

央视《大魔术师》开播仅3天 就遭连云港农民登报“踢馆”?

当事人称,广告不是自己发布的,疑对方在炒作;栏目组表示,“不做回应”



农民魔术师汪奇魔

不是我发布的,可能是栏目组炒作



媒体上刊登的广告

没啥说的



《大魔术师》宣传照 本组图片均来自网络

「踢馆」风波

农民魔术师登报叫板央视?

“凭啥节目不请我上台?”单看标题,就有一股浓浓的火药味,7月29日《京华时报》的一则整版“挑战书”广告非常吸引眼球。而广告的内容言辞更加犀利,不仅略有讥讽,还带着咄咄逼人之势,“找几个明星,玩些花架子,算什么本事?魔术,玩的是想象力。”“虽然我是个农民,但在魔术的想象力上,绝不输给任何人!”

挑战者公开“亮剑”,带着气愤喊话栏目组,“希望”跟明星一较高下“既然不邀请我,那敢不敢让明星跟我比一场?”而比拼的内容“变扑克?没难度!变活

人?托儿太多!”那比拼什么呢?“要变就要变飞机,波音的,747!”挑战者署名是“十分生气的江苏农民魔术师汪奇魔”。

说起这位挑战者,其实大有来头,他是来自江苏连云港的一位民间艺人,24岁起从事魔术表演,曾是中国魔术最高奖“金菊奖”得主。今年6月21日,汪奇魔在湖南岳阳市连云山峡谷漂流景区成功挑战世界顶级魔术大师大卫·科波菲尔,徒手用20秒将一架长达30米的波音737飞机呈现在观众眼前,而后又用20秒使其瞬间消失,被誉为中国“大变飞机”第一人。

开播才3天就遭“踢馆”,节目红了

据了解,《大魔术师》是大型魔术主题明星竞技真人秀节目,由央视与爱奇艺联手打造。

7月26日,《大魔术师》首期节目播出,而开播仅3天,7月29日就遭“踢馆”,汪奇魔一纸“战

书”公开叫板,这不由得让观众对这档新出来的节目产生好奇,并对后面的结果有所期待和关注。而就在广告刊发后,事件瞬间引爆网络,各方对此也是看法不一,有的力挺,有的则不屑。

各方说法

本人回应:广告不是我发布的

汪奇魔为什么要发布这样的广告公开挑战央视?现代快报记者辗转联系到人在香港的汪奇魔。汪奇魔的回答令人意外。汪奇魔告诉记者,广告并不是他本人发布的,至于广告内容那就更不是自己的意思了,汪奇魔称,自己人在香港,昨天下午才知道“挑战书”的事情。

汪奇魔称,《大魔术师》栏目组之前确实跟他联系,希望他能

够上节目。但是因为合同要求方面,双方没有达成一致意见,所以最终没有合作。

7月28日,栏目组一位工作人员联系他,称将在第二天发布有关他的报道,而且是一个版的报道,“因为我在外地,电话里面说得也不是很清楚,所以他们到底发布了什么东西我也不清楚。”汪奇魔表示,“可能是栏目组自己想炒作吧!”

《大魔术师》栏目组:不做回应

对于汪奇魔的“叫板广告”事件,昨天记者也联系了《大魔术师》节目的制作方爱奇艺的工作人员。不过工作人员表示,对此爱奇艺不做回应。不过一位业内人士表示,

现在节目的宣传可谓无所不用其极,像韩寒电影《后会无期》上映前,该报纸也曾刊登过“全国观众为小野添嫁妆”的广告,这些都有片方自我炒作的嫌疑。

京华时报:不清楚发布者是谁

昨天下午,记者致电《京华时报》广告部,咨询当天的“挑战书”广告的真实发布者,一位女性工作人员在听完记者的问题

后,将电话转给了一位男性领导,该领导表示,不清楚广告的发布者是谁,至于其他没有多说,然后就挂断了电话。

7月29日,《京华时报》A36版刊登了一则整版广告,一时间广告的内容在网络上引起轰动,广告内容显示来自江苏的“农民魔术师”汪奇魔公开叫板央视3套《大魔术师》栏目组。昨天,现代快报记者联系到连云港农民魔术师汪奇魔,他表示,广告并不是他发布的,广告发布前节目的制作方曾给他打过电话,但并没有说是什么内容,他怀疑是节目制作方自己在炒作。节目制作方表示,“不做回应”。

现代快报记者 王晓宇 刘磊

隆庆祥 量身定制 私人裁缝 FLOURISH

观潮汇 Guang Chao Hui China 观潮王·中国

ZONIN VINTNER SINCE 1821

2014现代快报商学院高级社交礼仪沙龙暨七夕高端VIP酒会

现场为您讲述: 高效沟通 社交礼仪 酒会礼仪 家庭关系心理学

特邀讲师: 东方礼仪研究院院长 华东师范大学聘任教授 浙江大学特聘教授
华英雄 阿里巴巴、网易云课堂视频公开课特邀嘉宾 全球华人十大礼仪培训师

冠名单位: 隆庆祥 观潮汇酒业 主办单位: 现代快报社 现代快报学院
活动时间: 8月2日14:00~8月3日11:30 索票电话: 025-66661566
活动地点: 梦都大街178号观潮汇酒店