

视·屏全接触

—— 《三生三世十里桃花》特别分析

2017年4月刊

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1月

地域：全国

目标人群：7-60岁网民

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1月

城市组：25省网+4直辖市

目标人群：4岁以上所有人

2016年全年双屏广告数据新鲜出炉,双屏广告花费有差异,视频贴片广告是主流;跨屏电视剧《三生三世十里桃花》全程热搜,超级IP+精良制作+人气卡司打造“三高”爆品;《吐槽大会》将脱口秀与喜剧相结合,影响力辐射多群体。

本期报告中,我们为您呈现:



双屏广告花费有差异
视频贴片广告是主流



《三生三世十里桃花》
超级IP+精良制作+人气卡司打造“三高”爆品



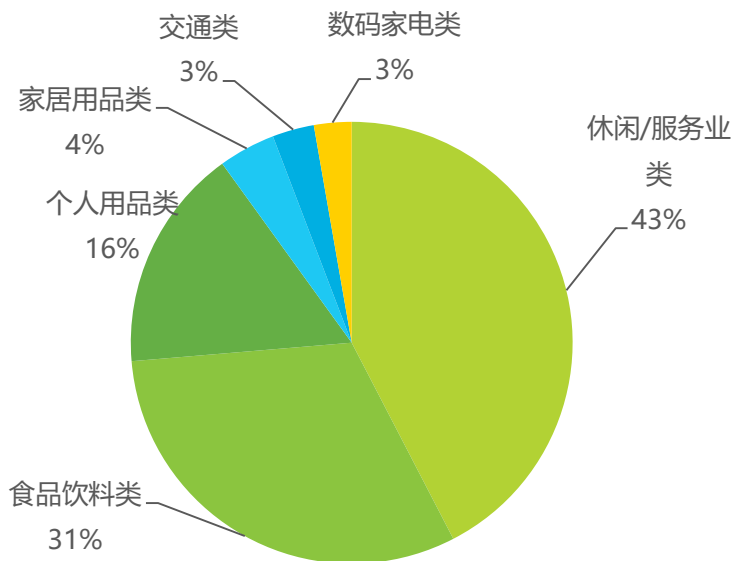
吐槽式喜剧脱口秀引爆网综市场

2016年广告品类规模

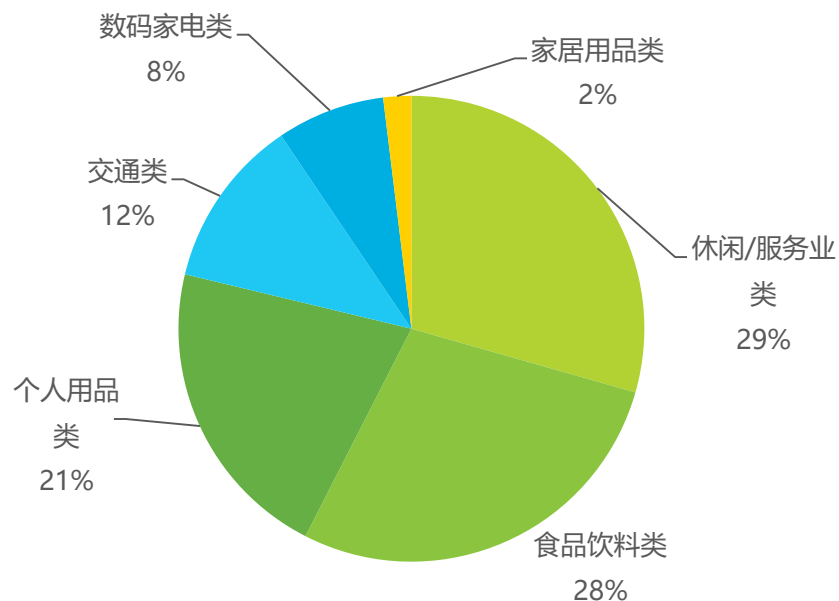
2016年广告品类跨屏花费有差异

TV广告投放品类集中，“休闲/服务业类”（包含医疗、金融、娱乐、房地产等项目）占比43%，明显高于其它类别。视频媒体广告品类投放与TV广告品类投放相比较为平衡，几大品类投放（除家居用品类）都占有一定的份额。OTV广告品类投放中交通类、个人用品类、数码家电类份额明显高于TV投放份额，表现出对OTV观众购买力的认可。OTV广告品类投放中休闲/服务业类、食品饮料类投放份额与TV投放相比相对被压缩。

2016年TV广告规模占比



2016年OTV广告规模占比



来源：TV广告规模，CTR Adpower

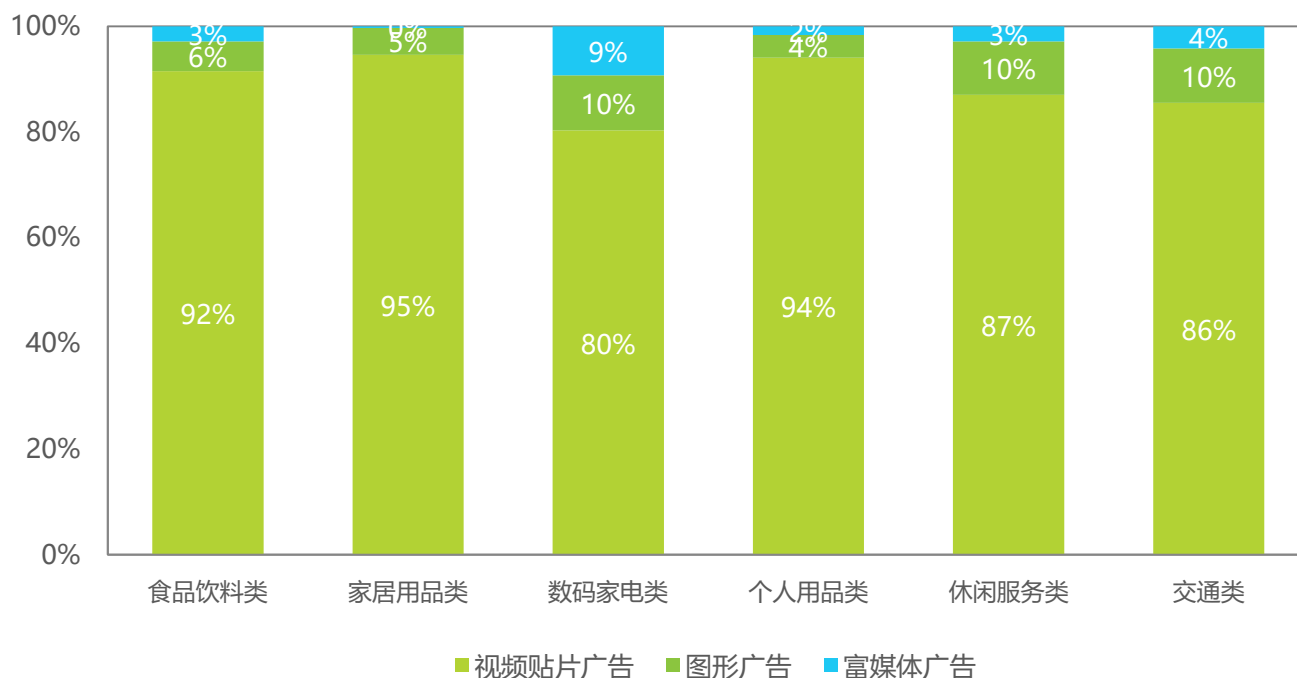
来源：OTV广告规模，艾瑞iAdtracker，视频网站及腾讯视频、搜狐视频、PPTV、PPS、风行、悠视网、皮皮网

2016年OTV广告投放形式

视频贴片是主流，占比接近90%

2016年OTV广告投放中，视频贴片广告是最受欢迎的投放形式，占据所有品类投放份额的90%。
数码家电类的富媒体广告投放和图片广告投放和其它行业相比份额较高，主要因为此类别比较适合富媒体广告的投放形式。

2016年OTV广告投放形式占比



注释：在线视频（OTV）广告数据来自于艾瑞iAdtracker广告监测产品。

富媒体广告包括插播式富媒体广告、扩展式富媒体广告、视频类富媒体广告、全屏广告、弹出窗口广告。

图形广告包括长横幅大尺寸广告、按钮广告、网幅广告、正方形大尺寸广告、对联广告、焦点图、长纵式大尺寸广告。

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

2月Top15电视剧榜单中,《三生三世十里桃花》收视表现突出,在双屏均位列榜首,电视端到达人数接近3.8亿人,网络端覆盖人数接近1.5亿人。

2月网络端Top15电视剧上榜电视剧题材大多数偏年轻化,符合年轻人观看喜好。

艾瑞iVideoTracker-2017年2月网络电视剧收视排行榜

2017年2月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	优酷/腾讯/乐视/搜狐/PPTV/爱奇艺	149076	1	1	三生三世十里桃花	浙江卫视/东方卫视	376537	1
2	孤芳不自赏	乐视	39900	6	2	青年霍元甲之冲出江湖	CCTV8	310343	24
3	射雕英雄传	爱奇艺	39062	42	3	周末父母	湖南卫视	288965	10
4	爱来的刚好	优酷/腾讯/爱奇艺/搜狐/PPTV	31291	8	4	大唐荣耀	北京卫视/安徽卫视	251366	9
5	漂亮的李慧珍	爱奇艺/腾讯/芒果TV/乐视/搜狐	25533	37	5	大秦帝国之崛起	CCTV1	249555	7
6	战火中的兄弟	爱奇艺/腾讯/搜狐/乐视/PPTV	23226	11	6	孤芳不自赏	湖南卫视	246060	2
7	大秦帝国之崛起	爱奇艺/搜狐/乐视网/芒果TV/腾讯	20730	5	7	于成龙	CCTV1	231708	33
8	鬼吹灯之精绝古城	腾讯	20274	-	8	爱来的刚好	江苏卫视	222256	4
9	大唐荣耀	腾讯	19687	4	9	妈妈向前冲冲冲	山东卫视/江西卫视	190263	61
10	周末父母	PPTV/爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐/优酷	17962	3	10	双喜盈门	辽宁卫视/天津卫视	179623	13
11	乡村爱情9	腾讯	16314	--	11	战火中的兄弟	湖北卫视/重庆卫视	157740	6
12	那片星空那片海	芒果TV/爱奇艺/搜狐视频	15496	12	12	那片星空那片海	湖南卫视	129891	12
13	双喜盈门	爱奇艺/搜狐/乐视/腾讯/PPTV/优酷	14109	10	13	遥远的婚约	CCTV8	107143	-
14	淘气爷孙	爱奇艺/搜狐/乐视/腾讯/风行	12036	27	14	狭路	山东卫视/黑龙江卫视	104281	-
15	恶魔少爷别吻我	腾讯	11613	-	15	破晓	CCTV8	102574	-

来源: 艾瑞iVideoTracker。

来源: CSM Infosys。

跨屏综艺排行榜

2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10名芒果TV占一半。《歌手》收视领先，占据榜首；《快乐大本营》紧随其后位居第二。

艾瑞iVideoTracker-2017年2月网络综艺收视排行榜

2017年2月电视综艺收视排行榜

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	歌手	爱奇艺/芒果TV	38322	35	1	光影星播客	CCTV6	238365	-
2	快乐大本营	芒果TV	32155	7	2	中央电视台2017元宵晚会	CCTV1/CCTV3	211458	24
3	欢乐喜剧人	乐视/优土/腾讯	29600	26	3	开门大吉	CCTV3	195935	-
4	向往的生活	芒果TV	26731	30	4	星光大道	CCTV1	191903	-
5	最强大脑	爱奇艺/腾讯/优酷	21808	11	5	电影快讯	CCTV6	175573	-
6	王牌对王牌	优酷/爱奇艺/腾讯/乐视	18821	18	6	挑战不可能	CCTV1	149499	-
7	明星大侦探	芒果TV	14666	-	7	快乐大本营	湖南卫视	140693	2
8	我们的挑战	优酷	13667	19	8	欢乐中国人	CCTV1	139625	42
9	中国式相亲	爱奇艺/优酷/腾讯/乐视	13029	28	9	黄金100秒	CCTV3	137151	-
10	天天向上	芒果TV	10758	24	10	越战越勇	CCTV3	131518	-
11	爱情保卫战	爱奇艺/乐视网/腾讯/搜狐/PPTV/优酷	10416	32	11	最强大脑	江苏卫视	125603	5
12	缘来非诚勿扰	爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐/PPTV	10142	34	12	向幸福出发	CCTV3	122574	-
13	金星脱口秀	优酷/搜狐	8953	91	13	非常6+1	CCTV3	120622	-
14	搜狐视频娱乐播报	搜狐	8579	-	14	中央电视台2017春节联欢晚会	CCTV1等	118718	26
15	我们十七岁	爱奇艺/腾讯/乐视	8552	17	15	今日影评	CCTV6	115722	-

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

热门电视剧追踪

《三生三世十里桃花》



《三生三世十里桃花》是华策影视集团上海剧酷文化传播有限公司、海宁嘉行天下影视文化有限公司、上海三味火文化传播有限公司联合出品的古装玄幻电视剧，由林玉芬执导，杨幂、赵又廷领衔主演，张智尧、迪丽热巴等主演，连奕名特别出演。该剧根据唐七公子同名小说改编，讲述了青丘帝姬白浅和九重天太子夜华的三生爱恨，三世纠葛的故事。

该剧于2017年1月30日在东方卫视、浙江卫视首播。

播出信息

播出日期：2017年1月30日-2017年3月1日

电视播出时间：周日至周五19:30两集连播，周六19:30

播出一集

电视播出平台：东方卫视、浙江卫视

网络播出平台：爱奇艺、优酷、腾讯视频、乐视、搜狐视频、PPTV

来源：根据公开资料整理而得。

热门电视剧追踪

超级IP+精良制作+人气卡司打造“三高”爆品

《三生三世十里桃花》改编自唐七公子同名小说，是一部已经有近十年书粉的IP剧，在电视剧开播前就引发了广泛的关注，饱受期待。

《三生三世十里桃花》的场景打造以及演员服饰都体现了浓厚的东方神话之美。场景搭建植根于中国传统文化和经典神话故事，主演服饰均为纯手工制作，这些都体现了该剧在制作上的精细和用心，为观众呈现了一部符合东方审美的大剧。

《三生三世十里桃花》由人气卡司杨幂和赵又廷主演，颜值演技双双在线，演绎三生三世感人爱情故事。超级IP+精良制作+人气卡司打造了一部高口碑、高收视、高播放量的“三高”爆品。



“白浅/司音/素素”

演员: 杨幂

九尾白狐青丘帝姬，战神墨渊之徒，位居上神却洒脱逗趣，身为上神俊俏美丽，嗜喝酒常迷路，不善送礼，历情劫为凡人，遇此生挚爱，经三生爱恨别离。



“夜华”

演员: 赵又廷

九重天上的天君长孙太子，深沉稳重喜着玄衣，两万岁飞升上仙，凡事一力承担，论世间沧桑变化，专一痴情，三生三世只爱白浅一人。

来源：根据公开资料整理而得。

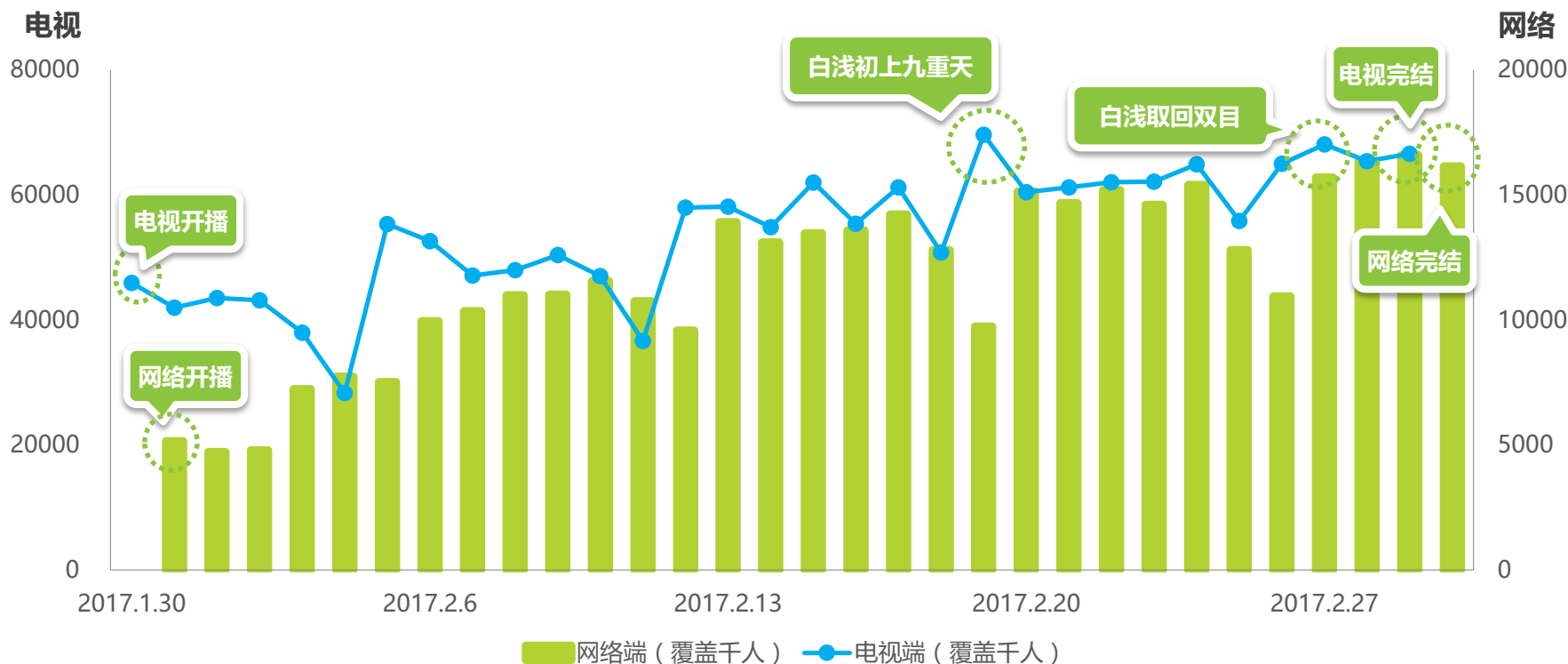
热门电视剧追踪

台网数据面面开花，双屏收视向好

《三生三世十里桃花》在2月跨屏电视剧收视排行榜中均位列第一，取得了良好的收视成绩。在白浅初上九重天和白浅取回双目等关键情节处，收视均出现小高峰。

受剧集更新（周六只更新一集）的影响，在周六（电视端）、周日（网络端）收视出现低谷。

2017年1月-2017年3月《三生三世十里桃花》双屏收视情况



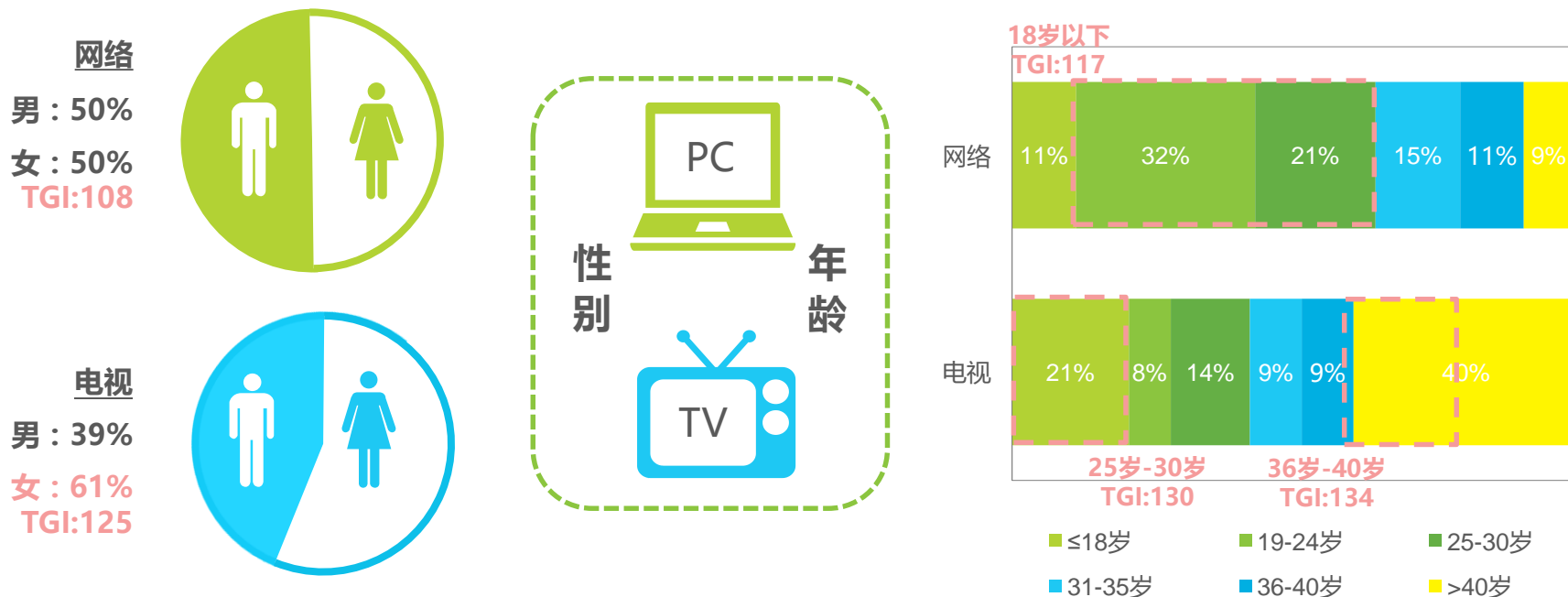
热门电视剧追踪

双屏观众性别、年龄差异大

《三生三世十里桃花》双屏观众在性别、年龄上的差异十分明显。从性别来看，电视端观众中女性占比达61%，并且观看倾向高，TGI达到125；而在网络端男女观众占比持平。

从年龄看，电视端观众集中在18岁以下和40岁以上，并且40岁以上观众占比达到40%；36-40岁人群观看倾向最高，TGI高达134。网络端观众年龄集中在19-30岁的年轻群体，从观看倾向看，18岁以下人群观看倾向最高，TGI达到117。

2017年2月《三生三世十里桃花》双屏观众性别、年龄构成



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞VideoTracker。

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。

热门电视剧追踪

全程热搜，剧情高潮现热搜小高峰

- 《三生三世十里桃花》自开播以来在微博和百度上均引发了全程热搜。尤其是在微博上，电视剧完结之后依然热度不减。
- 电视剧播出过程中微指数和百度指数的走势总体比较平稳，但是在夜华、素素拜天地，素素遭素锦陷害被挖双眼，墨渊苏醒这些剧情高潮处出现了热搜小高峰。
- 微博主话题#电视剧三生三世十里桃花#共产生了105.2亿阅读量和4429万讨论量，热度空前。



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

热门自制综艺追踪

《吐槽大会》



《吐槽大会》是由腾讯视频、上海笑果文化传媒有限公司联合出品的喜剧脱口秀节目。

节目以网络独有的“吐槽文化”为切入点，每一期节目都会邀请一位话题名人，让他们接受吐槽和自嘲。

《吐槽大会》于2017年1月8日起每周日晚20:00在腾讯视频播出。

播出信息

播出日期：

2017年1月8日-2017年3月26日

播出时间：每周日晚20：00

网络播出平台：腾讯视频

热门自制综艺追踪

脱口秀与喜剧相结合 影响力辐射多群体

《吐槽大会》每一集邀请一位阅历丰富、三观正确的名人作为“被吐槽”的主角，由这位名人邀请一群自己的圈中好友共同挑战喜剧脱口秀的巅峰表演形式。《吐槽大会》的本质是一场以喜剧脱口秀为表演形式的大型喜剧演出，邀嘉宾轮流以说段子的方式来互相调侃，传达“吐槽是门手艺，笑对需要勇气”。而节目中“优雅的吐槽”，名为吐槽实为一种别致的交流方式，对于生活压力巨大的现代人，更不失为一种独特的解压方法。

节目主咖：



李湘



曹云金



王祖蓝



唐国强



蔡国庆



大张伟



薛之谦



李小璐



小沈阳



凤凰传奇

来源：根据公开资料整理而得。

热门自制综艺追踪

吐槽式喜剧脱口秀引爆网综市场

作为2017年开年首个现象级综艺节目，腾讯视频《吐槽大会》创造了又一个喜剧节目的高峰。截至3月28日，《吐槽大会》总播放量达到13.8亿，单期播放量最高破2亿。

在节目开播、第三期王祖蓝担任节目主咖被老婆当面嫌弃矮与第七期薛之谦上节目被吐槽唱歌跑调这三个时间点，收视迎来小高峰。

2017年1月-2017年3月《吐槽大会》网络收视情况



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

热门自制综艺追踪

《吐槽大会》受年轻观众喜爱

从性别来看,《吐槽大会》更受男性关注,占比达55%。

从年龄来看,作为脱口秀搞笑类节目,《吐槽大会》因为其敢说,能说的节目特质深受年轻观众欢迎。30岁以下泛90后用户占比超六成,其中25-30岁年龄段的用户观看倾向性更高,达到114。

2017年2月《吐槽大会》网络端观众性别、年龄构成

网络

男: 55%

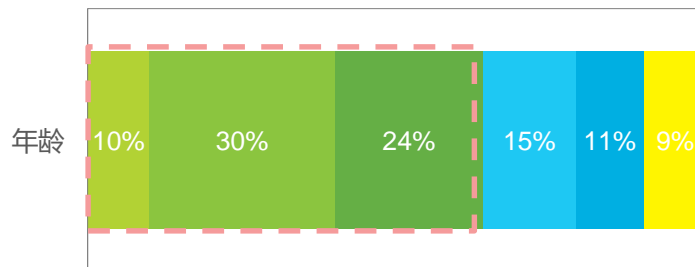
女: 45%



性别



年龄



25-30岁
TGI:114

■ ≤18岁

■ 19-24岁

■ 25-30岁

■ 31-35岁

■ 36-40岁

■ >40岁

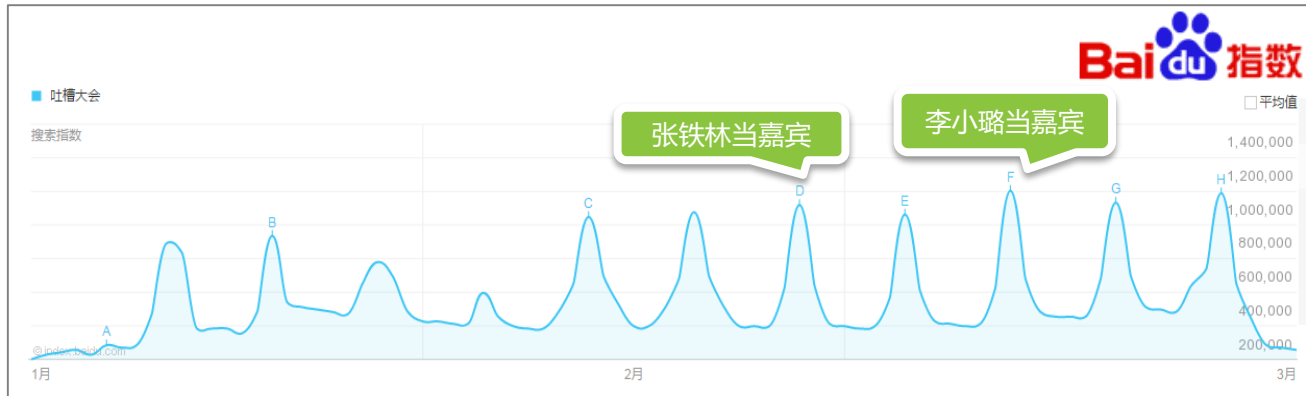
来源: 艾瑞iVideoTracker。

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。

热门自制综艺追踪

《吐槽大会》强话题性引发话题不断

- 腾讯视频《吐槽大会》播出期间，百度整体搜索指数高达484493，平均值达到315021，单日最高峰值达1011435；伴随着节目的每一次更新，百度指数都会同步走高。
- 高互动性和强话题性是腾讯视频《吐槽大会》的特点。在微博上，#吐槽大会#主话题的阅读量高达11.5亿，讨论量超过171万，并多次登上微博热门话题榜。在大张伟和薛之谦上台吐槽的那两期，话题热度达到最高峰。



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.网剧网综开始“名利双收”，将成文娱产业发展最大驱动力！

在优酷和上海戏剧学院战略合作发布会上，阿里文娱大优酷总裁杨伟东说：“网剧、网综为代表的网生内容，必将成为中国乃至世界新一轮文化娱乐产业大发展的最大驱动力。”电影级制作标准，网剧网综正突破品质重围；金牌内容人“台转网”，网剧网综一边带新一边带利。



http://yue.ifeng.com/a/20170320/39771836_0.shtml

2.体验感制胜：看腾讯视频如何锻造“金”制综艺

腾讯视频自去年5月就明确将“节目”与“体验”划上等号，通过《拜托了冰箱》《放开我北鼻》等“霸屏”力作，对受众的体验感重新定义，在不到一年的过程中即开拓出了一条用户接受、商业认可、行业肯定的“金”制综艺锻造之路。

大而全、全而精先让用户看嗨了再说；强团加持、体验升级让品牌主也能愉快地参一脚；金牌数据、金牌口碑打造自制综艺黄金品牌。



http://yue.ifeng.com/a/20170324/39781677_0.shtml

3.搜狐视频+德云社 共推网络喜剧IP

网络喜剧IP一直是互联网视频领域的吸睛神器，可谓“兵家必争之地”。不过，由于顶级喜剧人才的匮乏，国产顶级喜剧IP更成为互联网平台的稀缺资源。

3月31日，由搜狐视频联手德云社打造的都市情景喜剧《林子大了》登陆搜狐视频。

搜狐视频此次联手德云社，两大“喜剧巨头”在网剧IP领域的深度合作值得期待。



<http://media.people.com.cn/n1/2017/0405/c14677-29190539.html>

4.个性互动玩法+全矩阵内容布局 乐视视频“就视不一样”再发TVC

今年2月乐视视频发布全新品牌主张“就视不一样”，同步发布的系列首支TVC也以极具个性和张力的风格引起了众多年轻人的共鸣。

近日，乐视视频又发布了系列第二支TVC，多内容元素的展现、不同人群的汇聚、“穿透荒诞，释放异类”的呼喊，再次凸显了品牌升级后乐视视频的年轻化特征，也昭示着乐视视频将在全矩阵内容布局上强势发力。



<http://prnews.techweb.com.cn/qiyenews/archives/13238.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

Gigi Zheng:

Gigi.Zheng@carat.com

艾瑞 iResearch

Yiyi Jing:

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