

浅谈竞赛类“综 N 代”如何保持 IP 生命力

李娜

扬州广播电视总台，江苏扬州，225000；

摘要：纵观综艺市场，“综 N 代”火势不灭，凭借旺盛的生命力年复一年持续播出，占据了各大电视台和长视频平台的半壁江山，其中竞演、竞唱、竞跳、竞说唱、竞脑力等竞赛类“综 N 代”独树一帜，文章将从赛制创新、跨界玩法、国际视野、衍生周边等维度进行分析，探索竞赛类“综 N 代”IP 活力永驻的运营之道。

关键词：综 N 代；竞赛类综艺节目；赛制创新；跨界玩法；国际视野

DOI：10.69979/3041-0673.25.07.054

根据 2024 年全国综艺节目规划备案显示，“综 N 代”大约占据了一半^[1]。2024 全网正片播放市场占有率最高的综艺前 5 部中就有 4 部为“综 N 代”，前 10 部中有 3 部为竞赛性质综艺。优质的“综 N 代”自首度亮相获取收视成功后，通过 IP 的延续制作不断积累稳定的观众群体、话题关注度和丰厚的商业资源，以此奠定了强大的 IP 基础和综艺影响力。然而，面对当下日益变化的观众审美和观感需求，影响力下滑的危机以及创新难度加强的困境，竞赛类“综 N 代”该如何应对才能保持鲜活的 IP 生命力，持续赢得观众的良好口碑，无疑对综艺节目从业者提出了更高的要求。

一招鲜，没法吃遍天。一档能经得起时间考验、始终保持生命力的“综 N 代”节目，必然要有成熟的内容逻辑作支撑，以及与时俱进、迭代进化的创新能力，同时也要有与社会情绪和观众需求同频共振的思维模式^[2]。

1 赛制大乱炖

做一档竞赛类综艺节目，首当其冲需要赛制的创新，一成不变的赛制会让老粉丝产生观感疲倦，增加脱粉的风险。因此既要破也要立，新赛制的设立还需经得起逻辑推敲，不能搬起石头砸自己的脚。当韩综《Produce 101》男团选秀风席卷亚洲时，爱奇艺平台跟风模仿，孕育出了现象级综艺《偶像练习生》，同季度的《最强大脑》大胆摒弃前几季的赛制模式，拓展 IP——《最强大脑之燃烧吧大脑》，玩转起了“脑力 101”，汇聚全世界百名 14~26 岁“有智青年”逐轮智力 PK，让人耳目一新，为原本的经典 IP 注入了新鲜血液。

赛制是包装，真人秀才是内核，巧妙的赛制能够触发戏剧看点。往期选手短暂回归在竞赛类综艺里已是司空见惯的手法，“老”与“新”的 PK 碰撞为综艺增具

看点。甚有邀请呼声较高、能力较强、话题度高的选手以队长的新身份强势回归，通过与新选手的“对手戏”衍生出职场文化剧情，这种赛制玩法在《最强大脑》中屡试不爽，《乘风破浪 3》中前两季冠军宁静和那英回归，形成两大阵营 PK 赛，为赛制激烈程度添薪加柴，围绕参赛姐姐们展开的话题热度也持续飙升，赚足了流量。

当竞赛类综艺制作播出多季，积累足够庞大的前选手资源后，将前几季筛选出的强者进行巅峰对决，也是此类型综艺往往考虑的赛制模式，参考节目有《这！就是街舞 4》、《中国说唱巅峰对决》，节目制作者抓住受众慕强的心理，集合知名、热门选手一锅炖，为观众们奉上了最高水准的街舞、说唱视听盛宴，此类操作既不妨碍挖掘新粉丝，还能套牢老粉丝。事实证明，一味求“新”并不是唯一的创新思路，翻炒“回锅肉”也能带来新的变量。

2 跨界跨不停

提到跨界，《乘风破浪》IP 系列节目可谓稳稳抓住了流量密码，每季 30 多位姐姐阵容里约有半数的演员跨界，挑战女演员们的唱跳、舞台表现力，打造别具一格高质量的舞台，与荧屏形象形成“反差感”，为节目带来了泼天的流量。直至今日，这种新鲜感依旧没有锐减，因为每一个演员姐姐就像一个盲盒，观众很享受每次打开时突如其来的惊喜感，第一季的万茜、金晨以及《乘风 2024》的陈昊宇的成功跨界就是最好的例子。除了演员，节目组前后邀请到了主持人沈梦辰、谢娜等跨界，主持专长使她们成为了姐姐们之间氛围调剂的“开心果”，为节目增添了可看性；中国著名舞剧演员唐诗逸、朱洁静的跨界，为流行音乐的舞台带来了顶级水准

中国舞的艺术文化冲击；浪姐第一季邀请新裤子乐队与姐姐们合作帮唱舞台，以及《乘风破浪3》贝斯手赵梦、于文文的加入，为一以贯之的女团表演体系注入了摇滚基因。于文文带队的人气舞台《野蔷薇》打破传统唱跳框架，以贝斯音墙重塑女团编曲层次感，强化了“女性力量+摇滚精神”的叙事张力，继节目结束后芒果tv通过《乐队的海边》衍生综艺持续放大摇滚与女团碰撞的化学反应，为综N代开辟“音乐风格实验田”。

在国潮崛起的今天，浪姐IP系列综艺同样当仁不让。自第一季起，就在多首曲目表演中尝试戏曲腔调，直到《乘风2024》才邀请到正统戏曲演员的加入，越剧演员陈丽君是当下最炙手可热的青年戏曲演员，她不负众望和同台姐姐们共同努力为粉丝们奉献了一场场流行乐与戏曲融合的艺术视听盛宴。传统经典艺术的融合创编为综艺注入了文化质感，提升了舞台艺术厚度，反过来，线上综艺的高度媒体曝光反哺陈丽君参演的戏曲票房，以此构建了文娱产业链的良性循环。

人物跨界挑战，艺术跨界融合，产业跨界营销……掌握跨界思维，善用跨界手段，既为“综N代”的可持续发展带来新的机遇，也为明星翻红、产业激活、传统文化艺术的当代传承提供了新的思路。

3 突破空间边界

传统认知中的竞赛类综艺，往往以封闭的演播厅作为核心竞赛录制空间，随着国内十年来综艺市场的迅猛发展，当下综艺行业内卷加剧，逐渐衍生出练习室、宿舍、排名室等次录制空间。越来越多的竞赛类综艺不满足于传统的演播厅录制的局限空间，开始尝试探索户外场景与赛制的结合，试图创新重构综艺空间框架。爱奇艺网综《十天以后回到现实》就成功地将封闭的室内空间转移到了更为开放的、真实的城市空间，取景青岛蓝谷、海泉湾度假区、博物馆等地，营造世界末日般的“空城感”，以“十天倒计时”为背景，聚集39位来自各行各业的闯关者，开启了十天沉浸式生存闯关“综艺连续剧”。被打破的空间，反过来赋能综艺，让真人秀竞赛综艺增具自由生存、高能闯关、社交探索三大元素，成为了一众同质化严重的综艺中清新脱俗的存在，有了高于综艺类比网剧的质感。

创新突破空间边界的综艺录制模式正掀起一场视听革命。区别于往季，《乘风2025》也开始着眼于空间的创新，力求展现崭新的面貌，节目组将舞台从封闭的

摄影棚迁移至海南岛全户外场景，打破传统综艺对物理空间的惯性依赖，以“音乐节+真人秀”的复合形态重构观众体验。这种突破不仅将椰林海浪、落日沙滩等自然景观转化为舞台的延伸元素，更通过开放场域激发表演者的即兴张力——海浪声与鼓点共振，晚风与裙摆共舞，姐姐们的美从镁光灯下走向自然，显得更灵动、更亲和。开放的录制空间“放任”观众高涨的热情，观众不再是被动凝视的旁观者，而是置身于沉浸式音乐狂欢中的参与者。制作团队借助无人机集群灯光、AR虚拟场景叠加等前沿技术，将每一帧画面都淬炼成兼具电影质感与现场张力的视觉奇观，使综艺内容从“可看性”跃升至“可感度”。这场空间实验的本质，是综艺产业对工业化生产范式的反叛：当舞台突破钢筋水泥的桎梏，艺术表达便挣脱了标准流程的束缚，在天地之间生长出更野性的生命力，为同质化严重的竞演综艺开辟出“场景即内容”的破局新航道。

4 瞄准国际视野

相比较其他垂直领域竞赛类“综N代”，《这！就是街舞》、《最强大脑》IP系列节目早早的从本土竞技上升到全球交流，迈入了选手与赛制的国际化模式，这与街舞的包容性、智力赛事的发达有着不容忽视的关系。

《这！就是街舞第三季》于2020年正式启动全球海选，海选增加了欧美、日韩及东南亚等海外赛区，自此海外选手成了每季不可或缺的重要部分，越来越多的外国能力者在舞台上留下亮眼的表现，传递跨越语言的“Peace and Love”的街舞文化精神。而《最强大脑》自第一季起就有与海外选手的智力PK，中国青年以国之名对抗其他智力强国的戏码屡见不鲜，一波又一波在各自领域小有知名度的海外天才少年、青年的加入，为综艺大大增强了国际传播力和影响力。

国际选手的加盟不仅为观众带来了新鲜感，更大大提高了竞技水准、舞台质量。《歌手》从第二季起频繁邀约外籍歌手加盟，第二季Jessie J更是拿下了冠军，让内娱歌手们感受到了前所未有的危机感。《歌手2024》“五旬老太守国门”等热梗一度霸屏热搜榜，小孩姐凡希亚和香缇·莫实力强劲，国人几度失守周冠、亚军，导致尚雯婕、袁娅维、谭维维等实力唱将被节目组火速召唤前往救场。《乘风破浪3》在尝到了国际姐姐郑秀妍带来的红利后，第二年强势布局，《乘风2023》以“大美中国 乘风而上”为主题打开国际视角，借女

性舞台宣扬中华文化，邀请了来自美国、日本、韩国、越南、俄罗斯、德国等国家的专业歌手及艺人，其中日本二次元女神美依礼芽富有感染力的歌声、越南籍一线歌手芝芙的专业精神俘获了一票国内观众，成为了当季名符其实的人气姐姐。同样的国际配方，《乘风 2024》再度出发，乘节令之风，会全球之友，将二十四节气作为舞台竞演主题，通过美轮美奂的舞美和灯光设计、姐姐们柔美而不失力量的表演，深刻诠释了东方美学的古典韵味。同样立足国际化视角，《乘风》讲述的是国际女性的大同故事，展示的却是璀璨的东方美学。

5 衍生节目连连看

“综 N 代”的成功往往会推动衍生节目的开发，虽然当下综艺每期时长已大幅度增加，甚有推出“舞台纯享版”、“超前营业”、“加更版”等不同剪辑版本，但部分粉丝的视听需求仍然没有得到满足，由此催生了周边衍生节目。衍生节目不仅为嘉宾们提供了更饱满人物形象的展示机会，还填补了综艺更新的空档期，创造了更多商务回报空间，更有利于 IP 生态矩阵的构建。

《这！就是街舞》的《一起火锅吧！》看似是轻松聚餐，实则通过非竞技场场景重构选手人格画像，满足观众对“真实人设”的窥探欲。这类衍生节目将主节目的信息密度稀释为情感浓度，用 40 分钟的火锅局解构两小时正片中的高光时刻，完成从技术审美到情感共鸣的维度转换。芒果 TV 的调研数据显示，73% 的衍生节目观众表示“更关注选手真实性格”，这种需求迁移倒逼制作方将摄影机从舞台中央推向化妆间走廊、集体宿舍等生活化场景。《最强大脑》的微短剧《重返十八岁的夏天》将选手的智力竞技转化为青春叙事，通过平行时空的虚构演绎拓展 IP 内涵。这种拓扑学操作不仅延长内容消费时长，更创造新的意义空间：当选手在正片中展示脑力极限后，衍生剧赋予其情感温度，使理性与感性在跨媒介叙事中形成互文。

从行业生态看来，衍生综艺扩大了 IP 流量入口，其往往会员专属收看的性质对拉动平台会员营收有着举足轻重的效果。据《2019 网络原创节目发展分析报告》显示，2019 年新上线网络综艺 221 档，围绕热门综艺制作的衍生节目数量紧追其后，达到了 186 档，其中有 1

58 档需要付费观看。芒果超媒 2022 年上半年的财报中特别提到衍生综艺的会员拉新效果：首创综艺节目“正片播前+播后衍生”综艺矩阵，推出《欢迎来到蘑菇屋》、《快乐再出发》等热播衍生售前、售后综艺，助力用户留存，增强用户黏性，提升会员转化率。2022 年上半年，芒果 TV 会员业务营收 18.58 亿元，同比增长 6.48%^[3]。在综艺招商难的大环境下，衍生综艺的开发成了开拓付费市场、延续主节目生命力的重要角色。

单独一档综艺的成功或有偶发性，当风口过去后，后续的创作才真正见功力^[4]。维持竞赛类“综 N 代”旺盛的 IP 生命力，在于以竞赛为壳、人文为核，既要通过硬核赛制展现专业力度，也要用团队协作、选手成长、师徒关系、见证友谊等情感触点传递温度，更需在全球化视野中彰显文化自信的深度。唯有实现技术力、共情力、传播力的三位一体，方能锻造历久弥新的超级 IP。

那些成功的“综 N 代”给了我们启示：求“常青”得“常变”，还得守得了初心，修炼一档优质的“综 N 代”不仅要在自身的进阶路上坚守节目立意，不断提升审美旨趣，还要持续创新内容表达，立足观众视角反复推敲出有温度、有力度、有情怀的创作，方能为广大所喜闻乐见，才能打造出真正有续航能力的优秀电视综艺节目^[5]。

参考文献

- [1] 刘俊，张驰. 综艺节目高质量发展迎来机遇和挑战 [N]. 光明日报，2024-08-14（15）.
- [2] 2024 优酷综艺：长期主义下的生命力 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1799179479311112366>.
- [3] 李梦馨. 衍生综艺，喧宾也可夺主？ [N]. 大众日报，2022-11-19（7）.
- [4] 何天平. 节目如何延续活力？综艺节目常变才能常青 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1626583531766345812>.

作者简介：李娜，1991.7.7，女，汉族，江苏，初级编辑，本科，扬州广播电视总台，编导，研究方向：大众传媒