

# 视·屏全接触

——《二十四小时》特别分析

2017年5月刊

# 数据说明

## 2017年3月中国视频网站数据说明

### 视频网站数据

数据来源：iResearch

iVideoTracker

监测媒体：国内15家主流视  
频网站 (含部分客户端数据)

时间：2017年3月

地域：全国

目标人群：7-60岁网民

## 2017年3月中国电视收视数据说明

### 电视收视数据

数据来源：CSM Infosys

频道组：省级上星卫视、中  
央级频道

时间：2017年3月

城市组：25省网+4直辖市

目标人群：4岁以上所有人

视频付费业务进入高速发展期，在线视频网站付费策略呈现差异化。《二十四小时》全面升级，开创连续剧集式节目模式，探索户外真人秀新方向。腾讯视频自制剧《恶魔少爷别吻我》，高甜玛丽苏剧情激荡少女心，两季播放量超18亿。

## 本期报告中，我们为您呈现：



视频付费业务进入高速发展期  
在线视频网站差异化付费策略



《二十四小时》开创连续剧集式节目模式  
探索户外真人秀新方向



《恶魔少爷别吻我》  
高甜玛丽苏剧情激荡少女心

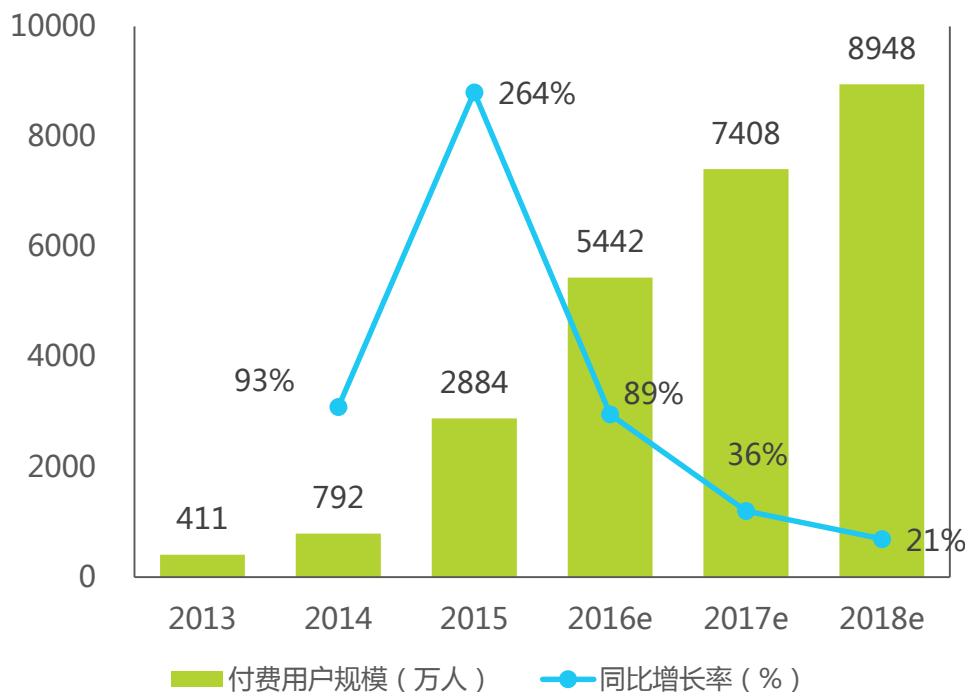
# 在线视频付费规模

## 付费用户不断增长，视频行业营收迎来结构调整

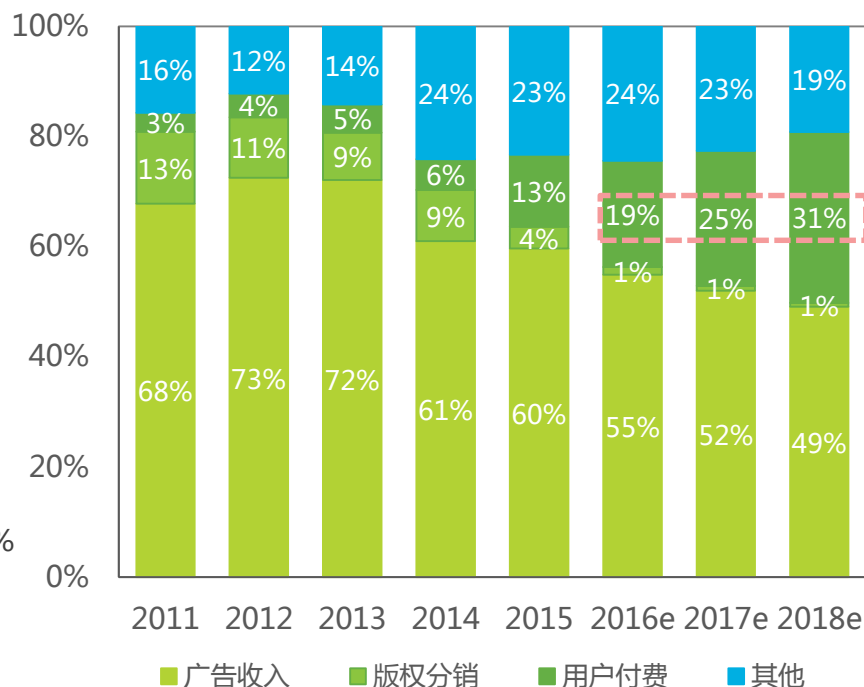
2015年视频付费业务进入高速发展期，付费用户规模达2884万人，同比增长率达到264%。到2016年中国在线视频付费用户规模达5442万人，依然保持快速增长，同比增长率达到89%，用户付费习惯逐渐养成。

用户付费占中国在线视频行业收入的比例逐年增长，预计到2018年，用户付费将占比31%，成为视频行业第二大收入来源，未来将和广告收入共同带动收入增长，带来视频行业营收结构的调整。

### 2013-2018年中国在线视频付费用户规模



### 2011-2018年中国在线视频行业收入构成



# 视频网站付费策略

## 视频网站付费策略差异化发展

爱奇艺、腾讯、优酷三家主要视频网站在发展付费方面采取差异化发展策略。

爱奇艺：以IP为核心，拓展IP的周边，如电影，游戏等，形成更长的价值链，打造综合视频门户网站。腾讯：强化细分领域实力，在各领域打造顶级内容。与BBC、HBO、米高梅，派拉蒙等全面影视集团签订一系列独家合作；建立国漫最大平台。优酷：会员“三通”战略，即在用户、数据、服务方面与阿里全方位打通。

### 2017年中国视频网站付费策略差异



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

跨屏收视风云榜

1

跨屏收视表现对比

2

聚焦网络自制

3

台网信息快递

4

# 跨屏电视剧排行榜

## 《因为遇见你》表现突出

3月Top15电视剧榜单中，《三生三世十里桃花》电视端已完结，平均收视滑落至第九。但是在网络端热度不减，收视位列榜首。

《因为遇见你》收视表现突出，俘获双屏观众。电视端收视第一，网络端收视第二。

iVideoTracker-2017年3月中国网络电视剧收视排行榜

2017年3月中国电视电视剧收视排行榜

网络排名	片名	播出平台	覆盖人数(千人)	电视排名	电视排名	片名	播出平台	覆盖人数(千人)	网络排名
1	三生三世十里桃花	爱奇艺/腾讯/优酷/搜狐/乐视/PPTV	81322	9	1	因为遇见你	湖南卫视	380825	2
2	因为遇见你	爱奇艺/腾讯/芒果TV	63944	1	2	鸡毛飞上天	浙江卫视/江苏卫视	336954	5
3	射雕英雄传	爱奇艺/搜狐/乐视	42076	63	3	破晓	CCTV8/广东卫视	315317	9
4	老爸当家	爱奇艺/腾讯/搜狐/乐视/风行	37194	7	4	青岛往事	CCTV8	270025	-
5	鸡毛飞上天	爱奇艺/搜狐/乐视	37192	2	5	热血尖兵	CCTV1	254827	14
6	黎明决战	爱奇艺/腾讯/芒果TV/暴风	30208	8	6	咱家	山东卫视/辽宁卫视	246608	28
7	剃刀边缘	爱奇艺/腾讯/搜狐/乐视	26386	13	7	老爸当家	安徽卫视/贵州卫视	184518	4
8	爱来的刚好	优酷/腾讯/爱奇艺/搜狐/PPTV	21397	46	8	黎明决战	东方卫视/北京卫视	155562	6
9	破晓	爱奇艺/优酷/乐视/芒果TV/PPTV	20234	3	9	三生三世十里桃花	浙江卫视/东方卫视	148401	1
10	新猛龙过江	爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐	17878	15	10	人民的名义	湖南卫视	134159	23
11	大秦帝国之崛起	爱奇艺/腾讯/芒果TV/搜狐/乐视	17066	21	11	无名者	天津卫视	132076	-
12	云巅之上	爱奇艺	13996	-	12	和妈妈一起谈恋爱	CCTV8	127596	-
13	我与你的光年距离	乐视	12864	-	13	剃刀边缘	东方卫视/北京卫视	123800	7
14	热血尖兵	优酷/腾讯/乐视/搜狐/PPTV	12814	5	14	驴友阿凡提四	CCTV14	116819	-
15	乡村爱情9	腾讯	12436	-	15	新猛龙过江	四川卫视	104830	10

来源：艾瑞iVideoTracker。

来源：CSM Infosys。

# 跨屏综艺排行榜

## 电视端央视综艺表现出色，网络端卫视综艺覆盖广泛

3月TOP15综艺榜单中，综艺节目在电视平台和网络平台分化较大，央视综艺在电视端表现出色，卫视综艺网络端覆盖广泛。

网络端综艺收视前3均被芒果TV占据。《向往的生活》收视领先，占据榜首；《快乐大本营》、《歌手》紧随其后。

iVideoTracker-2017年3月中国网络综艺收视排行榜

2017年3月中国电视综艺收视排行榜

网络  
独播  
  
网络  
独播

网络排名	片名	播出平台	覆盖人数(千人)	电视排名	电视排名	片名	播出平台	覆盖人数(千人)	网络排名
1	向往的生活	芒果TV	42617	24	1	星光大道	CCTV1	265996	-
2	快乐大本营	芒果TV	41069	3	2	光影星播客	CCTV6	226323	-
3	歌手	爱奇艺/芒果TV	39723	34	3	快乐大本营	湖南卫视	184203	2
4	王牌对王牌	优酷/爱奇艺/腾讯/乐视	32256	9	4	开门大吉	CCTV3	161051	-
5	欢乐喜剧人	乐视/优土/腾讯	27504	45	5	挑战不可能	CCTV1	157577	-
6	明星大侦探	芒果TV	20738	-	6	欢乐中国人	CCTV1	156942	57
7	最强大脑	爱奇艺/腾讯/优酷	19189	10	7	越战越勇	CCTV3	145671	-
8	吐槽大会	腾讯	15018	-	8	回声嘹亮	CCTV4	141651	-
9	天天向上	芒果TV	13468	23	9	王牌对王牌	浙江卫视	139224	4
10	爱情保卫战	爱奇艺/乐视网/腾讯/搜狐/PPTV/优酷	12233	32	10	最强大脑	江苏卫视	127405	7
11	缘来非诚勿扰	爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐/PPTV	11936	18	11	今日影评	CCTV6	119882	-
12	朗读者	爱奇艺/腾讯	9404	-	12	中国电影报道	CCTV6	117116	-
13	我们的挑战	优酷	8948	60	13	向幸福出发	CCTV3	116171	-
14	金星脱口秀	优酷/搜狐	8831	82	14	CCTV综艺盛典	CCTV3	104660	-
15	二十四小时	爱奇艺/乐视/腾讯	8388	33	15	中华文明之美	湖南卫视	95547	-

来源：艾瑞iVideoTracker。

来源：CSM Infosys。



跨屏收视风云榜

1

跨屏收视表现对比

2

聚焦网络自制

3

台网信息快递

4

# 热门综艺追踪

## 《二十四小时》



《二十四小时》是浙江卫视推出的大型原创连续剧悬念式户外真人秀节目，节目共10期，六位固定主持是陈坤、韩庚、吴磊、大张伟、董力、周游。

不同于以往，节目加强了推理战、心理战、团队合作，用融入于剧情之内的游戏代替大场景的搭景游戏。值得一提的是，节目还将采用AR、VR等高科技技术，使执行任务或空间移动等环节更具有趣味性，视觉效果更为丰富。

### 播出信息

**播出日期：**2017年2月3日-2017年4月7日

**电视播出时间：**每周五晚22:00

**电视播出平台：**浙江卫视

**网络播出平台：**爱奇艺、腾讯视频、乐视

# 热门综艺追踪

## 嘉宾阵容强大 “星素结合” 获好评

《二十四小时》的拍摄活跃运用当地的遗址等特色场景，并结合当地的传说、历史、人文故事等为每一期设计独立的故事，剧情设计环环相扣、引人入胜，做到单集成戏，连续成剧。

领略当地文化，自然要融入当地民众，“星素结合”在节目中也得到了很好的呈现。从第一期开始，就放大了路人在节目中的分量，星素混搭产生的神奇火花成为极大亮点，有不少戏剧化效果，都来自于神路人。“星素结合”的模式获得了观众的好评。

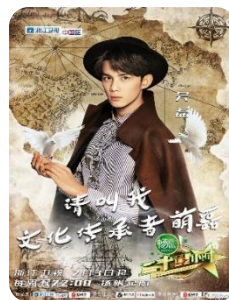
### 节目主咖：



陈坤



韩庚



吴磊



大张伟



董力



周游

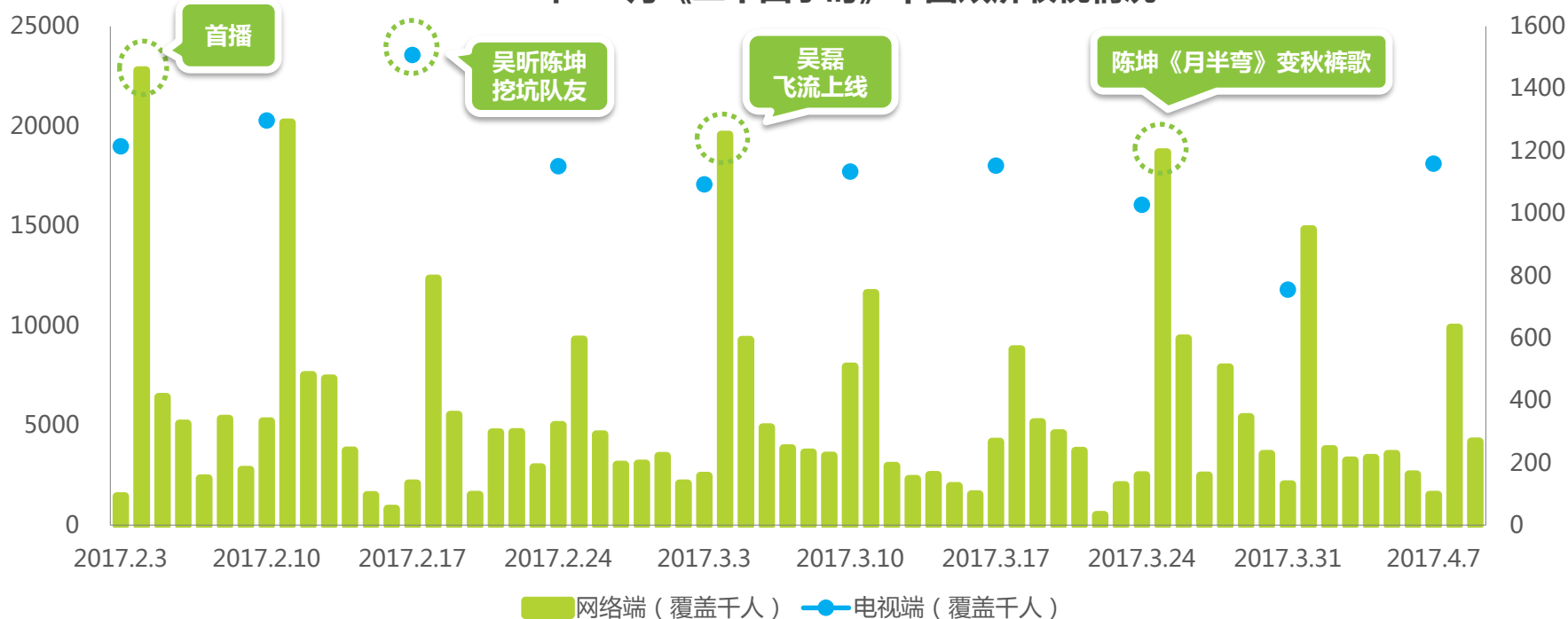
来源：根据公开资料整理而得。

## 连续剧集式节目模式 探索户外真人秀新方向

《二十四小时》在单期节目完整性的基础上，核心线索（找齐十个信物，重启海上丝绸之路）于全季10期故事中一以贯之。形成了每一期独立成戏，整季串联成剧的模式，开创“连载剧集式”的综艺新形势。

网络端在节目每周更新的时间点，均迎来一波波收视小高峰，尤其是节目第一期，“吴昕陈坤忽悠挖坑队友”，“吴磊飞流上线”，“陈坤《月半弯》变秋裤歌”，几期节目收视喜人。

2017年2-4月《二十四小时》中国双屏收视情况



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker

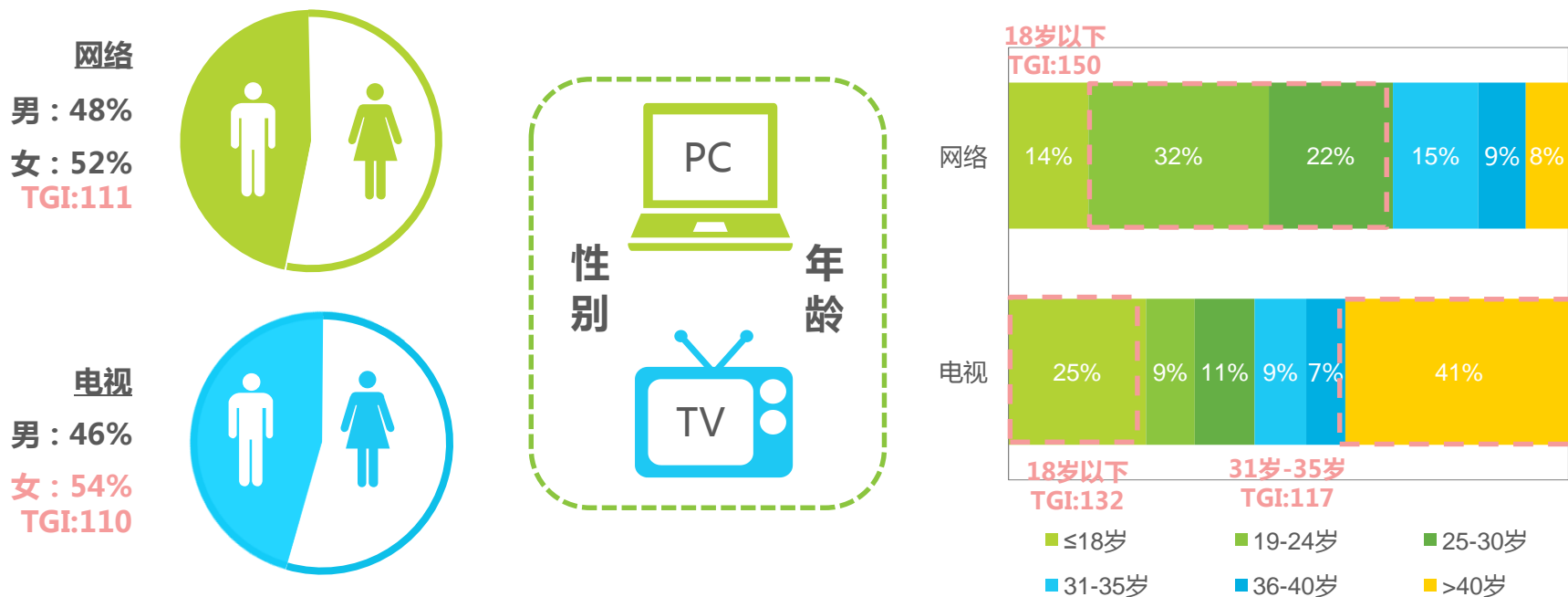
# 热门综艺追踪

## 双屏观众年龄差异明显

从性别来看，双屏观众差异不大，其中女性观看节目倾向性较高，电视端TGI为110，网络端TGI为111。

从年龄来看，双屏观众差异十分明显，电视端观众以18岁以下和40岁以上的观众为主，网络端观众以19-30岁的年轻群体为主，说明年轻人的媒介使用习惯以网络为主。但是在观看倾向上双屏观众趋向一致，都是18岁以下人群的观看倾向最高，其中电视端TGI达132，网络端TGI高达150。

### 2017年3月《二十四小时》中国双屏观众性别、年龄构成



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

注释：TGI，某一类收视内容中的某一特定人群占比/整体某一特定人群占比\*100。

# 热门综艺追踪

## PK争夺战跌宕起伏 观众热搜不断

- 总体来看百度指数和微指数随节目更新走高，尤其是百度指数表现极明显。

- 《二十四小时》打破固定分组比拼形式，采用两人组合、三人组合等灵活自由配对，在寻找线索的过程中碰撞出更多火花。

“吴昕陈坤挖坑队友” “大张伟脱鞋力战吴磊” 两期节目在微指数上均引发热搜高峰。

- 《二十四小时》采用24小时记录六兄弟PK争夺的方式，情节跌宕起伏，吸粉无数，在微博产生了37.1亿次的话题阅读量和871.1万次话题讨论量。



来源：百度指数；微指数。

跨屏收视风云榜

1

跨屏收视表现对比

2

聚焦网络自制

3

台网信息快递

4



# 热门自制剧追踪

## 《恶魔少爷别吻我》



《恶魔少爷别吻我》是由尚涛执导，李宏毅、邢菲、张炯敏、符龙飞、鄢路通、柏程俊、张晓唯、杨之楹等主演的校园网络剧。

该剧改编自锦夏末的同名小说，讲述了性格张扬、永不服输的安初夏因为母亲的离世来到韩家，与韩七录相识，并且共同就读于斯蒂兰学院，两人在慢慢相处与打打闹闹中产生了异样情愫，一起走过动人青春岁月的故事。

### 播出信息

#### 播出日期：

第一季：2017年1月9日

第二季：2017年3月8日

#### 播出时间：

第一季：每周一至周五晚20：00

第二季：每周二至周五晚20：00

网络播出平台：腾讯视频



# 热门自制剧追踪

## 青春校园题材 高甜玛丽苏剧情激荡少女心

《恶魔少爷别吻我》同名小说改编的网络剧于2017年1月9日在腾讯视频强势上线。由新生代演员邢菲、李宏毅领衔主演。邢菲饰演永不服输的女主安初夏，上演元气少女成功记。李宏毅饰演恶魔少爷，外部冷酷内心火热善良的富家少年，校草级别人物。富家少爷与灰姑娘、特色高校优差班较量等玛丽苏设定，成为了当下青少年们以及这个寒假的征服者。



李宏毅饰韩七录



邢菲饰安初夏



符龙飞饰江宸川



郜路通饰萌小男



杨之楹饰向蔓葵



张晓唯饰莫昕薇

来源：根据公开资料整理而得。

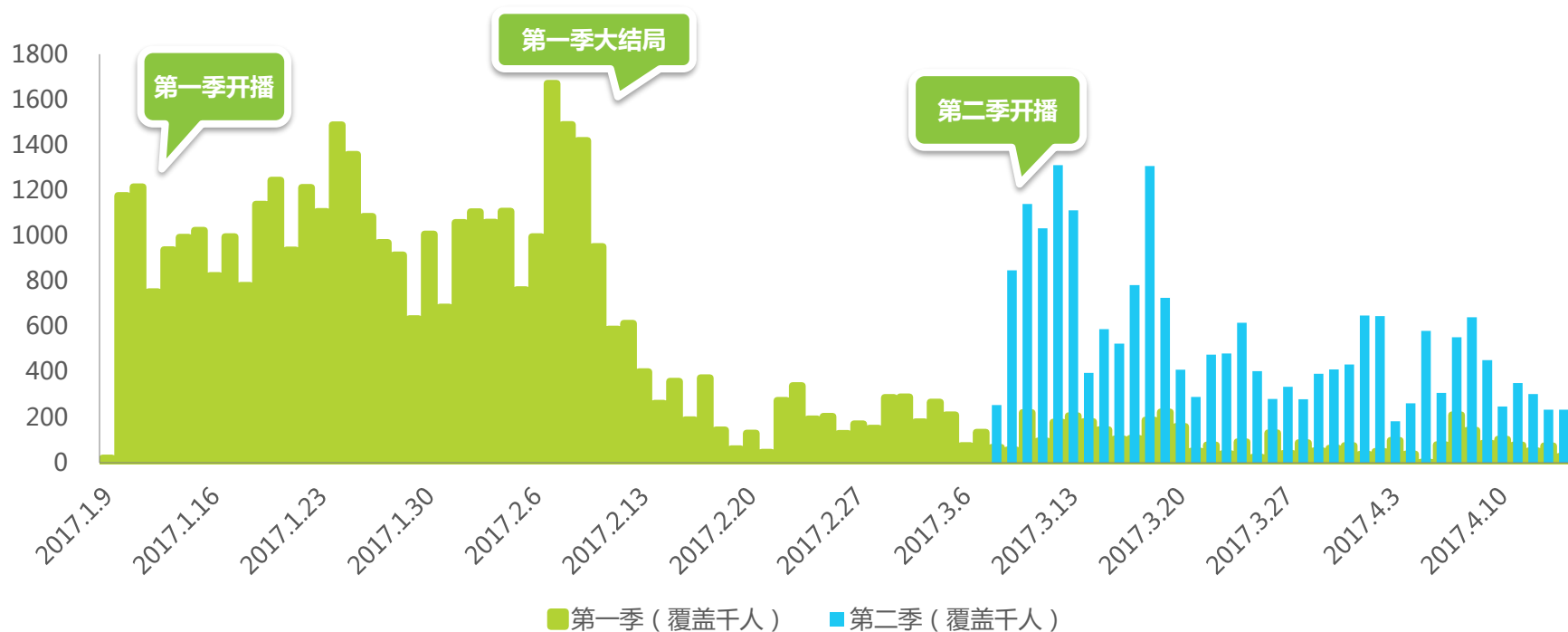
# 热门自制剧追踪

## 浪漫甜宠毒剧 两季播放量超18亿

2017年，由腾讯视频、芭乐传媒联合出品，李宏毅，邢菲等新秀演员主演的《恶魔少爷别吻我》横空出世，长期霸占艺恩、骨朵、Vlinkage的三大榜单前五名。第一季上线5天破亿，而第二季破亿更是仅用了50小时，截止4月底，两季共计18亿播放量。

在两季开播时，及第一季大结局等关键时间点，网络收视率也达到一个个小高峰。

2017年1-4月《恶魔少爷别吻我》中国网络端收视情况



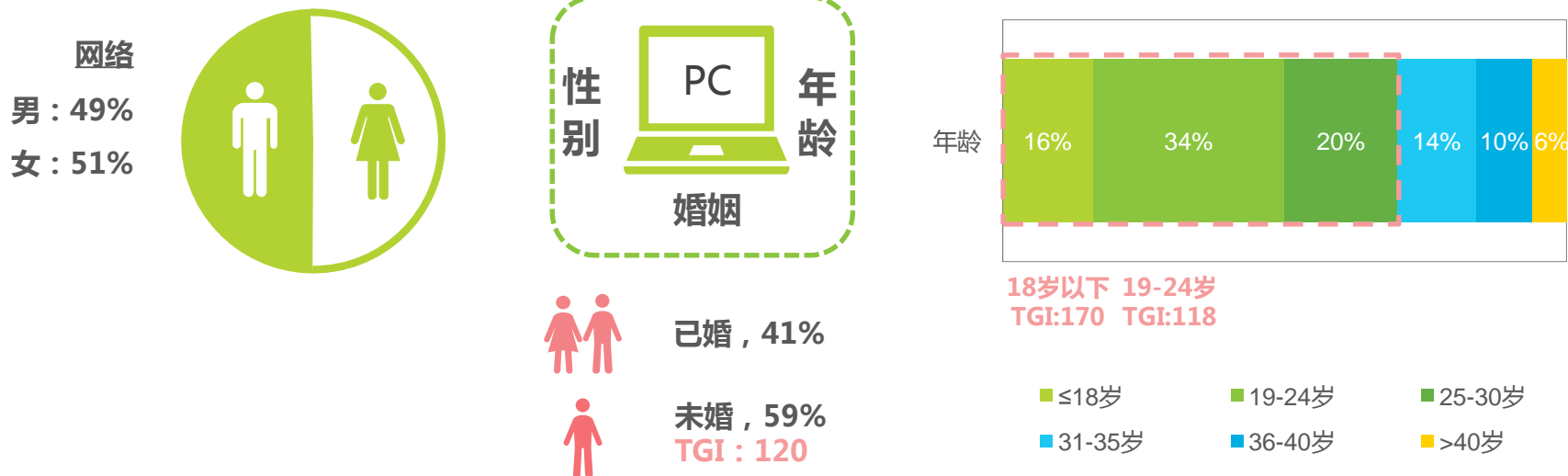
来源：根据公开资料整理而得。

# 热门自制剧追踪

## 《恶魔少爷别吻我》受年轻人青睐

从性别来看,《恶魔少爷别吻我》在网络端男女占比较为平均。从婚姻来看,该剧更受未婚人士喜爱。  
从年龄看,作为青春校园剧,《恶魔少爷别吻我》在年轻人中广受欢迎。30岁以下泛90后用户占比达到70%,其中18岁以下的用户观看倾向性更是高达171。

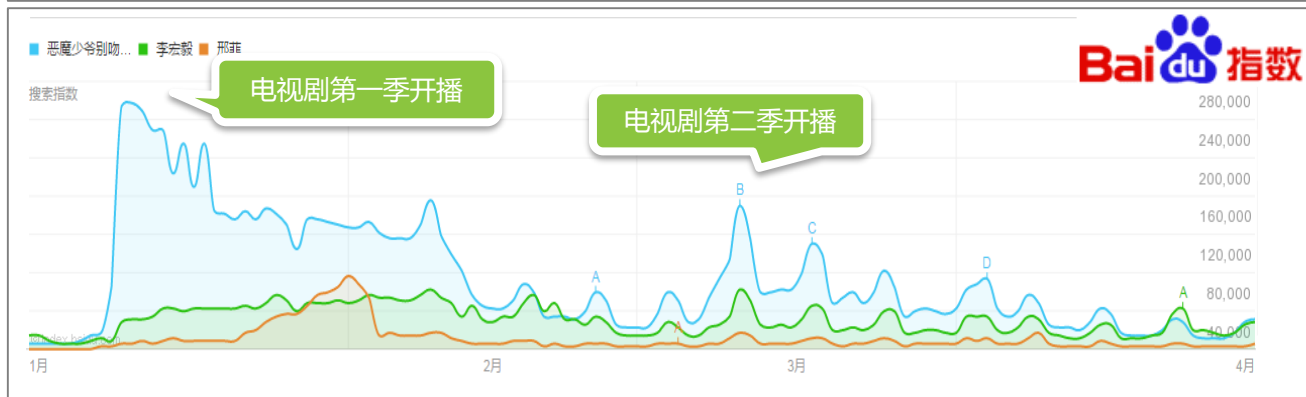
2017年3月《恶魔少爷别吻我》中国网络端观众性别、婚姻、年龄构成



# 热门自制剧追踪

## 剧集热播带动男女主演搜索热度

- 《恶魔少爷别吻我》有了原著小说的IP与人气积累，在第一季与第二季的开播当日均在微博引起热议，百度搜索指数同样达到高峰。
- #恶魔少爷别吻我#的微博话题吸引了2.3万粉丝关注，讨论超过153万。
- 随着剧集热播，该剧男女主演李宏毅与邢菲的百度搜索指数也同步上涨。
- 剧情的发展逐步进入白热化也推动了一波波搜索小高峰。



来源：百度指数；微指数。

跨屏收视风云榜

1

跨屏收视表现对比

2

聚焦网络自制

3

台网信息快递

4

## 1.广电总局：投资100万以上的网生内容，不付费也必须备案

在全国互联网与音视频广播发展研讨会（NWC2017）上，广电总局网络视听节目管理司副司长董年初对视听新媒体的管理相关政策进行深入说明。在此，网络大电影特别对网络视听相关政策以及《关于做好移动互联网视听节目服务增项审核工作有关问题的通知》条款进行独家解读。

在广电总局一系列监管和政策之下，网络视听内容已经形成了完整、成熟的监管流程。



<http://www.ikanchai.com/20170426/129616.shtml>

## 2.优酷要做网络影视的淘宝？这或许会成为视频付费的里程碑

优酷宣布携手阿里文学、阿里影业启动“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、开放的资源在内的一站式服务。

网络电影“店铺”模式，则将观众口碑摆在第一位，以网友的个性化消费为基础，省去了视频平台这一可能产生不合理分配的中间环节，将互联网消费力更为真实地量化为电影票房，同时也丰富了网络电影的盈利模式，一定程度上降低了投资的风险。



<http://www.jiemian.com/article/1271481.html>

## 3.腾讯视频LiveMusic将着重打造互联网特色在线演唱会

随着2016年文娱产业的全面爆发，音乐行业也进入了发展的春天。腾讯视频音乐中心总监邓林海与众多音乐行业一线精英共同深入分析市场热点，一同探寻中国音乐泛娱乐产业发展新动力。

腾讯视频LiveMusic还将在内容上通过网络平台构建更多更有互联网特征的音乐会，并结合更新的科技技术，关注年轻人行为，来打造类型更加丰富的在线演唱会。



[http://yue.ifeng.com/a/20170413/39782731\\_0.shtml](http://yue.ifeng.com/a/20170413/39782731_0.shtml)

## 4.视频上半场爱奇艺怎么打对了内容战？

宏观来看，中国视频网站自成立以来，经历了从正版高清长视频，到大体量版权采购，再到规模化自制的三个重要阶段，每个阶段爱奇艺均以领先对手半步的优势，踩准了规律性节点，并且其“爆款”数量也略胜竞品，这大抵可以归纳为爱奇艺内容进化论的底层逻辑。



<http://news.163.com/17/0421/23/CJ67F2N00018AOP.html>

来源：根据公开资料整理而得。

## 谢 谢 关 注 ！

凯络 CARAT

Ellen Chen:

[Ellen.chen@carat.com](mailto:Ellen.chen@carat.com)

Gigi Zheng:

[Gigi.Zheng@carat.com](mailto:Gigi.Zheng@carat.com)

艾瑞 iResearch

Yiyi Jing:

[yiyijing@iresearch.com.cn](mailto:yiyijing@iresearch.com.cn)



# 公司介绍/法律声明

## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信



# 生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询