

花式“踩雷”、无人飞升： 95花暑期档卡位战为何“集体失利”？

95花的上升之路，在这个暑期档急转直下。

8月的最后一天，宋祖儿因税务问题登上微博热搜，随后税务总局官方客服表示后续将对其开展税务稽查。前经纪公司喜天传媒也在事发后迅速与之“切割”。

她曾是最被看好的95花之一。仅四部待播剧《无忧渡》《艰难的制造》《折腰》《阅读课》便牵连了腾讯视频、爱奇艺、正午阳光等多个头部平台和制作公司；商务层面，据统计与她相关的品牌合作也超过20个，目前潘婷、阿玛尼等仍保留其相关合作微博。

截至目前，宋祖儿及其工作室并未就此问题作出公开回应。而若从明星个人发展来看，从“待爆花”到深陷漩涡，宋祖儿也是这个夏天95花的缩影。

一方面，从任敏、虞书欣、杨超越到王楚然、李兰迪、赵露思，从古偶到现言，甚至是从剧集到综艺，95花正在全面攻占暑期档荧屏。但另一方面，想要复制去年虞书欣和赵露思的一剧爆红路线却难上加难，甚至于因为颜值、演技、角色等问题她们所面临的争议也在达到巅峰。

一年时间里，大众关注的焦点已然从95花卡位战发展到了飞升路花式受阻的问题，风向转变不免令人唏嘘。被市场押注、被资本看好，作品扎堆的95花为何难讨好观众？这其中明星自身与“经纪团队”又扮演着怎样的角色？

争议比作品先“出圈”，95花在今夏“花式跌倒”

内容造星的成效的确诱人。去年暑期档，凭借着《苍兰诀》和《星汉灿烂》两部爆款，虞书欣和赵露思实现了流量飙升和商业价值飙升。最新数据显示，截止7月24日两人分别实

现了10个、9个新增品牌合作，商务代言分别达到了14个、16个，在95-00花中一骑绝尘。

到今年暑期档，一个显著的趋势是，越来越多的95花涌入古偶赛道和现言题材，这是市场基本盘最大的两类题材，也曾是助力85花90花打天下的关键。只是谁能想到，95花却在这里“损兵折将”。

雷点一：任敏在《玉骨遥》的翻车，表面是观众对女性颜值身材的“苛刻”，本质上是演员为了获取流量盲目扎进不适合自己的赛道，消耗自己的特质和优势。过往市场当然有逆风翻盘者，比如杨紫从被质疑到成长为古偶剧扛剧王者，但更多的我们看到的其实是演员的内耗。

《玉骨遥》之于任敏，损伤是多方面的。角色不适配、妆造不匹配，也拉垮了演技和人物塑造；连带地，为了挽回伤害，还发生了被热议的“背刺剧组”事件，此前多次在危机关头展露的高情商人设崩塌。曾经的质感小花旦、徽柔公主滤镜，也都一并被打破，大大损害了观众缘。

李兰迪的处境稍好一些。一方面是在于同样是古偶剧颜值身材被吐槽，但她在《星落凝成糖》中凭借演技扭转了风向；另一方面，挑战都市职场剧，《一路朝阳》里她饰演的角色虽然吸引力和完成度不敌高叶和王菊，但也做到了不出戏。而从校园剧到仙侠、都市，她也在慢慢打开局面。

雷点二：一个是《玉骨遥》中清醒搞事业的大女性，一个是《我的人间烟火》里的恋爱脑女主，明明有“保险”在前，谁能想到“恋爱脑”的火会烧到王楚然身上，甚至被狙掉了商务。更深层次的原因，其实是角色解读能力“有限”，人物营销存在极大漏洞，也无法在舆论崩塌时及时与角色的不讨喜成分“切割”。

虽然此前也有过观众将对角色的不满转移到演员身上的例子，但到如今大家早就学会了以趣味营销化解风险，为何王楚然不行呢？主要还是在于她在采访中对角色解读的不准确，以及网友不断在蛛丝马迹中找到的她现实中同样是“恋爱脑”的证据，各种真假爆料也加速了她走红路的崩塌。

雷点三：演技争议。这大概是最无可挽回的一种，比如曾经的杨颖，如今的杨超越。一部《七时吉祥》，即使是锦鲤体质也难以让观众买单。当然这也是一个“流动命题”，比如去年的《卿卿日常》让田曦薇圈粉，但如今的《花轿喜事》却难逃前辈珠玉在前的比较，也让她的表演略显浮躁。

不止踩雷，惊喜不足也是今夏95花的普遍态势。赵露思的《偷偷藏不住》，苏晓彤的《大宋少年志2》，演员的突破和加持显然不及《星汉灿烂》《御赐小仵作》，都是“安全区作业”。稍可以期待的，还是虞书欣和刚刚开播的《云之羽》，目前其个人涨粉超过了男主演，演技话题也在发酵。

从去年暑期档95花以爆款引领市场，到今年95花全面攻占市场却折戟者甚多，截然不同的态势或许也会为急速上升通道的95花和押注的资本市场敲响警钟：未来磨练演技、解读角色、沉淀自我才是王道。当然所有这些，都是建立在遵纪守法的前提下。

95花大变局背后：成长型艺人需要怎样的“团队”？

“自2020年10月起，该艺人及其家人已将其财务资料全部拿走并由其自行管理”，虽有“倒油”之嫌，但喜天影视回应宋祖儿事件中提到的一句话却值得关注。这背后又要归结于95花的热门话题：经纪公司与家庭式作坊。此前张雪迎、关晓彤、近日

深陷漩涡的蒋依依，都曾陷入过此类争议。

任何小生小花的上位或是坠落，都不只是在影视综艺的明面战场，还有团队和经纪公司的“暗战”。尤其是对于95花来讲，作品永远是摆在第一位的，但普遍更高的“起跑线”决定了这不是她们唯一的筹码。

以关晓彤、张雪迎为代表的童星出身名导资源优秀者，以林允、刘浩存为代表的名导加持高起点群体，是95花中最受关注的一支。目前关晓彤牢牢把控着95花领头羊的位置。这一面是在于其在上星剧、奖项上的成绩仍然领先；另一面，她的国民度和商业价值稳定。目前其共有合作品牌21个，今年新增6个。

还有一种是背靠老牌影视经纪公司，比如任敏背靠光线，宋祖儿前经纪公司喜天传媒，李兰迪签约唐人。看似手里不缺资源，但优质影视资源却多来自于外部，比如让任敏、宋祖儿在大众市场拥有新代表作的徽柔公主和《乔家的儿女》，都是来自正午阳光，李兰迪更是因为唐人出品的《梦回》而备受质疑。

这两类选手看似发展“稳妥”，但事实证明多有不如意之处。前者高起点也意味着高期待，她们的问题往往是如何持续以优质作品为继热度，比如去年林允才终于借《梦华录》“翻红”。后者多是辗转影视场上公认的演技在线的小花旦，但却往往出道即巅峰，而被她们重磅押注的今年暑期档，也是失意者多、有效播剧者少。

相比她们，背靠明星公司资源优质的周也、张婧仪，走得更加风生水起。两个人的签约公司分别是李雪和李冰冰创立的和颂传媒、陈坤和周迅创办的东申未来。从出道伊始，她们便被优质资源簇拥着向前，电影剧集双重发力。而优质资源加持，也让

她们的商业价值在同龄人中领先一步。

以周也为例，截至目前她今年新播了《战火中的青春》《护心》等三部剧，新增合作品牌达到7个，共有品牌合作14个。这与和颂传媒本来就是以商务能力和营销能力见长的公司有关，其营销主打的高级脸特质、综艺中的元气少女形象、以及多种不同题材作品扎堆，都是加分项。

网传王楚然的影视约签在了贾士凯所创办的悦凯娱乐，也可算到这一类。相比出道多年仍有表妹一角出圈，她在今年突破性连播了三部大剧《听说你喜欢我》《我的人间烟火》《玉骨遥》，只是谁能想到“恋爱脑”人设反向拉扯让本人形象崩塌。不过在今年她也新增了5个品牌合作，在小花中表现优秀。

赵露思属于下沉市场弯道超车的典型。她的出圈之路，一面是热播剧叠加效应，从《传闻中的陈芊芊》到《星汉灿烂》，她是同龄小花中极具扛剧能力的代表，不过这两年也陷入韩式演技的质疑。另一面则是积极通过抖音等短视频平台与网友互动，从妆容到热门唱跳、合作演员互动，都是她与网友沟通的媒介。

同样在这条路上被视为“集大成者”的95花还有虞书欣，不过她的身份更多重，她背靠老牌公司华策，但最具代表性的还是出自热门选秀综艺、自带话题流量。杨超越亦是其中代表。对她们而言，突围的关键点在于如何将选秀话题与流量转化成剧集市场的演技与人物。

微妙的是，两人呈现了一正一反的效果：虞书欣凭借着《下一站是幸福》《苍兰诀》等热极一时的作品，市场影响力跃升。杨超越的锦鲤形象让其国民度激增，但到了剧集市场只能是“下一个杨颖”。

故乡福园

National Memorial Park
National Funeral Home
7482 Lee Hwy., Falls Church VA 22042

欲知详情请电：张真 Cassy
手机：703-937-7299

风景风水之好胜于大华府地区任何墓园。交通方便，位于495环线内。园陵享有永久免费妥善维护。

7-110