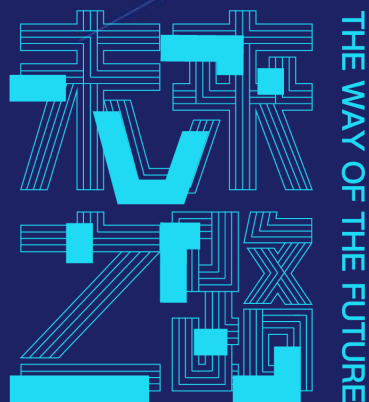




2020 “娱乐无界” 文娱行业发展趋势洞察报告



01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇
综艺篇
电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销
短视频营销

04

2020趋势展望

剧目篇
综艺篇
电影篇

科技引领模式创新，驱动文娱产业升级

推动融合发展、全产业链发展、高质量发展，培育产业竞争新优势，探索发展新模式，促进转型升级。

——《关于推动广播电视和网络视听产业高质量发展的意见》



融合

“建设新型家庭信息中心，实现**大屏小屏融合**互动，让电视大屏用户充分享受通信红利，满足用户对跨屏、跨域、跨网、跨终端的收视和信息需求”



全产业链

“健全现代产业体系和市场体系，培育**新型业态和消费模式**，促进数字经济发展和文化消费”

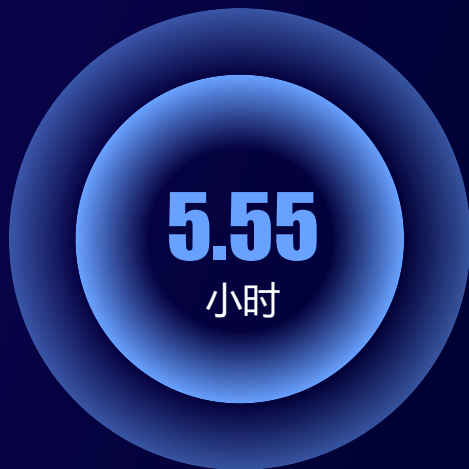


高质量

“加快**大数据、云计算、人工智能、IPv6、5G、VR、AR**等新一代信息技术在广播电视和网络视听节目制作播出和传输覆盖中的部署和应用”

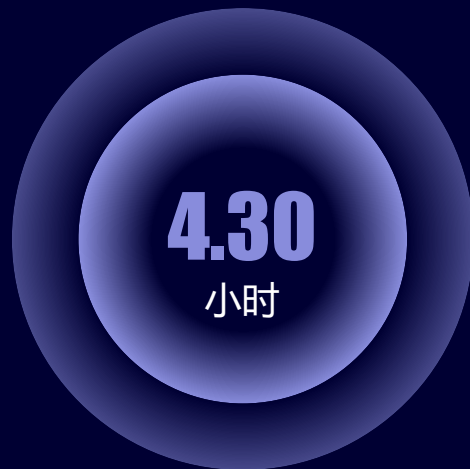
文娱市场现状—日益增长的文娱内容需求

 2019智能电视用户
日均使用时长



同比
2018年增长**2.78%**

 2019移动互联网用户
日均使用时长



同比
2018年增长**11.40%**

 2019中国电影总票房

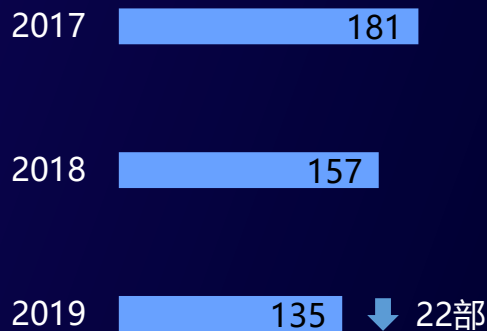


同比
2018年增长**5.40%**

酷云数据洞察——供给侧深化改革，聚焦质量收缩产能



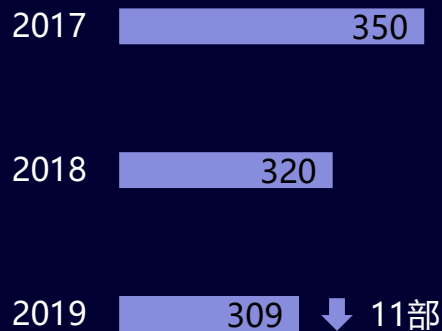
上星剧目部数趋势



同比
2018年减少**16.30%**



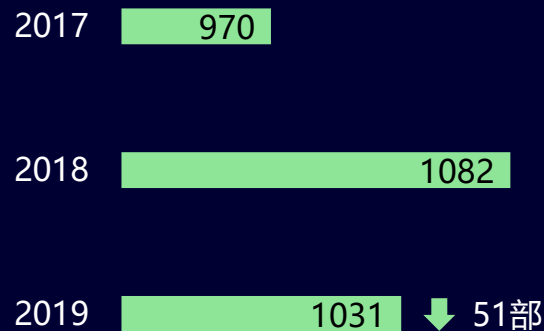
上星综艺部数趋势



同比
2018年减少**3.56%**



国产电影部数趋势



同比
2018年减少**4.95%**

酷云数据洞察—需求侧结构下沉，三线以下市场内容消费升级



智能电视用户分布



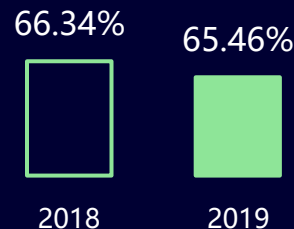
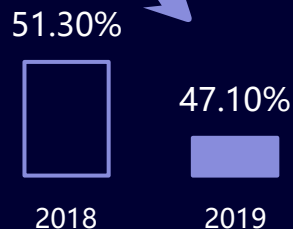
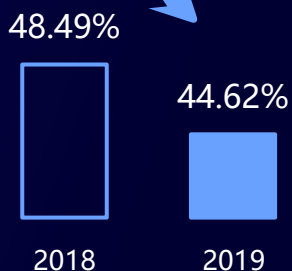
互联网用户分布



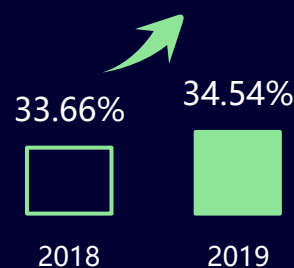
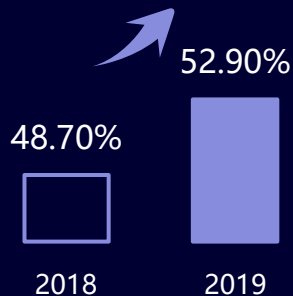
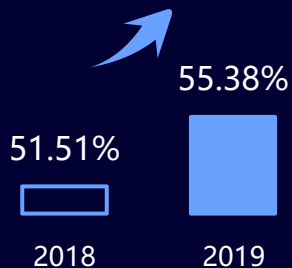
电影票房分布



一二线城市

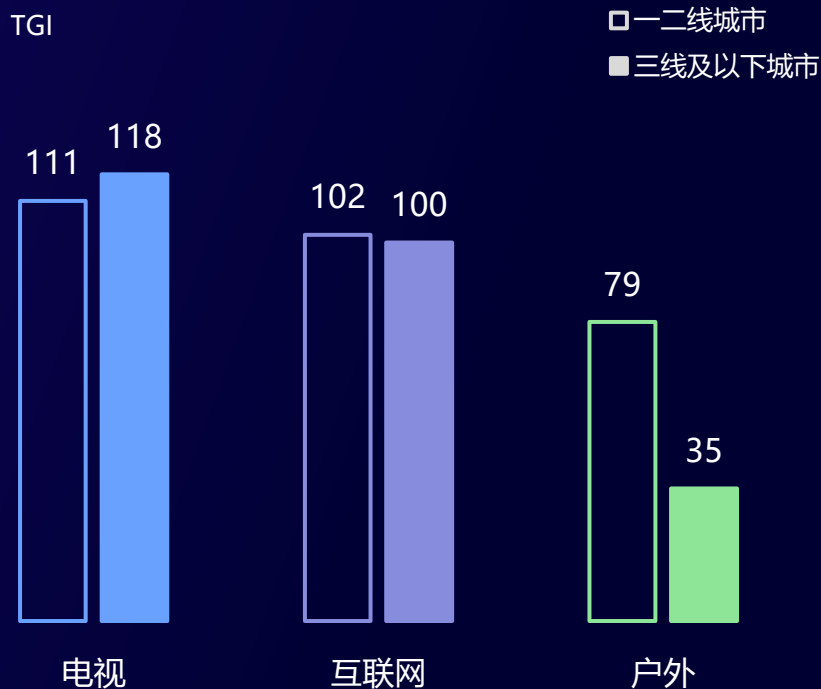


三线及以下城市

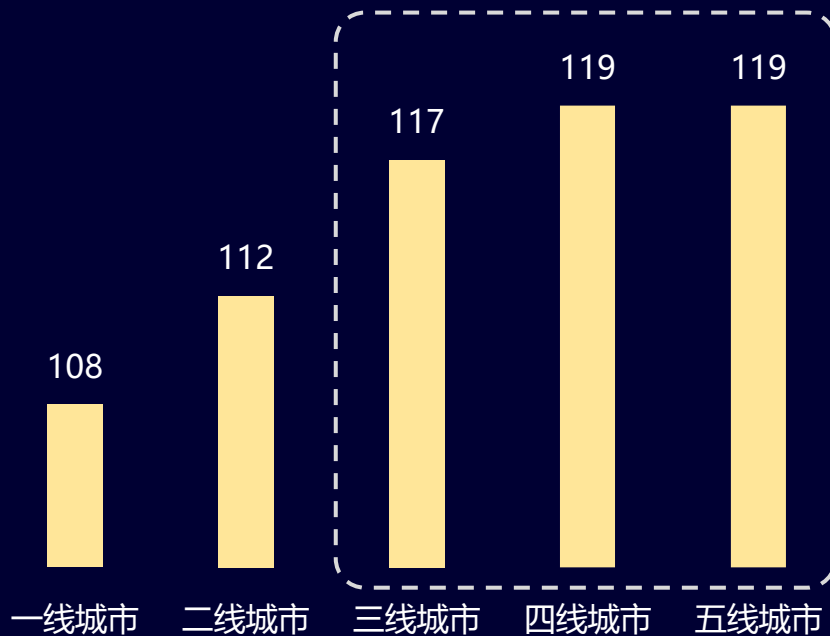


酷云数据洞察—电视媒体影响力突出，下沉市场尤其青睐

用户全媒体认知



分级市场电视媒体认知



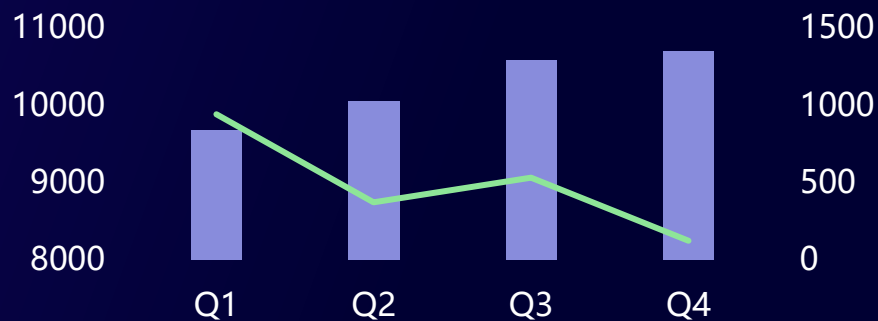
酷云数据洞察—视频会员进入亿级时代



腾讯视频会员规模

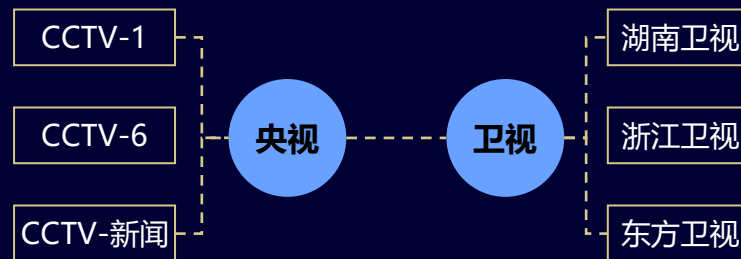


爱奇艺会员规模

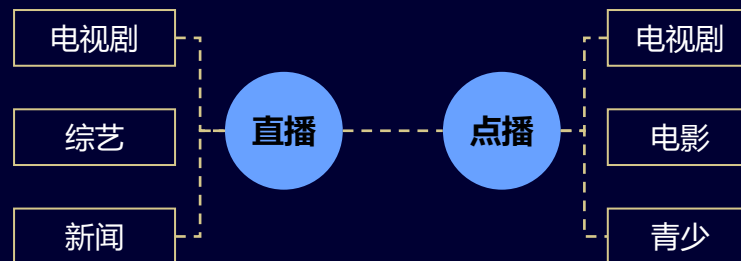


视频会员用户大屏端观看偏好

频道TOP3



内容TOP3





01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇

综艺篇

电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销

短视频营销

04

2020趋势展望

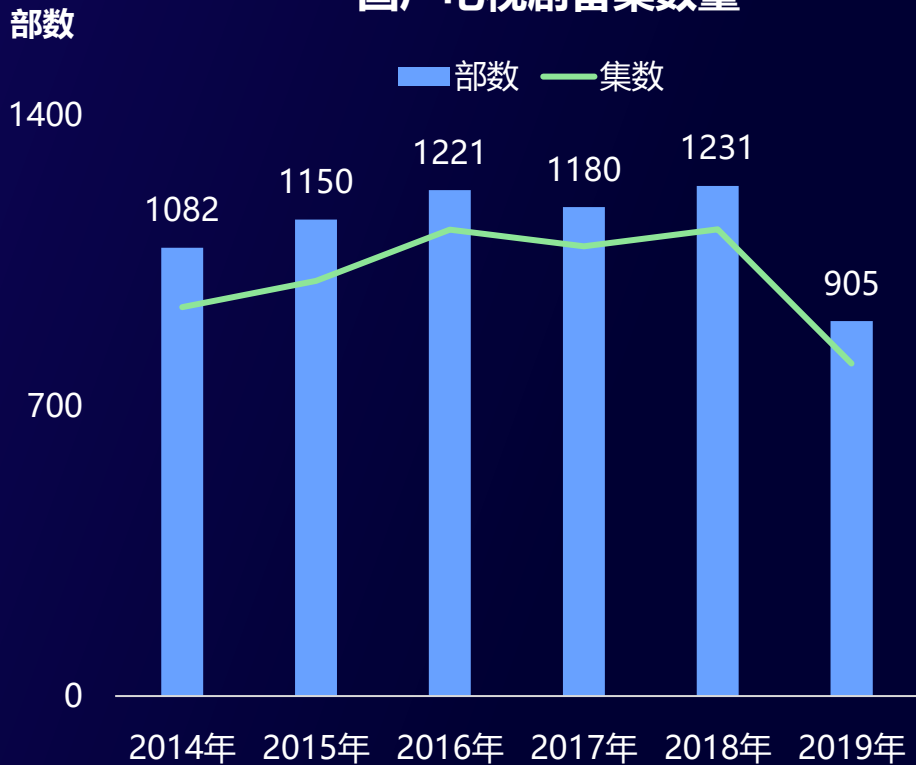
剧目篇

综艺篇

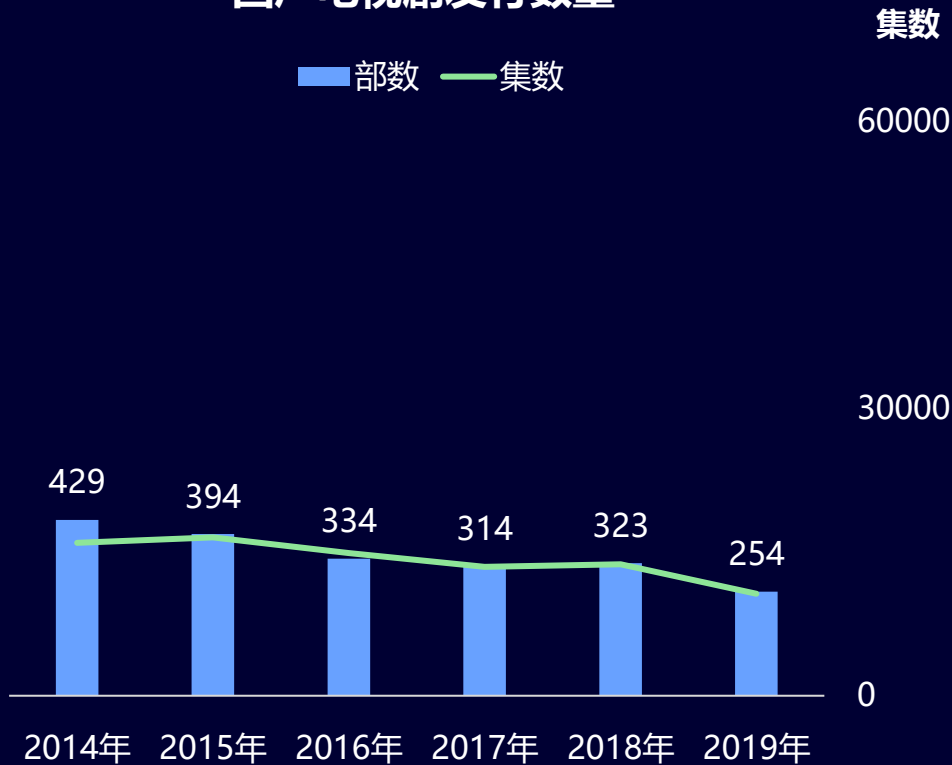
电影篇

电视剧备案数量创新低，供给侧改革初见成效

国产电视剧备案数量

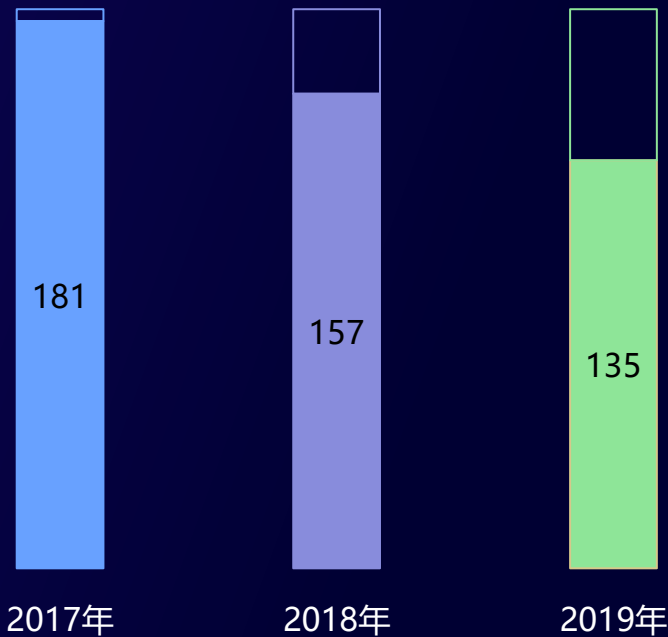


国产电视剧发行数量

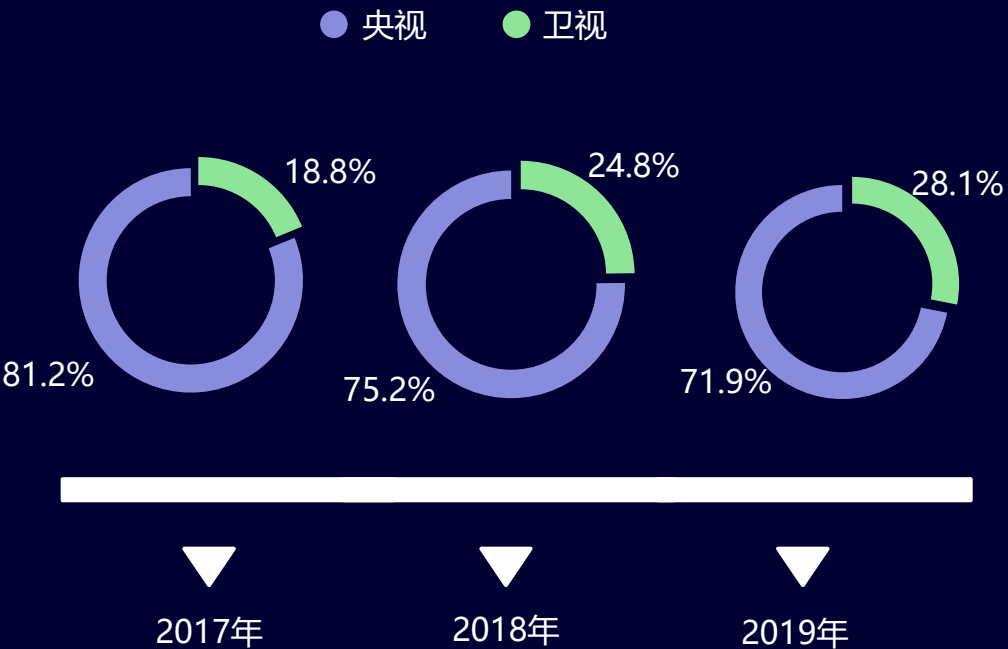


国产剧提质减量，上星平台渐向央视倾斜

上星剧目数量



上星剧目播出平台分布

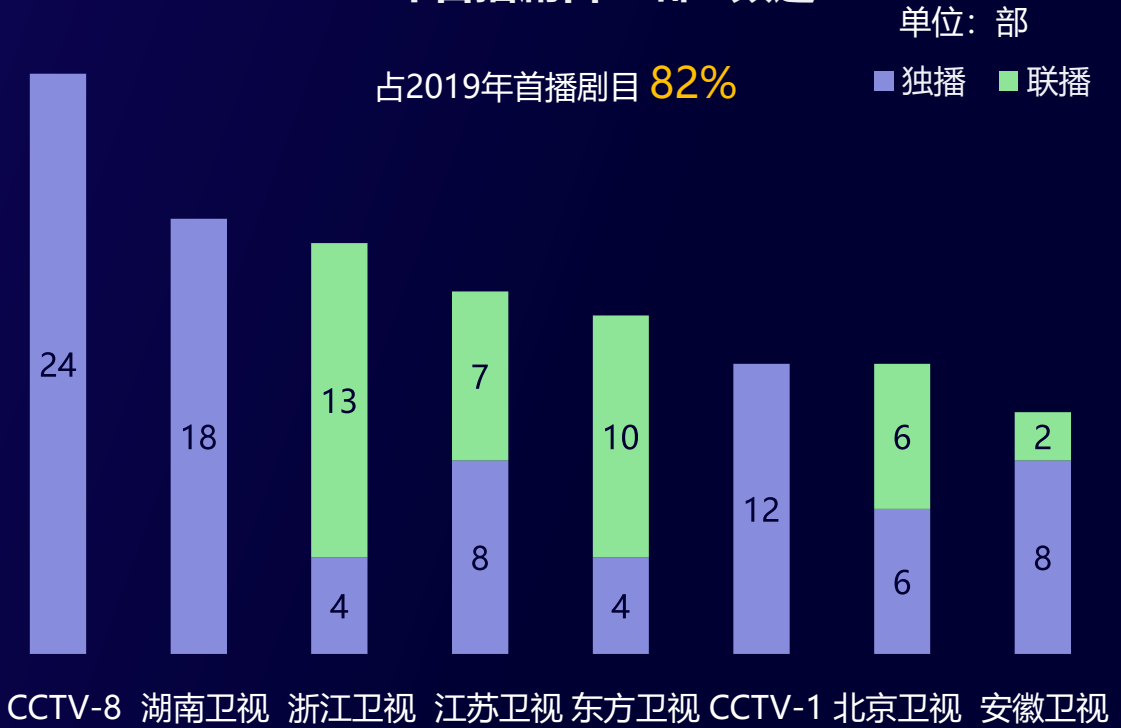


注：统计频道范围：48个上星频道；统计剧目范围：首轮上星剧目

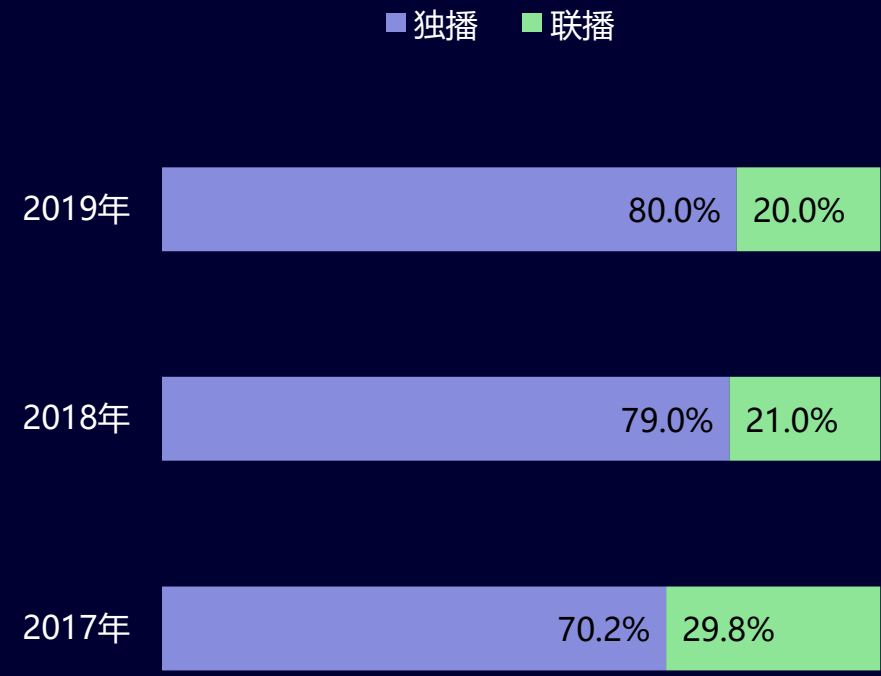
数据来源：酷云大数据

剧集资源集中化趋势显著，独播剧分量加重

2019年首播剧目10部+频道

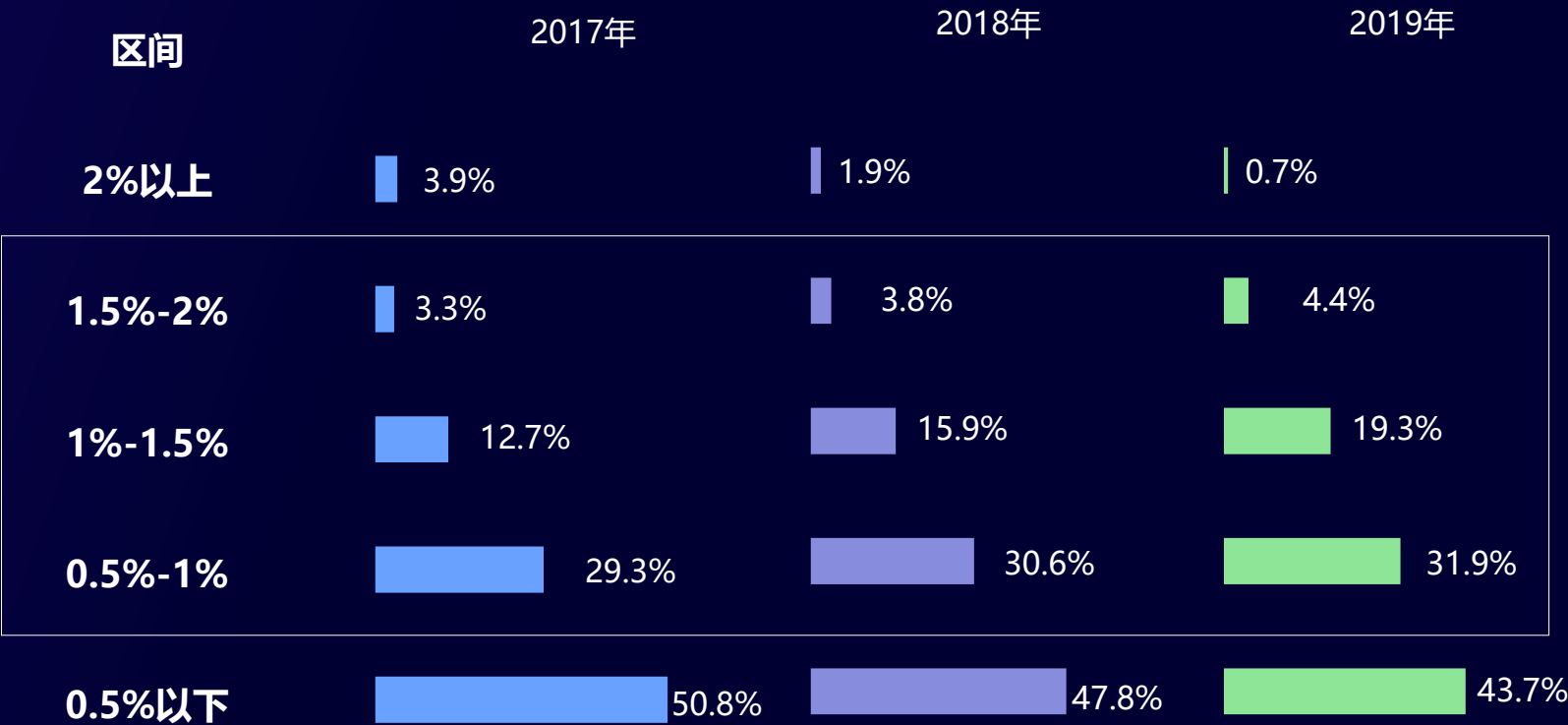


电视剧播出方式分布



爆款剧目缺位，整体质量不断提升

电视剧直播关注度收视区间分布



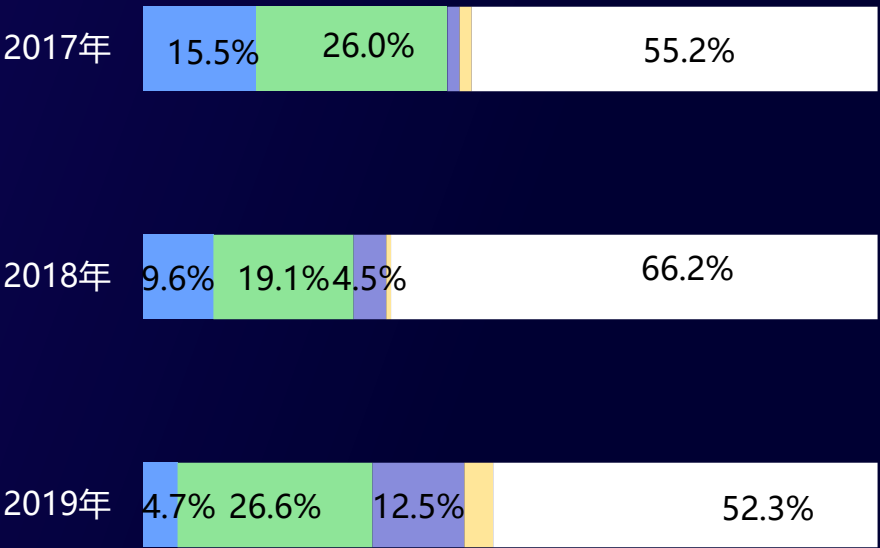
注：联播剧目关注度为双平台关注度，下同

数据来源：酷云大数据

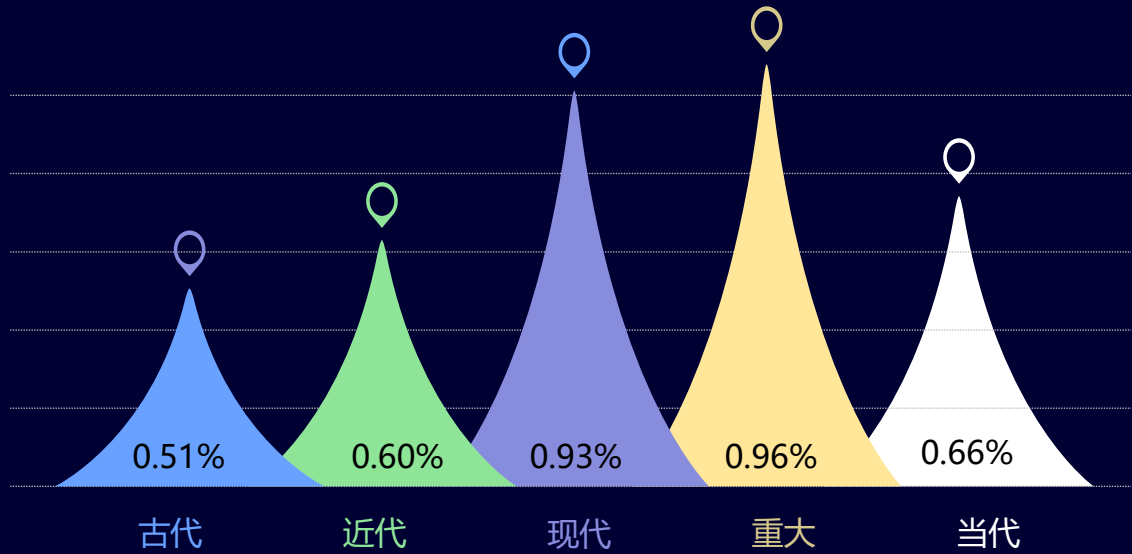
限古令成效显著：古装题材逐年缩减，现代剧补位

上星剧目题材

■ 古代 ■ 近代 ■ 现代 ■ 重大 ■ 当代



19年各题材电视剧直播关注度



“流量剧”神话不再，陷低口碑窘境

上星剧目流量明星参演数量占比



2017年



10.5%



2018年



9.6%

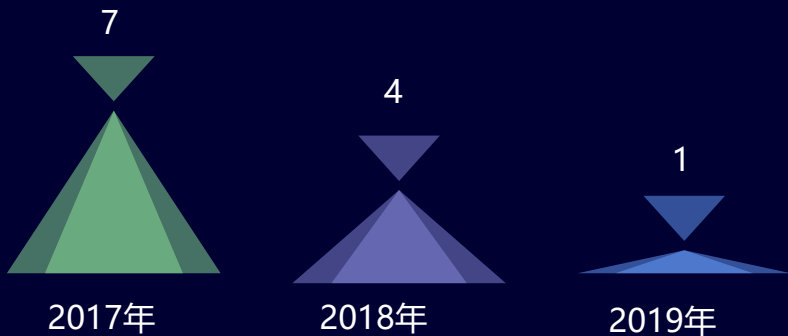


2019年



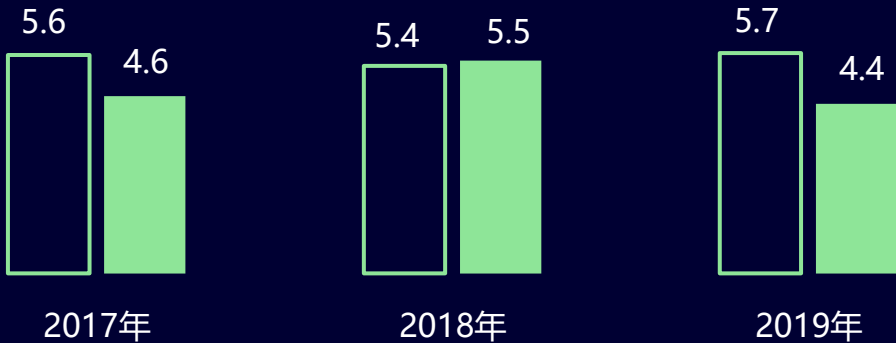
6.7%

TOP20剧目流量明星参演数量



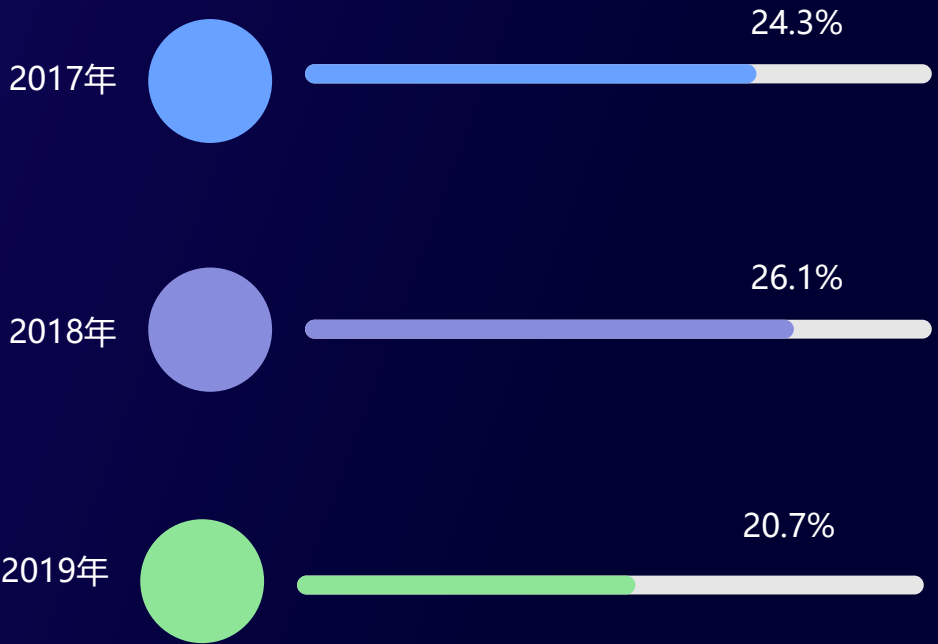
上星剧目豆瓣评分

□ 无流量明星参演 ■ 有流量明星参演



IP剧上星体量环比减少，收视口碑双赢

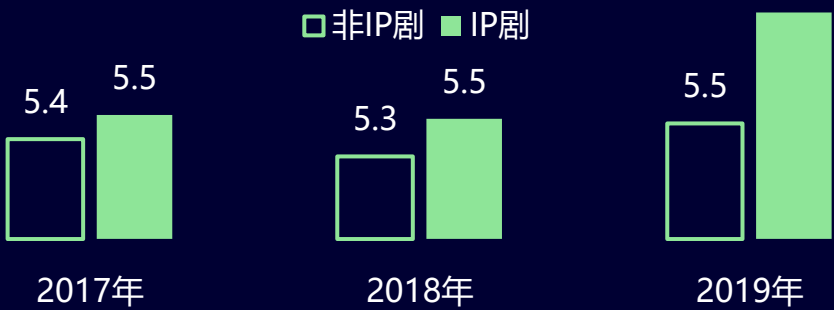
上星剧目IP剧占比



直播关注度



豆瓣评分



IP 剧爆款不断，仍为观众心头好

2019年TOP20剧目

直播场景	
排名	名称
1	都挺好
2	小欢喜
3	亲爱的，热爱的
4	特赦1959
5	老中医
6	麦香
7	精英律师
8	希望的大地
9	破冰行动
10	少年派
11	老虎队
12	绽放吧，百合
13	伟大的转折
14	澳门人家
15	绝境铸剑
16	逆流而上的你
17	推手
18	刘家媳妇
19	我怕来不及
20	锻刀之绝地重生

点播场景	
排名	名称
1	都挺好
2	小欢喜
3	封神演义
4	少年派
5	小女花不弃
6	烈火军校
7	白发
8	亲爱的，热爱的
9	破冰行动
10	遇见幸福
11	陈情令
12	倚天屠龙记
13	独孤皇后
14	带着爸爸去留学
15	逆流而上的你
16	陆战之王
17	在远方
18	谍战深海之惊蛰
19	天衣无缝
20	青春斗

TOP20剧目IP剧占比



直播场景



点播场景

IP剧TOP3



直播收视

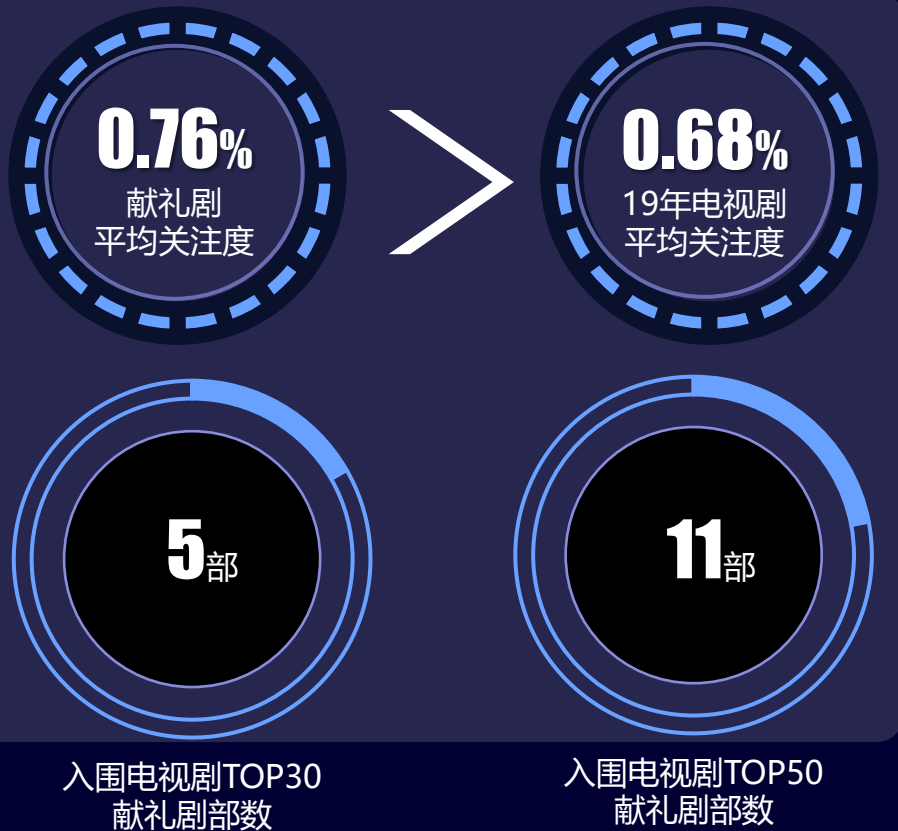
献礼剧绽放荧屏，扛起收视大旗

《总局部署庆祝70周年剧目播出工作》

遴选86部献礼剧
已播剧目**24**部



献礼剧&19年电视剧直播关注度对比



数据来源：酷云大数据

直播收视

献礼剧佳作频出，口碑好评价高

献礼剧&19年电视剧豆瓣评分对比



献礼剧豆瓣评分TOP10

排名	剧目	首播平台	评分
1	外交风云	北京、广东卫视	7.9
2	国家孩子	CCTV-8	7.8
3	激情的岁月	CCTV-1	7.7
4	谍战深海之惊蛰	湖南卫视	7.6
5	伟大的转折	CCTV-1	7.6
6	特赦1959	CCTV-1	7.4
7	老酒馆	北京、广东卫视	7.4
8	在远方	浙江、东方卫视	7.4
9	光荣时代	北京、江苏卫视	7.3
10	山月不知心底事	江苏卫视	6.8

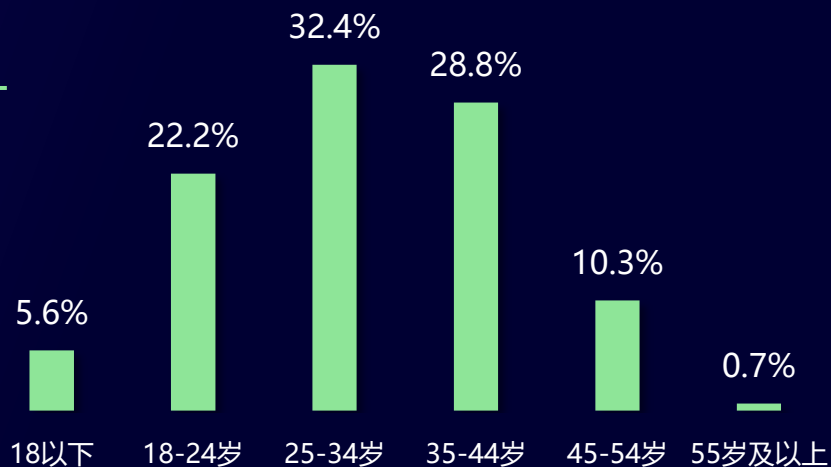
大数据解析“煲剧迷”：女性偏好高，用户年轻化，学生群体庞大



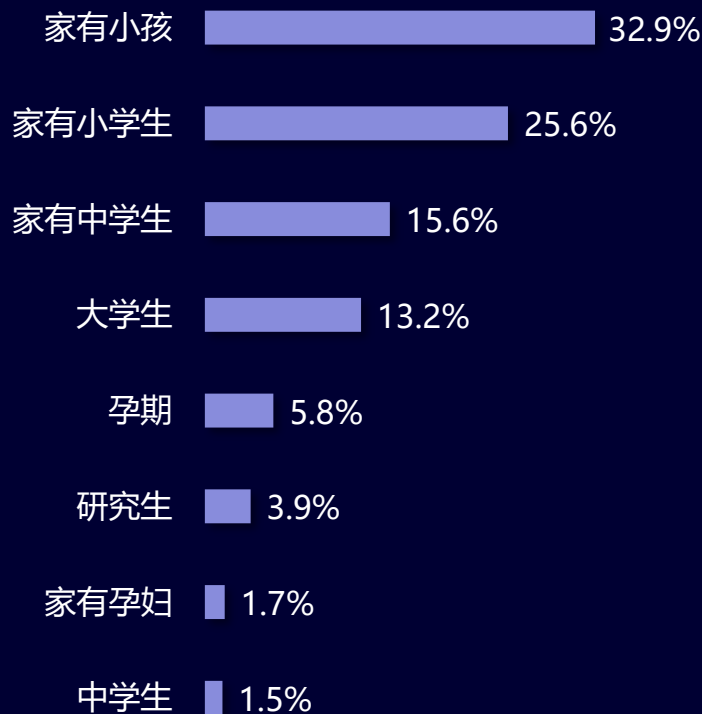
性别分布



年龄分布



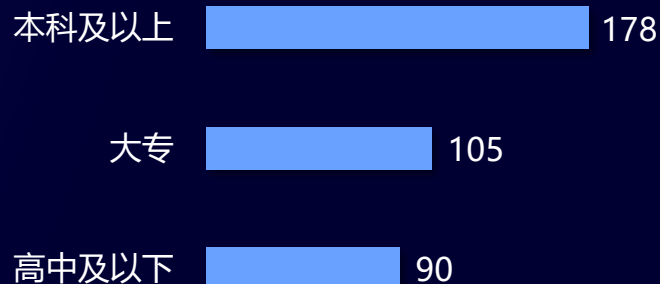
人生阶段



大数据解析“煲剧迷”：高知高消费专技用户成为收视主力



教育水平TGI



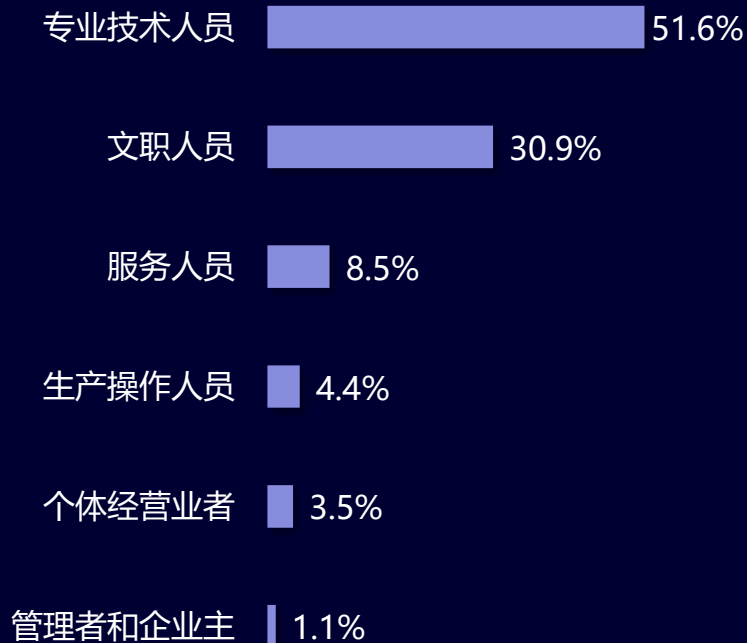
消费水平



中高消费水平占比



职业类别



2019年网络剧带动全网剧集有效播放上涨

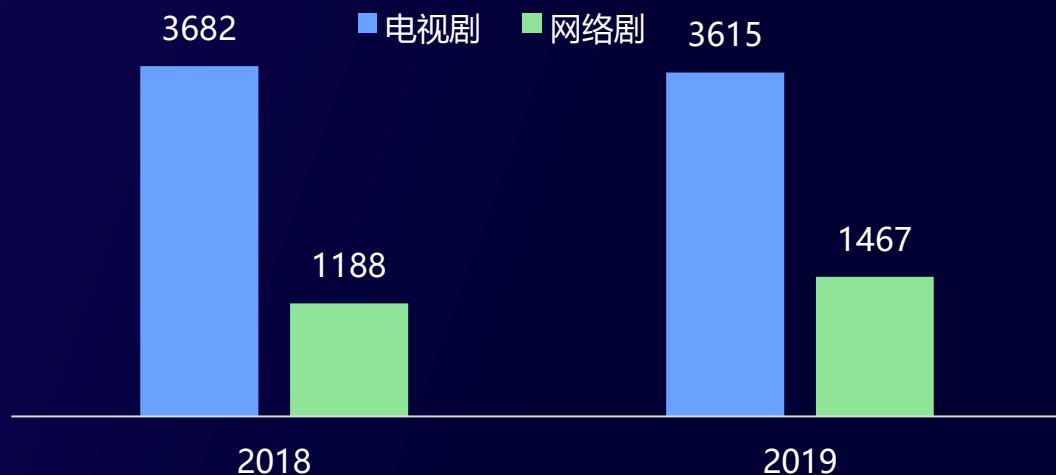
2019年全网连续剧累计有效播放达5082亿，同比增长4%，网络剧同比增长23%
2019年Q4季度出现大幅下滑

2018年
电视剧+网络剧
有效播放
4870亿

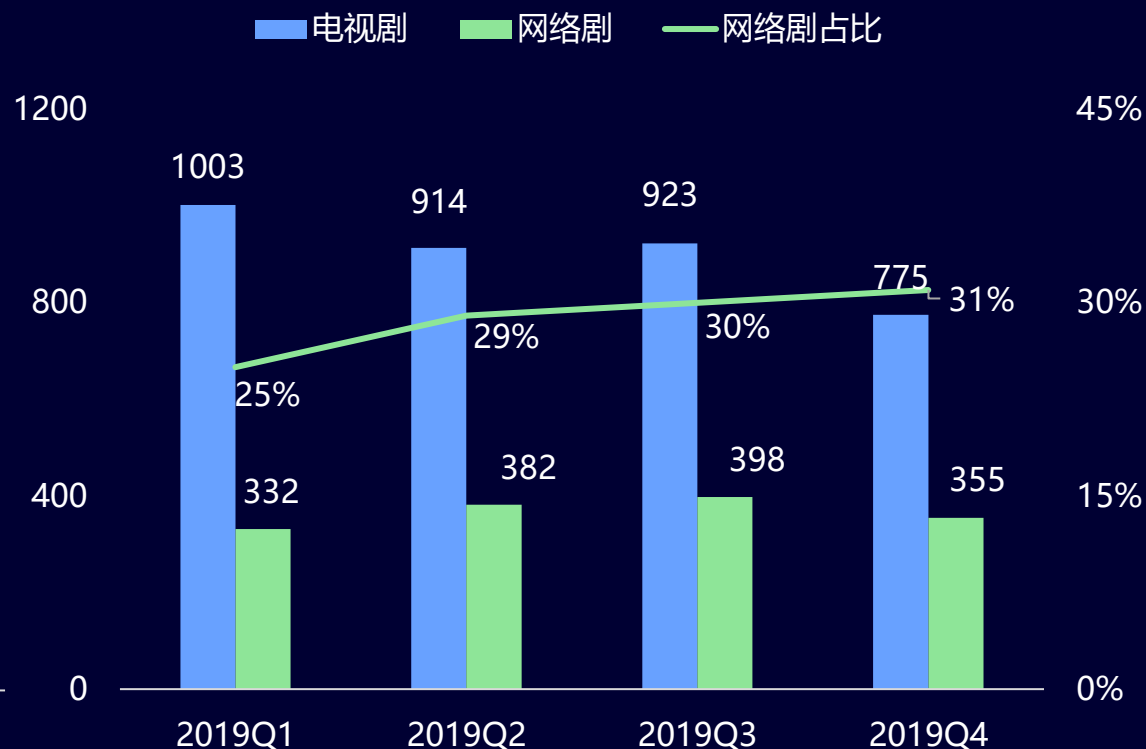
4%

2019年
电视剧+网络剧
有效播放
5082亿

全网连续剧有效播放 (亿)

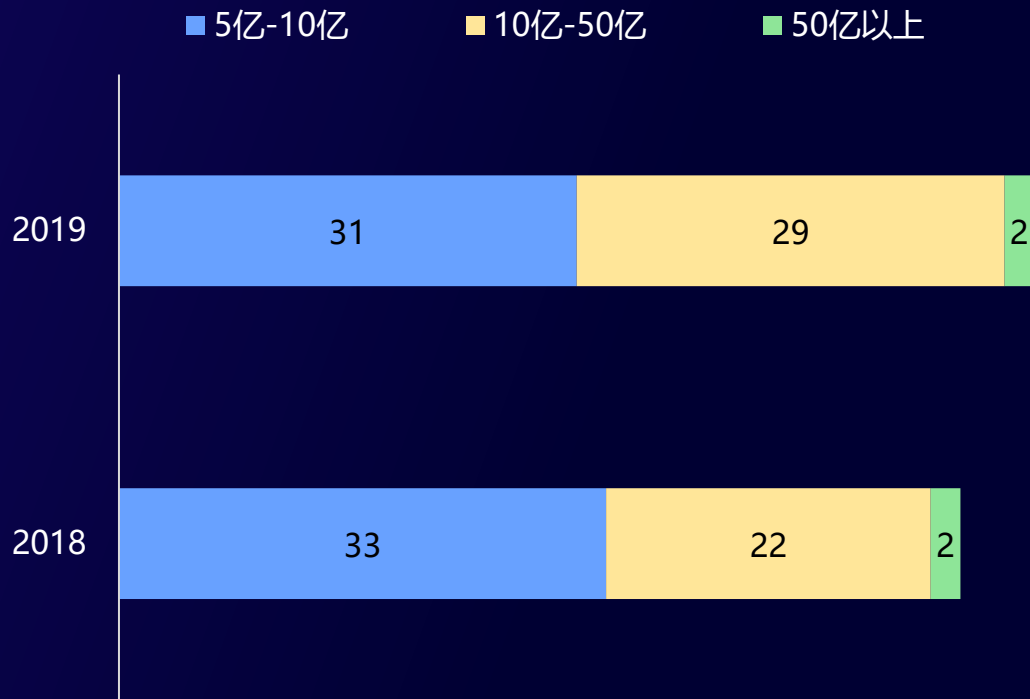


2019年全网连续剧有效播放 (亿)



2019年网络剧有效播放超10亿，剧目持续增多

网络剧有效播放区间分布（部）



网络剧破50亿剧目



破冰行动



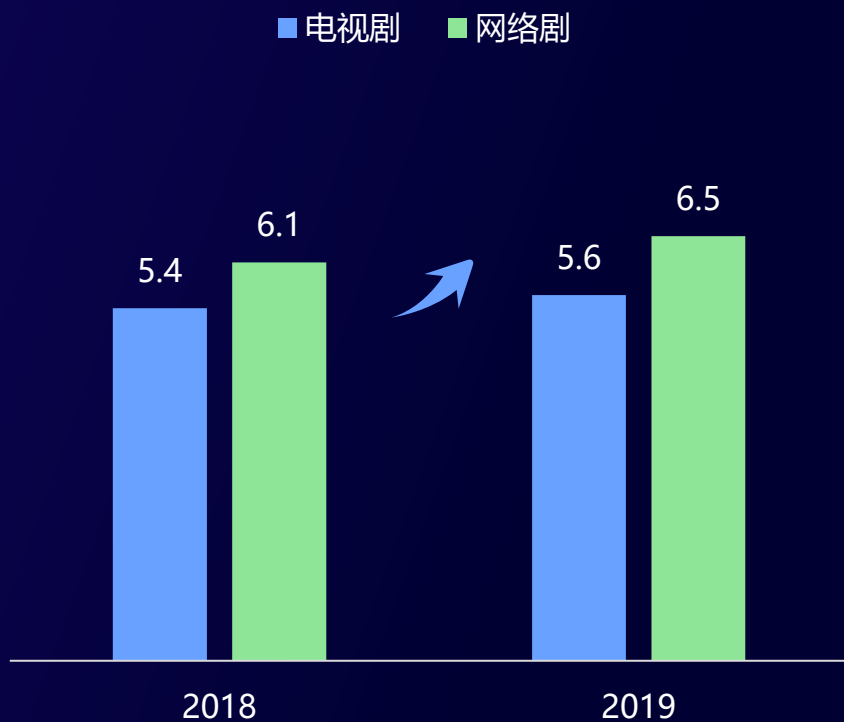
庆余年

62亿

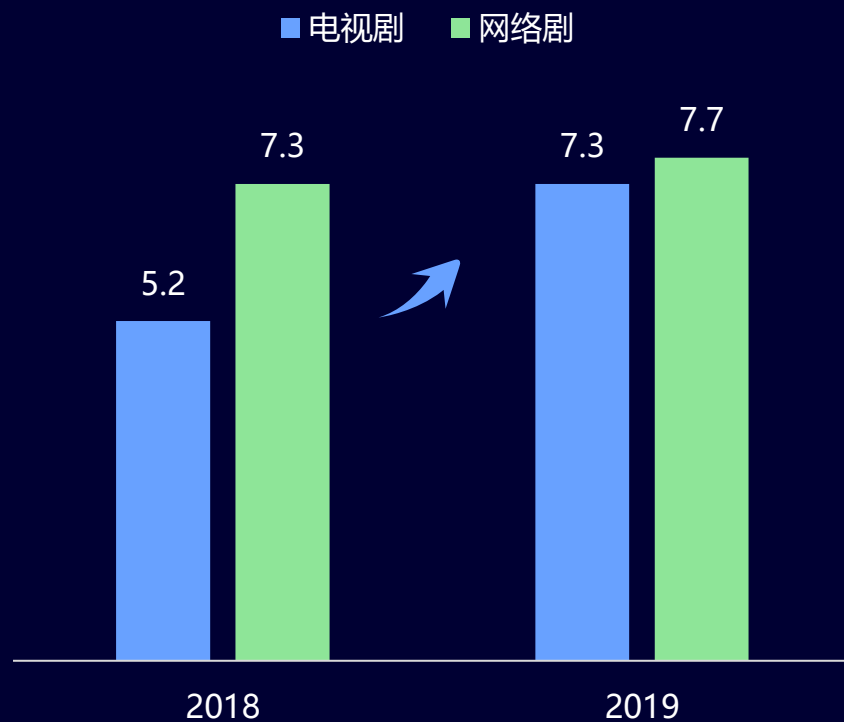
52亿

2019年网络播放剧集整体质量提升

上新剧平均豆瓣评分



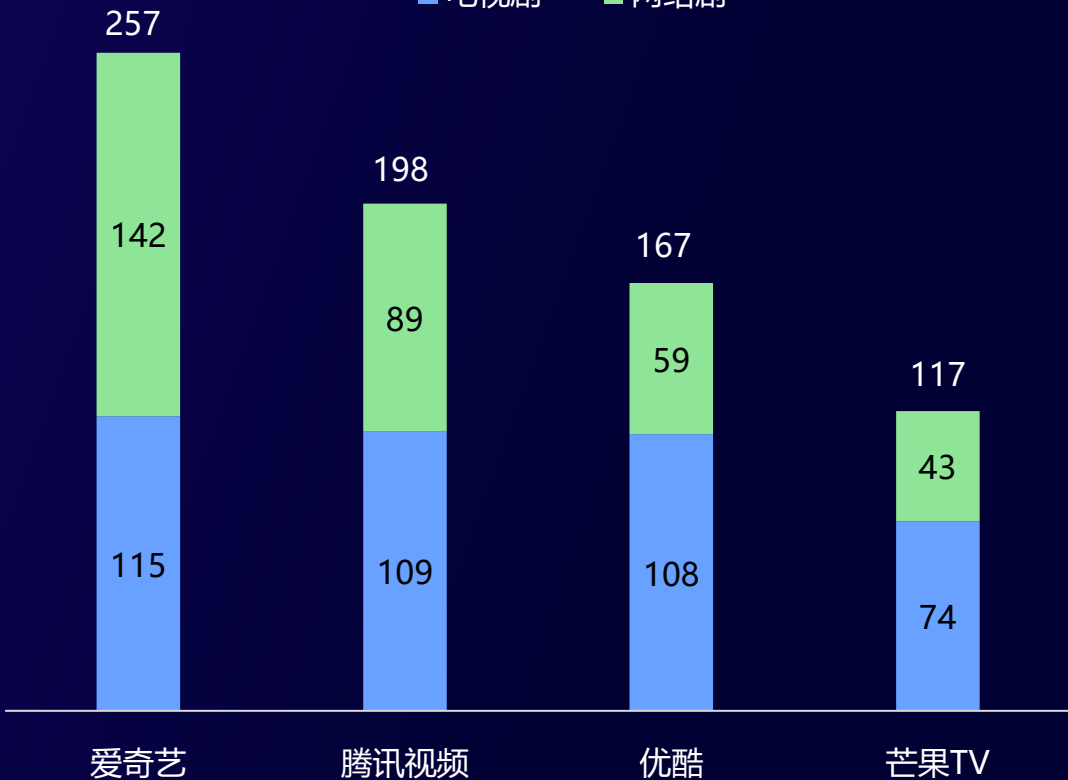
有效播放TOP10平均豆瓣评分



爱奇艺上新剧集综合表现均超其他平台

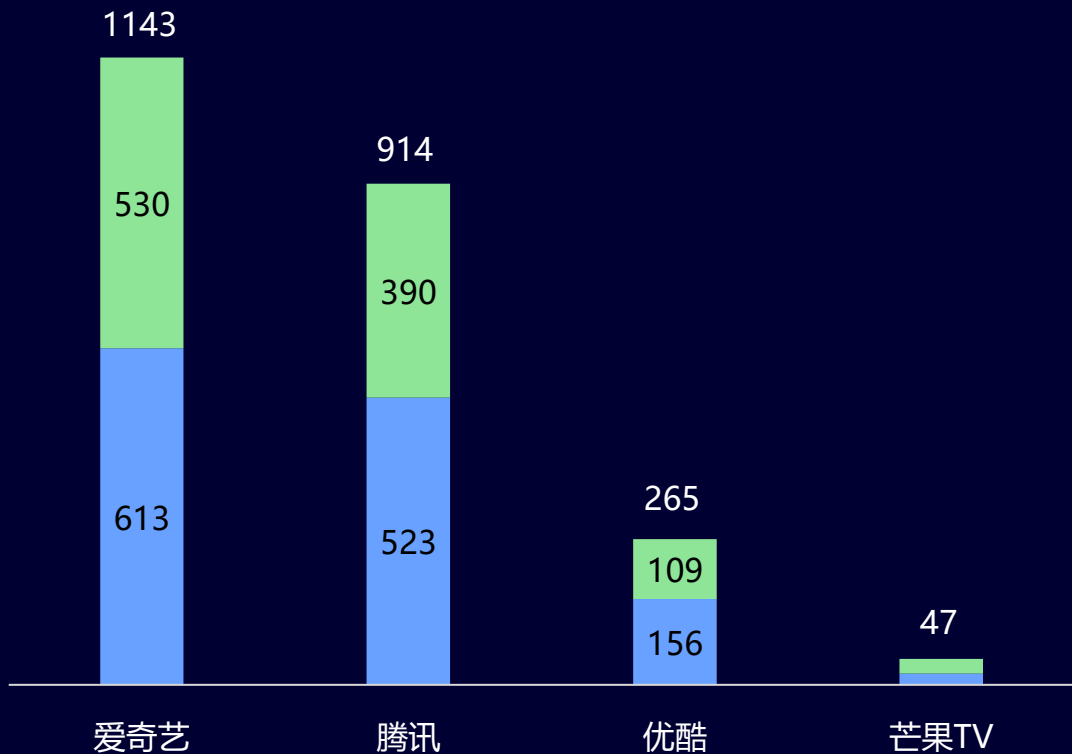
各平台上新部数

■ 电视剧 ■ 网络剧



各平台有效播放 (亿)

■ 电视剧 ■ 网络剧



大屏点播部数电视剧高于网络剧，点播时长相反

大屏点播剧目占比

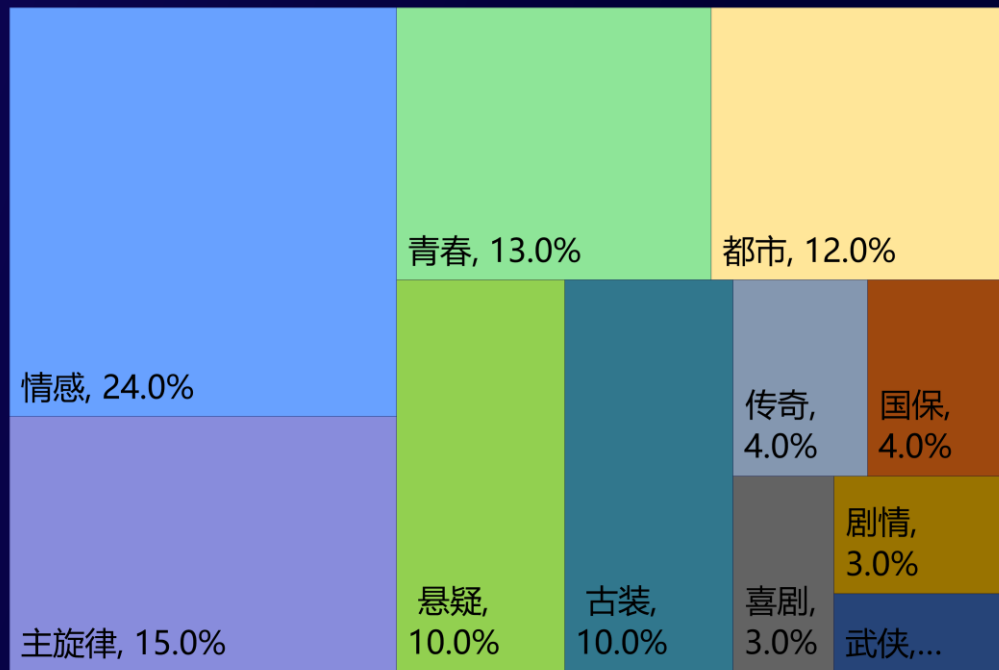


大屏点播时长占比

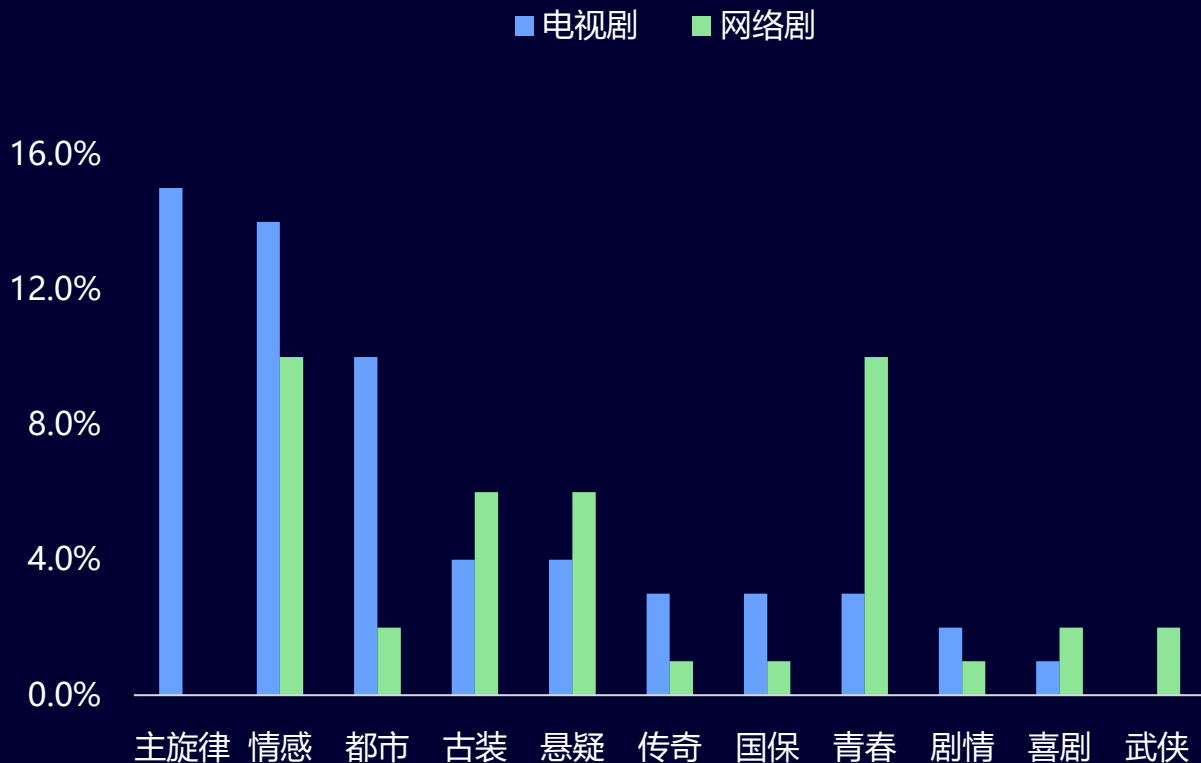


大屏点播题材类型丰富，电视剧、网络剧差异明显

网络大屏点播整体题材占比



网络大屏点播分剧题材占比





01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇
综艺篇
电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销
短视频营销

04

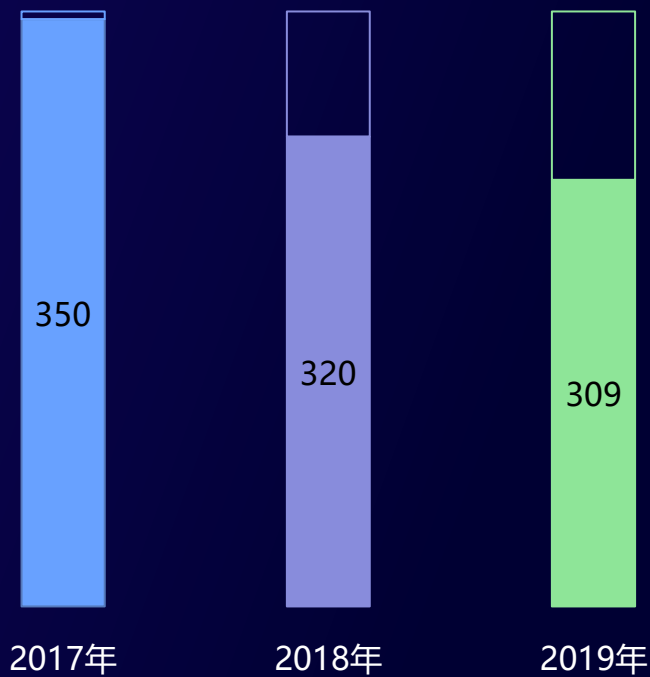
2020趋势展望

剧目篇
综艺篇
电影篇

综艺市场趋势—电视综艺体量减小，聚焦重点频道

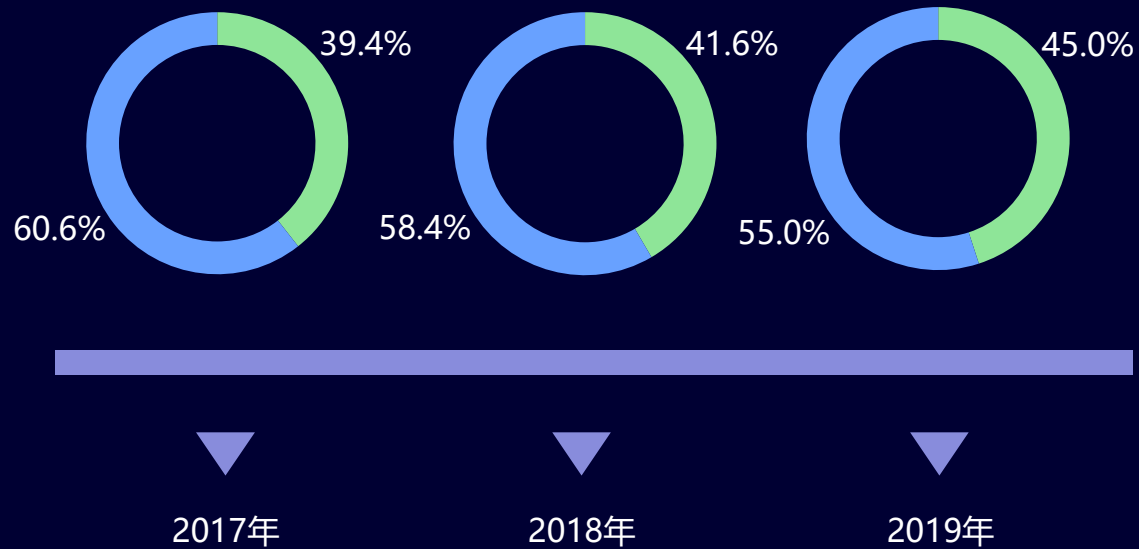
上星综艺数量

单位：部



播出平台分布

● 重点频道 ● 其它频道



综艺市场趋势—湖南、东方卫视拉高重点卫视综艺体量

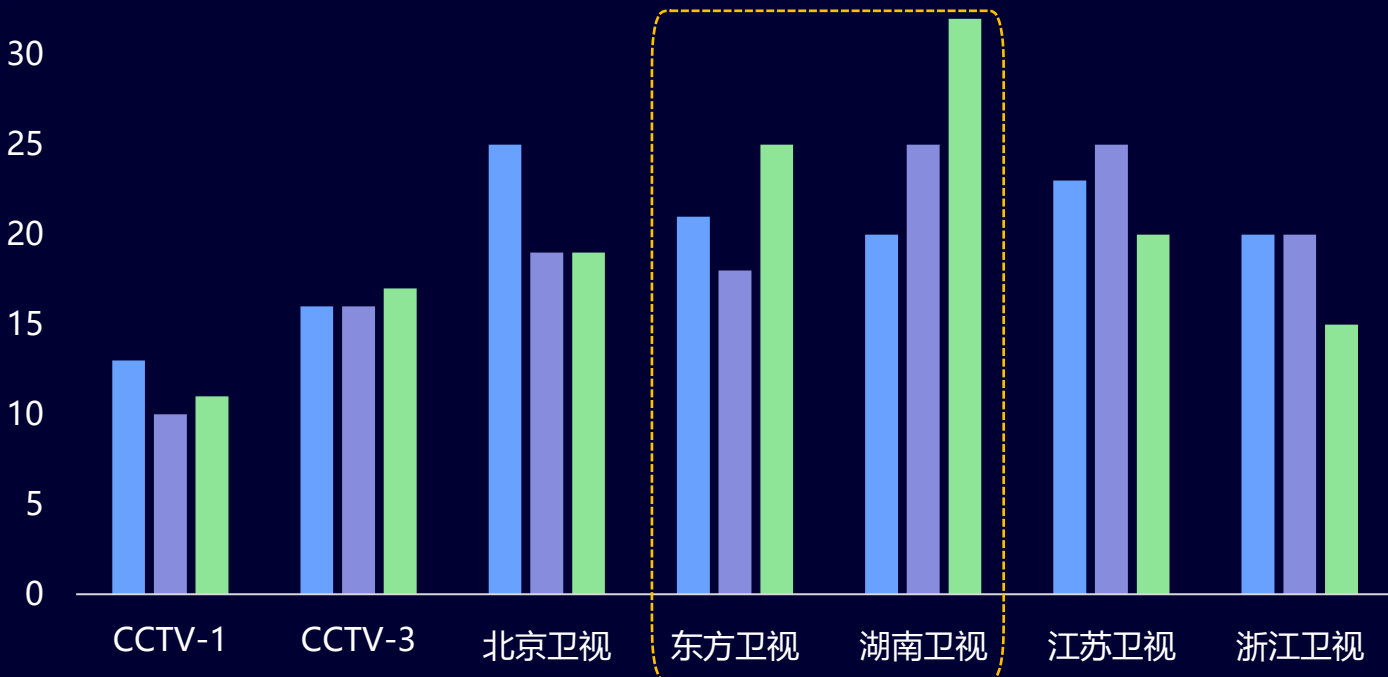
重点频道综艺节目总量



各重点频道综艺节目量级

单位：部

● 2017年 ● 2018年 ● 2019年



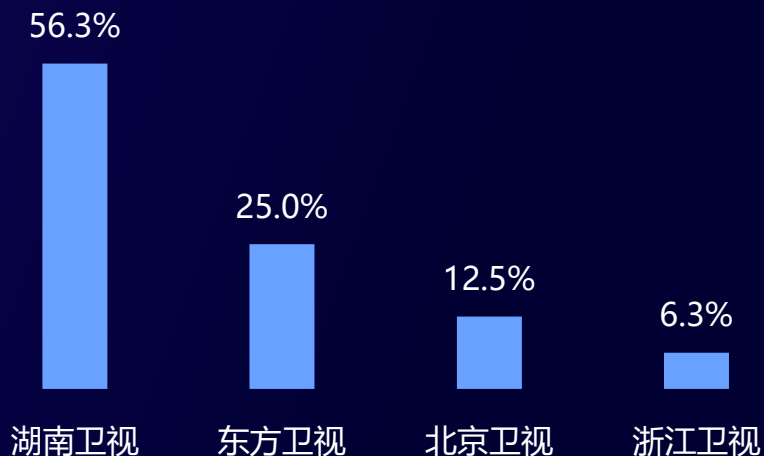
2019，观察类综艺的爆发年

2019年观察类综艺增至16部，总体关注度不及重点频道综艺，主要为湖南卫视播出

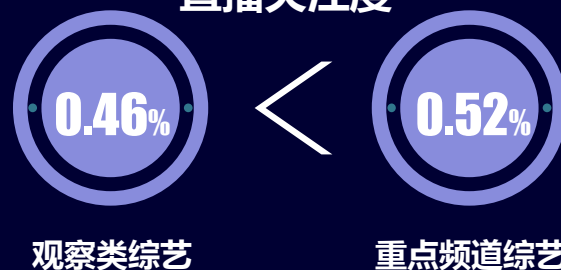
观察类综艺量级趋势



观察类综艺播出频道分布



直播关注度



观察类综艺榜

排名	节目	频道	直播关注度
1	我家那闺女	湖南卫视	1.23%
2	我家小两口	湖南卫视	0.99%
3	我家那小子第二季	湖南卫视	0.75%
4	恋梦空间第一季	湖南卫视	0.63%
5	恋梦空间第二季	湖南卫视	0.46%
6	遇见你真好	浙江卫视	0.41%
7	新生日记	湖南卫视	0.39%
8	幸福三重奏第二季	东方卫视	0.34%
9	女儿们的恋爱第二季	湖南卫视	0.34%
10	宠物医院	东方卫视	0.33%

注：标橙节目为先网后台播出

数据来源：酷云大数据

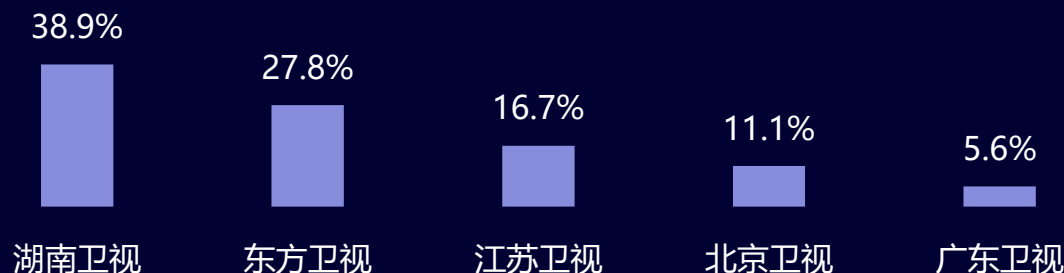
网络综艺开启上星之路，打开台网联动新局面

2019年网综艺上星增至18部，以芒果TV上星湖南卫视为主。除爱优腾三大视频平台外，西瓜视频、哔哩哔哩也加入阵营

网综艺上星节目量级



2019年网综艺上星频道分布



上星网综网播平台分布

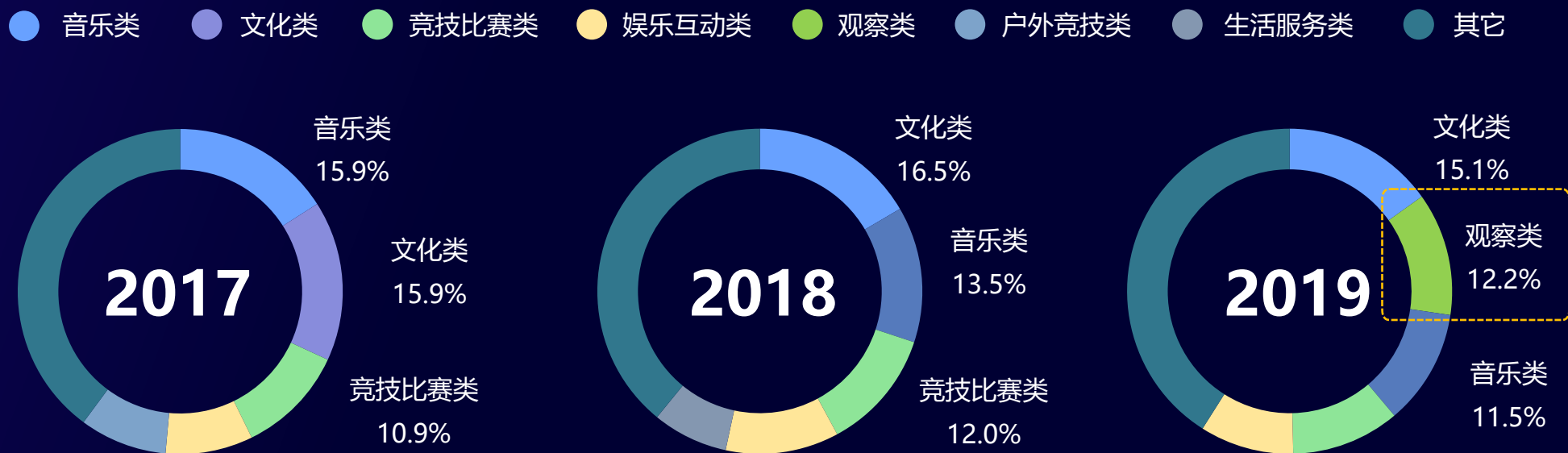
■ 芒果TV ■ 爱奇艺 ■ 腾讯视频 ■ 优酷 ■ 西瓜视频 ■ 哔哩哔哩



观察类综艺突起，文化类、音乐类综艺依旧霸屏

三年中音乐类、文化类综艺稳坐前三，2019年观察类综艺异军突起，播出量级跃居第二

重点频道综艺类型分布



上星网综口碑利好，收视不敌电视综艺

上星网综&重点频道综艺对比

直播关注度



上星网综



重点频道综艺

豆瓣评分



上星网综



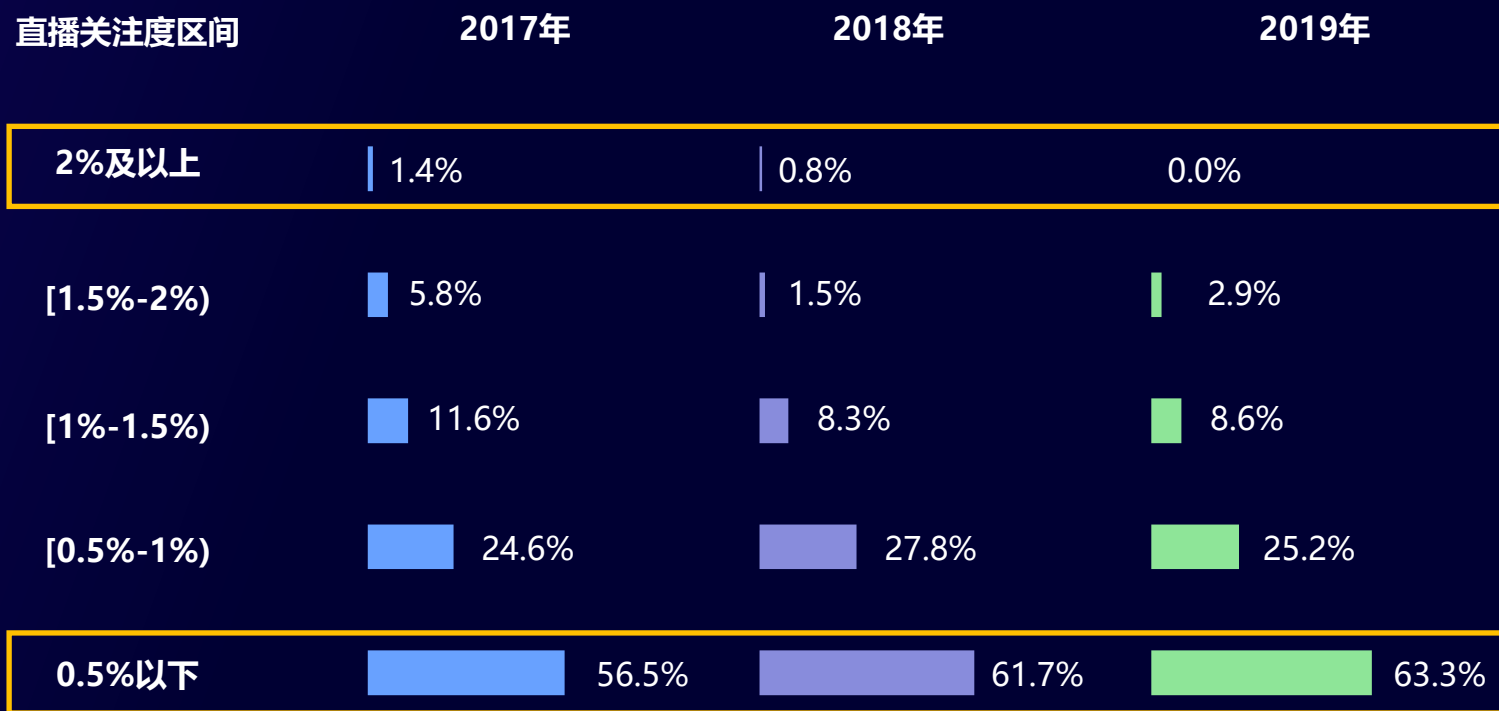
重点频道综艺

2019年上星网综直播关注度TOP10

排名	节目	频道	视频平台	直播关注度	豆瓣评分
1	变形计	湖南卫视	芒果TV	0.38%	-
2	新生日记	湖南卫视	芒果TV	0.37%	6.7
3	哈哈农夫	湖南卫视	芒果TV	0.34%	6.2
4	幸福三重奏第二季	东方卫视	腾讯视频	0.34%	7.8
5	女儿们的恋爱第二季	湖南卫视	芒果TV	0.34%	5.7
6	宠物医院	东方卫视	哔哩哔哩	0.33%	8.5
7	我最爱的女人们	东方卫视	芒果TV	0.33%	6.5
8	做家务的男人	东方卫视	爱奇艺	0.33%	7.5
9	女儿们的恋爱第一季	湖南卫视	芒果TV	0.33%	6.6
10	哎呀好身材	湖南卫视	芒果TV	0.32%	6.8

综艺收视趋势——综艺收视难破2，低收视综艺占比逐年增加

综艺直播关注度收视区间分布



新综艺收视不敌综N代，推新力度减缓，综N代持续深耕

新综艺数量占比减少，由50%下降至42.4%，综N代比重提升，17年至19年上涨11.3个百分点

重点频道新综艺占比



重点频道综N代占比



综艺表现存在场景差异，六部双榜题名综艺均为综N代

2019年TOP20综艺

直播场景	
排名	名称
1	中国诗词大会第四季
2	中央广播电视总台主持人大赛
3	2019中国好声音
4	奔跑吧第三季
5	快乐大本营
6	挑战不可能第四季
7	声临其境第二季
8	我家那闺女
9	故事里的中国
10	王牌对王牌第四季
11	声临其境第三季
12	声入人心第一季
13	嗨唱转起来
14	向往的生活第三季
15	歌手2019
16	等着我
17	我家小两口
18	极限挑战第五季
19	机智过人第三季
20	巅峰之夜

点播场景	
排名	名称
1	奔跑吧第三季
2	王牌对王牌第四季
3	极限挑战第五季
4	向往的生活第三季
5	2019中国好声音
6	最强大脑之燃烧吧大脑第二季
7	创造营2019
8	中餐厅第三季
9	奔跑吧兄弟
10	爱情保卫战
11	中国新相亲第二季
12	现在就告白第三季
13	王牌对王牌第二季
14	非诚勿扰
15	遇见你真好
16	妻子的浪漫旅行第二季
17	青春环游记
18	声临其境第二季
19	中国达人秀第六季
20	拜托了冰箱第五季



01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇
综艺篇
电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销
短视频营销

04

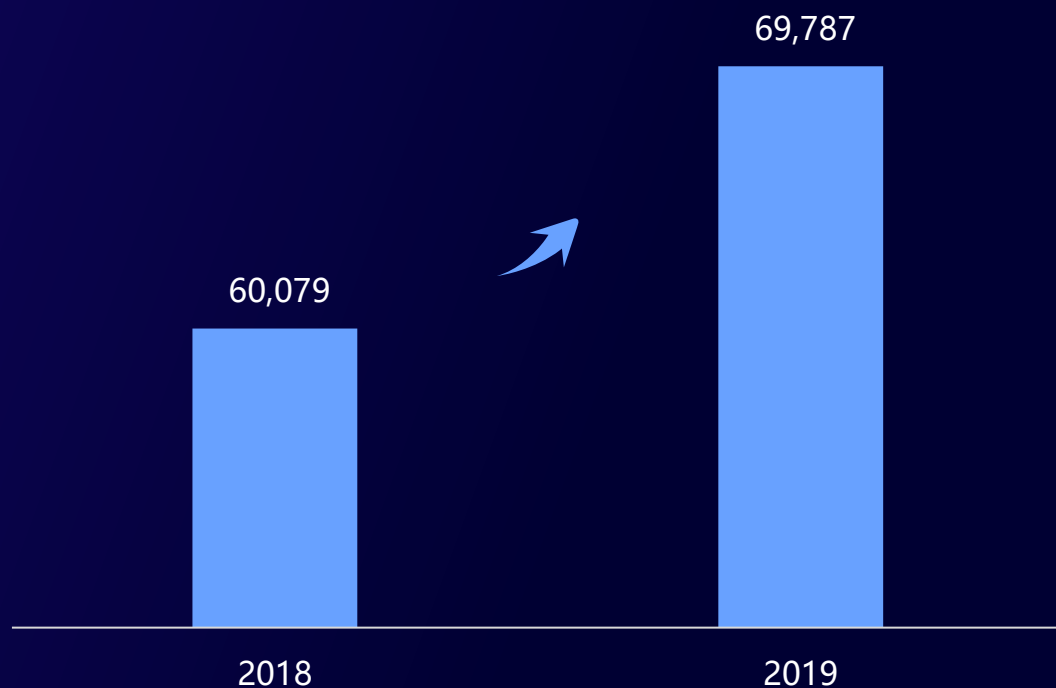
2020趋势展望

剧目篇
综艺篇
电影篇

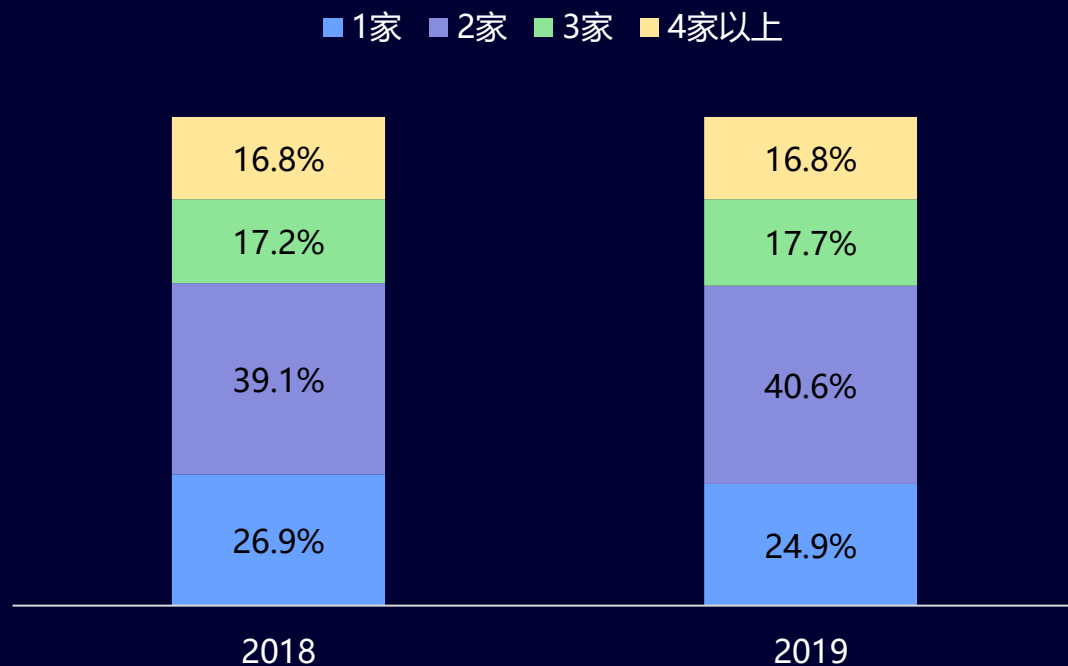
银幕总数持续增长，影院选择无明显变化

2019年全国电影银幕新增9708块；观众在影院选择的数量上没有明显变化

2018-2019年中国电影市场银幕总数



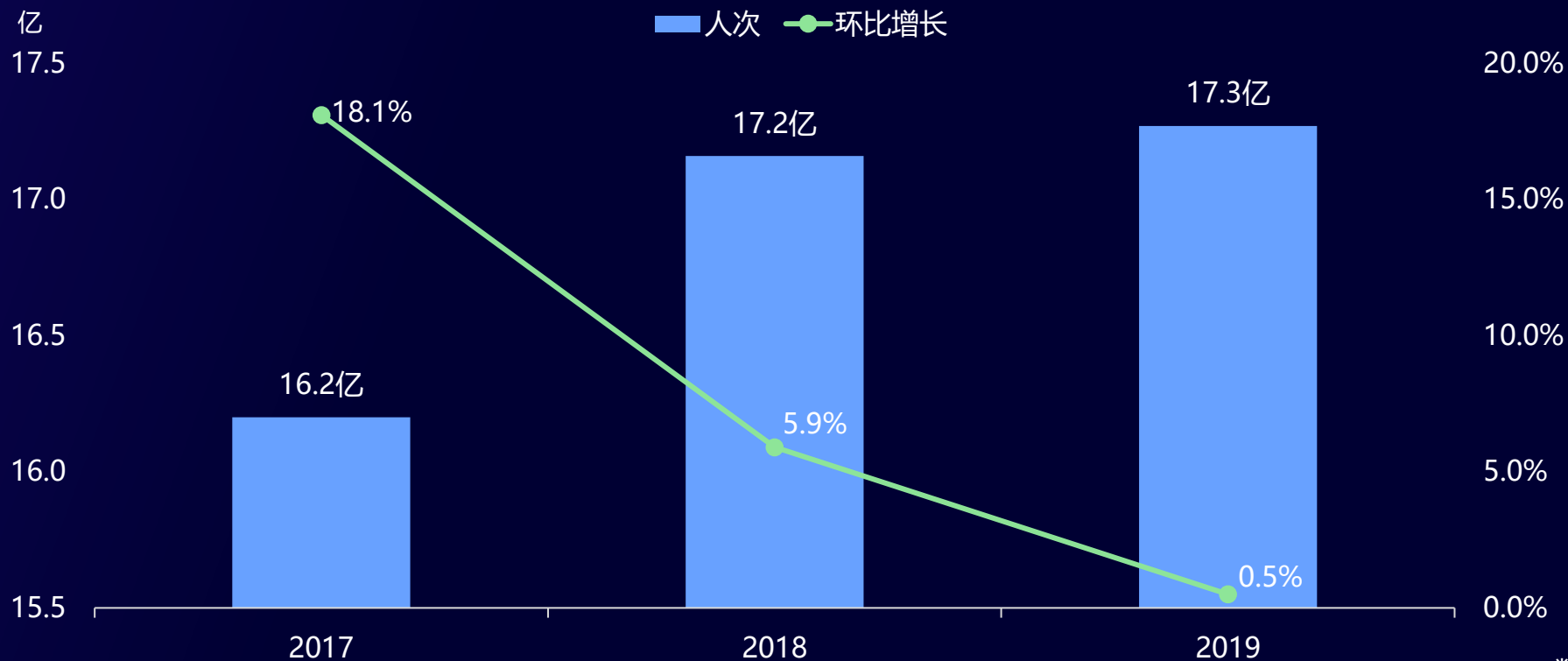
2018-2019年观众选择影院数量分布



观影人次持续上涨，2019年达17.27亿

观影人次持续上涨，但2018年开始人次增长开始放缓，2019年仅有0.5%增长

2017-2019年全国城市院线人次及同比变化



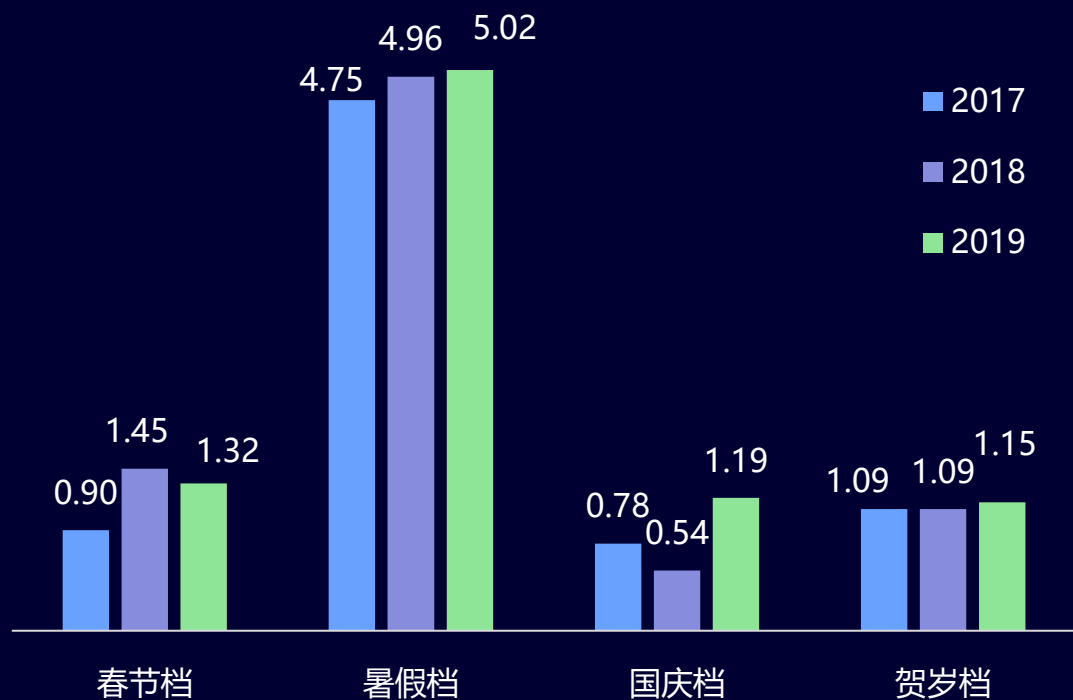
四大档期吸引全年半数人次观影，国庆档人次翻倍

四大档期观影人次持续上涨，2019年占比近50%
2019年国庆档观影人次翻倍，拉动今年档期观影人次的增长

2017-2019年四大档期观影人次全年占比



2017-2019年四大档期观影人次变化 (亿)

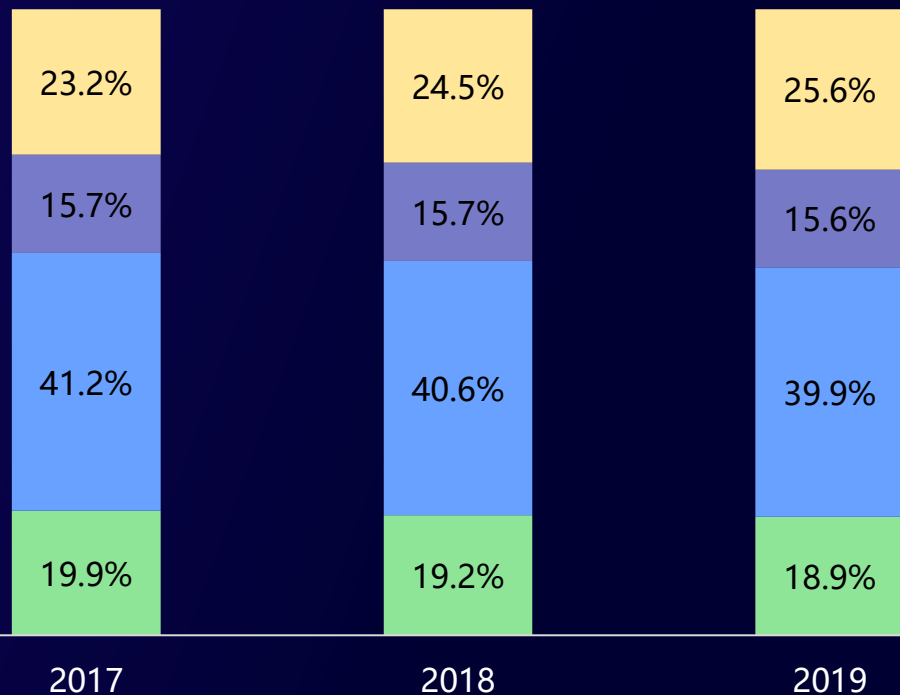


四线城市平时观影习惯逐渐养成

四线城市观影习惯逐渐养成；四线非档期票房占比持续提升，平日观影拉动了电影市场的增长

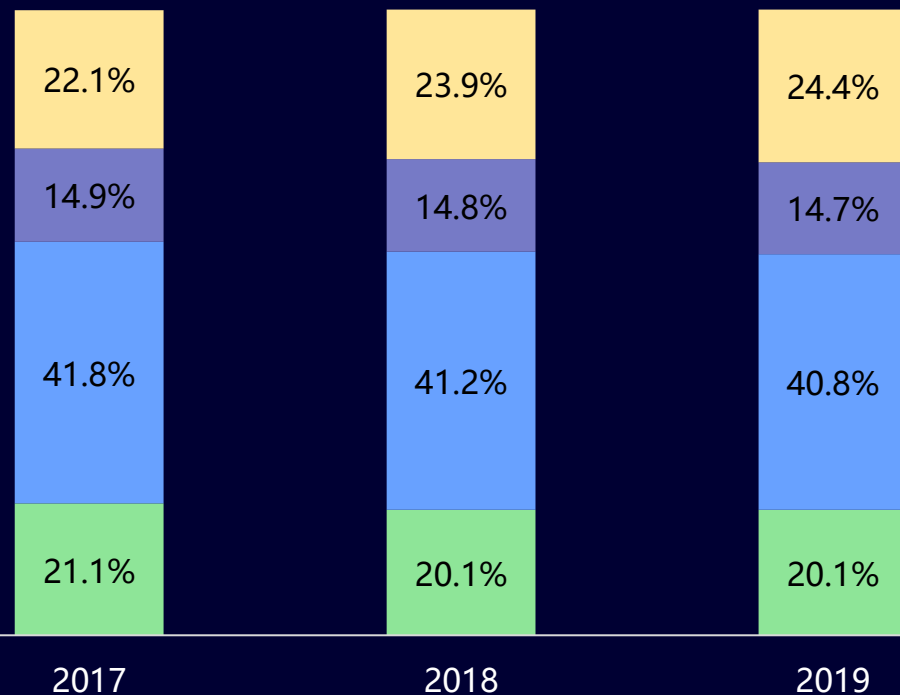
2017-2019年各线城市票房占比

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线



2017-2019年各线城市非档期票房占比

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线



下沉城市票价涨幅超一二线城市

三四线城市平均票价19年同比涨幅超一二线城市

平均票价三年复合增长率

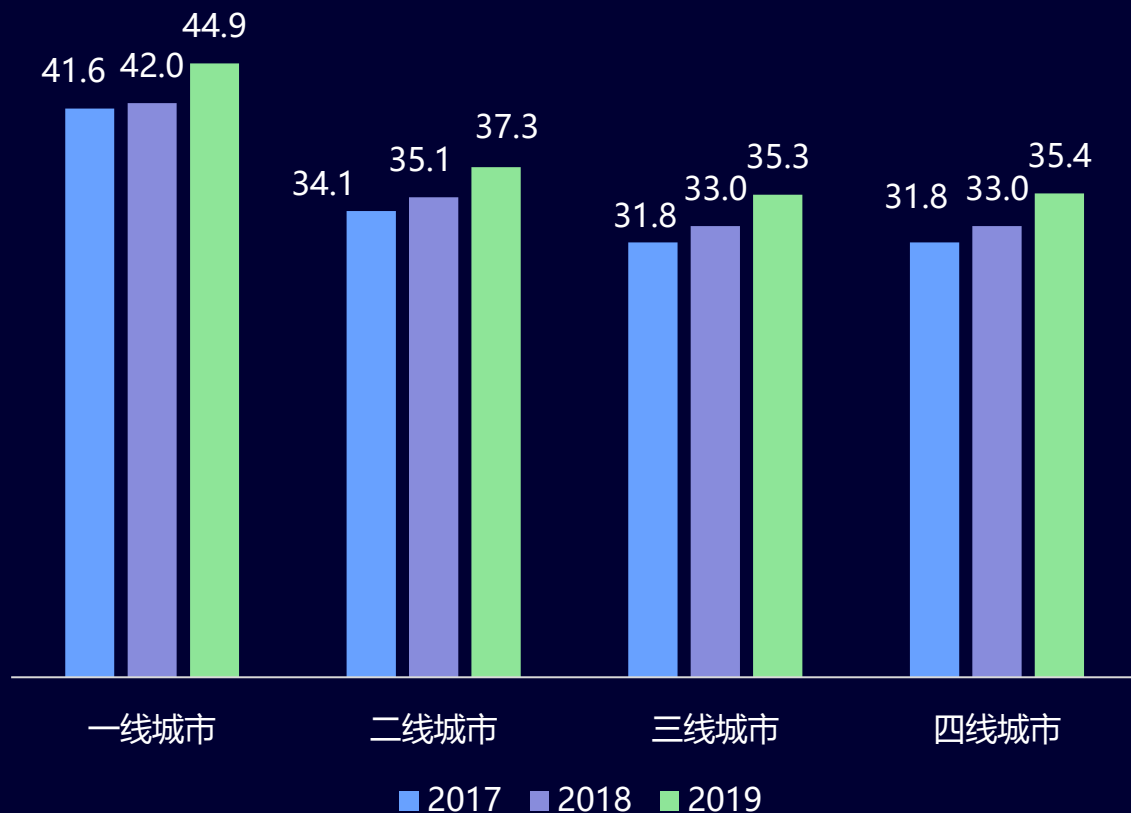
一线城市 2.5%

二线城市 3.1%

三线城市 3.5%

四线城市 3.6%

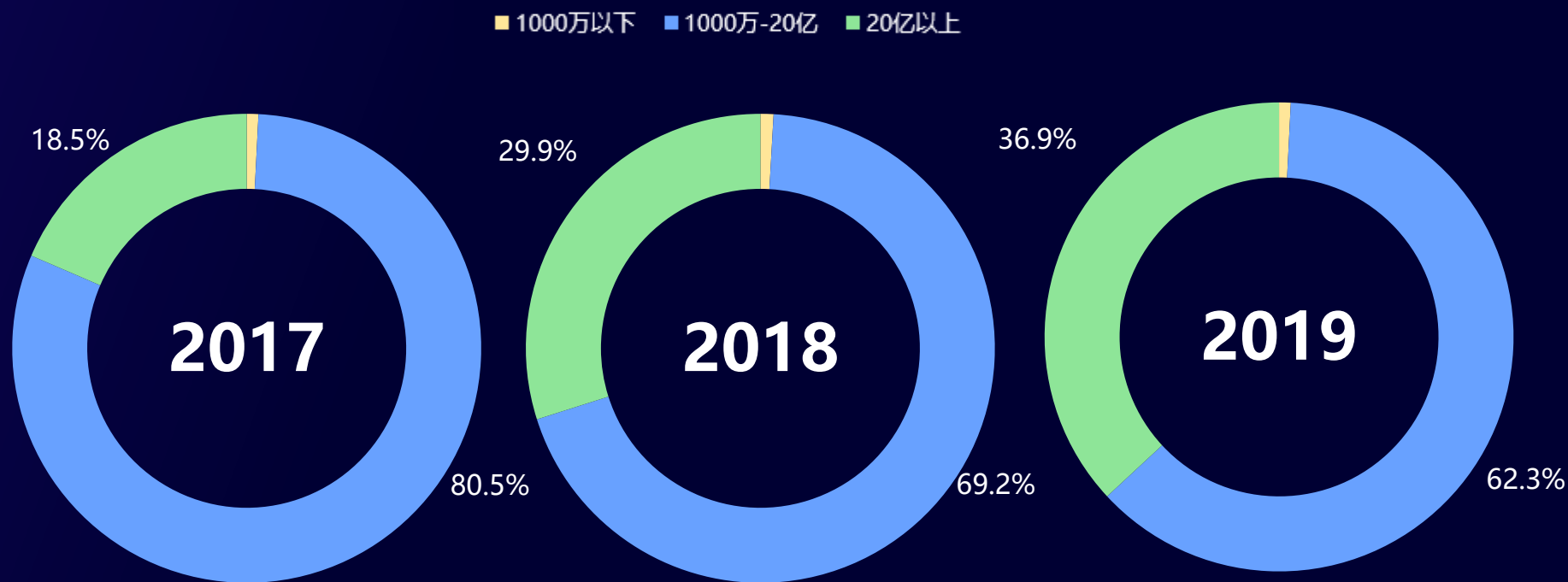
2017-2019年各线城市平均票价（元）



影片票房加速两极化，头部效应持续增强

2019年，20亿以上6部电影贡献近36.9%的票房且占比持续提升
1000万以下电影仅贡献0.8%的票房

2017-2019年三大票房区间电影票房占比

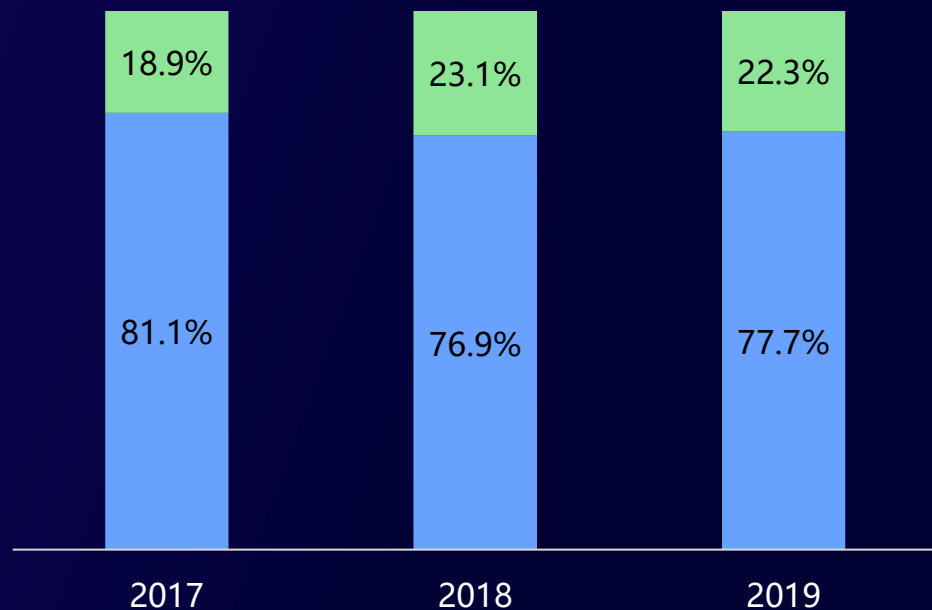


国产影片市场占有率增强

2019年国产电影相比2018年上映数量、票房占比均有提升
进口电影上映数量与票房占比2019年均略有下降

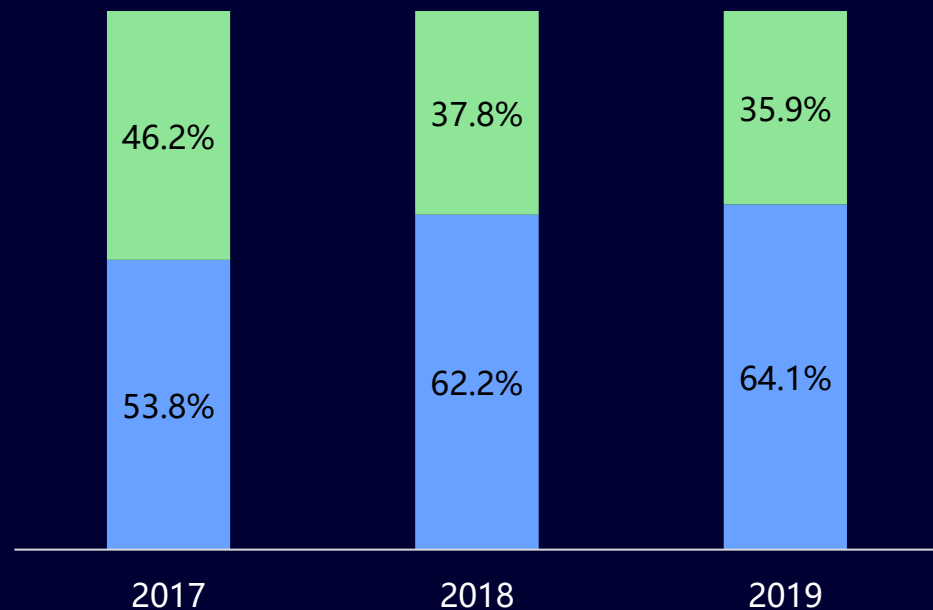
2017-2019年影片数量占比

■ 国产 ■ 进口



2017-2019年影片票房占比

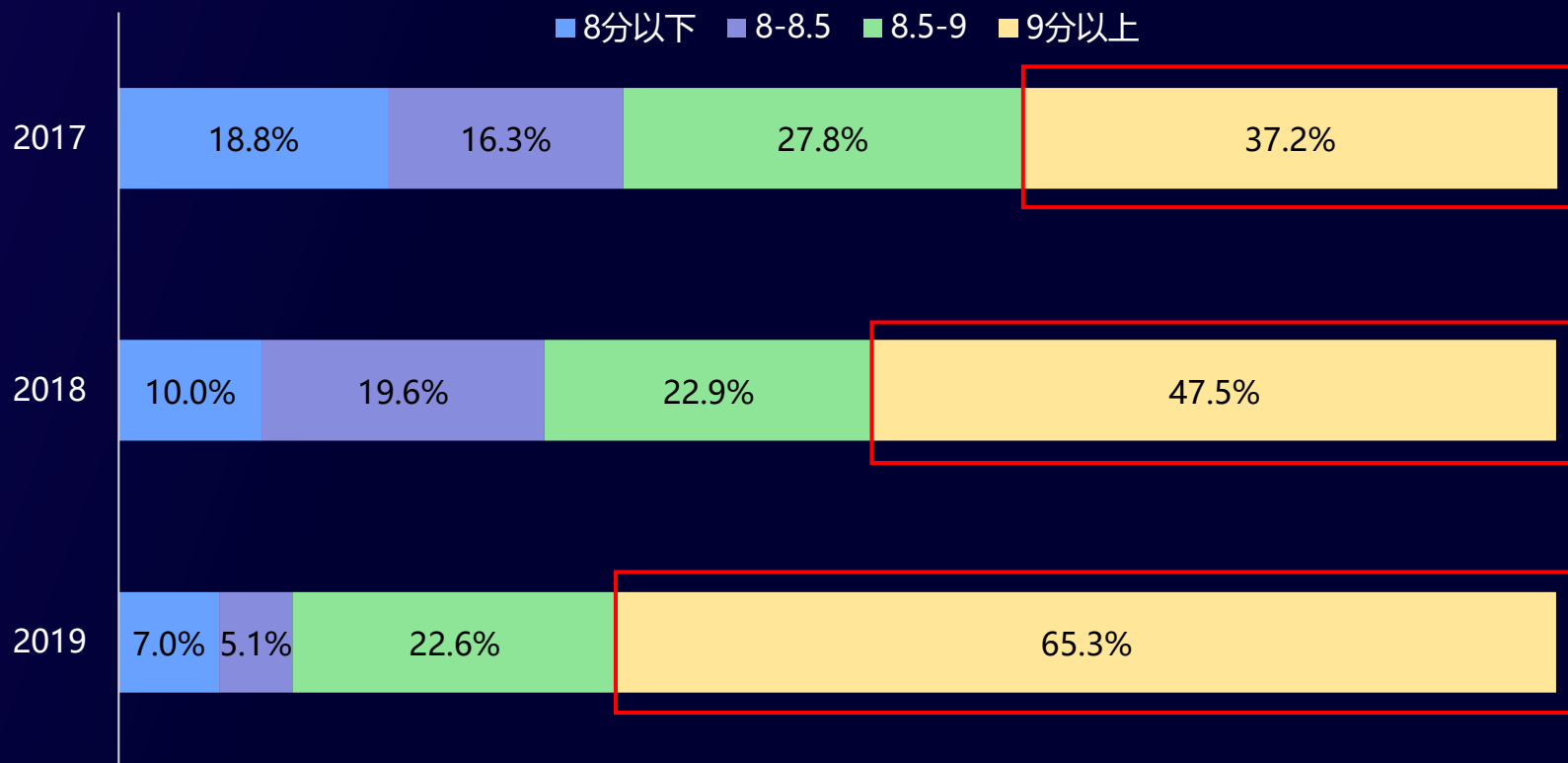
■ 国产 ■ 进口



优质内容成为市场核心驱动力

9分及以上的优质电影票房占比逐年显著提升，2019年的票房贡献超65%
8.5分以下影片的票房占比降幅明显

2017-2019年不同评分区间影片票房占比



19年电影调动观众情绪的关键词“哭”

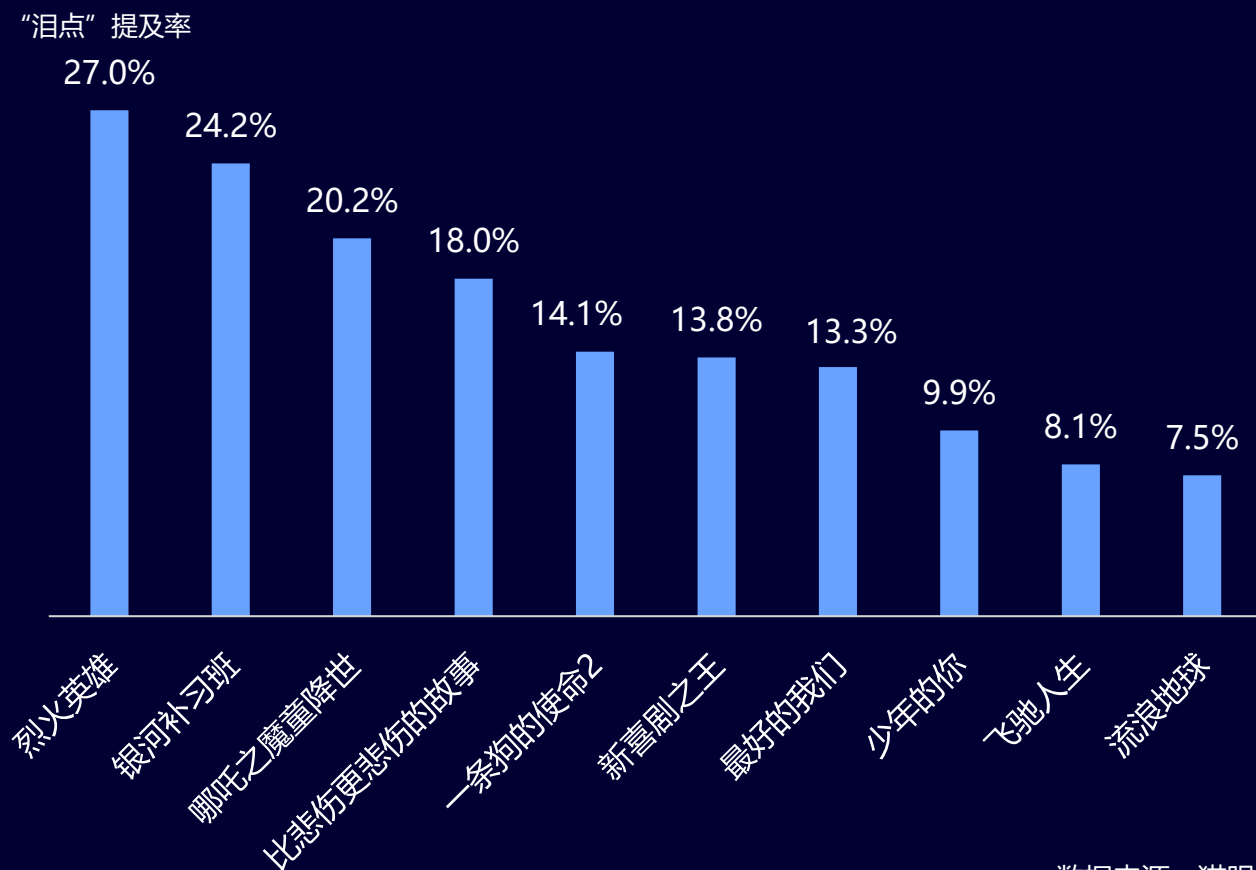
票房TOP 20国产电影“泪点”提及率

2017年 3.9%

2018年 5.7%

2019年 8.8%

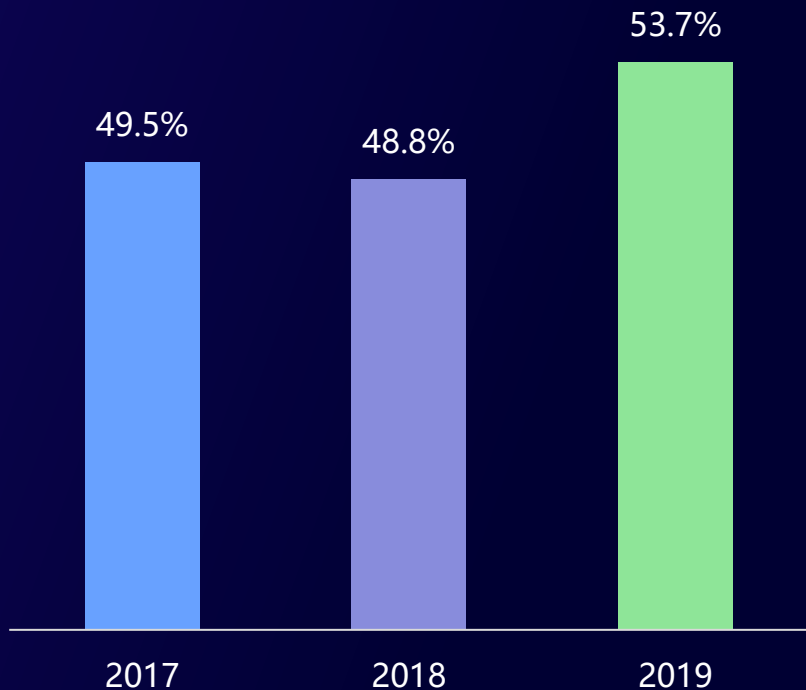
2019年十大催泪影片



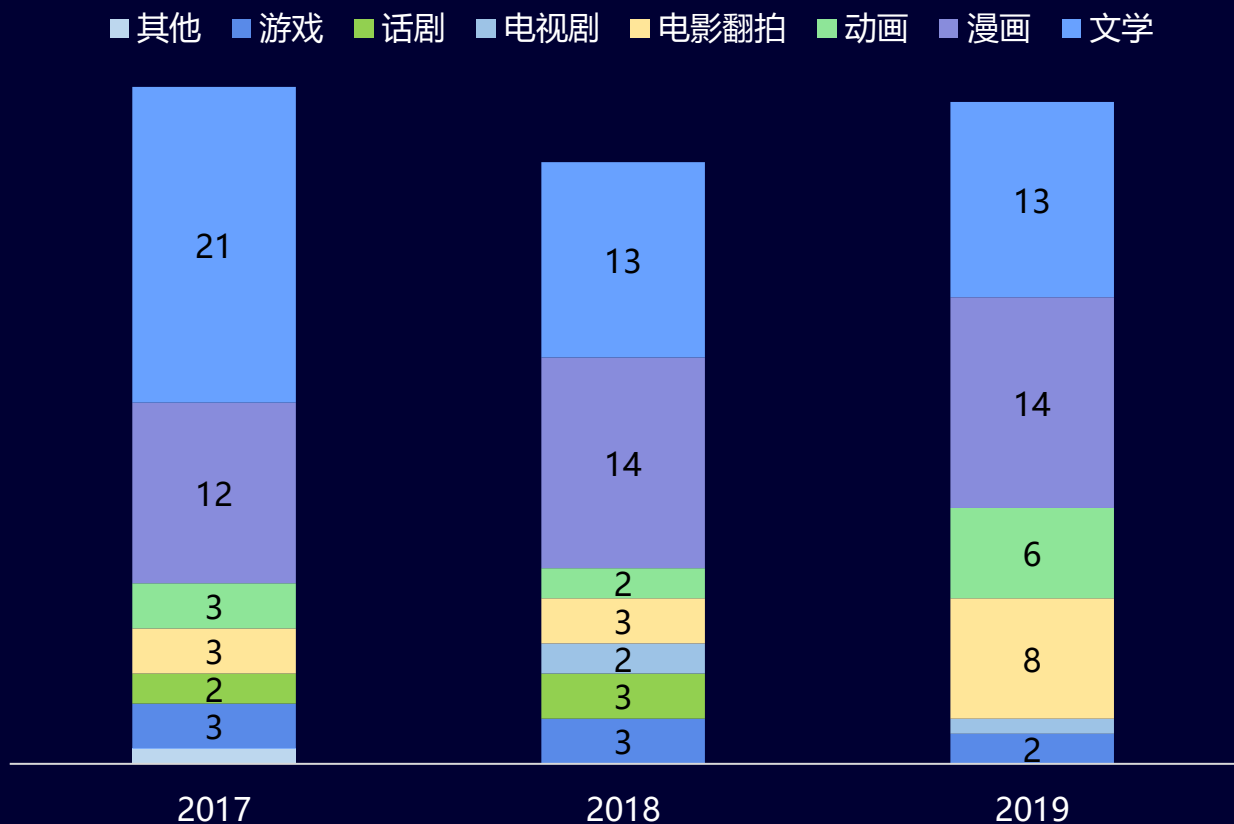
IP类电影数量占比提升，大多来自文学与漫画题材

2019年综合票房亿元以上电影中，IP类的数量占比增加，且多来自文学、漫画题材

2017-2019年IP电影数量占比



2017-2019年IP电影题材来源 (部)



70周年影片展映，引发全民讨论

破**31**亿



#电影我和我的祖国#

355.4万讨论 29.4亿阅读

《我和我的祖国》



破**29**亿



#中国机长#

58.7万讨论 13.2亿阅读

《中国机长》



破**17**亿



#电影烈火英雄#

470.2万讨论 31.3亿阅读

《烈火英雄》



破**10**亿

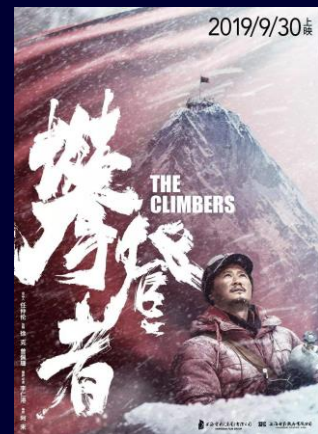


#930攀登者#

电影《攀登者》9月30日上映，
寸土不让，让全世界看到中国人！

106.6万讨论 6.9亿阅读

《攀登者》



DIPLOMATIC SITUATION

外交风云

01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇
综艺篇
电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销
短视频营销

04

2020趋势展望

剧目篇
综艺篇
电影篇

DIPLOMATIC
SITUATION

外交风云

酷云互动——中国全媒体营销大数据引领者，三大场景覆盖超10亿+用户KID

KID 1, 402, 548, 427

[外交风云] 内容营销 智能化传播引流创新模式

投放周期：9月20日-9月22日

酷云EYE Grow —— 一站式全媒体营销决策工具，解决广告主六大核心痛点

一站式智能营销矩阵



洞察+策略 — 精准圈选目标人群，智能分配营销预算

洞察-多维度标签精准圈选



策略-设定模型分配预算

策略模型

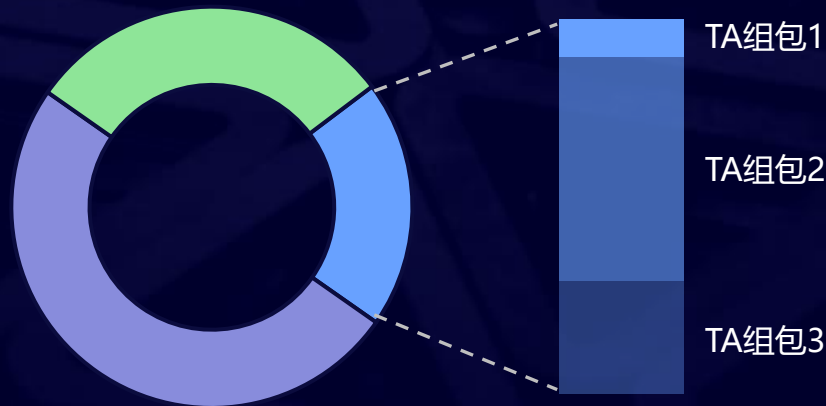
TA浓度MAX

触达用户MAX

性价比MAX

选择TA浓度MAX模型，分配预算

■ 开屏
■ 信息流
■ 创口贴



创意+投放 — 丰富的创意类型，高效的投放工具

创意-多元创意包裹式覆盖引流



预约提醒



酷云生态-创可贴



酷云生态-信息流



开屏

投放-一站式营销工具，实时优化潜力引流



投放模块优势

- 精准实时的广告投放
- 跨越媒体的多种广告形式
- 覆盖更广泛的全媒体流量资源



投放产品截图

监测+评估 — 实时监测评估广告主权益，动态优化投放策略

监测-实时监测，超额完成广告曝光



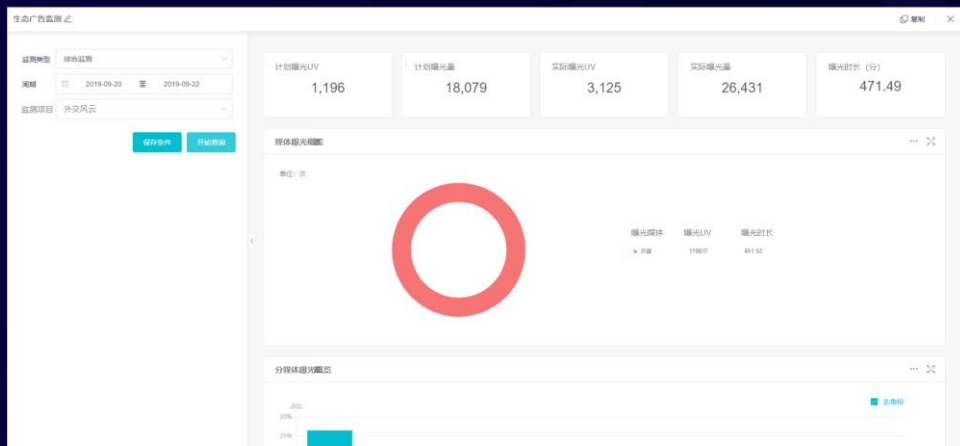
酷云生态完成率

105.6%



开机广告完成率

100.6%



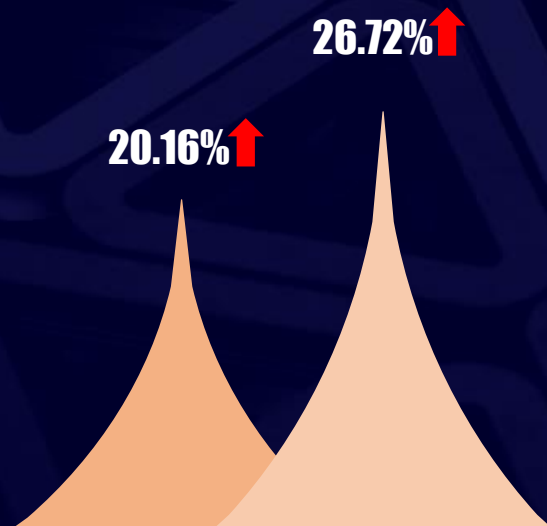
监测产品截图

评估-双平台关注度提升显著，实时优化投放策略

关注度提升率

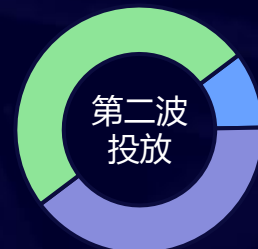
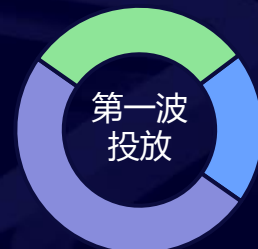
实时优化策略

■ 开屏 ■ 信息流 ■ 创口贴



广东卫视

北京卫视





01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇
综艺篇
电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销
短视频营销

04

2020趋势展望

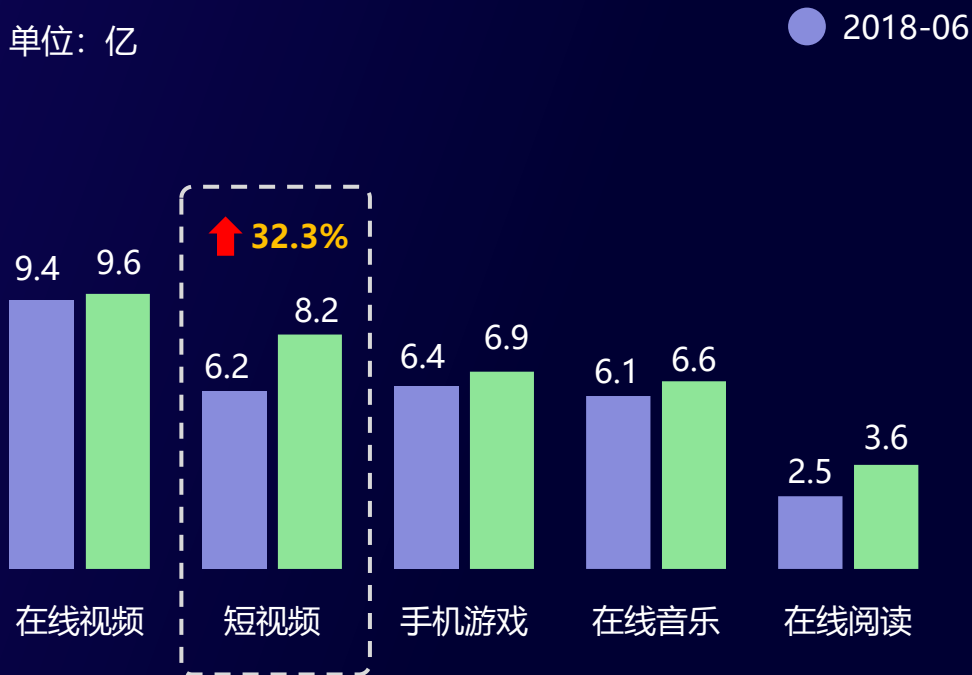
剧目篇
综艺篇
电影篇

泛娱乐行业短视频发展迅猛

以2019年6月为例，泛娱乐行业短视频用户数达8.2亿，同比增长32.3%，人均使用时长逆势增长8.6%

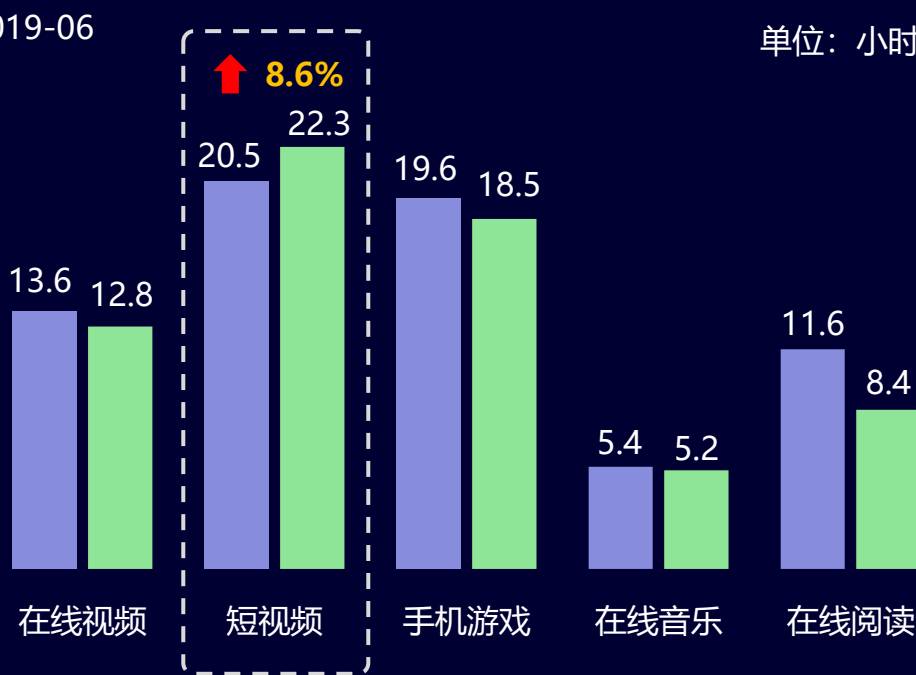
泛娱乐典型行业月活跃用户数

单位：亿



泛娱乐典型行业月人均使用时长

单位：小时



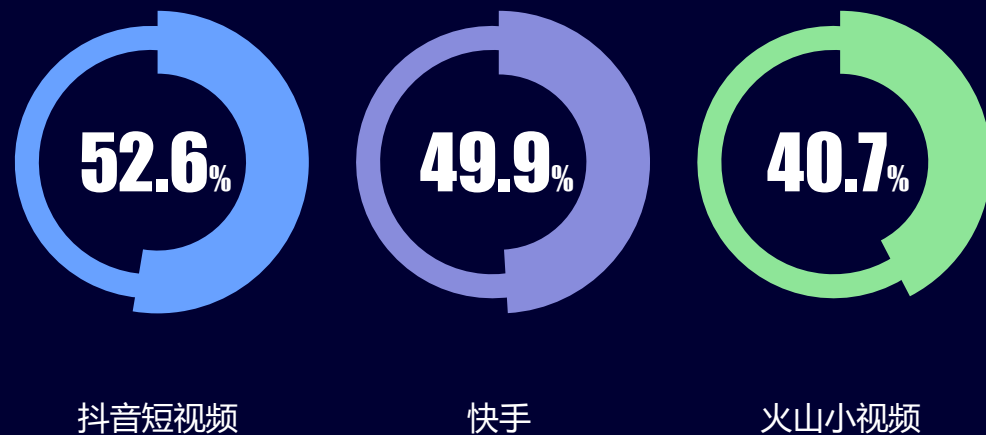
月活用户数及用户活跃度居首，抖音短视频营销价值凸显

短视频月活用户数TOP3

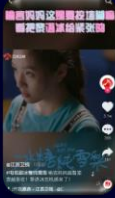
单位：亿



短视频用户活跃度TOP3

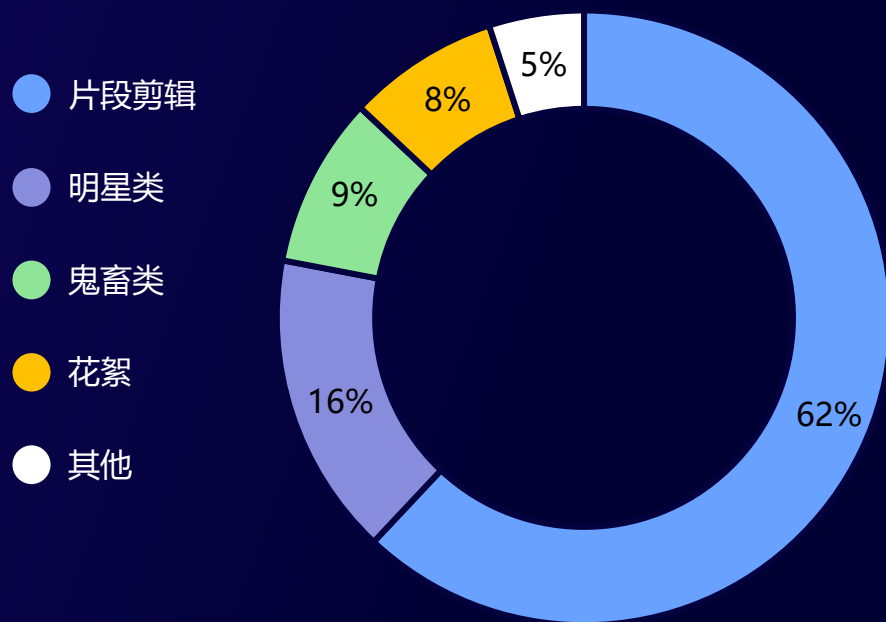


头部卫视入驻抖音，剧目向作品深受好评，吸粉、获赞无数

抖音号	粉丝	总获赞	近期高赞作品	视频截图
 东方卫视	1532.9万	4.7亿	《猎狐》——矛盾就这么产生了，小两口还能顺利结婚吗？	
 浙江卫视	1487.5万	4.3亿	《我们在梦开始的地方》——突然发绿藻污染，再蔓延就要影响生态水库了，窦豆要如何处置	
 湖南卫视	851.8万	1.7亿	《清平乐》——欧阳修、范仲淹、韩琦.....你的古诗词都背了吗？今晚检查作业哦~	
 江苏卫视	546.0万	1.2亿	《冰糖炖雪梨》——喻言妈妈越看棠雪越喜欢！黎语冰危机感来了！	

电视剧宣发短视频类型多样，“片段剪辑”最受喜爱

热门宣发短视频类型占比



热门宣发短视频评论总数



热门宣发短视频点赞总数



多剧目接连试水，短视频营销成新方向

2019年第一季度影视宣推热门短视频TOP10

剧集	内容	账号	点赞	评论	类型
乡村爱情11	被赵四耐克嘴彻底迷住	超皮优酷君	191.8w	4.2w	剪辑+热门话题
幕后之王	加油年轻人	周冬雨	111.7w	1.8w	搞笑剪辑
幕后之王	魔鬼鱼罗晋的蠢萌时间	观剧院	92.1w	1.2w	剪辑+热门音乐
知否知否应是绿肥红瘦	知否 知否 应是绿肥红瘦 现场集体清唱	经典咏流传	88.4w	1.1w	明星
招摇	白鹿 你们要的出山	腴三郎	81.6w	1.7w	剪辑+热门音乐
芝麻胡同	多学一种方言，关键时刻 可以救命	东方卫视	69.7w	660	剪辑
招摇	撒点一夜荒唐花絮毒	着迷	69.9w	2.9w	花絮
知否知否应是绿肥红瘦	曼娘，是你吗？二郎现在 真的不在成都	她街拍	67.6w	2.2w	明星
奈何boss要娶我	樱桃味的亲亲，太甜了吧	娱乐鲜报	59.9w	2.2w	剪辑
知否知否	盛老太太 感谢大家	Pet	59.3w	3.7w	明星



数据来源：行业数据

古装仙侠剧《招摇》台网联播，联手抖音引燃荧屏

宣发剧目

招摇

播出平台

湖南卫视、爱奇艺

播出时间

2019.01.28-2019.04.03

宣发平台

抖音短视频

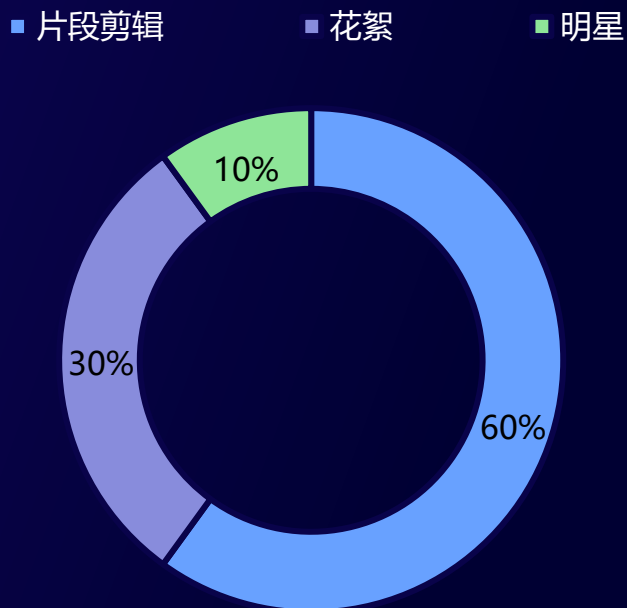
宣发时间

2019.01.24-2019.04.03



多类型内容协同推广，粉丝互动加磅《招摇》传播

《招摇》热门推广短视频类型分布



《招摇》热门推广短视频概览

片段剪辑



243.4w



4.6w



6.4w

花絮



117.0w

3.5w

1.8w

明星



54.4w

1.5w

2.1w

点赞数

评论数

转发数

数据来源：行业数据

《招摇》收视优异，抖音宣发助力

《招摇》收视表现概览

0.61%

直播关注度

NO.1

播出期间
周一到周三晚间
电视剧排名第一

NO.1

播出期间**24**天
湖南卫视同时段排名第一

TOP 2

播出期间**23**天
电视剧同时段排名前二



01

2019文娱行业回顾

02

2019内容市场解析

剧目篇

综艺篇

电影篇

03

内容宣发案例

大屏精准营销

短视频营销

04

2020趋势展望

剧目篇

综艺篇

电影篇

广电总局新政—推动电视行业发展，政策向好

《通知》提出12条政策措施，为增强广播电视行业发展信心、有序做好复工复产、注入行业发展新动能提供了政策支持

——《国家广播电视总局关于统筹疫情防控和推动广播电视行业平稳发展有关政策措施的通知》



高扬主旋律，打造重大题材电视剧的扛鼎之作

国家广电总局围绕**全面建成小康社会**、**建党100周年**等党和国家重大宣传期和宣传节点，聚焦**防控疫情斗争**的社会焦点，聚集**优质资源**组织创作一批**重大题材**电视剧作品

6个重点项目

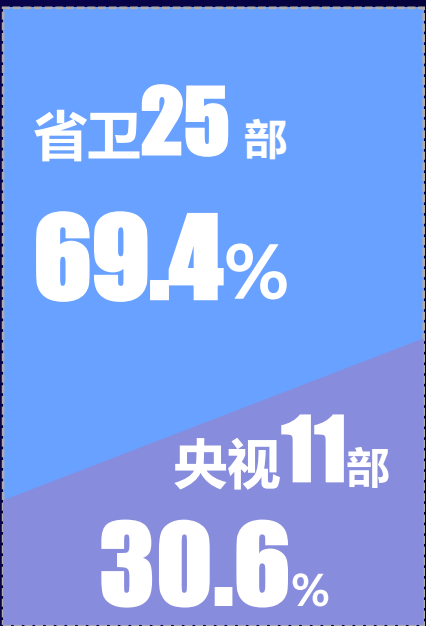
《功勋》
《闽宁镇》
《大国担当》
《光荣与梦想》
《在一起》
《脱贫十难》

20部**脱贫**相关题材重点剧目

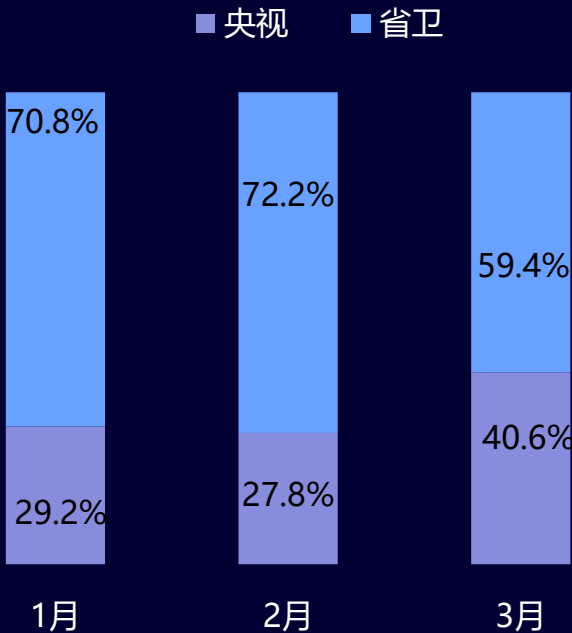
《花繁叶茂》	《山哈闹海》
《雪线》	《枫叶红了》
《最美的乡村》	《湘西纪事》
《温暖的味道》	《寻找北极星》

电视剧播出省卫渐向央视倾斜，独播占比加大

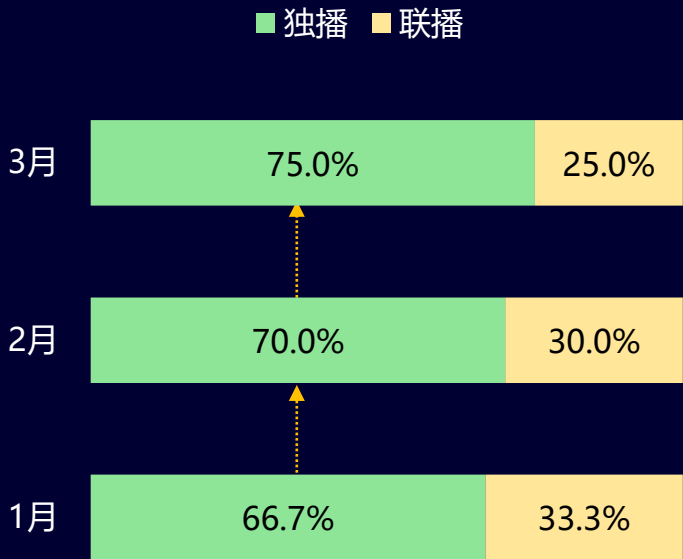
2020Q1首播剧数量



直播关注度分月表现



播出方式分布



爆款电视剧稀缺，质量逐渐提升

单月破2仅2部

单天最高关注度



《新世界》

东方卫视

1.80%

北京卫视

1.19%



《安家》

东方卫视

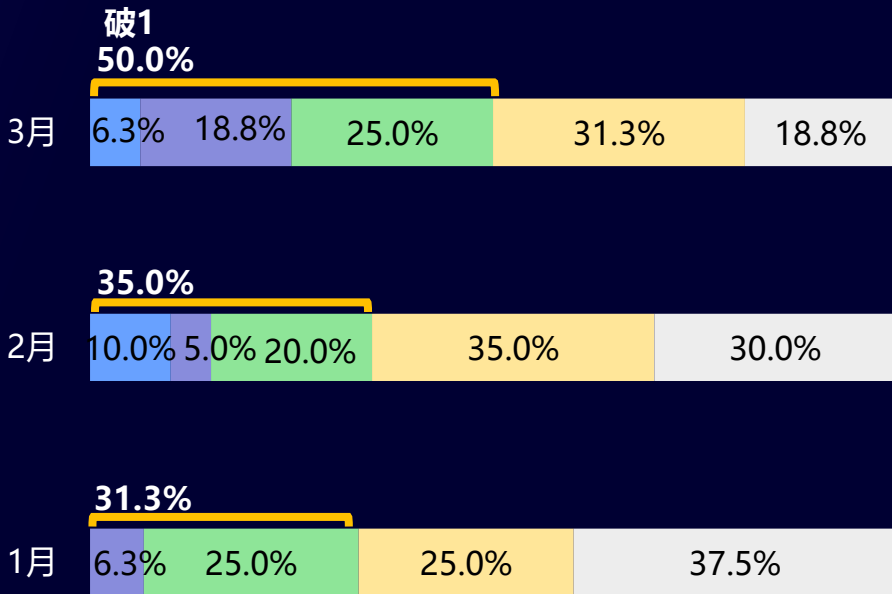
3.29%

北京卫视

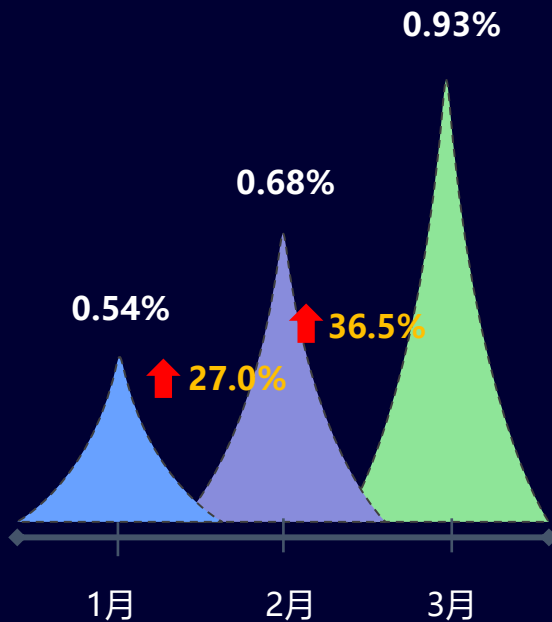
1.47%

直播关注度区间分布

■ 2%以上 ■ 1.5%-2% ■ 1%-1.5% ■ 0.5%-1% ■ 0.5%以下



直播关注度月均走势



“流量至上” 转向 “内容为王”， 头部效应精品化

2020年Q1首播剧直播关注度TOP10

排名	剧目	电视剧	频道	直播关注度
1	安家	当代都市	北京卫视/东方卫视	3.56%
2	如果岁月可回头	当代都市	北京卫视/东方卫视	1.90%
3	新世界【孙红雷】	现代其它	北京卫视/东方卫视	1.81%
4	奋进的旋律	当代都市	CCTV-1	1.69%
5	完美关系	当代都市	湖南卫视	1.52%
6	谷文昌【刘佩琦】	近代革命	CCTV-1	1.34%
7	下一站是幸福	当代都市	湖南卫视	1.29%
8	远方的山楂树	当代都市	CCTV-8	1.25%
9	破局1950	近代其它	CCTV-8	1.23%
10	一个都不能少	当代农村	CCTV-1	1.19%

2020Q1首播剧TOP10

部数占比



3.8%

关注度贡献



30.6%

脱贫重点剧目《一个都不能少》打头，收视飙升

《一个都不能少》收视概览



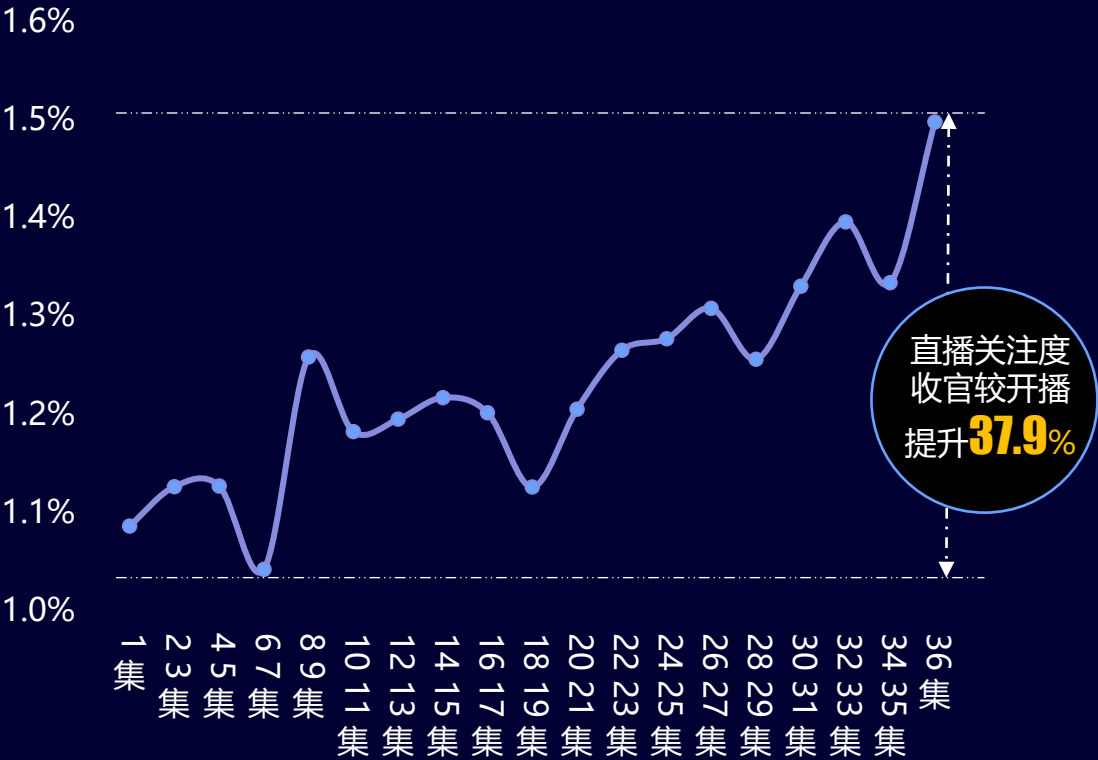
- 直播关注度: **1.23%**
- 市占率: **6.26%**
- 到达率: **3.88%**
- 忠诚度: **32.27%**

收官当天电视剧直播关注度排名第一



排名	节目	频道	直播关注度	市占率
1	一个都不能少	CCTV-1	1.50%	7.40%
2	我哥我嫂	CCTV-8	1.22%	6.51%
3	一诺无悔	CCTV-1	1.18%	6.22%

《一个都不能少》分天直播关注度



短剧篇

长剧or短剧？政策赋能短剧或成中小内容方制作新趋势

近年来，动辄50集以上的**拖沓长剧**，被观众们吐槽**剧情注水**，倍速追剧。2020年2月6日，国家广播电视总局发布《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》，提到电视剧网络剧拍摄制作提倡**不超过40集**，鼓励**30集以内的短剧**创作。技术的变革正在颠覆年轻人的观剧习惯，短剧特性更符合年轻人**碎片化**的收视时间，未来发展潜力巨大

12集



《我是余欢水》

12集



《唐人街探案》

18集



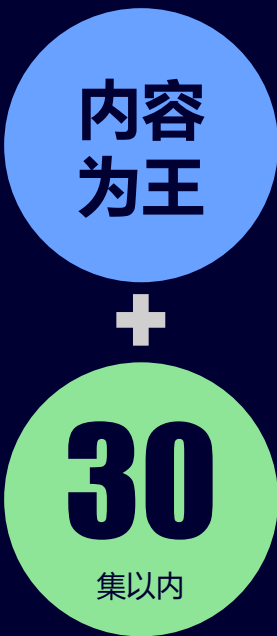
《龙岭迷窟》

22集



《不完美的她》

剧目创作趋势



即将播出短剧

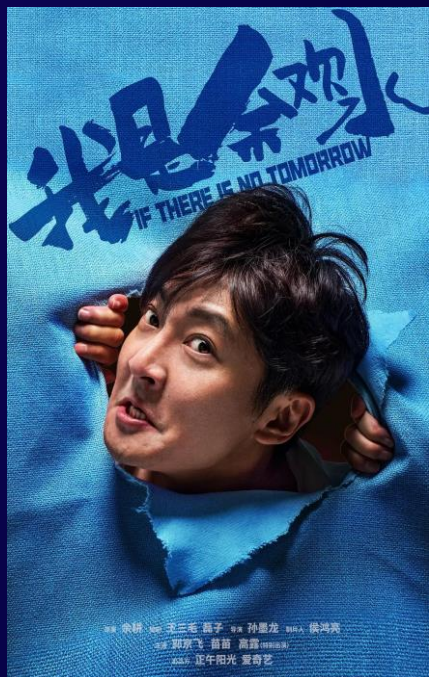
- 《沉默的真相》
- 《非常目击》
- 《白色月光》
- 《回廊亭》
- 《双探》
- 《在劫难逃》
- 《摩天大楼》

.....

短剧篇

《我是余欢水》剧情扎实、演技在线，现实题材短剧示范

由正午阳光和爱奇艺联合出品的超级网剧《我是余欢水》，剧情丰富，节奏紧凑，反转不断、幽默诙谐的叙事方式与现实主义主题关怀完美契合，看点与笑点兼具，捕获大批忠实剧迷，网络热议不断，成为现实题材短剧的示范



《我是余欢水》

导演：孙墨龙

编剧：王三毛、王磊

主演：郭京飞、苗苗等

集数：12

单集片长：44分钟

首播：2020-04-06



豆瓣评分

7.4

4月15日全网关注度排行

排名	剧名	全网关注度
----	----	-------

1	我是余欢水	2462
---	-------	------

2	如果岁月可回头	1415
---	---------	------

3	全世界最好的你	1125
---	---------	------

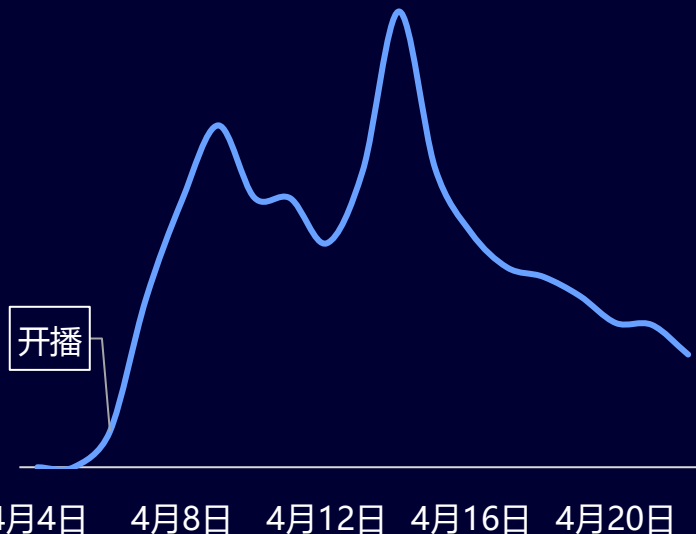
自开播全网排名提升

19

名



剧目播出带动百度指数飙升



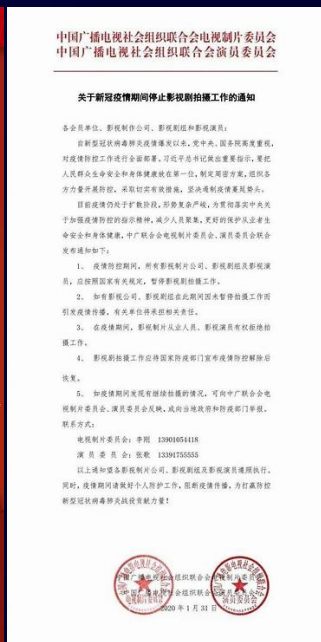
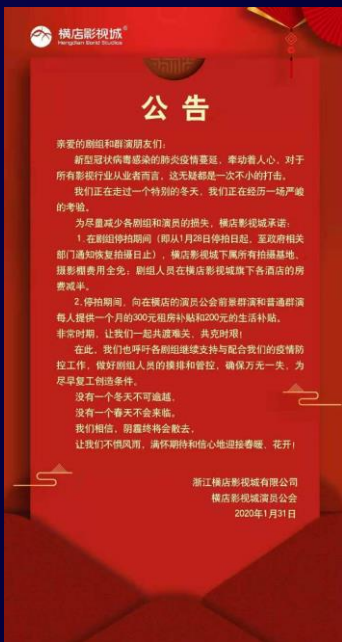
综艺篇

疫情突袭线下录制停摆，综艺节目库存告急

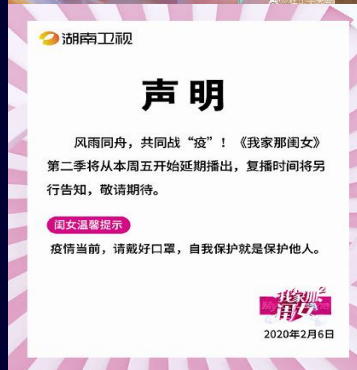
疫情之下，影视剧、综艺节目大多宣布**暂停录制**

一位从事综艺宣传推广的人士表示，节目延期播出，一方面是出于响应广电总局的政策要求，在加强疫情防控的同时减少娱乐性节目，另一方面也是因为若不延期，**节目库存告急**，将无内容供给

暂停影视剧拍摄通知



综艺节目延后播出声明



疫情催生综艺录制新玩法，云综艺诞生

湖南卫视最先诞生云综艺，且《歌手2020》《声临其境3》也开启云录制模式。视频网站方面，爱奇艺上线3档“宅家”系列节目，优酷、腾讯各2档

云综艺播出频次较高，6档节目采用日播方式；节目主要为30分钟之内的短片，或为60分钟以上的大型综艺

云录制节目表



湖南卫视

节目名称	主题
天天云时间	脱口秀
嘿，你在干嘛呢	综合
歌手2020	音乐
声临其境3	配音



浙江卫视

我们宅一起	综合
-------	----



东方卫视

云端喜剧王	喜剧
-------	----



爱奇艺

宅家点歌台	音乐
宅家运动会	运动
宅家猜猜猜	配音



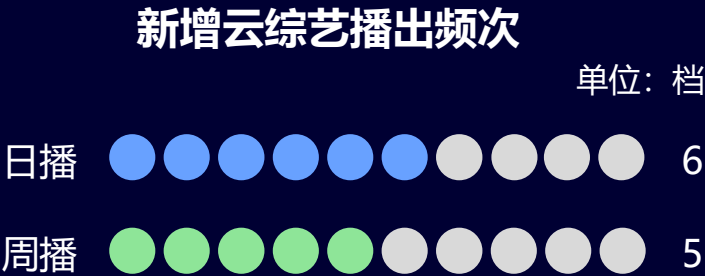
优酷

好好吃饭	美食
好好运动	运动



腾讯

鹅宅好时光	直播
见字如面·特别制作	朗读



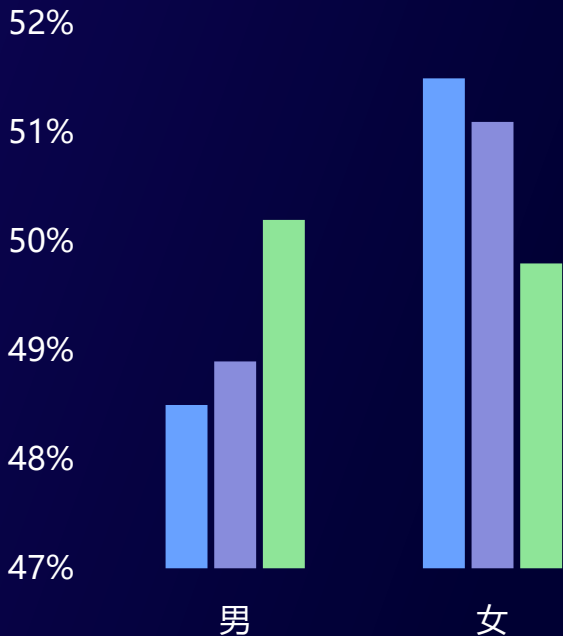
新生云综艺节目，用户更年轻

新生云综艺对比某档真人秀常态综艺，**年轻用户占比突出**

《嘿，你在干嘛呢》《天天云时间》更受女性用户青睐，《我们宅一起》男性受众比例更高

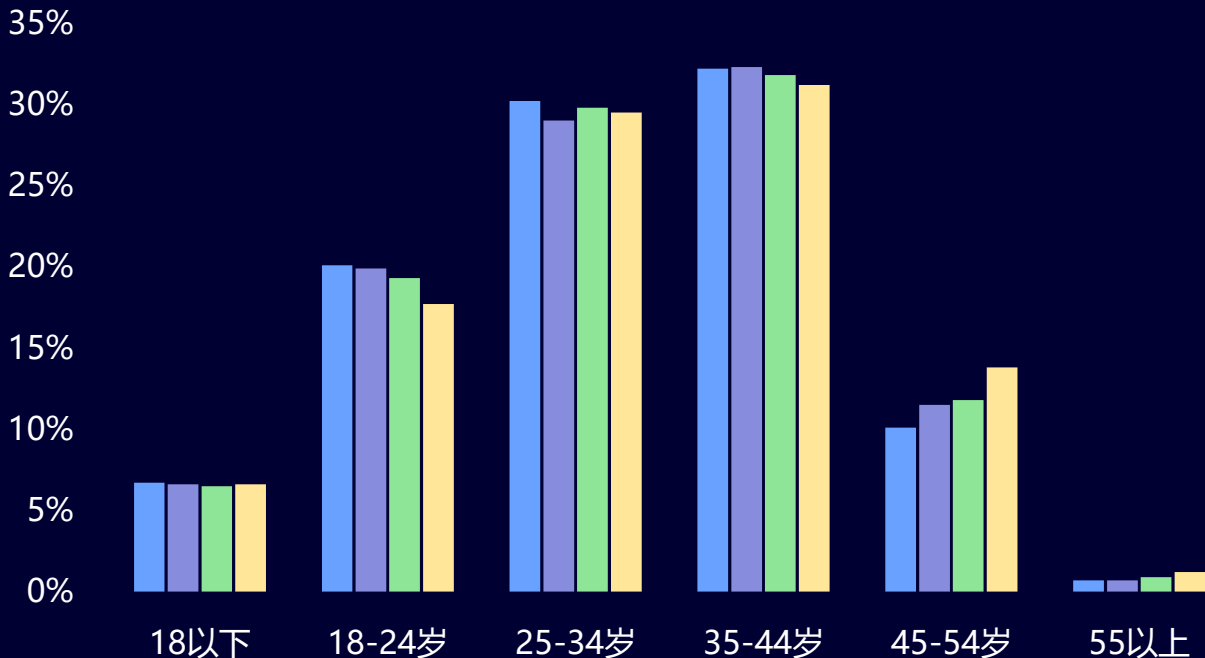
性别

■ 天天云时间 ■ 嘿，你在干嘛呢 ■ 我们宅一起



年龄

■ 天天云时间 ■ 嘿，你在干嘛呢 ■ 我们宅一起 ■ 某档真人秀综艺

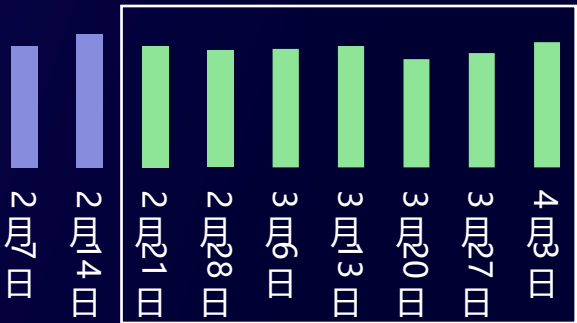


老牌综艺试水云录制，忠实用户不减

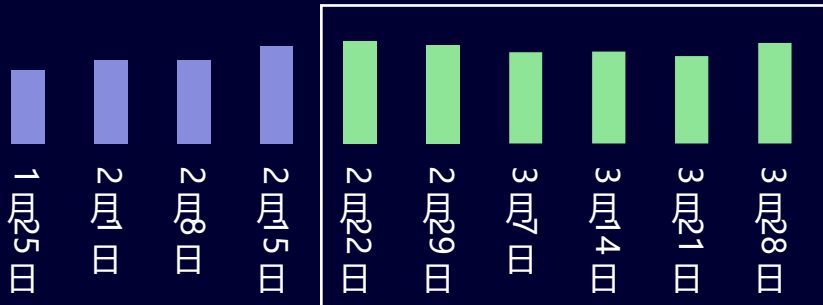
《歌手2020》第三期首次开启云录制模式，演唱形式、现场灯光等均发生变化，节目用户忠诚度略有下滑

《声临其境3》节后第五期开始采用云录制方式，云录制的平均忠诚度较节后正常录制，提升12.4%，**节目热度不减**

《歌手2020》忠诚度趋势



《声临其境3》忠诚度趋势（节后）



《歌手2020》录制画面

云录制



观众席



嘉宾竞演



竞演嘉宾



结果公布

《声临其境3》录制画面



观众席



嘉宾



主持人



配音

竞赛真人秀博人眼球，实力派创新捕获大批观众

正如欢乐喜剧人的口号“搞笑，我们是认真的”，无论常态录制、还是在云端、或面对空无一人的观众席，节目组始终保持认真的态度，最终摘得季度收视桂冠

2020Q1综艺直播关注度TOP10



排名	综艺节目	首播直播关注度
1	欢乐喜剧人第六季&云端喜剧王	2.28%
2	挑战不可能第五季	2.21%
3	中央广播电视总台主持人大赛	2.04%
4	快乐大本营	1.49%
5	歌手2020	1.34%
6	经典咏流传	1.28%
7	中国诗词大会第五季	1.19%
8	星光大道	1.06%
9	王牌对王牌第五季	1.03%
10	嗨唱转起来	1.02%

2020Q1综艺TOP10

节目数量占比



3.7%

关注度贡献

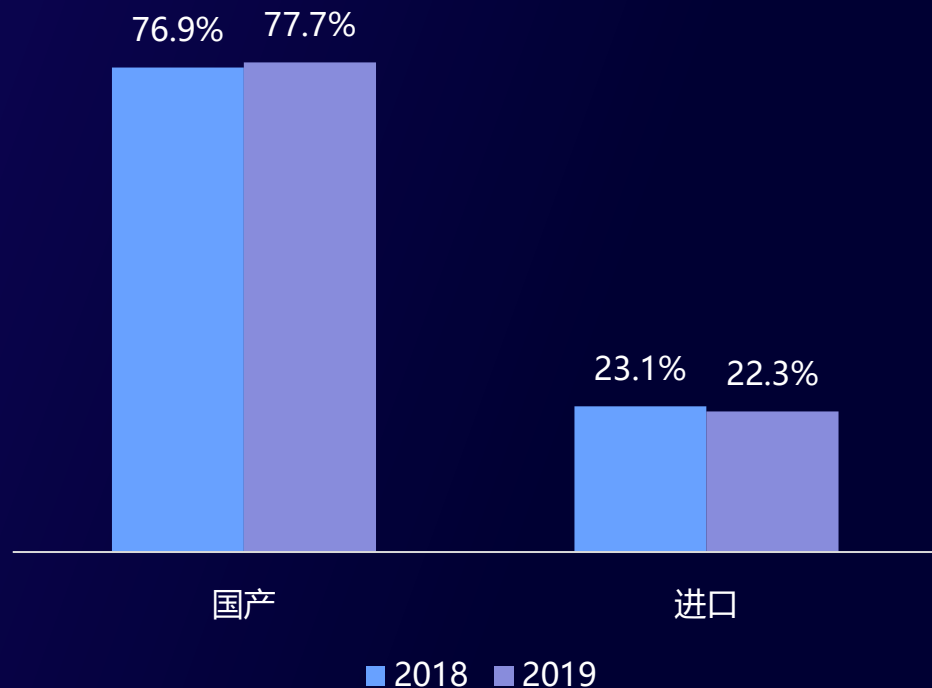


23.4%

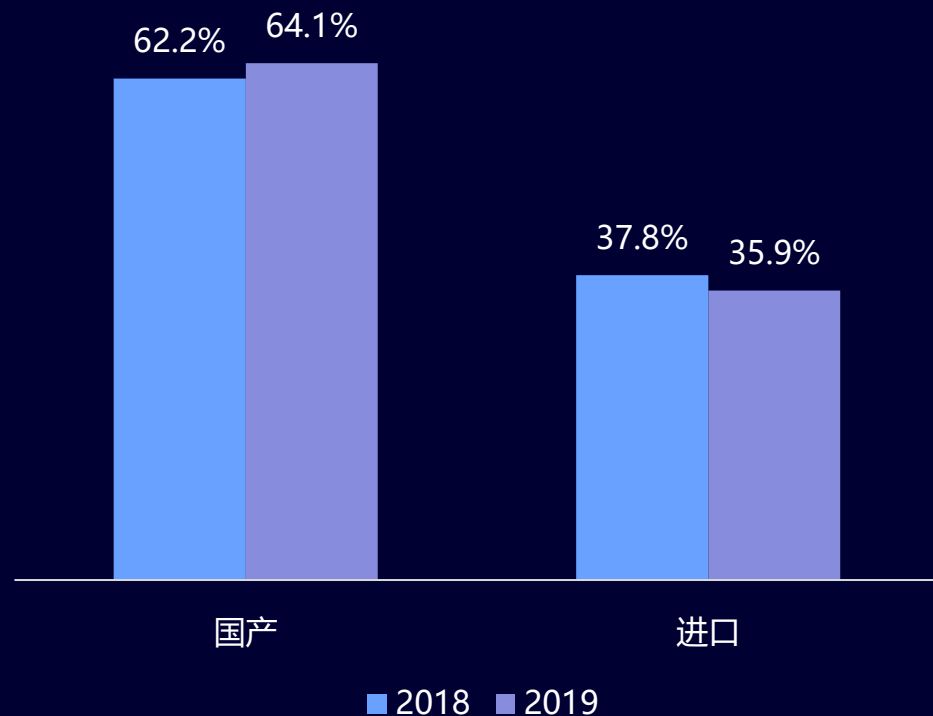
国产影片市场向好，市占率增强

2019年**国产**电影相比2018年上映数量、票房占比**均有提升**
进口电影上映数量与票房占比2019年均有**小幅下降**

2018-2019年影片**数量**占比



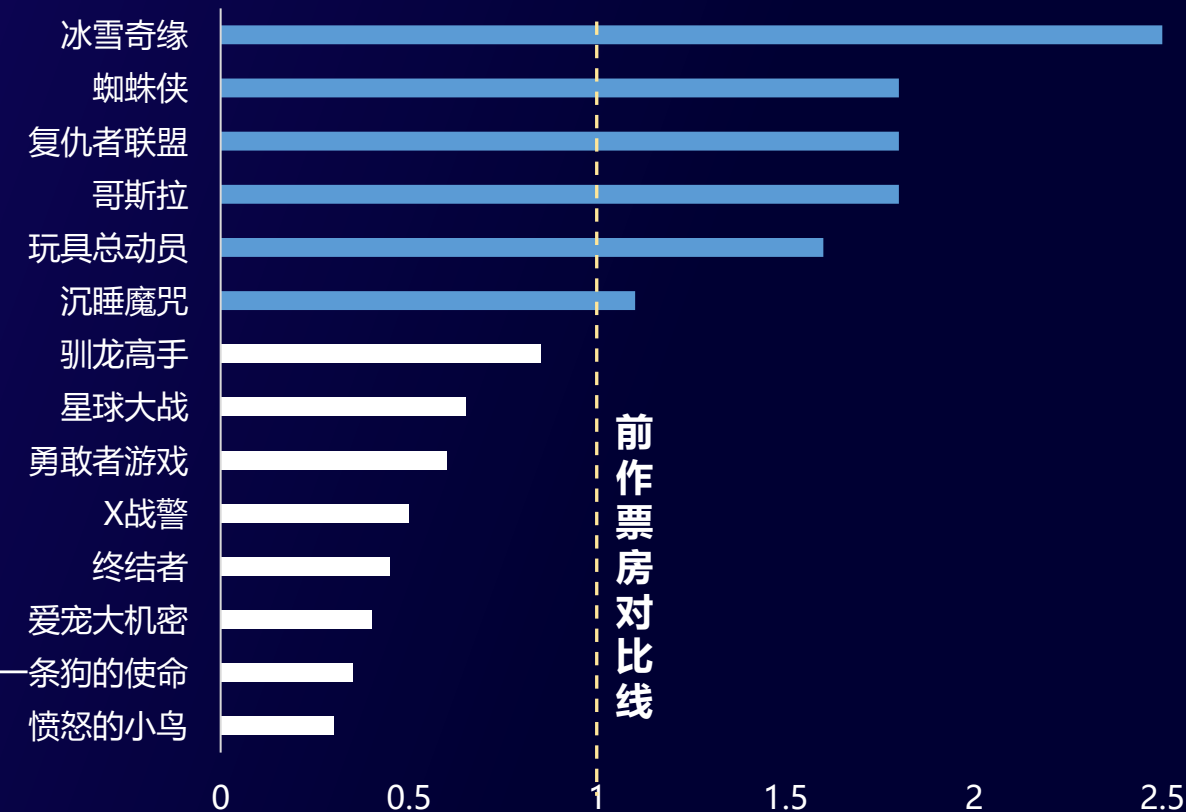
2018-2019年影片**票房**占比



国产电影品质提升，北美影片续作乏力

北美影片14部续作仅有6部票房超越前作；核心评分北美影片均低于产品影片。

2019年14部系列电影票房与前作票房对比



国产与好莱坞电影核心评分

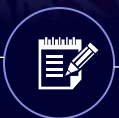
2019年票房TOP20	综合评分	剧情评分	特效评分	场面评分
国产电影	9.00	8.20	8.46	8.90
好莱坞电影	8.58	7.66	8.17	8.32

文明自信政策导向，文娱产业已然成为国之重器



与发达国家差距

文化产业附加值占GDP的比重相对较低；对海外文化产品的依赖较高



政策层面重视

中国在亚洲文明大会上首提文明自信为中国文化产业的崛起释放强烈信号



国产超级IP崛起

《流浪地球》、《哪吒之魔童降世》等逐渐在海外崭露头角



一带一路促交流

文化交流日益频繁，中国文化作品海外输出的机遇倍增



文娱产业国之重器

随着国产文化内容的崛起，必将成为国之重器，向世界传递中国价值观

吸引全龄国漫爆款频出，国漫已然崛起



中国动漫产业驶入快车道，产业影响力日益增强

过去5年，中国动漫产业增速高达13%，预计至2020年产值将达到2,160亿元，与游戏、影视共同构成**中国文化产业三大支柱**



《哪吒之魔童降世》创国产动画电影之最

经过《西游记之大圣归来》、《熊出没》等国产动漫爆款的铺垫，《哪吒之魔童降世》，总票房达破49.73亿元，创国产动画电影之最，超过《疯狂动物城》**成为中国动画电影票房榜新冠**



中国动漫产业已然迈向未来

中国动漫经历着**爆款**的培育、**政策**的夹持与**资本**的洗礼，而头部效应的显现、全龄作品的成功、产业模式的升级与政策制度的规范，预示着中国动漫产业已然迈向未来

疫情突发，史上最强春节档按下暂停键

复盘2020春节档

被称2020年**史上最强**春节档

有望突破 **100** 亿 



2020春节档时间轴



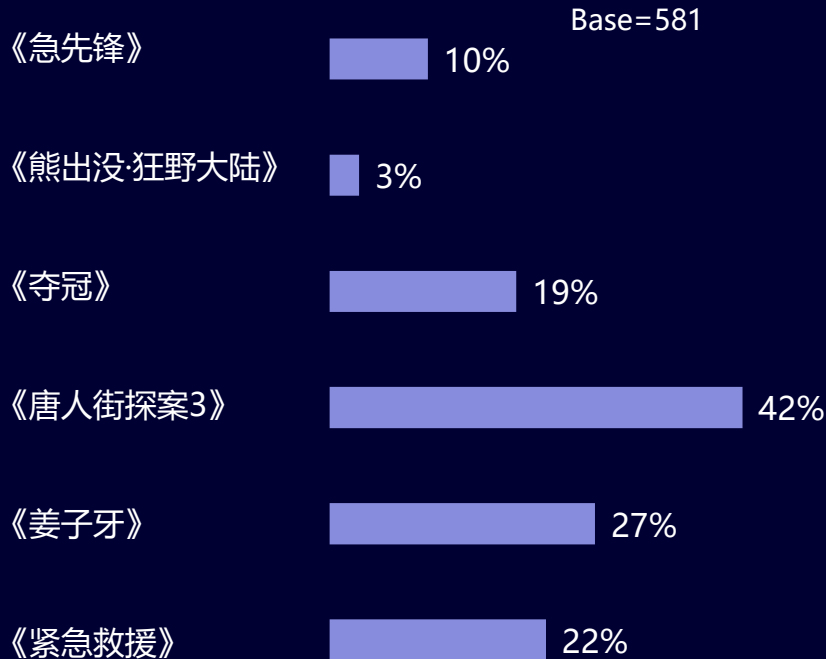
疫情期观影转移线上，疫情结束“补偿性观影”将创爆款

《囧妈》

头条/抖音/西瓜视频观影比例



与疫情之前比，观众对春节档影片**观影意愿有所提升**
疫情期间六部春节档电影观影意愿变化



特殊时期的“加速”，网络大电影继续减量增质

2020年1月优酷爱奇艺票房4部影片分账均破千万

排名	网络电影名称	优酷/爱奇艺综合票房
1	《辛弃疾1162》	1405万
2	《云南虫谷之献王传说》	1239万
3	《九指神丐》	1150万
4	《灭狼行动》	1119万



网络大电影优势

周期短

投资少

播出快

投资回收快

投资回报率高

可孵化出大IP



THE WAY OF THE FUTURE

