

# 新冠疫情背景下的 “云综艺”创新策略解析

叶心怡

**摘要:**突如其来的新冠肺炎疫情为综艺节目制作带来了前所未有的困境和挑战。在全民抗疫的特殊时期,电视及网络综艺制作机构积极调整制作策略,推出了多档“云创新”节目。本文重点研究在特殊的疫情时期涌现出的一系列“云综艺”,归纳此类节目的“云创新”策略,分析其前景性与局限性,并对浙江卫视未来的“云综艺”创制提出具有实操性的创新建议。

**关键词:** 新冠疫情 云综艺 创新策略

自2020年1月以来,突如其来的“新型冠状病毒肺炎”疫情为国内的综艺节目制作带来了前所未有的困境和挑战。疫情防控期间,国家广电总局统一部署,要求多家卫视加强抗击疫情报道,减少娱乐节目的播出。<sup>①</sup>1月31日,影视行业管理部门下发了《关于新冠疫情期间停止影视剧拍摄工作的通知》,要求全行业暂停影视剧拍摄。在全民抗疫、全民宅家的特殊时期,原本已形成工业化制作模式的大型综艺节目,暂时无法实现聚集录制。与此同时,上级管理部门也对综艺制播平台提出了提升疫情防控宣传的统筹要求。因此,电视及

网络综艺制作机构积极调整制作策略,推出了多档“云综艺”节目。

## 一、“云综艺”制播概况简述

“云综艺”是在新冠肺炎疫情期间诞生的特殊形态的综艺节目,其核心在于“云录制”“云互动”等创新特质,泛指在全民抗疫的群体性社会状态下,综艺节目改变原有的工业化制作流程,主要采用嘉宾自主拍摄的方式进行录制的轻巧型综艺节目。2020年2月7日,湖南卫视宣布于当晚22点档与23点档分别推出《嘿你在干嘛呢》和《天天云时间》两档“创新云录制”节目,由此开启了一股“云综艺”的创意风潮。其中,《嘿你在干嘛呢》节目定义为一档分享互动生活创意秀,运用视频连线技术反映何炅、李维嘉、杜海涛等节目嘉宾在非常时期的生活缩影。《天天云时间》则

以“天天兄弟”为串联核心,每期连线不同的嘉宾做客,内容包含生活分享、互动答题、美食、公益乃至“云合唱”等多个环节。该节目自首播后,改档在每周一至周四的“730”时段带状播出。

在大型综艺制播处于停滞状态的特殊时期,“云综艺”的创作尝试为综艺行业找到了一个发力的支点,开拓出一片崭新的综艺创制阵地。此后,各大广播电视及网络视听平台相继推出“云综艺”(见表1-1)。

优酷自2月8日起每天中午12:00推出了明星陪伴式直播节目《好好吃饭》,邀请薇娅、赵本山、高晓松、孙艺洲等嘉宾,用直播做饭、陪伴吃饭的方式传递治愈的温暖。2月14日,浙江卫视播出防控疫情特别节目《我们宅一起》,通过主持人华少互动分享现实版“中国蓝朋

表 1-1 “云综艺”播出平台及开播时间

播出平台	节目名称	开播时间
湖南卫视	《嘿你在干嘛呢》	2020年2月7日
湖南卫视	《天天云时间》	2020年2月7日
优酷	《好好吃饭》	2020年2月8日
浙江卫视	《我们宅一起》	2020年2月14日
芒果TV	《还能这样吃?》	2020年2月15日
爱奇艺	《宅家点歌台》	2020年2月17日
腾讯视频	《鹅宅好时光》	2020年2月17日

友圈”，串联起抗疫背景下艺人朋友和普通人宅家生活的小温暖和正能量，用全民“云聚会”的方式引领积极向上的国民情绪。<sup>②</sup>2月15日起，芒果TV推出“云录制”公益短视频节目《还能这样吃？》，旨在带领观众解锁宅家办公新菜谱。此外，爱奇艺于2月17日起上线了《宅家点歌台》，节目面向全国征集“点歌人”的真实故事和心声，神秘歌手将给故事主人公拨打电话并送上惊喜歌曲。2月17日起，腾讯视频则分别在午间档和晚间档推出明星宅家趣时光互动直播节目《鹅宅好时光》。

## 二、“云综艺”创新策略的研究与解析

基于对“云综艺”的概况研究，笔者以《嘿你在干嘛呢》《天天云时间》《好好吃饭》《我们宅一起》《还能这样吃？》《宅家点歌台》《鹅宅好时光》等7档节目为主要研究样本，进一步从选题类型、嘉宾互动方式、播出时段、节目时长等要素进行分析研究，从而归纳此类节目的制作规律和创新策略。

### （一）选题类型

主要分为综合分享型、美食垂直型、音乐垂直型等三个类型。（详见表2-1）

其中，《嘿你在干嘛呢》《天天云时间》《我们宅一起》《鹅宅好时光》为“综合分享型”节目，内容涵盖范围较广，涉及美食、健身、生活方式、抗疫宣传、脱口秀等多个内容版块，创意策划的边界性、局限性较弱。但也正是由于“综合型”的节目定位，以上四档节目易于出现同质化倾向，节目的独特性较难显现。目前，这四档节目在选题类型上的区分，主要依赖于

表2-1 “云综艺”选题类型分析

选题类型	节目名称	节目数量
综合分享型	《嘿你在干嘛呢》《天天云时间》 《我们宅一起》《鹅宅好时光》	4
美食垂直型	《好好吃饭》《还能这样吃？》	2
音乐垂直型	《宅家点歌台》	1

不同核心嘉宾群体的运用。其中《嘿你在干嘛呢》和《天天云时间》的核心嘉宾分别来自于湖南卫视主持群“快乐家族”和“天天兄弟”，而《我们宅一起》则依靠浙江卫视主持人华少的脱口秀式“云串联”，和“跑男兄弟”“王牌家族”等“中国蓝”IP群体成员的内容供应来塑造其节目气质。《鹅宅好时光》的直播嘉宾主要邀请了《创造101》《创造营》等腾讯选秀节目出身的新晋艺人。

《好好吃饭》《还能这样吃？》两档节目都属于美食垂直类节目。《好好吃饭》侧重于“陪伴吃饭”的概念，《还能这样吃？》的选题重点则在于开发宅家办公的新菜谱。总体上来说，两档节目在选题类型上存在一定的重叠性。与此同时，“吃美食”“做美食”等主题在四档“综合分享型”节目中也占有一定的比重。而爱奇艺《宅家点歌台》在选题类型上另辟蹊径，成为音乐垂直类“云综艺”中的一枝独秀，节目用Vlog来呈现神秘歌手的惊喜来电和现场演唱，在选题上具有较强的创新性。但从节目的实际呈现来看，电话连线的互动方式无法充分展现“被点歌”主人公的状态和故事，“被点歌方”没有任何视频素材的呈现。这档节目在执行上对核心嘉宾的访谈能力和反应能力提出了过高的

要求，在实际操作层面无法高质量呈现该节目的创意初衷。

从选题类型上分析，“云综艺”在“综合分享型”和“美食垂直型”两个类型领域已经出现同质化趋势，而在“音乐垂直类”等其他垂直领域还具有较为广阔的拓展空间。以“微综”为定位，以“小而美”为特质的“云综艺”节目，<sup>③</sup>在未来的选题开发上将趋向于两个方向：一是依赖于制播平台的“IP群体”进行“定制型”深度开发；二是在垂直细分领域进一步拓展，例如音乐类、健身类、益智类、婚恋类、圆梦类、陪伴成长类节目都具有一定的创新空间。

### （二）嘉宾互动方式

主要分为直播式、视频连线式、多点/接力视频连线式、电话连线式、Vlog式、脱口秀串联式等五种方式（详见表2-2）。

其中，《嘿你在干嘛呢》主要由何炅、李维嘉、杜海涛等核心嘉宾在各自负责的“云录制”版块中与“云做客”嘉宾进行视频连线，节目互动性较强。《天天云时间》则通过汪涵、沈梦辰等主持人在演播厅与“天天兄弟”和单期嘉宾进行多点/接力视频连线。节目嘉宾摆脱了地域的限制，真正实现了“云聚会”“云抢答”，呈现出很强的互动感和较强的可看性。《鹅宅好时光》同样由主持人在演播厅与多位嘉宾进行多点视频连线，但由

表2-2 “云综艺”嘉宾互动方式分析

节目名称	互动方式	互动效果等级
《嘿你在干嘛呢》	视频连线式	2级
《天天云时间》	多点/接力视频连线式	1级
《我们宅一起》	脱口秀串联式	3级
《好好吃饭》	直播式	2级
《还能这样吃?》	无	4级
《宅家点歌台》	电话连线式	3级
《鹅宅好时光》	多点/接力视频连线式 VS 直播式	2级

\*为了直观地呈现互动效果,笔者将互动效果等级分为4级别,1级为最强,4级为最弱。

于该节目主要采用接力视频连线的方式,嘉宾之间较少有“团体性”默契,因此在互动效果上弱于《天天云时间》。浙江卫视《我们宅一起》并未运用视频连线方式,而是采用华少自录的脱口秀来构建节目框架,虽然该节目在互动性上偏弱,但由于制作团队的精心策划和华少突出的主持能力,节目仍呈现出较强的可看性。

《好好吃饭》直接采用网络直播方式呈现节目,每期仅有一组嘉宾,节目未经后期制作,与受众之间的互动性较强,但由于播出方式的限制,《好好吃饭》内容策划较弱,节目呈现效果完全依赖于嘉宾的直播表现。《还能这样吃》采用Vlog的拍摄方式,由林依轮和姜妍担任固定嘉宾,两位嘉宾之间没有互动设计,节目与其他新媒体平台上的美食Vlog相比无明显优势。在《宅家点歌台》中,惊喜歌手与“被点歌人”通过电话连线来实现互动,节目在播出观感上较为单调。

笔者认为,以“多点/接力视频连线式”为录制方式的非直播节目,是“云综艺”研究样本中优势最为突出的互动方式。

一方面,多点/接力视频连线保留了较强的互动性,打破了地域限制,实现了“云聚会”“云聊天”的录制效果。另一方面,非直播节目可以将策划设计更好地植入到录制中,后期剪辑能够集中放大节目看点,优化节目节奏和逻辑,有效避免“纯自然流”的播出观感。

### (三)播出时段

主要分为晚间黄金档、周间“730”时段、周末晚间非黄档、午间档、“晚餐档”等五种类型(详见表2-3)。

根据以上图表,“云综艺”的播出时间呈现出两个鲜明的新

特质,即“带状播出”和“非常规综艺播出时段播出”。从“带状播出”的特质分析,七档节目中共有六档在首播后调整为“带状播出”。其中,《天天云时间》《我们宅一起》为周一至周四带状播出;《宅家点歌台》《鹅宅好时光》为周一至周五带状播出;《好好吃饭》《还能这样吃?》为每天带状播出。从“非常规综艺播出时段播出”的特质分析,七档节目中共有五档排播在“非常规时段”播出。其中,《好好吃饭》《还能这样吃?》《宅家点歌台》均在午间时段播出;《鹅宅好时光》实行午间档和“晚餐档”一日双播;《天天云时间》则全新开发了“730时段”。

“云综艺”的新型制播模式或将重新激活“周间综艺带”,并带动“午间档”“晚餐档”“730档”等非常规时段的综艺开发,为中小型量级客户带来全新的市场空间。由于“云综艺”节目体量较为轻巧,制作成本较小,“云综艺”可能在未来的市场竞争中开发出一系列垂直细分领域节目,并带来“长尾效应”的爆发。

表2-3 “云综艺”播出时段分析

节目名称	播出时间	播出时段	是否带状播出	是否是常规的综艺播出时段
《嘿你在干嘛呢》	每周五22:00	周末晚间非黄档	否	是
《天天云时间》	每周一至周四7:30	周间730时段	带状播出	非常规
《我们宅一起》	周末21:45/ 周一至周四21:10	晚间黄金档	带状播出	是
《好好吃饭》	每天12:00	午间档	带状播出	非常规
《还能这样吃?》	每天12:00	午间档	带状播出	非常规
《宅家点歌台》	周一至周五12:00	午间档	带状播出	非常规
《鹅宅好时光》	周一至周五 12:12 17:17	午间档“晚餐档”	带状播出	非常规

表2-4 “云综艺”节目时长分析

节目名称	节目时长	时长类型
《嘿你在干嘛呢》	40-60分钟	常规时长节目
《天天云时间》	约30分钟	中等时长节目
《我们宅一起》	20-30分钟	中等时长节目
《好好吃饭》	60-70分钟	常规时长节目
《还能这样吃?》	约6分钟	短视频节目
《宅家点歌台》	约20分钟	中等时长节目
《鹅宅好时光》	约90分钟	常规时长节目

#### (四) 节目时长

主要分为常规时长节目(40-90分钟),中等时长节目(20-30分钟),短视频节目(10分钟以内)等三种类型(详见表2-4)。

从以上图表可见,“云综艺”的节目时长更多倾向于“中短型”。除了《好好吃饭》《鹅宅好时光》两档直播节目,和《嘿你在干嘛呢》采用常规时长以外,其他四档节目均为中等时长节目或短视频节目。

从“云综艺”的制作规律来看,20-30分钟的中等时长节目普遍适用于“云综艺”的创制,并可能在未来继续延续这一制作规律。另外,以《还能这样吃?》为代表的短视频节目为“云综艺”的打造提供了一种新型参考模式。

#### 三、“云综艺”制播现状的局限性反思

基于以上研究结果,笔者对当前“云综艺”制播现状的局限性进行反思后认为,目前“云综艺”的局限性主要集中于以下几个方面:

第一,选题方向上同质化倾向明显,垂直类选题的挖掘尚处于初级阶段。目前,市场上推出的“云综艺”在选题开发上存在明显的同质化现象,节目

内容设计过度集中于美食、生活方式分享等内容类别,导致个性化不足。虽然目前爱奇艺已推出一档音乐垂直类“云综艺”,但实际播出效果较为平庸,未能充分抢占该细分领域的市场空间。

第二,整体制作水准略显不足,直播类、音乐垂直类等节目制作较为粗放。由于“云综艺”诞生于疫情防控的特殊时期,大多数节目策划周期很短,部分节目未经充分推敲即“匆忙上档”。笔者认为,传统电视制作播出的《嘿你在干嘛呢》《天天云时间》《我们宅一起》等节目制作水平相对较高,其他节目的制作品质略显不足。其中,《好好吃饭》《鹅宅好时光》两档直播节目的前期策划不够充分,明星嘉宾直播经验不足,无法体现此类节目在互动性上的优越性。而首度探索音乐垂直类“云综艺”的《宅家点歌台》,还尚未研究出“云录制”音乐类节目在音乐效果、互动效果上如何更好地打破局限性问题。

第三,暂未产生“现象级”超级品牌,节目影响力和吸引力的可持续性是破局的难点与关键。从电视节目的收视表现看,《天天云时间》自从定档在

周间“730”时段带状播出后,收视表现最佳。截止到2月19日,该节目CSM59城最高收视1.193,平均收视0.978,稳居同时段第一。同样在首播后改为在周间带状播出的《我们宅一起》最高收视0.798,呈现出“稳中有升”的收视趋势。周末22:00档播出的《嘿你在干嘛呢》开播取得1.051的收视率,但第二期则大幅下降至0.708。因此,笔者认为,“云综艺”在周间带状播出,有助于观众养成相对固定收视习惯,能够可持续地提升节目话题热度,在排播策略上优势较明显。从网综节目的播出表现看,《好好吃饭》《还能这样吃?》《宅家点歌台》《鹅宅好时光》等节目中并未出现热度和口碑较为突出的节目。笔者认为,目前网络平台制播的“云综艺”普遍存在前期策划粗放、内容看点不足的情况。

综上所述,在七档样本节目中,以“天天兄弟”为核心嘉宾的《天天云时间》播出表现呈现出持续稳步上升的趋势,品牌优势或将进一步显现,对“天天兄弟”IP群的影响力和热度的提升也将有正向作用。但就目前的播出情况看,该节目还尚未产生“现象级”的品牌效应和“破圈传播”的全网热度。“云综艺”在未来是否有诞生“现象级”超级品牌的可能性,还有待进一步探讨。

#### 四、“云综艺”创新趋势的预测

近期以来在市场上涌现出的“云综艺”创制风潮,可以说是综艺制播机构在特殊疫情时期制定的应急性策略,多数内容产品定位为“特别节目”或

“限定周期节目”。目前,全国新冠肺炎疫情整体形势趋向稳定,各行业陆续推进复工复产。在此背景下,“云综艺”是否会在短暂繁荣后“昙花一现”,还是能够为未来的综艺创制提供一条全新的参考路径?笔者认为,“云综艺”的出现拓展了综艺的制播模式,并将继续运用于各类综艺的制播当中。基于以上文本,笔者对“云综艺”的创新策略研究,结合浙江卫视的平台特性,对浙江卫视未来“云综艺”制作的创新趋势进行预测。

**趋势一:垂直细分类“云综艺”+周间带状播出**

笔者认为,音乐垂直类、益智答题类、医疗服务类、追梦圆梦类等垂直品类节目有研发“云综艺”的创新空间,并且适合采用主持人在演播厅多点/接力连线的互动方式,结合嘉宾“云录制”Vlog等方式进行节目制作。音乐垂直类方面,可以探究如何创新升级浙江卫视老牌音乐互动类节目《我爱记歌词》,引发音乐复古热潮。益智答题类方面,可以配合浙江卫视即将重点打造的全新文化类节目,进行相关知识的趣味普及。医疗服务类方面,随着新冠疫情的发生,医疗类节目或将重新成为热点门类,作为推出过多档周间医疗服务类节目的浙江卫视,值得考虑制作医疗服务类“云综艺”,在服务大众的同时,增加医生嘉宾录制的便利性。在追梦圆梦类方面,浙江卫视曾推出的第十季《中国梦想秀》中“记录180天惊喜蜕变”的核心概念,也适合嘉宾采用“云录制”的方式记录成长和蜕变,带领观众以连续式、

细节化的方式关注追梦嘉宾的追梦过程。

**趋势二:IP群体定制型配套“云综艺”+周间带状播出**

浙江卫视多档品牌综艺N代的IP群体具有强大的影响力,例如“跑男家族”“王牌家族”成员都参与了《我们宅一起》的录制。而《天天云时间》则运用多点/接力连线的互动方式将“天天兄弟”的品牌效应最大化。浙江卫视如果能在《奔跑吧》《王牌对王牌》《我就是演员》等品牌节目季播期间,根据不同IP群体的特性进行节目定制,在周间时段推出带状播出的配套“云综艺”,或许能把综N代节目的IP优势进一步放大激活。而“云综艺”的制播模式则能增强嘉宾录制的便利性,并减少节目制作成本。

**趋势三:周间版“云录制”+周末版聚集录制**

近来,婚恋情感观察类真人秀成为婚恋类节目的主要发力方向。浙江卫视也曾于2019年度推出相关节目《很高兴遇见你》。笔者认为,“云综艺”模式亦可应用于婚恋观察类节目的录制中,从而降低嘉宾聚集难度,吸引更多有真实婚恋需求的素人嘉宾群体参与录制。在播出方式上,或可采用周间版带播“云综艺”+周末版聚集录制的复合型制播方式,在提升节目制播灵活性的同时,大大提升婚恋类节目在播出连续性上的优势。

## 五、结语

基于对上述七档“云综艺”样本的分析研究,笔者得出结论:“云综艺”是新冠疫情时期,综艺制作机构应急策略

之下的特殊产物。在选题类型方面,IP群体定制类和垂直细分类“云综艺”具有广阔的开发空间;在互动方式方面,以“多点/接力视频连线式”为录制方式的非直播节目,是“云综艺”研究样本中优势最为突出的互动方式;在播出方式方面,“云综艺”或将重新激活“周间综艺带”,并带动“午间档”“730档”等非常规时段的综艺开发,为中小型量级客户带来全新的市场空间,“长尾效应”的爆发在未来将成为可能;在节目时长方面,20-30分钟中等时长或10分钟以内的短视频将在未来成为“云综艺”的主流播出时长。笔者预测,“云综艺”并不会随着疫情形势的趋稳而消失,这种新型制播方式将在未来继续创新运用于综艺制作领域。从创作趋势上分析,深度开发垂直细分类“云综艺”,为“IP群体”定制配套型“云综艺”、周间版“云录制”与周末版“聚集录制”相结合等创新策略,或将在未来进一步凸显出“云综艺”制播模式的优势。

## 参考文献:

①《国家广播电视总局组织网络视听媒体 做好共同战“疫”宣传》,国家广播电视总局,2020年1月30日。

②《“云聚会”和“云记录”,〈我们宅一起〉首创现实版朋友圈引国民情绪共鸣》,综艺报,2020年1月29日。

③《〈我们宅一起〉:Vlog式极简综艺如何输出乐观正能量与公益价值》,广电独家,2020年2月18日。

(作者单位:浙江卫视节目中心)