

火了一个夏天的男团女团如今还好吗

同为热门综艺诞生的偶像团体,NINE PERCENT和火箭少女101在火了一个夏天后,如今却交出一份差异不小的成绩单。一边是NINE PERCENT粉丝诉求联盟”针对NINE PERCENT出道半年无团体作品、团综《百分九少年》屡次被无故推迟以及团队合体时间少的现状进行控诉,另一边则是火箭少女101穿梭于各大时装周,新推出的代表作《卡路里》也一直热度不减。鲜明的对比不免让人们好奇,究竟是什么原因令两个偶像团体产生如今的差异?

成绩冰火两重天

一封诉求书,让NINE PERCENT再次登上了热搜。粉丝通过诉求书表示,NINE PERCENT自4月6日出道以来,半年时间内不仅无团体作品推出,出道之日承诺的团综《百分九少年》也屡次被无故推迟。针对诸多问题,NINE PERCENT粉丝诉求联盟诉求爱豆世纪、爱奇艺及各相关经纪公司协商处理相关问题。

粉丝一条一条的控诉,反映了NINE PERCENT出道以来的现实情况。脱胎于热门综艺《偶像练习生》的NINE PERCENT,虽然始终保持高人气,但却一直“风波”不断,不仅在作品方面较为“惨淡”,出道半年无团体音乐作品发布、最初定于5月中旬上线的团综《百分九少年》屡次无故延期,现已推迟至11月30日,此外,团队成员也频繁缺席团体活动难以合体,甚至还有团员二次出道、自立门户成立工作室,引得



业界猜测不断。

与NINE PERCENT不安稳的情况相比,同样从热门综艺中走出的偶像组合火箭少女101,似乎正在慢慢走上正轨。北京商报记者观察发现,虽然火箭少女101在成团之后也曾出现过团员分裂的情况,比如孟美岐、吴宣仪、张紫宁在成团仅48天时的退团风波,但在成团3个多月后,火箭少女101逐步向外界交出一张张成绩单:不仅拿到麦当劳、OPPO手机、汰渍等品牌的代言,在NINE PERCENT“短板项目”团综及团体音乐作品方面,火箭少女101的专属团综《火箭少女101研究所》至今已播出14期,且该组合还发布了《卡路里》、《撞》《Light》等作品。

幕后推手引质疑

尽管依托热门综艺出道,偶像团体本身自带流量,但如今发展态势却是冰火两重天,使得团队背后的运营公司也格外引人关注。一米观察创始人王毅表

示:“男女团的运营战略不同,因此主观方面,运营公司的经验以及提供的资源、投入的财力很关键”。

公开资料显示,NINE PERCENT的运营公司为爱豆世纪,据天眼查显示,该公司成立于今年3月,由《偶像练习生》制片人姜滨担任法人代表,爱奇艺持股占比55%。然而,拥有视频平台的资源支持以及综艺节目的制作经验,爱豆世纪运营NINE PERCENT半年后的成绩单却是无团综、无团专、鲜有团队合体时间的“三无团队”。而火箭少女101则是由哇唧唧哇、海南周天娱乐有限公司运营。公开资料显示,哇唧唧哇于2017年正式成立,虽然成立时间不长,但该公司的创始人曾任职天娱传媒总经理《明日之子》《快乐男声》等节目幕后推手的龙丹妮。

“对于如今状况,不得不说与NINE PERCENT出道早于火箭少女101,热度有所下降有关。另外,NINE PERCENT中头部成员流量高于其他成

员在原生经纪公司的发展更好,团体配合度更高,因此各原生经纪公司对各自男团的投入及注重程度比对NINE PERCENT大。而火箭少女101,除杨超越、孟美岐等热度较高外,团员个人缺少亮点,因此需要靠团队整体来拓宽市场、保持组合热度。”王毅强调。

“限定发展”更需长远规划

在从业者看来,NINE PERCENT与火箭少女101由分属于不同经纪公司的艺人组成,因此既有机会集合各家经纪公司的优势与资源实现更好地发展,也有可能因公司之间就具体项目未能达成一致导致在实际运营过程中出现诸多问题,这就需要运营公司与成员的原生经纪公司保持较好的协商与沟通,共同从定位到未来的演艺道路进行长期规划,而不能一手把控艺人资源。

团体成立之后,如果没有新作品及新综艺,组合热度必然会下降。王毅表示:“术业有专攻,在综艺节目方面,平台的资源以及宣传推广资源要为团队足够的支撑。在艺人方面,需要配备专门的经纪团队运营。同时,应对团体做一个三年到五年的规划,选秀出道只是第一步,团队后期规划、投入同样关键”。

长期品牌的塑造对于偶像团体的发展很关键。新元文智创始人刘德良表示:“对于艺人来说,最重要的应该是具备高质量、被市场认可的作品,通过有代表性的作品才能保持团体的高热度,这有利于团体品牌的塑造”。

北京商报记者 卢扬 金延娣

2018北京国际设计周参与观众超800万

北京商报讯(记者 郑蕊)10月7日,2018北京国际设计周在京闭幕。本届设计周由设计博览会、主宾城市、设计之旅等10个板块组成,共设置49个分会场,举办上千项设计活动。来自30多个国家的万余名设计师及设计机构代表参与了本届活动,吸引现场观众超过800万人次,另有国内外上亿人次通过网络展览、在线直播等形式参与关注。

根据文化和旅游部、北京市

委市政府的工作要求,本届设计周聚焦设计与文化、科技及相关产业的融合发展,提升产品和服务质量,助推国家经济结构的供给侧改革;助力京津冀协同发展;聚焦首都全国文化中心的建设,发挥国家平台高端资源集聚、示范、引领和辐射作用;特别关注设计助力非遗等传统文化的保护传承与创新;聚焦北京疏解非首都功能,构建高精尖产业结构,推动老城区有机更新、腾笼换鸟

和新兴业态的发展。

与此同时,本届设计周还秉承“大设计”理念,高度重视专业内容建设,彰显首都全国文化中心功能定位。其中,本届设计周重点设立的非遗设计板块,旨在让“现代设计走进传统工艺,传统工艺融入现代生活”,让社会大众充分感受创意设计在传统文化传承创新、城市文化遗产保护、非遗融入现代生活等方面所发挥的积极作用。

《金庸作品集》黄金周人气最高在线阅读物

北京商报讯(记者 卢扬 金延娣)10月8日,掌阅公布“十一”黄金周期间读者最爱阅读的出版书排行榜,第一名被刚刚在国内上架的《金庸作品集》摘得,该作品集是金庸先生历时六年完成全部作品第三次修订的最新版本,一上架就赢得了近百万人气。

近年来数字阅读用户群中年轻读者的比例越来越高,青春文

学也颇受欢迎,这也在排行榜上有所体现,第二名和第三名分别为青春古典言情小说《梦中欢》和青春成长类小说《凉生,我们可不可以不忧伤》。

值得注意的是,掌阅自出版的作品也出现在榜单中,即《回眸一笑》和《十九岁的时差》,并分列第六名和第七名。其中《十九岁的时差》是王俊凯的首部个人图书

作品,于9月13日纸电同步首发。

掌阅高级品牌总监范彬彬表示,时下影响人们注意力的内容很多,一本新书在打磨内容的同时,也需要在出版策略上进行深入研究,找对目标人群,提供更丰富的内容和体验;而对于经典作品,主要出版机构和数字阅读平台给予足够的曝光,其就会不断散发耀眼的光芒。

“城市艺见”首推文化活动落地天宁1号

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 穆慕)以“全球在地性下城市工业遗产的在地表达”为视角展开的公共活动“城市艺见”日前首次亮相北京,活动期间对公众免费开放。

镜面材料的祥云,吊装在横跨在一块矩形草坪的大型龙门吊上,倒影出天宁1号园区高耸的烟囱和与园区一墙之隔的天宁禅寺的宝塔,照映在天宁寺历史与天宁1号园区的历史之间。

“城市艺见”是由湖光山色组织策划并联合北京天宁1号产业园、松果生活、沙龙掌拍、疆进酒、QIAN PROJECT、ASA基金会等文化艺术机构联合发起的一个艺术公共项目,同时也是2018北京国际设计周艺术之旅项目及北京惠民文化消费季的系列活动之一。

历时9个月的筹备,由“艺见论坛”“艺见在地创作展”“艺见生活”三大板块内容及多元的艺术现场构成。内容方面融合了视觉、听觉、触觉等多感的艺术体验。其中,论坛活动内容围绕着旧厂区改造和城市公共空间的美学实践展开,邀请了来自建筑、艺术、城市规划等领域的专家学者参与。

为更好地表现活动内容及主题,主办方邀请了王茂、杨倩、丁浩、漠、胡睿鹏、黄莎莉、苗春雨7位艺术家根据天宁1号园区的历史文化和人文环境进行在地驻留创作。

遗失声明

北京妙泉祥玉茶叶销售中心(注册号:110106604828436)不慎遗失营业执照正本,特此公告。

2018年10月12日