



本季“达人”卓君

有网友质疑《中国达人秀》有“猫腻”
作为全国101家强势媒体——

本报记者亲临“达人秀” 现场投票见证冠军诞生

现场根本没有“内定”之说
透露一点：“我投票给了菜花甜妈”



伊能静和小
选手乌达木



上海地区收视32.6%，全国收视5.9%，
7月10日晚，上海八万人体育场，东方卫视
第二季《中国达人秀》的收官之作“梦想之夜”，在给了众
多普通人实现梦想、见证奇迹机会的同时，也成功让自
己问鼎梦想中的收视佳绩。当晚，本报作为全国特邀
101家媒体之一，现场参与了“中国达人”的投票，街舞达
人卓君最终战胜“送你葱”的菜花甜妈，荣获“中国达人”
称号。两天来，网上有不少人质疑这个结果，怀疑其中
有“猫腻”，本报记者作为全程参与记者之一，向大家解
密投票过程。

晚报记者 杨宜锦



周应达



韩庚做表演嘉宾

A 101家媒体投票 本报是其中之一 记者投票给了“菜花甜妈”

7月1日，东方卫视宣传组工作人员联系本报记者，称2011《中国达人秀》年度盛典即将在上海举办，邀请记者前往采访。

7月8日，东方卫视在上海召开新闻发布会，宣传现场的全国101家媒体代表将在第二季《中国达人秀》年度盛典上进行最为重要的表决，媒体投票将决定“2011中国达人”奖项的归属，也将决定谁来代表中国，参与世界达人的全球巡演，记者发现，这101家媒体来自全国各地，每省均有媒体参加，河南有两家媒体参与，本报即是其中之一。之所以有此环节，达人秀宣传组负责人表示，这就是为了增强全国强势媒体的参与，从而向全国观众以示公正。

7月10日，年度盛典“梦想之夜”于19时30分启幕，下午6时所有媒体记者聚集在上海八万人体育场。在候场过程中，工作人员反复向大家说：“你们想投谁就投谁，谁当冠军对我们来说没什么差别。”之前在某些选秀比赛中的“内定”传说，在“达人秀”的舞台上没有出现。颁出了几个单项奖后，时针已经指向了23时30分，101个媒体评委被分为10组，本报记者在第八组。

投票前，101位记者就开始紧张起来，甚至不少记者开始为自己心仪的选手拉票，由于记者们对于每位选手都已经十分熟悉，大家基本心里都有了“最终人选”。各投票小组在后台一组一组分别投票时，尚在后台排队投票的记者紧张地看着后台同步直播的电视，关注着自己心仪选手的票数，并不时发出紧张的喊叫声。

经过一番纠结，记者下定决心选菜花甜妈：55岁的菜花甜妈，歌喉惊人，虽然连26个英文字母都不全，至今不懂一句意大利语，但这位中国卖菜大妈“勇敢地”用她熟悉的蔬菜名称彻底改造了西方名曲，更用天籁歌喉将它演绎得有声有色，平凡人的梦想在她身上有了完美体现，而当晚她的一曲意大利语《今夜无人入睡》震撼得现场雨点都停了。但最终因她与苏珊大妈的同质性强，才艺相对单一，而被19岁的卓君领先一步，未能登顶年度总冠军“中国达人”。但下台后，甜妈仍然很兴奋，一一和支持她的记者握手后表示，“能够唱到上海八万人体育场，我已经没有遗憾了。”



菜花甜妈



苏珊大妈也来捧场

B “年度盛典” 广告收入可观 总价值超过3000万元

昨日，记者从达人秀宣传总监陆伟处了解到，“年度盛典”的广告收入十分可观，轻松赚了千万。他也不无自豪地说：“达人秀是我们最赚钱的节目。”

不过有网友表示疑惑，这么大型的一台演出，请到了苏珊大妈和RazyGogonea等“国际达人”，还有李宇春、韩庚等当红偶像献唱，何况还是不对外公开售票、全部赠票的模式，是不是亏本赚吆喝呢？

本报记者就此采访了陆伟，他脱口而出：“亏是不可能的。”之后向记者分析，节目组承担的成本费用无非是搭台，这部分大概在两三百万元，其他就是达人选手的食宿和机票等费用，大概几十万，“总体成本应该不到三四百万吧。”

相比之下，广告收入就显得非常可观。陆伟透露，原本每期节目在晚上9点30分播出，但10日晚7点30分就开播了，多出来的两个小时这部分时段，拍卖掉的广告就达到

1400万元，还不算原本两个半小时中的广告收入，再加之总冠军和联合赞助的广告投放，《中国达人秀》年度盛典广告总价值超过3000万元。当然，苏珊大妈来沪演出的出场费和差旅费也是一笔不小的数目，但陆伟表示这是商业机密，而且对方严格要求，即便是几位数也不能透露，“但除去苏珊大妈的费用，还是赚不少。其他嘉宾基本都没要出场费。”

至于许多观众抱怨广告实在太多，陆伟表示，可能因为以往综艺节目都是开头和片尾的广告，而且没有悬念设置，但年度盛典的广告都是在悬念关头，所以大家比较焦急，“但是我们广告时长绝对没有超标。”

陆伟同时透露，第三季“达人秀”已经决定从8月正式启动，“开始全国招募，范围将比第二季扩大，我们将设立30多个招募站。相信梦想、相信奇迹的中国达人们，欢迎你们的加入”。10月将进入节目录制阶段，11月正式登陆荧屏。

C 达人秀走红 引起世界广泛关注

随着达人秀的持续走红，追逐梦想开始成为国人日常生活中的关键词。有网民评论说，一档选秀节目让我们从对“房子和物质生活”的焦虑中摆脱出来，关注梦想、天天向上，找到了一种精神力量。

跟随这档节目成长的上海喜剧明星周立波惊叹，“那些看着《中国达人秀》并为之动容的观众，已经开始从关注别人的梦想到发掘自我的梦想。很多人开始觉得，梦想和生命一样重要。”

“《中国达人秀》已经引起了世界其他地方的广泛关注。”《达人秀》节目的英国版权方代表在上海说，去年10月11日，首季《中国达

人秀》落幕后的第二天，伦敦地铁上的白领们人手一份报纸，头条新闻就是“中国选出了自己的达人”。这位版权方代表感叹说，虽然英国人创造了《达人秀》这个品牌，中国人却给《达人秀》注入了自己的“灵魂和精神”。这档节目无疑是让世界了解当下中国人奋斗精神最好的一扇窗口。

而此前，第一季《中国达人秀》节目已经被引进新加坡，在黄金时段播出，获得了很高的收视率。目前，第二季《中国达人秀》经过整理后，将会有专门机构负责其国际发行，“相信第二季节目在国际上的影响将会超过第一季”，宣传组的罗小姐表达了对达人秀的信心。