

A11

女足名将白莉莉找到另一片“绿茵”

Culture and Sport

文体汇



扫一扫添加新民体育、新民演艺微信公众账号

本报文体中心主编 | 总第 32 期 | 2015 年 9 月 20 日 / 星期日 责任编辑 / 张坚明 视觉设计 / 戚黎明 编辑邮箱: xmwzb@xmwb.com.cn

国内女子流行演唱团体呈风生水起之势

依靠“粉丝经济”能走多远

文化娱乐现象

述评

一方面,成立 3 年的女子流行演唱团 SNH48 五度招募,风投资金已足够维持姑娘们的各种开销,开始盈利。“心动偶像计划”成员在沪宣布前往日本培训,负责人戴云杰信心满满:“我希望做清纯的、有元气的、具有偶像气质的女团。”而另一方面,传统音乐人对扎根于互联网的“粉丝经济”却不以为然,称偶像团体已饱和,专业音乐公司不会去碰女团,“除非唱功优质,否则从成本和利用率上来说,女团不宜多做。”

造星新模式 应运而生

移动音乐行业已过了播放器时代,要留住用户光靠音乐曲库已远远不够。于是,新型的造星模式应运而生。2007 年,韩国 SM 娱乐有限公司推出女子流行演唱团体“少女时代”,成员通过选秀进入公司当练习生,接受长时间的专业培训。专业性与互动性,使她们在乐坛迅速走红。由欢聚时代(YY 娱乐)联手中国台湾音乐制作人团队打造的女子偶像组合“1931”,有着全民娱乐基因,数亿网络用户一起见证了“1931”的成团、发展,互联网的“参与性”扩大了团队的影响力。繁星网的女团频道,更是以互联网大数据为标准,摸索出一套完善的线上造星模式。预备生、练习生 X 组、练习生 F 组、正式成员,打造女团所作出的任何一个决定,完全根据每个人和整个团的粉丝量决定,以大数据来说话。而在上海,2012 年成立的中国大型女子偶像团体 SNH48,



■ SNH48 完全沿袭日本模式

沿袭日本模式,采用专属剧院公演、握手会、年度总选举等方式,凭借与粉丝的深度互动,已摸索出了国内女团的可复制模式。

已有盈利者 跟风者众

SNH48 最近拉到了风险投资,一些外资企业表示愿意赞助,粉丝营销也看起来像模像样,网游、游戏产品也都找到她们,运营成本通过赞助和代言成功抵消。前 SNH48 经纪人王怡确认,这三年,SNH48 开始盈利了:“线下握手会、总选、周边活动非常丰富,每一项粉丝都会花钱;她们还建立了粉丝俱乐部,入会年费从两三千元起至 12 万元。每个月线下做两场握手会,最大的一场握手会超过千人,买到第 10 张专辑才能拿到合影券和签名券。一张专

辑普通的就要 78 元,甚至卖过 168 元的价格。”粉丝经济,看起来被经纪公司玩得风生水起。

王怡说:“据我所知,现在有十几家要做女团,都非理性思维了。看到 SNH48 火了,就烧钱去做。”日前,王思聪成立了“香蕉计划”公司,签下韩国女团 T-ARA;由心动娱乐推出的“心动偶像计划”在沪举行发布会,16 位女孩将被送到日本培训。值得一提的是,打造“心动偶像计划”的骨干力量,就曾参与了 SNH48 一、二期的招募。

有人泼冷水:速成速衰

“大家心态不好,全都是速成的。一个暑假招募,经两三个月培训就可以做明星了,这是不现实的。内地模仿日韩,但日韩也没有这么快,

拉一个素人出来就是偶像吗?”曾参与过 SNH48 第一期招募的老郝对国内女团如今的“兴盛”不以为然,他继续说:“日韩的模式对中国音乐并无可取之处,中国的流行音乐一味在抄袭,从欧美到港台再到日韩,但这种模仿只是表象的,没有真正学到音乐以及艺人包装管理上的有益经验。所以我觉得这种模仿对中国音乐的发展是没帮助的。”

老郝直言不讳地说:“各种女团成立的目不同,有的是为了推公司的视频直播项目,有的是为了网游项目,有的纯粹为了糊弄风投。但没有一个系统的培训计划与过程,孩子会长大,她们吸收不到对她们有益的东西,今后就会经不起娱乐圈的诱惑。”

本报记者 孙佳音

马上评

如果你去过 SNH48 在虹口的固定剧场观演,看过她们一遍遍蹦跳,一次次给粉丝洗脑并与她们击掌、握手、合影,大概就会对“粉丝经济”有一点真切或说是冲击式的感受了。

与传统唱片公司体系下的实体唱片、商演等相比,女团点对点式的互动造星模式,可以说是唱片业互联网泛娱乐化的一场产业革命。以前是粉丝追偶像,现在是偶像主动开始跟粉丝建立缘分——时代完全变了。

流行乐坛最大的变化或许在于,再也不需要好好做音乐、做唱片也能赚钱了——至少很多人已有了这样的错觉——SNH48 的唱片并不是正规的,是买版号自己发,但没有关系,最终她们赚钱了。

老郝说,他并不是一味对新生事物泼冷水,产业链共同发展固然好,只怕长此以往,艺人会因此慢慢失去特色和才华。真是这样的话,日渐式微的音乐产业就更没希望了。

孙佳音

要赚钱但不能只顾赚钱

柔美与恬美遥相呼应

冯骁鸣与蓬塞绘画雕塑作品联展在京举办

本报讯(记者 乐梦融)菲利浦画廊和北京艺术 8 带来的冯骁鸣与安托尼·蓬塞绘画雕塑作品联展《形体与色彩的大师》近日在北京 YISHU8 艺术空间举行。这是两位艺术家首次在中国合作办展,雕塑与绘画的共同呈现被视为中法文化的一次交流和碰撞。

安托尼·蓬塞是法国著名抽象雕塑家,曾担任法兰西艺术学院主席。他的雕塑作品糅合了西方现代主义艺术简括的形式特征和东方哲学空灵的内在气质,以抽象的形态赋予物质媒材以生命的活力。上海静安雕塑公园曾经收藏他的作品。

冯骁鸣是著名法籍华裔画家,他 1959 年生于上海,早年在中国接受具象主义的艺术教育,上世纪 80 年代后期赴法,生活创作至今。他曾任法国巴黎国立高等美术学院客座教授,现在是上海书画善会会员。

冯骁鸣的画作深入探寻传统之源,将中国画技法与西方艺术兼收并蓄。既非抽象,亦无具象,而是在内心意象驱使下进行唯美再创造,其作品



■《形体与色彩的大师》展览现场

显现东西方两种文化因素。他吸收了现代主义抽象绘画的视觉整体性,色彩单纯而饱满,充盈着宇宙间的氤氲气息,其融汇中西意象的作品在法国评论界引起了长久的关注。

著名艺评家亨利·佩里尔在朱德群去世后仅几天便撰文写道:“冯骁鸣是我在法国结识的第一位来自上海的艺术家的。我始终认为,随着时间的推移,他将凭广阔的视野和对艺术的无尽追求,成为赵无极和朱德群的接班人。”一位在上海和台北两地开设画廊的法国艺术行家菲利浦,则以五个字来推崇冯骁鸣的画——极致的宁静。

冯骁鸣与蓬塞两位艺术大家的作品联合展出,让人看到了贯穿在油画和雕塑作品中共同的艺术精神,成就了一场精彩的中法文化的交流对话。蓬塞雕塑中的柔美曲线与冯骁鸣的画作中的恬美意境遥相呼应,雕塑刚柔并济,绘画中西贯通,形与色的遥相呼应,力量与柔美的轻微触碰,打造了一场精彩纷呈的视觉盛宴。

展览将持续至 10 月 18 日。