

# 喜剧观照生活 综艺赋能文旅

本报综合消息 在电视文艺的分类中,相对于剧集的艺术审美价值,综艺节目往往更多承担着“情绪调节器”的功能。回望2024这一年,老牌综艺更新看点,喜剧综艺观照生活,文化综艺滋养人心,各类节目从不同角度提供情绪价值,与观众产生了奇妙的情感连接。

## ■老牌综艺迭代更新

今年,“综N代”依然是收视榜上不可小觑的“霸榜”存在。《歌手2024》在播出前并未获得太高期待,但节目巧妙选择了中外对决的角度切入,为老牌综艺赢来了新的制胜关键。直播、真唱、对垒,看点层层叠加,让“歌手”重回主流视线,节目从首播时仅有6个品牌参与,到节目收官一路获得共30家品牌赞助,成了开年综艺当之无愧的收视王者。

这一年,老牌综艺的回归重启可谓不约而同。年初,湖南卫视的《花儿与少年·丝路季》口碑良好,荣获第29届白玉兰奖最佳综艺节目、2023年度广播电视台创新创优节目等六个奖项;“花少”IP乘胜追击,在今年连续推出了《花儿与少年·好友记》《花儿与少年6》,先后于第二季度、第四季度播出。此前,《丝路季》以其乐融融的“团魂”温暖治愈了荧屏前的观众,节目中一众明星的友情至今仍被观众津津乐道。

情感观察类综艺成为社会情绪的显示器,《我家那闺女2024》和《我家那小子2024》时隔四年回归,将代际关系再次摆到荧幕前讨论。团综类节目集中呈现真实友情,针对“再就业男团”定

制与共创的《快乐老友记》,以轻松活泼的氛围提供老友慢综的治愈功能;桃花坞650电台衍生团综《团建不能停》,以及同类题材的《毛雪汪》都异军突起,短小轻快的风格深受好评。

## ■喜剧节目直击人心

谁也没想到,2024年会是喜剧节目“大年”。这一年,《喜剧之王·单口季》《喜人奇妙夜》《脱口秀和Ta的朋友们》扎堆儿上线,在打破过去由《脱口秀大会》和《一年一度喜剧大赛》创造的喜剧格局后,持续生产着精妙的段子和喜剧表演作品,并出现了以付航、小鹿、黑灯、唐香玉等人为代表的喜剧新人力量。

三档节目的比拼,不仅是平台对于喜剧创作头部班底的抢人大战,更带来了喜剧综艺的自我革新契机。《喜剧之王·单口季》引入周星驰元素,给脱口秀节目赋予了“单口喜剧”的新定义,过去的脱口秀“大魔王”们纷纷让贤成为幕后“军师”,把舞台交给了来自线下舞台的年轻人。《脱口秀和Ta的朋友们》选择从作品入手,“老人”不换,并不意味着作品“不能打”,呼兰、豆豆、何广智依然有拿得出手的作品,而大鹏、步惊云等新人的“组团”出现,让节目焕发了生机。

作为唯一的喜剧竞演类综艺,《喜人奇妙夜》乍看像是“喜剧大赛”的孪生,但围绕普通人日常生活、热点话题与情绪共鸣等主题展开的创作,在更为丰富的舞台形式下不断爆梗,升级表达和内涵;大鹏、呼兰、豆豆、何广智依然有拿得出手的作品,而大鹏、步惊云等新人的“组团”出现,让节目焕发了生机。



圈,也不断为影视舞台输送着喜剧人才。

节目的创新只是外在形式,真正直击人心的永远来自内容,“喜人”们通过敏锐的创作天赋,深度满足观众的情感需求。付航的动人并不是上蹿下跳的“猴戏”风格,他透过小人物的际遇告诉大家,“只要勇敢地做自己,就总会有人爱你。”大鹏、步惊云更是代表了女性脱口秀演员的崛起,她们用自己的一段段作品,让脱口秀舞台的表达更加多元。

## ■文旅融合持续创新

在文旅爆发的大背景下,文化类综艺在这一年大多开始了“文化+旅游”的深度融合,将文化内容置于更广阔的大好河山之上,用活文化元素为地方文旅赋能。央视综艺上新《此生要去的100个地方》,江苏卫视继续拓展《非来不可2》,东方卫视

《国医少年志》瞄准中医药游学,湖南卫视《旅行任意门》《城市捉迷藏》、爱奇艺《盲盒旅行局》则探索着旅行社交的新玩法。

在欢网大数据提供的年度综艺数据盘点中,中央广播电视台总台的收视前十名几乎都被文化类综艺占据,《2024中国诗词大会》《中国中医药大会第二季》《三餐四季》《山水间的家第三季》等作品位居前列,《宗师列传·大唐诗人传》《城市风华录》《非遗里的中国第二季》《简牍探中华第二季》等持续上新,为文化类综艺拓展了更多的内容领域。

卫视方面,《闪耀吧!大运河》对大运河文化深度挖掘,《我在岛屿读书3》首次走出国门,这些创新都蕴含着文化类综艺对破题的渴望,也各自在小众赛道上收获了亮眼的表现,呈现出文化类综艺的独特魅力。

## “爱情+悬疑”的麻辣烫难逃“味蕾疲惫”

剧情的发展,他们之间的情感逐渐升温,暧昧和极限拉扯成为剧情主线。爱情剧不能只有“工业糖精”,发生在合情合理的故事场景中的情愫,才能向观众证明爱情的可信度。在剧中,江成屹是一位出色的警察,性格勇敢正义,但在追求陆嫣时也会使用各种暖心的“小心机”。比如他偷偷学会做陆嫣最爱吃的麻辣烫,还以自己家没空调、没热水器等各种理由制造和陆嫣相处的机会,并且抓住时机营造暧昧氛围。饰演江成屹的演员黄景瑜的外型刚勇,但又这么会追女生,这种反差感让不少观众直呼:“太甜了,少女心泛滥了。”而孙千饰演的麻醉医生陆嫣专业能力出众,性格坚韧不拔,但在感情问题上却有些患得患失,与江成屹形成天然的互补。尤其是两个人在居家环境中的互动,从刚开始的礼貌客气,到欲拒还迎的试探,到情感积蓄后的爆发,一切都自然而然毫不做作。

此外,黄景瑜与孙千两位演员的表演也获得观众好评,把江成屹的热情如火与陆嫣的外冷内热刻画得入木三分,也让剧中人物的成长显得合情合理。

## ■高开低走,只因套路太多

尽管播放热度可喜,《冬至》收获的评价却高开低走,网友们在该剧的剧情节奏、角色塑造、叙事结构和专业细节上提出不少中肯的批评意见。剧情拖沓冗长、节奏缓慢是不少观众打出低分的重要原因。《冬至》通过一起医院内的炸弹事件试图迅速抓住观众注意力,但随之而来的却是男女主角各自琐碎的生活片段,以及大量穿插回忆情节。采用碎片化、打乱时间顺序的叙事方式本身是影视创作的一种技巧,但在缺乏有效引导

提示的情况下,反而使得剧情显得混乱,更有观众指出剧情过于拖沓冗长:“半集就能说完的事,竟然拍了六集。”

网友打出低分或者“吐槽”火力更为集中的另一个点,在于剧情比较陈旧老套,缺乏新意。如果将剧中悬疑部分剥离出去,单独看《冬至》的情感线,是再普通不过的破镜重圆故事。剧中配角的人物塑造也比较单薄,例如男二号文鹏这个角色作为男女主角爱情的“绊脚石”以及误导观众寻找真凶的“诱饵”,“工具人”属性过于明显;还有倩倩的遇害,丁婧的霸凌等都是推动剧情发展的重要事件,但对这些人物轻描淡写,使得他们在剧情中的作用单一,成为典型的“NPC(非玩家角色)”。

剧中,悬疑是推高观众期待中的重要看点,但这部分未能得到充分体现。例如炸弹事件的后续调查、连环杀人案的真相揭秘等关键情节都没有深入细致地描写,并且在医院拆弹等场景还出现了不少细节上的疏漏而被观众诟病,以致观众有些失望:“追到前一半就发现,仍然是一部披着悬疑外衣的甜宠剧。”

本报综合消息 八年前,亲眼看到了闺蜜的遗体;八年后的第一个雨夜,匆匆赶路的女孩却已被已经逝去八年的闺蜜撞倒在地。人死会复生吗?背后究竟有什么秘密?抱着看甜蜜爱情目的而来的观众很惊讶:“我还以为是甜宠剧。”2024年年底,由黄景瑜、孙千主演的爱情悬疑剧《冬至》开播后热度不断升温,在多个第三方影视数据监测平台热度稳居前三位。

这部以黑马之姿出现的《冬至》给了爱奇艺一份意外之喜,但所带来的播放热度并不能遮掩观众严格的审视目光。“悬疑”的剧情,“偶像”的大脑,“甜宠”的演技——播放热度越高,观众对制作水准的呼吁也就越强——“编剧和导演请专业一些”。

## ■半是蜜糖半是“疑”

甜蜜的爱情故事是《冬至》最吸引观众的元素。该剧讲述了江成屹和陆嫣这对曾经的校园恋人,在经历八年的分离后因一场意外重逢的故事。随着

## 阳光人寿数智“灵犀”项目获评“人民匠心服务”荣誉

12月24日,由人民网主办的“2024人民质量发展论坛”在京召开。活动中同步揭晓“人民匠心品牌”入选案例,阳光人寿“数智‘灵犀’”项目以其创新的服务理念和卓越的科技能力获评“人民匠心服务”荣誉。

据悉,该项目以客户需求为核心,通过“科技+业务”双轮驱动,深度整合数据价值,持续推动服务升级,展现了阳光人寿数智化转型的强大动力。在数字化与

智能化融合发展的背景下,该项目积极响应国家关于数字经济和数字化转型的号召,依托大数据、人工智能等先进技术,构建了一站式的客户服务智能中枢。聚焦实际业务操作场景中客户真正关心的痛点问题,驱动和指导运营服务的升级优化,确保每一项服务都能直击客户痛点、满足客户需求。通过深入挖掘数据价值,阳光人寿进一步实现对客户需求的精准洞察,2024年业务办理一

次完成率在83%以上,较2021年提升近20个百分点,为客户提供了更加个性化、高效的服务体验。

值得一提的是,“灵犀”项目还打造了开放式的数据管理平台和应用管理平台。通过打破信息孤岛,为机构柜面、客服电话、微信公众号、APP等多个不同客户服务渠道提供了个性化的服务和业务流程支持,极大地提高了数据利用效率。大数据在各平台各场景的灵活应

用,在提升客户体验感的同时,有效助力公司优化内部管理,提高决策效率,增强了企业的竞争力。

“灵犀”项目以其卓越的数智化运营体系和创新的服务理念为保险行业的数智化转型树立了典范。近年来,先后斩获金融科技发展奖、保险业数字化转型优秀案例、金融科技创新应用典型案例等荣誉。未来,阳光人寿将继续秉持“一切为了客户”的核心价值追求,持续为客户提供既精准主动、又不失温度的服务,为推动保险业高质量发展作出更大贡献。

(通讯员 陈鹏)