

视·屏全接触

——《我的前半生》特别分析

2017年9月刊

摘要



艾瑞咨询《2017年中国OTT广告市场研究报告》发布，揭示OTT广告市场的规模与发展预测。



电视剧《我的前半生》由全职太太离婚出发，关注事业与生活的探讨。



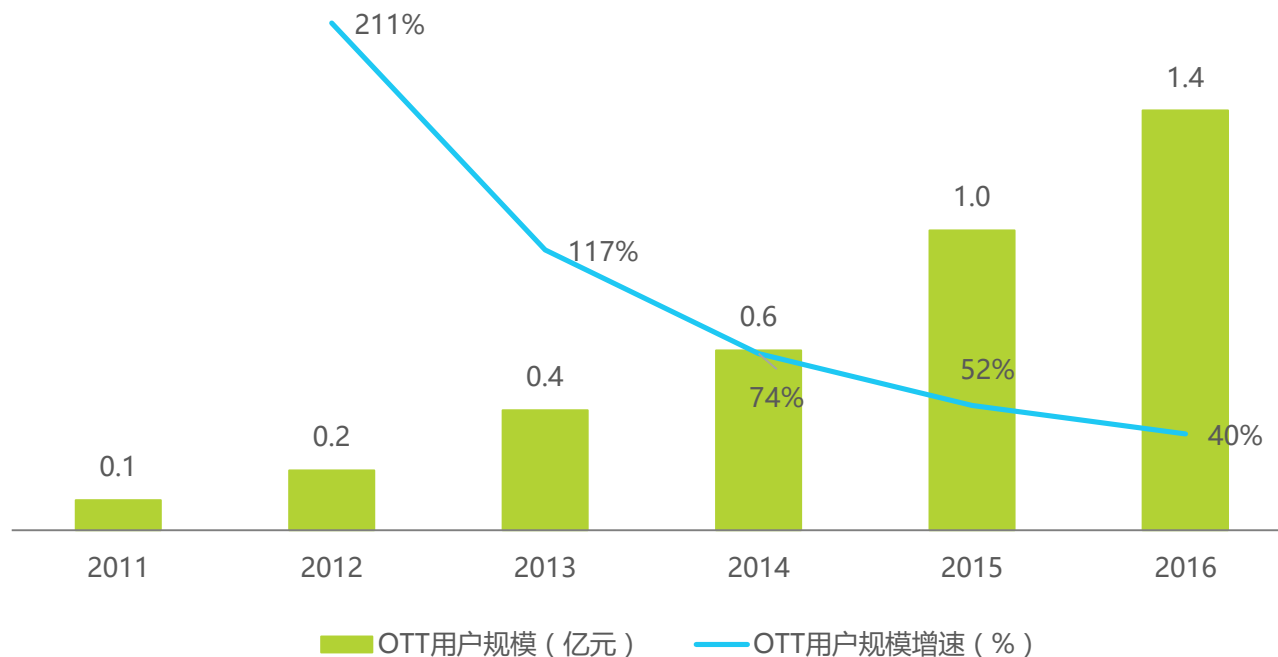
爱奇艺自制综艺《中国有嘻哈》挖掘嘻哈人才，传达年轻人态度和价值主张。

中国OTT行业用户规模

2016年中国OTT用户达到1.4亿户

2011年-2016年间我国OTT用户规模持续增长。到2016年，OTT用户规模达1.4亿户。

2011-2016年中国OTT用户规模



来源：艾瑞《2017年中国OTT广告市场研究报告》。

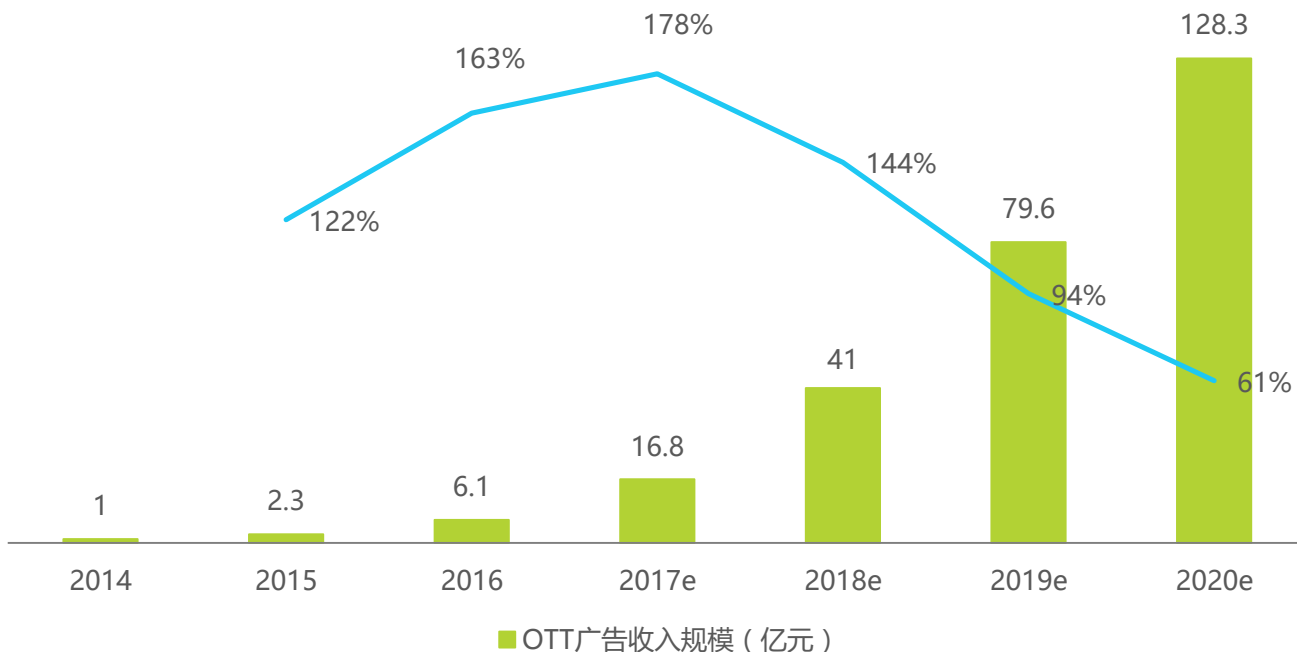
中国OTT行业市场规模

用户规模快速增长，OTT广告或将迎来爆发

2014 -2016年间，OTT广告市场规模快速增长，2016年市场规模达 6.1亿，增长率达 162.6%。

伴随着OTT用户规模的快速增长，OTT广告产业链的日益完善，2017 年广告主将在 OTT端投入更多预算，OTT广告市场将迎来爆发增长。预计到 2020 年，中国 OTT广告市场规模将达到 128.3亿。

2014-2020年中国OTT广告市场规模及预测



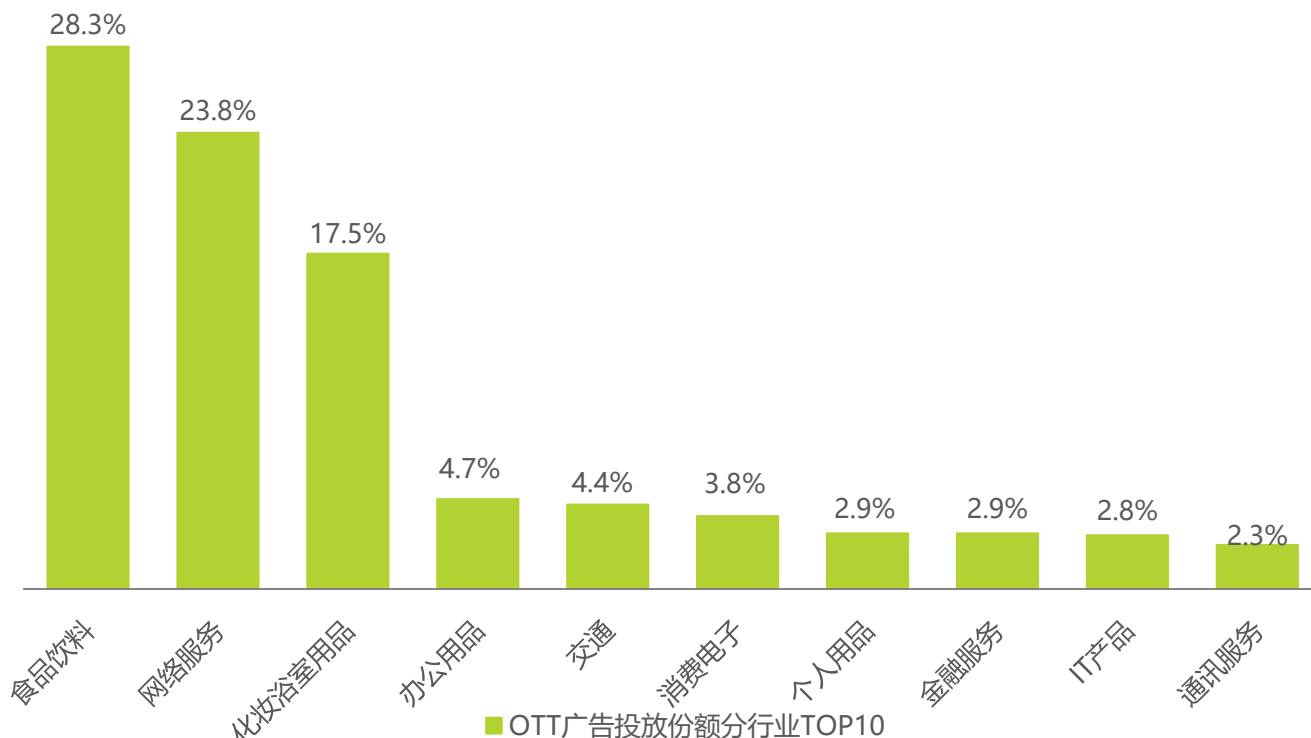
数据来源：艾瑞《2017年中国OTT广告市场研究报告》。

中国OTT广告投放份额

OTT广告中快消类占比大

2017年1-7月，食品饮料类、网络服务和化妆浴室用是OTT广告投放份额占比最大的三行业，其中食品饮料类和化妆浴室用基本上为快消广告主。OTT的家庭场景属性与快消类产品的决策和费十分吻合。

2017年1-7月OTT广告投放份额分行业TOP10



数据来源：艾瑞《2017年中国OTT广告市场研究报告》。

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

7月Top15电视剧榜单中，TFBOYS主演的《我们的少年时代》在湖南卫视黄金档热播，取得了在电视榜中排名第一，网络端前五的好成绩。

而来自热门IP的《楚乔传》，以22点档周播剧强势冲上电视榜Top 15，在网络端更是以绝对优势遥遥领先，连续2个月称霸榜首。

2017年7月PC电视剧收视排行榜

网络排名	片名	覆盖人数 (千人)
1	楚乔传	130158
2	我的前半生	90253
3	我们的少年时代	37951
4	大军师司马懿之军师联盟	36590
5	决战江桥	23666
6	醉玲珑	23090
7	双世宠妃	22179
8	鬼吹灯之牧野诡事	21761
9	夏至未至	21555
10	鬼吹灯之黄皮子坟	18727
11	春风十里不如你	15948
12	复合大师	13857
13	欢乐颂2	13696
14	反恐特战队之猎影	10970
15	太行英雄传	10909

2017年7月移动电视剧收视排行榜

网络排名	片名	覆盖设备数 (千台)
1	楚乔传	407839
2	我的前半生	298146
3	醉玲珑	131029
4	鬼吹灯之牧野诡事	130024
5	我们的少年时代	118485
6	夏至未至	110498
7	双世宠妃	85038
8	河神	81046
9	复合大师	69397
10	鬼吹灯之黄皮子坟	56694
11	大军师司马懿之军师联盟	51666
12	春风十里不如你	51480
13	一粒红尘	49069
14	反恐特战队之猎影	48172
15	新侠客行	37787

2017年7月电视电视剧收视排行榜

电视排名	片名	覆盖人数 (千人)
1	我们的少年时代	338576
2	我的1997	251017
3	少林问道	238521
4	我的前半生	236888
5	新侠客行	228923
6	楚乔传	215989
7	林海雪原	210974
8	夏至未至	205808
9	复合大师	201751
10	太行英雄传	179022
11	漂洋过海来看你	171709
12	西游记	170503
13	大军师司马懿之军师联盟	169972
14	咱们相爱吧	155929
15	决战江桥	139489

来源：PC端数据：艾瑞iVideoTracker。移动端数据：艾瑞mVideoTracker。电视端数据：CSM Infosys。

跨屏综艺排行榜

7月Top15综艺榜单中，综艺节目在三榜分化较大，央视综艺在电视端表现出色，PC端侧重网台节目，移动端则更有更多网络自制综艺上榜。

《快乐大本营》展示出强大的观众收视基础，在三榜中都占据一席之地。

2017年7月PC综艺收视排行榜

网络排名	片名	覆盖人数 (千人)
1	快乐大本营	54472
2	极限挑战	44968
3	奔跑吧	30219
4	中国新歌声	20179
5	七十二层奇楼	17647
6	天天向上	15974
7	快乐男声	15393
8	我想和你唱	14661
9	花儿与少年	11862
10	中国有嘻哈	11799
11	火星情报局	11709
12	笑声传奇	10214
13	跨界歌王	9258
14	中餐厅	9072
15	变形计	6380

网络
独播

网络
独播

网络
独播

网络
独播

2017年7月移动综艺收视排行榜

网络排名	片名	覆盖设备数 (千台)
1	极限挑战第三季	119104
2	奔跑吧	116434
3	中国新歌声第二季	105712
4	中国有嘻哈	88966
5	明日之子	44315
6	姐姐好饿第二季	36638
7	快乐大本营2017	32044
8	火星情报局第三季	30161
9	了不起的孩子第二季	30011
10	爱奇艺早班机	24571
11	大学生来了第二季	23709
12	笑声传奇	20015
13	中餐厅	19701
14	我们相爱吧之爱有天意	17904
15	爱情保卫战	16224

2017年7月电视综艺收视排行榜

电视排名	片名	覆盖人数 (千人)
1	星光大道	267244
2	光影星播客	225493
3	快乐大本营	215960
4	开门大吉	178205
5	越战越勇	175993
6	七十二层奇楼	174673
7	出彩中国人出彩之路	155358
8	向幸福出发	134078
9	回声嘹亮	126662
10	今日影评	122608
11	幸福账单为你买单	120629
12	加油向未来	118969
13	黄金100秒	110778
14	非常6+1	110320
15	中华文明之美	110106

来源：PC端数据：艾瑞iVideoTracker。移动端数据：艾瑞mVideoTracker。电视端数据：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

《我的前半生》



《我的前半生》是新丽电视文化投资有限公司出品的都市情感剧，由沈严执导，靳东、马伊琍、袁泉、雷佳音、吴越领衔主演。

该剧讲述了生活优越安逸的全职太太罗子君与丈夫陈俊生离婚后一切归零，在闺蜜唐晶及其男友贺涵的帮助下打破困境，进入职场，在自我成长中走向人生下一程的故事。

播出信息

播出日期：2017年7月4日-2017年8月6日

电视播出时间：每周一至周日2集连播

电视播出平台：东方卫视、北京卫视

网络播出平台：爱奇艺、腾讯视频、优酷视频

热门电视剧追踪

由全职太太离婚出发，关注事业与生活的探讨

《我的前半生》尽管是以女主角罗子君遭遇离婚为开端，但该剧之后聚焦的却是她在感情和职场方面的人生蜕变，展现了罗子君从人生低谷到开启属于自己人生新篇章的过程，这种关注现实的剧情让人耳目一新。



贺涵

演员 靳东
简介：唐晶的男友兼上司，职场精英男。



罗子君

演员 马伊琍
简介：全职太太，与丈夫离婚后，在好友贺涵、闺蜜唐晶的帮助下走出了困境，重获幸福。



唐晶

演员 袁泉
简介：罗子君的闺蜜好友，贺涵的女友，职场女强人



陈俊生

演员 雷佳音
简介：罗子君的前夫，凌玲的男友，成功精英男。



凌玲

演员 吴越
简介：与陈俊生是同事，离异单身母亲，介入陈俊生与罗子君的婚姻。



薛甄珠

演员 许娣
简介：罗子君、罗子群的妈妈，很虚荣，但是很爱自己的两个女儿。

来源：根据公开资料整理而得。

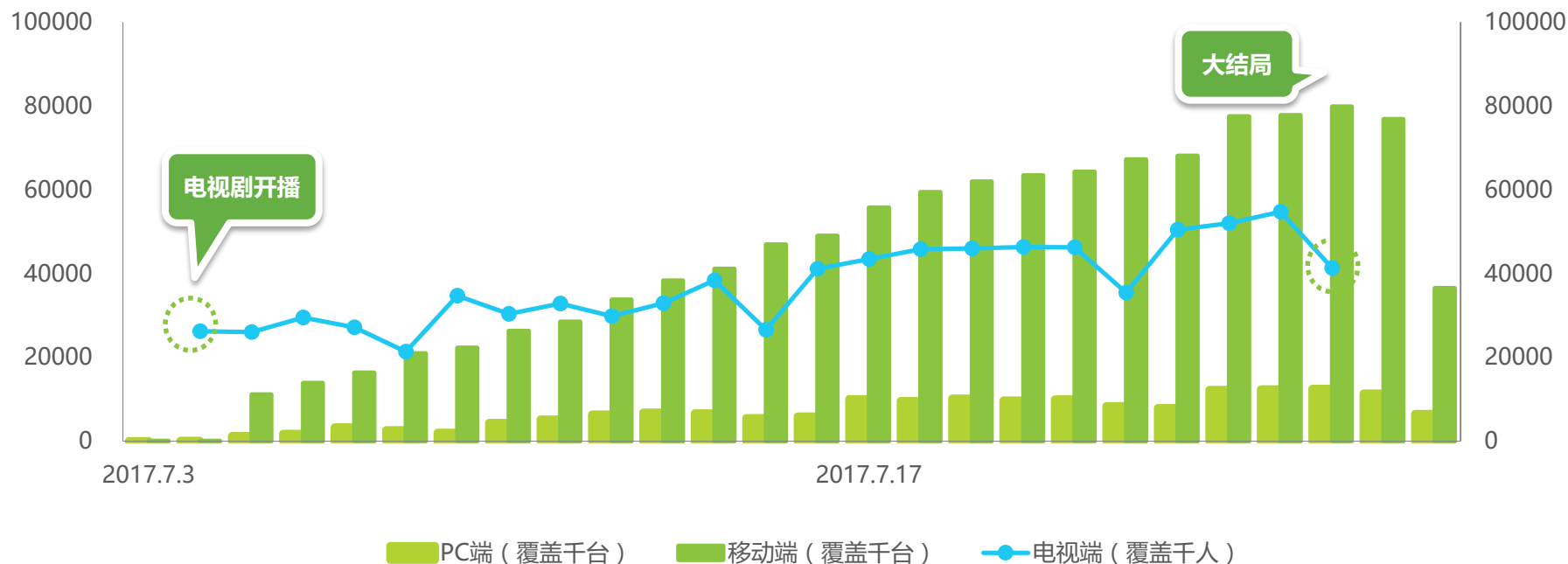
热门电视剧追踪

随剧情深入，收视节节攀升

《我的前半生》自开播以来收视稳步走高，电视端覆盖增长一倍，网络端大结局覆盖几乎是开播时的四倍。

《我的前半生》里，没有被完全美化的人物，没有刻意地扮嫩装酷。原本，剧情拖沓是很多都市情感剧的缺陷。但在该剧这里是没有脸谱化的、好坏分明的人物。剧情细节处理也很生活化，展示了中国式的家庭关系的复杂性。

2017年7月《我的前半生》三屏收视情况



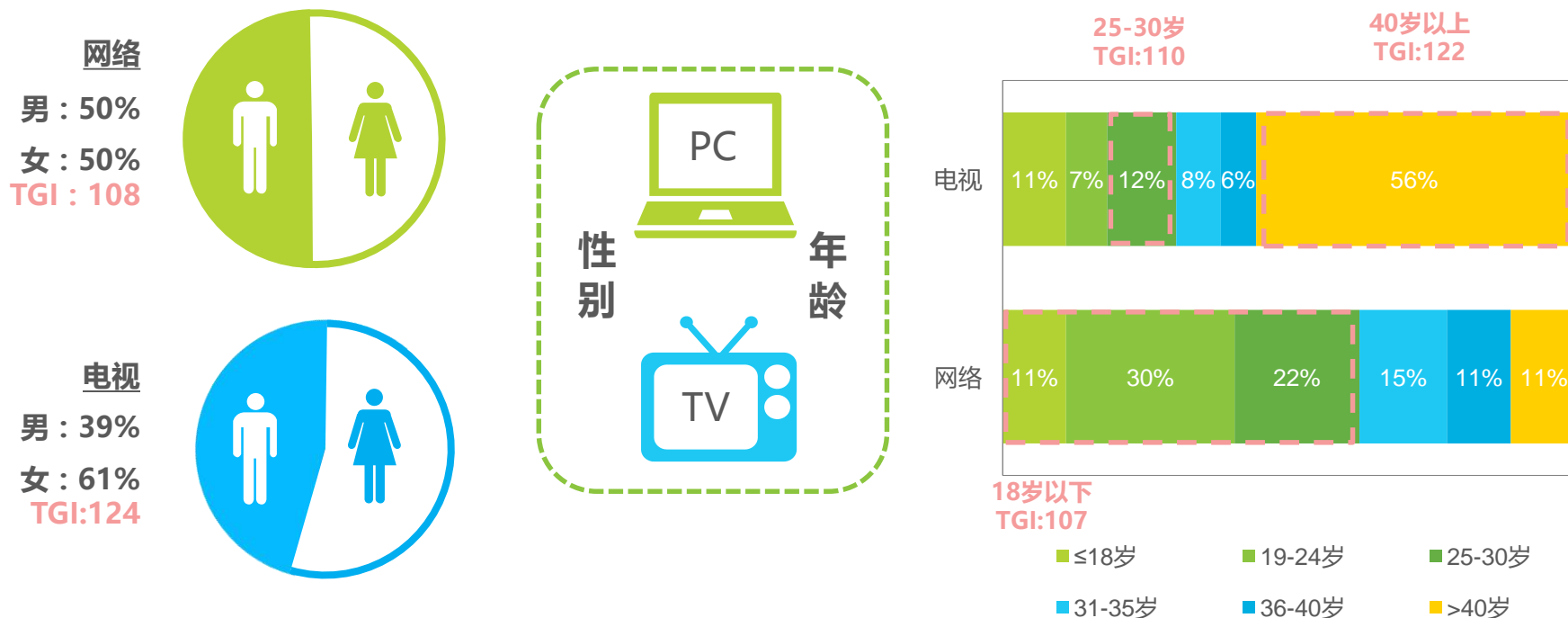
热门电视剧追踪

全职太太独立自强的剧情吸引女性受众

《我的前半生》更加吸引女性观众，电视端占比超过六成，倾向度达到124；PC端男女观众占比相当，但女性倾向性更高。

从年龄来看，《我的前半生》对老中青三代都有较强的吸引力。40岁以上偏爱电视端，30岁以下集中网络端。

2017年7月《我的前半生》双屏观众性别、年龄构成



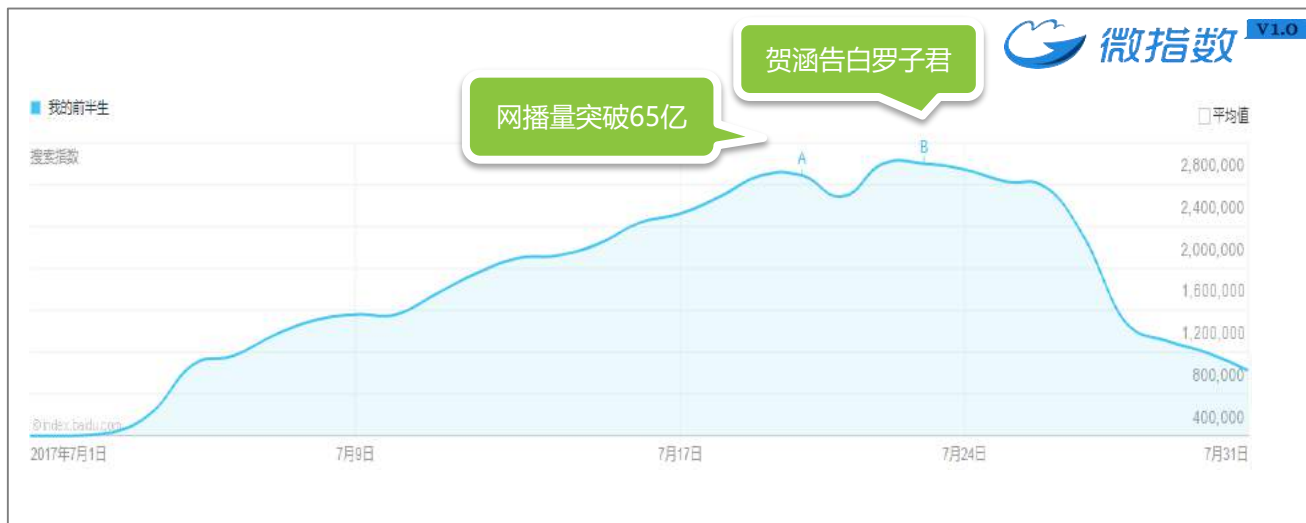
来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

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。

热门电视剧追踪

开播并未引关注 纠结感情戏份被热议

- 《我的前半生》开播初期并未引起关注，仅在微博由主演带动宣传。但随着剧集的播出，搜索量和讨论度越来越高。
- 其中，罗子君与闺蜜唐晶男友贺涵之间的暧昧纠结的情感冲突，引发了开播以来的一波讨论小高潮。



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

《中国有嘻哈》



《中国有嘻哈》是由爱奇艺自制的音乐选秀节目，由浙江卫视《中国好声音》总制片人以及江苏卫视《蒙面唱将》总导演联手制作，这是爱奇艺推出的中国地区首档Hip-hop音乐选秀，节目于2017年6月24日开始在爱奇艺独家播出。

播出信息

播出日期：2017年6月24日-2017年9月9日

播出时间：每周六晚20：00

网络播出平台：爱奇艺

热门自制综艺追踪

挖掘嘻哈人才 传达年轻人态度和价值主张

作为首档大型Hip-hop音乐选秀节目，《中国有嘻哈》以投资金额超过两亿的规模，成为爱奇艺2017年唯一一档S+级重点自制综艺，更是爱奇艺有史以来投资最大的网综头部节目。传达最有年轻人态度和价值主张的《中国有嘻哈》将成为最具差异化、最具创新力的一档超级网综。

明星制作人：



四强选手：



来源：根据公开资料整理而得。

热门自制综艺追踪

首播收视过亿 总决赛播放量达到2.4亿

6月24日,《中国有嘻哈》首次上线时,播出四小时收视率即过亿,第二期播出后热度也是不断高涨、再次过亿,超过12个相关关键词陆续登上热搜总榜,并有9个同时在榜。在四强上演巅峰对决的总决赛,官方播放量更是高达2.4亿。在每周节目更新的时间点,收视率都会同步上涨,在嘻哈侠真面目曝光及吴亦凡带炒面队改编周杰伦的《三年二班》带来一波回忆杀的两期,收视率迎来一波小高峰。

2017年6-8月《中国有嘻哈》网络日收视情况



来源: 根据公开资料整理而得。

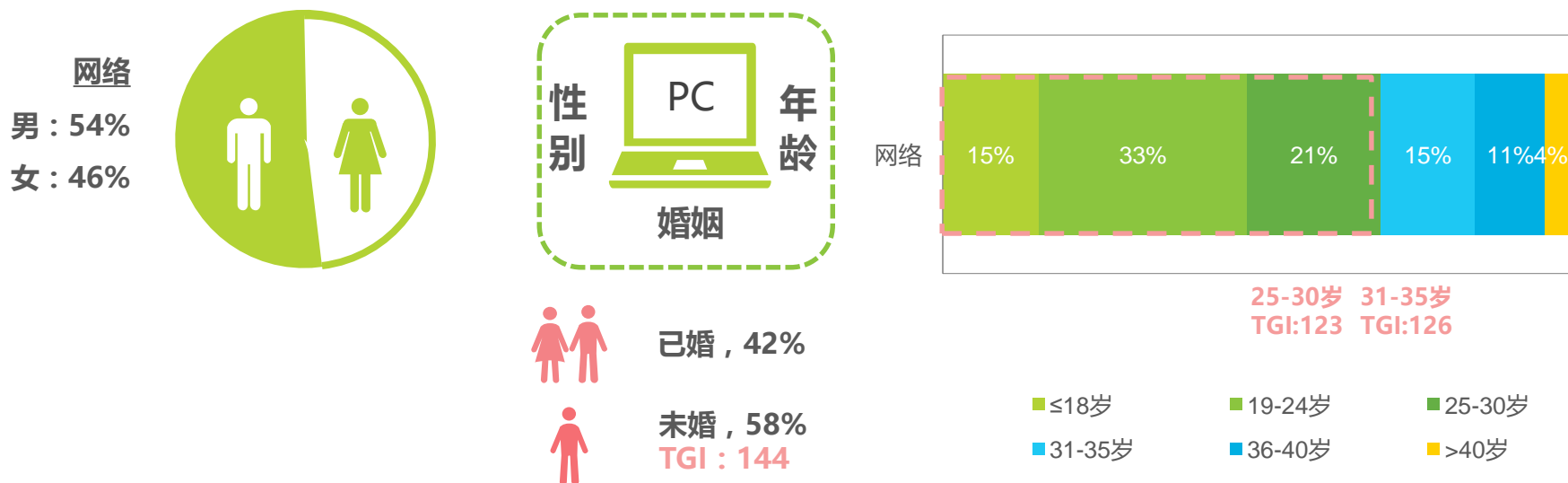
热门自制综艺追踪

《中国有嘻哈》契合年轻人的想法

从性别来看,《中国有嘻哈》在男女比例上占比较为平均,无显著差异。在婚姻方面,未婚人群的倾向性较已婚人群显著,达到144。

从年龄来看,30岁以下泛90后用户占比近七成,嘻哈文化彻底和直接,“real”的表达方式也迎合了18岁以下的泛95后年轻用户,其观看倾向性也最为显著,高达144。

2017年7月《中国有嘻哈》中国网络端观众性别、婚姻、年龄构成



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

《中国有嘻哈》微博话题阅读量超60亿

- 随着《中国有嘻哈》每周更新，百度搜索指数迎来一波波小高峰。吴亦凡“你有freestyle吗”话题火热，百度搜索指数迎来最高峰。
- 微博上马苏邀请范冰冰等明星为PG_ONE做应援的小视频在微博达到话题高潮，引起大量粉丝讨论并转发。
- 截至收官，在微博上，#中国有嘻哈#的话题阅读量高达67.4亿，微博讨论量超过2600万。《中国有嘻哈》的官方微博的粉丝数量也超过56W。



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. 2017上海网络视听季开幕 内容+零售造就视听产业新风口

9月5日，2017上海网络视听季暨第九届中国网络视听产业论坛在上海国际会议中心开幕。本届中国网络视听产业论坛由国家新闻出版广电总局网络视听节目管理司、上海市文化广播影视管理局主办，中国（上海）网络视听产业基地、上海市网络视听行业协会承办。

为广大网民提供精品内容，打通线上线下实现产业融合，成为主论坛众行业领袖的共鸣。



<http://news.163.com/17/0906/13/CTLGOC0000018AOR.html>

2. 优酷上海网络视听季举行沙龙 宣布推出“数据导演计划”

在内容为王、网综井喷的时代，如何缔造爆款，打造高口碑高流量的超级网综是每一个内容人的目标和梦想。

上海网络视听季期间，阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群总裁杨伟东对于网综的高速发展表示：“视频平台的超级网综已经跨过对电视综艺的简单模仿阶段，开始根据平台的用户和播排特点，进入产业创新阶段。网综在最近1-2年开始进入一个相对快速的创新周期。”



<http://news.163.com/17/0908/01/CTP9OH2E000187VG.html>

3. 腾讯公益携腾讯视频发起“治愈计划” 用欢乐治愈心灵

由腾讯公益主办的“99公益日市集”发布会于9月3日上午在北京举行。

期间，腾讯公益在北京推出了极具艺术感、科技感、互动感的公益互动市集。除了科技互动式集市之外，北京主会场公益集市广场的腾讯视频综艺专区，推出了一种“网综+公益”的创意趣味体验。腾讯视频致力于充分挖掘网络综艺的内容潜力和社会影响力，在传播欢乐之余，将积极、阳光的生活方式植入自制网综，使其自带社会责任感，肩负更有意义的使命。



http://gongyi.cnr.cn/news/20170903/t20170903_523931805.shtml

4. 爱奇艺网络大电影日票房分账正式接入猫眼专业版

9月6日，在2017上海网络视听季暨第九届中国网络视听产业论坛上，爱奇艺宣布与猫眼电影深度合作的“爱奇艺网络大电影票房日排行榜”将陆续在安卓和苹果的各应用市场上线，届时用户可通过下载新版本的猫眼专业版APP，查阅到这一排行榜数据。



<http://sports.qq.com/a/20170806/012454.htm>

谢 谢 关 注 ！

凯络 CARAT

Ellen Chen:
Ellen.chen@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