



■前身 由“团综”、长寿综艺等演化而成

所谓“熟人综艺”，是以彼此熟识的明星嘉宾为主要班底、依托集体旅行、主题聊天或生活体验等形式打造的综艺。

“团综”是熟人综艺的早期模式之一，隶属于同一偶像组合的成员们在镜头前全方位展示合宿生活，既给粉丝展现了成员舞台之外的真实日常，又能让粉丝看到成员之间的默契与火花。

以TFBOYS为例，早在2013年，他们便参与了自制家族综艺《TF少年GO》，随后又陆续推出了真正意义上的团综《TFBOYS偶像手记》和记录成员日常生活的团综《TFBOYS观察日记》。这些综艺节目展现了这个偶像少年组合的成长历程，也为粉丝留下了珍贵物料。

团综并非偶像团体专属，不论嘉宾属性如何，任何由单一公司或厂牌主导的综艺，往往都是熟人综艺模式。例如，《德云斗笑社》和《麻花特开心》分别是由德云社和开心麻花主导的喜剧厂牌真人秀节目。笑果文化在2022年推出的《怎么办！脱口秀专场》，也由李诞、杨笠等彼此熟识的脱口秀演员组成“轻轻松松宇宙最强编剧部”，让各种段子在他们中间激发出最大“笑果”。

2017年，《向往的生活》首季播出，将熟人综艺和慢综艺两种模式深度捆绑。节目中，黄磊、何炅、刘宪华三人一起守拙归田园，为观众带来一幅“自力更生、自给自足、温情待客、完美生态”的生活画面，节目获得了不俗反响，并持续推出了七季，尽管后续人员有调整变化，但黄磊、何炅的固定搭档不变，始终“撑起蘑菇屋这个家”。

近两年，已在演艺圈沉寂许久的0713“再就业男团”通过《向往的生活》第五季的衍生综艺《欢迎来到蘑菇屋》翻红爆火，随后成为各大综艺常客，还有了《快乐再出发》等常驻综艺。相识十几年带来的凝聚力和默契度，让“再就业男

《我们仨》夺得收视四连冠 “熟人综艺”为何屡屡出圈？

本报综合消息 由郭麒麟、毛不易、魏大勋三位艺人担当常驻嘉宾的旅行探索真人秀节目《我们仨》正在湖南卫视、芒果TV热播。

《我们仨》不仅首播声势夺人，成功斩获中国视听大数据CVB收视率0.348%，份额2.072%，省级卫视同时段排名第一的好成绩，更在播出四期后持续霸榜，摘得收视四连冠。

节目中，三位嘉宾熟稔且有梗的互动，让观众在津津乐道之余，意识到一个事实——又一档熟人综艺火了！

团”成为各个节目的收视率保障。

值得一提的是，熟人综艺还可由长寿综艺演化而来。邓超、李晨、鹿晗、陈赫等活跃在《奔跑吧》《极限挑战》等长寿综艺里的常驻嘉宾，在超长的搭档时间里培养了友情，不仅反向助推节目演化为熟人综艺，更以相同班底再起炉灶打造《哈哈哈哈哈》，延续“冤种兄弟情”。

■基底 原生友情深厚，经得起“冒犯”

熟人综艺为何成为综艺市场的热门模式？

熟人间妙趣横生的化学反应是第一要素。

众所周知，综艺节目效果极其依赖嘉宾间的互动火花，拥有“原生友谊”的熟人嘉宾不仅能够省去互相磨合的成本，还能够频频造梗，所讨论的话题也更接地气。

《快乐再出发》中，“再就业男团”日常拿“不红”“婚礼歌手”“离婚”“不合往事”等颇具炸裂效果的梗来互相“攻击”。然而，在嘉宾本身友情深厚的情况下，越“冒犯”越有综艺效果，并且熟人间默契的分寸感并不会引起观众不适。

另外，倘若嘉宾彼此间不够熟悉，节目组难免需要设置一些话题“破冰”，这类话题往往社交意味浓重，容易给观众带来距离感。而熟人综艺的话题设置则更轻松随意、容易让观众找到共鸣。

由毛不易、李雪琴二人控场的《毛雪汪》便是其中的佼佼者，开播以来，“杨天真谈爱情与事业”“杨幂教李雪琴谈恋爱”“毛不易李雪琴探讨演艺圈加微信百态”等内容纷纷出圈。

围绕沈月朋友圈打造的好友自助式团综《快乐的大人》也是一个鲜活案例，节目里“王敬轩吐槽吴宇恒不看攻略”等各种旅行中的矛盾被大家以戏谑的方式复盘，既能唤起观众共鸣和思考，又不会过于严肃。

另外，早年间生活类综艺和旅行类综艺常常以主嘉宾之间爆发的冲突为噱头，用剑拔弩张的“下期预告”来让观众欲罢不能。如今，阅综无数、深谙各种套路

的观众早已对此“脱敏”，再加上，当下都市人所面临的工作和生活压力较大，如今的生活类和旅行类综艺倾向于传递“治愈感”“下饭”，讲究为观众带来愉悦感和放松感。因此，主嘉宾之间的磁场相合，也是熟人综艺受追捧的原因。

2021年，由董子健、刘昊然、王俊凯担任常驻嘉宾的原生友情真人秀《恰好是少年》，还原了三位高人气艺人与同龄好友相处的真实样貌，素颜、孩子气又中二的“顶流”让观众欣喜不已。

另外，嘉宾的综艺艺能有高有低，“梗王”“综艺达人”往往能调动节目气氛，相应的镜头也就更多，但也容易让某些慢热的“I人”（内敛的人）嘉宾变成背景板，造成节目内容的失衡。

熟人综艺，则让嘉宾更好地彼此关照，避免冷场或某些社恐嘉宾没有镜头的情况，并且足够熟悉的嘉宾们还会共同向节目组争取权益，例如，在已停播的《向往的生活》中，内敛、话少的张子枫受到大家关照，而黄磊“手持拖鞋挺身而出”跟导演组讨价还价的场面屡屡出现，“霸气对抗节目组”的戏码常常逗乐观众。

■制作 不用高强度竞技，主打欢乐佛系

成本可控，便于“以小博大”也是熟人综艺走红的重要原因。

在过往认知中，嘉宾阵容越豪华、游戏设置越成规模，资金投入越大，综艺节目获得成功的概率越大。然而，当下综艺市场的竞争激烈，招商难度大增，营销成本居高不下，多数节目组更倾向于制作难度小、风险可控的节目类型。相比于体现“爽感”的运动类、竞技类或者推理类综艺，时间与资金投入成本低，制作难度小，是熟人综艺的优势。

2019年底，嘉宾高以翔在录制都市夜景竞速秀《追我吧》时，突发心源性猝死，不幸去世。最终，这档强调“不可复制的实景体验感”，节目装置、舞美搭建费用超过1亿元的极限节目停播。据悉，为突出视觉效果，节目组选择在夜晚录制，在环节设定上，也设

置了梅花桩、飞檐走壁、徒手爬高楼等各种高强度环节。

这样的强度，让奥运冠军李小鹏在节目中直呼：“不行了，我真的跑不动了”，曾经参与节目又退出的嘉宾钟楚曦表示，“真的太累太累了，录完节目吃了三天速效救心丸。”

另外，《歌手》《我是演说家》《中国诗词大会》《演员请就位》等艺能类综艺，则对嘉宾的才艺和文化素质有较高要求。

相比较之下，绝大多数熟人综艺，以“固定据点+聊天”或者“固定嘉宾+旅行打卡”为主，既不需要高强度竞技，也不需要突出艺能，制作难度大降。

以《毛雪汪》为例，毛不易和李雪琴两位主嘉宾在室内场景中会客，和嘉宾吃饭、聊天、做娱乐活动，不管是置景还是道具，成本都相对低。《我们仨》也主打一个欢乐佛系，无论是长白山吃烧烤还是在湖南衡阳骑行，都讲究一个轻松自在。

另外，由于主打熟人局，靠着艺人之间的互相引荐，熟人综艺的艺人费用也会大大降低，甚至等于零。众所周知，“熟人综艺天花板”《欢迎来到蘑菇屋》，便是由陆虎充当了免费艺人统筹，抱着“反正也没活，大家聚一聚”的心态，用零费用邀请到了几位“07快男”参与录制。

从招商上来看，熟人综艺也颇受市场和广告商认可。比如《向往的生活》第四季迎来了节目自开播以来最多的广告投放——多达14个品牌商，涵盖了饮品、手机、智能家居、汽车、宠物用品、手机应用、粮油等门类。而每集节目的时长只有100余分钟，这意味着，几乎不到10分钟就会有一轮广告植入，且时长不定。另外，节目电视台和网络平台播出时，还会有广告插入。

为此，黄磊特意在先导片中给观众打预防针：“这一季广告确实多，希望观众朋友多担待，我们尽量弄得有趣一点。”广告太多，对于节目内容质量的损伤是肉眼可见的，但是熟人综艺的吸金能力也可见一斑。

投入小、制作难度低，却有望引起高讨论度，难怪熟人综艺越来越成为中小体量综艺中最火热的类型之一。

【精彩活动】 “复式双色球，中奖就免单”活动火热进行中！

为回馈广大购彩者对中国福利彩票双色球游戏的关心和支持，湖北省福利彩票发行中心定于2024年4月8日起开展“复式双色球，中奖就免单”活动，让广大购彩者体验复式投注的魅力。

本次免单活动针对“8+3”和

“9+3”两种常用复式投注，投注金额适中。复式投注“8+3”和“9+3”是指从红色球号码中选择8个号码或者9个号码，从蓝色球号码中选择3个号码，组合为多注单式投注号码的投注。如选择的8个红球，一共可以组成28注

红球单式号码，再选上3个蓝球号码，每一个蓝球与红球号码组成一注单式，这样就能组成84注单式号码，共计168元，中任何奖，即可获得168元购彩金或等值的双色球彩票。如选择的9个红球，一共可以组成84注红球单

式号码，再选上3个蓝球号码，每一个蓝球与红球号码组成一注单式，这样就能组成252注单式号码，共计504元，中任何奖，即可获得504元购彩金或等值的双色球彩票。

（湖北福彩）