

《跃上高阶职场》热播,收获好评 不走寻常路 聚焦轻熟龄

有创新,关注职场“进阶”之道

面对“无理”的甲方需求,改还是不改?同事之间有矛盾,该如何成功化解?由腾讯视频出品的综艺《跃上高阶职场》以广告行业为背景,不再聚焦职场应届新人,而是直击30岁左右“轻熟龄”职场人的痛点,还原跃升过程中真实的职场竞争生态。即将迎来尾声,节目口碑依然坚挺,豆瓣评分7.7分。不难发现,职场综艺的同质化赛道上正掀起一轮新的浪潮。

作为一档职场观察类综艺,《跃上高阶职场》构建“真人秀+演播室”两大场景,由马伊琍、毛晓彤等担任“见证团”,节目会聚了一群从业经验在两年以上的广告人,他们进入创意广告公司,在导师带领下共同竞争S工作室席位。

与同类综艺相比,《跃上高阶职场》走的是差异化路线。最突出的一点是素人定位不同。这个节目的参与者不是零经验的职场“小白”,而是一群自带标签的轻熟龄职场“老人”。比如,策略岗刘权曾三进三出公司,被老板质疑其稳定性;美术岗包子入行十二年,创新能力遭质疑;

文案岗八月是两个孩子的母亲,要面对家庭和工作的双重考验……十余位候选人组成了一幅职场众生相,他们面临的境遇和问题,观众或许都能找到相似的痕迹。

如何进阶攀升,成为S工作室的一员,是这档节目的表现重点。节目难度层层加码,如围绕冰箱产品进行3分钟的即兴创意大乱斗,就“如何使用月饼达到甚至超过饺子、汤圆、粽子的消费频次”进行8分钟限时提案……在以往同类综艺中,实习生会受到更多的保护和指导,更像是模拟职场,但在《跃上高阶职场》中,任务周期大大缩短,淘汰机制更为残酷。

遇困局,同质化内容难“出圈”

事实上,自2019年起,《令人心动的offer》第一季在国内综艺圈打响头炮,类似的职场观察类真人秀就如雨后春笋般涌现。据不完全统计,播出的国内同类型综艺已多达十余部。

腾讯视频推出的《令人心动的offer》已播出三季,前两季均聚焦律师行业,展现职场“小白”争夺转正录用的成长故事,第三季围绕医疗行业,考核医学生的临床工作,来获得医院最终面试资格的发放;芒果TV自制的《初入职场的新人》,第一季选取进入家电和影视行业的职场新人为主角,第二季则瞄准较为神秘的法医

群体。《跃上高阶职场》是由《令人心动的offer》原班人马打造,并尝试另辟蹊径,7.7的评分也在豆瓣职场综艺片单中居于前列,但热度并没有如期待中高涨。有豆瓣网友评论说:“虽然说是高阶,但是很多人表现出来的问题仍然是低阶问题。”

不难看出,职场综艺角逐依旧激烈,且大多为“新瓶装旧酒”。时代在变化,观众对于职场节目的情绪需求也在迭代。职场综艺如何摆脱同质化的困局,在主流题材找到新的内容产出,并提供正向的情绪价值以及议题讨论空间,或许是后续“破局”需要考虑的重点。本报综合报道

我市两支合唱团 全省比赛获殊荣



本报讯(潍坊日报社全媒体记者 潘来奎)近日,由省文旅厅主办的“喜迎二十大 放歌新时代”——山东省群众合唱展演比赛结束,潍坊市文化馆飞扬合唱团、奎文区文化馆春雷合唱团在全省2000余支合唱团队中脱颖而出,分别斩获一等奖和三等奖,齐鲁文化(潍坊)生态保护区服务中心获优秀组织奖。

为进一步丰富群众精神文化生活,打造群众喜爱的合唱品牌活动,省文旅厅在全省范围内组织开展了群众合唱展演活动。最终,潍坊市文化馆飞扬合唱团和奎文区文化馆春雷合唱团以出色的表现,从全省48个入围决赛的群众合唱团队中胜出,分别喜获一等奖和三等奖。齐鲁文化(潍坊)生态保护区服务中心在此次活动中积极组织,广泛发动各合唱团体及社会力量参与其中,选派优秀音乐骨干对参赛团体进行辅导和培训,在严格遵守疫情防控政策的前提下,组织团员加大排练频次,强化合唱效果,最终获得优秀组织奖。



大 奖 到

祝 贺 潍 坊 彩 友

10月14日

喜中七乐彩一等奖1注

单注
奖金

97万元

中奖站点

安丘市淮安路原物资局沿街37078440号福彩站

投注方式: 自选复式

