
2022年网络综艺 整体观察

来源：传媒内参



来源：传媒内参（CMNC）

文/林夕

又是一年岁末时。梳理和复盘2022年网综的整体表现，可谓呈现出一种“增质减量”的发展路线——由于疫情的客观影响，综艺市场按下减速按钮，主要表现在：数量减少、体量化、声量变小，尤其是对比网综快速发展的近些年，2022堪称一次特别的网综小年。

概括来说，2022年网络综艺主要有三个维度值得关注和探讨。第一，网生内容的2022年，“经济适用型”节目向“超级大体量”项目平稳过渡；第二，人才、团队、平台，好内容背后的三大主力支撑点；第三，平台共生的2022年，在竞争与合作中实现动态新平衡。

2022年度网络综艺汇总（不完全统计）				
序号	节目名称	节目类型	播出平台	
1	《好运梦想之墙》	假日答题互动综艺节目	爱奇艺	
2	《开拍吧》	青年导演创制真人秀		
3	《哈哈哈哈哈》第二季	励志旅行真人秀		
4	《我的小尾巴》第二季	兄妹成长陪伴观察综艺		
5	《萌探探探案》第二季	IP推理欢乐解压真人秀		
6	《喜欢你我也是》第三季	青年社交观察综艺节目		
7	《上班啦！妈妈》第二季	职场妈妈成长观察类真人秀		
8	《乐队的夏天》三周年特辑	音乐合集类节目		
9	《中国说唱巅峰对决》	华语乐坛说唱歌手顶级联赛		
10	《做家务的男人》第四季	生活服务实境体验类真人秀		
11	《一年一度喜剧大赛》第二季	新喜剧竞演综艺		
12	《元音大冒险》	虚拟现实游戏闯关真人秀		
13	《我们民谣2022》	民谣音乐竞演综艺		
1	《半熟恋人》	轻熟龄恋爱观察真人秀	腾讯视频	
2	《一往无前的蓝》	全景沉浸式消防体验真人秀		
3	《Super嘎嘎man》	追剧式脑洞综艺秀		
4	《大伙之家》	场景式真人情景年番综艺		
5	《忘不了农场》	聚焦中国老年群体公益节目		
6	《音途万里》	音乐记录式真人秀		
7	《杨澜访谈录逐风者》第二季	访谈类节目		
8	《闪亮的日子》	生活观察类“小鲜综”		
9	《怎么办！脱口秀专场》	脱口秀节目		
10	《新游记》	游历观察真人秀综艺节目		
11	《灿烂的前行》	情感治愈类真人秀		
12	《毛雪汪》	场景化真人秀		
13	《是很热的味道呀》	亲密关系美食节目		
14	《开始推理吧》	沉浸式剧情推理综艺	优酷	
15	《五十公里桃花坞》第二季	生活类社交观察真人秀		
16	《战至巅峰》	电竞主题综艺节目		
17	《爱情这件事》	恋爱类综艺节目		
18	《心动的信号》第五季	都市男女恋爱社交推理真人秀		
19	《脱口秀大会》第五季	脱口秀节目		
20	《登录圆鱼洲》	推理游戏真人秀		
21	《星空万里》	INTO1团综		
22	《长在笑点上的他》	脱口秀节目		
23	《令人心跳的舞台》	打歌类节目		
24	《跃上高阶职场》	轻熟龄职场观察类真人秀		
25	《她的心动周末》	恋综衍生类节目		
26	《沸腾校园》	全国高校社团竞演节目		
27	《桃花坞开放中》	衍生类节目	芒果TV	
28	《打工不如打电话》	脱口秀节目		
29	《曾经心动的Offer》	情境职场脱口秀节目		
30	《我要投资》第四季	自主创投综艺		
31	《篮板青春》第三季	体育类真人秀		
32	《边走边唱》第二季	中国音乐旅行纪实节目		
33	《令人心动的offer》第四季	职场新人观察真人秀		
34	《邻家诗话》第四季	中国诗歌实景雅集综艺		
35	《我不恋爱的理由》	访谈类节目		
36	《令人心动的建筑》	衍生知识专栏节目		
37	《前进吧！现代足球少年》	少年足球体教陪伴综艺		
38	《宝藏美妆师》	美妆竞技真人秀		
39	《来看我们的演唱会》	全开麦演唱会式综艺		
40	《我们的乐坛》	衍生类节目		
41	《闪亮的日子》	生活观察类真人秀		
1	《麻花特开心》	沉浸式角色体验真人秀		
2	《麻花探班记》	衍生节目		
3	《没谈过恋爱的我》	初恋成长真人秀节目		
4	《静静吧！恋人》	互动唠嗑式恋爱脱口秀		
5	《出发吧！老孟》	旅行散步式真人秀		
6	《来一局吧！康永哥》	游戏测评节目		
7	《了不起的舞社》	女子齐舞综艺节目		
8	《一起探恋爱》	实景剧本体验恋爱真人秀		
9	《怦然心动20岁》第二季	青春旅行成长真人秀		
10	《出发吧！老孟》	旅行散步式真人秀		
11	《圆桌什锦派》	文化合集类节目		
12	《超感星电音》	电音组队竞演类真人秀		
13	《这！就是街舞》第五季	街舞选拔类真人秀		
14	《不要回答》	未来科幻漫谈脱口秀节目		
15	《圆桌派》第六季	文化类聊天节目		
16	《闪耀吧！中华文明》	文明探索纪实真人秀		
17	《相遇的夏天》	青年夏日旅行社交成长综艺		
18	《朝阳打歌中心》	音乐真人秀		
19	《达鸽说打歌》	衍生类节目		
20	《一天零一页》	系列人物访谈节目		
21	《合伙吧少年》	职场观察真人秀		
22	《鲁豫有约一日行》第11季	真人秀式访谈类节目		
23	《青春环游记冬日篇》	合集类节目		
1	《爸爸当家》	男性全育儿观察真人秀节目		
2	《明星大侦探》第七季	明星推理真人秀节目		
3	《朋友请听好》第二季	声音互动陪伴真人秀		
4	《春日迟迟再出发》	社交观察类真人秀		
5	《初入职场的我们·法医季》	职场纪实真人秀		
6	《去野吧！毛孩子》	人宠治愈践行真人秀		
7	《名侦探学院》第五季	益智成长真人秀		
8	《跨代答题王》	代际互动答题类综艺		
9	《哎呀好身材·海浪季》	健康运动社交真人秀		
10	《马栏花花便利店》	明星创业体验真人秀		
11	《乘风破浪》第三季	励志成长音乐竞演综艺		
12	《她乡·风一样的女子》	文旅主题真人秀节目		
13	《披荆斩棘》	全景音乐竞演综艺		
14	《快乐再出发》	音乐旅行真人秀		
15	《密室大逃脱》第四季	实景解密体验秀		
16	《闪耀吧！体育生》	体育生运动社交综艺		
17	《遇见馆藏·太空季》	文化科普类综艺节目		
18	《少年出游记》	夏日旅行综艺		
19	《想唱就唱的夏天》	生活体验慢综		
20	《漂亮的推理》	极速推理轻综艺		
21	《星星的约定》	真实旅行友情体验团综		
22	《唱玩芒果幻城》	全虚拟互动音综		
23	《再见爱人》第二季	婚姻纪实观察真人秀		
24	《飞驰吧！少年》	汽车文化综艺		
25	《设计理想家》第一、二季	用户DIY爆改综艺		
26	《密室大逃脱0713体验版》	实景解密体验秀		
27	《法医探案团》	法医普法教育探案节目		
28	《南波万的聚会》	衍生类节目		
29	《我在你的未来吗》	社交实验节目		
30	《乐队的海边》	女性经营励志奋斗真人秀		
31	《妻子的浪漫旅行》第六季	夫妻观察治愈真人秀		
32	《寻找路人假》	职场观察微综艺		
33	《分贝在出逃》	全新节目		
34	《哎呀好身材》第四季	健康生活体验真人秀		
35	《百分百开麦》	舞台唱演秀		
36	《去炫吧！乐派》	音乐类综艺		
37	《快乐再出发》第二季	音乐旅行真人秀		
38	《名侦探学院》第六季	益智普法纪实节目		
备注：请以节目实际播出信息为准。				



网生内容的2022年， “经济适用型”节目向“超级大体量”项目平稳过渡

复盘2022年网综整体上线的节目数量，受疫情的客观影响，从总量上来讲，数量减少明显，其中爱奇艺、腾讯视频、优酷均呈现项目减少的整体态势，但芒果TV逆势增长，节目数量稳定输出和增长，但大都属于灵活好调头的中小型节目。

从量级层面来说，平台大型重点节目整体减少，直接导致2022年网综平台鲜少真正的顶流级别节目。纵观综合表现，其中国民热度较高的有《乘风破浪3》《披荆斩棘2》《一年一度喜剧大赛2》等，虽依旧保持着较高的话题性和传播点，但相较于之前节目的表现，也有着一定的差距。



有数据显示，2022年全网综艺累计正片有效播放276亿，同比下滑14%；其中网络综艺有效播放156亿，同比下滑11%。具体到平台方面，2022年腾讯视频综艺有效播放96亿，同比下滑8%；爱奇艺综艺有效播放80亿，同比下滑30%；芒果TV综艺有效播放57亿，同比上涨9%；优酷综艺有效播放34亿，同比下滑22%。

从口碑认可度上而言，整体获得网友更高的评价和肯定，据云合数据显示，2022年上新国产综艺豆瓣评分整体提升，豆瓣部均评分7.0，较2021年上涨0.4分；其中高分段部数占比增加，8分以上综艺占比达27%，较2021年上涨12个百分点。特别是《快乐再出发》豆瓣评分9.6，评分人数26万，创国产综艺最高分以及评分人数最多纪录；续作《快乐再出发2》豆瓣评分达9.5，位居第二。



（一）网综小年之下的内容图鉴

1. “经济适用型”综艺新定义。

相较于往年，2022年大众意义上的国民爆款综艺缺失，即使《乘风破浪3》捧出社交平台新顶流王心凌，《披荆斩棘2》让苏有朋C位出道，但节目的整体热度、受关注度、商业成绩等方面，相较于第一代节目，都有一定的缩水表现。与此同时，各大视频网站平台，从以往的注重综艺项目的规格、流量、艺人等测评纬度，2022年则格外注重创新产出“经济适用型”节目，即在有限的预算之下，实现节目创新之举，甚至超额完成绩效考核，而这也符合当下降本增效的综艺生态。

2. 常态综艺保证内容基本盘，平台更谨慎放缓输出“大”节目。

从品类和题材上来说，2022年网综，涵盖了音乐、脱口秀、情感、人文、美食、教育、生活等常态题材，其中既有综N代，也有综一代，保证了平台上线节目的基本盘。明显的是，平台在2022年开始谨慎布局内容，从以往批量创新节目，到现在少而精地产出中体量以上的新项目，清晰可见地其整体内容创新步伐放缓，但却可观上起到了“提质增效”的效果。

具体来说，诸如爱奇艺华语乐坛说唱歌手顶级联赛《中国说唱巅峰对决》、虚拟现实游戏闯关真人秀《元音大冒险》，腾讯视频轻熟龄恋爱观察真人秀《半熟恋人》、游历观察真人秀综艺节目《新游记》、沉浸式剧情推理综艺《开始推理吧》，优酷沉浸式角色体验真人秀《麻花特开心》、街舞选拔类真人秀《这！就是街舞》第五季，芒果TV音乐旅行真人秀《快乐再出发》，以及IP音综节目《乘风破浪》《披荆斩棘》。



正如中创模式总监谭震所言，2022年整体节目的体量都在变小，制作成本不高，更多的是用情怀取胜，属于小IP综艺发展的黄金期。事实上，更多的小节目被看到、更多的新选题进入大家的创新视野，对于行业而言，其实也是一件好事。

3. 逆势增长的“双生花”，内卷的恋综和游戏推理真人秀。

虽然，2022年是整个网综市场的小年，但却是恋爱主题网综大年，各个平台密集上线该品类节目，形成了一套清晰密集的编排打法，几乎每个季度都有新项目无缝接档。平台如此操作，主要基于两点原因，一方面，基于恋综有着稳定的用户群体，且易于形成粉丝黏性。另一方面，从体量和操作来看，此类节目具有更强的实践性和落地点，且成本可控、容错率高。



除此之外，游戏推理类真人秀，颇受年轻用户的喜爱，也成为平台2022年重点布局的节目品类，无论是老牌玩家芒果TV，基于《明星大侦探》拓展迷踪赛道新内容，还是后来者爱奇艺《萌探探探案》第二季、《元音大冒险》，腾讯视频《开始推理吧》《登录圆鱼洲》，优酷《来一局吧！康永哥》等，不难发现，用户在哪里，视频网站的新综就一定在那里。

（二）网综小年之下的生存图鉴

近两年综艺招商环境越发趋冷，外加疫情等客观因素的影响，整个综艺节目在商业维度上的思考和拓展，无疑成为整个行业关心的重点和关键。

2022黑马综艺当属《快乐再出发》，由于好内容反向成就不俗的商业表现，一度成为行业学习借鉴的经典案例。节目制片人赵林林曾坦言，第二季节目并没有网络上传言的已经升级至S级，招商是好的，但单集节目预算还跟第一季差不多，它对于平台和商务客户来讲依然是个物美价廉的节目，当然节目拍摄时长从第一季七天变成十六、七天，预算相对第一季翻了两、三倍是正常的。

一方面，降本增效之下，好内容与商业客户，双向奔赴、形成合力，最终实现双赢结局。

纵观2022年综艺招商环境，广告客户在选择综艺项目时，体现出更加小心翼翼的态度，从更加多元的维度对一档综艺项目进行综合考察。但可以肯定的是，平台正在努力产出好内容，同时也在精打细算地使用资金预算，几乎是钱都花在了刀刃上，最终实现内容与商业更好的共赢效果。

正如爱奇艺综艺规划及商务中心总经理董轩羽所言，“降本增效”不意味着放弃“创新”，而是要求我们在保证节目品质的同时更有效地使用成本。我们对新项目的评估维度将会更加精细和多元化，将更加考虑新项目的市场认可度、内容长期价值以及IP长期运营的可行性。

另一方面，行业赋能正在跑通综艺行业新的逻辑赛道。

也就是说，综艺节目或许可以有更多新的商业支撑可能。实际上，近两年线上内容落地线下产业的积极实践，取得了不俗的成绩。诸如芒果TV基于《明星大侦探》节目IP，积极探索了从内容到产业的全面铺陈，2022年11月，芒果TV首家《明侦》线下实景娱乐旗舰店MCITY在长沙开业。此外，由于“元宇宙”成为最新大热话题，平台还围绕《明侦》经典案件衍生出形象数字藏品。





人才、团队、平台， 好内容背后的三大主力支撑点

好的综艺项目与背后优秀的内容团队息息相关，互相成就。更重要的是，2022年的内外客观因素，是对内容公司、制作团队、平台方的一次重大考验。同时也说明，能够先“活”下来，对于不少内容团队而言，已然不易。

重点来说，对于人才的培养和激励机制的重塑，四大视频网站有着自身的策略打法 and 经验传统，尤其是在2022年行业发展艰难期，平台依旧需要保住人才、存续能量，期待来年再战。

爱奇艺：九大工作室和“大中台”营销中心

爱奇艺工作室之间既相互独立，又能实现协作共享，相互交流、资源共享、互相学习。主要包括九大工作室，分别是：安可工作室、奇柯工作室、六月工作室、打火机工作室、小怪兽工作室、ACE工作室、GOOD工作室、ASKG工作室、沐心工作室。



除此之外，爱奇艺综艺营销中心承担了整个综艺线的“大中台”功能，从内容研发、立项、招商到采购发行，在各个工作室之间起到了连接与枢纽的作用，营销中台通过对综艺项目进行ROI实时测算以实现精准决策，试图为客户提供更聚合的服务。

腾讯视频：七大工作室

目前，平台大约有7个工作室，分别是坐标系工作室、Nova工作室、七盎司工作室、天马工作室、天际工作室、羊不辣德工作室、新线工作室。

在综艺制作上，腾讯视频采取的是项目经理制，也就是说作为平台方的腾讯视频主要负责把关和运营，具体制作环节则是与外部公司协作进行。2022年，与腾讯视频合作密切的外部制作公司分别是，何忱的侦日上，龙丹妮的哇唧唧哇、叶烽的笑果文化、严敏的闻脉文化、胡悦的视盐文化、杨晖的唯众传媒等。

优酷：与优秀外部团队进行长线合作

在节目布局这一块，优酷更擅长将优秀的人聚集在一起，发挥最大的创新价值和功效，尤其是跟商业化运作较高的成熟公司合作，持续产出不少品牌节目。诸如与灿星合作推出的《这！就是街舞》《超感星电音》《了不起的舞社》，与小美娱乐合作的《一起探恋爱》《怦然心动20岁2》《相遇的夏天》，与知了青年合作推出的《闪耀吧！中华文明》，与大千影业合作推出的《朝阳打歌中心》等。



基于湖南卫视与芒果TV，在2022年启动双平台融合发展模式，目前其共储备了48个自制综艺制作团队、29个影视制作团队、34个新芒计划战略工作室，打造国内最大的内容生产智库，为平台构建了系统化的内容生产体系。

值得一提的是，对于头部内容公司和团队，2022年主动探索更多增长量级，与各类平台广泛合作，积极产出优质节目。而好的内容，更是助力他们挨过行业寒冬，获得新生。诸如灿星、笑果文化、米未传媒、唯众传媒、原子娱乐、视盐文化、银河酷娱、鱼子酱文化、闻脉文化、日月星光、小美娱乐、实力文化、能量传播等头部内容公司，2022一直在通过扎实的节目内容与创新，获得了平台和观众的双重认可。特别是12月29日，头部综艺制作公司灿星（如今星空华文），终于赴港上市，这也为内容行业提振了不小的信心。





平台共生的2022年，
在竞争与合作中实现动态新平衡

纵观2022年四大视频网站之间的竞争与合作，呈现出更多各自为战的新态势，显然，大家都把主要精力放在如何让自己更好的活下来，而以往暗自强较劲的竞争，反而弱化了不少。一言以蔽之，各扫门前雪，就是先顾好自己最实际，也最重要。与此同时，长短视频平台之间，也实现了更多的合作空间和可能，共同助力2022年网生内容的丰富与多样。

爱奇艺：降本增效与有效输出

2022年爱奇艺的关键词，无疑是降本增效与有效输出。尤其是其上半年实施了“降本增效”战略，实现了连续两个季度的运营盈利，成本也相应大幅缩减，一季度、二季度营收成本分别同比下降16%和24%。纵观全年，爱奇艺始终坚持“精品化”打法，集中力量资源推重要项目，诞生了一批精品化节目，诸如《中国说唱巅峰对决》《萌探探探案2》《元音大冒险》《我们民谣2022》《一年一度喜剧大赛2》《做家务的男人4》等，不仅实现了集约成本的目标，也帮助其顺利进入未来长线内容竞争新赛道。



腾讯视频：常态综艺布局与小鲜综频试水，保证内容基本盘

纵观腾讯视频的2022年内容布局，一方面，满足常态节目类型，保证内容基本盘，尤其是音综、喜剧、恋综、户外真人秀，仍是其主打重点。

创新音综项目，涵盖了高校、演唱会、舞台打歌等垂直主题，包括全开麦演唱会式综艺《来看我们的演唱会》、全国高校社团竞演节目《沸腾校园》、打歌类节目《令人心跳的舞台》等。布局喜剧内容，让受众欢乐不断，诸如上线了《怎么办！脱口秀专场》《脱口秀大会5》《长在笑点上的他》《打工不如打电话》《曾经心动的Offer》等不同类型的脱口秀节目。



内卷式恋综，频频试水新项目。详细来说，轻熟龄恋爱观察真人秀《半熟恋人》、都市男女恋爱社交推理真人秀《心动的信号5》、情感治愈类真人秀《灿烂的前行》、恋爱类综艺节目《爱情这件小事》、恋综衍生类节目《她的心动周末》等。拓展户外真人秀的全新表达，其中有游历观察真人秀综艺节目《新游记》、全景沉浸式消防体验真人秀《一往无前的蓝》、沉浸式剧情推理综艺《开始推理吧》、推理游戏真人秀《登录圆鱼洲》、轻熟龄职场观察类真人秀《跃上高阶职场》等。



另一方面，从体量来说，轻体量小鲜综扛起内容大旗，“高能”试水新项目。诸如场景化真人秀《毛雪汪》、亲密关系美食节目《是很熟的味道呀》、场景式真人情景年番综艺《大伙之家》、追剧式脑洞综艺秀《Super嘎嘎man》、美妆竞技真人秀《宝藏美妆师》等，此类节目试错成本可控，同时也有效补充了平台的整体节目数量和声量影响力。

优酷：深耕综N代王牌节目和人文品牌

优酷的优势标签体现在高口碑综N代王牌节目《这！就是街舞5》《圆桌派6》等，以及人文内容赛道上的布局：未来科幻漫谈脱口秀节目《不要回答》、文明探索纪实真人秀《闪耀吧！中华文明》、系列人物访谈节目《一天零一页》等。此外，还有2022年群像化综艺的全面试水，如《麻花特开心》《超感星电音》《朝阳打歌中心》《了不起的舞社》等。



值得一提的是，恋综也是其2022年重点布局内容品类，输出不少特色节目，诸如初恋成长真人秀节目《没谈过恋爱的我》、互动唠嗑式恋爱脱口秀《静静吧！恋人》、青春旅行成长真人秀《怦然心动20岁》第二季、实景剧本体验恋爱真人秀《一起探恋爱》、青年夏日旅行社交成长综艺《相遇的夏天》等。

芒果TV：双打平台形成合力，全面试水新综、遍地开花

相较于以往主打的推理解密和情感观察两大标签化内容布局，2022年芒果TV积极尝试了多样态的内容创作，几乎是全品类节目涉猎，囊括了不同的主题形式与内容领域，同时也让此次的综一代们更具创新锐度和勇气，当然其大都以中小型节目为主，成本可控，且可探索未来节目发展的新方向和趋势。尤其是以《快乐再出发》为例，着实给2022降本增效的网综创作提供了全新的路径和思考。



家庭情感向：男性全职育儿观察真人秀节目《爸爸当家》、社交观察类真人秀《春日迟迟再出发》、代际互动答题类综艺《跨代答题王》、家装局改综艺《设计理想家》、人宠治愈践行真人秀《去野吧！毛孩子》；

文化旅行向：文旅主题真人秀节目《她乡·风一样的女子》、音乐旅行真人秀《快乐再出发》、生活体验慢综《想唱就唱的夏天》、夏日旅行综艺《少年出游记》；

社交实验向：明星创业体验真人秀《马栏花花便利店》、体育生运动社交综艺《闪耀吧！体育生》、极速推理轻综艺《漂亮的推理》、社交实验节目《我在你的未来吗》、职场观察微综艺《寻找路人假》；

基于此，不难发现，一方面，背靠双打平台的新创作体系和合作生态，让芒果TV更具底气去进行全品类内容的创新和拓展；另一方面，新老综艺的组合打法潜移默化地增强了用户对于平台的关注和认可，特别是随着《乘风破浪3》的热播，甚至直接带动后续《披荆斩棘2》节目播出，其中王心凌和苏有朋通过这两档节目C位再出道，实现了热度持续。与此同时，基于《明星大侦探》的迷综赛道，依旧是其重要内容品类。

抖音、快手、B站、知乎：高举高打，积极入局综艺内容赛道

纵观2022年，长短视频平台之间的关系，发生了微妙的变化，从以往的强竞争走向适度合作探索阶段。

今年3月，抖音就已宣布与搜狐达成二创版权合作。这是首个长短视频平台之间达成的版权合作。随后，6月30日，快手宣布与乐视视频就乐视独家自制内容达成二创相关授权合作，快手创作者可以对乐视视频独家自制版权作品进行剪辑及二次创作，并发布在快手平台内。7月19日，爱奇艺成为“爱优腾”中首个与短视频平台达成合作的长视频平台。抖音发布的相关说明表示：“我们和爱奇艺达成了合作，将围绕长视频内容的二创与推广展开探索。爱奇艺将向抖音集团授权其内容资产中拥有信息网络传播权及转授权的长视频内容，包括‘迷雾剧场’在内的诸多优质剧目，进行短视频创作。未来，抖音集团旗下抖音、西瓜视频、今日头条等平台用户都可以对这些作品进行二次创作。”

但有趣的是，一方面，短视频平台与长视频网站积极合作，共同输出内容创作。另一方面，颇具社交属性和流量支持的社交平台，诸如快手、抖音、B站、知乎等，也纷纷开启了自制长综的新尝试，产出了一批综艺项目，同时也彰显出短视频平台对于自身新长综的布局与策略。

2022年，基于对年轻用户喜好的洞察，快手出品了不少综艺产品，其中有明星劝睡综艺《11点睡吧》、原创即兴喜剧真人秀《时空店铺》、代际互动体验真人秀《出发吧！老妈》、音乐女主播成长类真人秀《声声如夏花》等。

事实上，作为平台的快手，却是深度参与节目制作的全程。快手娱乐自制综艺负责人赵然曾表示，“有别于传统的监制或者投资模式，我们所有的人都要扎到内容制作中，包括模式研发、内容架构、明星邀请、内容排播等，都是我们要参与进去的，每一个环节我们都需要有更多的平台内的数据做支撑。”

值得一提的是，2022年抖音还出品了一档拥有潮流基因与青年气质的城市探玩类真人秀《全力以赴的行动派》，黄明昊、哈妮克孜、秦霄贤、王鹤棣四位“城市动力玩家”的带领下，穿越不同的城市，迎接各种未知的挑战任务，用非常态的、突破性的新鲜玩法，发掘当地的潮流活力，感受当地的特色魅力。重点是，以此为契机，抖音综艺内容进一步跑通了“生态+IP”的立体打法，相较于传统的长视频节目正片，该节目的长视频节目不单是基于内容主体而呈现，更主要是作为IP矩阵的重要组成，和短视频、直播等形式全面服务于账号运营与用户互动。同时，平台还将会对该账号进行后续运营和维护，还会进行多种可能的互动尝试和变现玩法。

除此之外，2022年8月抖音还官宣了《百川综艺季》旗下的六档子节目，目前已上线的有三档，分别是沉浸式益智猜词综艺《百川文明诀》、探讨中国式代际关系的《百川老朋友》、多场景沉浸式游戏解压综艺《百川可逗镇》。

值得一提的是，2022年B站也出品了不少节目，其中有《所有女生的offer2》《非正式会谈》《90婚介所2》《守护解放西3》《我是特优声·剧团季》《哔哩哔哩向前冲》等。另外，知乎则出品了职场青年纪实观察节目《我所向往的职业啊》、荒野系青年谈话节目《荒野会谈》、高考纪实人物访谈节目《我的高考笑忘书》等。

实际上，无论是长视频平台，还是短视频平台，2022年综合了疫情、招商、创新压力等各种因素，他们之间反而呈现出新的合作态度和示好行为，从竞争排斥到和谐共处，正在助力形成全新的网生内容生态，同时加速行业健康有序新格局的塑造。

写在最后，对比2021年，再全面地审视2022年网综节目的发展态势和路径选择，清晰地发现，虽然网综整体数量和声量在减少，但市场、平台、内容团队却都处于正确的前进轨道，回归创作的本质和初心，持续产出优质节目内容，并主动赋能拓新，将综艺的赛道边界进行无限延展，所以2023年的综艺市场，势必将呈现出更多新的机遇和积极变化，着实可期。

备注：文章中部分资料、数据来自于网络。