

观点追踪

当屏幕上的流量泡沫逐渐消散,当以嘉宾咖位、话题热度为核心的流量竞速模式难以为继,当观众的审美需求从短暂刺激转向长期共鸣,2026年,中国综艺市场正迎来一场围绕情感联结、产业赋能与社会担当的价值重构。纵观2026年待播的综艺节目,从综N代(已经推出多季的综艺节目)的情感IP(知识产权)化深耕,到综艺与短剧、团播的跨界融合,再到对银发、环保等时代议题的深度回应,中国综艺正经历从“娱乐产品”到“价值载体”的系统性升维。在分众化与碎片化的传播环境中,它以多元形态持续探索内容深度与时代共鸣,为行业注入可持续的发展动力。

深耕情感IP  
综N代的长期主义坚守

在综艺市场变化迅速、新节目迭代加速的今天,综N代是观众心中不可或缺’s“老朋友”。2026年,这些经典IP不仅继续担当着内容供给的“压舱石”,更在守正与创新的平衡木上,展现出前所未有的活力与深度,成为观察行业风向的关键。

2026年,一线卫视的综N代布局呈现出主题化深耕与价值引领的鲜明特征。湖南卫视与芒果TV继续发挥其在音乐综艺与情感纪实领域的显著优势。其《声生不息·华流季》《乘风2026》(歌手2026)等,在巩固音乐竞演形式的同时,更加强调文化主体性与国际传播。《声生不息·华流季》从“家国”篇转向“华流”,标志着从地域情感共鸣升维至主动推广华语流行文化。

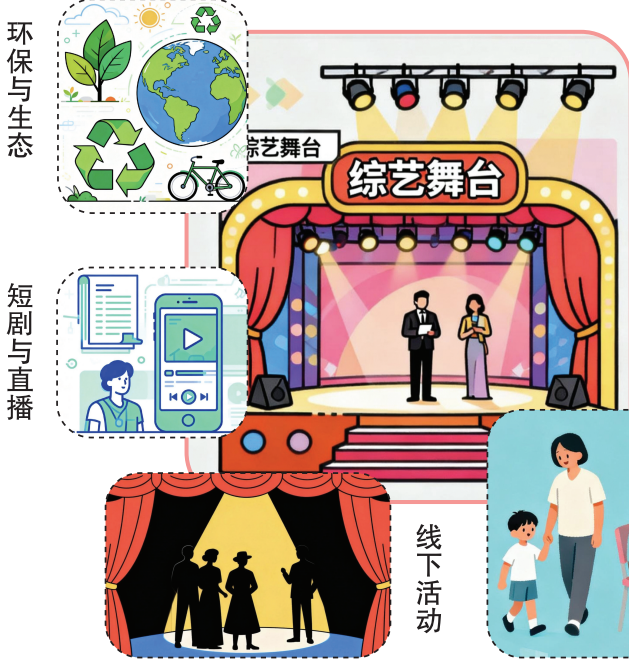
在情感赛道,《花儿与少年》《妻子的浪漫旅行》持续挖掘人际关系叙事,《向往的生活》《快乐老友记》则坚守“慢综艺”,在快餐文化中提供关于友情、田园与内心平静的慰藉,传递积极健康的生活哲学。

江苏卫视的《打歌2026》等节目深耕音乐市场,满足圈层需求;而《最强大脑》《一站到底·少年季》则将知识竞赛与科学精神、青少年成长紧密结合。浙江卫视的《奔跑吧2026》《王牌对王牌》等超级IP,预计将在主题升华与模式微创新上重点发力。它们不止于制造快乐,更致力于在国民广泛关注下,将时代议题与社会关怀融入内容,发挥主流综艺的示范引领作用。

网络视听平台的综N代,则在青年文化共鸣与赛道极致化上走得更远。爱奇艺的《种地吧》从一档略带实验性质的节目,成长为“新农人”纪实品牌,其生命力恰恰源自反综艺套路真实感。《中国说唱巅峰对决》则持续充当华语说唱潮流的风向标,深耕青年亚文化。

优酷擅长在垂直领域打造极致竞技体验。《这就是街舞》系列已成为全球街舞爱好者瞩目的顶级赛事,其专业性与国际性不断提升;而《这是我的西游》等IP则以经典解构与创新表达,吸引着年轻受众。

腾讯视频的综N代矩阵更侧重于“社交实



从追求短暂“流量峰值”转向构建可持续“价值生态”  
综艺市场如何迎接价值重构?

记者 张洁

作为核心评判维度,将综艺的竞技性具象化为吸引用户消费的能力较量。在当前综艺招商环境依然低迷的情况下,此举有望拓宽综艺的商业想象空间,也将助力“团播”从单纯的娱乐形式,提升为一种融合了内容创作、用户运营、电商转化等综合能力的新职业形态。

同时他表示,将“数据”和“转化”置于核心,也对节目的制作伦理与内容平衡提出了更高要求。如何避免节目沦为纯粹的销售擂台,如何在追求商业效益的同时保障内容的可看性与人文温度,将成为此类综艺能否赢得观众持久认同的关键。

时代回应  
综艺的新命题

2026年综艺行业的价值重构,更体现在对时代议题的主动回应与人文关怀的深度彰显。在新时代背景下,综艺节目正与国家战略、政策方针更紧密地结合,将银发关怀、生态环保等社会议题融入内容创作,在满足观众娱乐需求的同时,承载更多社会功能,实现了娱乐价值与社会价值的同频共振。2026年各平台发布的片单显示,具有鲜明社会功能的综艺正在不断涌现。

中国迈入中度老龄化社会,这不仅是人口结构的转折点,更催生了文化消费与代际关系的重构。银发综艺的兴起,绝非简单的市场细分,而是一场将老年人从被关怀的客体转变为文化叙事的主体。其核心突破在于,它不再仅仅关于老人,而是真正属于老人。

优酷《老有梗了》打造“50+银发脱口秀”。当老年人站上脱口秀舞台,以自嘲与反讽消化代际冲突、健康危机与数字鸿沟时,他们展现的是基于丰厚生命阅历的韧性智慧。腾讯视频《日落时分说爱你》则更为大胆,它直击老年情感需求的“隐秘角落”,将黄昏恋从一种常被悲情化或奇观化的叙事,还原为关于亲密关系、自我认知与生命渴望的探索。这类节目通过展现老年生活的丰富性、欲望与幽默感,从根本上消解着衰老等于衰退的刻板印象。

跨代际融合类节目则为代际沟通提供了全新视角。爱奇艺《一路繁花第二季》集结五位丰富人生阅历的前辈女明星,与两位年轻男艺人,共同踏上一场自由探索之旅。优酷《先抵达再说》则将由尔冬升、秦沛、姜大卫三兄弟与两位年轻嘉宾组成临时家庭,开启一段即兴旅途。

跨代际旅行节目的模式,其精妙之处在于构建了一个非家庭场景下的代际协作实验场。在这里,前辈的经验不再是需要被服从的权威,而是可被“借用”的导航仪;年轻人的新潮生活方式也不再是被批判的对象,而是可被“体验”的新大陆。节目通过共同完成挑战,让两代人在相互需要与彼此欣赏中,建立起超越血缘的伙伴关系。这为现实中日益原子化(社会原子化,指由于中间组织的解体或缺失,导致个体之间联系弱化、人际疏离、道德规范失灵的社会状态。)的家庭与

跨界破界  
产业融合驱动生态革新

如果说情感IP化是综N代的守正之道,那么跨界融合则是2026年综艺行业创新的核心引擎。当微短剧市场爆发式增长与团播经济兴起催生新的产业需求,综艺不再局限于自身的娱乐边界,而是主动介入上下游产业环节,通过短剧、团播的融合,实现从“内容输出”到“产业赋能”的角色转变,为行业开辟全新的价值空间。

微短剧市场的快速扩张,暴露了“快节奏量产”与“优秀人才短缺”的行业矛盾。在此背景下,综艺不再满足于为短剧引流浅层合作,而是直接切入人才选拔与IP孵化的核心生产环节,构建“综艺+短剧”的产业协同模式。2024年,东方卫视开设首个微短剧日播剧场“品质东方微剧场”,并推出短剧IP孵化真人秀《开播!短剧季》,从源头介入短剧创作链条。2026年新一季节目引入“竖屏试镜”模式,将筛选标准与短剧竖屏呈现形态精准对接,从角色塑造力、行业适应力、演绎决策力、市场号召力等多个维度量化评估演员,实则建立起一套适配短剧赛道的新人评判标准体系。

各大平台的尝试各具特色,精准对接短剧

非遗新传

在天津武清的天骄里商业街,春城面点的门店总是飘着浓郁的麦香。玻璃橱窗内,福禄葫芦、饱满寿桃、卡通醒狮等造型各异的花馍整齐陈列,既是可食用的美味,也是承载民俗记忆的手工艺品。2024年,春城花式面点制作工艺入选武清区第八批区级非物质文化遗产名录,这门源于运河畔的传统手艺,在李金芝和两位姐姐的守护与创新中,书写出属于它的“非遗新篇”。

李金芝 指尖揉出非遗味 麦香萦绕运河情

记者 徐雪霏

持给了她们底气——从整理传承资料到完善制作流程,工作人员全程指导,“申报过程比想象中顺利,当拿到区级非物质文化遗产认定证书的那一刻,我们姐仨特别骄傲和自豪,觉得我们的手艺被认可了。”也是在那一刻,李金芝深刻地认识到,非遗传承不仅是技艺的延续,更是民俗文化的守护,春城花式面点承载着武清运河流域的民俗记忆,值得被保护、被推广。

守正创新的非遗路  
从传统花样到国潮新篇

李金芝还曾专程远赴山东拜师学艺,“我们偶然在网上看到山东有几位老师傅做的花馍造型特别精致,就想着一定要去学学。”李金芝说,一开始联系师傅并不顺利,“有句老话说‘教会徒弟饿死师傅’,不少老师傅担心手艺外传,不愿意收徒。”她们没有放弃,一次次私信、打电话,向师傅们表达自己传承手艺的决心,还特意带着自家做的花馍和面粉登门拜访。“我们告诉师傅,我们学手艺不是为了抢生意,而是想把这门传统手艺发扬光大,让更多人喜欢上花馍。”

那是一段“累并快乐着”的日子。李金芝和姐姐每天不到8点就赶到培训班,比老师和其他学员都早,“出去一次不容易,我们想多学些真东西带回来。”她们每天练习到晚上十一二点,指尖被工具磨得发红发疼,“光捏花瓣就练了好几个月,有时候手指僵得握不住筷子,但看到自己做的花馍越来越有型,就觉得值。”

除了造型技巧,她们还向师傅学习了面塑技艺,并尝试将其与传统花馍制作相结合。“传统花馍大多是平面造型,面塑技艺更注重立体感和细节刻画,把两者结合起来,花馍会更饱



制作过程,播放量并不高,但她们没有放弃,从选料到和面、醒发、塑形、蒸制、装饰,每一个环节都详细记录,还配上讲解,介绍花馍的寓意和民俗背景。没想到,一条组装花馍的视频意外爆火,播放量突破200万,这条视频不仅为她们带来了上万“粉丝”,还带来了大量订单。如今,通过网络推广,花馍的销售范围越来越广,覆盖全国各地,新媒体让这门古老的手艺走出了武清,被更多人熟知和喜爱,这是她们以前从未想过的。

在推广手艺的同时,姐妹仨也始终不忘传承的责任。从2018年开始,她们就走进武清的各个乡镇,在“新农学堂”里教农村妇女、灵活就业女性做花馍,累计培训了1000多人,有的学员现在已经自己开店了,把这门手艺变成了谋生的本事。去年,她们还开设了儿童面塑体验班,在店旁租了一间房,专门教孩子们捏花馍,“现在的孩子接触电子产品多,对传统手艺陌生。我们就一边教做花馍,一边讲背后的民俗故事,孩子们都很感兴趣。”

有个细节让李金芝至今难忘:一个孩子为了做好一只小兔子花馍,居然三个小时没摸手机,连厕所都忘了去。这让李金芝更加坚信,非遗传承要从娃娃抓起,“只要让孩子们感受到传统手艺的乐趣,他们就会愿意去了解、去传承。”

如今,春城面点已经有了两家门店,生意蒸蒸日上,在当地小有名气。但李氏姐妹并没有停下脚步,她们还在规划更长远的发展之路。“未来,我们想结合武清运河文化,设计‘运河风情系列’花馍,把运河船、芦苇、荷花等元素融入造型;探索国潮风格,在花馍上加入京剧脸谱、传统书法纹样。在传承方面,我们计划每年收两三名徒弟,不求多但求‘精’。徒弟首先得是真正热爱这门手艺的人,其次还要有耐心、能吃苦、讲诚信,能做到用料实在,不能砸了非遗的招牌。”李金芝说。

“作为非遗传承人,责任有两个:守和传。”李金芝看着面案上一个个精致的花馍,眼神坚定,“守,就是守住老手艺的魂,保留传统的民俗寓意和手艺精髓;传,就是把这门手艺传给更多愿意学、值得传的人,让更多人了解它、喜欢它,让这门源于运河畔的民俗手艺一直传承下去。”

运河水流淌不息,面案上的麦香代代相传。李金芝与姐姐们用双手守护着这门古老的非遗手艺,用创新赋予它新的生命力。在她们努力下,春城花式面点不仅成了武清的一张文化名片,更成了承载民俗记忆、传递美好祝福的载体。未来,这门指尖上的非遗,必将在更多人的守护与传承中,绽放出更加绚丽的光彩。



运河畔的面艺传承  
从民俗记忆到非遗认定

春城花式面点的根,深扎在武清运河流域的民俗土壤里。“最早啊,这花馍可不是日常吃食,是祭祀、红白喜事上的‘讲究物件’。”李金芝的思绪飘回童年时的过年场景——每年腊月二十八,大娘总会端出雪白的面团,揉捻捏塑团、小刺猬、小老鼠、枣塔节节高便跃然指尖,“那时候白面金贵,只有逢年过节才能见着。窗台上摆着这些花馍,盼着来年风调雨顺、日子蒸蒸日上。”

这门手艺的传承,像一条绵长的线,串起了三代人的故事。第一代传承人是李金芝堂姐的姥姥刘若梅,这位“巧手奶奶”不仅绣活、剪纸出众,更能照着杨柳青年画上的鱼、荷花,用面团还原出鲜活造型。“那时候没色素、没果疏粉,姥姥就用红纸蘸点水,往荷花尖、寿桃顶上轻轻一点,红得鲜亮,也红得实在。姥姥常说,做花馍不光是手艺,更是心意,每一个花馍里,都藏着对日子的期盼。”李金芝回忆,姥姥的手艺没有秘笈,全靠观察生活、琢磨细节,把民俗里的美好寓意,都揉进了面团里。

到了第二代传承人——李金芝的大娘,这门手艺成了维系家庭温情的重要纽带。“我从小在大娘家长大,每到过年,我们姐仨就围着大娘的面案转。”李金芝记得,自家种的小麦磨成粉,发好的面团带着清甜的麦香,一掀蒸锅,热气裹着香味扑满脸庞,“又好看又好吃,那是过年最盼的味道。”彼时,大娘偶尔会带着做好的花馍去集市上卖,但从来不是为了赚钱,“主要是孩子喜欢,邻里看着热闹,也跟着要些花样。”