

来自韩国的秋瓷炫



来自日本的美依礼芽

综艺《乘风2023》5月5日迎来首播,节目致力于挖掘女性之美,探寻拼搏的精神源泉,展现女性在新时代的多面魅力与宝贵价值。来自不同国家和地区、不同职业、不同风格和不同年龄的33位姐姐在初舞台上施展才能,绽放自我。节目一经播出,一举拿下数十个热搜词条,成为当日话题“顶流”。此番节目的高开,又能否为操刀者芒果超媒迎来名利双收的满堂彩?

秋瓷炫等7位国际女嘉宾加盟

《乘风2023》 展现女性多元魅力

更加国际化多元化的舞台

作为女性综艺的大势之作,“乘风破浪的姐姐”始终保持着高热度,走到第四季,今年节目的名字为《乘风2023》,从开机就路透满天飞。随着首播,全阵容也悉数亮相:瞿颖、孙悦、蔡少芬、贾静雯、龚琳娜、徐怀钰、秋瓷炫、谢娜、陈嘉桦、陈意涵、黄丽玲、李彩桦、朱珠、卢靖姗、谢欣、张嘉倪、刘惜君、刘雅瑟、卡捷琳娜·凯丽、陈冰、唐伯虎、赵丽娜、美依礼芽、刘逸云、吴倩、汪小敏、王佳宇、吴优、许靖韵、曾可妮、芝芙、李莎旻子、吉娜·爱丽丝等33位姐姐集结,乘风而行。

以“女性”为标签的节目如何自我超越,持续输出令人眼前一亮又回味无穷的优质作品?这对“乘风”系列节目来说是一个不小的挑战。今年亚裔女性群体在国际愈发闪耀,其中最为大众熟知的就是

杨紫琼荣获奥斯卡奖,创造了亚裔女性在国际领域的高光时刻。伴随着当下女性群像的夺目发展,《乘风2023》在嘉宾的定位上也更加倾向于多元与多彩,本季节目致力挖掘女性美的不同面貌,邀请了多栖发展的瞿颖、陈嘉桦、朱珠,演唱家龚琳娜,舞者谢欣,足球运动员赵丽娜等女性嘉宾,以及来自越南的芝芙、韩国的秋瓷炫等7位国际女嘉宾重磅加盟,33位来自不同行业的专业歌手、演员、舞蹈艺术家、钢琴演奏家等相聚在一起,展现风采。

此次邀请国际女性加入,不仅让乘风舞台的文化之美更加多元化,也是中国之美对于世界之美的融合。以“女性之美”展现“大美中国”,这正是制作团队通过不同层次的“美”勾勒出一个专属于女性的文化地图。

首秀主打“回忆杀”

初舞台是33位姐姐交给《乘风2023》的第一份答卷,不同文化碰撞出的火花,传递着节目无限包容的宽阔胸襟。龚琳娜带来极具传统色彩的《爱如火》,展现中华韵律的魅力;蔡少芬身着古装再现经典影视造型,一颦一笑尽显古典美态;国际嘉宾唐伯虎改编新版《梅花三弄》,创新中国经典影视歌曲。

孙悦、瞿颖两位50+姐姐的状态相当抗打。孙悦当年的一首《祝你平安》火遍大江南北,在初舞台上,她选择了《大家一起来》,大秀舞姿,动感的旋律活跃现场氛围;瞿颖

带来的是她的代表作《加速度》,熟悉的旋律响起,立即引发全场合唱。

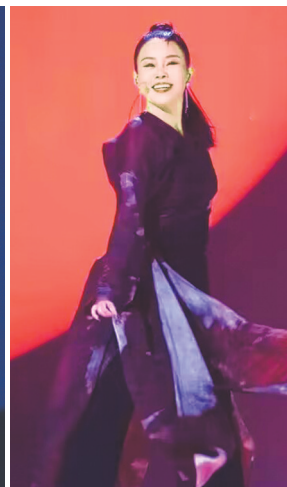
而让DNA动了的名场面一波接着一波,Ella陈嘉桦献上SHE的成名曲《恋人未满》,低音炮唱法韵味十足;秋瓷炫演唱了《回家的诱惑》的“战歌”《无法原谅》,剧中“情敌”李彩桦也来了,两个人场外拥抱将很多观众带回到当年这部剧的爱恨情仇中;谢娜则用一曲《菠萝菠萝蜜》宣告回归,与往届不同,这次她也是选手身份,首秀造型相当惊艳;此前路透备受关注的选手徐怀钰再度唱起《分飞》,实力唱将黄丽玲深情演绎了她的大热歌曲《有一种悲伤》,汪小敏粤语版的《嘉宾》非常悦动迷人。



蔡少芬



来自越南的芝芙



龚琳娜



陈嘉桦



刘惜君

描绘女性之美的文化地图

谈及节目的主旨,主创团队这样介绍:“听风、逐风、乘风,最终成为风的一部分。”《乘风2023》巧用“风”的概念,以“风”没有边界的特点,表达节目对于文化融合包容的胸怀,彰显了文化自信的底色;以“风”互相缠绕和支撑的形态,象征嘉宾们互帮互助的合作精神,揭示了中华儿女世代传承的拼搏精神。女性蕴藏着打动人心的力量,节目通过挖掘“女性之美”,以浪漫化的文艺表达,勾勒出中华传统文化的“经典”所在,展现中华文明之美,浓缩出“大美中国,乘风而上”的宣传标语。同时,节目又进一步携手世

界女性,描绘出女性之美的文化地图。作为命运共同体的每分之一,《乘风2023》以中华文明为有力的引领,进而走向世界女性,展示了一个更加多元的大同世界。

而在节目中,我们还可以看到《乘风2023》的新义,在于重新审视与思考新时期女性价值的内涵与现实意义,以不断进阶的叙事,拓宽“她力量”的社会观察,激发普通人的共情,激励人们大胆追求自我价值的实现。荧屏内的女性,不惧年龄,自信自强,奋斗不息,传递出女性阔达的精神世界,不断蜕变为更美丽的风景,回馈着世界。

芒果超媒降本增效仍面临挑战

伴随《乘风2023》的上线,业内也将目光投向了芒果TV及背后的操盘者芒果超媒。

此前披露的芒果超媒2022年年报显示,综艺节目方面,报告期内芒果TV上线77档各类综艺节目,其中包括《乘风破浪第三季》《大侦探第七季》《密室大逃脱第四季》《披荆斩棘第二季》4档综N代节目,上线各类影视剧163部。

未来发展一栏,《乘风2023》与《青年π计划》《声生不息·宝岛季》《全员加速中》被列为2023年重点项目。

据芒果超媒2022年年报显示,报告期内公司实现营收137.04亿元,同比下降10.76%,净利润18.25亿元,同比下降13.68%。这也是自2018年起,

连续4年业绩增长后,首次迎来营收、净利润双降。

为了提振业绩,芒果超媒开始尝试降低版权及制作成本等途径。2023年一季度报显示,芒果超媒净利润5.45亿元,同比增长7.39%。

投资分析师高嘉指出,视频平台营收的重要驱动力来源于内容,但爆款作品存在偶然性与周期性会导致付费用户在不同平台间转换。健康的财务状况,长期以来都是芒果超媒在长视频赛道的竞争优势,现阶段用户增长速度放缓,降本增效是下一阶段的主要目标。

综合半岛都市报、北京商报