

2024 暑期档回顾 综艺篇

羊城晚报记者 龚卫锋

以巴黎奥运会为界，今年综艺暑期档的前半段被《乘风2024》和《歌手2024》“硬控”，狂吸网络热度。进入后半段，综艺市场百花齐放，各平台在同类型综艺上频频“对打”，可谓竞争激烈、战局惨烈、关注热烈。

体育综艺方面，《超新星运动会5》领跑热度，《战至巅峰3》《小小骑士一起冲》《这！就是灌篮6·村BA季》也为荧屏带来了不一样的“燃”。喜剧综艺方面，脱口秀归来，前“笑果文化”的艺人被分成两大阵营，腾讯视频的《脱口秀和Ta的朋友们》与爱奇艺的《喜剧之王单口季》隔空对打；音乐综艺方面，东方卫视的《我们的歌6》与江苏卫视的《音乐缘计划》打造了一群“音乐搭子”。

这个夏天，你看过哪些综艺呢？

A 体育综艺

代表作：《超新星运动会5》《战至巅峰3》

今年暑期档的体育综艺竞争激烈，就关注度和制作水准而言，《超新星运动会5》《战至巅峰3》表现突出。

在2021年为冬奥会献礼之后，《超新星运动会》时隔三年回归，再度刮起青春风暴。与以往按照“赛区”划分队伍不同，节目组通过设置“好奇”“好动”“好静”“好胜”四大特色阵营，将运动员划分为四个性格区间，让他们在阵营中相互交流、展现个性。延续腾讯视频近年来在各大活动中的玩法，《超新星运动会5》强化“社交”概念，在分出阵营后，运动员通过预选赛成绩投票选出四位队长，再由队长选择战队成员。最终，“吵吵队”“拼命吧队”“闪闪发光队”“在一起一定队”集结完毕。

项目设置方面，《超新星运动会5》不仅有短跑、射箭、腰旗橄榄球等保留项目，还有街舞、电子竞技《和平精英》等新兴项目。在嘉宾选择上，中国女排前主教练郎平担任总教练，娱乐圈运动达人吴尊担任指导员，张娟娟、吴鹏、张豆豆等体育明星进入解说席；运动员不仅有《封神》质子团“十个勤天”“精灵少女”等流量达人，还有李飞、张百乔等喜剧人。整档节目综艺感拉满：谁能想到陈牧驰是篮球、射箭、游泳、短跑都擅长的全能选手？谁又能料到喜剧人李飞会跳街舞？随着这一季为期三天的运动会进行，近百位艺人自带话题，也让节目频繁登上各大平台的热搜榜。

近年来，电子竞技类综艺十分流行。这类综艺的代表《战至巅峰3》在暑期档尾声首播。第一期播出后，节目相关话题542个，登顶微博综艺影响力榜，占领抖音、快手、虎扑等多个平台热搜。这档节目原创“赛事+真人秀”的综艺叙事模型，并将“电竞文化”植入节目创作。节目中，25位电竞新人加入重庆狼队、成都AG超玩会、苏州KSG、688战队、JUZHE战队等5家电竞俱乐部，进行训练比赛并参与俱乐部运营日活动。嘉宾阵容强大，林更新、王凯、戚薇、李承铉、程潇、吴宣仪以及时代少年团等，自带流量。

《乘风2024》《歌手2024》狂吸网络热度，综艺市场百花齐放



《超新星运动会5》强化“社交”概念



《脱口秀和Ta的朋友们》采用观众熟悉的“一对一”淘汰赛制

《喜剧之王单口季》被业界称为一次“华山论剑”



《我们的歌6》邀请歌手进行多样组合



B 喜剧综艺

代表作：《脱口秀和Ta的朋友们》《喜剧之王单口季》

喜欢看脱口秀的观众，在8月底就像“过年”一样。8月16日，爱奇艺的《喜剧之王单口季》播出。8月20日，腾讯视频的《脱口秀和Ta的朋友们》播出。以前因为王牌综艺《脱口秀大会》被观众熟悉的前“笑果文化”资深演员被分成了两拨人，参加以上两档综艺：前者有庞博、王建国、杨笠等加盟；后者有呼兰、徐志胜、何广智、孟川、张博洋、小佳

等加盟。有人用“问题互殴”“正面硬刚”形容两档节目的播出。目前，两档节目狂揽话题热度，难分胜负。

《脱口秀和Ta的朋友们》依然采用观众熟悉的“一对一”淘汰赛制。相似的“红+黑”舞美、相同的冠名商、不变的主持人，为不少观众带来怀旧又感动的情绪。同此前每一季《脱口秀大会》一样，《脱口秀和Ta的朋友们》少不了“新人夺权”戏码。呼兰关注职场困境的脱口秀获得高票，却以两票之差输给了哈哈曹枫刺噜哈说唱圈子的脱口秀。菜菜围绕女性生理期话题展开的一段脱口秀，相关话题登上热搜榜高位。

《喜剧之王单口季》则是“队长”制。44组选手被分为4大阵营，由周奇墨、王建国、庞博、杨笠作为队长，带队比拼。比赛分成“四人比拼赛”与“魔王挑战赛”两个类别，四人比拼赛率先进行，比完评分，晋级

C 音乐综艺

代表作：《我们的歌6》《音乐缘计划》

这次暑期档，音乐综艺可谓“高开低走”。7月，《歌手2024》进入收官阶段，但热度不减。那英、香缇·莫、凡希亚、孙楠、谭维维、汪苏泷、黄宣等歌手直播真唱，不稳定、多变数的发挥，为节目带来极高的话题热度。“歌王之夜”于7月26日晚现场直播，最终那英获得冠军、谭维维获得亚军、孙楠获得季军。毫无疑问，《歌手2024》是今年的现象级综艺。不过，由于消耗了过多热度，8月份的音乐综艺显得有些冷清。但是，两大老牌卫视推出的同题材音乐综艺《我们的歌6》《音乐缘计划》“对打”也看点十足。两档节目都主打“音乐搭子”，但风格略有不同。

《我们的歌6》以“听世界的声音，唱我们的歌”为主题，

邀请跨地域、跨代际、跨民族、跨风格的歌手进行多样组合，花式演绎时代金曲。陈丽君、戴佩妮、大张伟、刘宇宁、毛不易、张清芳产生多种组合，打造时代金曲。嘉宾组合上有不少话题，戴佩妮、刘宇宁在《我们的歌》第三季打造的“宇妮走天下”组合，曾带来《潇洒走一回》《野蔷薇》等经典合作，两人时隔三年再度同台。此外，因《乘风2024》热度颇高的越剧演员陈丽君继续跨界当歌手，她说：“我希望多展示传统文化，将越剧元素融入流行音乐。”

同样是嘉宾合作做音乐，音乐全纪实创演节目《音乐缘计划》邀请了薛之谦、张靓颖、周深、单依纯、黄子弘凡等歌手，同时邀请了小柯、方文山、许环良、黄国伦等乐坛前辈和众多新生代原创音乐人加盟。节目由歌曲争夺战、首演

两人、淘汰两人。第一轮结束之后，遭到淘汰的选手根据现场排名，前12位可以晋级，避免高手被早早淘汰。目前播出的节目中，名场面不少，例如，小鹿穿婚纱登场说：“婚姻是两个人的事情，但婚礼是我一个人的项目。”当上节目总编剧的杨笠说：“想升职还是得跳槽。”此外，这档节目网罗了国内线下各大脱口秀厂牌的实力演员，让他们首次参加线上节目，被业界称为一次“华山论剑”。此外，发起人周星驰出山，也为节目带来了热度。

除了脱口秀，腾讯视频还推出了一档延续《一年一度喜剧大赛》风格的新综艺——《喜人奇妙夜》，用Sketch（素描喜剧）、漫才等多元喜剧形式，在荒谬的喜剧情节里治愈观众。其中，用现代人的职场规则重新解读西游记的人物关系与取经目的的节目《八十一难》火爆。

舞台两大核心环节组成，为歌手和原创音乐人提供一个自由共创的舞台。节目的模式、流程颇具新意：原创音乐人带来音乐作品进行演唱，10位歌手听歌、双方交流、相互表态，完成初次双选。经过一周左右的歌曲完善后，歌手进行正式表演，现场大众乐迷进行内测试听会。歌手与原创音乐人面临终极抉择，参考大众反馈，双向决定歌曲是否发行、推向市场。

值得一提的是，湖南卫视在8月30日又推出了一档直播全开麦综艺《下一站歌手》，节目将延续“直播真唱不修音”的标准，24组新声歌手展开直播竞演并与标杆歌手对标开唱，最终优胜者将获得《歌手2025》的首发资格。那英、凡希亚担任标杆歌手，艾热、白举纲、戴圣、李玖哲、李佩玲、斯丹曼簇担任新声歌手。



羊城晚报记者 詹淑真

营收增长难掩利润下滑

承德露露的烦恼



消费者在选购承德露露产品 视觉中国供图

B. 北部市场占比偏高

经过二十多年的发展，承德露露的主要销售区域依旧集中在北方地区，这种区域性市场格局逐渐成为公司进一步扩展的瓶颈。

在区域布局上，承德露露的销售主要集中在北方地区。根据最新的中期报告，北部地区销售额占总营收的91.01%，中部地区仅占5.9%，其余地区加起来仅占3.09%。如此高的区域集中度，使得公司在拓展市场方面面临着不小的挑战。

承德露露为何难以攻占南方市场？业内人士分析，一方面南方消费者对露露杏仁露的口味不太适应，这在很大程度上限制了产品的市场接受度。这种口味偏好的差异不仅影响了产品的销量，也在一定程度上阻碍了品牌在南方市场的推广。此外，承德露露在产品研

发创新和销售渠道拓展方面未能及时适应市场环境的变化，导致其在南方市场的渗透率一直处于较低水平。

这种区域性的局限性不仅影响了公司业绩，也引起了投资者的关注。今年2月，有投资者在互动平台上询问公司董秘，为什么在西安的部分便利店能看到露露销售，却未能在深圳市场看到类似的扩展。对此，承德露露回应称，公司目前在持续深耕北方市场的同时逐步拓展浙江、江苏、安徽、四川、重庆等南方市场，尚未开发深圳市场。后续公司将根据战略及经营规划拓展更多新市场，进一步提高市场占有率。

从行业角度来看，植物蛋白饮料赛道的竞争日益激烈。越来越多的企业涌入这一市场，尤其是头部乳制品企业的

上半年净利润达551.1亿元

华为全年营收将达8000亿元？

羊城晚报记者 潘亮

近日，华为发布今年上半年经营业绩，整体经营稳健，结果符合预期。数据显示，上半年，华为实现销售收入达4175亿元，同比增长34.30%，净利润率为13.20%。以此计算，上半年华为净利润达551.1亿元，相当于每天赚超3亿元。

华为轮值董事长徐直军表示：“集团整体经营情况符合预期。我们将贯彻全流程‘高质量’的公司战略，持续优化产业组合，增强发展韧性，建设繁荣产业生态，为客户贡献更有竞争力的产品和解决方案。”

二季度业绩远超一季度

值得注意的是，华为此次披露今年上半年业绩比较简单，没有详细披露各大业务条线的收入情况。去年华为上半年业绩显示，华为实现销售收入3109亿元，同比增长3.10%，净利润率为15%，净利润约466.35亿元。对比之下，华为今年上半年净利润增长了18.17%。

据了解，即使对比今年一季度来看，华为今年二季度业绩也处于比较高的增长速度。一季度，华为实现营业收入约1784.5亿元，净利润约196.5亿元，即二季度实现营业收入2390亿元和净利润354.6亿元，远超一季度。业内相关人士表示，华为去年销售收入达7042亿元，展现出强劲的市场竞争力。若其业务增长势头得以延续，预计今年华为销售收入有望突破8000亿元大关，进一步巩固其在全球科技行业的领先地位。这一预测彰显了市场对华为技术创新与业务拓展能力的信心。

数据显示，华为因外部因素影响，2021年营收骤降至6368亿元，较2020年8914亿元大幅减少超2000亿元。但至去年下半年，凭借Mate 60系列手机热销及问界汽车市场的强劲表现，华为成功扭转局势，当年营收重新突破7000亿元大关，展现出强劲的市场恢复力与产品竞争力。

终端和汽车齐头并进

目前，尽管华为在财报中仅

简要披露了总体业绩数据，未详细展开各业务板块的具体收入情况，但结合过往财报与最新市场动态，我们仍能勾勒出华为业务增长的轮廓。

去年上半年年报显示，华为在ICT基础设施、终端业务、云计算、数字能源及智能汽车解决方案等多个领域均展现出强劲实力，其中ICT基础设施业务以1672亿元的收入成为支柱，终端业务紧随其后，贡献1035亿元，云计算与数字能源业务则分别实现241亿元和242亿元的收入，智能汽车解决方案业务虽然基数较小，但也达到了10亿元。

进入今年上半年，华为整体业绩实现了显著增长，尤其是消费者业务的快速复苏成为推动这一增长的关键力量。尽管具体增幅未公开，但从市场反馈来看，华为手机与智能汽车领域的亮眼表现功不可没。特别是华为智能汽车解决方案业务，其旗下深圳引望公司上半年营业收入猛增至104亿元，远超去年全年及前年的业绩，净利润更是突破22.3亿元，标志着华为在智能汽车领域的布局已初见成效，鸿蒙智行阵营的销量达19.4万辆，进一步巩固了其在智能网联汽车领域的领先地位。

与此同时，华为为终端业务凭借Mate 60系列及新发nova系列等手机的强劲销售，持续拉动业绩增长。据IDC最新报告，今年二季度中国智能手机市场出货量同比增长8.90%，华为以17.50%的市场份额高居榜首，成为中国智能手机市场的“半程冠军”。