

融合与传播



2017年
五月刊/第005期/总第125期
www.cmmrmedia.com

CONVERGENCE & COMMUNICATION

中国视频领域大数据分析专家
北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司主办

反腐大剧 燃爆荧屏

美兰德大数据全面解析《人民的名义》



05

2017年
五月刊 / 总第125期
www.cmmrmedia.com



主 编：崔燕振
责任编辑：李 艳
编 辑：陈 洲 王丽霞 金桂娟 周 捷
美术编辑：赵勇杰 沈婉婷
编辑发行：北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

如果您对本刊有任何要求或有任何信息愿意分享，欢迎与我们联系。
投稿邮箱：editor@cmmrmedia.com
公司网站：http://www.cmmrmedia.com
本刊版权归北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司所有，如有转载请注明出处

目录 CONTENTS

01 月度聚焦 /Focus

- 大数据见证奇迹 —— 反腐题材剧《人民的名义》爆火解析报告
- “新内容 新模式 新机遇”媒体融合背景下的电视视频生态创新

19 行业洞察 /View

- 《人民的名义》：成功三秘诀
- 《人民的名义》：掀起新潮的反腐大剧
- 《人民的名义》收视创纪录？CSM 多维度数据为你独家解密

27 数据之窗 /Data

- 2017年4月省级卫视在全国各级有线电视公网入网状况
- 美兰德：2017年4月在播综艺栏目网络影响力排行榜

33 数说新闻 /News

- 财政部继续免征有线电视增值税
- 广电总局表彰 2016 年度广播电视创新创优节目
- 第 25 届中国数字广播电视与网络发展年会于 4 月举行

.....

大数据见证奇迹 —— 反腐题材剧《人民的名义》爆火解析报告



《人民的名义》作为沉寂多时的反腐大剧，一经亮相便受到热烈追捧，收视和口碑“双丰收”，成为“现象级”影视作品。“名编导+实力演技+精耕细作”使其成为优质“良心剧”，获赞无数；主旋律题材互联网化传播，泛娱乐化和二次元互动传播，使其成为爆款“网红”，广受热议。

美兰德作为国内视频内容大数据提供商，基于目前已有的“网络视频内容传播监测数据库”，全面解析《人民的名义》燃爆荧屏和备受热议的原因。

一、《人民的名义》在互联网爆火走红

电视剧《人民的名义》网络影响力总体表现



网媒关注度 89880条

网络媒体持续关注报道



2579家
网络媒体



微博提及量 247.3万条

网民反响、口碑及传播热度



24.5亿次
话题阅读量



视频点击量 197.8亿次

网络视频媒体二次传播



33.0亿次
短视频点击量



微信刊发量 21769篇

微信朋友圈、公众号传播



文章阅读量 2.36亿次
文章点赞量 347万次

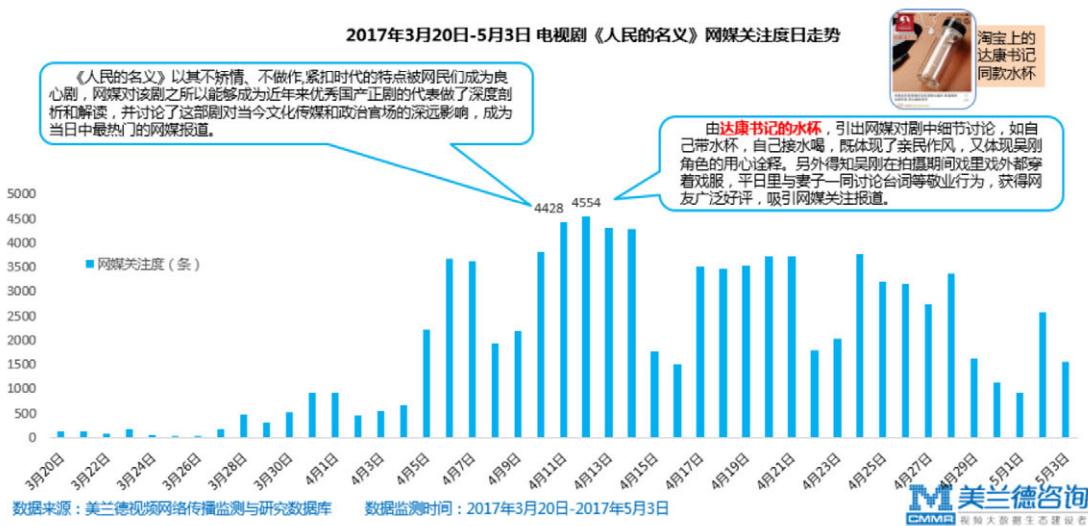
数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

M 美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

网媒称赞细微之处体现良心制作，剧情跌宕起伏牵动众多网友

《人民的名义》自3月28日登陆湖南卫视便深获网媒瞩目，网媒关注度紧随剧情进展而高低起伏。整体来看，一方面集中于剧情和演员，甚至剧中的小细节，如“达康书记的水杯”；另一方面则集中在反腐题材、精良制作等剧目本身的吸引力和现实意义以及良好的传播效果。



开播后亮点频出，深度分析文章引爆网媒；中后期持续关注，获民众积极热议

《人民的名义》因反腐题材获得人民日报和新华社等主流媒体的广泛关注，尤其部分深度分析文章被大量转载。整个播出过程中，网媒持续关注，对“蹲式窗口”、“达康书记”和“收视率”等热点进行广泛报道，引发民众积极热议。



人民网超 6000 篇相关报道成报道主力，剧情反映反腐斗争受欢迎

随着《人民的名义》的热播，网媒的关注热度也直线上升，其中人民网领跑网媒关注度来源，该剧巨大的影响力以及所传递出来的反腐主旋律成为吸引中央党媒的重要因素。从热门网媒报道可以看出，该剧剧情所反映出的现实意义被网媒所着重关注。

《人民的名义》网媒关注度来源网站TOP10



《人民的名义》热门网媒报道TOP10

文章标题	数量 (条)
多地“蹲式窗口”被曝出 专家：为民服务岂能高高在上	256
“达康书记”想不火都难！这么多细节都是精心设计	233
《人民的名义》尺度大？来看看贪官忏悔录的尺度	197
《人民的名义》：如何把副国级官员作“终极老虎”	160
最高检4月公布29条大要案信息 “大老虎”似高育良	155
人民的名义贪官原型都有谁？丁义珍副市长最终结局剧透	136
为人民服务重在观其行	133
人民的名义小说编剧周梅森：沙瑞金最难演李达康很让人痛心	129
人民的名义全集剧情介绍1-56集分集介绍至大结局	129
不能让搞团团伙伙成为“政治资源”	125

数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

 美兰德咨询
CMMA 视频大数据生态建设者

社交平台随剧情推进热议升级，网友参与互动热情颇高

《人民的名义》一经播出便深受网友喜爱，随着剧情进展热议不断，网友参与互动热情极高。4月21日，因男主侯亮平被“陷害”的剧情设计，网友们纷纷为其抱不平，关注和猜想势态的发展，使得当日网民热议度达到峰值。

2017年3月20日-5月3日 电视剧《人民的名义》微博提及量日走势



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

 美兰德咨询
CMMA 视频大数据生态建设者

官方账号、大V 合力宣推，剧情及拍摄花絮吸引网友好奇心

《人民的名义》播出期间，多家拥有众多粉丝的机构账号继续对该剧进行宣推，该剧相关话题也呈现出火爆态势，吸引大量网友进行阅读讨论。人民的名义官微则在预告剧目、制造剧情悬念的同时，也对剧中细节进行总结，并与网友进行互动，挖掘剧目亮点，提高网友观剧兴趣；并通过深情讲述拍摄过程，使网友了解剧情幕后故事及创作艰辛，提升网友对于剧目的好感度。

宣推《人民的名义》的部分机构认证账号

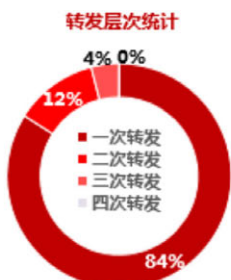


数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

开播当日宣推博文被大号积极转发，开播中后期持续吸引全民关注

开播当日，《人民的名义》官微所发布的宣传片成功引发关注，被部分大号积极转发，催生网友热议话题浪潮。开播中后期，神剪辑、剧评不断掀起新传播高潮，持续吸引全民关注。



层级	该层转发人数	覆盖人数	关键用户
1	3241	3217912	low君热剧 被转[41] mondi 被转[2]
2	1952	897509	阿美小悦 被转[3] Smpis 被转[3]
3	47	96556	阿美小悦 被转[2] 赵医生的叩 被转[1]

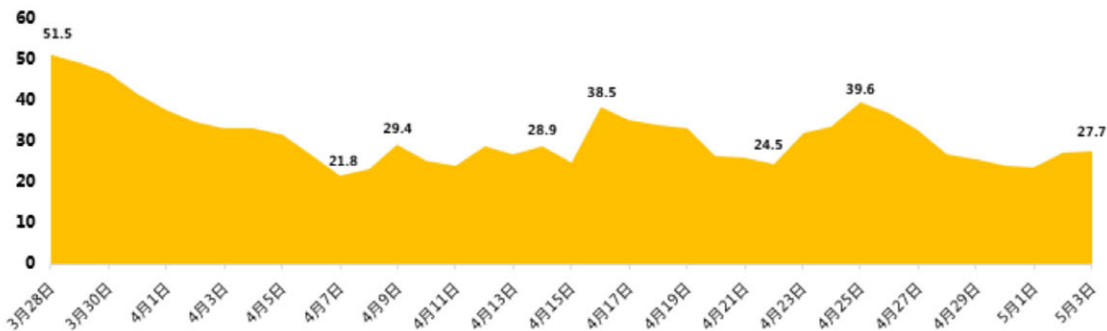
数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

《人民的名义》开播初期口碑爆棚，中后期观众普遍吐槽剧情进度缓慢

《人民的名义》因前几集中同步抓捕赵处长、丁义珍的剧情紧张刺激，陈海被撞则更增加剧情悬疑性，各路亦正亦邪的角色迅速粉墨登场也令观众大呼过瘾，使得该剧美誉度一路走高，豆瓣评分更高达到 9.1 分，后来由于注水戏份、节奏混乱而导致口碑走低，豆瓣评分为 8.4 分。

2017年3月28日-5月3日《人民的名义》网民美誉度走势



注：网民美誉度=当日节目相关微博中具有正面语义的微博/当日节目相关微博总数

豆瓣 **douban** 9.1分
开播初期口碑高

《人民的名义》在前几集中同步抓捕赵处长、丁义珍的剧情紧张刺激，陈海被撞则更增加剧情悬疑性，各路亦正亦邪的角色迅速粉墨登场也令观众大呼过瘾，使得该剧美誉度一路走高，豆瓣评分更高达到9.1分

豆瓣 **douban** 8.4分
开播后期口碑下滑

剧情进入平稳期后，剧情拖沓的问题逐渐显露，被网友所重点吐槽；陆毅饰演的男一号过于高大全，有时略显脸谱化，成为网友调侃的对象。而郑胜利、张宝宝等与主线剧情无关的角色戏份过多，使主线剧情显得过于凌乱

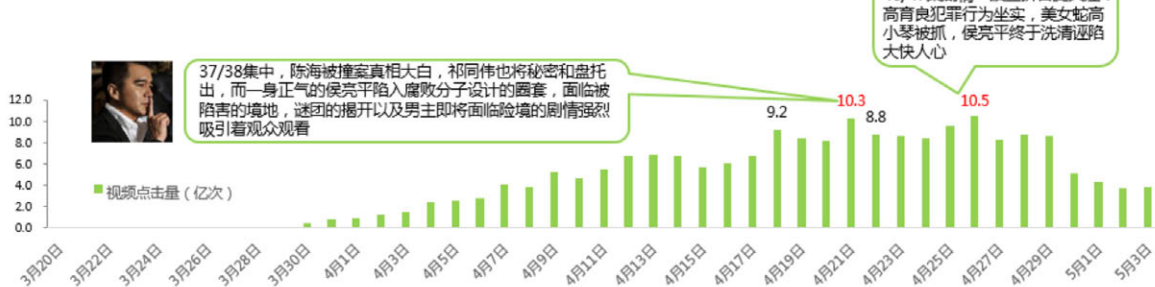
数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

网友热衷追剧完整版视频受捧，剧情高潮带动观看热潮

《人民的名义》从视频点击量走势来看，37-38集祁同伟说出真相、侯亮平被陷害落入圈套成为热门段落，引起大量观众观看；46-47集高育良犯罪事实败露，高小琴被抓，侯亮平洗清冤屈大快人心，剧情紧张复杂，引发网民热情讨论的同时，视频点击量也再创新高。

2017年3月20日-5月3日 电视剧《人民的名义》视频点击量日走势



37/38集中，陈海被撞案真相大白，祁同伟也将秘密和盘托出，而一身正气的侯亮平陷入腐败分子设计的圈套，面临被陷害的境地，谜团的揭开以及男主即将面临险境的剧情强烈吸引着观众观看

随着男主被诬陷的剧情引人揪心，46/47集剧情一波三折备受关注：高育良犯罪行为坐实，美女蛇高小琴被抓，侯亮平终于洗清诬陷大快人心

数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

优酷免费送会员成流量担当，腾讯、爱奇艺超50亿点击表现不俗

电视剧《人民的名义》的热播带动网友追剧热情，完整版视频被大量观看，包揽热播视频 TOP10 榜单。其中优酷视频在播剧期间联合支付宝采取优酷会员优惠大放送措施，累计视频点击量超 70 亿，在各大联播平台中遥遥领先。

排名	热播视频TOP10	播放时长 (分秒)	视频点击量 (万次)	网站来源
1	人民的名义第1集	00:54:58	32340.6	爱奇艺
2	[剧集]人民的名义 TV版:第1集	01:00:23	30371.3	优酷
3	人民的名义_01	00:56:23	27602.2	腾讯视频
4	[剧集]人民的名义 TV版:第2集	00:59:17	25656.3	优酷
5	[剧集]人民的名义 TV版:第3集	00:59:18	19848.5	优酷
6	[剧集]人民的名义 TV版:第4集	00:59:03	19345.6	优酷
7	[剧集]人民的名义 TV版:第5集	00:55:20	18627.0	优酷
8	[剧集]人民的名义 TV版:第6集	00:50:54	17736.0	优酷
9	[剧集]人民的名义 TV版:第8集	00:59:52	16241.4	优酷
10	[剧集]人民的名义 TV版:第7集	00:58:01	16035.2	优酷

数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

《人民的名义》播放平台TOP3视频点击量

M 美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

热门短视频点击量近千万，相关纪录片与创意剪辑内容备受追捧

基于《人民的名义》高质量的主演演技和剧情发展，大量网友截取部分经典画面进行二次编辑，“汉东男子天团”、“背锅侠”“人民的名义鬼畜”等充满创意和趣味的短视频走热；腾讯视频推出主演专访纪录片也充分迎合了网友的好奇心，点击量居高不下；而剧中正能量的老革命说党课片段，也得到了广大网友的欢迎，以上综合反映出网友对该剧的高度喜爱与认可。

排名	热播短视频TOP10	播放时长 (分秒)	网站来源	视频点击量 (万次)
1	《人民的名义》催泪片段：老革命陈岩石一堂特殊的党课！	00:11:37	腾讯视频	731.18
2	《人民的名义》纪录片01：演员篇之陆毅张丰毅	00:15:21	腾讯视频	660.88
3	[剧集]人民的名义 TV版：汉东男神亲授职场上位秘籍	00:05:56	优酷	659.30
4	[剧集]人民的名义 TV版：背锅侠达康书记表情包走红	00:05:52	优酷	592.33
5	《人民的名义》纪录片03：演员篇之吴刚 许亚军 丁海峰	00:09:22	腾讯视频	574.36
6	[剧集]人民的名义 TV版：“李达康凝视”爆红，政派正式开撕	00:05:06	优酷	547.18
7	[剧集]人民的名义 TV版：看完《人民的名义》再追《军师联盟》6月初全网独播	00:07:34	优酷	541.07
8	[剧集]人民的名义 TV版：大Boss竟然是她们	00:05:06	优酷	519.73
9	[剧集]人民的名义 TV版：最大Boss竟是他？	00:08:58	优酷	491.36
10	[剧集]人民的名义 TV版：鬼畜版饮酒醉高能彩蛋笑喷了	00:06:06	优酷	491.36

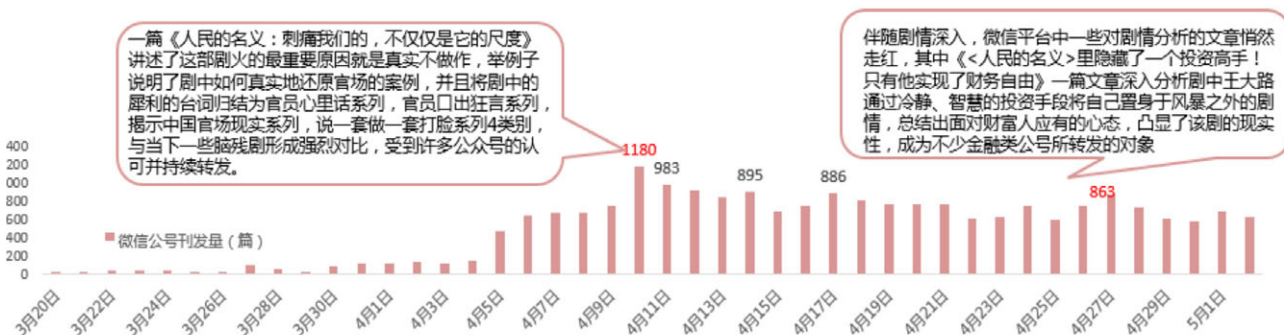
数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

微信关注剧目与现实连接价值，部分剧情分析文章悄然走红

《人民的名义》微信关注剧目与现实连接价值，部分微信公众号着重分析这部剧揭露官场现实的力度，对其真实不做作的剧情和演技予以肯定，受到许多公众号的认可并持续转发。随着剧情的深入，一些对剧情分析从而借势营销的文章也悄然走红，《<人民的名义>里隐藏了一个投资高手！只有他实现了财务自由》成为不少金融类公众号所转发的对象。

2017年3月20日-5月2日电视剧《人民的名义》微信公号刊发量日走势

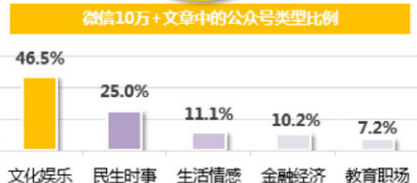


数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日



文化娱乐、民生事实类公号成宣发主力，实力派主演亮点众多频刷屏

《人民的名义》持续被人民日报、冯站长之家、冷兔、有书等各大微信热门公众号关注，以文化娱乐、民生时事类为主的微信公众号贡献了超七成的10万+文章。其中人民日报相关10万+文章数量超40篇，成为影响力速度扩大的重要关键点。从内容来看，微信公号主要关注剧目审核、主演选择、剧中婚姻类型、剧情尺度等内容，并将相关元素作为标题，吸引大量网友阅读、点赞。



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

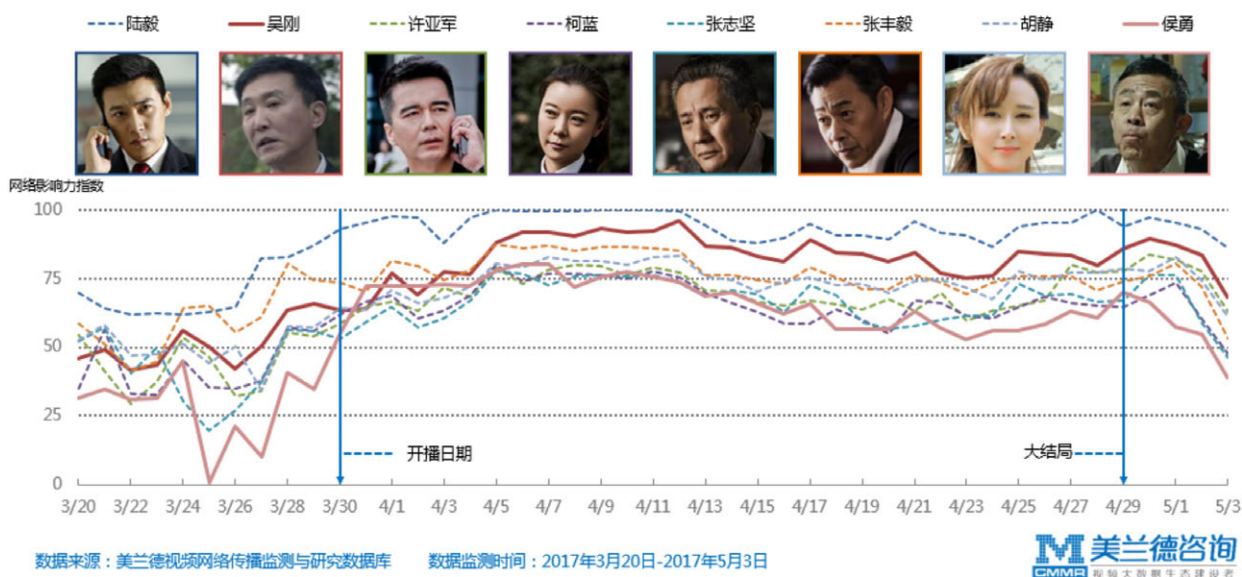
微信阅读量破10万的代表性文章	来源	阅读数	点赞数
惊叹！《人民的名义》火到爆炸，幕后推手竟是.....	冯站长之家	10万+	26223
别再追那些网剧了，这才是放假你最应该追的神剧	人民日报	10万+	17521
《人民的名义》仅10天就过审，审委组给出了八个字的评价	人民日报	10万+	16012
《人民的名义》暴露婚姻真相：你的婚姻是哪一种？	有书	10万+	14890
近40位戏骨总片酬4800万，某“小鲜肉”凭啥一人要2亿？	人民日报	10万+	14323
【关注】《人民的名义》导演回应：为什么选陆毅？有没有营销？	人民日报	10万+	13112
你对待爱人的态度里，藏着你的能力和未来	十点读书	10万+	10797
你看《人民的名义》了吗？不知道你有没有记得这里面曾有一节党课	局座召忠	10万+	10026
都被《人民的名义》尺度震惊了，但编剧说现实比这还魔幻	严肃八卦	10万+	8348
陆毅：爱情就是我老婆的样子	十点读书	10万+	8275



二、《人民的名义》演员与电视剧的相互成就

《人民的名义》主要演员的网络人气随剧情推进持续大涨

《人民的名义》中，吴刚饰演的“达康”书记人气一路飙升，成为新晋网红，受欢迎程度与小鲜肉相比不遑多让；老戏骨侯勇在开篇的精彩表演让大家惊叹；其他人主演的人气指数和排名在本剧播出后一段时间内都在高位运行。



迎合互联网年轻受众的花式互动宣推手段，助推“达康书记”走红

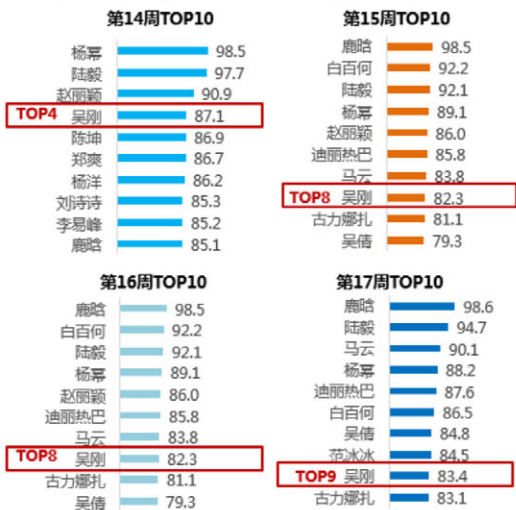
《人民的名义》中吴刚饰演的“达康书记”从最初网友为其神演技点赞，到“达康书记别低头 GDP 会掉”表情包。到“与达康书记一起守护 GDP”再到吴刚的大长腿、欧式双眼皮等，60 后老戏骨吴刚成功圈粉。微博话题 # 李达康表情包 # 截止 5 月 4 日累积阅读量超过 7927 万；电视剧角色深入人心催生了衍生商业价值，“达康书记”的同款水杯、衬衣、“GDP” T 恤深受 90 后酷爱。



“老戏骨”吴刚凭借“达康书记”一角人气超过小鲜肉

饰演李达康的吴刚成为流量担当，在网络影响力各指数榜单上表现抢眼，人气和口碑值一路走高，甚至超过高人气小鲜肉。

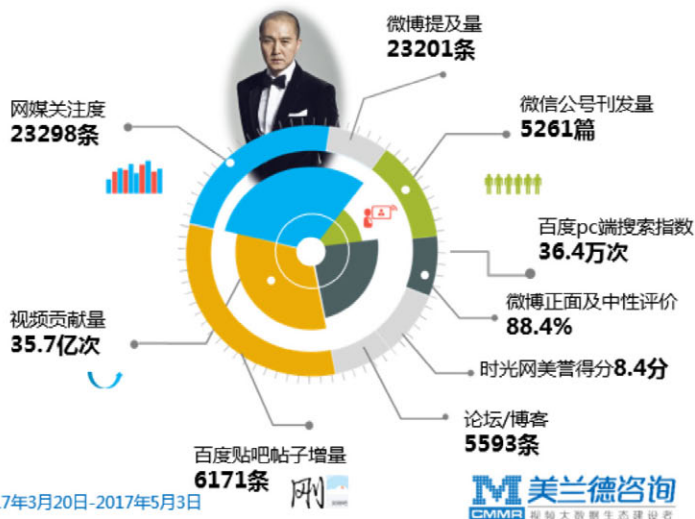
《人民的名义》“李达康”饰演者吴刚网络影响力指数各周排名



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

2017年《人民的名义》在播期间吴刚网络各维度热度

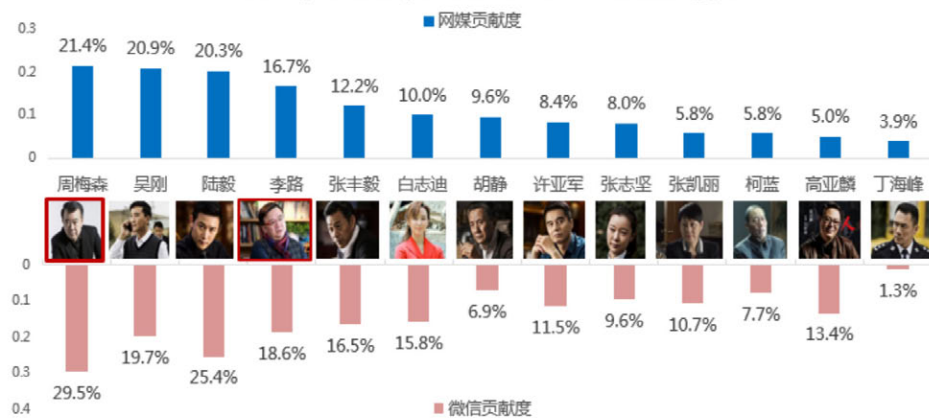


美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

《人民的名义》编剧及导演的话题贡献度走高，反腐小说受热捧

陆毅作为主演仍然是话题担当，但“达康书记”的爆红程度让人咋舌。此外，作为“中国政治小说第一人”的编剧周梅森，在该剧开播前就备受关注，话题围绕解说反腐类小说、分析剧中人物、评价主要演员表现等，在“被指抹黑警察”、全部内容遭盗版泄露等事件中，及时发声，成为网络媒体报道的焦点。

电视剧《人民的名义》主创及主要演员对电视剧的话题贡献度



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

周梅森网媒报道词云图



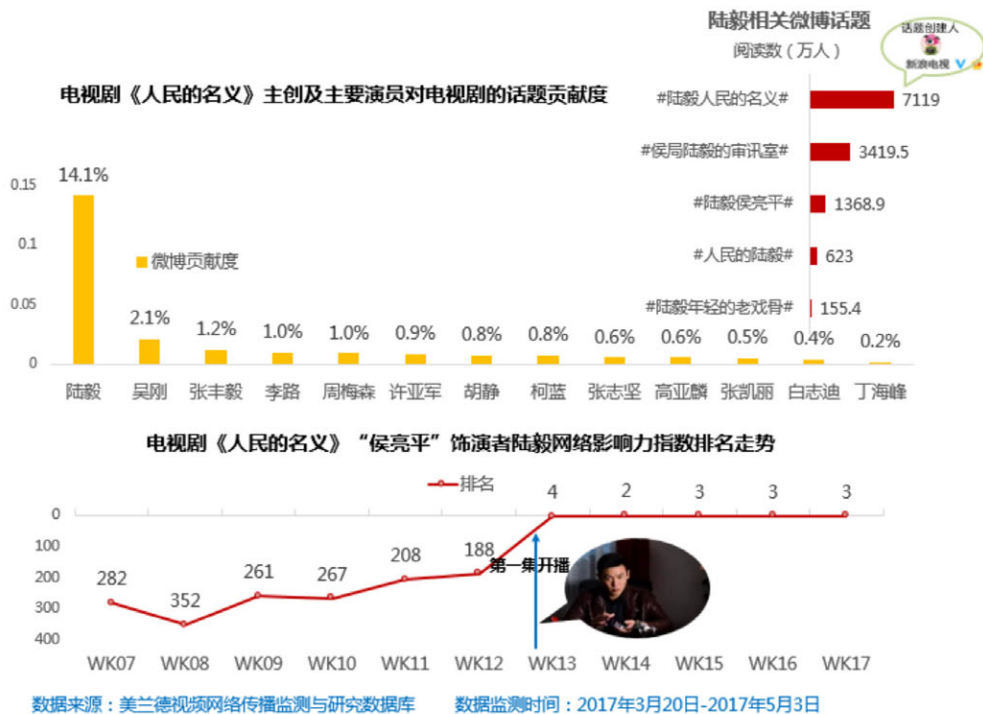
作家、编剧周梅森：《人民的名义》大热来自现实反腐打下的人心基础。

新浪娱乐：周梅森等一批反腐小说：《中国制造》《绝对权力》《至高利益》《国家公诉》《我主沉浮》等目前均处于脱销状态。

美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

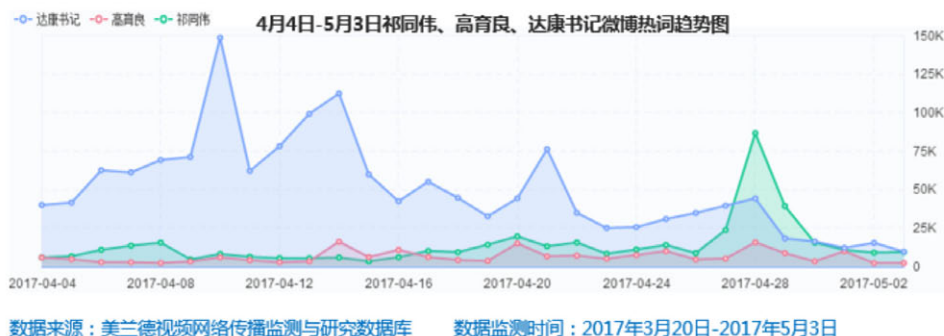
社交平台热议话题侧重偶像人气演员，陆毅领衔微博贡献度

《人民的名义》正面人物“侯亮平”饰演者陆毅的网络人气，自电视剧开播就稳居榜单前五，尤其在社交平台引发追捧与热议。电视剧播出期间，陆毅发布相关博文超过40条，累积转发数超过15万人次，评论量20万人次，点赞量超过206万次，“一身正气”、“无畏”、“帅”、“演技好”是网友对陆毅的主要评价关键词。



剧目收官前后传播热度不减，反派人物引争议成微博热搜对象

《人民的名义》对反派角色刻画相当成功，将高育良、祁同伟等人的复杂性格，以及为环境所迫逐渐丧失良知的过程展现的淋漓尽致，反派角色最终悲惨的结局也引起不少网友的感慨，同时也引发了社会对于高育良代表的学者派官员以及祁同伟代表的寒门子弟的关注。伴随该剧在4月28日剧目收官，“高育良”“祁同伟”两个关键词的在百度指数及微指数热词趋势图中均有走高趋势，成为剧目收官前后颇受关注的角色。



三、《人民的名义》爆红背景与传播路径

玄幻/言情类电视剧长期霸屏，反腐题材剧《人民的名义》开播受关注

2015年至2017年第一季度，电视剧以古装类为主，玄幻、仙侠、历史人物演绎题材剧持续霸屏，当代都市剧则多以情感、职场类为主。《人民的名义》作为当代检察反腐题材电视剧，聚集白志迪、侯勇、吴刚、张丰毅等众多老戏骨，在小鲜肉剧霸屏时期刮起一阵“清流”。

2016年全年首播剧TOP10



2017年《人民的名义》开播前首播剧TOP10



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

反腐题材、老戏骨云集、反映社会问题成为《人民的名义》的内容优势

当代检察反腐题材电视剧《人民的名义》以反腐题材吸引网媒关注，集结张丰毅、侯勇、吴刚、白志迪等老戏骨，其精湛演技率先吸引众人眼球，体制内各级关系、贫寒子弟晋升、上访窗口等社会问题不断引发网友讨论。



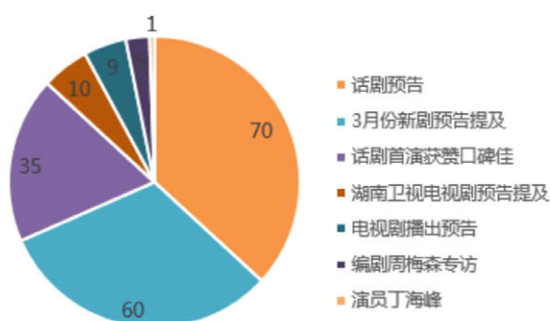
数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

两会期间话剧版《人民的名义》收获绝佳口碑，获重点媒体关注

3月1至15日,以话剧《人民的名义》预告及首播效果、新剧预告、湖南卫视电视剧战略三个方面的报道为主。从网媒关注度看,与话剧相关的文章有105条,话剧首播超高口碑为电视剧播出,确保质量一关。新华网、光明网、新京报、北青网等重点媒体对话剧关注最多,而新浪、搜狐等梳理3月份新剧开播信息时,多提及电视剧《人民的名义》。

3月上旬《人民的名义》相关报道(条):话剧首演积累好口碑



3月上旬相关报道文章来源:中央级重点媒体关注话剧,门户网站推新剧预告



数据来源:美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间:2017年3月20日-2017年5月3日

地方平面媒体率先报道电视剧播出信息,反腐题材和老戏骨是焦点

3月16日-27日,电视剧《人民的名义》开播前,地方级平面媒体率先报道了电视剧播出信息,后续引发新华网、人民网、光明日报、新京报等中央级媒体的关注,法制晚报等行业媒体也参与报道。开播前老戏骨阵容、反腐题材、编剧及陆毅话题多。

2017年3月开播前地方级平面媒体预告报道TOP15



数据来源:美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间:2017年3月20日-2017年5月3日

多平台齐发力确保高影响力，亮点突出宣传到位助推舆论好评

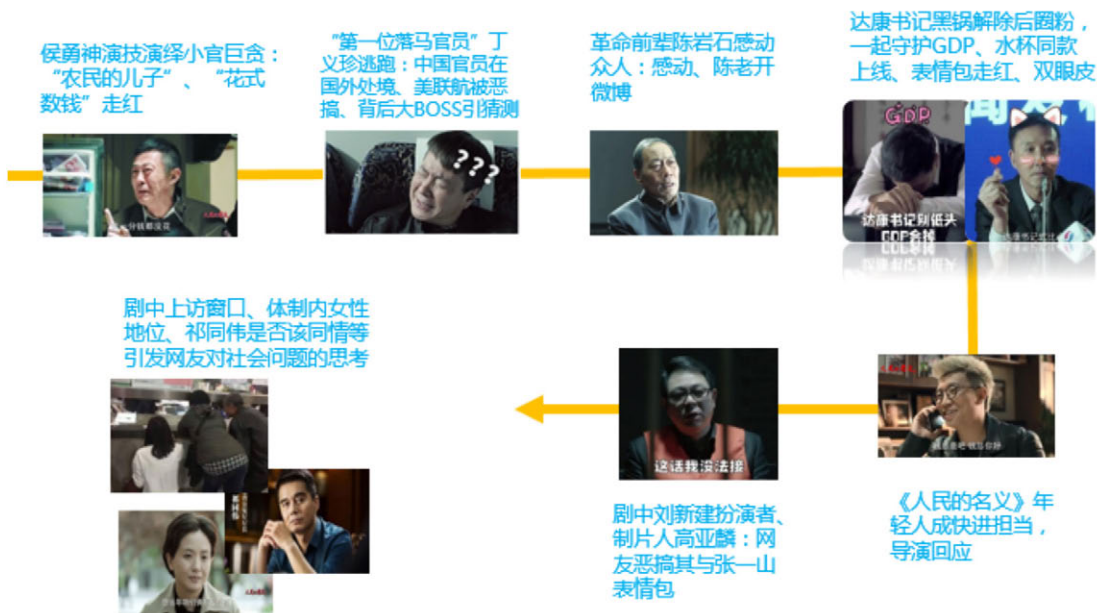
《人民的名义》深受网友青睐，一方面因为其反腐的题材，精良的制作和精湛的演技，另一方面也得益于全方位的宣传，各渠道共同发力，既以跌宕起伏的剧情吸引受众，又以精耕细作、好演技折服网友。



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

开播后剧情评论和演技成为话题主线，花式互动吸引网民参与

《人民的名义》开播后，剧情评论和演技成为话题主线，如开播之初侯勇神演技演绎小官巨贪“农民的儿子”，成功带动一系列相关文章报道和用户讨论。“第一位落马官员”丁义珍，革命前辈陈岩石，剧中刘新建扮演者、制片人高亚麟等人物均成功带动了网友的讨论热潮和花式互动。



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日

借助灵魂人物表情包、动图、“恶搞”等多形式宣推，助其走红网络

《人民的名义》在网络上爆红，很大程度上得益于宣推方式的多样化和接地气，其中以“达康书记”为代表的灵魂人物表情包、动图最受欢迎，“鬼畜”片段“达康书记激情演唱 GDP 之歌”也风靡网络。此外，“汉东 boys”，祁同伟 + 程度组成的“维度”CP 等也戳中网友萌点。提前剧透、精彩片段及时切分上传，引导观众参与剧情猜测等宣传手段也功不可没。



网友发挥娱乐精神制造话题，二次传播助推剧目影响力扩大

网友对《人民的名义》的喜爱，不仅体现在讨论热潮和收看热潮外，还积极发挥娱乐精神和互动精神，制造话题挖掘看点，在很大程度上促进了剧目的二次传播，大大提升了网络影响力。



以时代特色为根基打造大剧多面性，深度覆盖全年龄层受众

电视剧《人民的名义》不仅吸引了70后、60后这些年纪偏大的电视屏早期观众，更吸引了80、90、00后的网生代，创造性地实现了全年龄段的刷屏效果。作为少有的严肃政治类题材、主旋律电视剧，本剧扎根于现实，紧跟时代特色，结合年轻群体文化语境，不但具备关照现实的深度和不落俗套的批判力度，更善于顺应当下网络传播趋势，发酵出极高的网络传播热度。



数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库

数据监测时间：2017年3月20日-2017年5月3日



“新内容 新模式 新机遇” 媒体融合背景下的电视视频生态创新



2017年1月5日，中央宣传部刘奇葆部长在推进媒体深度融合工作座谈会上强调要坚定不移推进传统媒体和新兴媒体深度融合。在中央政策高度重视的同时，云计算与大数据技术、智能终端与互联网电视、未来新视听技术等的高速发展亦推动着媒体融合进入新阶段，媒体的高度融合催生了电视视频生态创新。

一方面，技术红利对传播渠道的变革令客厅收视市场向大屏化、高清化、互动化、智能化的趋势发展，另一方面，传播渠道的智能化发展为内容打造提出更多的要求，也带来了全新的机遇。媒体机构创造的PGC加上用户创造的UGC内容共同构建出视频内容新生态。面对快速迭代与变革的融合环境，电视媒体、广电有线运营商、内容运营商、视频网站、节目制作方、广告商等各方将如何抓住机遇，创造现象级内容，打造新商业模式，布局强大视频生态版图。

2017年，美兰德再度携手上海电视节，聚焦媒体深度融合背景下的电视视频生态创新，从电视覆盖通路升级到客厅市场内容运营再到视频生态创新，从内容生态布局到新现象级节目打造再到商业模式创新，用大数据撬动渠道升级与内容创新的双轮引擎，助力电视视频生态版图打造。

主办单位：第二十三届上海电视节组委会
北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
会议时间：2017年6月12日-6月14日
地 点：上海·上海宾馆 & 上海展览中心

会议亮点

融合升级 坐标盛会

- 再度携手上海电视节，专业论道与国际舞台再度联手席卷，打造媒体融合坐标盛会；

渠道&内容 双峰务实

- 渠道篇与内容篇双峰论道，家庭客厅市场谁主沉浮？新现象级内容如何打造？标杆大佬，实战分享；

大咖云集 热点把脉

- 大咖覆盖电视媒体、广电有线运营商、内容运营商、视频网站、节目制作方等，群英荟萃，把脉行业趋势；

深度洞察 重磅发布

- 《2017中国电视媒体融合发展报告》、电视媒体融合传播指数、2017最全面的网络人气榜单等重磅发布；

数享价值 生态打造

- 大数据打通渠道与内容的任督二脉，模糊产业边界，推动产业升级，助力电视媒体视频生态创新；

平台升级 定制加码

- 蓝鹰视频大数据平台V2.0、蓝鹰平台（移动版）全新发布，此外定制化服务功能全面升级，等你来探索；

时间	时间	内容
6月12日	08:30-22:00	会议报到及入住办理
6月13日	高峰论坛(上)：融合传播背景下的覆盖升级与媒体运营创新	
	09:00-09:55	打造有线无线卫星融合覆盖网&IPTV 发展与运营
	09:55-10:35	圆桌论坛：媒体融合视角下的覆盖传播新思维
	10:35-11:05	国家主管部门专家解读电视媒体融合新政策
	11:05-11:45	圆桌论坛：媒体融合视角下的节目内容创新
	高峰论坛(下)-白玉兰主论坛： 新内容 新模式 新机遇—媒体融合背景下的电视视频生态创新	
	14:00-14:15	国家主管部门或者协会领导致辞
	14:15-14:30	知名学者从前沿趋势的角度解读媒体融合趋势及未来可能
	14:30-14:45	媒体融合背景下的电视视频生态创新&媒体融合传播指数发布
	14:45-15:00	中国媒体融合传播发展报告发布 视频融合传播白皮书与综艺节目市场研究报告发布
	15:00-15:15	蓝鹰视频大数据平台 V2.0 全新发布
15:15-15:45	知名电视频道分享电视媒体视频生态创新	
15:45-16:15	知名视频网站分享大视频时代下互联网端视频内容传播生态打造	
16:15-17:00	圆桌论坛：台网融合的内容创新机遇	
	20:00-22:00	上海电视节开幕酒会（上海大剧院8楼望星空宴会厅）
6月14日	08:30-17:30	与会代表返程

《人民的名义》：成功三秘诀



李学政

中央军委后勤保障部金盾影视中心主任；《人民的名义》总发行人和总监制、王文革的扮演者

2017年，作为反腐类现实题材电视剧的破冰之作，《人民的名义》获得了超高的收视率和观众认可度，成为本年度的现象级作品。

一、《人民的名义》成功的三个“秘诀”

李学政主任认为，该剧的成功不仅是编剧周梅森的天赋、剧组主创团队的强悍，还有重要的三大“秘诀”：

一是以习近平同志为核心的党中央的反腐决心和反腐成果，

这是反腐题材剧《人民的名义》获得成功的关键因素。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央以自我革命、刀刃向内的精神，以刮骨疗毒、壮士断腕的政治勇气，奏响全面从严治党的时代强音。各类媒体反腐报道力度空前，但荧屏、影视尚未有一

部艺术作品来反映当前成果。影视文艺工作者必须要有担当精神，生产反映中央这一重大战略部署的重大影视作品。《人民的名义》就是在这一背景下推出的作品，响应了中央的号召，反映了时代的呼声。



三是主创团队、播出机构、管理部门勇于担当，具有强烈的责任感与使命感。编剧周梅森老师创作力度空前，深入当地相关部门调研和实地创作，撰写出《人民的名义》剧本。湖南卫视派出第三批人到剧组阅片，并及时与该

剧出品人沟通，最终“抢”到本片的播放权。“通过《人民的名义》这部电视剧，我们要充分相信艺术家有足够的政治修养和艺术水准，要充分相信业务管理部门有足够的政治觉悟和把关能力。”

二是优质影视剧需引领观众感染观众，而不能一味迎合市场。习近平总书记在文艺工作座谈会上强调，文艺不能当市场的奴隶，不要沾满了铜臭气。优秀的文艺作品，最好是既能在思想上、艺术上取得成功，又能在市场上受到欢迎。《人民的名义》这部剧的成功，体现了其在思想、艺术、市场的多重价值，有力地打破了当前部分影视创作者迎合观众、迎合市场，创作低质量影视作品等导向问题，真正做到了用社会主义核心价值观、以正确导向与正能量激发观众、引领观众、感染观众。



二、《人民的名义》的三个“前所未有”



群是党员干部、精英阶层以及45岁以上的人群。但播出后，实践证明《人民的名义》受众群呈现年龄段全覆盖。该剧在青年群体中受到追捧令主创团队意外，过去我们低估了年轻人的内涵与素养。其实，我们的青年群体有担当、有爱国心，他们关注社会现实，并希望这个社会干净、公平、正义，因为该群体正面临着就业、家庭的组建、未来的发展，腐败影响最大的其实是年轻人。

三是社会影响力之大前所未有。《人民的名义》以一种“无形的力量”推动着社会发展，其对中国的文化影响、政治效率、旅游业等各方面的影响力前所未有。例如，随着《人民的名义》持续火爆，多地爆出并整改“丁义珍式窗口”；蔡成功关于民营企业难以获得银行贷款的台词，刺激银行业紧急制定规则，规范民营企业贷款方式；南京市多个拍摄地和取景地成为旅游热点，大量观众慕名前往留影。

一是该剧收视率及媒体关注度之高前所未有。收视率数据方面，根据央视-索福瑞（CSM）公布的数据，《人民的名义》大结局单集收视率破8，市场占有率达25.66%，创下近十年来国产电视剧的收视最高纪录。

二是受众辐射面之广前所未有。创作初期，剧组预估的观众



三、解决主旋律影视剧产业化发展的三个问题

过去，人们习惯将主旋律影视剧定位为“教育片”，部分主旋律作品存在说教味较浓的问题。但作为一部弘扬社会主义核心价值观的主旋律作品，《人民的名义》打破了观众的固有印象，拥有极高的观剧忠诚度，是一部实现社会效益和经济效益双丰收

的优秀主旋律作品。主旋律影视剧要实现产业化市场化发展，需要解决三个方面的问题：

一是相关管理部门需更具政策自信。管理部门要对现实主义题材给予政策支持，类似《人民的名义》等反映社会现实的优秀

影视作品，要让其顺利“出生”；对现实类题材创作者给予扶持，让其更好发挥艺术想象力，这样能够更加强有力推动我国文化事业发展。

二是积极扶持并培育现实题材剧创作者。应对文艺创作者尤

其是编剧进行更多针对现实主义题材的培训与扶持,更好地促进影视行业发展。对社会做出贡献的优秀文艺创作者,要多加鼓励和奖励。同时,要避免部分影视类型成功后创作方面的“跟风现象”,应培养更多创新意识、有

胆量、有担当的文艺创作者。

三是文艺工作者要积极创作现实题材类型影视剧。《人民的名义》用真实的情节反映出多阶层多领域的社会现实问题,

受到观众的喜爱和依赖。从行业发展来说,当前荧屏中现实题材影视作品较少,仅占总量的40%,且其中绝大多数是都市励志剧,避免触碰社会现实。文艺工作者应深入体验生活,发现社会现实。

四、以《人民的名义》打击盗版抵制收视造假

从4月12日晚播出开始,《人民的名义》就在网络上被广泛盗版传播。盗版虽未影响该剧收视率,但影响了网络播放增长量级,也在国际上影响了中国保护知识产权的形象。该剧中王文革是富有正义感和维权精神的工

人代表,剧组任命其扮演者李学政为《人民的名义》剧组盗版行动小组组长,努力做到“将盗版集团终结在《人民的名义》盗版之内”。目前,该剧全集泄露和盗版一案已由警方以窃取商业机

密、侵犯著作权等罪名立案,并已初步锁定目标范围。同时,剧组也坚决抵制数据造假等不良行为,坚持该剧各项数据的公正真实。

(本文摘自国家广电智库)



《人民的名义》：掀起新潮的反腐大剧



胡智锋

北京师范大学艺术与传媒学院院长，“长江学者”特聘教授

55集电视剧《人民的名义》是由最高人民检察院影视中心发起并主导创作的一部反映当代检察战线反贪腐斗争的作品。该剧以检察官侯亮平的调查行动为主线，以错综复杂的官场关系和贯穿始终的“一一六”事件为辅线，讲述了以工厂拆迁、企业经济纠纷暴露的一桩特大贪污腐败案件为切入点，通过对被卷进的各个层级的官员斗争的跟踪调查，将一连串的利益集团一网打尽的故事。

该剧由曾创作过《忠诚》《绝对权力》《国家公诉》等一系列经典的著名编剧周梅森执笔，国家一级导演李路执导，汇集了众多超强卡司和老戏骨。仅播出几集，已被观众断言“可能是今年看到最好的一部电视剧。”

反腐题材剧迎回暖 抨击力度再进阶

反腐题材电视剧对社会一直有其不可替代的积极意义。通过电视剧中对社会丑恶事件的正面抨击，揭露腐败对国家与社会的恶劣影响，进一步将法治观念送入民心，推进相关法律和政策的推广落实。另一方面，反腐题材电视剧中司法机关与腐败分子二元对立的结构设计，以及最终惩恶扬善的结局设定，也弘扬了邪不压正的先风正气，坚定了民众对社会民主法治和社会清明的信心。从某种程度上来说，反腐题材电视剧中对腐败问题的严肃查处也对社会生活中心怀不轨的人

产生了一定的震慑作用。

1995年11月10日，最高人民检察院反贪污贿赂总局正式成立。1996年第一部正面描写反腐败工作的反腐题材电视剧《苍天在上》随即在全国播出，正面揭露腐败问题的同时吹响了反腐斗争的号角。在随后的几年中，先后出现了一批如《大雪无痕》、《绝对权力》等为人民代言、振聋发聩的醒世之作。

2004年，广电总局对于涉案反腐题材电视剧进行控制，明

确表示“涉案反腐题材的作品都不建议在黄金时段播出”，直接导致反腐题材电视剧由盛转衰，进入漫长的伏蛰期。

随着十八大后反腐工作的大力推进，反腐剧也迎来“解禁”，去年就有7部与反腐有关的电视剧在广电总局立项。《人民的名义》作为本轮反腐剧“回暖潮”后第一个立项的电视剧，紧跟时代发展，突出反映当下社会腐败问题的新形势和新问题，推进国家相关政策的推广和落实。



在新形势下，反腐败斗争以及职务犯罪预防工作较之以往也都有着自身的变化。腐败问题的复杂性、反腐败工作的严峻性、预防职务犯罪工作的必要性等相关问题都应该成为新形势下反腐题材电视剧的描写内容。在《人民的名义》中，反面角色的层级第一次突破到了副国级，是国内首部反映副国级贪腐问题的电视剧，也因此，《人民的名义》也被称为史上反腐力度最大的一部电视剧。

除“大BOSS”外，剧中一个大省的“半壁江山”也几乎全部沦陷：从老书记、接班者、政法委书记、公安厅厅长到法院副院长、大型国企老总、省会城市副市长，全是腐败分子。导演、制片人李路表示：“本剧的力度、布局之大，是前所未有的。电视剧能拍到这个尺度，是国家反腐力度使然”。



脱离低级趣味 痛斥丑恶人性

该剧编剧周梅森是当代中国最著名的政治小说家之一，擅长以磅礴的气势和犀利的笔触勾勒出一幕幕惊心动魄的“官场现形记”。《人民的名义》并非源自他的艺术幻想，而是源于他多年对官场文化、权力运作和政治生态的所见、所思、所悟。这其中既包括他出任市政府秘书长的一段独特经历，也涵盖他与其他政府官员的多年密切交往。一手的资料加上其对人性敏锐的洞察和

刻画，成就了脱离低级趣味的新时代反腐大剧。

回望2004年反腐题材电视剧的衰落，与电视剧市场对商业利益的大肆追求脱不了干系。上世纪90代中国电视剧产业开始的直播分离，使得电视剧成为最早实现市场化的艺术形式，为最大程度吸引受众，暴力、色情等娱乐元素过分充斥于反腐题材电视剧之内，“臃肿”等巨大的感

官刺激取代反腐斗争成为吸引观众的噱头。这些作品在给社会造成消极影响的同时，也在损害着反腐题材电视剧的健康发展。

《人民的名义》完美抵制利益驱动追求，规避色情、暴力等娱乐元素，不将腐败现象作为噱头，而是把重点放在抨击腐败行为上。在侯勇扮演的赵德汉被查出2点多亿赃款时，他有一段所谓“真情独白”，哭诉自己是

| 行业洞察 / View

农民的儿子，收到赃款每天都提心吊胆，一分都不敢花。按照以往反腐剧的套路，剧情可能就此结束，而《人民的名义》并没有简单地把软弱和贪婪归结为人性的必然，而是猛烈抨击“中国农民这么倒霉，有你这么个坏儿子”“你这是丧心病狂症”等，以昂扬的文化价值警醒社会，引发观众的思考，进而促进整个社会环境的改善。

在观众正被大贪官丁义珍成功出逃美国时洋洋得意的小人姿态气得牙痒痒时，镜头一转，我



们就看到他住在美国破旧的宾馆里，被小混混欺负地只能去夜总会刷盘子。日子非但不如我们想

的如意，反而尽显落魄。这不仅向观众真实展现了大部分逃往国外的贪官的窘迫百态，也对在位政府官员有着一定的警示作用。

摆脱刑侦外壳 探寻腐败根源

反腐题材电视剧的艺术魅力在于直面生活之中的阴暗面，以正义力量与腐败势力的抗争启迪民众，从而唤醒社会正气。反腐剧所蕴含的文化内涵不应该是刑侦剧中的智力游戏，而是贴近社会的现实关照和对邪不压正等信念的传递。

《人民的名义》脱离了涉案反腐的刑侦模式，立足行业与职务本身，探寻腐败的形成根源与遏制之途。编剧突破原有的坏人只写到副省级反腐轻描淡写的创作模式，把反腐的斗争推向深处，加强对人性反思的描写，聚焦贪腐者和反贪者之间的情感纠结和人格较量。同时关注腐败现象滋生的环境，以及在这种环境之下的人性蜕变，进而探讨腐败的形成根源与防范机制。



(本文摘自影视产业观察专栏文章)



《人民的名义》收视创纪录？

CSM 多维度数据为你独家解密

《人民的名义》首播平均收视率 3.66%，市场份额 11.53%，全国地区观众规模累计达到 4.71 亿，以绝对实力碾压同期剧目，位列电视剧排行榜首，成为 2017 年开春伊始唯一一部收视率突破 3% 的最重磅大剧。

多维度数据突显《人民的名义》高收视

CSM52 城数据显示，《人民的名义》首播平均收视率 3.66%，市场份额 11.53%；单日（2017 年 4 月 27 日）最高收视率 6.69%，市场份额 21.25%；单集（第 49 集）最高收视率 7.3%，市场份额 23%。以绝对实力碾压同期剧目，位列电视剧排行榜首，成为 2017 年开春伊始唯一一部收视率突破 3% 的最重磅大剧。同时，该剧在 CSM52 城首播观众规模累计达到 7957.3 万，在 2.16 亿电视人口中到达 36.8%；在全国地区观众规模累计达到 4.71 亿，在 12.84 亿电视观众中到达率 36.7%。这表明无论核心城市还是全国地区，都有超过三分之一的观众收看此剧，这在电视剧荧屏播出史上，亦绝对是“现象级”大剧。



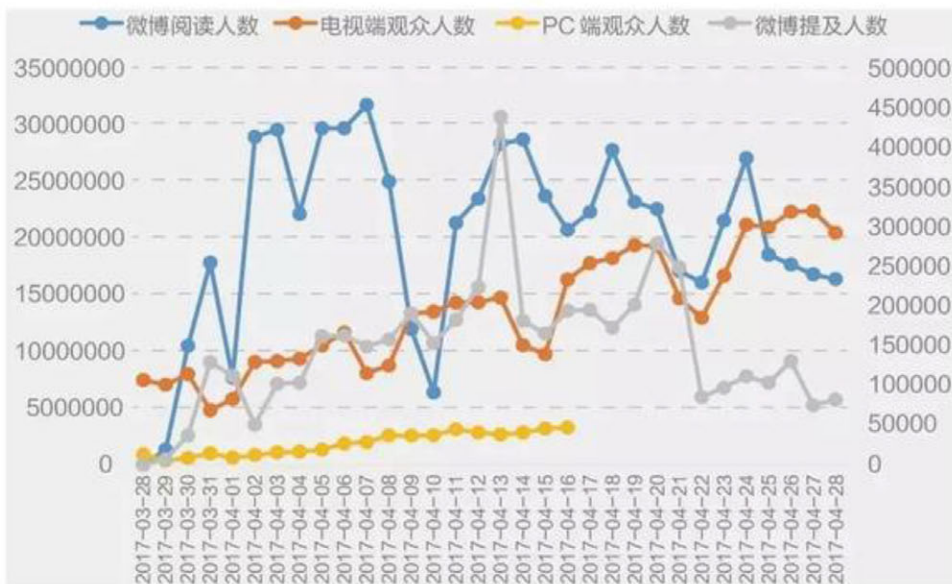
CSM15 城时移收视数据显示，《人民的名义》播出后 7 天内观众通过电视机点播或回看功能收视的时移收视率达到 1.46%，与首播收视比值为 39.38%，已经占据首播收视的近四成。

电视端收视整体良好，时移收视呈波动走势

在信息爆炸的当下，能成功吸引全社会注意力资源的节目就是金矿，《人民的名义》俨然就是其中的钻石级别。CSM52城数据显示，《人民的名义》电视端收视走势整体成长性良好，单集收视率屡有惊艳突破。其中，第49集（4月26日播出，“利剑行动收网祁同伟在逃，侯亮平用智斗揭穿高小凤”）收视率破7%，达到整剧最高收视率7.3%。但不可否认，该剧也存在剧情注水的嫌疑，每集收视率走势也随着剧情拖沓有所下滑。

《人民的名义》的时移收视率前半部呈稳步增长的趋势，随后出现规律性波动，但整体还是维持在1%以上的范围。时移收视率波动性走势凸显出时移收视行为更为灵活、自主、自由，对剧集选择性更大。剧情吸引力不足，观众就会严重流失，而情节加快，有所突破，观众随之而来。

电视剧《人民的名义》用户规模分天走势



(电视端、微博日期2017/3/28-4/28，微博为当天18:00-次日18:00；PC端为2017/3/28-4/16)

数据来源：CSM媒介研究与微博，comScore

收视中国

电视端以女性观众为主，时移观众更为年轻化

不同的渠道，《人民的名义》的观众特征也存在不同点。性别结构来看，不同渠道接触的男女结构有较大差异。电视端的重度观众仍以女性为主占53.1%，符合湖南卫视一贯的频道定位；时移则以男性观众为主。

年龄结构来看，该剧电视端和时移的观众主要以“80后”、“50后”、“60后”为主。电视端以55岁及以上观众比例最高占27.7%，而时移数据以25-34岁年轻观众比例最高占25.2%。

学历结构来看，高学历者成为该剧的重度观众。“大学及以上”观众在电视端占比35.6%，时移数据占比48.1%。

(本文摘自收视中国)

一、2017年4月省级卫视在全国各级有线电视公共网入网状况

2017年4月省级卫视全国各级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	全国入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 浙江卫视	2344	100.00
安徽卫视	2339	99.79
广东卫视	2338	99.74
天津卫视	2334	99.57
贵州卫视	2328	99.32

2017年4月省级卫视全国省、市级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	省、市级网络入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
安徽卫视 / 北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 天津卫视 / 西藏卫视 / 浙江卫视	353	100.00
广东卫视	352	99.72
四川卫视	350	99.15
深圳卫视	349	98.87
贵州卫视 / 湖北卫视	348	98.58

2017年4月省级卫视全国区县级有线电视公共网入网数及入网率 (TOP5)

频道名称	区县级网络入网状况	
	入网数 (个)	入网率 (%)
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 浙江卫视	1991	100.00
安徽卫视 / 广东卫视	1986	99.75
天津卫视	1981	99.50
贵州卫视	1980	99.45
四川卫视	1973	99.10

2017年4月省级卫视71大中城市各级有线电视公共网入网数及入网率(TOP5)

频道名称	入网数(个)	入网率(%)
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 浙江卫视	517	100.00
安徽卫视 / 广东卫视 / 江西卫视 / 深圳卫视 / 天津卫视	516	99.81
贵州卫视 / 河南卫视	515	99.61
西藏卫视	514	99.42
湖北卫视 / 四川卫视 / 新疆卫视	513	99.23

2017年4月省级卫视36重点城市各级有线电视公共网入网数及入网率(TOP5)

频道名称	入网数(个)	入网率(%)
北京卫视 / 东方卫视 / 贵州卫视 / 河南卫视 / 湖北卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 天津卫视 / 西藏卫视 / 浙江卫视	247	100.00
安徽卫视 / 广东卫视 / 江西卫视 / 深圳卫视	246	99.60
辽宁卫视 / 四川卫视 / 新疆卫视	245	99.19
重庆卫视	244	98.79
河北卫视 / 黑龙江卫视	243	98.38

数据说明一：

以上数据均来自于北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司(CMMR)2017年4月进行的“电视频道全国各级有线电视公共网入网状况月度监测”，监测每月进行一次，调研对象为全国各级有线电视公共网终端电视用户，采用固定样本组的方法，通过样本户回寄的收视费缴纳收据复印件等方式判定其是否为该有线网络用户。本刊刊登的频道入网数据的统计汇总以用户数更多的主网网络状况为准，如某网络公司数字用户多于模拟用户时，在调查中以该网络数字信号作为主网进行调查，统计汇总时则以是否入该有线网络数字网为准来进行统计。本次调查的网络对象主要针对省、市、县级有线电视公共网，农网和乡镇网等未纳入调查范围。

数据说明二：

西藏地区目前仅调查省网和拉萨市网，故地级行政单位数缺6，县级行政单位数缺74；省级是指全国27个省及4个直辖市；地级包括27个省会城市、5个计划单列市和296个一般地级市；银川市、海口市地级网络分公司已取消，统一由省级网络公司负责。根据目前的行政区划，全国总网络数为2344个，71大中城市总网络数为517个，36重点城市总网络数为247个。

了解更多详情请登陆 www.cmmrmedia.com。

二、美兰德： 2017年4月在播综艺栏目网络影响力排行榜



4月，第二季度荧屏综艺之战如期而至，新老交替持续上演，各类型各题材综艺陆续上档：《跨界歌王》《金曲捞》《我想和你唱》《歌声的翅膀》等一大波音乐综艺热力来袭应接不暇，《奔跑吧》《花儿与少年》两档综N代户外真人秀全新起航挥洒青春，《笑声传奇》《诗书中华》《减出我人生》则分别在喜剧、文化和健身等题材上另辟蹊径。

音乐类节目在综艺版图中一

直占据重要位置，各大卫视也孜孜不倦地在音乐综艺上挖掘和开发更多的可能性，而在二季度伊始接连开播的《跨界歌王》《金曲捞》《我想和你唱》《歌声的翅膀》四档音乐类综艺更加充分证明了这一点。

作为两档已经走到了第二季的综2代，《跨界歌王》和《我想和你唱》分别延续“跨界”风和“星素合唱”风，赛制升级，

经典同台，前者以205万余条微博提及量和2976条网媒关注度分列第三和第六，后者则凭借首期节目收获近28.8万条微博提及量入围榜单TOP20。“为情怀发声”的《金曲捞》和少儿音乐节目《歌声的翅膀》致力原创，打捞金曲遗珠，寻找天籁童声，分别收获768条网媒关注度和15.2万余条微博提及量跻身前二十。

美兰德： 2017年4月在播综艺栏目网络影响力排行榜

2017年4月在播综艺栏目网媒关注度监测数据 TOP20

排名	综艺栏目	播出卫视	14周	15周	16周	17周	总计(条)
1	歌手	湖南卫视	2265	5365	2639	1730	11999
2	朗读者	CCTV-1 综合; CCTV-3 综艺	1162	1729	1904	1492	6287
3	奔跑吧	浙江卫视	—	740	1937	2608	5285
4	快乐大本营	湖南卫视	866	1124	927	1920	4837
5	高能少年团	浙江卫视	1145	1170	989	1071	4375
6	跨界歌王	北京卫视	—	1174	1017	785	2976
7	花儿与少年	湖南卫视	—	—	850	1706	2556
8	向往的生活	湖南卫视	652	1070	417	272	2411
9	欢乐喜剧人第三季	东方卫视	635	770	263	408	2076
10	最强大脑	江苏卫视	716	611	304	290	1921
11	天天向上	湖南卫视	394	504	312	481	1691
12	王牌对王牌	浙江卫视	668	504	197	184	1553
13	非诚勿扰	江苏卫视	501	484	260	252	1497
14	见字如面	黑龙江卫视	262	446	356	200	1264
15	笑傲江湖	东方卫视	402	159	227	112	900
16	笑声传奇	东方卫视	—	177	326	344	847
17	金曲捞	江苏卫视	—	105	299	364	768
18	金星秀	东方卫视	114	116	237	286	753
19	跨界冰雪王	北京卫视	261	336	77	71	745
20	诗书中华	东方卫视	—	236	121	363	720

数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source:2017.4.03-2017.4.30©CMMR Co.Lt

注：1、“—”表示未播未监”

改头换面的《奔跑吧》和“冒险”启程的《花儿与少年3》两档综 N 代户外真人秀也加入二季度综艺混战。走到第五季的跑男团加入新成员，鹿晗、迪丽热巴成为新晋 CP 话题不断，王牌季播综艺彰显强大流量号召力，播出不到一个月即收获 22.35 亿余次视频点击量和 5285 条网媒关注度分列第一和第三。满屏胶原蛋白的《花儿与少年3》开播后不断开启“热搜”模式，花少团成员之间的互怼日常，花式走心的节目文案，新一季花少以 118 万余条微博提及量和 2556 条网媒关注度跻身前十。

2017年4月在播综艺栏目微博提及量监测数据 TOP20

排名	综艺栏目	播出卫视	14周	15周	16周	17周	总计(条)
1	高能少年团	浙江卫视	55123945	4067637	22225148	4021238	85437968
2	王牌对王牌	浙江卫视	16768146	1250	458	636	16770490
3	跨界歌王	北京卫视	—	717799	630939	704222	2052960
4	花儿与少年	湖南卫视	—	—	641169	540289	1181458
5	向往的生活	湖南卫视	521260	491713	61123	34541	1108637
6	减出我人生	江苏卫视	—	—	378901	221782	600683
7	金曲捞	江苏卫视	—	432650	2285	1994	436929
8	歌手	湖南卫视	145119	270744	4889	2035	422787
9	跨界冰雪王	北京卫视	379930	1175	98	66	381269
10	天生是优我	浙江卫视	113310	159564	83973	4546	361393
11	二十四小时	浙江卫视	325087	2496	1817	1900	331300
12	笑声传奇	东方卫视	—	1033	139110	181671	321814
13	天天向上	湖南卫视	87061	110469	1835	112809	312174
14	我想和你唱	湖南卫视	—	—	—	287337	287337
15	快乐大本营	湖南卫视	47761	135552	2966	33988	220267
16	朗读者	CCTV-1 综合; CCTV-3 综艺	89855	114824	3546	1176	209401
17	最强大脑	江苏卫视	187375	981	812	607	189775
18	歌声的翅膀	江苏卫视	—	—	—	152056	152056
19	熟悉的味道	浙江卫视	1310	86169	928	29592	117999
20	奔跑吧	浙江卫视	—	96483	3259	15756	115498

数据来源: 美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source:2017.4.03-2017.4.30©CMMR Co.Lt

注: 1、“—”表示未播未监”

在四月综艺荧屏的新面孔中, 还能看到《笑声传奇》《诗书中华》《减出我人生》这三档不同类型节目的身影。《笑声传奇》将星素竞技延续到喜剧舞台, 新锐笑匠挑战传奇笑匠, 以 2.08 亿余次视频点击量位列第十。以“诗入寻常百姓家”为核心思想的文化类综艺《诗书中华》削弱了节目的竞技感, 强调“以文会友”的参与感, 收获 720 条网媒关注度进军 TOP20。励志减肥综艺《减出我人生》第二季传承科学减重理念, 明星教练走进训练营传授健身经验, 播出首月以 60 万余条微博提及量位列第六。

2017年4月在播综艺栏目视频点击量监测数据 TOP20

排名	综艺栏目	播出卫视	14周	15周	16周	17周	总计(亿次)
1	奔跑吧	浙江卫视	—	6.74	7.05	8.56	22.35
2	王牌对王牌	浙江卫视	5.48	3.15	1.65	1.11	11.39
3	歌手	湖南卫视	2.19	2.07	1.82	1.01	7.09
4	欢乐喜剧人第三季	东方卫视	1.49	2.07	0.62	0.38	4.55
5	向往的生活	湖南卫视	1.50	1.53	1.19	0.19	4.42
6	高能少年团	浙江卫视	1.05	0.91	0.67	1.14	3.77
7	神奇的孩子	湖南卫视	0.44	0.79	0.99	0.20	2.42
8	快乐大本营	湖南卫视	0.57	0.60	0.56	0.52	2.24
9	爱情保卫战	天津卫视	0.54	0.58	0.45	0.61	2.19
10	笑声传奇	东方卫视	—	0.14	0.96	0.98	2.08
11	花儿与少年	湖南卫视	—	—	0.09	1.83	1.92
12	跨界歌王	北京卫视	—	0.17	0.76	0.77	1.70
13	二十四小时	浙江卫视	1.22	0.16	0.06	0.04	1.48
14	最强大脑	江苏卫视	0.52	0.26	0.08	0.05	0.92
15	非诚勿扰	江苏卫视	0.26	0.23	0.19	0.15	0.83
16	耳畔中国	安徽卫视	0.24	0.26	0.18	0.03	0.70
17	天天向上	湖南卫视	0.10	0.18	0.17	0.16	0.62
18	熟悉的味道	浙江卫视	0.13	0.08	0.18	0.19	0.58
19	金星秀	东方卫视	0.3	0.13	0.10	0.11	0.76
20	高能少年团	浙江卫视	—	—	—	—	0.73

数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source:2017.4.03-2017.4.30©CMMR Co.Lt

注：1、“—”表示未播未监”

综观第二季度首月的综艺市场，音乐综艺无疑以绝对优势瓜分了相当一部分注意力和流量，这是否意味着音乐风潮将席卷荧屏？在这些音乐节目中又是否会诞生新的爆款节目？战火仍在蔓延，胜负必将揭晓。

| 数说新闻 / News

财政部继续免征有线电视增值税

4月28日,财政部与税务总局联合发布《关于继续执行有线电视收视费增值税政策的通知》,明确2017年1月1日至2019年12月31日,对广播电视运营服务企业收取的有线数字电视基本收

视维护费和农村有线电视基本收视费,免征增值税。该项税收优惠政策的争取落实,将减轻有线电视运营企业负担,促进有线电视行业持续健康发展。

[摘自:新华网]

**新的《互联网新闻信息服务管理规定》颁布新媒体被纳入管理范畴**

5月2日,国家互联网信息办公室发布新的《互联网新闻信息服务管理规定》,明确了互联网新闻

信息服务的许可、运行、监督检查、法律责任等,并将各类新媒体纳入管理范畴。

[摘自:人民网]

广电总局表彰2016年度广播电视创新创优节目

国家新闻出版广电总局发布了《关于表彰2016年度广播电视创新创优节目的通报》,中央人民广播电台《管党治党十六讲》等6个广播节目、中央电视台《中国诗词

大会》、北京广播电视台《传承者》、湖南广播电视台《中华文明之美》等18个电视节目被评选为“2016年度广播电视创新创优节目”。

[摘自:中国新闻出版广电报]

**第25届中国数字广播电视与网络发展年会于4月举行**

4月18日,“第16届全国互联网与音视频广播发展研讨会(NWC 2017)”暨“第25届中国数字广播电视与网络发展年会(CCNS 2017)”在湖南省长沙市隆重举办。来自全国广电系统、电信系统、报业、商业网站、宽带网络运营商、内容提供商、设备供应商等关注网上音视频技术与业务的数百名技术人员、编播人员和管理人员将齐聚长沙,共同交流媒体融合发展的技术、平台与路径,共同探讨优势互补、融合创新的发展大计,共同演绎一场高质量、高水平、高规格的行业盛会。

[摘自:新浪网]

中国电影电视技术学会城市电视台技术分会第29届年会成功召开

2017年5月9日,中国电影电视技术学会城市电视台技术分会(城市电视台技术协会)第29届年会在福建福州隆重开幕,本次会议由中国电影电视技术学会城市电视台技术分会主办,福州广播电视台承办。大会以“技术革新、王者归来”为主题,共同探讨电视台革新技术、媒体融合等热点议题,为城市台的发展做深层交流。

[摘自:搜狐]

北京市网信办就违规开展新闻信息直播，依法约谈新浪、网易、凤凰、腾讯等网站

5月8日，北京市网信办针对近期新浪、网易、凤凰、腾讯等网站屡次在互联网直播中违规提供互联网新闻信息服务，依法约谈网站相关负责人，责令网站立即停止违法行为，关停违规功能，限期整改。

〔摘自：网易〕



央视大数据科研项目通过验收，居国内领先水平

4月25日，央视自主研发的大数据技术成果及试验平台进行验收和鉴定，清华大学、北京大学、广播电视规划院和央视技术系统的专家参加科研项目验收鉴定会。中央电视台分党组成员姜文波介绍了央视大数据科研项目情况，验收鉴定委员会认真听取了项目研发报告，认为大数据科研项目达到了国内领先水平，一致同意通过验收。

〔摘自：央视网〕

福建落实三网融合政策出实招 启用IPTV天翼高清播控平台

4月21日，福建IPTV天翼高清播控平台启用仪式在中国电信福建公司举行，这是由福建广播影视集团和中国电信福建公司联合实

施的。福建IPTV天翼高清播控平台的启用是推进三网融合的重要里程碑。

〔摘自：搜狐〕

浪潮集团与福建广电网络集团共推智慧广电建设

5月7日，在首届福建广电网络用户节暨战略合作签约仪式现场，福建广电网络集团与浪潮集团签署战略合作协议，双方将在云平台、大数据、“互联网+”等层面

开展深入合作。通过加快推动云计算、大数据与广电网络的融合，打造智慧广电解决方案，共同促进行业发展。

〔摘自：美通社〕



百视通与辽宁广电战略合作，IPTV专区上线

2017年5月10日，百视通与辽宁广播电视台、中国联通辽宁分公司、广联视通新媒体有限公司共同举办发布会，宣布辽宁IPTV“百视通专区”正式上线发布。辽宁广播电视台副台长韩冰、上海东方明珠新媒体股份有限公司副总裁、百视通总裁史支焱，以及中国联通、广联视通公司相关领导出席活动。

〔摘自：中国网〕



华数传媒迈出媒体深度融合新步伐 与产业链伙伴共谋融合发展之路

2017年4月20日，DNA | AND 零边界·聚无穷新媒体运营发展论坛暨华数新媒体战略发布会在杭州召开。华数传媒广邀全国广电新媒体公司、通信运营商、知名互联网公司、终端设备厂商、内容创作团队共话大屏运营发展大势，围绕行业广泛关注的融合运营、大数据应用、精准营销、内容聚合等

话题进行深入探讨。同时，华数传媒借助新媒体事业部成立的契机，与众多合作伙伴一起联合发布了互联网大屏生态产业链的“战略合作伙伴计划”。在发布会上，华数传媒与新浪微博、乐视体育分别签署了战略合作协议，基于大屏垂直内容、用户社交应用等展开全方位业务合作和未来产业布局。



[摘自：中广互联]

百度视频持续发力短视频，与时光网达成内容合作

4月20日，百度视频宣布与中国最具影响力的电影门户网站Mtime 时光网达成战略合作，双方将强强联合，优势互补。在此次战略合作中，百度视频将为时光网提

供用户流量导入、算法分发、大数据分析以及品牌推广的支持。同时依托时光网在电影资料库方面的巨大优势，双方将共同打造影视文化领域的PGC短视频内容生态。

[摘自：凤凰网]



2017 优酷春集发布 50 部剧综新品，首提超级剧集概念

4月20日，2017 优酷春集在北京举行，此次优酷春集共发布了50部剧综新品。首次提出“超级剧集”，将从剧集的单一播出升级到全链路参与，从网台自主排播升级为跨媒体联播，实现剧集从价

值、影响力到排播效率的最大化。率先提出“超级网综”，采取“让头部更头部”和精准网综“新需求、新情绪、新圈层”的两个打法。

[摘自：中国新闻网]

阿里携手优酷启动“HAO计划” 打造全链路网络电影生态

4月18日，优酷宣布携手阿里文学、阿里影业，共同投入10亿资源，启动“HAO计划”，为网络电影内容生产者提供包含开放的平台、开放的IP、开放的资源在内的服务。在三个联合发起方中，阿里文学提供的是开放的IP，阿里影业娱乐宝则提供开放的资源，优酷则开放平台构建“自成长体系”。

[摘自：中国新闻出版广电网]

Netflix 与爱奇艺达成内容授权协议，进军中国

北京时间4月25日，美国流媒体视频服务提供商Netflix 宣布已与爱奇艺正式达成内容授权协议，Netflix 旗下剧集、动漫、纪录片、真人秀等领域的优质内容最新季有望实现双平台中美同步独家更新。爱奇艺方面特别声明，合作会严格遵守网上境外影视剧管理的有关规定。



[摘自：参考消息网]

大数据解密 电视媒体视频化生态打造

▶ 大视频时代

@ 互联网+

媒体融合

VR、AR

网剧井喷

T20发展



M 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
CMMR CHINA MAINLAND MEDIA RESEARCH CO.,LTD.

主页: www.cmmrmedia.com 新浪微博: @美兰德媒体传播策略咨询
总机: +86-10-85653636 传真: +86-10-85653022
地址: 北京市朝阳区朝外大街26号朝外MEN财贸中心A2105