲幾乎圍繞著主唱，第廿四張單曲〈アメあと〉的PV，畫面創新的只有橘慶太的畫面，道產子畫面大幅減少。在知名度的保存期限內，經紀公司以各種方式測驗w-inds.的可能性，在之前的旗下藝人如安室奈美惠、SPEED等人的成功經驗，VF打出w-inds.作為新招牌，挑戰艱難的少男偶像團體市場，他們想模仿傑尼斯的藝人培育方式，在歌手年輕時就率先出道，增加市場保存期限，可是日本樂壇中，每天都有不同的新星出現，VF不像傑尼斯，這巨大的集團下已擁有穩定的運作方式，所以他們想在w-inds.人氣下滑前找出新方針，另謀出路。

可惜的是，VF始終不釋出權力給三人參與歌詞語歌曲的製作，目前的所有歌曲還是交給外人填寫。現在樂壇最易受肯定的是創作型歌手，在w-inds.也有這樣的實力下，為何不打破規則，嘗試走向自我創作的作品？橘慶太出個人作品時，已展現了他有具備這樣的能力，全專輯作品皆由他來填詞；緒方龍一在《PRIME OF LIFE Tour 2004》演唱會中，也有表演自己的創作歌曲，這樣不僅可為團體加分，也更可突顯他們是不斷的在進步。全方位藝人難當，但經紀公司不給他們機會，這條路會更加艱辛。

w-inds.的風格，經過七年來不斷地嘗試創新，每一次新作品都能讓大家驚豔。對歌迷來說，w-inds.就是w-inds.，三人是堅強的三角鐵，一個也不能少，他們不斷在進步，雖然今日的曲風已有很大的轉變，但他們仍用最認真的心唱給所有歌迷，過去軌跡在歌迷心中永遠是Forever Memories。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

