

2017.

7月 连续剧内容营销指数榜单



目录

CONTENTS

- 00 序言——连续剧内容营销价值评估体系
- 01 热播榜——六月热剧内容营销案例大赏
- 02 待播榜——近期最具"贴片"价值待播剧盘点
- 03 潜力榜——最具深度内容植入价值筹拍剧盘点





序言



连续剧内容营销价值评估体系









投资规模

拍摄状态

内部评价

主创团队







导演编剧

须衔主演

制片人

制作公司





历史作品

规模体量









榜单排行

〒 内容质量

粉丝其础

播放平台





卫视频道

视频网站

网络热议度







百度指数

微信指数

微博指数





热播榜

六月热剧内容营销案例大赏

■ 时间范畴:2017.6.1~2017.6.30

■ 目前状态:热播中或已播出完毕

■ 榜单介绍:六月省级卫视热播剧内容营销 重点案例解析,囊括创可贴、原创帖与内 容植入多种内容营销方式

热播剧网络播放量排行



● 六月热播剧累计播放量Top10



《楚乔传》 180.43亿

卖剧女王再创周播剧收视纪录

关键词: 卖剧女王领衔主演 / 华策慈文强强联手



《欢乐颂2》 107.25亿

聚原班人马,延续全民话题剧

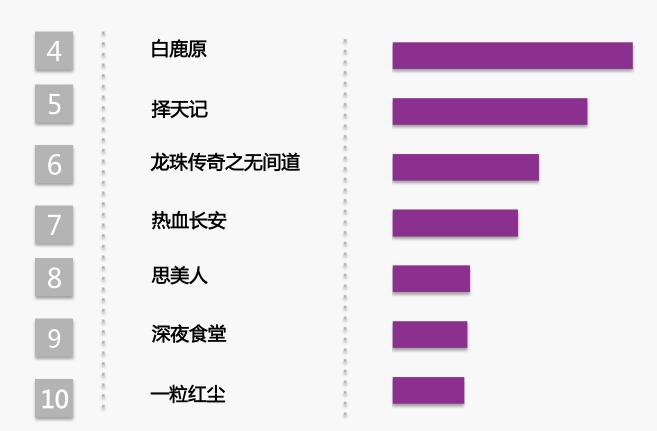
关键词:舆论热点剧/原班人气卡司/正午阳光代表作



《夏至未至》 51.23亿

校园青春IP剧,流量小花领衔

关键词:郭敬明青春文学王者 之作/流量小花搭档双鲜肉



省级卫视热播剧收视率排行

) 六月热播剧收视率Top10



《欢乐颂2》 东方卫视 1.811%

聚原班人马,延续全民话题剧

关键词:舆论热点剧/原班人气卡司/正午阳光代表作



《欢乐颂2》 浙江卫视 1.696%

聚原班人马,延续全民话题剧

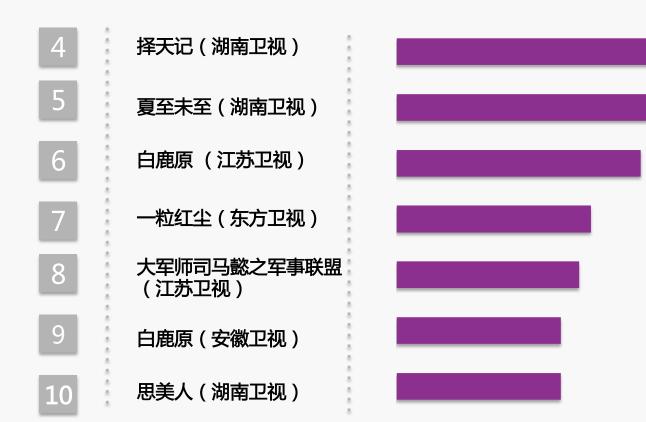
关键词:舆论热点剧/原班人气卡司/正午阳光代表作



《楚乔传》 湖南卫视 1.398%

卖剧女王再创周播剧收视纪录

关键词:卖剧女王领衔主演 /华策慈文强强联手



热播剧网络热议度排行



● 六月热播剧网络热搜指数Top10



《欢乐颂2》 1799.31



《楚乔传》 1551.21



《夏至未至》 1190.00

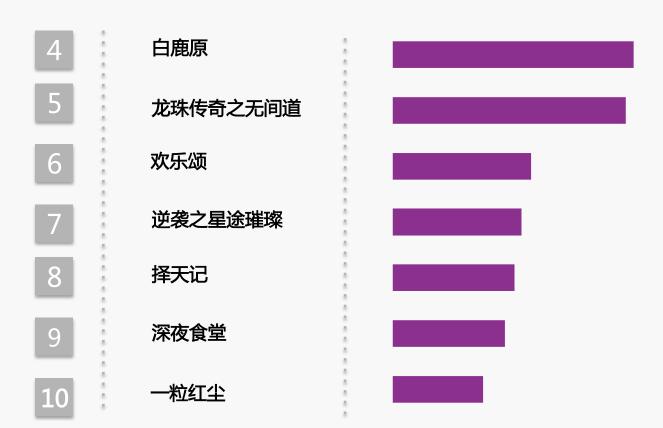
聚原班人马,延续全民话题剧

关键词:舆论热点剧/原班人气卡司/正午阳光代表作

卖剧女王再创周播剧收视纪录

关键词: 卖剧女王领衔主演 / 华策慈文强强联手

校园青春IP剧,流量小花领衔 关键词:郭敬明青春文学王者 之作/流量小花搭档双鲜肉





最"跨次元"的"创可贴"

"方特"在暑期档开幕大戏《楚乔传》中的弹幕广告 主题乐园品牌借势少女热血系古装大戏,巧妙融入剧情设置 "方特"百度指数整体环比增加75%,移动环比增加86%







看《楚乔传》看到方特的广告,发现追剧新乐趣,厉害了方特,想立马买票去玩!不知道到时候会不会有人形立牌啥的~

——一位85后"颖火虫"





契合剧情感性元素 为"创可贴"创造良机

《楚乔传》新鲜独特的叙事风格以及"青春、少女和热血"的感性基因与主题乐园品牌方特相对契合,这为"创可贴"的广告文案发挥创造带来先天优势。





强势打破次元壁 无缝衔接剧情"没毛病"

"方特"的"创可贴"在文案处理上力求把品牌特质与剧情设置融为一体,用类似于"画外音"效果的弹幕式吐槽来营造喜感,强势代入笑点,缓解虐点。



最具 "反差萌" 的创意中插

"人人贷"在《大军师司马懿之军师联盟》中的中插广告 广告延续正片电影级质感,玩转"神转折"传达品牌诉求 "人人贷"百度指数整体环比增加12%,移动环比增加23%





#军师联盟#一口气看了五集军师联盟,现在满脑子都是人人贷的广告,本来看剧脸盲记不住嘉嘉,结果人人贷的广告让我记住他的脸了。。——一位90后包邮区女剧粉



嫁接人物 传递诉求

将品牌故事嫁接到军师郭嘉身上。郭嘉深夜急召将士,侍从手捧写着数字"7"的蛋糕乱入,画风突变,庆祝郭嘉在人人贷理财七年;

用神转折剧情传递人人贷的品牌诉求, 给观众带来深刻印象。



品牌传播 更立体化

中插广告沿袭了正剧"处女座"属性,以 苛求完美的细节形成强大艺术合力,让观 众沉浸在堪比电影质感的广告中,使创意 中插好玩更好看;

用电影品质般的演绎,使品牌营销取得最立体的传播效果。

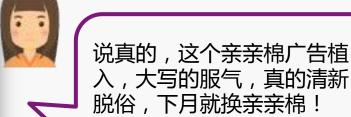


最"接地气"的情节植入

"高洁丝"在校园青春IP剧《夏至未至》中的情节植入 巧妙贴合人物形象与剧情,精准营销致显著效果 "高洁丝卫生巾"百度指数整体环比增加30%,移动环比增加26%



"陆之昂就是亲亲棉"



——一位大学生追剧党



拟人化产品形象 逗趣植入引观众好感

以高洁丝两款产品比喻两大男主,"亲亲棉"对应体贴有安全感的男二,"透气超薄"对应尽管存在感低但关键时刻靠谱的男一,既引观众发笑提升好感度,也利用男主人气绑定产品促销售。







投放精准有效 场景设计契合受众

该剧主要受众为12-35岁年轻女性,与高洁丝卫生巾的客户群高度契合。剧中巧妙利用女生宿舍常见的打牌场景,设计以亲亲棉为赌注,场景自然且接地气,引发主要受众的共鸣。





待播榜

近期最具"贴片"价值待播剧

■ 时间范畴:2017年7月中旬~8月中旬

■ 目前状态:即将开播

■ 榜单介绍:推荐近期即将播出的最值得期 待的连续剧,可供贴片式植入品牌

待播榜





《轩辕剑之汉之云

综合打分:7.6 类型: 古装 玄幻 导演:潘文杰、金沙

主演:张云龙、于朦胧、关晓彤

出品公司:上海新文化 播出时间:2017年8月14日

上榜理由:该剧改编自顶级IP《轩辕剑》游戏,粉丝累计 过亿;游戏、古偶、鲜肉等多属性高度契合泛二次元群体



综合打分: 7.5

类型:剧情、悬疑 导演:管虎、费振翔 主演: 阮经天、徐璐

出品公司:企鹅影视、耀客传媒等

播出时间:2017年7月

上榜理由:超级IP《鬼吹灯》系列作品; "最佳导演"管

虎携金马影帝阮经天共同塑造高品质网剧



《春风十里,不如你》

综合打分:7.5 类型:青春爱情

导演:马进

主演:周冬雨、张一山

出品公司:优酷视频、东海麒麟等

播出时间:2017年7月

上榜理由:改编自冯唐经典代表作《北京,北京》;金马 影后周冬雨搭档90后"老戏骨"张一山,精品演技可期



综合打分: 7.4 类型:都市、警匪 导演: 苏万聪

主演:苗侨伟、陈豪、宣萱 出品公司:企鹅影视、TVB 播出时间:2017年7月24日

上榜理由:前作《使徒行者》大获成功,定下高人气基础;

TVB戏骨齐出, "港味"十足,面向不同群体

综合打分:7.3

类型: 古装 武侠 爱情

导演:刘新

主演:迪丽热巴、张彬彬

出品公司:华录百纳、中和传媒等

播出时间:2017年8月14日

推荐理由:继《三生三世十里桃花》后,人气花旦迪丽热 巴和优质型男张彬彬再度合作,组全新CP颇具话题度



待播榜之《轩辕剑之汉之云》:



改编自顶级游戏IP,多属性"拥抱"二次元观众



类型: 古装 玄幻

导演:潘文杰、金沙

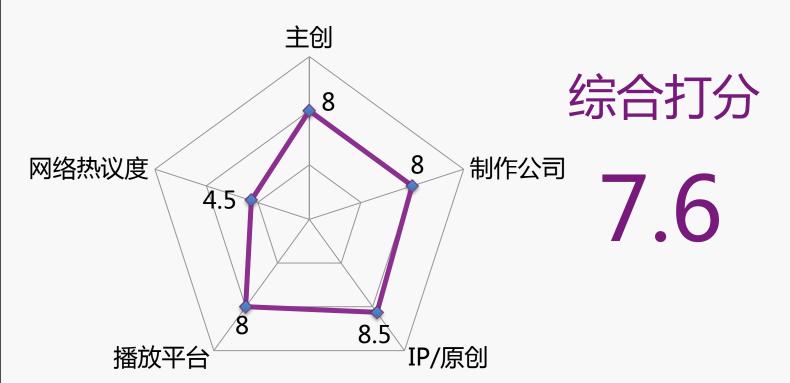
主演:张云龙、于朦胧、关晓彤

播出时间:2017年8月14日

播出平台:东方卫视

观众画像:以华东地区20-39岁中青年群体为主,

女性比例略大于男性



推荐 理由

超强IP: "轩辕剑"系列为游戏顶级IP,拥有高黏性、大基数粉丝群,前作《轩辕剑之天之痕》大获成功,面向泛二次元观众人群

人气主演: "国民闺女"关晓彤携手人气小生张云龙、于朦胧,新生代组合引发观众期待。

植入 建议 适合植入形式:创意中插,以演员小剧场形式古穿今,逗趣包装现代产品;创可贴,用网感词语趣味解读剧情,让观众乐于"出戏"

适合品牌:年轻化二次元品牌、非处方药类品牌、社交类APP等

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数、微博指数,2017年6月1日至6月30日。

待播榜之《鬼吹灯之黄皮子坟》: ②艾恩



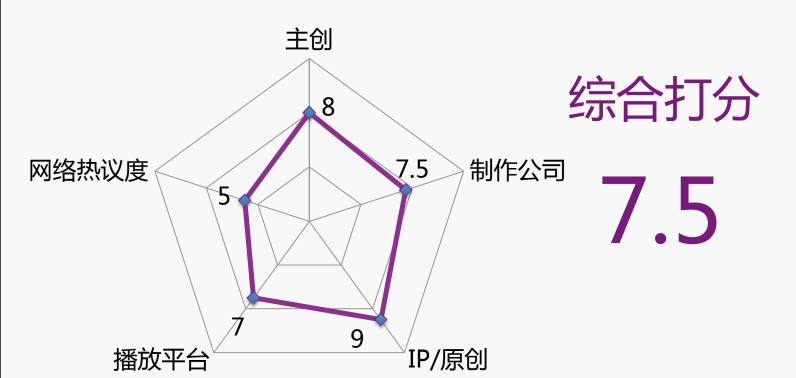
超级IP系列作品, "最佳"团队构质量保障



<u>类</u>型:剧情、悬疑 导演:管虎、费振翔 主演: 阮经天、徐璐 出时间:2017年7月 播出平台:腾讯视频

观众画像:以20-39岁东部沿海城市的男性观众为

收视主力军



推荐 理由

超级IP:改编自天下霸唱《鬼吹灯》系列,受万干粉丝追捧,原著小 说销量过千万,豆瓣评分8.0

王牌主创:第六代"怪才"导演管虎执导,"华鼎奖"最佳编剧冯骥 主编,知名团队树立高质量口碑

适合植入形式:结合悬疑探险剧的紧张节奏,巧妙设计"弹幕广 告",以调侃剧中角色、根据线索卖关子等形式引起观众注意

适合品牌:户外运动品牌、男士护肤品牌、电子商务类APP等

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数、微博指数,2017年6月1日至6月30日。

待播榜之《春风十里·不如你》:



新晋金马影后携手90后"老戏骨"组"山雨CP"



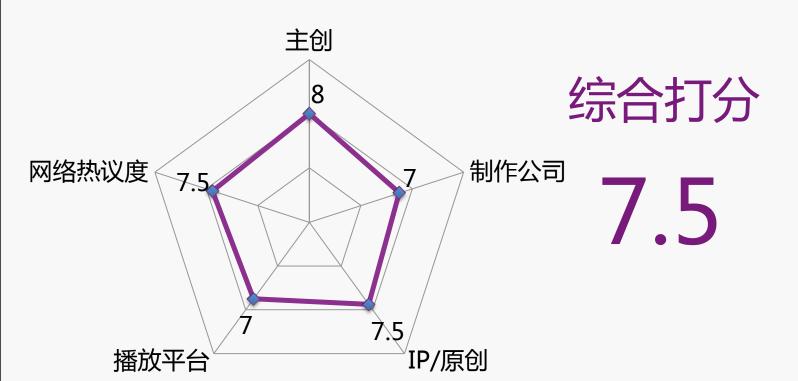
类型:青春 爱情

导演:马进

主演:周冬雨、张一山播出时间:2017年7月播出平台:优酷视频

观众画像:以19-34岁女性观众为收视主力军,一

线城市占比突出



推荐 理由

植入 建议 实力主演:金马影后周冬雨搭档90后"老戏骨"张一山,将在众多古偶剧、大女主戏中带来一股清流,给观众带来一场演技盛宴

优质IP:该剧改编自冯唐"万物生长三部曲"中的《北京北京》,情节具有猛烈气势与现实深度,豆瓣评分7.5

适合植入形式:把握剧情年代与剧本基调,以"创可贴"形式将品牌特质与剧本紧密贴合,精准传递品牌定位,提升品牌辨识度

适合品牌:老字号国产护肤品牌、日化用品品牌、家用电器品牌等

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数、微博指数,2017年6月1日至6月30日。





潜力榜

最具深度内容植入价值筹拍剧

■ 时间范畴:2017年7月~9月中旬开机

目前状态:即将开机/前期筹拍中

■ 榜单介绍:推荐近期开始筹拍的的最值 得期待的连续剧,可供深度内容植入、 贴片式植入品牌

潜力榜





综合打分:8.0

类型:古代、传奇、爱情

导演:张开宙

主演:赵丽颖、冯绍峰 出品公司:正午阳光 开机时间:2017年8月

上榜理由:金牌团队制作护航;高品质IP剧,豆瓣评分

8.6; 卖剧女王赵丽颖搭档冯绍峰, 增添高收保障



综合打分:7.8 类型:现代探险

导演:未定 主演:吴磊等

出品公司:南派泛娱 开机时间:2017年9月

推荐理由:超级IP盗墓笔记系列作品;南派泛娱《老九门》

等前作奠定口碑基础; "大势" 鲜肉吴磊首挑大梁



综合打分: 7.8

类型:青春、励志

导演:刘江

主演:唐嫣,罗晋出品公司:完美影视

开机时间:2017年6月20日

上榜理由:金鹰奖"最佳导演"刘江执导,质量可期; 人气演员唐嫣、罗晋"情侣档"出场,引大众关注



综合打分: 7.5

类型:当代涉案、都市、惊险

导演:刘新

主演:陈伟霆,马思纯出品公司:华策克顿

开机时间:2017年7月25日

上榜理由:都市激战题材,原著小说网络点击量超2亿; 优质小生陈伟霆搭档金马影后马思纯,演技与热度并存



综合打分:7.1

类型:当代都市、古董悬疑

导演:五百

主演:夏雨、乔振宇、王刚

出品公司:企鹅影视、壹佳传媒

开机时间:2017年7月

上榜理由:改编自文字鬼才马伯庸的电视剧同名小说,创

新题材造精品网剧;影帝夏雨携老戏骨开启演技盛宴



潜力榜之《知否?知否?应是绿肥红瘦》:《三艺恩 卖剧女王首次挑战宅斗题材,金牌制作团队保驾护航



类型:古代、传奇、爱情

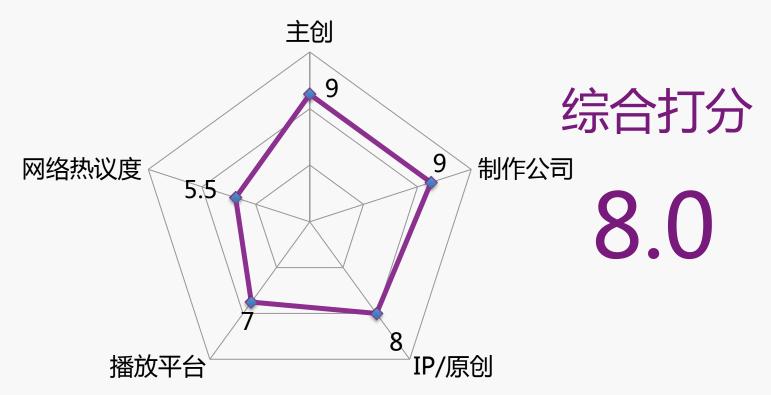
演:张开宙

:赵丽颖、冯绍峰

女:70集

机时间:2017年8月

观众画像:以东部沿海城市中20-39岁都市女



推荐 理由

金牌团队:业界标杆正午阳光出品,制片人侯鸿亮、导演张开宙曾参与 现象级电视剧《欢乐颂》系列制作

大势主演: 卖剧女王赵丽颖搭档人气演员冯绍峰, 选角贴合原著且具人 气保障

适合植入形式:结合剧情进行符合古装特色的定制植入,开发主角相关 的同款产品,高效提升品牌认知度

适合品牌:国产草本护肤品牌、传统酒类品牌、金融理财类APP品牌等 19

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数,2017年6月1日至6月30日。

潜力榜之《沙海》:



超级IP盗笔系列重启, "大势"鲜肉吴磊领衔主演



类型:现代探险

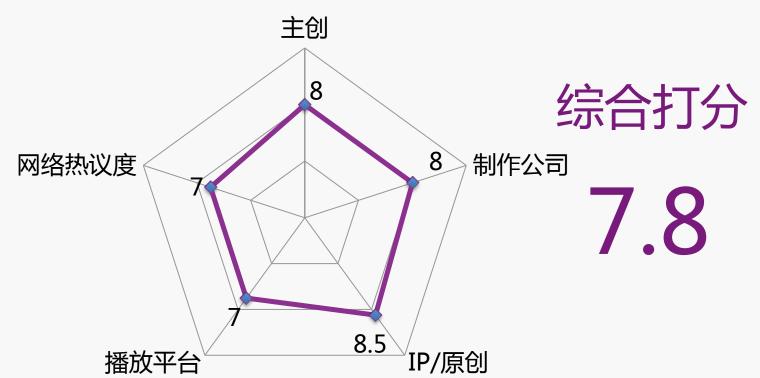
导演:未定 主演:吴磊等

集数:60集(第一季20集)

开机时间:2017年9月

观众画像:以北上广20-39岁都市中青年群

体为主,两性观众比例均衡。



推荐 理由

现象级IP:南派三叔《盗墓笔记》系列IP价值高,受千万粉丝追捧,粉丝黏性高,前作《盗墓笔记》、《老九门》皆大获成功

优质主创:由IP原作者南派三叔担任总编剧,保障改编的原汁原味;"网剧一哥"白一骢担任制片人

植入 建议 适合植入形式:道具植入、台词植入等方式,将品牌策略性融入剧情, 给观众留下深刻印象;创意中插,逗趣包装硬广,引发话题

适合品牌:户外运动品牌、日化用品品牌、功能性饮料品牌等

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数,2017年6月1日至6月30日。

潜力榜之《橙红年代》:



都市激战题材优质IP,人气男神携手金马影后



类型:当代涉案、都市、惊险

导演:刘新

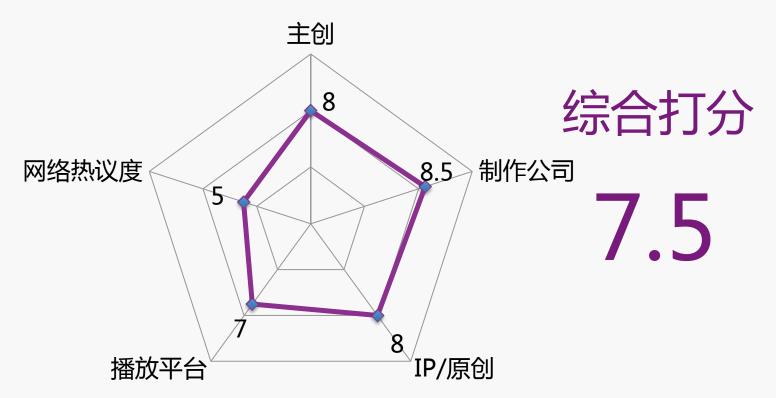
演:陈伟霆,马思纯

数:50集

开机时间:2017年7月25日

观众画像:以东部沿海地区20-39岁中青年

为主力,男性比例占比较大



推荐 理由

新颖IP:改编自骁骑校的都市激战类小说,题材新颖、具正能量,同名 原著小说网络点击量超2亿

人气演员:人气男神陈伟霆搭档金马影后马思纯,新鲜CP引观众期待

建议

适合植入形式:现代剧可多采用台词植入、情节植入等多样形式,主角

使用同款产品、以一语双关形式命名场景、产品串联情节等

适合品牌:男性个护品牌、车企品牌、战斗类RPG手游品牌等

数据来源:艺恩智库、百度指数、微信指数,2017年6月1日至6月30日。





更多项目合作请联系:

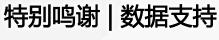
艺恩上海分公司总经理:高文韬



13817199841



tony@entgroup.cn



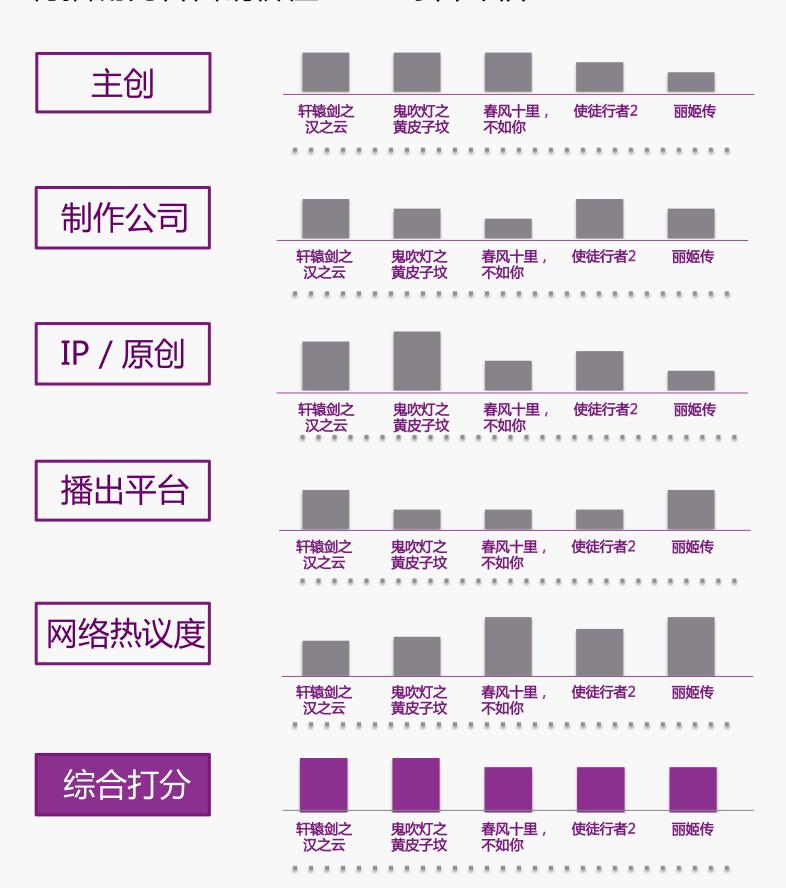




附录一:



待播剧内容营销价值TOP5综合评估



附录二:

潜力剧内容营销价值TOP5综合评估



