

老综艺深下去 新力量闯出来

暑期综艺市场迎来白热化对决 价值升级成荧屏主旋律

每年八月,是国内综艺市场的核心角逐场。依托暑期庞大观众流量,芒果TV、腾讯视频、爱奇艺、优酷、B站五大平台与头部卫视同步发力,集中释放重磅新作、迭代经典IP,形成年度最激烈的综艺竞争格局。目前,今年暑期综艺大战已进入白热化阶段,舞台竞演、户外纪实、社交观察、科技人文、体育竞技、跨境创业等多元题材全面开花。《披荆斩棘2026》、《心动的信号》第九季、《花儿与少年》第八季等国民IP迭代升级、霸榜热度,同时多档全新垂直品类节目破局出圈,打破暑期综艺同质化桎梏。结合国家广播电视总局夏秋综艺推介会权威数据与实时收视表现,今年暑期综艺已告别单一娱乐化叙事,向专业化、精细化、价值化、国际化多维进阶。



老牌IP成“压舱石” 稳住暑期流量大盘

综观八月综艺市场,经典长线IP仍是流量与口碑的双重保障。历经多年沉淀,头部综艺凭借成熟模式与稳固观众基础,持续占据收视高地,同时通过赛制革新、内容焕新,实现长效生命力。其中,芒果TV的《披荆斩棘2026》成为今夏最大热度担当,扛起音综与男性群像综艺大旗。

作为走过六季的国民级舞台竞演综艺,《披荆斩棘2026》实现全方位品质升级,跳出传统竞技模式,打造更真实、更具正能量的男性群像。节目于8月9日上线超前企划,8月14日开启初见直播,8月15日至16日解锁初舞台,全程采用全开麦直播,无修音、无滤镜方式,以极致舞台考验回归音乐本质。本季节目集结28位跨领域男性嘉宾,融合舞台公演与户外体能竞技双赛道,兼顾艺术专业性与竞技趣味。截至8月20日,节目连续多日登顶云合综艺正片有效播放市占率榜首,市占率达11%,断层领跑暑期热度。真实舞台、高能反差与多元群像持续引爆话题,堪称今夏现象级爆款。

除舞台竞演外,社交观察、户外游学类老牌综艺同步稳定热播,丰富暑期内容矩阵。腾讯视频《心动的信号》第九季于8月3日开播,延续素人恋爱观察模式,以“坦荡心动,爱意直行”为主题,聚焦真诚直白的青年恋爱观。本季由杜海涛、代旭、薛凯琪、杨超越、张纯烨组成观察团,见证十余位素人青年的心动邂逅。开播以来,凭借治愈氛围与真实社交细节收获高口碑,正片有效播放市场占有率达到9.2%,稳居全网综艺前三,成为今夏最具代表性的治愈系情感综艺。

湖南卫视与芒果TV联合推出的《花儿与少年》第八季已完成超前见面会,正片蓄势待发。本季嘉宾关系堪称八季节目中最为“陌生”的——吴君如、殷桃、林依晨、周冬雨等七人在录制前几乎零交集,天然营造出真实松弛的社交看点。节目赴墨西哥、秘鲁、阿根廷展开美洲游学,展现异域风光

的同时深度挖掘文明互鉴主题。凭借前序口碑积淀,本季节目未播先火,成为暑期下半场最受期待的户外文化综艺。

垂直题材多点开花 拓展内容新边界

据国家广播电视总局8月4日“2026夏秋网络综艺节目推介会”发布的网络综艺数据显示,2026年1月至7月,五大平台累计上新综艺94档,播放量排前十的节目中74%为年度新播内容,新作吸引力持续攀升。题材结构上,户外探访、社会情感、音乐舞台、文化喜剧四大品类占主流。八月暑期综艺精准踩中风向,各平台深耕垂直赛道,推动小众题材破圈。

户外纪实类综艺持续领跑,成为暑期流量主力。今年此类节目更聚焦青年成长、城市文旅与人文体验,内容更具深度。腾讯视频《一路向海的少年》自8月6日开播,五位少年从新疆腹地奔赴大海的公路旅程,真实记录成长蜕变,青春治愈向内容收割青年圈层热度,口碑长线发酵。北京卫视《北京厂开玩》于8月14日开播,精准切入工业文旅赛道,嘉宾探访老牌工厂、体验生产线,以轻松形式科普工业文化,开播后成功破圈,获本地观众与文旅爱好者认可,成为城市文旅综艺新标杆。

跨境创业、人宠竞技、益智科普等全新品类进一步丰富暑期生态。芒果TV与湖南卫视联合出品的《伦敦合伙人》接续《巴黎合伙人》口碑,8月8日开播后稳居真人秀热度前列。节目聚焦国货出海,嘉宾在伦敦落地“颜YANLAB”美妆店,直面海外经营与跨文化沟通挑战,全程纪实无剧本,以正能量立意和真实创业日常收获主流媒体与观众好评。腾讯视频《加油汪汪》8月11日上线后热度快速攀升,人宠协作竞技与双向陪伴的温情瞬间打破题材同质化,精准触达年轻群体与养宠人群。江苏卫视《一站到底·少年季》第二季8月7日开播,以严谨有趣的科普答题和青少年成长叙事,稳定吸引亲子家庭收视,成为暑期口碑稳步上扬的益智成长综艺。

音综科综提质升级 专业表达重塑行业审美

在暑期综艺混战中,音乐舞台与科技人文综艺摆脱同质化,以专业化、深度化实现口碑突围。江苏卫视《打歌2026·X舞台》目

前处于大众听审招募阶段,虽未正式开播,但凭借“全开麦无修音、观众全权定榜单”的硬核赛制,提前引爆乐迷热议,预约量持续暴涨,被观众称为“今夏最敢真实的音综”。

东方卫视8月9日开播的《天真一代》,是暑期难得的人文清流,开播后口碑与专业评价亮眼。节目跳出“天才少年”贩卖焦虑的叙事,深耕青年科创群体纪实,通过院士对话、人物纪实、圆桌思辨等形式,真实记录青年科研工作者的坚守与突破,解读AI时代的创新逻辑。节目兼具硬核科技与温暖人文,被观众评价为“最有格局的青年纪实综艺”,在娱乐化暑期内容中走出差异化路线。

此外,体育综艺持续深耕专业化普及。芒果TV《超棒的我们》第二季自7月31日开播,贯穿整个暑期档,聚焦小众棒球运动,零基础新人与资深选手共同集训竞技,口碑长线稳定,成为暑期体育垂类标杆,填补了夏日运动综艺的内容空白。

告别流量内卷 价值综艺成主流方向

从国家广播电视总局权威数据与八月暑期布局可见,2026年国内综艺市场已彻底告别粗放式流量竞争、明星扎堆与剧本炒作,迈入精品化、垂直化、价值化、国际化新阶段。各平台内容布局思路清晰:芒果TV深耕舞台竞演、文化出海、青春纪实,爱奇艺聚焦青春治愈与情感共鸣,优酷主打文化传承与青年潮流,腾讯视频立足生活纪实与成长治愈,B站侧重共情共鸣的深度内容。各平台错位发展有效规避同质化内卷。

目前,八月暑期综艺已进入白热化决胜阶段,梯队层次分明:头部IP断层领跑,稳住大盘流量;垂类新作多点开花,站稳细分赛道;《花儿与少年8》《打歌2026·X舞台》等储备内容蓄势待发,为下半场持续注入看点。整体而言,今年八月综艺已形成“头部稳大盘、垂直拓边界、价值提质感”的成熟格局。随着内容创作持续深耕、赛道不断细分、价值表达升级,下半年综艺市场将提质升级,以更多元、更精品、更有温度的内容满足观众审美需求,推动网络综艺迈向高质量发展新阶段。

