

辣评

与其“虐星”博眼球，不如让艺人回归本职

王彦

在真人秀、综艺严重同质化的今天，意外频发，归根结底是“流量思维”“博眼球”“争出位”在左右节目制作的初衷。

在影视演艺行业高速发展的今天，艺人连轴转，熬夜当敬业，背后不乏经纪公司在资本的诱惑下“推”了艺人一把，也是整个行业环环相扣、无法停摆的生态使然。

噩耗传来，演员高以翔在录制节目《追我吧》时突然晕倒，抢救无效后遗憾离世，年仅35岁。医院最终宣布，高以翔逝世原因是“心源性猝死”。

逝者已矣。哀恸的同时，一条鲜活生命的代价，迫使整个行业认真审视那些以“虐星”为看点的竞技类、体能挑战类真人秀的存在。

回顾意外发生的大致过程，能得出几个关键词：长时间、高强度、挑战极限。

事实上，近年来在户外跑男、挑战极限类的

真人秀中，意外不在少数。据不完全统计，李晨在《奔跑吧兄弟》中眼角受伤缝针；包小柏在《星跳水立方》时发生了耳膜穿孔；《阳光大道——为你喝彩》有一名女选手闯关失败、肋骨骨折，致八级伤残；《中国星跳跃》录制时，释小龙的助手溺亡。即便室内综艺也没能幸免，张杰曾在凌晨录制《王牌对王牌》挑战吹乒乓球时因大脑缺氧倒地，后被道具磕伤。

纵观这些付出过血泪甚至生命代价的节目，其中最不缺的就是各种极致“惊险”与“刺激”。比如：无视恐高的艺人将其推入高空降速环节，组织未受专业训练的艺人或素人挑战高台跳水，训练明星钻火圈、跳悬崖、高空走钢丝，让嘉宾光脚在-30℃的地面上行走……

“惊险与刺激”“极限与激情”不断，指向了整个娱乐类综艺生态。自2013年《爸爸去哪儿》《奔跑吧兄弟》等多档节目走红，娱乐类综艺渐渐发展成为各播出平台的“拳头产品”，是收视率、点击量的“兵家必争之地”。

有两个数据能透视出综艺的大生态。其一，仅2019年上半年，全平台已上线了141档综艺，节目一拥而上，同质化严重。其二，《2019年上半年中国综艺节目广告营销白皮书》显示，2019年上半年综艺节目广告市场规模已接近220亿元，显示出强大的“吸金力”。

为在泛滥的同类节目中突出重围，为在广告招商时获取品牌方注意力，许多真人秀与娱乐综艺都以出位的“综艺效果”“极限时刻”当卖点。于是观众看见，嘉宾的“咖位”、人气，要争；节目设置的新奇、刺激，要争；庸俗、低俗乃至恶俗的笑料，也要争。甚至，许多时候节目为了追求“极限时刻”而不顾机

以，期录下嘉宾被逼到绝境时的本能反应。这一切都只是为了制造一个又一个明星们披头散发、狼狈不堪或让人心惊肉跳的“高能预警”场面。

当制作方的底线在“流量思维”“博眼球”“争出位”的左右下变得越来越模糊，节目早就偏离了初衷：寓教于乐只剩娱乐至死；有意思更要有意义，徒留博君一笑。

而从另一层面看，经纪公司对于各类综艺趋之若鹜的态度也很值得反思。通常来说，让旗下艺人出演一部影视作品，周期长、资金回流慢。相比之下，参与一档娱乐综艺所获的经济利益可观得多、容易得多。因而，为艺人签约参加来钱多、来钱快的娱乐综艺，是许多经纪公司的不二选择。

甚至，在资本的诱惑下，经纪公司常将营销前置、曝光率前置，在宣传期内不断将艺人推向各类“通告”。似乎行程单有多满多密集，考量着一个经纪团队的业务能力、相关明星的“红火”指数。曾经，张艺兴在录制综艺时虚脱，被其他艺人背离现场，就与他之前连轴转、连续多日每天只睡三小时密不可分。

当平台方、制作方、经纪公司在“流量思维”和资本意识的左右下，不断将艺人拽进真人秀，影视作品里的好演员越来越少，舞台上的好歌手、好舞者越来越少，被一个不健康综艺生态当成“摇钱树”的却越来越多。

悲剧太过沉重，一条鲜活生命理应引起各方反思——绝不该为收视率、点击量而炮制那么多有违常理的“挑战”；绝不该为多赚快跑而把艺人推向无止境的“通告”。就让他们专注于本职，在各自专业的领域发光发热吧。

文化视点

国际艺术品交易月火热市场氛围吸引全世界艺术商目光，外媒惊叹——

上海助推中国迈向领先的全球艺术中心

百余场艺术盛事吸引逾50万人次参观，累计货值预计月底破100亿元

■本报首席记者 范昕

正在举办的上海首个国际艺术品交易月吸引全世界的目光。截至25日，百场系列活动中仅境外艺术品展示、展销、拍卖的累计货值已突破91亿元，预计月底将突破100亿元，各大博览会总参观人数已超过50万人。

交易井喷的背后，是这一个月申城艺术盛事多达百余场，平均每天都有四五场，包括几场大型艺博会、几乎所有美术馆和画廊的新展等等，吸引世界各地众多藏家、美术馆博物馆馆长、策展人以及艺术家等业内人士忙不迭地赶场，甚至直接拖着行李箱而至。仅以西岸艺术与设计博览会为例，海外画廊参展比例超过65%（不含港澳台地区），参展商相比被誉为“世界艺博会之冠”的巴塞爾艺博会，重合度达到70%以上，这样的国际化程度令人惊叹。

近日，围绕上海艺术市场迸发的无限生机，英国《卫报》、美国《纽约时报》、法国《费加罗报》、新加坡《南华早报》等一批具有全球影响力的外国媒体不约而同进行报道。其中，《卫报》网站刊文称“中国将成为领先的全球艺术中心”，认为助推这一转变的正是上海。

规模化效应在申城形成强大的艺术磁场，吸引全球买家一站式购藏艺术品

本月，几场大规模且各有特质的艺博会直接掀起上海全城堪称火爆的艺术市场氛围。11月10日落幕的西岸艺术与设计博览会，汇聚近110家全球顶尖画廊，800多位艺术家，3000多件高质量作品，超过65%的参展画廊来自外国，今年首度参展的画廊多达28家，包括首度迎来大洋洲画廊。不少国际画廊都带来了百万美元级别、堪比美术馆收藏的作品，甚至以艺术家个展的方式推介全新的艺术家面孔。例如，贝浩登画廊带来瑞典艺术家延斯·梵歌的个展，豪瑟沃斯画廊带来奥地利艺术家玛利亚·拉斯尼格的个展。这样的阵容、规格让不少资深藏家感叹“有种步入巴塞爾这类世界顶级艺博会的感觉”。

世界知名艺术品交易商纷纷表示收获许多惊喜。首次参展的东京画廊开幕当天就售出15件作品，BANK画廊带来的作品均已售罄。“我对这里的设施印象极深，它们与任何国际博览会一样好，甚至更好。”首次参展的伦敦画廊老板斯蒂芬·弗里德曼直言。同期与这个艺博会平分秋色的，是ART021上海廿一当代艺术博览会，



①苏富比今年首次以S|2画廊身份亮相西岸艺博会。
②③ART021艺博会呈现110家顶尖画廊的数千件当代艺术设计佳作。
均主办方供图 冯晓瑜制图

呈现110家来自18个国家57座城市顶尖画廊的数千件当代艺术设计佳作。其中，首次迎来的设计艺术类的画廊备受瞩目，设计艺术收藏正在本土形成一种新趋势。

11月中旬举办的上海青年艺术博览会，则代表了申城蓬勃艺术市场更接地气的一种面目。这个艺博会集结逾400位青年艺术家创作的1500余件作品，它们大多单价在一万至五万元之间。买家和卖家中年轻面孔特别多，很多人买了第一张画，很多人卖了第一张画。青艺博预展首晚就成交了30张作品，交易额超过200万元。“好的艺术生态应该海纳百川，并让艺术消费变得触手可及。”华东师范大学美术学院教授王远告诉记者，价位相对亲民的艺术品将带来更多新买家，真正进入人们的生活，筑起艺术市场牢固的根基。

近期上海的几大艺博会上，无论买家还是

卖家已远远超出本地范畴，并且在物流、仓储、展示等方面，彰显出越来越规范、专业的交易服务水平——这是资深艺评人、上海油画雕塑院美术馆副馆长傅军留意到的现象。在她看来，一方面，国际化、多元化的参展方带来了极为广阔的艺术视野；另一方面，规模化效应形成强大艺术磁场，吸引了全国乃至世界各地的买家打着“飞的”前来，“一站式”看展和选购艺术品，“我在今年的艺博会上邂逅了来自深圳的女企业家团、说着日语的观展团”。

优化艺术品交易环境，下一个世界重要艺术品交易中心，看上海！

交易月申城尤其热烈的艺术市场氛围，与政府部门持续创新政策、优化艺术品交易环境

紧密相连。这些创新以市场需求为导向，聚焦提高艺术品通关效率，提升交易便利化水平，降低交易成本，简化报审流程等。

对此，拍卖巨头苏富比S|2画廊已经有了实实在在的获得感。苏富比今年首次以S|2画廊身份亮相，将“LEGENDS：沃霍尔与巴斯比亚”展售会带到西岸艺博会，这是安迪·沃霍尔与让·米歇尔·巴斯奎特这两位世界级艺术家在中国内地的首次双人联展。尽管只在艺博会上亮相四天，这个展览却相当精致——深蓝的展墙，考究的照明，每一幅作品旁边都附有详尽的文字说明以及二维码。事实上，S|2画廊今年9月初才刚刚收到参展邀请，彼时距离开展只有两个月。境外艺术品来内地举办展览，运作周期通常在半年至一年。两个月内之所以完成了不可能完成的任务，得益于政府部门开辟的“绿色通道”。在10月底揭牌成立的上海国际艺术品交易中

心，包括“一窗通办”的综合性咨询服务等一系列针对艺术品交易的便利、创新都得以形成常态。“展览审批流程从原来的15个工作日变成了7个工作日，海关报关的程序也有所简化，还有‘三免三补’政策。这些对我们来说帮助非常大，对于整个艺术品交易也非常好。”苏富比中国区董事总经理范贝贝说。

连日来，不少国际参展商都对上海艺术市场的未来信心满满。拥有60多年悠久历史的伦敦Mazzoleni Art画廊已与西岸艺博会接洽，希望从明年开始借助上海的这个平台向中国市场推广。今年首次参加ART021艺博会的洛杉矶Various Small Fires画廊负责人表示：“开展前两天，我们就已与中国、韩国及东南亚国家的众多收藏家、策展人加强了联系。我们计划2020年在这里停留更久！”迈向下一个世界重要艺术品交易中心，上海指日可待。

确保进口博览会办得一届更比一届好

(上接第一版)要在做大进博会平台上做文章，增强面向国际国内“两个扇面”的集聚和辐射能力，提供联通全球市场的最好网络和通道。建设更多国际化的贸易功能平台，打造虹桥国际开放枢纽，打造联动长三角、服务全国、辐射亚太的进出口商品集散地，做大做强全球新品首发平台。要在放大进博会效应上做文章，为各国客商提供更多市场机遇、投资机遇、合作机遇，进一步推动贸易升级、产业升级、开放升级、消费升级，更大力度引进新展品、新技术、新服务，更高质量引进高端产业、创新资源，加快推动全球资金、技术、信息、人才等集聚上海，为高质量发展引入新动力、注入新活力。

李强强调，全市上下要将办好进口博览会的精气神转化为推动城市发展的强大力量，大力弘扬进博会精神，始终保持不一般的精神、不一般的干劲、不一般的作为。要进一步提升发展软实力，将保障进口博览会的经验

做法作为提升城市治理能力的重要抓手，持续抓好精细化管理，持续优化营商环境，不断增强社会主义现代化国际大都市的吸引力和竞争力。

应勇在主持会议时指出，要以第二届进口博览会的圆满成功为新的起点，按照党中央、国务院部署和市委要求，把持续办好进口博览会作为上海改革开放再出发的重大举措，不断提高超大城市治理体系和治理能力现代化水平。要持续放大溢出带动效应，加快构建开放型经济新体制。要切实做好第三届进口博览会筹备工作，推动进口博览会规模更大、质量更优、创新更强、层次更高、成效更好，不断推动高质量发展、创造高品质生活。

市领导于绍良、吴清、翁祖亮、诸葛宇杰、凌希、陈群、龚道明、汤志平出席。市工人先锋号获奖代表姜开源、市五一劳动奖章获奖代表姜维鸿、志愿者代表朱敏作了交流发言。

(上接第一版)葛优饰演的张成功与乔杉饰演的余凯旋因此被牵扯到一起，当他们近距离相处，原本生活大相径庭的两人逐渐产生了惺惺相惜的感觉。正如乔杉形容的“他们都在渴求对方的生活”，影片的题中之意是普通人常常想象的“世界上另一个我”，也是每个人最终都会得出的“珍惜当下”。

下周，汤唯与雷佳音将带来《吹哨人》，影片由薛晓路执导。“吹哨人”是近年来屡在社会新闻中出现的名词。危机发生前，由内部知情人吹响警报的哨声，一些社会公共安全方面问题的解决，背后或有“吹哨人”起作用。国产片里，还是首次出现这一题材，雷佳音将出演内地银幕上第一个成为平民英雄的“吹哨人”。

其实，近年来的市场风向越发清晰，现实主义叙事、能引发共情的普通人故事，都成为观众偏爱的题材。再往后翻，《只有芸知道》改编自真实的故事，由黄轩和杨采钰主演；《一生有你》出自前“水木年华”成员卢庚戌之手，歌曲IP与校园故事结合总在国产片里拥有受众；今年最后一天《亲爱的新年好》应景而来，讲述打拼十年的都市白领与初到大城市追梦的年轻女生之间的人生际遇。

12月,50部电影集结助力2019年度票房总冲刺

演技派挨个亮相，巩俐、葛优、黄渤新作同样需要“竞争上位”

往年的贺岁档，导演常是影迷选择的重要理由，陈凯歌、姜文等大师，都曾在12月里扛起票房大旗。今年光景变了，演员的话题度居高不下。除了葛优、汤唯、雷佳音等极具人缘的演员，巩俐、黄渤、胡歌、任素汐等也将先后登场，12月的大银幕堪称“演员盛宴”。

前阵子，巩俐在《中国女排》里出演郎平的扮相被“路透”，网友直呼“只靠背影就能入戏”。在《中国女排》亮相春节档之前，她主演的新片很可能在12月提前“解锁”。不过，今年的威尼斯电影节上，她主演的东方谍战故事得到的评价并不高。回到戏剧的发生地，影片能否挽回局面，还得看观众投票。

定档12月6日的《南方车站的聚会》、12月12日的《半个喜剧》、12月13日的《被光抓走的人》，亦是相同待遇。《南方车站的聚会》带着刁亦男导演的鲜明痕迹，还有桂纶镁、廖凡、万茜，似乎是

《白日焰火》的变奏。但它更明显的标签，是胡歌把第一部担纲主角的电影作品。37岁的胡歌把自己“往糙里整”，他扮演的闲人周泽农在一场罪案谜局中拨云见日的过程，抑或是演员本身在大银幕上破茧成蝶的一瞬。去年此时的《无名之辈》，为话剧舞台走来的任素汐收获了大把影迷信任票，《半个喜剧》由《驴得水》原班人马打造，讲述三位年轻人平衡爱情、友情、亲情之间的关系而发生的事故。《被光抓走的人》看起来也有品质保障，主演黄渤是内地“百亿票房俱乐部”成员之一，王珞丹、白客、谭卓、黄璐都是各有所长的演员，而导演董润年的上一部主打作品是为《疯狂外星人》写剧本。

单看阵容，12月称得上佳片云集。但近年来太多事实证明，甩开经验只看口碑，是当下观众的集体选择。

海外电影最熟悉的“一招鲜”齐来，国产影片正面迎战“标准件”

未来几周，几乎每周都有海外片来

打擂。与葛优迎面碰撞的是法国与印度的合拍片《衣柜里的冒险王》，“007”丹尼尔·克雷格和“美国队长”联袂的《利刃出鞘》；参与12月6日这周“飙戏”的则是另一部印度电影《印度制造》，布拉德·皮特主演的《星际探索》、以及日本影片《若能与你共乘海浪之上》；而和黄渤对垒的是来自英国的《唐顿庄园》。

值得注意的是，这些海外片都是各自地域最为熟悉的“一招鲜”。《利刃出鞘》和《星际探索》都是典型的动作片与太空冒险故事；印度电影依然带着独特的喜剧风味；日本动画片依旧走小清新风格；《唐顿庄园》则是老牌英剧的大银幕版。从某种角度而言，“一招鲜”是这些海外片长袖善舞的类型，意味着在成熟模式下的工业标准件，不会失控，不会发生品质的意外。从另一个层面看，也可能沦为无法突破自身程式化的复制粘贴产品。

对于国产片而言，“好故事+好表演”的浓度有多高，不仅能决定内地市场的年度成绩单，也将决定自身与海外片谁更有观众缘。