

学校编码: 10384  
学号: 18720141153640

分类号\_\_密级\_\_  
UDC\_\_\_\_\_

廈門大學

硕士学位论文

探究中国原创音乐真人秀节目的创新与发展

——以《中国好歌曲》为例

Exploring the Innovation and Development of Chinese  
Original Music Reality Show

—Taking "Sing My Song" as an Example

刘姿麟

指导教师姓名: 苏力教授

专业名称: 音乐与舞蹈学

论文提交日期: 2017年 月

论文答辩时间: 2017年 月

学位授予日期: 2017年 月

答辩委员会主席:

评阅人:

2017年5月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

刘笑麟

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

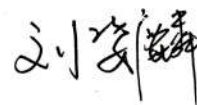
本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：



年 月 日

## 摘要

电视综艺中的音乐类节目经过起起伏伏的变化后仍活跃在电视荧屏。自 20 世纪 80 年代初《CCTV 青歌赛》开创我国电视音乐真人秀的先河，到 2004 年《超级女声》的火爆出现，最近这几年活跃在电视上的音乐真人秀都或多或少地引进海外同类优秀节目的模式。然而过多的引进海外模式和“拿来主义”潮流的与日俱增，也使得依赖性增强的同时削弱了我国电视节目的原创能力。

《中国好歌曲》作为灿星制作自己研发的新模式，是初次聚焦原创歌曲、重塑音乐生命与原创精神的一档全新的原创类电视音乐真人秀。该节目不光为国内电视发展赋予新的创新力量，同时在 2014 年，英国国际传媒集团（ITV）收入了该节目模式并负责其国际发行权和英国播出权。这是中国电视音乐真人秀的新里程碑，该节目的原创精神也将推动国内其他同类节目的发展。因此，本文将结合大众文化与精英文化的特征，以及品牌娱乐节目的构成要素和特征，从《中国好歌曲》的原创模式、运营推广、影响效果等多方面对此案例进行分析，并针对《中国好歌曲》存在的不足之处提出一些建议，以求通过《中国好歌曲》这档原创音乐节目思考如何在中国音乐真人秀节目模式移植的浪潮下，从挖掘本土元素、把握大众喜好以及推动我国音乐产业发展等方面，为中国原创音乐真人秀节目的发展给出对策。

**关键词：**音乐真人秀； 《中国好歌曲》； 发展对策

## Abstract

Music program has been on TV screen after ups and downs but enduring a type. Back in 1980, "National Young Singer TV Competition" to create a precedent for China's TV music selection. In 2004, "Super Girl" hot appeared. After few years, TV reality show borrowed concept and model from abroad similar excellent program. However, too much of the introduction of overseas models and "used" trend of the growing, but also makes the dependency enhancement at the same time weakened the originality of our television programs. "Sing My Song" as the star of the new production of independent research and development program mode. It is the first focus on original model of TV program, especially the music of life and original spirit of a file new original TV music reality show. Not only for Chinese television programs to give new innovative power. In 2014 by the British International Media Group (ITV) order the program model and is responsible for its international distribution rights and the British broadcast rights. This is a new milestone in the reality show of Chinese TV music and they will also promote the development of other similar programs in China. Therefore, this paper combination of popular culture and elite culture and analyzes this case from many aspects such as original mode of "Sing My Song", operation promotion and influence effect, and puts forward the shortcomings and some suggestions of "Sing My Song". At the same time, through the "Sing My Song" thinking about how the reality of Chinese music program mode transplant wave and the excavation of local elements to create original programs. In order to promote innovation and development of our country's original music reality show.

**Key Words :** Music Reality Show; Sing My Song; Development Strategy

# 目 录

摘要 .....	I
Abstract .....	II
绪论 .....	1
一、    研究背景、目的及意义 .....	1
二、    研究内容、方法及创新点 .....	3
三、    相关研究综述 .....	4
<b>第一章 《中国好歌曲》的产生背景及效应 .....</b>	<b>11</b>
<b>第一节    产生背景 .....</b>	<b>11</b>
<b>第二节    节目效应 .....</b>	<b>12</b>
一、    收视率 .....	12
二、    受众群及关注度 .....	14
三、    后续发展 .....	17
<b>第二章 《中国好歌曲》原创模式及影响分析 .....</b>	<b>20</b>
<b>第一节    自主原创模式 .....</b>	<b>20</b>
一、    节目形态大众化 .....	20
二、    内容构成精英化 .....	22
三、    传播媒介化 .....	24
四、    核心竞争力 .....	26
<b>第二节    节目影响 .....</b>	<b>29</b>
一、    国际层面：版权输出海外 .....	29
二、    艺术层面：曲风多样化 .....	30
三、    媒介层面：多渠道传播 .....	32
<b>第三章 《中国好歌曲》的不足与调整建议 .....</b>	<b>34</b>

<b>第一节 节目的不足</b> .....	<b>34</b>
一、 节目编排显单调 .....	34
二、 与观众互动性不强 .....	35
三、 产业链不完善 .....	35
<b>第二节 对节目的调整建议</b> .....	<b>36</b>
一、 合理化的节目编排 .....	37
二、 音乐制作国际化 .....	38
三、 拓宽节目产业链 .....	39
<b>第四章 从《中国好歌曲》看我国原创音乐真人秀的发展对策</b> .....	<b>40</b>
一、 关注电视受众需求 .....	40
二、 把握音乐真人秀节目的原创品牌制造 .....	41
三、 重视品牌营销与数字音乐互动 .....	43
四、 增强我国音乐人才的培养 .....	44
<b>结语</b> .....	<b>46</b>
<b>参考文献</b> .....	<b>49</b>
<b>致谢语</b> .....	<b>52</b>

# Contents

<b>Abstract.....</b>	<b>II</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>1 The research background and significance.....</b>	<b>1</b>
<b>2 The research contents, methods and innovation.....</b>	<b>3</b>
<b>3 Related research review .....</b>	<b>4</b>
<b>1 The background and effect of “Sing My Song” .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 The background.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 The effect .....</b>	<b>12</b>
2.2.1 The ratings .....	12
2.2.2 Audience and attention .....	14
2.2.3 The follow-up development.....	17
<b>2 The original model analysis and influence of “Sing My Song” .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1 The original model.....</b>	<b>20</b>
2.1.1 Form the popularization.....	20
2.1.2 Content of the elite.....	22
2.1.3 Use media.....	24
2.1.4 The core competitiveness.....	26
<b>2.2 The influence.....</b>	<b>29</b>
2.2.1 Copyright output overseas .....	29
2.2.2 Diversity of song style .....	30
2.2.3 Multi-channel transmission.....	32
<b>3 The defects and adjustment suggestion of “Sing My Song” .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 The defects.....</b>	<b>34</b>
3.1.1 Programming is monotonous .....	34



3.1.2	Lack of interactivity .....	35
3.1.3	Industry chain is not perfect.....	35
<b>3.2</b>	<b>The adjustment suggestion .....</b>	<b>36</b>
3.2.1	Reasonable programming .....	37
3.2.2	International music production .....	38
3.2.3	Extend the industrial chain.....	39
<b>4</b>	<b>Development strategy of China .....</b>	<b>40</b>
4.1	Focus on television audience demand.....	40
4.2	Make brand of our original music show .....	41
4.3	Attaches great importance to brand marketing and digital music.....	43
4.4	Cultivating talents on music in China .....	44
	<b>Conclusion .....</b>	<b>46</b>
	<b>Reference documentation.....</b>	<b>49</b>
	<b>Convey thanks .....</b>	<b>52</b>

## 绪论

### 一、 研究背景、目的及意义

#### (一) 研究背景

伴随新经济时代的到来，当人们跨过温饱逐渐走入小康社会，人们的需求也发生了变化，人本性的娱乐性也在新经济时代下得以回归。面对当今广大受众和开放性市场的需求，信息传播和媒体事业的发展也在不断追求传受双方的互相促进及良性循环，于是电视真人秀也逐渐兴起。自 2004 年湖南卫视成功策划的“超级女声”作为草根类音乐真人秀的成功案例引发全社会各界对于音乐真人秀相关概念的思考与讨论后，各大电视台便争相推出音乐真人秀，与此同时，由于各大卫视相继频繁雷同的推出大量同类型真人秀节目，内容同质化、炒作频繁也使负面效应随之膨胀。2012 年海外引进的《中国好声音》突然蹿红，以高收视、好口碑，让音乐真人秀再次获得大众关注，此节目的海外模式引进战略得到前所未有的认同，与此同时，中国电视圈也逐步深陷“海外模式引进”的狂潮。

在 2014 年的 1 月 3 日，央视首次在没有引进任何海外音乐真人秀模式的情况下，联手灿星制作研发了《中国好歌曲》，从重歌手到关注音乐人，从“选人”到“选歌”的转变突破了既有音乐真人秀的常规模式。同年，英国国际传媒集团（ITV）收入了《中国好歌曲》的海外版权并负责其在国际发行权和英国的播出权。《中国好歌曲》原创模式的海外输出，也成功的首度实现中国真人秀模式向世界电视市场的输出。在我国这样一个“拿来主义”频繁、缺乏原创的音乐真人秀背景下，《中国好歌曲》突出重围，成为我国首个走向海外电视市场的原创音乐真人秀节目。因此，笔者希望通过研究此案例为该节目今后的

可持续发展给出建议也希望能从《中国好歌曲》的创新中为中国的音乐真人秀节目给予日后发展的对策。

## (二) 研究目的及意义

目前，我国的各大真人秀节目在国内电视市场中已经普遍成为电视节目中的领头热门节目。但由于同类型电视真人秀过多频繁的出现，主题单一、同质性缺乏等问题也接踵而至，电视真人秀自主创新能力的不足尤为明显。之前如《我是歌手》、《中国好声音》等从海外购买版权引入的音乐真人秀节目，即使收视率骄人，但节目买入海外版权的方式也一定程度上削弱了我国音乐真人秀节目的自主原创能力。因此，要想改变电视节目同质化严重的问题，电视工作者还是应当准备把握观众的需求，增强电视节目内容上的自主创新能力。

目前为止，关于研究我国电视真人秀节目的相关文献还是不少。经过文献查阅，我发现此类文献大多从探讨真人秀节目的形态发展与现状，比如谢耘耕，陈虹著《真人秀节目：理论、形态、创新》、孙宝国的《中国电视娱乐节目形态学》等，或有针对引进类真人秀节目在中国的发展进行分析总结，如浙江卫视《中国好声音》栏目组编写的《梦工厂：音乐电视真人秀节目运作秘笈》、尹鸿，冉儒学，陆虹著《旋风娱乐：认识电视真人秀》等。亦有从案例分析中总结成功、失败经验的，如雷童、王迪的《音乐类真人秀节目的理念回归与策略升级研究——以湖南卫视《我是歌手》为例》、谭若冰的《中国优秀音乐真人秀节目的话语研究——以《中国好声音》为例》等。但关于我国原创类音乐真人秀的研究并不是很丰富。因此，本文在借鉴前人对电视真人秀的研究成果之上，结合本专业所学知识，试从“原创音乐真人秀”为切入点，对《中国好歌曲》这一典型原创案例展开全面深入的剖析，并结合大众文化与精英文化理论及品牌娱乐节目的构成要素特征等，为我国音乐真人秀节目从内容、形式到传播等方面寻找一个新的视角，争取音乐真人秀的创新和突破，也

望有助于让我国电视行业通过引进模式到自主研发，打造中国原创电视真人秀，并实现其版权的外国输出，促进我国电视产业的发展给予一些应用价值。

## 二、 研究内容、方法及创新点

### （一） 研究内容

本文开始，首先是绪论部分。主要对该论文的研究背景、研究目的以及研究意义、方法、内容和创新点分别进行阐述，其次就与课题相关的文献研究情况进行梳理阐明。第二章对《中国好歌曲》产生的背景与节目播出后的社会效应进行了图文分析。第三章着重根据大众文化特征及精英文化特征，从《中国好歌曲》的定位、内容、宣传推广等方面对《中国好歌曲》的原创模式展开深入剖析，并总结出该节目的核心竞争力，同时根据该节目的影响从国际、艺术和媒介层面进行了论证说明。第四章针对《中国好歌曲》的不足之处给出笔者的调整建议。第五章通过对《中国好歌曲》的案例研究后结合品牌娱乐节目构成要素和特点，探讨我国音乐真人秀未来的发展趋势并给出相应的对策。最后结语部分对全文进行回顾及总结，并指出本文的不足之处。

### （二） 研究方法

#### （1） 文献分析法

本文整理参考了电视新闻学、文化社会学、营销学、管理学等方面的理论著作与研究成果，归纳总结了大众文化与精英文化理论特征、电视节目品牌的构建及特征、电视真人秀、音乐真人秀节目概念等相关研究文献，并对《中国好歌曲》的媒体报道等资料进行收集整理，最终形成对本论文科学的认识方法及给出笔者的研究问题。

#### （2） 案例分析法

学术理论知识的归纳总结应当结合实际的案例情境加以运用分析。因此，本文还运用了案例分析法，对我国极具代表性的原创音乐真人秀《中国好歌曲》这个案例进行探讨分析，运用影像资料、数据图象等直观研究素材，对该案例进行整理分析，并总结出该节目的特色与优势，同时也针对其不足提出调整建议，为我国原创音乐真人秀的发展提供可借鉴的对策。

### (3) 文本分析法

本文通过文化研究的方法，针对实际案例的情况结合了大众文化与精英文化理论进行相应的对比分析，探讨该节目的原创模式与内容中所暗藏的文化类型特征并对该类型节目的产业化运作进行探究思考。

## (三) 创新点

本文研究的创新之处在于将研究焦点置于“中国音乐真人秀的原创发展”这一新论题之上，《中国好歌曲》作为我国首个原创的音乐真人秀并版权输出海外的节目，对此案例研究将具有一定的前瞻性。其次，本文还引入文化类型与各文化特征关系研究，通过《中国好歌曲》模式中的大众文化与精英文化特征的相互交融，说明这种现象是如何提升节目品质的。笔者希望通过对《中国好歌曲》这一原创案例的深入探究，能为我国音乐真人秀节目的研究成果添砖加瓦，是本研究的理论意义所在。分析该类型真人秀的发展态势，这也将有助于我国电视综艺节目的整体创新与发展。

## 三、 相关研究综述

### (一) 音乐真人秀节目的界定

说到音乐真人秀，就不得不先谈到电视真人秀。对于它的概念在学术上已有比较广泛的研究，但也没有形成一个特别明确规范的定义。谢耘耕在《真人秀节目理论形态和创新》中说到“真人秀，也称真人实景秀，是一种综合纪录

片、脱口秀、游戏类节目等特征，融合演变而成的电视娱乐节目形态<sup>1</sup>。所谓真人秀节目，即指由普通人而非扮演者，在规定情境中按照规定的游戏规则展现完整的表演过程，展示自我个性，并被记录或者制作播出的节目。”

我国著名传播学专家尹鸿在《娱乐旋风：认识电视真人秀》中指明，“现在电视中播出的各类表演选秀、竞技、益智等节目，本质上都是参考真人秀的表现方式和意识手法。”

本文所研究的音乐真人秀正归于表演选秀真人秀一类，其主要特性是给有一定表演才能的人，根据事先拟定的竞赛规则来进行才艺展示，通过专业评审和观众的评判，对参赛者逐一筛选，最终获胜者将收获名利。音乐是最普遍直观的艺术形式之一，其在人们生活中的使用度极为广泛，音乐真人秀节目也是最容易让电视观众产生情感触动的真人秀类型之一。当前国内的电视音乐真人秀大致分为以下几类：

#### 1) “草根”选秀

社会学、民俗学家艾君把“草根文化”定义为某些特殊群体在生活中组成的一种独特的文化潮流现象，它有平民文化的特质，但无定性规律和标准可循。“草根”选秀主要指这些还未出名的素人选手参加的音乐真人秀。其中又分两类，一类是受过音乐专业培训的，另一类是从未或较少接触专业音乐素养学习和训练的。代表节目：央视《中国好歌曲》、湖南卫视《超级女声》等。

#### 2) 专业歌手竞技

从最早 1984 年 CCTV 举办青年歌手电视大奖赛选拔发现专业声乐人才，到现在让专业明星歌手参与到真人秀节目中来，专业明星歌手的同台飙歌竞技不仅是对明星歌手的实力考验更能引起大众的关注，这能保证一定的收视率又能制造出看点和话题。代表节目：《CCTV 青年歌手电视大奖赛》、湖南卫视《我是歌手》、江苏卫视《超级歌单》等。

---

<sup>1</sup> 百度百科：电视真人秀

### 3) 草根 VS 专业歌手

作为常年活跃在电视荧屏的一种节目类型，音乐真人秀节目的形式多样，各大音乐类节目在内容、元素上也不断的推陈出新。所以近几年草根 VS 专业歌手的新型表现手法也相继登场。代表节目：湖南卫视《我想和你唱》、浙江卫视《梦想的声音》等。

### 4) 非专业歌手比拼

明星本就是茶余饭后人们乐于谈论的对象，除了明星本身的个人吸引力外，他们跨专业领域打破固有音乐真人秀模式的大胆尝试也让电视音乐节目的创新找到一个新的出口。代表节目：北京电视台《跨界歌王》。

综上所述，笔者认为电视音乐真人秀节目具有“特定的场景、真实的参与者，娱乐竞赛性的规则和及真实记录”的特性，且注入强有力的“音乐元素”，将音乐成为讲述人生故事、表达个人梦想成就理想的平台。由此可见，电视音乐真人秀的核心即为音乐，但具备娱乐性，且由大众或明星参与其中，在规定的时空内，按照预先设定的节目规则来完成任务，同时根据客观记录的方式用以完成节目的制作和播出。

## (二) 国外音乐真人秀的发展状况

2001年，英国的《流行偶像（Pop Idol）》成为业界公认的世界电视音乐真人秀鼻祖。其是西蒙·福勒和西蒙·考威尔联手打造、英国电视节目制作公司 Fremantle Media 制作的音乐真人秀。其目的是给有音乐才华的素人一个展示自我的舞台。《流行偶像》作为全球首个具有电视节目模式雏形特征的音乐真人秀，其成功的给电视音乐真人秀模式化发展奠定了基础。

2002年，福克斯（美）花了近亿美元购置了《流行偶像》的版权，并在其基础升级改编，打造了《美国偶像》，宗旨是找寻美国流行音乐天王天

后。该节目一直持续颇高的收视率和人气，收视人群超过美国人口的 1/ 2，福克斯电视宣布 2016 年播出的第 15 季是该节目的最终季。

荷兰王牌电视节目制作人约翰·德莫尔于 2010 年打造《荷兰之声》，此节目在首播当晚收获了 300 万电视观众(占荷兰总人口的 18. 2%)的眼球。美国 NBC 电视台在 2011 年率先宣布买入此节目模式版权，并在同年 4 月命名《美国好声音》开始向外播放。之后德国、中国等国也先后引进该节目版权，并均取得巨大反响。

### (三) 国内音乐真人秀的发展状况

我国电视音乐真人秀也历经了三十多年的发展，大致从 1984 年《青歌赛》第一届的出现到 2014 年本土原创的《中国好歌曲》。回顾我国电视音乐真人秀的发展历程，基本可划分成 2 个阶段和 4 个时期。

#### 1) “选”阶段（1984~2002）

说到我国音乐真人秀，基本可回顾到中央电视台于 1984 年举办的《青歌赛》，这档本土原创出现最早且持续时间最长的声乐电视比赛可谓是国内音乐真人秀的先驱。此后各地方卫视也先后涌现一些同类节目，如东南卫视制作的《银河之星大擂台》等。但由于该阶段的音乐真人秀总量偏少，尚进入刚开始发展时期，因此可当做电视音乐真人秀的“雏形期”。

#### 2) “秀”阶段（2003 至今）

从 2003 年开始，我国电视音乐真人秀从注重“选”到倾向于关注“秀”。节目宗旨不仅局限于选拔杰出歌唱家，而是更重视表达手法和效果呈现，以求取更好的收视率和商业利益。与此同时，我国该类型节目在这一时期经过了火爆期、瓶颈期和调整期。

##### ①. 火爆期（2003~2007）



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库