

年度综艺榜单官宣! 《创造101》成功占领“C位”

热点
追击

“综N代”依旧亮眼
还有多少“爆款”?

07

封面

文体汇

封面

2019.1.3
星期四

报料热线
028-96111

编辑
王浩

版式
詹红霞

校对
张晓

▶▶▶

从《偶像练习生》的“pick”和“C位出道”，再到《创造101》的“转发这个杨超越”，还有《中国新说唱》的“skr”……2018年的大多网络热词，都来源于综艺节目，这充分说明了综艺市场的火热和影响力。

据《2018中国网络视听发展研究报告》数据，2017年10月16日至2018年10月15日，21家视频网站上线播出的网络综艺节目共385档，10912期，总时长约237400分钟。其中，重点节目214档，占比55.58%，较2017年呈快速增长的态势。更为明显的是，多版本和衍生节目已成头部节目的标准配置，总计上线多版本节目48档，衍生节目44档。而且，相比于影视剧的“遇冷”，综艺市场可谓一片蓬勃，优质节目不断。

1月3日，由华西都市报、封面新闻联合打造的“2018年度名人堂”系列报道，重磅公布“2018名人堂·年度综艺”榜单。在综合了华西都市报、封面新闻读者网络投票量、豆瓣评分、网播量、收视率、话题热度多种因素后，《创造101》成功登顶，当选“2018名人堂·年度综艺”!

综艺“造星”热! 从电视选秀到互联网“养成”

2018年是综艺的“井喷年”，在这一年中，更多节目开始探索内涵表达，力求做到“有营养”又“好看”；且节目类型分布更为广泛，涵盖选秀养成类、文化科技类、谈话讨论类等多种类型；更多节目专注于“小而美”，部分小选题节目也打造出了“爆款”的迹象。

说到2018年的综艺市场，就不得不提“养成”两字。从《偶像练习生》的“全民pick”热潮，再到《创造101》的“C位出道”，2018年绝对是偶像养成类综艺至为重要的一年，全年共上线偶像养成类节目41档，其中原始节目25档，多版本节目10档，衍生节目6档。在移动端的“小屏”，人们又看到了当年《超级女声》的辉煌，在电视选秀时代已经过去后，互联网偶像养成类综艺开始异军突起。

无论是《偶像练习生》，还是《创造101》，还有《明日之子2》，每一档节目的网络播放量和话题度都堪称“现象级”。数据显示，《创造101》首期节目就斩获了1.9亿的播放量，总播放量50.1亿，单期最高播放量12.2亿，平均每期播放量5亿，总决赛直播在线人数超过6300万。

值得一提的是，哪怕在《创造101》播出结束后，节目的热度依旧不减，选出的女团“火箭少女101”也坐稳了当下华语最红的女团的位置，一曲《卡路里》堪称最新“神曲”。在2018-2019年的卫视跨年演唱会上，“火箭少女101”更是在黄金时段出场连唱三首，人气不容小觑。

▶▶▶

由华西都市报、封面新闻联合打造的“2018年度名人堂”系列报道，重磅公布“名人堂·2018年度综艺”名单。自去年12月17日上线网络投票通道以来，不到两个星期的时间，综艺榜单就收到了网友超5万人次的参与，总投票达到50523票。其中《创造101》凭借9682票成功登顶，紧随其后的是获得8706票的《偶像练习生》和6864票的《奇葩说5》。



扫二维码
看本文视频



“爆款”已预定? 2019养成类综艺“厮杀”继续

偶像养成类综艺在2018年的“风光无限”，也让不少圈内人士瞄准了该类综艺的巨大市场。在去年年末，爱奇艺、优酷、腾讯视频等播出平台纷纷公布了2019年即将推出的偶像养成类节目，视频网站展开竞争，希望能够夺得综艺“头筹”，成为新年第一档爆款节目。

据各大视频网站公布的信息来看，爱奇艺将在2019年Q1重磅推出新青年励志综艺《青春有你》，不再沿用《偶像练习生》的节目名，口号也改为了“越努力，越优秀”。与其同时“官宣”的，还有优酷的综艺《以团之名》，两档节目将在开年再次上演同题同档的PK。

2018年的11月8日，腾讯视频也宣布《创造101》第二季即将到来，但这一季不再选女团而是选男团，迪丽热巴担任唯一的男团发起人。谁能成为2019年的第一档“现象级”综艺?一场看不见硝烟的战争即将打响在综艺市场。

华西都市报·封面新闻记者 苟超 李雨心

排名	节目名称	票数
1	《创造101》 豆瓣:5.7	9682票 播放量:51.3亿
2	《偶像练习生》 豆瓣:6.0	8706票 播放量:36.3亿
3	《奇葩说》第五季 豆瓣:7.2	6864票
4	《吐槽大会》第三季 豆瓣:6.4	5948票 播放量:11.4亿
5	《明星大侦探》第四季 豆瓣:9.0	5308票 播放量:12.2亿
6	《明日之子》第二季 豆瓣:5.3	3983票 播放量:4.37亿
7	《中国诗词大会》第三季 豆瓣:8.2	3123票
8	《一本好书》 豆瓣:9.3	2519票 播放量:1.7亿
9	《奇遇人生》 豆瓣:9.1	2265票 播放量:2.5亿
10	《这!就是街舞》 豆瓣:8.6	2125票 播放量:16.7亿

年度综艺「2018名人堂」榜单

嘉宾
心得

打破“综N代”收视魔咒靠什么? 创新、创新、创新 重要的事情说三遍

国内首档角色扮演推理综艺《明星大侦探4》(简称“《明侦》”)正在热播，不仅打破了续集难做的惯性，节目组不断创新，豆瓣评分9.0，口碑不俗。日前，节目中的几位嘉宾王鸥、魏晨、吴映洁接受了封面新闻记者采访，讲述他们参加《明侦》的感受与心得。

“资深玩家”魏晨:

我总觉得跟着这个剧情一起去分析，去猜想结果，不管是猜中还是被打脸，都挺有意思的。

核心就是你要融入进去，享受这个过程，享受你不断分析不断探索，扮演你自己角色的过程，这个是最重要的。如果你自始至终都置身事外，从一个旁观者的角度来看的话，可能不会有那么多的代入感。所以最重要的就是要投入，才会有震撼的感觉。

这个节目永远不给你一个套路，不给你一个范围让你找到这种规则。所以跟着节目的剧情发展，自己的脑洞也会变得很大，一丝一毫的细节，都会让你展开无限的联想、想象，代入编剧一样的感觉。我觉得我的脑洞因为这个节目变得比之前强。

“头号搜证犬”鬼鬼吴映洁:

我觉得是一种缘分吧，一听名称其实本不该不关我的事情，因为它是一个聪明的节目。我一开始去，是觉得要去展现我的聪明，但我对自己的认知可能有点问题，所以后来我就觉得会努力让自己变聪明。

比以往有进步，因为我努力地想要跟他们一起参加推理的部分，然后跟他们了解，去诉说。

“直女女王”王鸥:

节目每一期都给我们不一样的角色，不管美还是丑，还是一些奇奇怪怪的东西。我们每一个嘉宾都会很勇敢地接受和尝试，每一个人都丢掉了偶像包袱，去做最大胆的尝试。

这季(第四季)的案件比以往更加升级了，很佩服节目组和编剧组那么用心地给我们写故事。相比前三季，第四季的节目最大的特点就是更多地关注社会热点，大家都希望通过案件的内容和角色的演绎，能带给大家更多正面的能量，给更多观众带来积极向上的影响。

华西都市报·封面新闻记者 苟超 李雨心

成都歌手在巴黎开启“背包客欧洲音乐之旅” 唱出《我们的音乐，我们的成都》

新年元旦，成都歌手秦鹏等一行在法国开启了《我们的音乐，我们的成都》欧洲音乐之旅活动。在法国巴黎街头，他们喊出了对祖国的新年祝福，也向国庆70周年送出了祝福。

由成都音乐产业促进会、成都演艺集团有限公司、成都天生京典文化传媒有限公司联合推出的“《我们的音乐，我们的成都》-背包客欧洲音乐之旅”活动，于北京时间1月1日零点在法国巴黎举行。

活动采用“音乐+旅行”的模式，将全球“吃货”“玩家”“剁手族”招募起来，结合原创音乐，成都演艺集团为他们量身定制了别样的探访路线。从成都PLAY HOUSE国际电音剧场选拔出来的音乐人秦鹏等，全程用脚步丈量未知世界，用音乐唱出成都的声音，



成都歌手在巴黎埃菲尔铁塔前。

带去中国新青年的问候。秦鹏等歌手将在法国巴黎和荷兰阿姆斯特丹两地，以扮演的大熊猫为音乐文化使

者，一边唱着中国歌曲，一边与外国朋友交流，把成都音乐人的青春和理想通过大熊猫传递到欧洲。秦鹏还特别为此次音乐之旅创作了主题曲《和熊猫握手》，该曲的正式版也已同步上线。

据介绍，这是成都演艺集团首次尝试探索真正属于民间的音乐旅游产业之路，旨在通过音乐人在欧洲城市边走边唱的方式，把中国青年的担当、包容、开放、乐观的新时代精神传播到世界各地，让世界了解成都，让世界了解中国。成都演艺集团负责人业丹向封面新闻记者表示，相信这种创新方式将带来不同国家间的文化交流和音乐互鉴，音乐无国界，旅行无边界。

华西都市报·封面新闻记者 杜思涵



下载封面新闻APP
浏览最新资讯