

「慢綜藝」之風 台灣跟得上嗎

黃齡萱 文

2019/04/07

韓國在2013年開啟「慢綜藝」之門，最為台灣人熟知的是《花漾爺爺》，一檔背包旅行綜藝節目，曾到台灣拍攝，帶動韓國人到台觀光的風潮。近年，中國陸續移植成功節目，2017年慢綜藝在中國爆發，各大平台持續推陳出新，至今仍可見多檔慢綜藝節目，熱度延燒不止。



《花漾爺爺》曾到龍山寺拍攝。(圖片來源 / 截圖自tvN官方YouTube)

何謂「慢綜藝」 為何要慢下來

和以往競爭型綜藝恰好相反，慢綜藝取消分組比賽、高分者勝利的設定。《極限挑戰》、《奔跑吧》是典型以競賽為主軸的快綜藝，而慢綜藝展現的是柴米油鹽下的日常，純粹的「生活」，沒有寫好的遊戲規則、來賓的人物設定、緊張刺激的關卡任務，忠實呈現明星間的互動。攝影機下的內容透過剪輯、字幕輔助節目的推進，讓觀眾能隨之進入節目中的生活，彷彿置身在藝人旁邊共度時光。

慢綜藝常見在田園鄉村拍攝，體驗都市少有的寧靜。2017年芒果TV製作的《嚮往的生活》是中國慢綜藝的代表作。幾位藝人居住在農村的屋子，耕作養殖、生火煮飯、茶餘飯後閒聊等內容，甚至有時只有動物的畫面，獲得大量觀眾喜愛，成功引領中國的慢綜藝風潮。連續兩年推出的兩季都有高達20億以上的播放量，而國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

第三季也將在今年4月底推出。



《嚮往的生活》兩季的總播放量。(圖片來源 / 黃齡萱重製) 資料來源：[芒果TV](#)

根據恒大經濟研究院的研究，2011-2017年中國至少有225個地區人口流失，向大都市圈集聚。如今，城市人口的生活步調越來越快，繁重的生活壓力也隨之而來。為了迎合快速生產消費的生活節奏，網路上充斥著大量碎片化的資訊，人們追求的是快速閱讀、快速瞭解知識，在資訊碎片化時代下產生了「快餐文化」，只求速度不求內涵的一種現象。大量節奏快、競爭性強的快綜藝是快餐文化下的產物，而慢綜藝則是對「快」的反彈，代表著對快節奏感到厭倦的人們逐漸轉換口味。

居住在城市的人開始嚮往遠離喧囂，回歸質樸的農村生活，於是中國綜藝轉型仿效韓國節目，推出不少相同類型節目，如《尹食堂》，將藝人帶往印尼營運韓式餐廳；節目《兩天一夜》中，藝人前往野外，發掘韓國沒落的小地方。

慢綜藝爆發 為觀眾創造烏托邦

綜藝的「慢慢來」，為觀眾打造理想的生活環境，如《嚮往的生活》不斷強調過簡單的生活，好朋友們相伴、美麗的農家庭院、豐富的田地作物，暫時脫離平日都市的緊湊，主打「這就是嚮往的生活」，帶著觀眾沉浸在一個輕鬆的理想世界。慢綜藝的魔力就是能利用一個田園的場景，治癒觀眾疲憊的心，也可以透過幾句簡單的對話，引起觀眾對質樸生活的共鳴。

《嚮往的生活》成功後，芒果TV推出不少相同形式的節目，如2018年的《野生廚房》明星到野外找食材、烹煮；今年推出的《哈哈農夫》讓藝人搖身變為農夫，體驗農村生活等。湖南衛視也從2017年相繼出品《中餐廳》、《親愛的客棧》，2018年愛奇藝的《小姐姐的花店》等經營類節目，呈現藝人開餐廳、旅

館、花店的樣貌。騰訊視頻也在2018年上線《幸福三重奏》，拍攝二對夫妻的日常生活互動。

這些節目皆有「治癒」觀眾的效果，透過藝人呈現幸福、簡單的生活，傳播正能量、散播愛給大家，是慢綜藝主要的特色。另外一個特色則是節目集數通常不多，一季至多13集，因此製作團隊能細膩地琢磨，將慢生活刻劃在短而美的世界裡。

大陸慢綜藝列表			
節目名稱	開播時間	播放平台	集數
嚮往的生活	2017年1月	芒果TV	三季共40集
中餐廳	2017年7月	湖南衛視	兩季共23集
親愛的客棧	2017年10月	湖南衛視	兩季共25集
幸福三重奏	2018年7月	騰訊視頻	一季共11集
Hi室友	2018年9月	愛奇藝	一季共12集
野生廚房	2018年10月	芒果TV	一季共12集
完美的餐廳	2018年11月	優酷Youku	一季共13集
小姐姐的花店	2018年12月	愛奇藝	一季共12集
哈哈農夫	2019年3月	芒果TV	現正播映中

大陸近年推出的慢綜藝節目。(圖片來源/黃齡萱製)資料來源:芒果TV、湖南衛視、愛奇藝、騰訊視頻、優酷

詬病功利套路 抄襲浮出檯面

慢綜藝在眾多節目中扮演清流，不到一年說唱節目在中國爆紅，青年文化如電競、街舞、偶像選秀等新類型節目跟著釋出。雨後春筍的網路新綜藝，讓慢綜藝熱潮消退得極為快速，觀眾對慢綜藝的內容要求越來越高，對於相似的節目已漸漸產生反感，節目的製作成本也居高不下。

首先，極高的製作成本帶來為人詬病的無非是「商業置入」，在平時的綜藝節目中，主持人提及一連串贊助的廠商已不是異象，觀眾對廣告置入也習以為常，但在純生活的慢綜藝中，商業合作的廣告劇情會顯得格格不入。再者，「劇本設定」，利用藝人對農村的不適應、鬧脾氣等特定劇情來炒作，其中編劇操作的痕跡格外明顯，觀眾一眼即可看出何謂真假，對藝人的評價容易變得兩極化，對他們的形象也可能有所影響。

另外，相同類型的節目層出不窮，開店經營、田園生活等時空背景大多換湯不換藥。新穎的題材是慢綜藝要走出一片天的關鍵，如《小姐姐的花店》是在慢綜藝熱潮漸漸消退後，再次崛起的案例，看準「花店」是無人嘗試過的題材，加上慢綜藝天然的優勢——「治癒」，仍讓收視走向高峰。

雖然涉嫌抄襲韓版節目的內容不少，像是《嚮往的生活》一播出即面臨抄襲韓國《三時三餐》的指責，但不減觀眾對這些節目的熱愛。加上慢綜藝有一項能彌補其他缺點的誘因：請來的明星皆是有人氣、一定地位的演藝人員，如《中餐廳》的舒淇、黃曉明；《嚮往的生活》有知名主持人何炅；《小姐姐的花店》的小S等皆帶來話題；《幸福三重奏》的大S與汪小菲也是耳熟能詳的名人夫婦。儘管觀眾知道商業置入的缺點，對劇本操作也更加挑剔，也明白抄襲問題，大明星的魅力仍大過一切，成功為節目帶來收視率。



《小姐姐的花店》以「人與花」為主軸，以及利用溫馨語錄治癒觀眾。
(圖片來源 / 小姐姐的花店官方微博)

台灣做得了慢綜藝嗎？

台灣綜藝節目市場的衰退已不是新鮮事，然而台灣也能跟上這股潮流，轉型製作慢綜藝嗎？

慢綜藝需要的是大成本製作、有名藝人的光環，首要條件「成本」便是台灣所缺乏的。打造一個世外桃源讓藝人體驗，需要大量的金錢輔助，而台灣的節目難有雄厚的資金贊助，更是難以邀請有收視保證的大明星。再者，人力資源是一大關鍵，慢綜藝需要大量的後製剪輯，拍攝人力要求也較高。100小時的拍攝素材，需精益求精找出有看頭的10分鐘片段，耗時又費力，台灣的製作團隊規模相較中國團隊小很多，人力外流的情形，也是一個困難之處。

近幾年，外來綜藝節目佔據台灣市場，台灣的觀眾熟悉的是韓國的農村歷史、大國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

陸的田園風情，對於台灣綜藝越來越無感。沒有廣告商贊助打造拍攝環境、沒有人力的投入，沒辦法製作出觀眾想看的節目，如此的惡性循環是台灣很難轉型的原因。

台灣在這股慢綜藝之風的強吹之下，難以復見十幾年前台灣綜藝的全盛時期。反觀當年的全盛時期，台灣投入的也是資金、創意、人力，打造紅遍兩岸、甚至亞洲的經典節目，那麼現在願意投入的資金與人力去了哪裡？

電視劇與綜藝節目遇到相同的困境，然而近幾年戲劇轉型得相當成功，如公視的《通靈少女》、《我們與惡的距離》、植劇場系列，皆是較有深度、跳脫以往小情小愛的故事，成功帶來收視與良好口碑的戲劇。可見依然有人願意投入，穩住市場。如果綜藝圈有人願意當領頭羊，也許能抓住這股風潮的尾巴，亦或是跟上下一次的轉型潮流也說不定。

縮圖來源：截圖自芒果TV



記者 黃齡萱



編輯 蔡佳妤