



文化旅游类微综艺《丹行线》海报照片

10分钟一期节目，综艺开启“微”赛道 站在短视频的风口上， 微综艺能飞起来吗

2018年是短视频大爆发的一年，受其启发，综艺也开始试水微综艺的模式。一期节目时长10分钟左右，让综艺呈现出片段化、碎片化的特点。微博推出的“明星制片人微计划”让400多位明星打造了300多档节目，西瓜视频上朱丹主持的《丹行线》即将收官，张绍刚主持的《考不好 没关系？》于本月刚刚上线。站在短视频风口上的微综艺，这次能够飞起来吗？

本报记者 刘雨涵

原生系列主题才是微综艺

微综艺的“微”首先体现在时长短，少则三五分钟，长则二十多分钟，大多数在10分钟左右。但并非所有短时综艺都可

以归为微综艺，作为一种独立的节目形态，它还必须满足三个条件。一是原生性，之前有许多热门综艺都

衍生出了许多微型综艺节目，但它们并非原生，只是母体节目的花絮彩蛋，因此并不能算是微综艺。二是主题性，现在有许多娱乐新闻节目，由于缺乏统一的主题，也不能归入微综艺行列。三是系列性，Papi酱、戏精牡丹、办公室小野等自媒体制作的短片，虽然每期都有主题，但整体并未构成系列，也无法迈进微综艺的门槛。这样筛选下来，微综艺大量涌现也就是从2018年开始的。

在2018年之前，已经有《你好，是鹿晗吗》《一郭汇》《透明人》等微综艺节目受到关注，随着短视频平台在2018年的大爆发，具有短视频属性的微综艺也成为各方发力重点。微博推出了“明星制片人微计划”，邀请了400多位明星跨界担当制作人，打造了300多档短视频节目，2018年累计播放量达60亿。其中比较受关注的有唐嫣的《很高兴认识你》，主打明星职业体验，还有王珞丹亲自打造的《丹行道》，与建筑师展开对话。

短视频平台也开始打造自制微综艺，2018年西瓜视频宣布投入40亿开发“原生移动综艺”，《侣行·翻滚吧非洲》于去年10月率先上线，侣行夫妇张昕宇、梁红驾车展开非洲历险。《在路上的幸福清单》刚刚结束，它邀请来田亮、叶一茜等5组明星嘉宾情侣，通过每期十来分钟的节目，

记录他们在实现幸福清单过程中的温馨点滴。去年11月开播的由朱丹主持的《丹行线》目前即将收官，这档节目以纪录片的形式呈现印尼风情，每期正片节目的点击量平均下来能够突破千万级。从目前已播出的节目情况来看，借着明星的召集力和播放平台的热度，微综艺大多都还有着可观的播放量。

今年微综艺将继续发力。微博的“明星制片人微计划”还在进行中，杨紫的瘦身节目“杨紫瘦time”、周笔畅的旅行节目“冬日交响曲”等将陆续更新，还有“乐华七子不在家”“Angelababy不止AB面”等。在西瓜视频，由蔡健雅主持的《海角甜牙》9日刚刚上线，主打甜品治愈和女性情感。

微综艺或为网综破题

虽然微电影、微剧早已出道，但微综艺在2018年才姗姗来迟，还是受到火爆的短视频行业启发。曾担任过《中国喜剧星》《二胎时代》等电视综艺总导演的董银称：“我们现在很难坚持看完一档30分钟的网综了，用户习惯确实不一样了。”短视频让用户观看时间更加碎片化，观看地点更加流动化，微综艺的诞生势在必然。而随着短视频平台竞争进入红海领域，从草根性的用户原创内容转向专业团队生产内容，是大势所趋，精品化、精准化的微综艺反过来又可以为平台增强用户黏性。

不仅短视频平台竞争白热化，网络综艺本身也急需破题。现在的网综越做越长，有的甚至一期节目长达一个半小时，堪比一部电影，让观众表示累心，短平快的微综艺更适合网友的观看习惯。而且2018年的网综基本被老牌节目把持着，新型网综难出头，微综艺的加入，或许可以给网综带来更多新玩法。

微综艺同时也意味着小成本，这对于许多中小制作公司来说更加容易操作。董银表示：“优质资源、头部制作公司越来越聚集，我们小公司拿

到项目越来越难，所以需要以小博大去做一些小体量的内容。”据介绍，一档微综艺的成本大致在300—500万之间，制作周期为2个月，5—8人的制作团队即可启动。

微综艺急需爆款

王珞丹的《丹行道》和朱丹的《丹行线》，两档名字极为相似的微综艺，虽然节目类型不同，但是可以从中看出微综艺的一些特征。首先是女性导向，《丹行道》从王珞丹的女性视角出发与建筑师对话，《丹行线》中接生英雄、洗衣女工成为节目主角。其次是注重思想性，《丹行道》思考建筑与人的关系，《丹行线》则关注女性力量。三是追求精品度，《丹行道》的对话方包括潘石屹、柳亦春、青山周平等建筑行业的精英，《丹行线》则由《舌尖上的中国》导演程工亲自操刀制作，具有电影化的高端质感。

在流于表层化、肤浅化、八卦化的短视频大潮中，这样的微综艺无疑是一股清流。不过，短视频追求的是短平快，新鲜、好玩、刺激，这样慢节奏的微综艺能否适合观众的胃口？西瓜视频微综艺负责人表示：“相比传统意义上的综艺叙事结构，‘微综艺’更注重开门见山式的破题，前面30秒、60秒、180秒都是能否留住用户的关键时间节点。”显然，《丹行道》和《丹行线》这样走精品路线的微综艺并没有完成这种破题。

《侣行·翻滚吧非洲》遇到了另外一个问题，有《侣行》的老观众表示，这个节目更像是“片花”，仍有“移民综艺”之感。在过度碎片化之后，微综艺到底是节目还是花絮？微综艺到底应该以怎样的内容和形式来面对大众，还需要一个慢慢摸索的过程。

对于制作方来说，在综艺赛道竞争更加激烈的2019年，尽早做出爆款内容才能让微综艺打开局面，就如同《老男孩》对于微电影的意义，如果没有爆款节目，微综艺就只能像微剧一样，处于尴尬的地位。

二流剧本配一流演员，绝没有意外惊喜



天天娱评

□师文静

正播出的电视剧《幕后之王》和正上映的电影《“大”人物》中，有金马“影后”周冬雨、东京电影节“影帝”王千源两位演技大咖的精湛演出，但评分都是6分冒头，口碑欠佳。“影帝”“影后”是稀缺品，观众愿意讨论他们的演技，愿意给予掌声，但将他们放在槽点多、品质差的剧本中，他们也

没有化腐朽为神奇的能力，这种搭配也绝不会让作品有意外的惊喜，更不可能创造意外的精品。

《幕后之王》的主演罗晋、周冬雨是流量加演技的组合，宣传也足够强劲，但收视不算理想。作为一部国产职业剧，它走了所有该类型剧的套路——披着职场外衣的玛丽苏爱情故事。剧中的职场不现实、不深入，但充满戏剧冲突，女主角负责艺人统筹，结果艺人晕倒在舞台上，她被怀疑害人进了警局；女主角卷铺盖走人，结果又被怀疑偷东西。这就是一个荧屏“傻白甜”，现实中“职场菜鸟”的成长故事绝

非如此。观众看不到对现实生活细节刻画，看到的是悬浮的情节、套路化的人设，怎能产生共鸣？

剧中，周冬雨的演技变化多端、古灵精怪，与角色气质也相符，演技本身挑不出太大的毛病。作为一个演技派“小花”，她设计了很多小表情、小动作来表现女主的可爱、灵气，看到自己崇拜的男主角时，那种一会儿想哭、一会儿想笑的表情也拿捏到位。不过，演得再好也无法弥补剧本老套这个缺陷。至于结局，周冬雨能否撑起蜕变后的职场女强人形象，让观众缺乏信心，毕竟她演偏端庄、正派的青衣角色往往会产生

气不足。

《“大”人物》是一个正义警察对抗混蛋富二代的故事，集结了王千源、梅婷、刘明涛、潘粤明、王砚辉等实力派演员。影片是韩国电影《老手》的落地改编，其中有学区房、摇号等本土观众熟悉的情节，但影片给人留下的最大印象是突兀、“假”，将警匪与搞笑糅合在一起显得不伦不类，很多情节智商、逻辑不在线，只能是一个还算合格的商业片。但是，王千源则在一个及格水平的片子中有演技突破。对角色“千锤百炼”的他，在《“大”人物》中演技炉火纯青，有变化、有深度也有层次。这次他一反反面角色常

态，诠释了一个好人、一个超级警察的形象，演出干净利索，文戏武戏都得心应手，荧屏形象有了突破。

现实往往让人很无奈，好演员搭配好剧本的作品总是极少数。太多剧本想要“影后”“影帝”来添彩演出，但好演员也会对剧本有反面冲击力，演得好但剧本不好，就容易让观众更加捧演员而贬剧本，这也是个矛盾的现象。对好演员，观众总是心怀期待，希望他们能珍爱自己的羽毛，让演技精益求精，严选剧本、认真表演。坏剧本演多了，必然会积累下坏印象，导致负面评论影响自身形象。