

# 从《梦想的声音》 探讨中国软实力在新马地区的影响

陈子轩 4B121

## 一、引言

随着中国大陆经济的崛起，中国流行文化已渐渐成为一种提升国家文化软实力的一种战略力量，而此文化软实力已通过电影、电视节目、歌舞晚会等<sup>1</sup>通过大众传播媒介的渠道遍布了亚洲地区。美国南加州大学美中学院院长杜克雷说：“中国在文化娱乐以及体育等领域都在取得成功，”<sup>2</sup>。中国在近几年来制作了如“中国新说唱”、“流浪地球”等受到世界各地关注的优秀电视节目及电影，可见中国流行文化对提升中国在全世界的形象以及扩大中国软实力影响范围提供了很大帮助。

## 二、文献综述

目前的研究未在探讨中国软实力的发展时从节目的角度出发，也没有考虑到科技的发展和网络的开发对中国传播软实力的过程带来的影响。与此题目最有关的学术论文“十年来中国软实力发展研究综述”<sup>3</sup>是在2009年完成的，而软实力的传播方式自2009年已有了新的进展。本文将会以《梦想的声音》节目为出发点，并考虑网络开发给软实力传播过程带来的影响，探讨中国软实力在新马地区的影响。现有的研究结果如“华侨华人与中国软实力：概念、方法及理论”<sup>4</sup>、“浅谈中国软实力在非洲的应用”<sup>5</sup>、“论跨文化传播活动中我国文化软实力的提升”<sup>6</sup>都专注于中国软实力的评述观察，对中国流行文化的整体观察进行分析，而没有从流行电视节目入手看中国软实力的提升。本文将会在这方面加以补充。

<sup>1</sup> 贾. (2012, June 20). 流行文化软肋拖累中国软实力. Retrieved March 10, 2019, from <http://theory.people.com.cn/GB/82288/112848/112851/18241950.html>

<sup>2</sup> 沈. (2017, July 24). 美国学者认为中国软实力不断上升. Retrieved March 10, 2019, from [http://www.xinhuanet.com/world/2017-07/24/c\\_1121372801.htm](http://www.xinhuanet.com/world/2017-07/24/c_1121372801.htm)

<sup>3</sup> 桦, 房. (2009). 十年来中国软实力发展研究综述. Retrieved June 3, 2019, from <http://niis.cssn.cn/webpic/web/niis/upload/2012/12/d20121206214352298.pdf>

<sup>4</sup> 锋旺, 汤. (2013). 华侨华人与中国软实力: 概念、方法及理论. Retrieved June 3, 2019, from <https://core.ac.uk/download/pdf/41453107.pdf>

<sup>5</sup> 桦, 房. (2009). 十年来中国软实力发展研究综述. Retrieved June 3, 2019, from <http://niis.cssn.cn/webpic/web/niis/upload/2012/12/d20121206214352298.pdf>

<sup>6</sup> 琳, 杨, & 楠, 申. (2012, January). 论跨文化传播活动中我国文化软实力的提升. Retrieved June 3, 2019, from <http://niis.cssn.cn/webpic/web/niis/upload/2012/12/d20121208150728043.pdf>

### 三、研究问题

#### （一）研究目的

本文的研究目的为通过分析《梦想的声音》在新马地区的成功及影响，了解中国如何体现在新马地区体现软实力，分析中国软实力在新马地区的表现及形式，并探讨中国软实力对新马地区的影响层面及效果。

#### （二）研究方法

本文通过定性分析法（文本分析、文献对比、新闻报道、参考论文、书籍）探讨中国软实力发展趋势和方式，以及定量分析法（数据统计及分析）进行对节目的研究。

### 四、软实力与流行文化的关系

“软实力”的理论最初是由美国哈佛大学教授约瑟夫·奈尔所提出，是一种隐形又强大的力量。软实力指一个国家文化价值的感召力、政治制度的吸引力和国民形象的亲和力释放出来的无形影响力，能够在很大程度上影响国家文化被普遍认同的程度，通过各种体现方式深刻影响人们对国家的看法。近几年来，随着各大媒体的发展，文化的吸引力和感染力似乎成为了国家软实力的最重要来源之一，通过企业、品牌形象、面向世界的传媒体系以及流行文化散播国家的文化感染力。

流行文化是提升国家文化软实力的一种战略力量，不仅是指文化自身蕴涵的内在力量，而且还包括一种能够被他者认同、被别人接受的文化力量。流行文化在人们的现代生活中都扮演着重要的角色，既是一种娱乐的来源，也是一种重要的资讯来源。“许多知识分子和批评家因为流行文化露骨的商业性而对它嗤之以鼻。他们认为流行文化所提供的只是大众娱乐而非信息，所以没有什么政治效应”<sup>7</sup>，也有人认为流行文化只是通过纯粹的市场力量和享乐主义来诱人，但流行文化对不同阶层、不同民族、不同信仰和不同利益群体的人都具有普遍的吸引力。用软实力理论的创立者约瑟夫·奈的话来说，它的积极作用会使国家在推行其政治政策与国家利益时更加容易，也更加有效。可见，文化产业的发展，对于一国的软实力建设，是具有重要推动作用的，也正是因为这种联系，文化产业最为发达的美国，拥有世界第一的文化软实力，成为世界各国文化主权的首要威胁。

### 五、《梦想的声音》节目介绍

---

<sup>7</sup> 巍, 高, & 书缘, 朱 (Eds.). (2012, June 20). 流行文化软肋拖累中国软实力. Retrieved March 24, 2019, from <http://theory.people.com.cn/GB/166866/166886/10222627.html>

《梦想的声音》是浙江卫视所打造的音乐节目，于2016年11月4日正式播出。此节目以切磋的方式让节目导师与素人歌手相互讨教，切磋唱功。选手获得讨教资格后，就可以从导师当中选择一组进行讨教。选手的选曲是自由的，而导师的选区是由节目经典环节“惊曲榜”所决定，当中包括华语乐坛经典歌曲。《梦想的声音》借鉴国外熟悉的The Voice歌唱比赛专营权的节目形式，并做出了属于自己独特的风格。这包括素人歌手与导师的讨教环节，改编于The Voice选手与选手之间竞争夺冠的环节，而“讨教”环节体现出了中华文化的特点之一。

谈到流行文化对外界，特别是对亚洲地区的普遍吸引力，中国流行文化在近几年来可说是经过了天翻地覆的该改变。从上世纪八九十年代开始，在国家文化软实力的建构方面，中国面临的最主要问题是流行文化产品还不具备与海外同类产品相抗衡的软实力，进而不能够承担起文化价值观的传播作用。这时候的中国还深受港台文化的影响，缺少标准化、系列化的大众文化产品，特别是缺少带有国家品牌标志的流行文化代表作。而对于外界来说，这些文化产品无法赢得大众的普遍心理认同，也许是因为中国当时一向来更习惯通过强迫、强制的方式让人们接受信息，反而文化软实力更多地是通过自觉、自愿的方式让外界接受，因此中国早些年在这方面无法达到明显的成功。

中国流行文化真正进行改革的时段是从2010年之后开始的。根据韩国媒体公司JoongAng Daily报道，中国从2014-2018年推出了34个与韩国节目相似的真人秀节目，抄袭的形式从复制图形设计到格式。虽然其中三个节目已与原作的创作者达成协议，但绝大多数节目从未对声明做出回应<sup>8</sup>。然而，笔者相信是这种经验让中国制作人有机会了解如何真正接触与吸引观众，通过尝试不同的节目类型以查明吸引新观众的最佳方式。这些节目就包括了奔跑吧兄弟、中国好声音、爸爸去哪儿等等，当中还有“奔跑吧兄弟”的节目有机会与韩国电视台SBS的《Running Man》联合制作<sup>9</sup>，分享收益<sup>10</sup>，吸引已关注韩国电视节目的海外观众，让中国制作的节目在外界得到更多的认识。

中国的流行文化发展迅速，属于成长阶段，虽然已在周围国家和亚洲地区取得一定的成功，但未发展于美国流行文化传播的地步。近几年来，我们已看到了大陆崛起，港台没落。大陆有了更多国内制作，而中国庞大的市场有助于鼓励更多大节目的制作。有了更高水准的国内节目，中国人把注意力转到自己国内制作的节目，而亚洲的注意力也有所转移。中国制作的节目越来越贴近大众，越来越“中国化”，像“延禧宫略”的宫廷剧已成为世界谷歌搜索次数排名第一的中文节目<sup>11</sup>。《梦想的声音》已在Youtube及面子书等大社交媒体平台取得佳绩，目前上传节目视频的官方Youtube频台（浙江卫视音乐频道）已有一百万订阅者，最受欢迎的视频为林俊杰《输了你赢得世界又如何》，已有8300万的观看量。

<sup>8</sup> 프듀'부터 '미우새'까지... 중국이 표절한 국내 예능 34 건. (2019). Retrieved 11 July 2019, from <https://news.joins.com/article/23027397>.

<sup>9</sup> 中国版 RM 名字定奔跑吧兄弟 邓超担当刘在石重任. (2019). Retrieved 12 July 2019, from <http://www.zjstv.com/news/zjnews/2014/07/2014-07-09315428.html>

<sup>10</sup> 《奔跑吧兄弟》制片人：韩式综艺跑进中国要分钱 - 娱乐 - 新京报网. (2014). Retrieved 10 July 2019, from <http://www.bjnews.com.cn/ent/2014/10/28/339001.html>

<sup>11</sup> A guide to the most Googled show on Earth. (2019). Retrieved 12 July 2019, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-46630781>

## 六、研究结果与分析

### (一) 成为本地综艺文化的一部分

《梦想的声音》节目在新马地区深受大众的欢迎，在很大程度上已成为了新马地区综艺文化的一部分，影响层面可从新马电视台外部链接，网友喜爱 Youtube 视频排行榜，及娱乐新闻曝光率看出。

图一

	电视台(外部链接)
第一季	浙江卫视
第二季	浙江卫视、Astro 全佳 HD、Starhub 都会台
第三季	浙江卫视、Astro 全佳 HD、Starhub 都会台

图一显示出《梦想的声音》节目在新马地区受到电视前观众的热烈支持。Astro 全佳 HD 是马来西亚 Astro 拥有的第二个中文高清频道，全天候 24 小时播出，主要播出来自中国大陆综艺、生活、及饮食烹饪节目等等<sup>12</sup>，而 Starhub 都会台是新加坡收费媒体公司星和视界旗下的电视频道之一，以中文广播为主，播出的节目包含综艺节目、电视剧<sup>13</sup>。

《梦想的声音》第一季在 2016 年播出，当年只由中国电视台浙江卫视播出，但自从第二季开始，节目开始由新马电视台 Astro 全佳 HD、Starhub 都会台转播。这说明了节目还没正式在新马地区电视台播出前就已经得到新马地区观众的支持，制造了观众需求。因此，电视台在参考本地观众对节目第一季的喜爱、支持及兴趣之后才会选择转播此娱乐节目，证明了《梦想的声音》已成为电视机前观众娱乐生活的一部分。

根据星和内容业务部总监李素慧，与 2016 年比起来，星和视界 2017 年引进的中国大陆网综不多，但节目数量 2018 年明显增加，而这个数字会有上升的趋势，本地观众口味不断改变，因此必须寻找优质和新鲜的节目。她认为“中国大陆网综不受局限、创新，内容千姿百态，也有无限可能，因此能吸引更多不同层面的观众，尤其是年轻族群。”

根据李素慧，数据显示，歌唱类综艺似乎比较受欢迎，包括非网综《The Voice 决战好声音》《歌手 2018》《梦想的声音 2》等，因此在选购中国大陆网综时，星和视界会朝歌唱类节目的方向继续探索<sup>14</sup>。

<sup>12</sup> ASTRO QUAN JIA HD [Ch 308]: Channels: What's On: Astro. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <https://whatson.astro.com.my/channels/astro-quan-jia-hd/158/?cat=variety-entertainment&stb=308&lang=chinese>

<sup>13</sup> HUB 都会台. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.wikiwand.com/zh-cn/HUB都会台>

<sup>14</sup> 中国综艺节目 网络与电视大战. (2018, July 25). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/zentertainment/movies-and-tv/story20180725-877887>

图二

2018 最受本地(新加坡)网友喜爱 YouTube 视频 <sup>15</sup>	
1	We Are Singapore (2018 国庆主题曲官方 MV)
2	林俊杰《我们的爱》(《梦想的声音 2》第 11 集)
3	Ryan Sylvia: 12 Types of Classmates (12 种同学)
4	FIFATV: 葡萄牙 vs 西班牙 (2018 世界杯)
5	Jianhao Tan: 12 Teachers You' ll Never Want To Meet (12 种你永远不想要遇到的老师)

图二显示《梦想的声音》节目得到了新加坡网友的支持，林俊杰在节目上改编《我们的爱》歌曲已在 Youtube 平台的收视率突破了 780 万，在 Youtube 推出的 2018 最受本地网友喜爱 YouTube 视频排行榜上排第二，是排行榜上唯一的中国制造节目视频，在海外制作的视频当中排名第一。这说明了《梦想的声音》播出仅仅两年就已经闯入了本地娱乐文化，成为人民娱乐生活的一部分。这也说明了网络和社交媒体在传播中国制作的节目扮演着非常重要的角色，让新马地区的人们认识并接触这些节目和成品。

图三

	星洲网相关报章 (至 2017 年)	日期
1	周兴哲·人生胜利组	星人物   2019-05-04 18:57:29
2	叶于绮 / 厦门六中合唱团: 为经典换上一件新衣裳	试听间   2019-05-07 08:30:46
3	歌手丁当以选手身份参加《梦想的声音 3》，引发网民热议，指她“丁当老师也太惨了 8 (吧)，实力这么强却 flop (失败) 到来综艺当选手……”	娱乐   2018-10-27 18:43:46
4	揪粉吃 Ramly Burger Asam Laksa 当宵夜. 林俊杰撩迷妹喊老婆	娱乐   2018-09-08 16:09:33
5	胡缙颐. 重回乐迷视野	星人物   2018-08-29 16:15:50
6	《这! 就是歌唱·对唱季》·吴宗翰 黄玮昕挑战	娱乐   2018-07-10 16:53:48

<sup>15</sup> 罗瑛玲. (2018, December 06). "We Are Singapore" 本地 YouTube 网友最爱. Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/news/entertainment/story20181207-913846>

7	张靓颖摇滚版《山路十八弯》. 林俊杰: 我火山爆发	娱乐   2017-12-30 16:47:53
8	林俊杰演绎 TFBOYS 歌曲·青春摇滚萌翻全场	娱乐   2017-12-09 12:30:47
9	中国节目《梦想的声音》最新一集中, 林俊杰被选中 TFBOYS 的歌曲《我们的时光》, 青春又摇滚的演出, 让全场观众嗨翻。	娱乐   2017-12-09 12:30:47
10	好评一面倒. A-Lin R&B 重现飞儿乐团《月牙湾》	娱乐   2017-11-28 10:18:40

图四

	早报相关报章 (至 2018 年)	日期
1	《歌手 2019》收视大跌 音乐综艺过气了?	2019-02-22 14:25
2	收视率越来越低, 音乐综艺过气了?	2019-02-15 07:55
3	林俊杰唱完歌大哭 《梦想 3》导演: 他信任舞台	2019-04-16 13:53
4	2018 本地网友最爱 YouTube 视频 国庆主题曲 MV 登榜首	2018-12-06 16:00
5	罗瑱玲: 梦想的声音	2018-11-30 09:04
6	中国节目《我就是演员》走到欧美 章子怡: 证明水准与价值	2018-11-16 12:52
7	林俊杰画烟熏妆变 Rocker	2018-11-13 15:32
8	“讨教”环节升级 “梦想导师”叫苦	2018-10-26 09:11
9	林俊杰三度失声 称“还没回到健康状态”	2018-10-02 11:43
10	中国综艺节目 网络与电视大战	2018-07-25 09:49
11	《中国新歌声》音乐总监刘卓: 新加坡编曲人提升节目水平	2018-07-04 12:03

12	《中国新歌声》学员有来头 传魏如昀将出征	2018-07-02 15:05
13	林俊杰传砸百万 密造虚拟分身	2018-06-30 15:01
14	本地编曲人 Kenn C 首次入围金曲奖	2018-05-17 15:14
15	洪铭铨：《演员的诞生》吃力不讨好	2018-04-17 08:22
16	电台自弹自唱 胡海泉祝听众人日快乐	2018-02-23 11:14
17	吴新慧：就业里的社会流动性	2018-02-11 08:12
18	《梦想的声音 2》最终场 林俊杰、林忆莲同台唱金曲	2018-01-22 03:30
19	《梦想的声音 2》最终场 林俊杰惹哭网友	2018-01-20 15:17
20	品冠改编蔡依林情歌 粉丝林俊杰自叹不如	2018-01-12 09:05
21	郑夏韵 46 岁自资发 EP	2018-01-08 08:04
22	唱王杰歌曲《忘了你忘了我》 林俊杰被张靓颖指是“骗子”	2018-01-06 15:10

图五

	早报娱乐新闻报道次数	星洲日报娱乐新闻报道次数
2016 年	9	0
2017 年	16	4
2018 年	21	4

根据图三至五，“梦想的声音”关键词在新马报章标题出现的次数从节目首次播出的 2016 年到节目播出第三季的 2018 年有所增长。这说明了节目已成为新马地区娱乐文化的一部分，在新马地区也有一定的影响力和观众，有关报道的数目才会增加，原因是因为人们开始对此节目话题感兴趣。这也代表《梦想的声音》节目在新马地区开始越来越流行，受到本地人关注。当有关《梦想的声音》节目的报道数目增加，有关其他中国大陆歌手和艺人，及中国制作电视节目的报道数目也有所增加，因此对于中国在新马地区的软实力的发展是个全方面的扩展。

《梦想的声音》这种华语歌唱节目在新马地区取得的成功也激发了新马版本的音乐真人选秀节目，由马来西亚与新加坡联合打造，称《The Voice 决战好声》，是个以华语歌为中心的节目。一直强调多元宗族社会的新加坡会有《决战好声》华语歌唱节目代表了

《梦想的声音》等中国制作的节目在一定程度上影响了新马地区的娱乐文化，人们也对这种节目起了一定的兴趣，才会有《决战好声》节目的诞生。新加坡广播电台 UFM1003 在举办 U 选 1000 比赛，有请听众提名心目中的歌曲时，发现大部分提名的歌曲都来自《梦想的声音》等歌唱真人秀翻唱的作品，例如田馥甄在《梦想的声音》翻唱陶喆旧作《黑色柳丁》，原唱从未被提名，可见这些节目的影响力<sup>16</sup>。

## （二） 对华语歌曲的欣赏

《梦想的声音》从第一季开始，经典歌曲改编就一直是歌曲演绎中的“重头戏”，也因此成为节目的包装特点之一，选曲以经典为主，强调歌手与观众之间的情感共鸣。经过笔者参考资料统计，该类歌曲占据整季歌单接近三分之二。可改编歌曲的空间让歌手把自己的感情或人生经历投入到歌曲里头，而这也展现出了华语歌与欧美歌曲的不同，在于歌手可通过对歌曲的不同唱法，对歌词的不同强调，甚至完全改变曲风，加入不同乐器，以让歌曲传达更深层的意思，让观众通过节目学会欣赏华语歌曲。

较能够体现出观众通过节目对华语歌的加以欣赏有第一季林俊杰的《崇拜》，及第二集林俊杰的《输了你赢了世界又如何》，在 Youtube 平台的收视率分别突破 900 万和 8100 万。

### 图六



Jeslyn :-P 2 years ago

林俊杰以男生的角度唱出了不一样的内心挣扎以及洒脱，很震撼。

👍 453 🗨️ REPLY

[ 纯享版 ] 林俊杰《输了你赢了世界又如何》《梦想的声音 2》EP.4 20171124

### 图七



yqyqyqyq 2 years ago (edited)

好喜欢的抒情摇滚，深陷于这么大气的编曲和唱法，太喜欢了。虽然对原版也是有很深的情感，可是对于说不感动所以不喜欢的我不太认同，因为这么大气的改编，比如跟“爱”的哥特式一样 根本就不是动人的路线啊。我觉得不是每一首歌曲都存在打动人的意义，也可以是激励你，启发你，带动你，或就是我们凡人只会说的，“好听”。除非你说“我怀念的”并没有感动你，那我也无话可说。反正每一首歌，每一个风格诠释，改编，我都被震撼了

Show less

👍 116 🗨️ REPLY

View reply ▾

<sup>16</sup> "U 选 1000" 开始接受提名. (2017, February 25). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/news/entertainment/story20170225-729009>



以图七中的网友留言为例，可见节目中的歌曲改编能够给观众对华语歌曲带来新的见识，明白华语歌曲的魅力。因为改编的歌曲都属于经典，节目的播出会鼓励观众回想起或自行搜查该经典歌曲的原版。这起到的作用除了让观众通过更多的接触对华语歌曲有更深的喜爱，更重要的用意是让观众通过原版和节目上改编版本的对比认识到华语歌曲的魅力。这些经典歌曲主要注重的是编曲和歌词，而经过此对比，观众可明白华语歌曲的特点在于歌词的美、歌词的发挥、曲风的灵活性改编。这导致华语歌能够真正打动听众心灵的能力远远超越欧美流行歌曲，也成为吸引大众选择听华语歌的最大拉点之一。

图八

关键词	林俊杰《崇拜》《梦想的声音》第12期	林俊杰《输了你赢了世界又如何》《梦想的声音2》第4期
“喜欢”	61	17
“版本”	50	43
“爱”	121	39
“version”	9	0
“2019 还在听”	17	11

根据图八显示的观众留言关键词出现次数，“版本”、“version”显示出观众是有意欣赏新的翻唱版本，并会不时提起歌曲的原版，在留言中与其他网友展开讨论，也因此显示出看得出节目的播出给观众提供了有关中文歌欣赏的新话题。“2019 还在听”的关键词也显示出节目产生的这种影响是较为永久的。

改编华语金曲，这些音乐都是华人音乐的骄傲，在这当中都包含华人文化、华人历史和文字之美、乐律之美、律动之美。节目通过经典歌曲的改编让观众意识到这一点，在现代年轻人往往选择听欧美流行歌曲，不愿意给华语歌曲机会的情况下是至关重要的。

### （三） 价值观（以“寻梦”为例）

《梦想的声音》节目也试着改变了新马地区人民对“寻梦”的想法。十几年前，当新马地区华人想到出道出名，不管是歌手、艺人，都会向往着到台湾发展，也有好多新马歌手如梁静茹、林俊杰、孙燕姿、曹格、蔡健雅到了台湾发展才开始出名。这是因为台湾的娱乐市场和流行工业体系较为成熟，能够提供个较大的平台让艺人歌手出道，发挥才能。当时的中国才慢慢对外开放，流行音乐和综艺节目工业几乎是从零开始发展的，使得大陆本土的歌手和艺人难以和高度商业化的台湾综艺或流行音乐文化抗衡，流行到国外。

但是，近几年来中国的综艺文化和流行文化有所发展，像《梦想的声音》这种综艺节歌唱结合的节目受到海外，特别是新马地区华人的追捧。根据《梦想的声音》导演蒋敏

昊，新加坡出了很多著名的歌手，因此电台希望能通过节目发掘更多音乐人才，所以特地委托新加坡音乐人、电视台等帮忙寻找素人歌手参加节目<sup>17</sup>。

图九

新加坡歌手	
郑夏韵	《梦想的声音》第 6 期
梁根荣	《梦想的声音 2》EP. 5
黄俊融	《梦想的声音 2》EP. 7

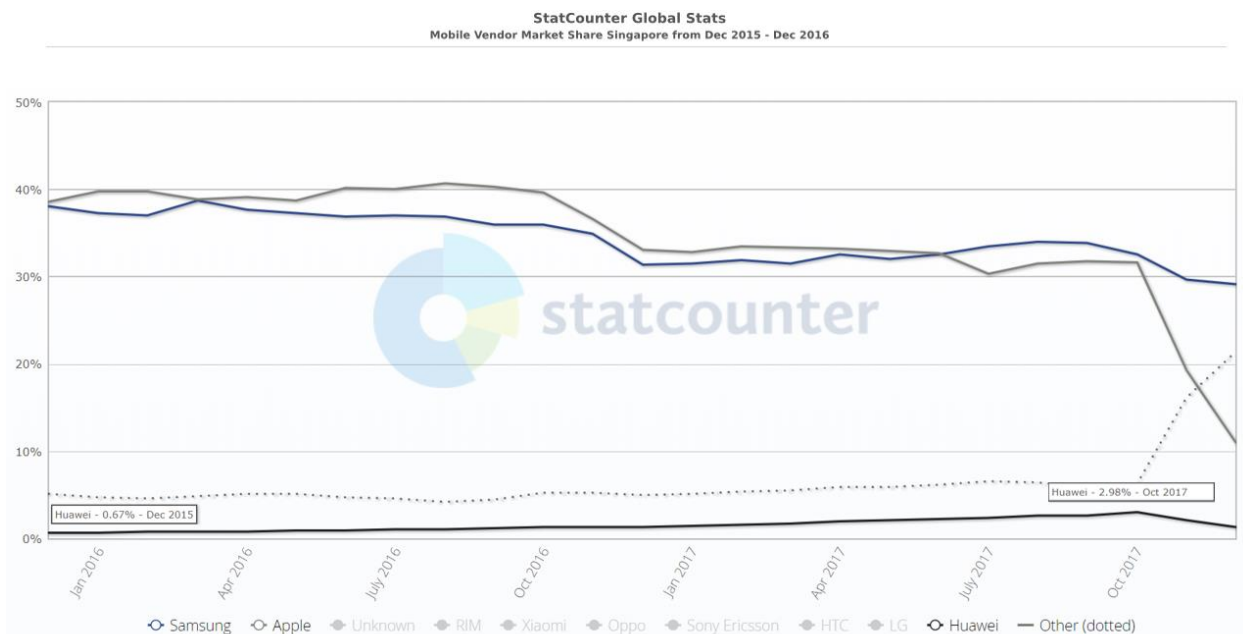
图九显示了有了更过新马地区人们愿意到中国大陆试着创出自己的一片音乐天地，说明了新马华人在歌唱这方面渐渐有了思想的转移，想到“寻梦”的时候不只是台湾，还有中国大陆。新马华人除了参加《梦想的声音》节目，还参加了《中国好声音》等其他歌唱节目，代表人们开始对中国市场另眼相看。有了人们对中国娱乐和音乐市场有了不同的想法，及中国大陆节目导演和音乐制作人对新马地区人们的看好，再过几年，很可能有更多新马人民开始到大陆发展。

#### （四） 消费习惯

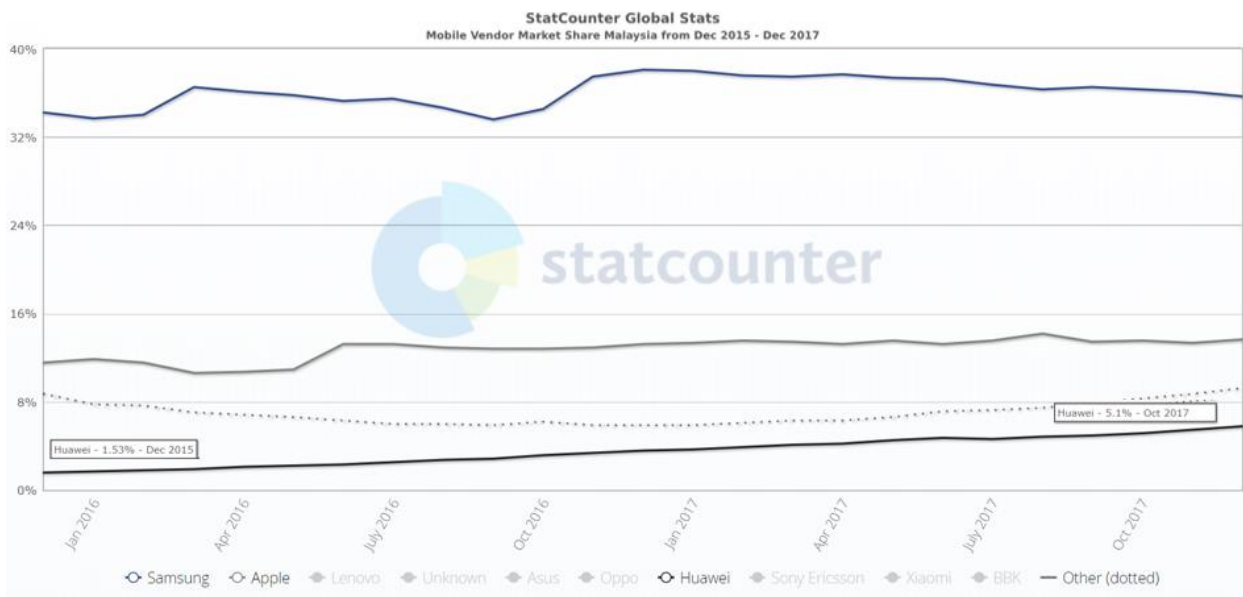
由中国制作的节目“特点”之一在于产品广告方面，往往在一些较大型的综艺节目真人秀等制作较为普遍。这些产品广告几乎都是为中国公司产品做宣传，目的为树立公司和产品的形象，同时借此机会把产品推广给国外，作为营销工作过程的一部分。《梦想的声音》节目也不例外，比较显著的产品广告有第一季的华为手机，第二季的 Vivo X20 手机和安慕希酸奶，以及第三季的 Vivo X23 手机。

图十

<sup>17</sup> 本地素人赴浙江 挑战《梦想的声音》. (2017). Retrieved 11 July 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/zentertainment/music/story20171206-816691>



图十一



第一季《梦想的声音》是由华为手机独家冠名的，而品牌和销售两方面也因此受益良多，影响了新马地区人民的消费习惯。根据研究，华为品牌在 2012 年主要面临着在消费者群组中树立及增强品牌意识的挑战，原因之一是华为之前专注于网络基础设施和企业对企业电信解决方案供应商，而不是以消费者为中心的移动设备供应商，因此它的品牌名

称早期使消费者望而却步<sup>18</sup>。华为手机真正通过《梦想的声音》这种大型中国制作节目进行广告宣传是在2016年，而在同一年里，华为手机的新加坡市场份额从2015年12月的0.67%到2017年10月的2.98%，有了显著的提升<sup>19</sup>。

以华为在马来西亚手机品牌市场表现为例，2016年初，华为在马来西亚是个不太知名的外国品牌，华为手机用户屈指可数<sup>20</sup>。在2018-2019年，华为开始在马来西亚市场取得热捧，主要卖点为相机，恰好是华为手机在各种中国制作节目广告中的宣传点。华为在大型大陆制作节目上是以相机为主要宣传点，节目上也常常拿华为手机来作秀，为歌手和导师拍合照。在闯入新马市场的时候，品牌公司通过大型综艺节目打广告或许只是手段之一，无法直接证明销售量因此达到提升，但可在某种程度上说明这种方式可通过节目庞大的观众群让新马地区的观众对产品有更深入的了解，因而对产品产生兴趣。

这些中国产品在海外受到更多欢迎的原因还包括了产品水平的提升和吸引人的便宜价格，但不得不承认在节目上打广告也通过提高华为在新马地区的名誉和名声影响了观众的消费选择和习惯。

根据研究，产品在社会中的普遍及普及性是吸引消费者的十大因素之一，原则是人们在消费的时候容易倾向于看往身边的朋友和我们周围的人以确保我们正在做出正确的决定。这说明了像《梦想的声音》这种中国制造节目的崛起能够提高新马华人对中国品牌的认知，让品牌跟着节目建立好的名声，有了大量的宣传及展示也能让品牌在消费者眼里显得时尚、合潮流、规范。节目上播出的广告的主要对象显得更多是年轻人，因为年轻人的消费习惯往往是随波逐流，随着潮流而受影响。因此当中国品牌在这些在海外受到热烈欢迎的节目时，就能够让自己的品牌加入或保持时尚。再说，节目的播出频台不只限于电视台，还包括了Youtube，面子书等互联网平台，所概括的面积是巨大的，新马华人在消费习惯上收到的影响程度也是巨大的。

## 七、原因

### （一）节目水平提升

《梦想的声音》节目之所以会在新马地区取得成功，受到热烈欢迎的重要原因之一是节目的高端制作水准，使得节目的水准有所提高。

《梦想的声音》节目因为是以歌唱为中心的节目，在编曲上非常讲究，制作团队集结了业内的多位知名音乐制作人，共同助力追梦歌手的音乐之路。他们帮助歌手选择出适

---

<sup>18</sup>Guan, X. (2017). HUAWEI - CHINESE TELECOMMUNICATIONS GIANT HUAWEI- STRATEGIES TO SUCCESS. Retrieved June 3, 2019, from [http://www.ntc.ntu.edu.sg/ntcc/Documents/Full Version/13. HUAWEI - CHINESE TELECOMMUNICATIONS GIANT HUAWEI- STRATEGIES TO SUCCESS.pdf](http://www.ntc.ntu.edu.sg/ntcc/Documents/Full%20Version/13.%20HUAWEI%20-%20CHINESE%20TELECOMMUNICATIONS%20GIANT%20HUAWEI%20-%20STRATEGIES%20TO%20SUCCESS.pdf)

<sup>19</sup> Mobile Vendor Market Share Singapore. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <http://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/singapore/#monthly-201512-201612>

<sup>20</sup> 报纸与社区. (2019). Retrieved 5 June 2019, from

<http://app.huawei.com/paper/newspaper/newsPaperPage.do?method=showNewHwrPaperInfo&newsInfo=37494&sortId=1&commentLanguage=1>

合他们演出的歌曲，也会指导他们对这些歌曲进行创意改编，使这些音乐作品更符合现代的音乐审美标准，从而更能够通过歌声感动观众，引起共鸣。

同时，节目也非常重视舞台设计以及灯光效果，更加强调舞美的视觉美感和功能性的结合。因此，节目的制作水准非常高，除了以高清播出，同时整个舞台采用的是非常规灯具“三合一灯”，还有长达7000米的LED灯光带，与500多块LED屏幕一起让舞美呈现出了高科技的未来质感，及连接两块主舞台的六台机械臂，综合起来给节目带来高水准制作的效果<sup>21</sup>。节目邀请的导师也是在华语乐坛音乐界数一数二的著名歌手，已经在很多观众心目中建立了一定的良好形象。有了这些歌唱能力高超的导师和讨教选手互相切磋唱功，又有了专业音乐制作人的帮助，节目就显得特别专业，水准特别高。

《梦想的声音》节目的制作经费因为纯粹的规模差别远远超越新加坡或马来西亚的制作的节目。浙江卫视近几年来在综艺节目上有大手笔的投入，请明星上节目，而这必然带来高收视率。此节目曾经透露请到台上5位导师的费用高达1.2亿<sup>22</sup>，再加上舞台制作、灯光音效、道具制作、人员聘请的费用，超越本地节目制作的费用。

十几年前当新马人民想到中国制作的节目的第一反应可能只是低解析度、低水准的节目。对比十几年前中国的娱乐及综艺行业，除了科技的发展让播出的节目更高清，随着中国综艺和娱乐文化的发展，中国制作的电视节目在制作水平上有了明显的提升，节目种类变得更广，而个别种类都针对或贴近社会中某一部分的人，特别是年轻人。比如，《梦想的声音》虽然是以歌唱为中心，但也不忘在选手和导师的服装上下功夫，再结合专业的灯光音效，让节目显得时尚、现代，同时让最终的成品吸引年轻人观看，是世界一流的制作。

## （二）感情共鸣

《梦想的声音》节目之所以会在新马地区取得成功的第二主要原因是因为节目能够达到新马华人有文化上的呼应。节目上改编的经典歌曲往往会围绕着爱情、月亮、亲情、友情等主题，而这些主题就是所谓“中国风”歌曲的特点，类似韩流的“炸鸡配啤酒”，是所有华人都能够有所感触。

华语歌曲一直以来都受到新马地区华人的支持，新加坡在在80-90年代有了新谣的潮流，当时的校园华语歌创作的圈子特别活跃，而马来西亚的华语歌创作圈子一直以来都非常活跃，常常还有由电视台Astro分别为老人和年轻人举办的歌唱比赛，以及不同国中及独中举办的华语歌唱比赛。在很多新马地区的华人的家族里，中华文化仍然扮演着非常重要的角色，而爱情、亲情、友情等主题对于很多新马华人来说还是非常贴近、贴切的。

<sup>21</sup> 《梦想的声音》匠心打造“零差评”音乐综艺-新华网. (2019). Retrieved 4 July 2019, from [http://www.xinhuanet.com/ent/2016-11/07/c\\_1119860359.htm](http://www.xinhuanet.com/ent/2016-11/07/c_1119860359.htm)

<sup>22</sup> 梦想的声音导师出场费多少 梦想的声音导师出场费高达1.2亿是真的吗. (2019). Retrieved 4 July 2019, from <https://m.gz2010.cn/list/zongyi/201611/53738.html>

或许是以上的共同经历让以歌唱为中心的《梦想的声音》节目能够勾起新马华人中华文化共同记忆，打动共同有华族文化背景的人。节目通过歌唱节目这种现代的方式传达并传播这样的华族价值观，而这传播的方式正是新马华人能够接受并欢迎的。这传播的华族文化具有包容力，即使观众是海外华人，这种节目还是能够同样吸引观众，受大众的欢迎。可见，把传统华族价值观以较为现代化的方式传达出来，既能够增加节目本身的文化内涵，同时也能够勾起更多新马华人的共同记忆、经历和想法，扩大观众范围。

### （三）本地艺人参与

《梦想的声音》节目之所以会在新马地区取得成功的第三主要原因必然是节目中有了新马艺人和制作家的参与。

图十一



janiceonlyb2st 2 months ago

So powerful yet effortless! Proud Singaporean right here 🍑

👍 37 🗨️ REPLY



TheLormee 6 months ago

新加坡的骄傲！新加坡朋友来个赞！！:D

👍 720 🗨️ REPLY

View 38 replies ▾



Janet Lim 2 years ago

So far, this China Singing Competition program is the best of the best, very entertaining and very successful! 🍑👍🤔 Why because they got the right Superstars and of cos, our Singaporean boy JJ Lin and Taiwan Goddess Ah Mei are the best! 👍🍑🍑  
Not only JJ is musical talented, he is super cute with his dimples and so funny to liven up the atmosphere throughout the show. In this show, I saw so many contestants are fans of JJ Lin and greatly inspired by his music to become music people. A music producer even complimented that it is so great to have JJ Lin in the international music industry. From this show, Singaporean now know that he is being branded as a "Swift Walking CD" in China.

Hopefully, for 2nd season JJ Lin can join the show again and maybe invite Stephanie Sun or Tanya Chua.

Dear China, thank you for producing such a quality and really very exciting singing program and we really enjoyed a lot! 🍑🍑🍑

Also, thank you China for your love and support to JJ Lin, a very unique music producer and singer in the music industry! 😊

Congratulations on the successful of 1st Season! 🍑👍🍑

Show less

👍 23 🗨️ REPLY

参加《梦想的声音》节目的新加坡艺人有林俊杰和音乐制作人 Kenn C，而来自马来西亚的歌手有品冠和梁静茹。图十一显示出新马地区的人民会因本地人能够登上中国节目的舞台而感到骄傲，更愿意支持他们，甚至有网友还希望林俊杰导师会邀请新加坡著名女歌手蔡健雅和孙燕姿一起上节目。

这现象的主要原因是因为随着中国音乐市场的迅速发展，中国大陆制作的歌唱节目已超越了曾经受欢迎的台湾歌唱节目，成为世界上最大的华语乐坛舞台，毕竟节目的口号之一是“全球华人都在听”。因此，新马地区的人民会把中国节目的舞台待为国际舞台，因此为本地人能够登上国际舞台有所展现感到自豪，也更愿意支持本地人参加的节目。节目在网上的不同播出频台也促进了来自新马地区的网民之间的交流，同时也能够轻易地通

过留言方式表示出对上节目的新马艺人及歌手的支持，同时也能够通过提高节目在网络频道上的收视率，留言按赞等方式吸引更多国人关注此节目，支持本地艺人歌手。

#### （四）广告资源、传播力量强大

这是因为中国制作节目拥有的最大优势之一是中国庞大的市场。中国的人口远远超越新马地区，而这带来的是巨大的观众及市场，让电视台和节目制作单位能够再节目制作上花费更大。中国制作节目的特点之一必然是广告，《梦想的声音》节目中播出的广告有华为、Vivo、安慕希酸奶等，而这些大公司愿意赞助节目的原因也是因为节目大量的观众。新马地区制作的节目同样也有赞助商，但差别在于这些赞助公司比起中国的华为手机，规模小许多，也因为新马地区制作节目的观众没有中国的大，因此不愿意投入太多金钱，使得本地制作节目无法像中国制作节目一样再制作方面大量花费。

《梦想的声音》节目的传播手段也是节目受到新马地区欢迎的原因之一。此节目的播出平台除了电视台还包括了在中国禁止的 Youtube 和面子书，而这些平台都是新马地区人民最常用的网络平台。通过这些平台，浙江卫视能够让更多人认识并接触到《梦想的声音》这节目，因此增加新马地区人民对此节目的关注，提高节目在海外的收视率。同时，通过这些平台播出此节目也更容易吸引新的观众，因为网友可随时在手机或电脑上点击看视频，无需等待电视台的播出，使得观看较为方便。浙江卫视也在 Youtube 平台上上载节目的不同版本，如全季版、纯享版、歌词版，以方便观众选择，通过这种方式吸引新的观众，也方便较短的影片在网上疯传，给节目带来更高的收视率。

### 九、结语

《梦想的声音》节目虽然在新马地区取得了巨大的成功及欢迎，但限制在与此类节目难以打动非华族文化背景的人，因此还未达到欧美国家节目制作的地步。这也许是因为文化较为特殊、或因语言不同而造成的障碍，但笔者相信由中国制作节目的前途是明亮的，只要继续创新、不停提高制作水平、试着通过不同传播方式吸引新的观众，在不久的将来之内一定能够与欧美制作的节目平起平坐。

### 个人反思

我一直以来都对中国的娱乐节目深感兴趣，特别是对于歌唱节目，因为虽然节目的种类基本上与外国娱乐节目相似，但节目制作团队总会想办法在节目形式上做出属于中国独特的风格——“中国风”。通过这次的专题作业研究过程，我意识到了人们谈到中国的崛起，说中国将成为第二个美国不是没有原因的。当一个大国崛起，我们难免会看到这国家在世界舞台上对于其他国家的影响，而这就是所谓的软实力。中国的“软实力”是



强大的，在亚洲地区有特别强大的影响，尤其是东南亚地区，毕竟东南亚有所有地区中最多的“海外华人”。中国的“软实力”因此能够通过更现代先进的方式去感染并影响这些人，勾起共同的中华文化记忆，因而达成一定的成果。这是我第一次尝试独立完成专题作业，而能够为自己事先设立好目标并按照时间表完成这些任务是个非常新鲜的体验，毕竟作业是否达标最终靠的还是自己。我也非常庆幸能够针对感兴趣的课题进一步研究及探讨，从中除了满足了自己的好奇心，也学到了不少，获益匪浅。

## 参考文献

### 中文资料

1. 贾. (2012, June 20). 流行文化软肋拖累中国软实力. Retrieved March 10, 2019, from <http://theory.people.com.cn/GB/82288/112848/112851/18241950.html>
2. 沈. (2017, July 24). 美国学者认为中国软实力不断上升. Retrieved March 10, 2019, from [http://www.xinhuanet.com/world/2017-07/24/c\\_1121372801.htm](http://www.xinhuanet.com/world/2017-07/24/c_1121372801.htm)
3. 锋旺, 汤. (2013). 华侨华人与中国软实力: 概念、方法及理论. Retrieved June 3, 2019, from <https://core.ac.uk/download/pdf/41453107.pdf>
4. 桦, 房. (2009). 十年来中国软实力发展研究综述. Retrieved June 3, 2019, from <http://niis.cssn.cn/webpic/web/niis/upload/2012/12/d20121206214352298.pdf>
5. 琳, 杨, & 楠, 申. (2012, January). 论跨文化传播活动中我国文化软实力的提升. Retrieved June 3, 2019, from <http://niis.cssn.cn/webpic/web/niis/upload/2012/12/d20121208150728043.pdf>
6. 巍, 高, & 书缘, 朱 (Eds.). (2012, June 20). 流行文化软肋拖累中国软实力. Retrieved March 24, 2019, from <http://theory.people.com.cn/GB/166866/166886/10222627.html>
7. '프듀' 부터 '미우새' 까지...중국이 표절한 국내 예능 34 건. (2019). Retrieved 11 July 2019, from <https://news.join.com/article/23027397>.
8. 中国版 RM 名字定奔跑吧兄弟 邓超担当刘在石重任. (2019). Retrieved 12 July 2019, from <http://www.zjstv.com/news/zjnews/2014/07/2014-07-09315428.html>
9. 《奔跑吧兄弟》制片人：韩式综艺跑进中国要分钱 - 娱乐 - 新京报网. (2014). Retrieved 10 July 2019, from <http://www.bjnews.com.cn/ent/2014/10/28/339001.html>
10. 中国综艺节目 网络与电视大战. (2018, July 25). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/zentertainment/movies-and-tv/story20180725-877887>
11. 罗瑱玲. (2018, December 06). "We Are Singapore" 本地 YouTube 网友最爱. Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/news/entertainment/story20181207-913846>
12. "U 选 1000" 开始接受提名. (2017, February 25). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/news/entertainment/story20170225-729009>
13. 本地素人赴浙江 挑战《梦想的声音》. (2017). Retrieved 11 July 2019, from <https://www.zaobao.com.sg/zentertainment/music/story20171206-816691>
14. 报纸与社区. (2019). Retrieved 5 June 2019, from <http://app.huawei.com/paper/newspaper/newspaperPage.do?method=showNewHwrPaperInfo&newsInfo=37494&sortId=1&commentLanguage=1>

15. 《梦想的声音》匠心打造“零差评”音乐综艺-新华网. (2019). Retrieved 4 July 2019, from [http://www.xinhuanet.com/ent/2016-11/07/c\\_1119860359.htm](http://www.xinhuanet.com/ent/2016-11/07/c_1119860359.htm)
16. 梦想的声音导师出场费多少 梦想的声音导师出场费高达 1.2 亿是真的吗. (2019). Retrieved 4 July 2019, from <https://m.gz2010.cn/list/zongyi/201611/53738.html>

## 英文资料

1. A guide to the most Googled show on Earth. (2019). Retrieved 12 July 2019, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-46630781>
2. ASTRO QUAN JIA HD [Ch 308]: Channels: What's On: Astro. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <https://whatson.astro.com.my/channels/astro-quan-jia-hd/158/?cat=variety-entertainment&stb=308&lang=chinese>
3. HUB 都会台. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <https://www.wikiwand.com/zh-cn/HUB都会台>
4. Guan, X. (2017). HUAWEI - CHINESE TELECOMMUNICATIONS GIANT HUAWEI- STRATEGIES TO SUCCESS. Retrieved June 3, 2019, from <http://www.ntc.ntu.edu.sg/ntcc/Documents/FullVersion/13.HUAWEI-CHINESE-TELECOMMUNICATIONS-GIANT-HUAWEI-STRATEGIES-TO-SUCCESS.pdf>
5. Mobile Vendor Market Share Singapore. (n.d.). Retrieved June 3, 2019, from <http://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/singapore/#monthly-201512-201612>