



廊朝街的店门并没有打开，贴在高大玻璃门上的黑色贴纸映着装修工人匆匆走过的身影。在背街的南门，贴着“因布展原因，画廊暂不营业”的通知。本以为扑了一空的记者走近一扇玻璃门，却意外地推开了。

“因为前一展览展期到去年12月31号，而新的展览还在筹备中，所以画廊暂时不营业。”潘潘曾供职于《时尚先生》，是地道的北京人。家住和平里的她，在东站画廊做画册编辑和媒体联系方面的工作。

东站画廊是最早进驻艺

22院街艺术区：

客户人气待升温

北京CBD，上午10点钟的冬日阳光温柔地从车窗照进来，出租车师傅韩龙刚拉完一个活儿，把车开入了百子湾路西段。几栋黑色高大的建筑，伴随着“东站画廊”“22院街艺术区”以及一张张夸张、抽象的大海报，在略显破旧的百子湾路上第一次引起了他的注目。匆匆一瞥之后，北京22院街艺术区留给“韩龙们”这样的过客，更多的是略带一丝无奈的冷清。相比于798的繁华，处于北京国贸、双井、大望路三大商业中心的交叉地带的艺术区，这份冷清显得与周围环境格格不入。

微“观”画廊

1月8日上午11点，东站画

廊名为“Aye画廊”，主打当代艺术。因为新址离1938年始建的北京东站很近，遂改名为东站画廊。2009年3月，东站画廊以“东·回望中国”展览，集合徐冰、刘小东、方力钧、岳敏君、江大海等15位当代艺术家的各类作品，高调开幕。

画廊搬入后，院街的人气也曾让“东站”有过迷茫。这个从国贸步行只需20分钟的艺术区占据了地利，却不能为艺术区带来旺盛的人气。好在东站的展览质量过硬，“正在撤展的‘陈文骥个展’的作品已经卖掉了将近八成。”潘潘告诉记者，这是画家陈文骥2009年新作的个展，展出了

其多组架上作品。“像九联画《涵·九识》，每一联画都是114.5cm×200cm，画家不想破坏作品的完整性，所以拒绝了只想买其中一件作品的买家。没有出手的作品大部分都是因此而处于待售。”

据悉，陈文骥个展也是“东站”搬入后最好卖的一次展览。在之前的3个展览中，能卖掉一半就算成绩不错了。由于近3000平方米的展厅面积，东站画廊曾被今日美术馆馆长张子康称赞为中国最大的当代艺术画廊。“学术性大概是我们取得好成绩的原因之一，而靠近今日美术馆是画廊的重要地缘优势。”潘潘说，虽然艺术区人气欠佳，但却因为能够有

藏的古董物件。

“今天参观的人多一些，到现在有30多人。昨天整天只有10多人。”在对画空间做宣传工作的多罗也是一个业余撰稿人，他的有关《论语》的一本书已经出版，其所在的对画空间在今日美术馆的2号馆与3号馆之间。由于画廊总监李颖的旅法经历，对画空间里时常会有旅法中国画家的展览。

宏“观”街区

记者了解到，22院街艺术区总建筑面积30万平方米，涵盖了一座超五星级酒店式公寓、一座33层的蒙太奇公寓、一座12层的LOFT工作室以及预留的商业经

营区。商业区地上面积有2万多平方米，地下面积有1.9万平方米，被规划为由国际画廊、各类艺术机构、拍卖公司、艺术家工作室、创意餐饮、酒吧、俱乐部等组成的“中国第一条艺术商业街”。

北京22院街、今日美术馆的投资商、今典集团总裁张宝全曾这样描述22院街：“798、宋庄是艺术家们创作和生活的地方，22院街则是为他们提供展示、交流及交易的空间，因为它位于CBD(中心商务区)，它的人群素质、消费能力为22院街的长久发展提供了强劲的保障。”

而实际上，虽然身处CBD，22院街的位置可谓“前不着村，后不挨店”。无论从地铁国贸站、大

望路站还是双井站，步行至院街都至少需要20余分钟。其身处的百子湾路西段至今尚无一公交车线路通过。正在休息的出租车司机韩龙告诉记者，由于百子湾路西段有一家汽车修理厂、饭馆、公厕，加之路边对停车管理松散，久而久之，这里成为出租车司机午休区。因此，在艺术区，较为方便的交通方式就是打的。进驻艺术区的东站画廊也认为，“交通对院街的人气有着直接的影响。”

22院街管理方，北京22院街商业管理有限公司策划部经理高原也承认这一点。“建设一条艺术商业街，足够的人气还是必须的。”他解释说，因为处于冬季，公司对院街的推广活动较少。在4月，院街将联手“摩登天空”等机构，推出第二届“FAT ART(胖艺术)”艺术展时，会带来很多人气。用活动营销来吸引青年人群市场，是22院街艺术区的主要营销策略。

此外，高原介绍说，艺术区显得冷清的另一原因是众多艺术机构还处于装修之中。虽然艺术区的店铺出租已经基本完成，但无奈各机构有自己的入驻时间表。记者也发现，除了已开业的不到10家的画廊，更多能看到的是“开业在即”的海报。据海报上的文字，入驻艺术机构有德国奔驰投资的艺术中心、独立摄影工作室、来自日本的艺术展厅、名人蜡像馆等十余家。在被巨幅海报封闭的楼房里，时时传来装修的机器轰鸣声。

如果说地上的艺术机构还处于如火如荼的装修建设中，那么位于艺术区地下上万平方米的规划中的“画家村”则更冷清。高原告诉记者，“画家村”几乎全部租出去了。记者探访“画家村”发现，入驻的机构以摄影棚、艺术工作室居多，但大多数屋子都是黑暗的。偌大的空间里，除了保洁人员，只有两三个人匆匆走过，白色

22院街艺术区：客户人气待升温

本报记者 鲁娜

日前，由中国出版工作者协会、中国书刊发行业协会、中国新华书店协会制定的《图书公平交易规则》正式出台，业内人士认为这一规则的出台有望改善长期以来图书市场上游与中游之间、中游与下游之间不诚信问题，进一步规范图书市场的价格秩序。然而《规则》中对于图书零售折扣的规定却仿佛一颗重磅炸弹，引起了读者群、专家群的热议。网络书店何去何从？诸多细则如何落实？

面对规则，有人欢喜有人忧

“新书不能打折将助长盗版书销售！”这当然并非出自专家之口，而是部分难以接受《规则》所提出的新书不得打折销售的广大读者的担心。按照《规则》内容，出版一年内的新书(以版权页出版时间为准)，进入零售市场时，须按图书标定价销售，网上书店或会员制销售时，最多享受不低于8.5折的优惠幅度。而网络书店之所以能够如火如荼地发展，很大的原因是其折扣高又免运费，积累了一大批固定的购书群体，《规则》中的不少标准与现行交易状态有明显差异，执行起来有巨大挑战；再次，由什么单位来监督、保证规则的执行还是未知数。《规则》的监督权哪些归协会？哪些归政府？哪些归法官？这些最好能明确。”一位业内人士指出。

对于尚不具备法律效力的《规则》来说，如何操作推广成为眼下的难题。要真正落实，恐怕还需要有法律做后盾，政府监管做支持，行业自律做保证。三石表示，《规则》的落实，关键是要自律，没有自律，即使有规定条文，也有可能不执行。干日也认为，虽然整个行业都很关注这个问题，但受到社会环境、法律基础等方面的制约，该规则的推广落实还需要一定过程。

出版社改制已经开始进行，业内期待着《规则》可以进一步推动产业链的上游和下游之间、国有和民营之间、不同企业形态和销售方式之间的公平交易和公平竞争。一位业内人士指出，《图书公平交易规则》强调“公平”二字，而公平交易的愿望要实现，必须建立在产业链各个环节和企业都站在平等互利的基础上，没有平等，不会互利，没有互利，谈何公平。解决交易中的平等问题，是实现公平交易的基础，这也是图书行业任重道远的大问题，单靠《图书公平交易规则》还是不能真正从根本上解决公平交易的问题。

综艺节目：内地台湾一起“玩”

金勇

如今，民众通过视频观看台湾综艺节目的现象已成过去，大量台湾综艺主持人及其创作团队纷纷进驻内地市场。于是自2000年开始，吴宗宪来了，蔡康永来了，巫启贤来了，阿雅来了……在刚刚过去的内地地方电视台的元旦晚会上，各路台湾主持人和艺人更是集体亮相。内地地方电视台大量吸入台湾综艺节目的红人，似乎预示着大陆综艺与台湾综艺的全面合作格局已经形成。

纷纷转入内地——台湾综艺节目进入“后综艺时代”

台湾地区有80多家电视台、150多个电视频道，综艺节目产量一度在亚洲领先，胡瓜、吴宗宪、蔡康永、小S、陶子、《我猜我猜我猜猜》、《康熙来了》……这些台湾著名综艺主持人和他们的金牌综艺节目曾风靡两岸。然而近几年，台湾综艺界，却渐露疲态，进入节目内容循环复制、收视率急剧下跌、观众大喊审美疲劳的“后综艺时代”，有的综艺主持人原地死守，坚持“娱乐加人文”会走出一条新路子，而更多的，则来到内地，或长期驻扎，或玩票性质地走穴，期望利用内地广阔的市场空间，挽救自己人气和金钱同时下滑的颓势。

台湾综艺节目缘何陷入今天的窘境？台湾知名制作人沈玉琳的一番评语——“我常用一句话来形容台湾谈话节目的乱象，它的主题可以从外太空谈到内宇宙，从佛经聊到圣经，就是什么都聊”——道出了台湾综艺节目当初崛起的一个重要原因，这同

也是其今日走下坡路的原因之一。歌手凌峰表示，“台湾地区的综艺节目已经走向了媚俗化。整天用闽南语插科打诨、乱耍嘴皮子，一点意思都没有。电视的耗电量太大，讲话又是件非常困难的事情。家底不厚，难以见人。”

同质化严重也是目前制约台湾综艺节目发展的瓶颈。综艺主持人阿雅曾表示，“我对于目前台湾电视综艺节目的现状很不看好。这些年来，台湾除了类似《我猜我猜我猜猜》、《康熙来了》这样的老牌娱乐节目，很久没有什么新创意了。台湾地区的综艺节目都没有什么大的发展，做什么节目都是一窝蜂，同质化趋势太严重，我觉得很难在那里有更好的发展，不如转战比较‘多元化’的大陆。”此外，金融危机也多少影响到台湾综艺节目的发展。台湾著名综艺模仿艺人九孔表示，“金融危机对台湾的综艺节目也有不少的影响，很多综艺节目都在缩减。现在在台湾地区比较多的就是访谈类节目，因为成本比较低。”

在这样的大背景下，台湾综艺主持人纷纷转战大陆市场也就不足为奇了。上海文广新闻传媒集团电视台节目主持人曹可凡认为，内地娱乐主持市场的“蛋糕”实在诱人：“在港台，主持人的生存环境是很恶劣的，而且在长达30多年的时间里，台湾的综艺界一直是由‘中视’‘台视’‘华视’三家电视台垄断，像吴宗宪那样以自己独特的搞笑方式走红，十分不容易。”内地广阔的发展空间，加之观众日趋多元化的娱乐需求，对台湾综艺艺人来说是难以

抵挡的诱惑。

争抢成功综艺产品——内地地方电视台的品牌化需求

目前，内地各大地方电视台的竞争日趋白热化，各大电视台无不使出浑身解数力求吸引住观众的眼球。好的综艺节目收视率和关注度都比较高，对于电视台打品牌、提高关注度都非常必要。但长期以来，因人才、制作、创意等方面的不足，许多地方电视台的综艺节目都处于做与不做的徘徊状态。于是，台湾节目主持人向内地寻求发展的愿望与内地地方电视台对人才、创意的需求一拍即合。

台湾本土培养出的主持人虽然在风格上相对开放，但也有人在提出质疑，台湾综艺节目在内容

歌》的全新综艺节目。“我当然不是单枪匹马地过来啦！我会把我御用的制作团队都搬到江苏卫视来！”王伟忠答复道。东方卫视新节目《华人大综艺》同样力邀王伟忠合作，其制作的节目更接近台湾综艺节目形式，其中“大牌来了”和“全民大搜查”两大版块基本就是“康熙”和“我猜”的翻版。据了解，节目组还特邀台湾地区主持人对4位大陆主持人进行全方位的包装。

问题浮出水面——淘金还需要懂“度”

台湾本土培养出的主持人虽然在风格上相对开放，但也有人在提出质疑，台湾综艺节目在内容

相比内地主持人，这些台湾主持人语言犀利、善于调动现场气氛，具备极强的搞笑功力，且很多主持人都是由艺人兼职，模仿、唱歌、跳舞等才艺信手拈来。再加上他们本身对综艺节目制作流程比较成熟，而且在内地观众心目中已经拥有一定的知名度，“拿来就可以用的”台湾综艺主持人成了各大电视台的抢手货。

以品牌化做得较为成功的湖南卫视为例，2008年8月，台湾艺人欧弟入主湖南卫视，与汪涵等人一道主持脱口秀节目《天天向上》。在这档拥有7个主持人的节目里，面对内地综艺一哥汪涵，欧弟丝毫不输风采，而他他的确给《天天向上》增色不少。而目前在品牌化方面积极尝试的江苏卫视、浙江卫视、东方卫视等，也频频与台湾综艺节目人才接触。江苏卫视节目组负责人近日宣称台湾“综艺教父”王伟忠将加盟江苏卫视，打造一档接棒《谁敢来唱

弟的风采不输汪涵

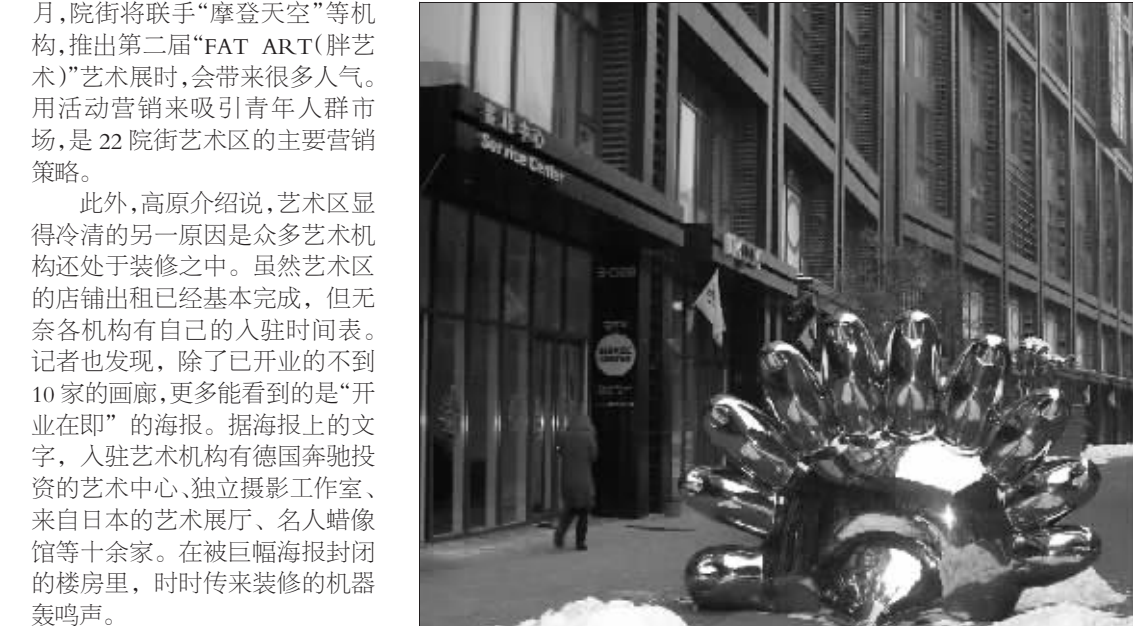
对小众的事物。所以，院街略显冷清的人气可能反而是一件好事，虽然管理方不会这么想。”小罗笑了笑。

离开院街时，夜幕依然低垂。凝视夜晚艺术区庞大的建筑群，西段住宅区将近一半的房间亮着或冷色或暖色的灯。冬日的夜风中，形色匆匆的异国他乡的人还在艺术区里徘徊。路边的“重复咖啡”似乎从来都不缺人气。而日本餐厅、私房菜馆里，稀稀疏疏地坐着零星的客人。在安谧的夜色中，并非喧闹一整天的艺术区逐渐“睡去”。在梦里，几个月后春暖花开，她在人们的喧闹中慢慢苏醒……

地砖在灯光的照射下透着寒气。

“或许是由于画家日出而息，日落而起的习惯吧。”今典空间的小周笑称。在其地下的展厅里，轰鸣的空调开动的声音让人终于感到了暖意。展厅里正在展出陈丹青的草图复制品。“今天有几个下午来看的，问了问价格就走了。”小周说，比起地上，地下的“画家村”更是缺乏人气。

“其实我们并不羡慕798的人气，去798的多数是游客，走马观花地转一圈、留影后就离开了。”潘潘认为。小罗对此也有同感，“798最大的优点恰恰是它的缺点：过于喧闹就很难静下心来去欣赏作品。而美术还是属于相



冬日寂静的艺术区一角

图书打折谁说了算

本报记者 蔡萌

“一些网上书店是亏损的，为了做大规模，有时候难免进行书价的恶性竞争，这扰乱了市场，也不利于提高服务质量。”

面对同一问题，业内人士却表现出强烈的期待。北京盛世情书店经理赵鑫说：“网络书店动辄全场5折起，但长期打折销售对我们来说很难维持，特别是新书打折，是我们眼下经营中最苦恼的问题。这个规则的出台，无疑给我们带来了福音。”据他介绍，这几年书店的经营十分困难，书店的人工成本、房租成本、税收成本都在增加，但图书的价格却没有多少增长，“同样卖图书，我们却是市场上的弱势群体。”

一些业内资深人士也从专业角度分析了《规则》出台的好处。江苏新华发行集团常务副总经理金国华表示，公平交易是图书行业经营活动的基本原则，也是图书市场发展的基本要求。《图书公平交易规则》的出台，对于解决书业开放不统一、竞争而无序的现

状，是一次推动和促进；对于图书经营单位进行公平、诚实、守信的图书交易活动，是一种参照和警示。北京千太阳文化发展有限公司总经理千日表示，我国图书行业与其他行业相比非常无序，标准和规则的缺乏使行业中存在的许多问题得不到很好地解决，书业产业链的上下游一同制定这样一个规则是十分有意义的。

面对现实，如何操作是难题

《规则》已经出台了，其执行力如何？记者登录卓越、当当等网站，发现一些新书的价格依然稳定在六七折之间。当当网客服人员称，他们尚未收到任何有关8.5折的通知，在此之前，一切将按原有办法做。对此，北京人天书店有限公司总经理施春生表示，目前馆配市场招投标折扣基本都在7.0到7.5折，如果按照规定提高折扣，执行起来难度可想而知。

而另一方面，一些知情人士也对规则能否真正执行、推广提出疑虑。首先，规则中的一些提法笼统，不够明确；其次，如果规则中的不少标准与现行交易状态有明显差异，执行起来有巨大挑战；再次，由什么单位来监督、保证规则的执行还是未知数。《规则》的监督权哪些归协会？哪些归政府？哪些归法官？这些最好能明确。”一位业内人士指出。

对于尚不具备法律效力的《规则》来说，如何操作推广成为眼下的难题。要真正落实，恐怕还需要有法律做后盾，政府监管做支持，行业自律做保证。三石表示，《规则》的落实，关键是要自律，没有自律，即使有规定条文，也有可能不执行。干日也认为，虽然整个行业都很关注这个问题，但受到社会环境、法律基础等方面的制约，该规则的推广落实还需要一定过程。

出版社改制已经开始进行，业内期待着《规则》可以进一步推动产业链的上游和下游之间、国有和民营之间、不同企业形态和销售方式之间的公平交易和公平竞争。一位业内人士指出，《图书公平交易规则》强调“公平”二字，而公平交易的愿望要实现，必须建立在产业链各个环节和企业都站在平等互利的基础上，没有平等，不会互利，没有互利，谈何公平。解决交易中的平等问题，是实现公平交易的基础，这也是图书行业任重道远的大问题，单靠《图书公平交易规则》还是不能真正从根本上解决公平交易的问题。

时也是其今日走下坡路的原因之一。歌手凌峰表示，“台湾地区的综艺节目已经走向了媚俗化。整天用闽南语插科打诨、乱耍嘴皮子，一点意思都没有。电视的耗电量太大，讲话又是件非常困难的事情。家底不厚，难以见人。”

同质化严重也是目前制约台湾综艺节目发展的瓶颈。综艺主持人阿雅曾表示，“我对于目前台湾电视综艺节目的现状很不看好。这些年来，台湾除了类似《我猜我猜我猜猜》、《康熙来了》这样的老牌娱乐节目，很久没有什么新创意了。台湾地区的综艺节目都没有什么大的发展，做什么节目都是一窝蜂，同质化趋势太严重，我觉得很难在那里有更好的发展，不如转战比较‘多元化’的大陆。”此外，金融危机也多少影响到台湾综艺节目的发展。台湾著名综艺模仿艺人九孔表示，“金融危机对台湾的综艺节目也有不少的影响，很多综艺节目都在缩减。现在在台湾地区比较多的就是访谈类节目，因为成本比较低。”

在这样的大背景下，台湾综艺主持人纷纷转战大陆市场也就不足为奇了。上海文广新闻传媒集团电视台节目主持人曹可凡认为，内地娱乐主持市场的“蛋糕”实在诱人：“在港台，主持人的生存环境是很恶劣的，而且在长达30多年的时间里，台湾的综艺界一直是由‘中视’‘台视’‘华视’三家电视台垄断，像吴宗宪那样以自己独特的搞笑方式走红，十分不容易。”内地广阔的发展空间，加之观众日趋多元化的娱乐需求，对台湾综艺艺人来说是难以

抵挡的诱惑。

争抢成功综艺产品——内地地方电视台的品牌化需求

目前，内地各大地方电视台的竞争日趋白热化，各大电视台无不使出浑身解数力求吸引住观众的眼球。好的综艺节目收视率和关注度都比较高，对于电视台打品牌、提高关注度都非常必要。但长期以来，因人才、制作、创意等方面的不足，许多地方电视台的综艺节目都处于做与不做的徘徊状态。于是，台湾节目主持人向内地寻求发展的愿望与内地地方电视台对人才、创意的需求一拍即合。

台湾本土培养出的主持人虽然在风格上相对开放，但也有人在提出质疑，台湾综艺节目在内容

相比内地主持人，这些台湾主持人语言犀利、善于调动现场气氛，具备极强的搞笑功力，且很多主持人都是由艺人兼职，模仿、唱歌、跳舞等才艺信手拈来。再加上他们本身对综艺节目制作流程比较成熟，而且在内地观众心目中已经拥有一定的知名度，“拿来就可以用的”台湾综艺主持人成了各大电视台的抢手货。

以品牌化做得较为成功的湖南卫视为例，2008年8月，台湾艺人欧弟入主湖南卫视，与汪涵等人一道主持脱口秀节目《天天向上》。在这档拥有7个主持人的节目里，面对内地综艺一哥汪涵，欧弟丝毫不输风采，而他他的确给《天天向上》增色不少。而目前在品牌化方面积极尝试的江苏卫视、浙江卫视、东方卫视等，也频频与台湾综艺节目人才接触。江苏卫视节目组负责人近日宣称台湾“综艺教父”王伟忠将加盟江苏卫视，打造一档接棒《谁敢来唱

弟的风采不输汪涵



冬日寂静的艺术区一角

图书打折谁说了算

本报记者 蔡萌

“一些网上书店是亏损的，为了做大规模，有时候难免进行书价的恶性竞争，这扰乱了市场，也不利于提高服务质量。”

面对同一问题，业内人士却表现出强烈的期待。北京盛世情书店经理赵鑫说：“网络书店动辄全场5折起，但长期打折销售对我们来说很难维持，特别是新书打折，是我们眼下经营中最苦恼的问题。这个规则的出台，无疑给我们带来了福音。”据他介绍，这几年书店的经营十分困难，书店的人工成本、房租成本、税收成本都在增加，但图书的价格却没有多少增长，“同样卖图书，我们却是市场上的弱势群体。”

一些业内资深人士也从专业角度分析了《规则》出台的好处。江苏新华发行集团常务副总经理金国华表示，公平交易是图书行业经营活动的基本原则，也是图书市场发展的基本要求。《图书公平交易规则》的出台，对于解决书业开放不统一、竞争而无序的现

状，是一次推动和促进；对于图书经营单位进行公平、诚实、守信的图书交易活动，是一种参照和警示。北京千太阳文化发展有限公司总经理千日表示，我国图书行业与其他行业相比非常无序，标准和规则的缺乏使行业中存在的许多问题得不到很好地解决，书业产业链的上下游一同制定这样一个规则是十分有意义的。

面对现实，如何操作是难题

《规则》已经出台了，其执行力如何？记者登录卓越、当当等网站，发现一些新书的价格依然稳定在六七折之间。当当网客服人员称，他们尚未收到任何有关8.5折的通知，在此之前，一切将按原有办法做。对此，北京人天书店有限公司总经理施春生表示，目前馆配市场招投标折扣基本都在7.0到7.5折，如果按照规定提高折扣，执行起来难度可想而知。

而另一方面，一些知情人士也对规则能否真正执行、推广提出疑虑。首先，规则中的一些提法笼统，不够明确；其次，如果规则中的不少标准与现行交易状态有明显差异，执行起来有巨大挑战；再次，由什么单位来监督、保证规则的执行还是未知数。《规则》的监督权哪些归协会？哪些归政府？哪些归法官？这些最好能明确。”一位业内人士指出。

对于尚不具备法律效力的《规则》来说，如何操作推广成为眼下的难题。要真正落实，恐怕还需要有法律做后盾，政府监管做支持，行业自律做保证。三石表示，《规则》的落实，关键是要自律，没有自律，即使有规定条文，也有可能不执行。干日也认为，虽然整个行业都很关注这个问题，但受到社会环境、法律基础等方面的制约，该规则的推广落实还需要一定过程。

出版社改制已经开始进行，业内期待着《规则》可以进一步推动产业链的上游和下游之间、国有和民营之间、不同企业形态和销售方式之间的公平交易和公平竞争。一位业内人士指出，《图书公平交易规则》强调“公平”二字，而公平交易的愿望要实现，必须建立在产业链各个环节和企业都站在平等互利的基础上，没有平等，不会互利，没有互利，谈何公平。解决交易中的平等问题，是实现公平交易的基础，这也是图书行业任重道远的大问题，单靠《图书公平交易规则》还是不能真正从根本上解决公平交易的问题。

时也是其今日走下坡路的原因之一。歌手凌峰表示，“台湾地区的综艺节目已经走向了媚俗化。整天用闽南语插科打诨、乱耍嘴皮子，一点意思都没有。电视的耗电量太大，讲话又是件非常困难的事情。家底不厚，难以见人。”

同质化严重也是目前制约台湾综艺节目发展的瓶颈。综艺主持人阿雅曾表示，“我对于目前台湾电视综艺节目的现状很不看好。这些年来，台湾除了类似《我猜我猜我猜猜》、《康熙来了》这样的老牌娱乐节目，很久没有什么新创意了。台湾地区的综艺节目都没有什么大的发展，做什么节目都是一窝蜂，同质化趋势太严重，我觉得很难在那里有更好的发展，不如转战比较‘多元化’的大陆。”此外，金融危机也多少影响到台湾综艺节目的发展。台湾著名综艺模仿艺人九孔表示，“金融危机对台湾的综艺节目也有不少的影响，很多综艺节目都在缩减。现在在台湾地区比较多的就是访谈类节目，因为成本比较低。”

在这样的大背景下，台湾综艺主持人纷纷转战大陆市场也就不足为奇了。上海文广新闻传媒集团电视台节目主持人曹可凡认为，内地娱乐主持市场的“蛋糕”实在诱人：“在港台，主持人的生存环境是很恶劣的，而且在长达30多年的时间里，台湾的综艺界一直是由‘中视’‘台视’‘华视’三家电视台垄断，像吴宗宪那样以自己独特的搞笑方式走红，十分不容易。”内地广阔的发展空间，加之观众日趋多元化的娱乐需求，对台湾综艺艺人来说是难以

抵挡的诱惑。

争抢成功综艺产品——内地地方电视台的品牌化需求

目前，内地各大地方电视台的竞争日趋白热化，各大电视台无不使出浑身解数力求吸引住观众的眼球。好的综艺节目收视率和关注度都比较高，对于电视台打品牌、提高关注度都非常必要。但长期以来，因人才、制作、创意等方面的不足，许多地方电视台的综艺节目都处于做与不做的徘徊状态。于是，台湾节目主持人向内地寻求发展的愿望与内地地方电视台对人才、创意的需求一拍即合。

台湾本土培养出的主持人虽然在风格上相对开放，但也有人在提出质疑，台湾综艺节目在内容

相比内地主持人，这些台湾主持人语言犀利、善于调动现场气氛，具备极强的搞笑功力，且很多主持人都是由艺人兼职，模仿、唱歌、跳舞等才艺信手拈来。再加上他们本身对综艺节目制作流程比较成熟，而且在内地观众心目中已经拥有一定的知名度，“拿来就可以用的”台湾综艺主持人成了各大电视台的抢手货。

以品牌化做得较为成功的湖南卫视为例，2008年8月，台湾艺人欧弟入主湖南卫视，与汪涵等人一道主持脱口秀节目《天天向上》。在这档拥有7个主持人的节目里，面对内地综艺一哥汪涵，欧弟丝毫不输风采，而他他的确给《天天向上》增色不少。而目前在品牌化方面积极尝试的江苏卫视、浙江卫视、东方卫视等，也频频与台湾综艺节目人才接触。江苏卫视节目组负责人近日宣称台湾“综艺教父”王伟忠将加盟江苏卫视，打造一档接棒《谁敢来唱

弟的风采不输汪涵