

国产版《乐高大师》平淡收官 为啥引进国综总是“差口气”

全靠选手“神仙打架”，制作拉胯遭诟病

《乐高大师》节目引进自《LEGO Masters》，这档节目从2017年起在英国、美国、澳大利亚等国家播出，节目以乐高比赛为主体。乐高这种被不少人认为是小孩子才玩的积木玩具在大师级玩家的手里足以组建出一个奇幻世界。乐高竞技对于普通大众而言并不太熟悉，在竞技类综艺中也是相当冷门的题材，但顶级玩家所搭建出的乐高成品确实叫人叹为观止。

《乐高大师》的游戏规则和海外版大同小异，由节目组给定主题，参赛队伍根据主题在限定的时间内自由发挥，然后由大师级乐高玩家给予评分。节目流程非常常见，观众的注意力自然会放在乐高作品和节目的综艺效果上。

《乐高大师》的选手着实给力，节目几乎是把国内顶级的乐高玩家汇聚一堂，主题也很有本土特色，怀旧风的盘古开天地，传统文化风的鹊桥、玉兔、童话风的城堡，选手们的作品着实让人大呼神奇。但略显拉胯的节目制作却被不少网友批评，摄影棚打光一塌糊涂，棚内布置有些敷衍潦草，制作乐高只有十个小时实在不足，节目主持颇为无趣，汽车广告的植入太过生硬，强凹煽情更是叫人难以接受。这档节目的亮点本应该聚焦在乐高积木的拼搭过程和最终作品的细节，但实际成片作品中展示一笔带过，细节亮点几乎没有，作为竞技节目的悬念设置和气氛推进也不足。

引进国综水土不服，原创综艺为何这么难

海外版《乐高大师》最受观众欢迎的点在于节目的观赏性和竞技性极佳，参赛选手也各有特色，主持人非常有梗，将作品展示作为节目核心，让观众被乐高玩家们的创意脑洞所吸引。国内引进版《乐高大师》平淡收官，只能说是美中不足，没有发生“翻车”事故，但很多引进国综直接就是“车祸现场”，惨不忍睹。

改编自美国真人秀节目《粉雄救兵》的国产真人秀节目《你怎么这么好看》就上演了一出极为惨烈的翻拍事故，以打破刻板印象、帮助素人重新寻回生活自信为主旨的《粉雄救兵》迄今为止播出了六季，评分均在9分以上，而《你怎么这么好看》采用了相同的模式，最终收获了2.2的超级低分。借鉴或者引进海外优秀综艺本常见，成功案例也有不少，大家熟悉的综艺《幸运52》《开心辞典》等综艺都脱胎于欧美综艺节目。此后以《奔跑吧》为代表的韩综被大量引进国内综艺市场，《爸爸去

哪儿》《中国好声音》等诸多红极一时的综艺节目在历经多年播出后也走向疲态，人气大不如前，《青春有你》《创造营》等来源日韩的真人养成类选秀节目更是乱象丛生。

搬运海外综艺节目自然是好办法，省去了市场检验的风险，也有了现成的模式，但水土不服的问题似难以克服。老牌综艺的退化和综艺节目模式的僵化也在倒逼国内综艺节目寻找别的出路。原创综艺风险性高，一个崭新的节目模式确实让诸多平台方内心打鼓，为了打个保险牌会更倾向于投资具有成功市场案例的综艺节目，这也大大削弱了制作方做原创综艺的动力。

如今，国产综艺开始往传统文化领域发力，《典籍里的中国》《舞千年》等节目的成功也印证了这方面还有大有可为，2022年国产综艺又能否在困境中走出一条属于自己的路呢？

据扬子晚报

去年12月底，竞技类真人秀综艺节目《乐高大师》平淡收官，从9月17日在深圳卫视首播以来，这档节目所受到的关注度并不算高，有740人最终给出了7.3分的评价，中规中矩。但是这档节目的原版《乐高大师》却是一档在全球范围内都备受瞩目的高分综艺，引进的原版非常优秀，怎么成了国综就总是“差口气”？



记者11日从中国电影艺术研究中心了解到，截至目前，中国电影观众满意度项目完成了第七个年度调查，2021年年度观众满意度得分85.2分，为七年来最高值。

据了解，从满意度三大指数来看，2021年年度观赏性、思想性得分分别为85.6分、85.9分，较去年稳中小涨；年度传播度得分83.1分，较去年同期增长2分，表明今年观众分享传播的热情较去年相比有了明显改观。

从各档期来看，与去年同期相比，2021年暑期档、国庆档和初冬档满意度均同比增长，仅贺岁档

中国电影观众满意度创新高

略有下滑。其中2021年国庆档观众满意度89.1分，为历史调查44个档期的最高分；暑期档满意度85.6分，居历史调查第4位。年内档期高满意度有效助力电影市场信心重建。

从2021年单片满意度前十名影片来看，各档期、各类型均有高满意度精品产出。向建党百年献礼、向时代精神致敬的新主流影片占据满意度高位，如国庆

档《长津湖》《我和我的父辈》、暑期档《革命者》《1921》《中国医生》，满意度均超87分，居年度前十名榜单前列。春节档上映的《你好，李焕英》以贴近生活、真情实感与大众产生强烈共鸣，满意度居年度第四位；另外，《怒火·重案》《悬崖之上》《雄狮少年》等影片也以较高的类型化创作水平得到了观众的高满意度评价。

中国电影观众满意度调查由中国电影艺术研究中心联合艺恩数据进行，是一套独立于票房之外的电影综合评价体系。满意度调查采用影院现场抽样调查、一线从业者和专家在线调查、大数据抓取分析等方法，以观赏性、思想性和传播度三大指数对国产电影进行综合评价，并引入新鲜度指标评价影片创新性。调查样本分为普通观众、专业观众两个群体，覆盖全国一二三四线城市。截至2021年贺岁档，中国电影观众满意度调查已完成了7年、共44个档期调查。

据人民日报海外版