



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年才开始的。

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,还有王珞丹亲力打造的《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”等将继续更新,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。”短视频让用户的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行。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的细节刻画,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中

气不足。

《“大”人物》是一个正义警察对抗黑蛋富二代的故事,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,演出干净利落,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。