



# 2017年度微博电影白皮书



微博电影中心· 2018年1月



# 背景及结论

## ● 背景介绍

在经历2016年票房增速放缓后，2017年中国电影市场再次爆发奇迹。从2017鸡年大年初一的单日8亿票房，全年最强档期地位已经受到市场检验；暑期档《战狼2》票房创影史记录，跻身全球票房排行榜，不断刷新国人对国内电影市场的认知。以电影票房收入衡量，2017年全国电影总票房为559.11亿元人民币，同比增长13.5%。我国电影市场已经成为仅次于美国的全球第二大电影市场。纵观全年大型档期点状爆款电影、优质黑马电影口碑逆袭现象成为常态。微博作为中国电影宣发的首选线上平台，爆发了非常惊人的数据。我们带你一起揭晓！

## ● 白皮书结论

- ① 2017年微博电影以【认知-口碑-售票】为闭环的社区生态稳固发展。2017年短视频成为微博平台的传播主力，电影短视频，得到了全新形式的传播。电影口碑倒逼排片频现，电影口碑梯队传播模式已经被更多优秀电影得到验证。
  - ② 在逐渐成熟的社区生态支持下，微博电影不断与各方展开联动，并借助自身强大的电影传播基因，拓宽联动合作方的传播边界。让更多有利于电影产业发展的项目、大赛、合作得以实现。
- 统计范围：2017年1月1日至2017年12月31日
  - 数据来源：微博数据中心



# 目录

数据

现象

联动



## **第一部分：2017微博电影数据**

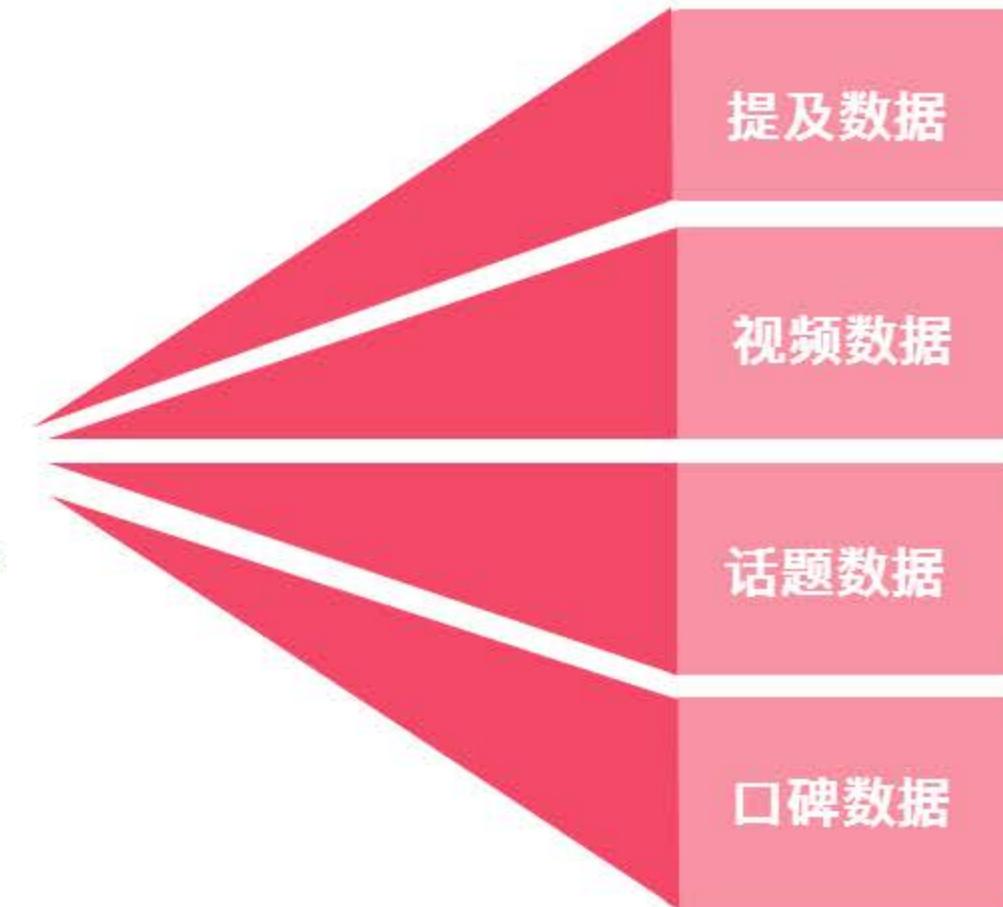


# 2017微博电影用户行为大数据



2017年微博电影兴趣用户

1.87亿



提及微博总阅读量

1477亿

全年视频播放量

714亿

全年话题阅读量

7339亿

全年点评阅读量

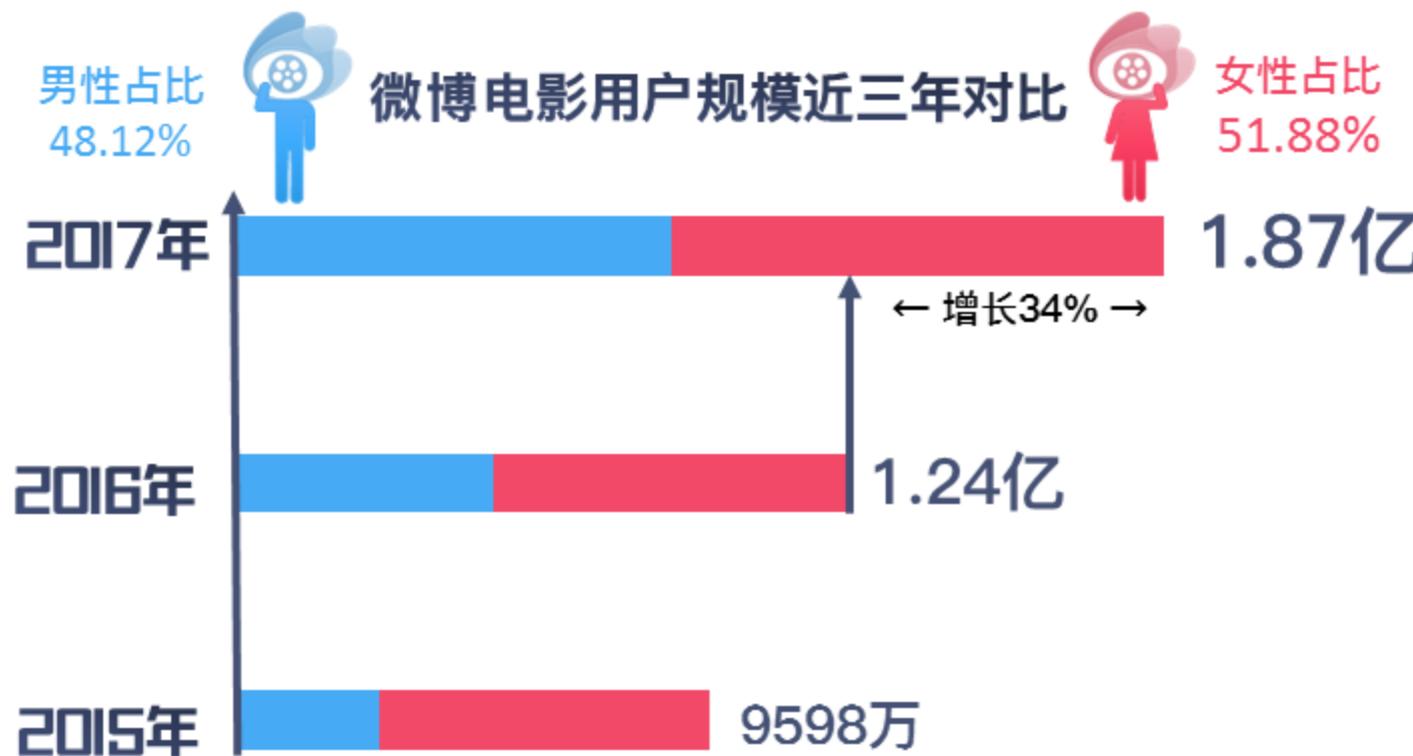
113亿



# 电影社区兴趣用户规模继续扩大

2017年微博电影兴趣用户规模相比2016年上涨34%达到1.87亿，相当于微博Q3月活跃用户数的49.73%

2017年微博电影兴趣用户构成男女性比例愈发持平。



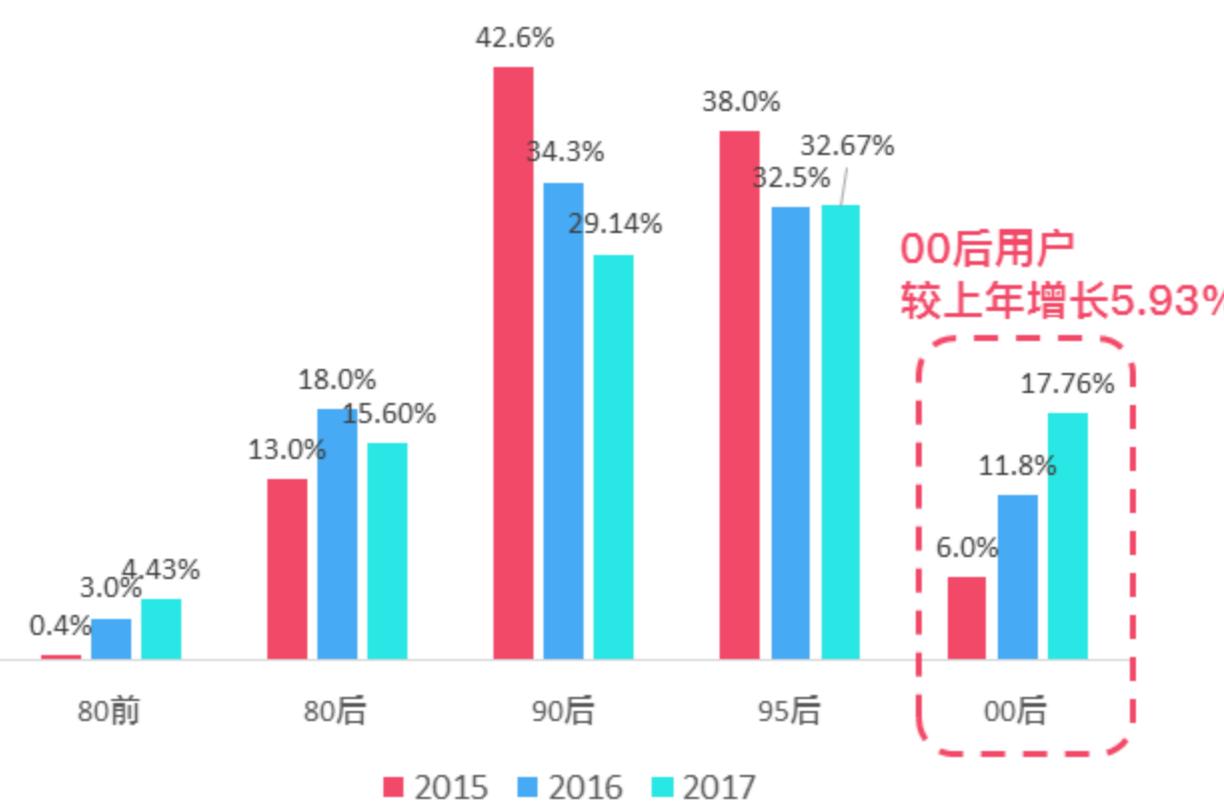
Tips: 2017年Q3微博月活用户为3.76亿



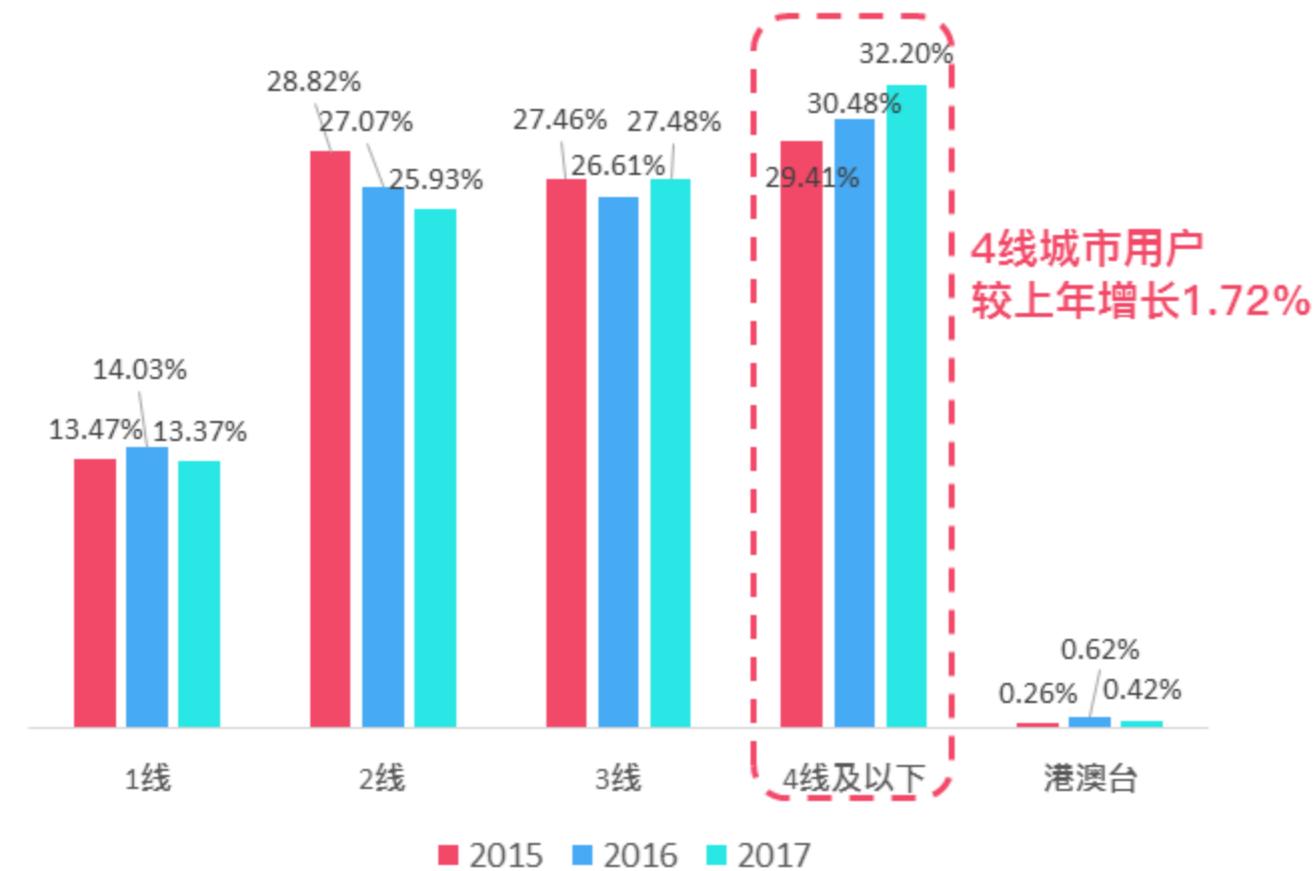
# 电影兴趣用户00后增长明显

2017年微博电影兴趣用户00后增长5.93%，00后逐年增长明显；同时用户略微向4线城市下沉。

近三年电影兴趣用户年龄趋势



近三年电影兴趣用户地域趋势





# 电影官微影响大爆发

2017年微博电影官微总数295个，其中过亿电影100%开设官微。所有官微发布微博超12万条，总阅读数破266亿，总视频播放量突破48.06亿。



官微发博数	125,267条
官方微博文阅读	266亿次
官方微博视频播放	48.06亿次

过亿影片100%开设官方微博



## 年度电影官微Top5

- 1 @电影三生三世十里桃花  
阅读量: 773,191,151
- 2 @3D电影战狼  
阅读量: 759,933,505
- 3 @电影悟空传官博  
阅读量: 543,111,327
- 4 @电影嫌疑人X的献身官微  
阅读量: 529,949,490
- 5 @电影绣春刀修罗战场  
阅读量: 528,599,038



## 年度电影公司官微Top5

- 1 @环球影业  
阅读量: 1,770,944,945
- 2 @华纳兄弟电影  
阅读量: 1,644,026,111
- 3 @20世纪福斯电影  
阅读量: 1,020,048,195
- 4 @迪士尼电影  
阅读量: 776,716,104
- 5 @漫威影业  
阅读量: 720,670,872



# 电影兴趣用户注意力全面转向视频内容



62%

视频博文阅读占比



38%

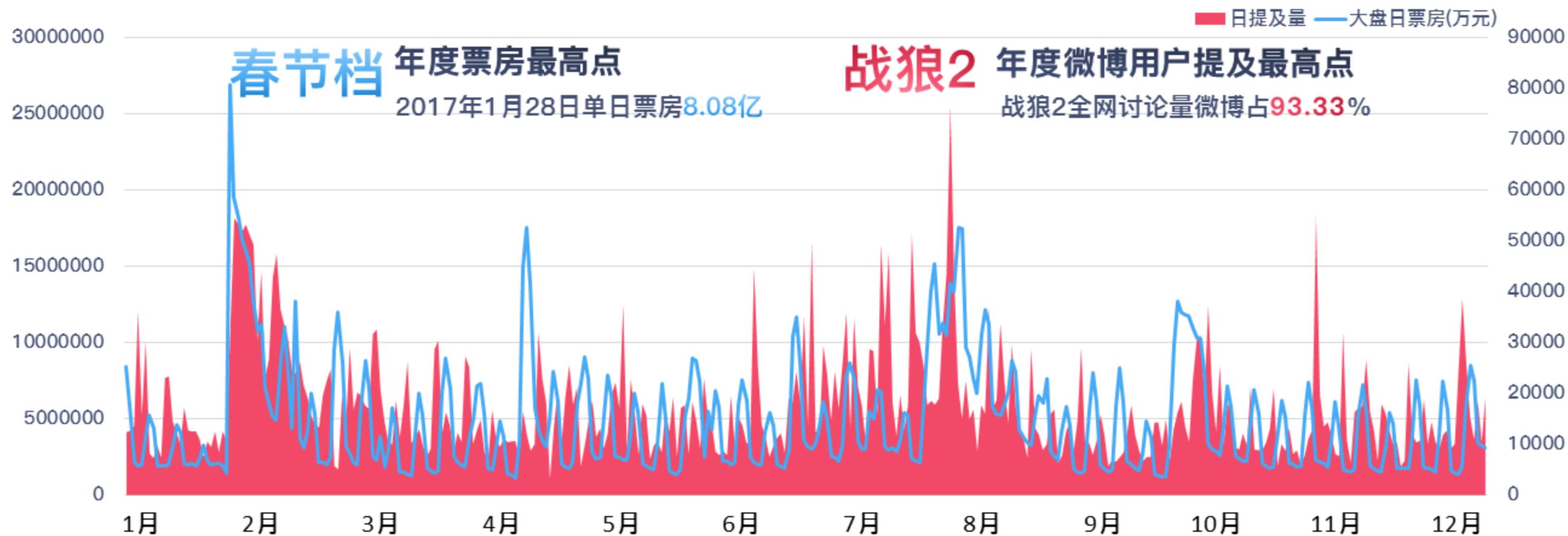
图文博文阅读占比

注：2017电影名关键词提及微博为统计2017年微博中当年上映电影的电影名关键词。



# 微博电影热度指标—关键词提及

2017年微博电影名关键词提及微博总阅读量大到1477亿，其中春节档和暑期档为全年峰值



注：2017电影名关键词提及微博，统计2017年微博中当年上映电影的电影名关键词。



# 微博电影热度指标—视频播放



全年视频播放量达到730亿，年度电影视频发布呈现井喷趋势，视频博文的阅读量是图文博文的1.6倍，电影宣发过程中，不断增加视频物料数量。目前电影短视频内容全面扩展，除原有视频预告、特辑、花絮外，更多病毒向视频和映后视频成为发布趋势，也受到了更多影迷及微博用户的追捧。

所有电影类账号发布视频播放量

730亿



## 电影视频播放 Top5

1	战狼2	播放量 : 9.17亿
2	解忧杂货店	播放量 : 5.79亿
3	三生三世十里桃花	播放量 : 5.23亿
4	空天猎	播放量 : 4.87亿
5	羞羞的铁拳	播放量 : 4.60亿

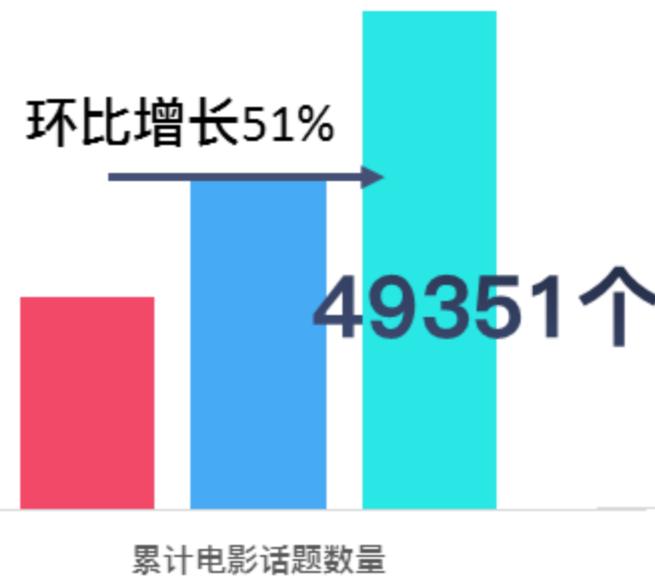
注：单片视频播放数据，统计微博头部用户发布视频。



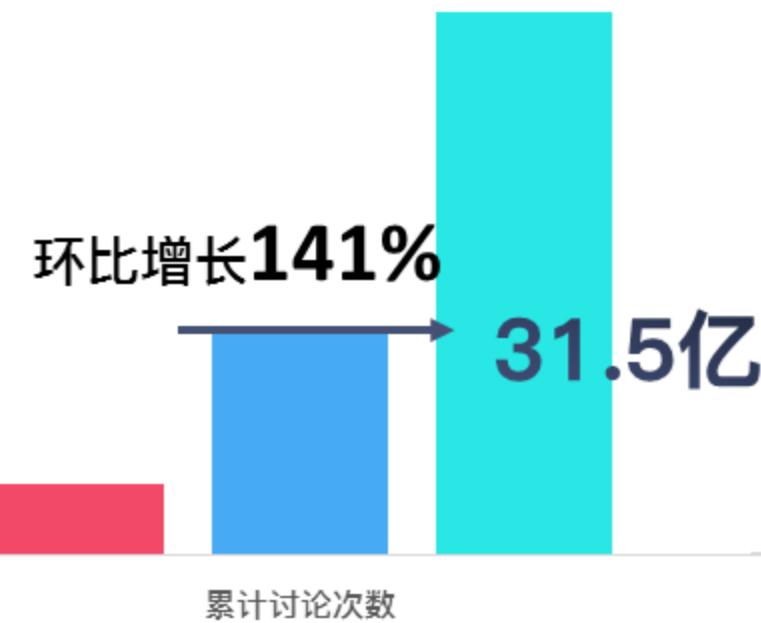
# 微博电影热度指标一电影话题

2017年微博电影话题数据亮眼，话题累计阅读达到惊人的7739亿次，而2017年度最亮眼的数据莫过于电影话题讨论数较2016年环比增长141%！

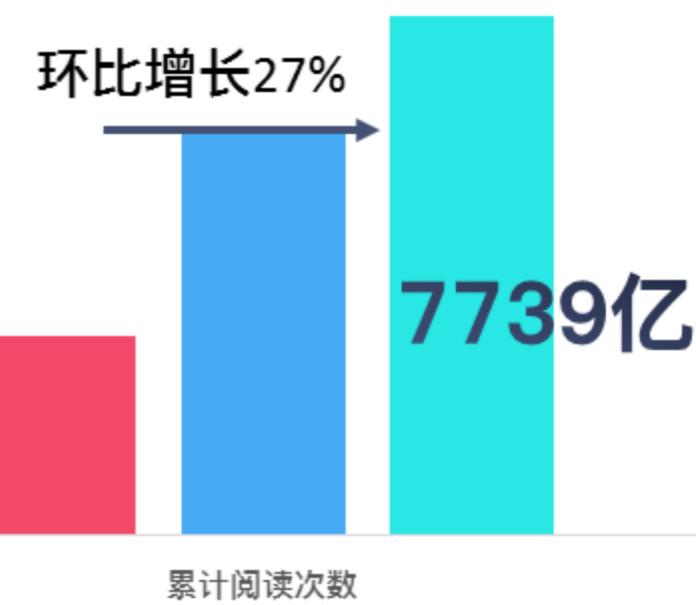
近三年话题数量对比



近三年话题讨论次数对比



近三年话题阅读次数对比



■ 截止2015年累计值 ■ 截止2016年累计值 ■ 截止2017年累计值

注：此话题数量为累计电影话题数量，话题讨论及阅读次数是所有电影话题在2017年的增量。



# 微博电影热度指标—大众口碑



2017年微博电影在全面扩展大众点评的同时，致力于将口碑内容进行立体传播，同产品层面、账号矩阵分发层面都进行了强有的尝试。微博平台优质的影评拥有更多渠道渗透全网。口碑扩散最广电影包括两类①全民口碑电影②明星粉丝向电影。

2017年度点评总阅读数

299亿



## 年度电影点评阅读Top5

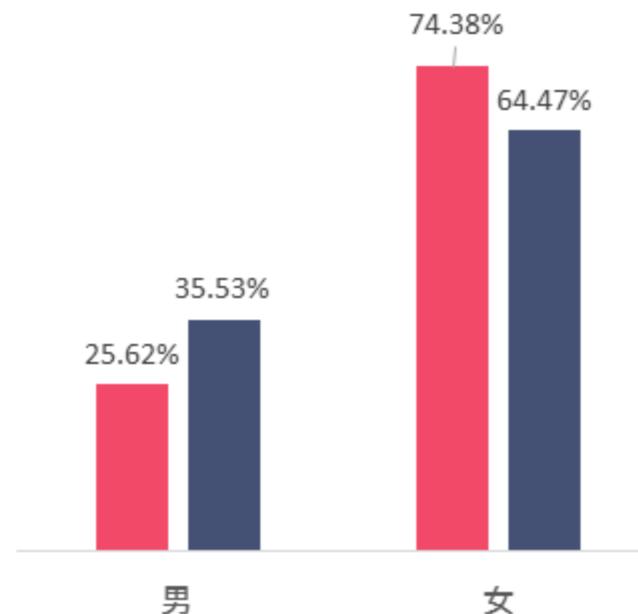
1		三生三世十里桃花	点评阅读量：6.41亿
2		心理罪	点评阅读量：6.13亿
3		芳华	点评阅读量：5.26亿
4		寻梦环游记	点评阅读量：4.19亿
5		战狼2	点评阅读量：4.11亿



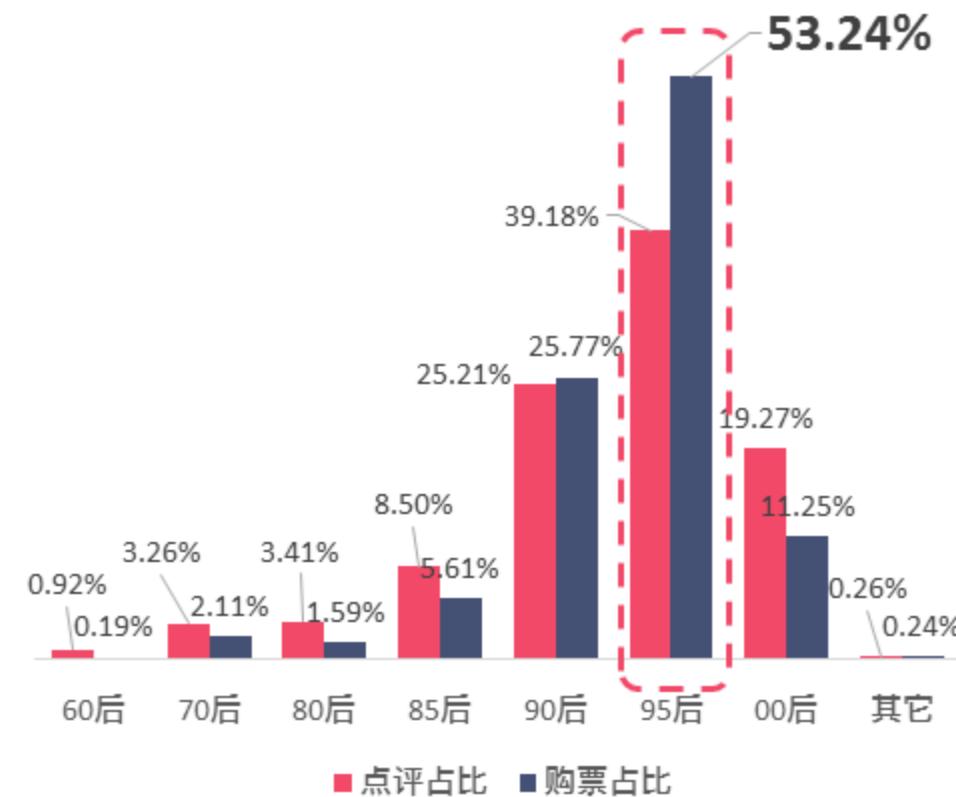
# 电影点评及购票用户画像对比

通过对2017年微博电影点评及购票用户对比，微博购票用户中95后比例最高，性别对比发现购票用户女性比例更高，同时购票用户二、三线城市比例较高，三线城市占比提升超3%。

点评购票用户性别对比



点评购票用户年龄对比



点评购票用户地域对比





## 第二部分：2017微博电影现象

- 高质量电影口碑逆袭成常态
- 微博成电影节电影奖项最主要舆论发酵平台



**现象一 口碑逆袭成常态**

**现象二 电影节燃爆微博**



# 微博口碑发酵助推电影票房逆袭

2017年电影口碑逆袭在2016年基础上呈现三个最重要的要素①电影质量过硬 ②电影共情力高 ③讨论群体延展性强

2017年微博电影口碑代表主要包括影评人口碑扩散、明星口碑扩散、大V口碑扩散、大众口碑扩散几个步骤，同时电影口碑开始反推电影排片。

二十二

明星+大V助推至大众口碑发酵代表

冯小刚等100余位明星大V转发支持形成  
强大微博影响，全面刺激大众观影

明星/大V助推

芳华

大众口碑发酵代表

电影在上映后，大众对于影片情节及故事  
产生情感共鸣，口碑爆发。

爱乐之城

影评人口碑代表

电影从2017年金球奖开始就引起影评人  
关注，歌舞片也引起影评人口碑争议。



影评人/行业口碑



大众口碑发酵

战狼2

影评人明星至大众整体模型口碑发酵代表

上映后影评争议，媒体扩散到大众全民开  
启自发热潮，造就中国电影史奇迹。

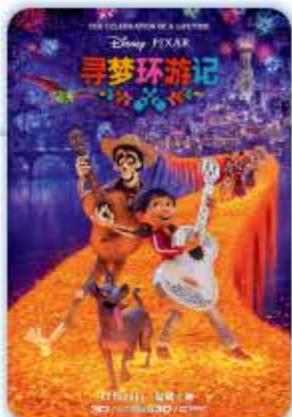


# 微博口碑发酵助推电影票房逆袭代表



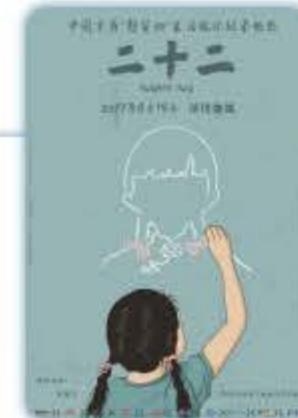
## 摔跤吧! 爸爸

电影票房：12.91亿  
首日排片：13.3%  
排片峰值：映后13天达31.3%  
电影口碑：171万人评分



## 寻梦环游记

电影票房：12.91亿  
首日排片：9.8%  
排片峰值：映后14天达32.5%  
电影口碑：130万人评分



## 二十二

电影票房：1.7亿  
首日排片：1.4%  
排片峰值：映后3天达10.8%  
电影口碑：36万人评分



## 前任3：再见前任

电影票房：18.97亿  
首日排片：18.6%  
排片峰值：映后13天达45.4%  
电影口碑：171万人评分



# 年度电影一战狼2



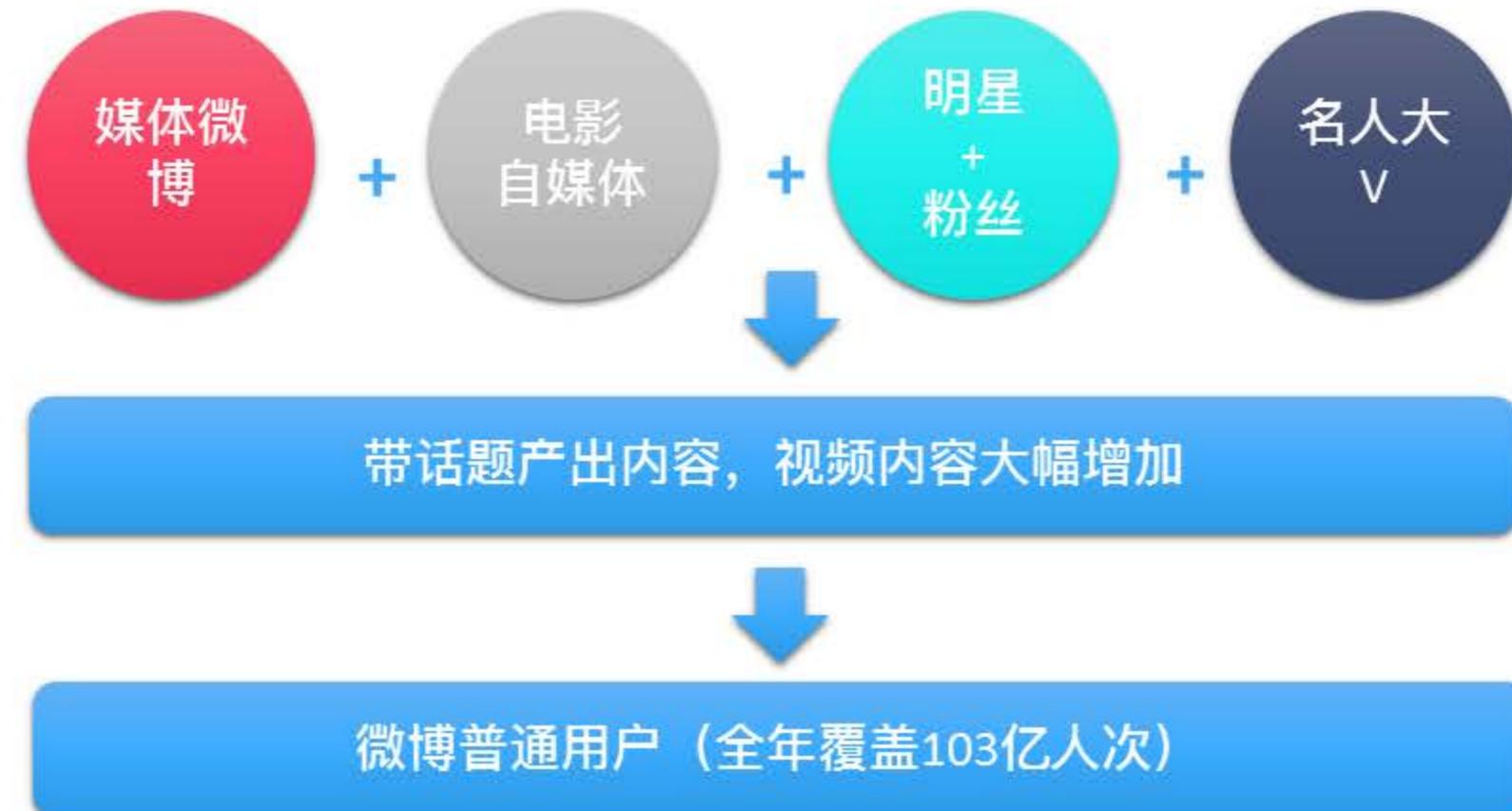
- 《战狼2》在微博上的信息量占据主导地位，微博仍然是目前娱乐影视的主要营销宣传增强影响力的主要渠道，也是主创团队与粉丝进行互动的主要方式。全网关注度来源微博占比 **93.33%**
- 《战狼2》相关话题总 **149** 个
- 总话题阅读量破 **62亿** 次
- 电影评分超 **486万** 次
- 头部用户发布视频播放超 **8.45亿**

数据来源：微舆情全网数据



## 电影节微博传播模式

电影节（奖）已经成为微博电影社区内容的重要组成部分。  
2017年电影节的传播模式从电影行业内部热点全面转变为跨界全民事件，电影节（奖）成为能够全面调动电影、音乐、明星、时尚、文学等领域全面参与的线上大型事件。





# 2017电影节影响盘点

#金球奖#	#柏林电影节#	#奥斯卡#	#金像奖#	#北京电影节#	#戛纳电影节#	#上海电影节#	#威尼斯电影节#	#金鸡奖#	#金马奖#
1月8日	2月9日-2月19日	2月26日	4月9日	4月16日-4月23日	5月17日-5月28日	6月17日-6月26日	8月30日-9月9日	9月16日	11月25日



颁奖礼/电影节期间话题增量



## **第三部分：2017微博电影联动**

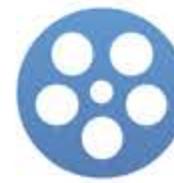


**跨界联动**

**行业联动**

**宣发联动**

**商业联动**



# 跨界联动—V淘电影计划



V淘电影计划，是微博与淘票票联合发起的电影评价体系。评委中既包括资深业内人士、影评人与电影自媒体，也不乏美食家、作家、科普工作者，IT精英、旅行达人等各领域的意见领袖。



## V淘电影计划

V淘大V推荐度将集结用户打分与点评，通过微博平台与淘票票等阿里系各产品，让大V电影意见直达数亿电影观众，以亿级曝光影响全民观影。



# 跨界联动—V淘电影计划：评委构成



X

淘票票  
演出好时光

产品上线3个月，评委人数超过160人，覆盖超过10个跨界领域，大V推荐度覆盖50余部院线电影，累积阅读量超过3.2亿。



影评人、媒体人&电影业内人士代表：



演员  
@王珞丹



影评人  
@大奇特



电影自媒体  
@毒舌电影



媒体人  
@秦小婉

跨界大V评委代表：



作家  
@蔡骏



美食达人  
@美豆爱厨房



科普达人  
@科学家种太阳



时装编辑  
@賣飛佛



- | 领域   | 占比     |
|------|--------|
| 电影   | 51.16% |
| 媒体传播 | 15.70% |
| 读书作家 | 6.98%  |
| 娱乐明星 | 5.81%  |
| 科学科普 | 4.65%  |
| 音乐   | 2.91%  |
| 时事   | 2.33%  |
| 军事   | 1.16%  |
| 其他   | 3.49%  |
| 互联网  | 2.91%  |
| 电视剧  | 1.74%  |
| 动漫   | 1.74%  |

大V由电影、媒体传播、读书作家、娱乐明星、科学科普、互联网、音乐、时事、电视剧、动漫、军事、财经、星座、政府政务、人文艺术、旅游出行、搞笑幽默等领域构成。



# 跨界联动—V淘电影计划年度十佳



V淘2017年度华语十佳&外语十佳，80余位评委鼎力评选，V淘电影计划元月巨献！



V淘电影计划

## V淘评委2017华语年度十佳电影

序号	电影名	V淘推荐度	序号	电影名	V淘推荐度
1	嘉年华	96%	6	妖猫传	76%
2	不成问题的问题	无推荐度	7	绣春刀II：修罗战场	无推荐度
3	芳华	77%	8	大护法	无推荐度
4	相爱相亲	无推荐度	9	八月	无推荐度
5	一念无明	96%	10	暴雪将至	85%

## V淘评委2017外语年度十佳电影

序号	电影名	V淘推荐度	序号	电影名	V淘推荐度
1	敦刻尔克	90%	6	海边的曼彻斯特	100%
2	银翼杀手2049	89%	7	看不见的客人	94%
3	寻梦环游记	96%	8	天才枪手	95%
4	摔跤吧！爸爸	无推荐度	9	请以你的名字呼唤我	86%
5	爱乐之城	96%	10	至暗时刻	91%

评选范围：2017年1月1日至2017年12月31日电影，总80余位评委进行评选。由于V淘电影计划开启于2017年8月底，故上线前电影及点评评委不足8位的电影没有V淘推荐度。



# 行业联动：微博电影之夜

第二届微博电影之夜2017年6月18日在上海隆重举办，邓超、周冬雨、杨幂、李易峰、冯小刚、陈可辛、王源、周迅、刘烨、段奕宏、张震、黄轩、王凯、林允、罗晋、张天爱、邓紫棋、刘涛、曾国祥、宁浩等一众明星大咖、导演制作人出席盛典。活动举办24小时内累计视频播放量过亿，盛典开始24小时内话题阅读增量过10亿，累积阅读量53.4亿！三场直播总观看人数达2060万！

2017  
微博电影之夜  
影 响 无 微 不 至  
WEIBO MOVIE AWARDS CEREMONY

## 视频

## 阅读

## 直播



盛典开始24小时内视频播放

总量突破1亿

盛典开始24小时内话题阅读数增量

突破10亿次

3场直播总观看人数

破2060万人次



# 行业联动：微博电影之夜

## 2017#微博电影之夜#群星盛典行业联动效果



微博电影之夜  
KING 邓超  
5,849,527票



微博电影之夜  
QUEEN 周冬雨  
4,126,394票



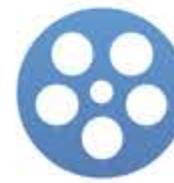
微博电影之夜  
人气之星 王源  
15,768,815 票



微博电影之夜共评出最佳口碑、创意发行、影响力网络电影、最受期待电影等奖项获奖影片在活动期间热度均有不同程度的上涨

奖项	影片	热度涨幅Top5
微博最受期待年度电影	芳华	↑ 139.27%
微博最受期待武侠电影	绣春刀·修罗战场	↑ 114.40
微博最受期待喜剧电影	父子雄兵	↑ 89.62%
微博最受期待战争电影	建军大业	↑ 56.61%
微博最受期待春节档电影	西游记女儿国	↑ 46.77%

数据来源：微博 (6.17~6.19数据)



# 宣发联动 电影视频合作

合作模式：视频分发+互动产品。2017年总共有12部影片参与短视频项目，参与影片80%以上票房过亿！8699万人次参与投票互动，累积产生超2亿次视频播放！

## 视频分发

### 全网最强大的娱乐电影官方微博矩阵

超过20个娱乐类、电影类官方微博矩阵助力



### 全网最强大的娱乐电影自媒体微博矩阵

超过500个娱乐类、电影类自媒体微博矩阵助力

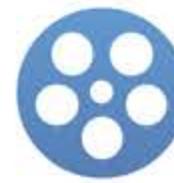


## 产品互动



用户直接观看可分享

个性化定制



# 宣发联动：电影视频合作年度案例

项目构成：8支独家短视频所有视频首发 + 定制视频投票专题 + 定制项目包装



## 明星发布视频



## 投票专题



## 资源推广



## 私信触达



## 投票自动分享视频



三生三世十里桃花—看视频送桃花 种线上十里桃林总播放量破1亿 桃花数破亿,独家视频增量5000万



# 商业联动：品牌+IP 全新产品体系

发展趋势：视频广告+互动产品

**电影IP**

**电影节**

**运营活动**

**线上植入借势内容伴随推广**

**电影IP联动代表**  
**奔驰+正义联盟**

**电影节商业联动代表**  
**欧莱雅+戛纳电影节**

**运营活动联动代表**  
**凯迪拉克+电影之夜**

The image displays three mobile phone screens from the Weibo app illustrating different types of brand collaboration:

- Movie IP Collaboration Representative (Mercedes-Benz + Justice League):** Shows a Weibo topic page for "#MovieJusticeLeague" with a post from Mercedes-Benz. It features a banner for the movie and a promotional offer for a "Golden Card".
- Festival Commercial Collaboration Representative (L'Oréal + Cannes Film Festival):** Shows a Weibo topic page for "#CannesFestival" with a post from L'Oréal. It features a banner for the festival and mentions it as an "Official Partner".
- Operational Activity Collaboration Representative (Cadillac + Movie Night):** Shows a Weibo topic page for "#WeiboMovieNight" with a post from Cadillac. It features a banner for the event and mentions it as an "Official Partner".



# 2017年度微博电影白皮书

出品人 陈弋弋

监 制 易东莹 陈红姣 陈雪娇

内 容 统 筹 王立童

数 据 统 筹 罗焱 王汉肖 黄湘萍 杨铭 李绍辉 刘洪洋  
侯志远 周畅 张华庆 向桐 吴军旗 徐成鹏

设 计 郭昊 王黎雪

内 容 策 划 贺冬云 张悦

微博电影中心· 2018年1月