

王菲演唱会贵过iphone7,这天价票值吗?

□肥罗君

当一张演唱会门票的票价贵过iPhone7,当然也带出了一连串的质疑:这场网上直播、试水VR的天价演唱会会重新定义演唱会模式吗?天价票价究竟是天后实力的证明,还是一场苹果式的饥饿营销?或者说,“天后”到底应该值多少钱?

引发这一切争议的名字,是王菲。

近日,风传已久的王菲上海演唱会终于坐实,王菲在新闻发布会上公布,今年12月30日将在上海梅赛德斯奔驰文化中心举行“幻乐一场2016”演唱会,门票低价1800元起,高价7800元,并且开通网上直播,引发娱乐圈震动。王菲表示,“想试下网络直播,告别(演出)对我来说特别形式化,我不会采取这样的方式。”

这个票价,瞬间秒杀了华语乐坛的所有天王天后,超出周杰伦演唱会票价六倍多,是张友学票价的三倍多。试想一下,换了周杰伦或张学友,4年才开一场演唱会,会不会也会开出这样的天价票价。而在一张小小的演唱会门票背后,或许正是当今华语乐坛的青黄不接,后继乏力,我们一边吐槽着高票价,一边以拥有一张王菲演唱片门票为荣,这或许才是王菲7800元演唱会天价票价背后的吊诡与

合理性所在。

首先值得关注的现象是,2010年至2012年的跨年度巡演之后,王菲已经有超过4年的时间,没有举行任何的个人演出,她的献声仅仅出现在影视主题曲中,并且每次都能成功引发话题。在这段时间里,一直有各种小道消息,不断传出有关王菲演唱会的传闻,但都被证明是子虚乌有。

这些为王菲演唱会期待值做出巨大贡献的江湖传言,是王菲演唱会票价不可忽略的因素之一。这种被持续堆高的消费期待,难道不正是最好的饥饿营销?

如果去掉音乐光环,将王菲演唱会视作一次完全的商业行为,或许还可以将其理解为一个苹果式营销。每当iPhone新款问世的时候,其iPhonePlus机型就像是节假日的热门景点一样,永远是“一机难求”。到底我们购买的是苹果本身,还是参与这场集体狂热的满足感,还重要吗?

王菲四年的半隐退,同样造成了巨大的消费力积聚和市场期待,于是当一场仅有的演唱会出现时,它本身成为一场盛事,高票价也似乎成为饥饿营销的必然结果。王菲演唱会本质是粉丝经济时代的一场直播秀。除了

演唱会门票,演唱会还增加了网络直播,同样是收费的,也就是说,演唱会的实质是对粉丝消费力的一次集中采掘。

或许还有一个有趣的问题是:除了王菲之外,还有一个超级巨星,能够在半隐退的情况下,获得这样的超级关注度和巨大的商业价值兑现吗?

当年的四大天王,依然持续地活跃在各种影视作品、真人秀和娱乐圈绯闻现场,周杰伦则已经成为中国音乐真人秀的流量担当,他们在这个行业的存在感无疑帮助延续了他们的商业价值,可是,谁能在几乎从行业消失的情况下,依然具有如此的乐坛号召力?答案是:绝无仅有。

本来这个世界上,没有什么天后可以永垂不朽,但如果过去还值得眷恋,我们又如何与王菲冰释前嫌?这,或许就是王菲天价票价背后的真相。

神回复 别碰娘娘的home键



在强迫症兄妹面前,连“娘娘”都没办法了!9月9日,孙俪发博吐槽一双儿女:“我嘴唇下的那颗痣……等等看到就想把它抠了,而妹妹,她一直想把它给按进去。”如此强烈的画面感,隔着屏幕都能感受到娘娘的无奈。

@一大帆一:别动,那是娘娘的home键!

@爱吃夜面:妹妹可能以为那是通往新世界的大门。

@不平凡的Art:别玩儿坏了,那是娘娘穿越回去的开关啊!

@林情又:超哥在想要不要把它当芝麻吃了。

田亮吐槽女儿没朋友



因参与第一季《爸爸去哪儿》,森碟圈粉无数。9月11日,田亮发文晒女儿称:“和森碟打了一夏天网球,被完虐,果然一个练过的就算是小球员的,实力也能很恐怖。小朋友,和喂球的打不能下狠手,你这样以后会没朋友的你知道吗?”

@一止昔:她长得那么像你,为什么她就那么漂亮呢?

@Super-meifan:森碟什么时候有微博,我好取关你。

@恩好的:森碟:要是跟朋友打球当然不会这样啦,当我没情商啊。

辣妈晒娃太养眼



9月12日,贾静雯母女和徐若瑄母子开心聚会,两位辣妈带着各自的宝宝,画面十分养眼。贾静雯发文称:V阿姨说这是牛郎织女的相会,一年才一次,以后要多多相聚啊!抱着他们两个有种体验龙凤胎的满足感。

@HowAreYou-鑫:等着娶咻咻的现在就要排队咯!

@好6葱:你女儿只能是高圆圆儿子的!

@强子童鞋1123:咻咻:小样!和我耍萌,你还嫩了点儿,我天生就萌!

明星背后最可怕的是“亲妈粉”

□贾嘉

娱乐圈的喜事一桩接着一桩,林心如舒淇嫁了,朱孝天也婚了……粉丝们瞬间变身送赞干部,纷纷表态要相信爱情。

但让粉丝相信爱情的并不仅仅是大团圆。有时候,不顺眼的伴侣分手,也能让他们大喜过望,比如张翰与娜扎——尽管很快他们又失望了,据说他们还是“好着呢,没分手”。

张翰与娜扎的分手新闻,尽管当事人发了辟谣声明,粉丝却仍不买账。一对看上去如此般配的“金童玉女”,竟然让那么多围观群众不惜背离“宁拆庙不毁缘”的公序良俗,为他们的分手而额手称庆。在他们分手的新闻下,最热门的留言,仍然是对娜扎的辱骂,然后就是类似张翰郑爽快快复合的祈愿,或者对于他们因为这种破事上头条的厌烦。总之,在狂热的粉丝们眼里,娜扎是配不上张翰的。

在粉丝中最可怕的莫过于铁杆的“亲妈粉”。他们早已不满足于得到偶像的签名或纪念品,早已不仅仅是为偶像奉献票房,他们以全方位地介入到偶像生活中为荣,只要给他们一个正义的支点,他们就可以操纵偶像的粉丝团,炒掉偶像的经纪人,甚至,给偶像换一个伴侣——虽然迄今为止,还没有哪个粉丝团体成功做到这件事,但谁能保证不会发生?

粉丝经济时代,从正面意义上说,是明星可以依靠海量粉丝助推品牌价值,增加个人的机会和名望;从另一方面讲,明星又必须依赖、讨好粉丝,努力让自己符合主流粉丝的期待。当一部电影选择你担纲主演,并不是因为你适合某个角色或者你有过硬的表现力,只是为了从你铁杆粉丝腰包里掏钱,这样做明星,说实话,也是挺累的。



颜值刷不出谍战剧的新高度

金秋9月,《麻雀》《胭脂》《双刺》3部谍战剧登陆各大卫视。加上之前热播的《潜伏在黎明之前》《解密》等片,让人感到谍战剧自《潜伏》后,又迎来一个丰收的季节。

从1981年我国最早的谍战剧《敌营十八年》开播至今,几十年来,主人公从“高大全”渐渐变得更接地气、更具个性,他们不仅智勇双全、身经百战,同时也具有平凡人的七情六欲和爱恨情仇。谍战剧凭借紧凑的情节、高智商的烧脑博弈以及丰满独特的角色魅力赢得了众多观众的喜爱。故事情节上的扑朔迷离、人物角色上的忠奸难辨、以及揭开谜底的抽丝剥茧等,让观众在谍战剧中找到了相当极致的情感与思维体验。

一部优秀的谍战剧在剧作和演技上均会相当扎实和细致。在那些口碑和收视双赢的谍战剧中,演员定然演技高超,因为只有经历过世事磨砺和艺术锤炼的演员才能准确地捕捉和诠释特工人物内心深处的风雷激荡,才能通过自己的言行举止、眼神等塑造出谍战人物深沉、高能、坚韧的气质。

而今看来,谍战剧从传统形态中脱胎换骨,演员“颜值”愈来愈高,渐渐打造出一派鲜明的青春偶像气质。诚然,帅气靓丽的年轻演员更容易获得粉丝追捧。但也从一个侧面折射出,创作者一窝蜂对谍战题材的“冒进开发”,导致创意程式化、制作同质化,难以通过故事内核和人物塑造本身来吸引观众,只好利用“刷脸”和粉丝效应来挽留观众。

将本土谍战剧置于国际坐标中,与外国拍摄的《谍影重重》系列、《007》系列、《碟中谍》系列等谍战大片一比较,发现本土谍战剧真正的创作瓶颈在于题材的拓展乏力,仅靠“颜值”很难刷出新高度。近几年热播的谍战剧在题材上大多聚焦于近代史中的谍战故事,却鲜有讲述现代、当代的高科技、高智能的谍报之战。整体而言,火爆荧屏的谍战剧缺乏贴近当代生活、反映时代变幻的故事。所以,谍战剧完全可以在题材本身中开拓出新“战场”,争取更为广阔的创作空间,并且一定能够大有作为。

据《解放军报》

