

# 《我是歌手》

## ——顶级歌手的巅峰音乐对决

吴凡

《我是歌手》是湖南卫视引进的顶尖歌手音乐对决大型季播歌唱真人秀，作为湖南卫视“领SHOW2013”的开篇之作，湖南卫视倾全台之力，集结乐坛资深唱将、中流砥柱和新生代佼佼者，通过七名知名歌手同台竞赛，让观众真正体验了音乐的巅峰对决，打造独一无二的顶级音乐盛宴。

### 一、节目概况

《我是歌手》于周五晚间22:30-23:00时段在湖南卫视播出，每期时长约120分钟。通过13期节目的比赛，由观众投票选出他们心中的歌王。第一季最终由羽泉获得冠军，林志炫居亚军，杨宗纬位列第三；第二季歌王由韩磊摘得，邓紫棋与张杰分获二三名。

### 二、节目内容

- 节目形式：歌唱竞技真人秀。
- 节目播出日期：第一季于2013年1月18日开播，4月12日结束，除歌王之战外，每周五22:00-24:00非黄时段播出。第二季于2014年1月3日开播，4月11日结束，主要在周五晚间20:10-22:00黄金时段播出。
- 流程设置：节目共13期，包括普通赛、复活赛、半决赛和决赛。普通赛共分为5轮，每轮演出分两场。每轮有7名歌手参与竞演，每场均有500名观众听审参与表决，每位听审选择3位自己认为本场表现最佳的歌手。每轮的第一场和 second 场竞演所得票数相加，总得票率累计最低的选手被淘汰出7人阵容，由

新加入的一位歌手顶替。被淘汰的歌手一般会在淘汰后的第二期中作为压轴返场演唱，返场演唱不再计入投票。随着比赛的深入，节目会增加“轮盘抽歌”、“致敬专场”、“复活赛”、“突围赛”等多种比赛形式，用来提升节目的悬念度。复活赛邀请在节目中被淘汰的选手再进行一轮比赛，胜出者可和留下的6位选手角逐年度歌手。在选歌上，除了第一次参赛可以唱自己的代表作，其他一定要翻唱其他歌手的歌曲。

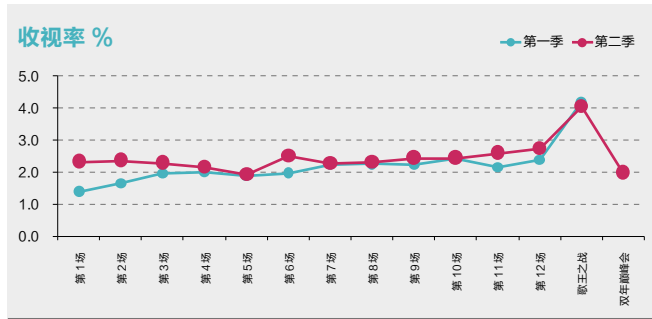
### 三、节目收视

参加《我是歌手》节目的歌手都是在华人圈内拥有较高知名度、曾有唱片发行实力的歌手，因此第一季第一场在71大城市中的收视率就达到1.37%，3期之后的收视率就稳定在2.0%到2.5%的区间，最后一场歌王之战在黄金时段播出，收视率更是蹿升至4.18%，跻身高收视歌唱类节目的行列。

第二季节目移师黄金档，延续第一季的热度，首期节目收视达到2.33%，之后各期也都稳定在2.0%-2.5%的区间，突围赛和半决赛的收视突破2.5%的水平，歌王之战一场收视与第一季接近，也突破4.0%的水平。双年颠峰会一场调整到22:00-24:00时段，收视回落至2.0%的水平（图1）。

从71城市观众整体收视水平观察，《我是歌手》第一季就达到了2.36%的收视率水平，同时段份额9.91%，第二季移至黄金段播出后收视率略增至2.53%，同时段市场份额在6.95%。两季节目播出时段的调整在城市观众中变化并不明显，但在全国网观众中则有明显反馈，第二季平均收视率1.88%相比第一季提升约40%（表1）。

图1 《我是歌手》2013-2014年两季收视走势（71城市，周五，第一季22:00-24:00，第二季20:00-22:00）



数据来源：CSM媒介研究

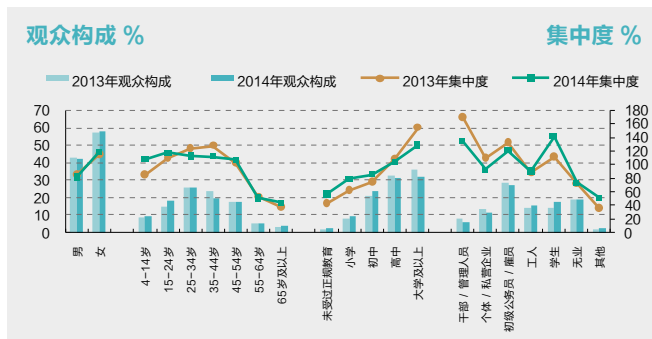
表1 《我是歌手》不同市场收视表现

年份	71城市		全国测量仪网	
	收视率%	同时段市场份额%	收视率%	同时段市场份额%
2013年	2.36	9.91	1.33	6.99
2014年	2.53	6.95	1.88	5.52

数据来源：CSM媒介研究

在71城市中，两季《我是歌手》在湖南卫视的观众结构对比没有显著变化，都在55岁及以下的观众群中获得了较好的表现；学历程度上，高中及以上学历的观众不仅占比达到2/3以上，收视集中度也较高；职业类别上，干部/管理人员、初级公务员/雇员、学生群体的集中度都较高（图2）。

图2 《我是歌手》两季节目观众构成与集中度（71城市）



数据来源：CSM媒介研究

## 四、节目特色

### 1、节目定位：回归音乐本质

在观众对“快男快女”等一批音乐选秀类节目出现收视疲劳的时候，湖南卫视积极寻找歌唱节目新的突破点。《我是歌手》节目邀请已发片的成名实力歌手，配备顶级乐队、音响、调音师、灯光师，让歌手在最优的音乐设备配置环境中尽情发挥，让节目现场及电视机前的观众在家也能享受到绝无仅有的超震撼豪华演出，真正带观众回归音乐的本质。节目总导演洪涛表示“观众不需要知道歌手背后的故事、经历，启用这样的配置，就是要让普通的老百姓被现场歌声打动，完完全全靠现场音乐的冲击力去打分投票”。节目良好的收视证明只要真正尊重音乐，体现真诚的态度，不需要编故事、不需要炒新闻、不需要假唱假弹，音乐本身的力量就足以聚焦大家的关注。

### 2、歌手配置：混搭出新鲜感

由于不是从平民中挖掘草根明星，参加节目的都是已经成名的实力歌手，第一季的参赛歌手包括羽泉、林志炫、杨宗纬、黄绮珊、彭佳慧、辛晓琪、周晓鸥、沙宝亮、尚雯婕、陈明、黄贯中。第二季邀请了韩磊、周笔畅、张宇、邓紫棋、罗琦、韦唯、曹格、张杰、茜拉、动力火车、满文军、品冠。他（她）们成名的年代不同，粉丝及听众也有一定的差异，但他们的歌唱实力都曾经得到市场的认可。

节目本身通过对不同年龄段、不同风格歌手的混合搭配，有效地扩大了节目的受众面。连续两季节目在55岁及以下年龄段观众中的收视率都在2%以上，集中度也都高于100的平均水平。把湖南卫视高收视人群从相对年轻的观众群有效地延伸到40、50岁的中年观众，也是节目最终获得高收视的重要保证。不同类型歌手的混搭，不仅让观众有新鲜感，也让不同歌手在差异化的演唱风格碰撞中激发出更大的能量。

### 3、制作手法：突出歌手与保持悬念

与其他歌唱节目更突出模式不同，《我是歌手》更多地展现参加节目的歌手本身，首先是特别设置了经纪人环节，保证

歌手回到熟悉的日常环境,有利于歌手更真实地展现自我。其次拍摄他们从赛前准备到候场、观战、登台、下台聚到休息室、最终知晓排名全过程,将歌手“台前幕后”的全景真实展现,让观众能全方位的体验。第三,通过歌手对精心选择的不同风格歌曲的演绎,将歌手的个人魅力全方位地展现,观众也重新发现了歌手。其中部分歌手从大家不太熟悉到红遍大江南北,有些从逐渐被淡忘到强势回归,还有一些歌手极大开拓了新的歌迷群体。将聚光灯集中投在歌手上,让歌手珍视这个舞台,才能让歌手迸发出更多的能量。

悬念的设置是电视节目制作时提高节目收视的重要手段。带有悬念的电视节目普遍受到观众的欢迎与喜爱,这种电视节目能够有效地调动观众的感官,产生观看的愉悦感受。《我是歌手》在节目制作时也在各环节加强悬念的设置,打破观众的预期从而调动观众。首先,参加节目的歌手在首次演唱前都不知道其他参与节目的歌手都有谁,选手淘汰后替补上来的歌手

会是谁也是悬念。其次,在选歌上,除了第一次参赛可以唱自己的代表作外,其他场次一定要翻唱其他歌手的歌曲,其他歌手会演唱什么歌曲也都没有更多信息,观众对歌手的翻唱效果也都有全新的期待。第三,由于是录播节目,为了保持悬念,参与录制的现场观众都需要签署保密文件,公布排名的时候也只在歌手没有现场观众。在网络信息快速传播的环境下,电视机前的观众在看到电视节目前仍保有足够的悬念感,并不会通过网络获得太多“剧透”信息。

《我是歌手》作为广电总局推选的典型节目形态之一,它定位准确、让音乐本身的力量真正感动了大家,因此在激烈的综艺节目竞争中占有了自己的一席之地,也凸显了湖南卫视在综艺节目创新上的能力。程社坤

