

综艺节目《出发！趣野吧》海报。



随着观众群体不断更新迭代，Z世代已成为影视消费市场不可忽视的群体。受互联网思维影响，他们乐于分享、善于分享。这一消费特点对综艺创作产生深远影响，其中一个突出表现就是青年生活分享类综艺节目应运而生。例如《你好生活》《青春飞一般》《野挺有趣》《一起露营吧》等，这些节目鼓励观众，尤其是青年人加强运动，融入自然，建立以共同爱好为基础的社交关系，追求快乐健康的生活方式，弘扬积极温暖的人生态度。这一创作趋势为影视创作提供新思路、开拓新空间。

分享类综艺影响Z世代群体

□彭侃

与以往青年题材综艺节目多采取演播室场景中的才艺展示、访谈形式不同，青年生活分享类综艺节目将创作视野放在山林、海边等广阔的自然空间，采用纪实真人秀的形式，生动展示年轻人喜爱的休闲娱乐活动。《出发！趣野吧》邀请嘉宾体验冲浪、桨板等，展示这些户外运动的独特文化，表现青年人勇于超越自我、挑战极限的精神面貌。《青春飞一般》则聚焦飞盘运动，在广场、美术馆、体育中心等生活场景中，由专业运动员带领爱好运动的普通人学习飞盘，最终选拔9位飞盘手，迎战飞盘国家队。节目真实记录选手技能提高的过程，普及飞盘文化的相关知识。随着人们生活水平不断提高，大众对健康越来越重视。这些青年生活分享类综艺展示虽然目前较为小众，但拥有“破圈”潜力的运动方式，烘托全民健身氛围，提高全民健康素养，倡导“让人更加快乐有趣味地

运动休闲”的理念，打开观众探索生活乐趣的新视角。

近期涌现的青年生活分享类综艺节目还有一个共同特点，即展示的大多是集体活动。节目通过表现嘉宾团队共同体验、共迎挑战、互帮互助、共同成长的过程，描绘一幅生动的新型社交图景。例如，《一起露营吧》以“社交露营”为主题，每期邀请一组嘉宾前往热门营地进行短途旅游。他们在自然风光中，开展围炉夜话、帐篷夜聊等互动活动以及露营相关装备、位置选择等话题分享。在《野挺有趣》中，嘉宾们组成创意团队，在城市近郊设计文化地标，策划充满“野趣”的主题嘉年华活动，吸引粉丝打卡。这些节目鼓励大众敞开心扉、走出家门，打破固有的社交模式，在兴趣爱好的指引下结交更多新朋友，或在新型社交活动中对老朋友进行重新发现认识，为疏导大众情绪，建构和谐社会心理贡献力量。

细心的观众还发现，青年生活分享类综艺节目大多在风景优美的自然场景或富有烟火气的特色生活场景中拍摄，带观众领略叠翠山峦、浪漫海边、雪域高原等大好河山或富有地方文化特色、传统文化魅力的人文景观，挖掘文旅产业的巨大潜力。例如，《你好生活》第四季以举办“村晚”为主线，让主持人及嘉宾前往各地乡镇寻找创作灵感，发掘隐藏在乡野间的优秀作品及艺术人才。从山海连城的深圳渔村，到“风吹草低见牛羊”的内蒙古大草原，当地的美景美食和人们热情洋溢的表演，交织成一幅乡村振兴的美好画卷，燃起了观众追寻“诗与远方”的旅游热情。《一起露营吧》呈现安吉小杭坑、海南万宁、西藏林芝等多样露营景点，为观众提供涵盖吃、玩、用等各方面的攻略，被网友称为“可一键复制”的露营宝典。《一起撸串吧》则以撸串文化、消夜经济为底色，展示淄博、长沙、北京等地在烧烤食材、

器皿、做法、吃法乃至经营方式上的创新，描画一幅令人心驰神往的“中国串串地图”。这些创作与文旅经济、乡村振兴结合起来，通过嘉宾亲身体验带来的示范效应，吸引粉丝前往探寻，激活消费市场，助推地方经济发展。

综艺节目已成为现代人获取信息的重要渠道。而青年生活分享类综艺作为国内原创的节目模式，可以成为新一代青年人构建新生活时学习借鉴的一种文化模型，能对他们的认知、理念甚至价值观产生深远影响。因此，创作者应跳出固有思维的局限，一方面挑选努力追求健康生活方式且愿意全身心投入节目、感染观众的嘉宾参与节目；另一方面在模式创新上进一步开拓思路，增强叙事的丰富性和层次感，运用富有趣味的方法将垂直、细分的休闲活动创造性转化为大众喜闻乐见的故事，做到有意思又有意义，实现主流价值的有效传播。

据光明日报
图据节目制作方

“出格”博关注，救不了文艺片票房

□师文静

不久前，在戛纳电影节、平遥影展备受好评的影片《永安镇故事集》上映，却遭遇票房失败，至今票房仅300余万元。面对高口碑、高赞誉和折戟的票房，影片主创不淡定了，不仅出来大倒苦水，还想“单挑”发布差评的观影人。文艺片票房不理想，着急了的主创团队会有各种“破防”行为，这种事情每年都会发生。今年影市票房一路高歌，但文艺片的生存依旧很难。

由魏书钧执导，杨子姗、黄米依等领衔主演的电影《永安镇故事集》，曾于2021年入围戛纳国际电影节“导演双周单元”。影片是一部“关于电影”的电影，叙述了一个剧组入驻拍摄地，给这个原本宁静的小镇带来一丝波澜，然而波澜过后，一切又重归宁静的故事。这部电影呈现了对电影创作过程或幽默或讽刺

的解构，是一部有另类表达的国产片。影片从题材到故事、立意都“很文艺片”，艺术水平得到了业内电影人的肯定，也获得不少观众的口碑肯定。不可否认的是，这样一部讲电影创作、充满寓意映射的作品，与当下影市主流观众的观影习惯还是有较大壁垒。

《永安镇故事集》上映后排片惨淡，只有上映前两日排片超过2%，上映第三日之后排片就跌到了1%以下，300多万元的票房与前期口碑发酵形成极大的落差。这期间，影片导演、主演一直在跑路演，路演物料不断放出，但未能挽救颓势。这让影片主创严重“破防”，该片制片人发视频表达不满，称电影遭遇很多“无端黑评”，自己“从业14年来从未感到如此绝望”，并表示自己没钱请水军才遭遇差评。该制片人表示预算有



《永安镇故事集》海报。图据片方

更多的观众是通过影片的影响力走进影院。文艺片观众群体本来就相对小众，想要更多票房，就要“破圈”营销，包括在剧情、人设、演员、情绪等方面展开针对性营销，多与观众产生共振。在当下快节奏、强情绪的网络时代，文艺片需要放下文艺范儿的矜持，做接地气的展示，或者做商业化包装。

文艺片回本渠道单一，更多的是在院线与商业片对决，但追求票房首先得全面了解市场，了解如何精准“出圈”找观众，匹配好制作投入、营销投入比例，做好风险把控。文艺片需要对自身有清醒的认知，有更多的掌控能力，才不至于摔得凄惨无比。

最近上映的《三贵情史》《街娃儿》同样票房不高，《不虚此行》在胡歌的支撑下票房勉强超2000万元。文艺片没有强类型故事，阵容也无法与商业片比，最终拼的依旧是有没有超强口碑。今年票房成绩比较突出的科幻文艺片《宇宙探索编辑部》，能获得6700万元的票房，除了路演、直播等全套营销，就是影片品质和口碑在支撑。这部影片独特的气质、独特的表演和影像表达，带来口碑的发酵。可见文艺片其实也不怕题材冷门，现实题材文艺片、爱情文艺片、科幻文艺片，不管什么类型，除了有针对性地营销，最终还是需要看品质，看能否给观众带来亮眼的惊喜。

文艺片进入市场，想要获得好票房，甚至“点石成金”被发掘出高票房，都可遇不可求。《爱情神话》《宇宙探索编辑部》等叫好叫座的艺术片不可复制，但文艺片还是应少一点主创“出格”博关注等自损闹剧，而是应以好内容击中观众情绪，找到自己的市场法宝。

据齐鲁晚报

生活服务广告 86969860 86969966

独家代理：四川成网报刊发行有限责任公司
收费标准：70元/行/天，每行13个字

■川 ADF195 道路运输证(510184005457)遗失
■四川博欣农业科技有限公司公章 5101095532741 遗失作废
■四川欣泰然安全科技有限公司遗失安全评价机构资质证书(副本)，证号 APJ-(川)-026，声明作废
■四川恒天新创农业科技有限公司公章(印章编号：5101829008819)遗失，声明作废
■成都素味餐饮管理有限公司财务专用章(编码：5101075593643)、发票专用章(编码：5101075593644)、何爱华法人章(编码：5101075593645)遗失，声明作废
■川 L95189 营运证 091450 遗失
■川 LW181 挂营运证 002721 遗失
■夏运博 DXF20840 导游证
■四川宴之杰装饰工程有限公司公章编号：5101095651900，不慎遗失，声明作废
■成都温纳斯文化传播有限公司营业执照(统一社会信用代码：91510107MA6A3E7P0H)正副本、公章(印章编号：5101075642216)遗失，声明作废
■成都明波劳务有限公司公章(印章编号：5101326046935)遗失，声明作废
■成都东宏泰达实业有限公司不慎遗失财务专用章(编码：5101150032142)，声明作废
■成都小神匠家具安装有限公司，财务专用章(编号 5101075613662)，黄朝明法人章(编号 5101075613664)均遗失作废
■成都天鸿玖品科技有限公司(原名为：成都俊华科技有限公司)法人章张俊(编号：5101055446097)遗失作废
■本人李晨光在成都东泰商城有限公司缴纳的帝露木门品牌质保金收据不慎遗失，收据号：ZY20082100432067，金额3万元(大写金额：叁万元)，特此声明作废
■成都鑫和盛电子游戏有限公司公章遗失一枚，印章编号：5101245211956，声明作废
■四川蓉合欣瑞科技有限公司法定代表人章(编号：5101075752538)、财务专用章(编号：5101075752536)遗失作废
■四川华盈建材有限公司何清法人章(编号：5101075726439)遗失作废
■成都市钰全物流有限公司公章(印章编号：5101820083420)不慎遗失，声明作废
■成都一家亲物流有限公司刘晓霞法人章(印章编号：5101040283181)遗失，声明作废
■四川集雅轩文化艺术有限责任公司徐强法人章(编号：5101000160764)遗失作废
■四川博睿众成广告有限公司财务章(编号：5101040603841)遗失，声明作废
■都江堰允语服饰店遗失公章一枚，编号：5101810064464，声明作废
■成都市桂泽商贸有限公司营业执照正副本(统一社会信用代码：91510105094651508L)、公章(编码：5101009186660)、财务专用章(编码：5101009186662)、发票专用章(编码：5101009383332)、邓凡法人章(编码：5101055237775)遗失，声明作废