

平均年龄才8岁,出道仅4天,成团即解散

别拿“年少成名”赌明天

平均年龄才8岁,出道仅4天,成团即解散。天府少年团,凉了。丧失童年,只想“摇钱”,“无底线造星”再次被狠狠打脸。

其幕后所属公司,一共发过三条微博,第一条出道,第二条改名,第三条解散,现在账号直接被禁言。一语成讫,事不过三,还想拿未成年人捞钱的黑手,都当以此为戒。

平均年龄仅8岁

刚成团就解散“出道”4天就解散

“天府少年团”这一充满偶像团体意味的名词,早在2021年2月就已出现。有报道称,2021新年伊始,ASE国际偶像训练基地中国首站落户成都,以首个出道偶像团体“天府少年团”拉开ASE在中国的偶像产业序幕。

“ASE国际偶像训练基地”官方微信3月1日发布“天府少年团”成员选拔海报,招募6至12岁的小朋友。推文显示,“天府少年团”借鉴韩国先进的造星模式,300多名选手报名参加海选,最终由导师进行层层筛选,选定天府少年团的7名成员,开始他们的练习生之路。

5月16日,“天府少年团”在成都一商场举办C位挑战赛,并进行了现场直播,最终确定了C位、主唱、主舞、队长等人选。7名成员当中年龄最大的11岁,最小的才7岁,平均年龄仅有8岁多。

微博账号“天府少年团”(已改名为“熊猫少儿艺术团 Panda boys”)自今年4月16日以来,开始以“天府少年团”名义发布成员介绍,记录他们初登舞台背后的故事,包括拍摄平面照、进录音棚录歌以及户外活动,从视频到海报俨然以打造偶像团体的形式,进行了专业包装。

“天府少年团”的出道发布会原本定在7月底,但因成都发现本土新冠疫情病例,最终延期举办。8月4日,“天府少年团”首支单曲《出发》上线。8月20日,首支单曲《出发》MV上线,同时宣布“天府少年团”正式出道。在MV花絮中,清晨六点,孩子们乘车前

往基地拍摄,先是睡眠惺忪,随后面对镜头又兴奋起来。

在线下发布会现场,不少观众举有应援灯牌、鲜花等,和台上成员互动。隆重的“出道发布会”没有让这个低龄偶像团体一炮而红,却引来了巨大争议。不少网友质疑,孩子们在如此小的年龄,过早接触娱乐圈,这是让孩子们“提前明白虚荣心”吗?有网友甚至认为,背后经纪公司系“利用童工逐利、商业化未成年人”。

8月21日,微博账号“ASE亚洲星空娱乐”发文回应,强调公司不是把孩子当作赚钱的工具,而是在孵化具有时代意义的新一代少年榜样。进入天府少年团的成员都需要热爱学习、积极努力、多才多艺。他们当中不仅有学科代表,还有三好学生。对成员的第一条要求就是在保证学习的前提下,再完成艺术训练。希望通过认真负责的正确引导和大家一起看到孩子们的长足进步与健康成长。

这一回应没有止息舆论,反而引发了更多质疑。8月24日凌晨,ASE亚洲星空娱乐再度申明,“不做饭圈文化,没有资本运作”,“就是同一群热爱唱歌跳舞的孩子们做一件有意义的事”,并宣布将“天府少年团”更名为“熊猫少儿艺术团 Panda Boys”。当天晚上,该微博账号宣布,从即日起解散天府少年团(熊猫少儿艺术团 Panda Boys),并认真妥善处理后续工作。

至此,从正式“出道”到宣布解散,这一平均年龄仅有8岁的“偶像团体”仅存在了4天。

培训基地已经搬空 造星公司何去何从

ASE亚洲星空娱乐公司官网称,公司于2009年起步,从事互联网节目内容制作,2014年进入韩国市场,2017年进入泰国娱乐市场,同年亚洲星空娱乐主体挂牌成立,公司目前主要业务布局于中国、韩国及泰国,以艺人经纪、偶像新人培育、广播电视节目制作等为核心。

据天眼查知识产权信息显示,ASE亚洲星空娱乐所在的时代星空文化传媒(成都)有限公司成立于2017年8月,注册资本200万人民币。该公司申请注册“ASE国际偶像训练基地”商标,国际分类为教育娱乐,但目前该商标申请已被驳回。此外,4月,孙雷名下控股企业北京寰星星空文化传播有限公司申请注册“天府少年团”商标,国际分类涉及广告销售,商标状态为等待实质审查;其申请注册的“国际偶像训练基地 ASE”商标则被驳回。值得一提的是,根据时代星空文化传媒(成都)有限公司

2020年度报告显示,该公司参保人数仅2人;而2019年度报告显示,该公司参保人数为0人。

在媒体报道中,“ASE亚洲星空娱乐”以及“时代星空文化传媒(成都)有限公司”,均是“天府少年团”的所谓“经纪团队”。孙雷接受封面新闻采访时称,“ASE”只是品牌名字,一个对外的名字,实际上成都公司的主体是没有任何外资的,就是一个纯粹粹粹的中国的本土公司。”也就是说,一手打造“天府少年团”的幕后公司,实际上就是“时代星空文化传媒(成都)有限公司”,而“ASE亚洲星空娱乐”仅作为品牌名字出现。

在成都市顺城大街某商业广场四层,记者找到了挂有“天府少年团”和“ASE国际偶像训练基地”字样招牌的铺面,彼时几个房间的设备已经全部搬空,训练房玻璃门也已经上锁,玻璃上贴着中创智慧文创产业示范基地的贴条。



培训基地人去楼空

资料图片

造星低龄化涉嫌违法 法律边界不容侵犯

那么娱乐造星的边界在哪里?对于8岁的孩童来说,什么东西才是最重要的?为什么会出现这种偶像团体年纪越来越小的趋向?对此,互联网产业时评人张书乐认为,像天府少年团这类偶像男团,并不能代表偶像团体日趋低龄化,而是这样做更能吸引大众的眼球,“现阶段,这些孩子没什么特别的才艺等技能,所以说白了就是博人眼球,赚取流量”。

这样的组合对孩子有什么影响?张书乐认为,对孩子来说,“只有坏处,没有好处”。他认为,一方面,孩子们在本该沉淀学知识的阶段做了不合时宜的事情,学习方面懈怠了。另一方面,在他们本该和同龄人相处的时候,过早地走进成年人的社交环境中,对他们的社交能力也有一定影响。最后,在商业化的巨潮中,孩子

的人生观、世界观和价值势必发生变化,这种变化是好的还是坏的,多半是后者居多。

著名经济学家宋清辉则认为,娱乐圈之所以会出现这种情况,是一种价值观的错位,同时也折射出孩子监护人价值观上的“扭曲”和“坍塌”。

国际象棋一级裁判、看懂经济研究院研究员张雪峰指出,对于8岁的孩子来说,学习一些基础的文化知识,以及培养对于这个世界的感知能力,培养对于一些事物的好奇心,是很重要的。一个人过早地商业化、成名,不符合一个人正常的成长规律。

成都市教育局德育与宣传工委书记杨忠斌表示,对于这支由7名男孩组成、平均年龄只有8岁的偶像团体的走红,成都市教育局高度关注。对于网友质疑

的其成员是否存在辍学的现象,杨忠斌表示,“《义务教育法》中有明确规定,这种学龄儿童必须且强制性地要接受义务教育,以严防未成年人辍学。我个人认为他们不一定是辍学来从事相关的演艺工作,相关情况我们正在核实中。”

今年儿童节,新修订的《未成年人保护法》正式施行。法律第一条即开宗明义,要培养担当民族复兴大任的时代新人。低龄出道,很容易沦为资本和某些人赚钱的工具,不仅伤及未成年人合法权益,更遑论承继复兴大业。再说,拔苗助长的成人化表演,丢了少年气,对未成年人身心也有不利影响。

打着造童星的幌子,忽悠孩子组团进军娱乐圈,不仅有悖于情理,还可能承担违法的后果。

偶像养成产业该严管了

8岁便踏入娱乐圈,天府少年团的出道让人们感到惊诧的同时,也再一次将偶像低龄化的问题摆在人们面前。

近年来,随着选秀节目的热播和粉丝经济的发展,“偶像养成”概念和模式越来越为人们所熟知,也深刻影响着娱乐圈的造星产业。与以往成年艺人的出道不同,养成类的偶像一般为十几岁的少男少女,往往通过练习生模式习得才艺,再通过“养成类”的选秀节目出道。通过抓住粉丝与偶像共同进步、最终见证偶像由素人到明星身份转变的

“养娃”心理,节目制作方和艺人经纪公司大量低龄偶像推到聚光灯前,吸引粉丝为偶像打投、应援,不断增强他们与偶像之间的粘性,最终在“养成”过程中赚得盆满钵满。

由于年龄小、进步空间大,越来越低龄偶像吸引着资本的目光和关注,被期待能在热火朝天的偶像经济中分一杯羹。然而,大批未成年偶像被推向市场,一方面使他们脱离正常生活学习的环境,过早接触纷繁复杂的娱乐圈,不利于他们身心健康的发展;同时,也将“出名要趁

早”的错误价值观传递给社会,误导辨别能力较弱的青少年。

偶像养成产业的发展,绝不能以牺牲未成年人的健康成长为代价。过分追逐低龄化的偶像养成产业,该管管了!为此,各级相关部门须对偶像养成类节目加强监管,刹住利用偶像经济无底线敛财的歪风邪气,保护未成年人的合法权益;经纪公司和网络平台也须切实承担主体责任,摒弃急功近利的浮躁风气,以培养德艺双馨的艺人为己任。多方协力,才能真正遏制偶像养成产业的野蛮生长,助推其重归正轨。