

视·屏全接触

——《人民的名义》特别分析

2017年6月刊

数据说明

2017年4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4月

地域：全国

目标人群：7-60岁网民

2017年4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4月

城市组：25省网+4直辖市

目标人群：4岁以上所有人

中国网络广告市场年度监测报告发布，网络广告收入占五大媒体广告收入近七成。《人民的名义》以严肃政治题材加上年轻化包装成就高收视率大剧。自制综艺《妈妈是超人》第二季再度来袭，明星萌娃狂圈粉，热度高于第一季。

本期报告中，我们为您呈现：



2016年网络广告收入占五大媒体广告收入近七成
在线视频用户价值待挖掘



《人民的名义》老戏骨同台飙戏
严肃政治题材&年轻化包装打造高收视率大剧



《妈妈是超人》娱乐性和教育性双结合
收视、口碑双丰收

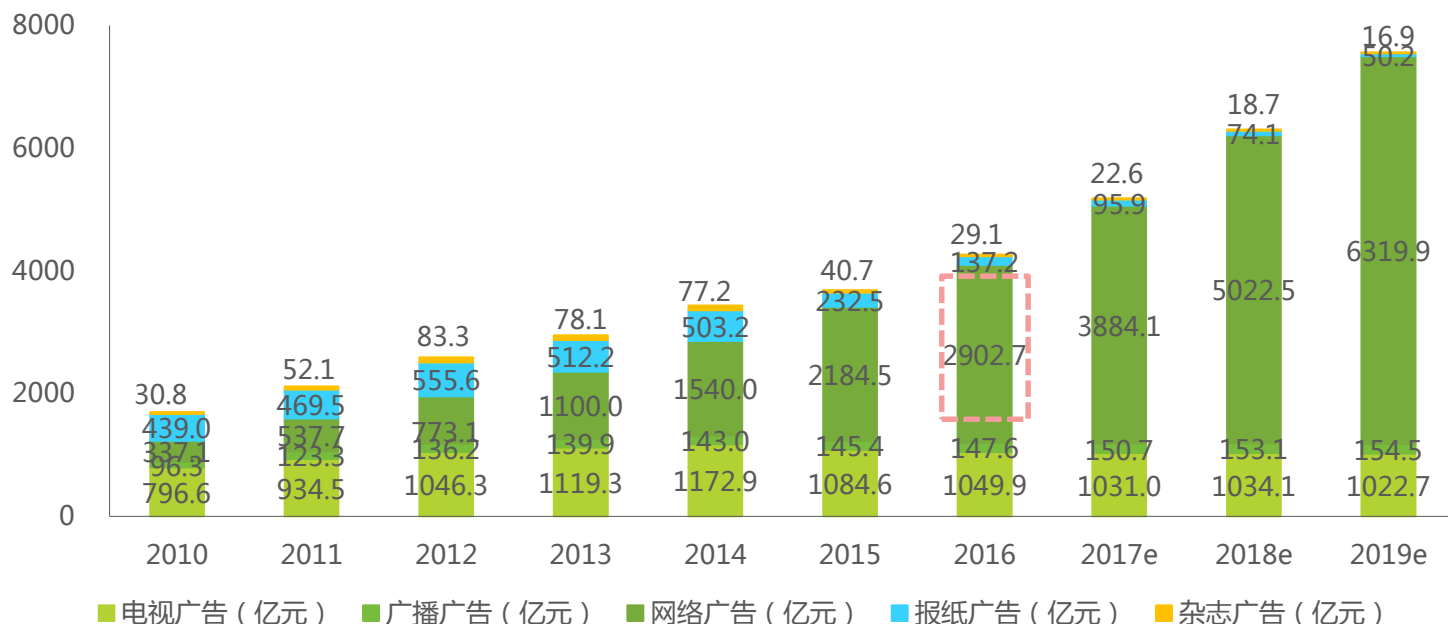
中国广告市场现状分析

网络广告收入占五大媒体广告收入近七成

2016年中国网络广告市场规模达到2902.7亿元，占五大媒体广告收入将近七成，并且将继续保持高速发展的态势，到2019年预计中国网络广告市场规模将达到6319.9亿元。

报纸广告收入和杂志广告收入下滑明显，收入占比越来越小，电视广告收入在接下来的3年间偶有上升，但是整体上呈现下滑趋势。但是广播广告一直处于上升的趋势，这可能是出于私家车数量的增加，车载广播的崛起有关。

2010-2019年中国五大媒体广告收入规模及预测



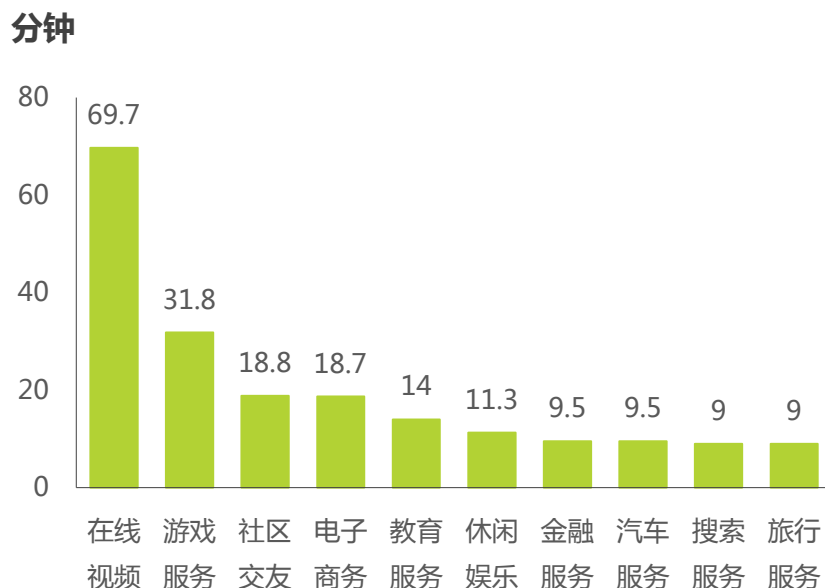
中国在线视频行业监测数据分析

在线视频用户黏性大，用户价值待挖掘

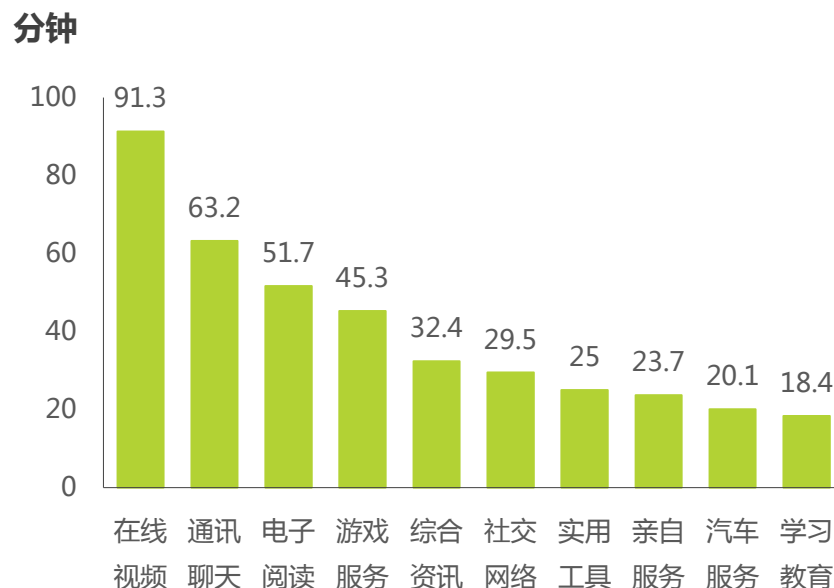
2016年底，在线视频服务在人均单日有效浏览时长上远超其他网络服务类别。PC端每日69.7分钟，移动端更是高达每日91.3分钟，较PC端用户黏性更为明显。

虽然在线视频广告市场所占市场份额并不算太大，但是视频服务是网络服务中用户粘性最高的服务类别，领先的使用时长使得在线视频平台的潜藏用户价值还有较大的挖掘空间。

iUsersTracker-2016年12月中国网络服务
大类别人均单日有效浏览时长



mUsersTracker-2016年12月中国网络服务
大类别单机单日使用情况



来源：艾瑞《中国网络广告市场年度监测报告》。

来源：艾瑞《中国网络广告市场年度监测报告》。

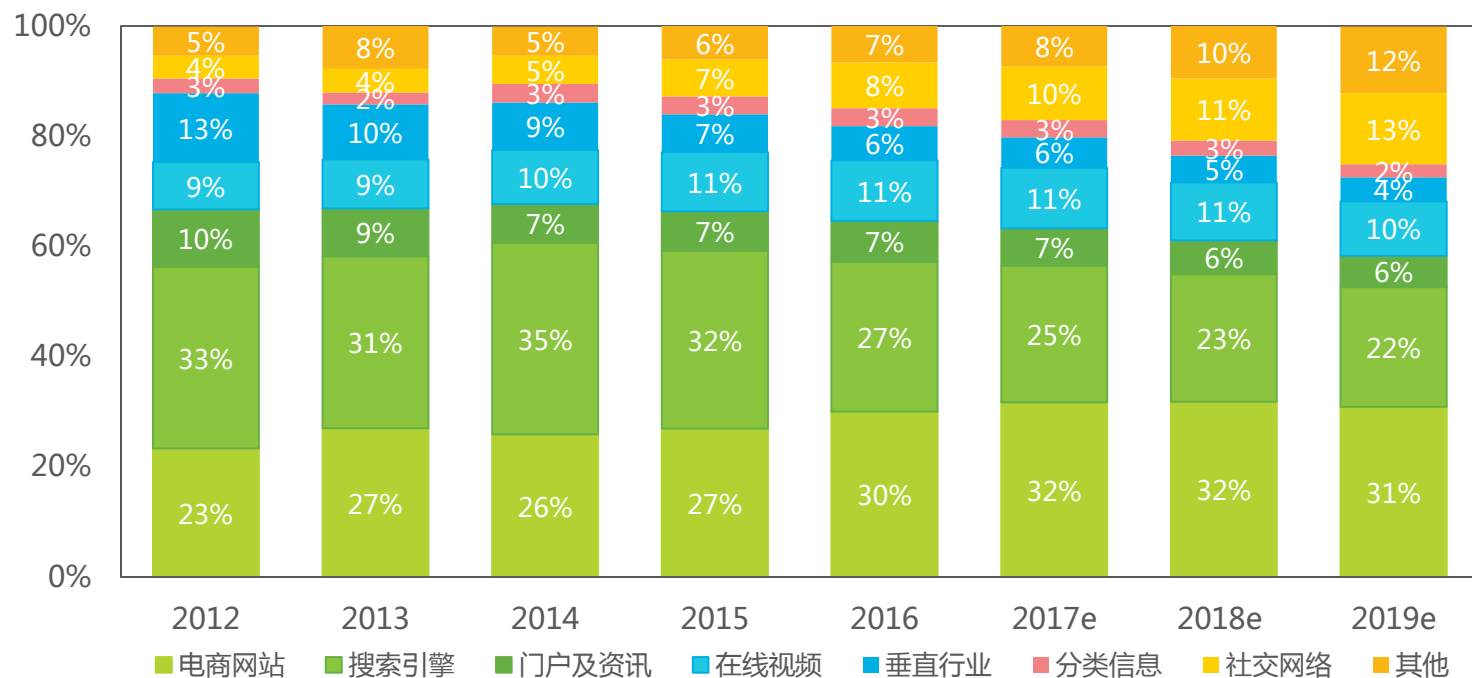
不同网站类型网络广告发展综述

在线视频广告市场份额基本稳定

电商网站和社交网络广告处于上升趋势。电商广告从2016年开始所占份额超过搜索引擎广告，成为网络广告市场的新霸主。随着社交领域与场景的不断结合，广告位资源和信息流广告形式的不断优化，社交网络广告未来几年份额将持续上升。

2016年在线视频广告所占份额为11%，未来将会维持在10%左右。

2012-2019年中国在线视频行业收入构成



跨屏收视风云榜

1

跨屏收视表现对比

2

聚焦网络自制

3

台网信息速递

4

跨屏电视剧排行榜

《人民的名义》俘获双屏观众

4月TOP15电视剧榜单中，《人民的名义》俘获双屏观众，电视端和网络端收视均位列榜首。

据CSM35城和CMS52城数据显示，《人民的名义》第45集（21点29分）时实时收视峰值破7，该记录创造了近十年国内电视剧史最高记录。第49集播出时（21点37分），实时收视率破8。在网络端，截止至2017年5月3日，该剧在网络平台播放次数已突破210亿。

iVideoTracker-2017年4月中国网络电视剧收视排行榜

2017年4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 | 网络排名 | 片名 | 播出平台 | 覆盖人数 (千人) | 网络排名 |
|------|----------|------------------------|-----------|------|------|-----------|-----------|-----------|------|
| 1 | 人民的名义 | 腾讯/优酷/爱奇艺/PPTV/芒果TV/搜狐 | 212741 | 1 | 1 | 人民的名义 | 湖南卫视 | 385484 | 1 |
| 2 | 择天记 | 腾讯/爱奇艺/优酷/芒果TV/乐视/搜狐 | 47836 | 19 | 2 | 黄大妮 | 山东卫视/天津卫视 | 230097 | 18 |
| 3 | 剃刀边缘 | 爱奇艺/腾讯/搜狐/乐视 | 45793 | 10 | 3 | 我是幸运儿 | CCTV8 | 217787 | 47 |
| 4 | 漂洋过海来看你 | 爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐 | 42816 | 7 | 4 | 和妈妈一起谈恋爱 | CCTV8 | 214322 | 14 |
| 5 | 外科风云 | 爱奇艺/腾讯/乐视 | 31422 | 5 | 5 | 外科风云 | 北京卫视/浙江卫视 | 204587 | 5 |
| 6 | 三生三世十里桃花 | 爱奇艺、腾讯/优酷/搜狐/乐视/PPTV | 22910 | 47 | 6 | 北方大地 | CCTV1 | 193445 | - |
| 7 | 射雕英雄传 | 爱奇艺/搜狐/乐视 | 21456 | 73 | 7 | 漂洋过海来看你 | 浙江卫视 | 181181 | 4 |
| 8 | 因为遇见你 | 爱奇艺/腾讯/芒果TV | 20799 | - | 8 | 御姐归来 | CCTV8 | 172212 | 19 |
| 9 | 铁血军魂 | 爱奇艺/优酷/腾讯 | 19356 | 34 | 9 | 繁星四月 | 江苏卫视/安徽卫视 | 171764 | 28 |
| 10 | 鸡毛飞上天 | 爱奇艺/搜狐/乐视 | 17276 | 67 | 10 | 剃刀边缘 | 东方卫视/北京卫视 | 141569 | 3 |
| 11 | 继承人 | 爱奇艺/腾讯 | 16099 | 21 | 11 | 产科医生 | 北京卫视/山东卫视 | 138705 | - |
| 12 | 云巅之上 | 爱奇艺 | 15748 | - | 12 | 思美人 | 湖南卫视 | 137647 | 48 |
| 13 | 大唐荣耀2 | 腾讯/芒果TV | 12113 | 42 | 13 | 赛小花的远大前程 | 深圳卫视/江西卫视 | 129128 | 38 |
| 14 | 和妈妈一起谈恋爱 | 爱奇艺/腾讯/乐视/搜狐/PPTV | 9669 | 4 | 14 | 一起长大 | 江苏卫视 | 117052 | - |
| 15 | 狐狸的夏天 | 腾讯 | 9433 | - | 15 | 你的传奇之危机四伏 | 江苏卫视/河南卫视 | 110955 | 34 |

来源：艾瑞iVideoTracker。

©2017.6 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

来源：CSM Infosys。

©2017.6 iResearch Inc

www.iresearch.com.cn

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

4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。

网络端自制综艺表现突出，4部网络自制综艺进入TOP15榜单，其中芒果TV自制综艺占1/2。

iVideoTracker-2017年4月中国网络综艺收视排行榜

2017年4月中国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 | 奔跑吧 | 腾讯/爱奇艺/乐视 | 47,467 | 14 | 1 | 星光大道 | CCTV1 | 239,257 | - |
| 2 | 向往的生活 | 芒果TV | 36,898 | 29 | 2 | 光影星播客 | CCTV6 | 230,174 | - |
| 3 | 快乐大本营 | 芒果TV | 31,083 | 3 | 3 | 快乐大本营 | 湖南卫视 | 219,494 | 3 |
| 4 | 歌手 | 爱奇艺/芒果TV | 29,345 | 96 | 4 | 开门大吉 | CCTV3 | 169,793 | - |
| 5 | 欢乐喜剧人 | 乐视/优土/腾讯 | 20,742 | 62 | 5 | 越战越勇 | CCTV3 | 144,119 | - |
| 6 | 妈妈是超人 | 芒果TV | 19,980 | - | 6 | 欢乐中国人 | CCTV1 | 123,106 | - |
| 7 | 明星大侦探 | 芒果TV | 17,389 | - | 7 | 高能少年团 | 浙江卫视 | 122,449 | 10 |
| 8 | 王牌对王牌 | 优酷/爱奇艺/腾讯/乐视 | 15,766 | 41 | 8 | 中华文明之美 | 湖南卫视 | 121,403 | - |
| 9 | 奇葩说 | 爱奇艺 | 12,631 | - | 9 | 挑战不可能 | CCTV1 | 118,338 | - |
| 10 | 高能少年团 | 爱奇艺/腾讯/乐视 | 11,329 | 7 | 10 | 向幸福出发 | CCTV3 | 115,656 | - |
| 11 | 天天向上 | 芒果TV | 11,121 | 25 | 11 | 黄金100秒 | CCTV3 | 114,392 | - |
| 12 | 最强大脑 | 爱奇艺/腾讯/优酷 | 10,982 | 38 | 12 | 今日影评 | CCTV6 | 110,260 | - |
| 13 | 金星脱口秀 | 优酷/搜狐 | 9,807 | 87 | 13 | 回声嘹亮 | CCTV4 | 107,812 | - |
| 14 | 爱情保卫战 | 爱奇艺/乐视网/腾讯/搜狐/PPTV/优酷 | 9,050 | 37 | 14 | 奔跑吧 | 浙江卫视 | 106,943 | 1 |
| 15 | 放开我北鼻 | 腾讯 | 8,023 | - | 15 | 幸福账单为你买单 | CCTV3 | 100,570 | - |

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

《人民的名义》



《人民的名义》是由李路执导、周梅森编剧的检察反腐电视剧，由陆毅、张丰毅、吴刚、许亚军、张志坚、柯蓝、胡静、张凯丽、赵子琪、白志迪、李建义、高亚麟、丁海峰、冯雷、李光复、张晞临等联袂主演。该剧以检察官侯亮平的调查行动为叙事主线，讲述了当代检察官维护公平正义和法制统一、查办贪腐案件的故事。

2017年4月27日，该剧在GMIC X 2017非凡盛典上获得“互联网时代最具影响力影视作品”奖。

播出信息

播出日期：2017年3月28日-2017年4月28日

播出时间：每晚19:30

电视播出平台：湖南卫视

网络播出平台：腾讯、优酷、爱奇艺、PPTV、芒果TV、搜狐

热门电视剧追踪

老戏骨齐上阵 互飙演技赞声一片

《人民的名义》打破了以往热播大剧一线大咖+颜值鲜肉的卡司设置，在演员选择均采用老戏骨，在戏中各位老戏骨互飙演技，获得观众赞声一片。

《人民的名义》中个角色塑造十分丰满，人物特征鲜明。正义凛然的反贪局长，誓死捍卫GDP的达康书记，胜天半子的公安厅长.....一个个鲜活的角色呈现在观众面前，尤其是达康书记在剧中的精彩演绎更是被网友制成表情包疯狂点赞和转发。

演员阵容：



来源：根据公开资料整理而得。

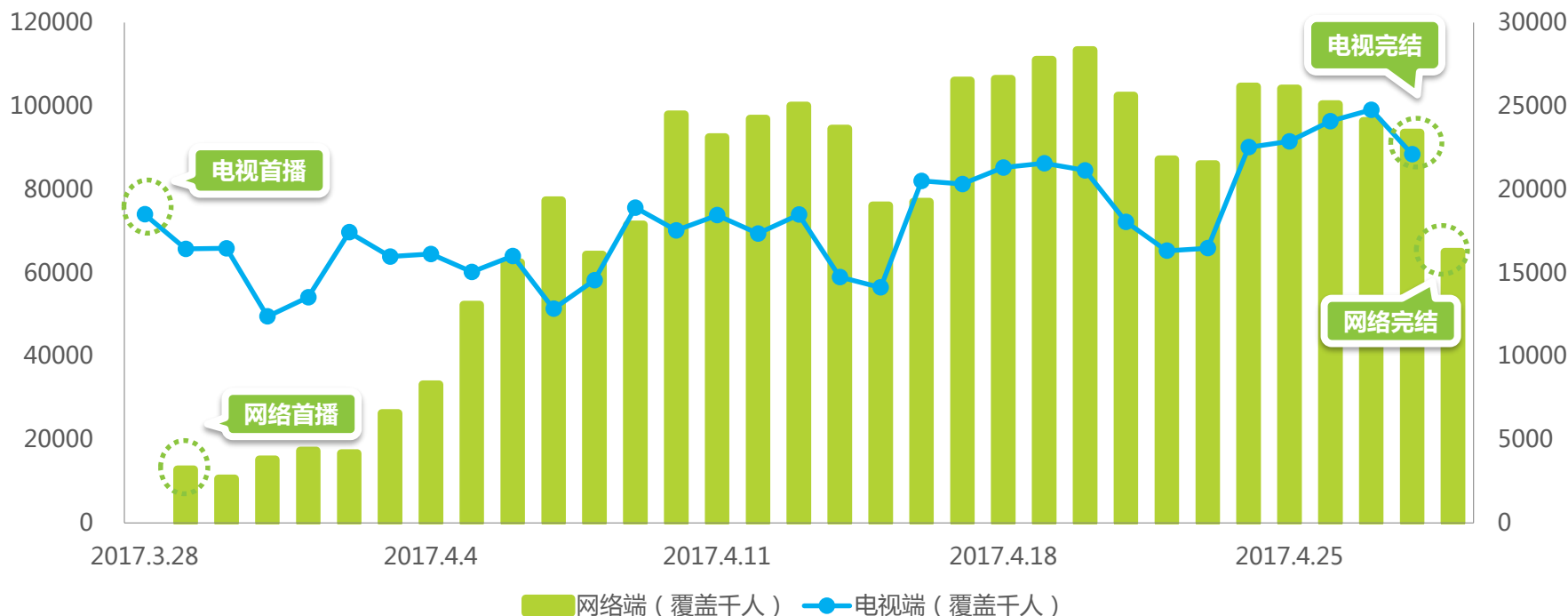
热门电视剧追踪

严肃政治题材&年轻化包装成就高收视率

《人民的名义》是罕见的以严肃的政治题材和主旋律题材爆红的电视剧，该剧反腐尺度之大历史罕见，反腐上达副国级，下至处级，可以称得上是绝对严肃的政治剧。

《人民的名义》在电视播出平台上选择的是湖南卫视，湖南卫视定位于年轻化，在年轻观众中有着不容小觑的影响力。另外在传播过程中被进行了二次创作，一系列鬼畜视频、表情包在社交平台被广泛传播。大尺度反腐+年轻化、大影响力平台+二次创作成就了《人民的名义》的一路高收视、高点击。

2017年3-4月《人民的名义》中国双屏收视情况



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker

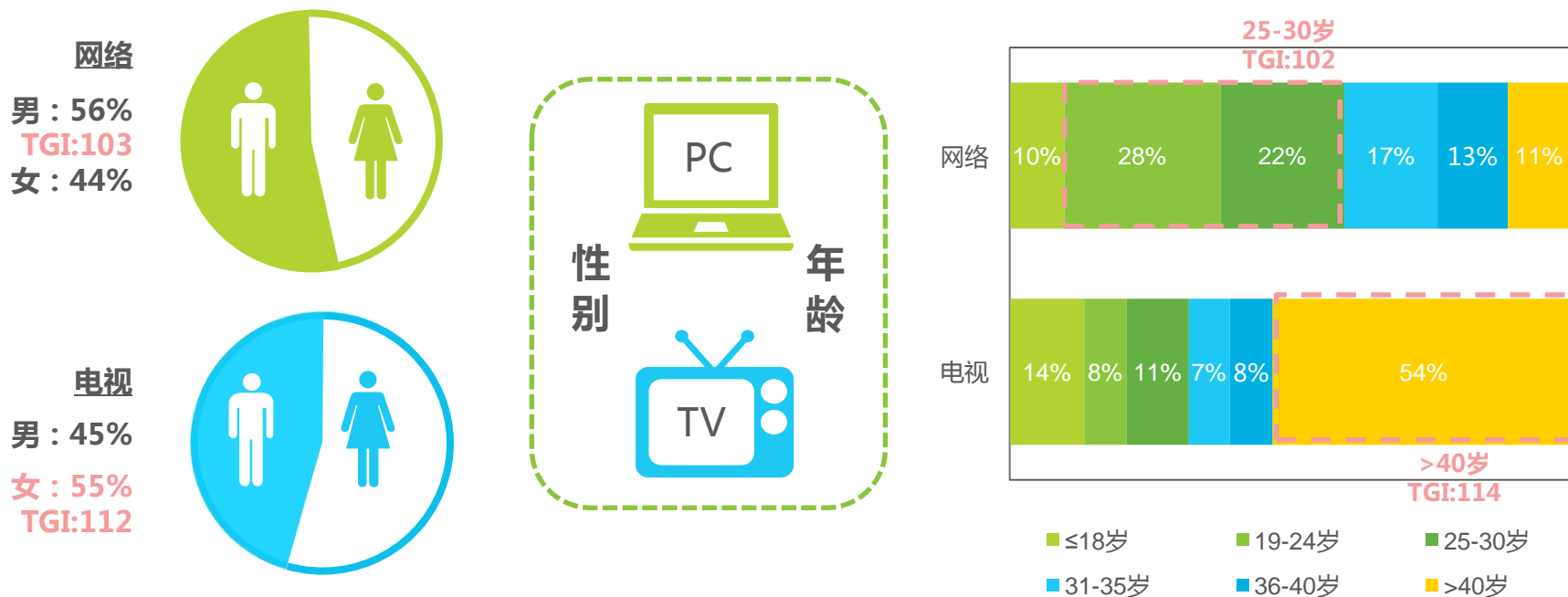
热门电视剧追踪

双屏观众性别、年龄差异明显

从性别来看，电视端观众以女性居多，占比达到55%，且观看倾向较高，TGI达到115。而网络端观众则以男性居多，占比达到56%。

从年龄来看，双屏观众差异十分明显，电视端观众年龄偏高，40岁以上的人群占据了54%的份额，并且观看倾向高，TGI达到114。网络端观众则以19-30岁的年轻群体为主，年轻群体收视习惯向网络倾斜。

2017年4月《人民的名义》中国双屏观众性别、年龄构成



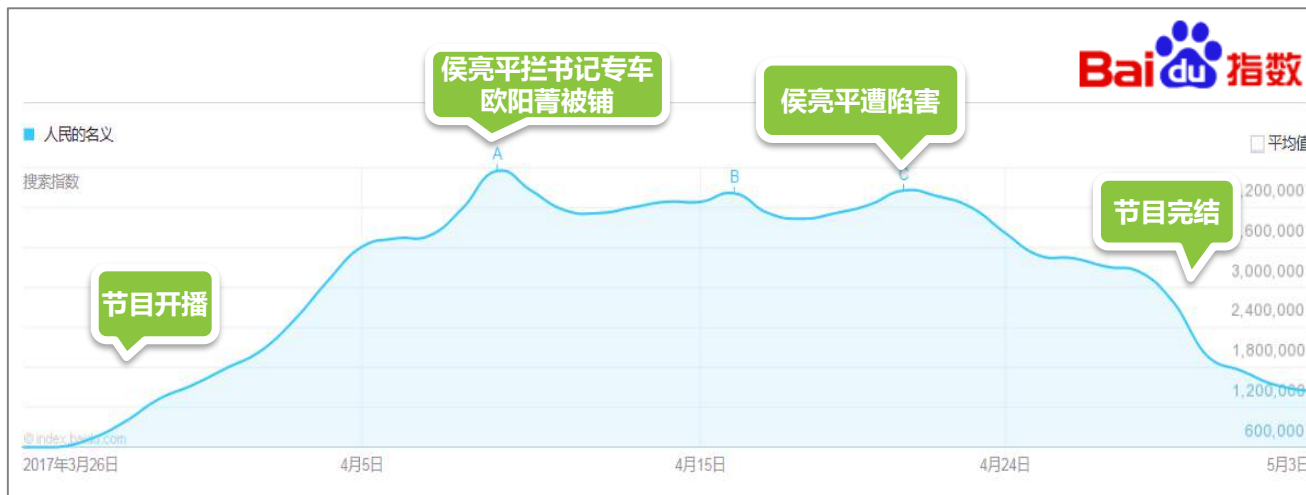
来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

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。

热门电视剧追踪

话题不断，全程热搜

- 《人民的名义》开播前就因反腐尺度之大史无前例受到了广泛的关注，节目一开播百度指数快速飙升，直到节目完结一直居高不下。
- 在剧情进展的关键时期，例如欧阳菁被捕，侯亮平遭陷害等处都引发了观众的搜索小高峰。
- 《人民的名义》在播出过程中话题不断，尤其是剧中达康书记更是引发网友的花式热搜，例如“达康书记欧式双眼皮”、“别低头，GDP会掉”、“达康书记表情包”在社交平台被疯狂转发。



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

《妈妈是超人》



《妈妈是超人》是芒果TV自制明星育儿生活全景观察记，现已经推出第二季。

节目集结了不同类型、个性和背景的明星妈妈，她们将在节目中展示最原汁原味的家庭生活和最真性情的育儿经历。

《妈妈是超人》包括：《妈妈是超人第一季》、《妈妈是超人第二季》。

播出信息

播出日期：

第一季：2016年4月22日-2016年7月29日

第二季：2017年3月30日-最新

播出时间：

第一季：每周五中午12：12

第二季：每周四中午12：00

网络播出平台：芒果TV全网独播

来源：根据公开资料整理而得。

热门自制综艺追踪

娱乐性和教育性双结合 呈现母子家庭生活

《妈妈是超人》节目通过全方位，多角度的生活记录方式，记录几位明星妈妈们在养育孩子的过程中的欢笑和泪水，较真实的呈现母子间的家庭生活。有冲突，有温暖，有甜蜜，有烦恼，但也因为真实，才引发共鸣，让观众产生感同身受之感，关注社会对母亲的认知危机、女性群体对母亲的选择危机以及女性个人对母亲的责任危机。

第一季：



第二季：



来源：根据公开资料整理而得。

热门自制综艺追踪

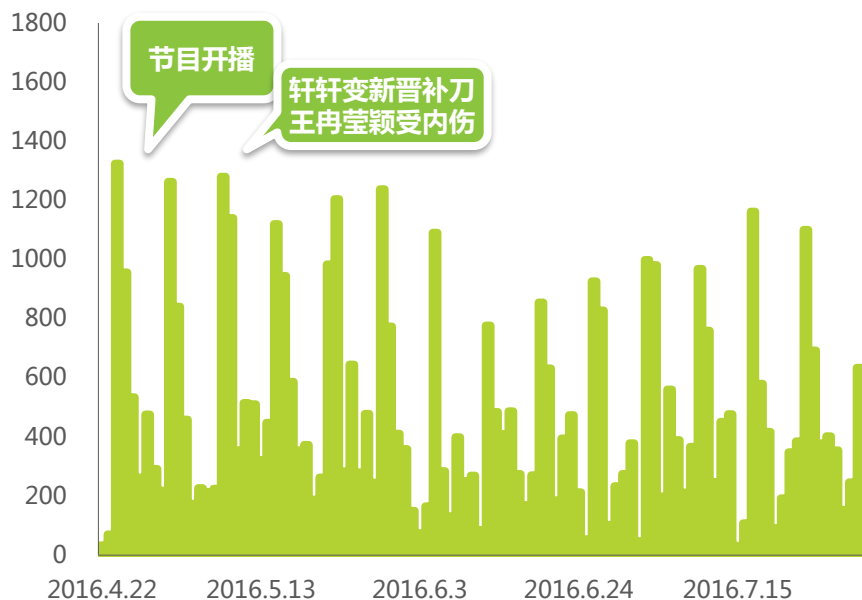
明星萌娃效应 收视与口碑双丰收

在芒果TV全网独播的第二季《妈妈是超人》与第一季相比收视率有了明显的提高。

《妈妈是超人2》本季全网播放量已经飙破十亿，晋升网综“十亿俱乐部”，而在亲子网综“十亿级”爆款这一块，目前只有芒果TV自制《爸爸去哪儿4》独占鳌头，在综艺市场“萌娃当道”的大势下，“超人妈妈”也即将站在“爸爸”身旁。

2016年《妈妈是超人》第一季网络日收视情况

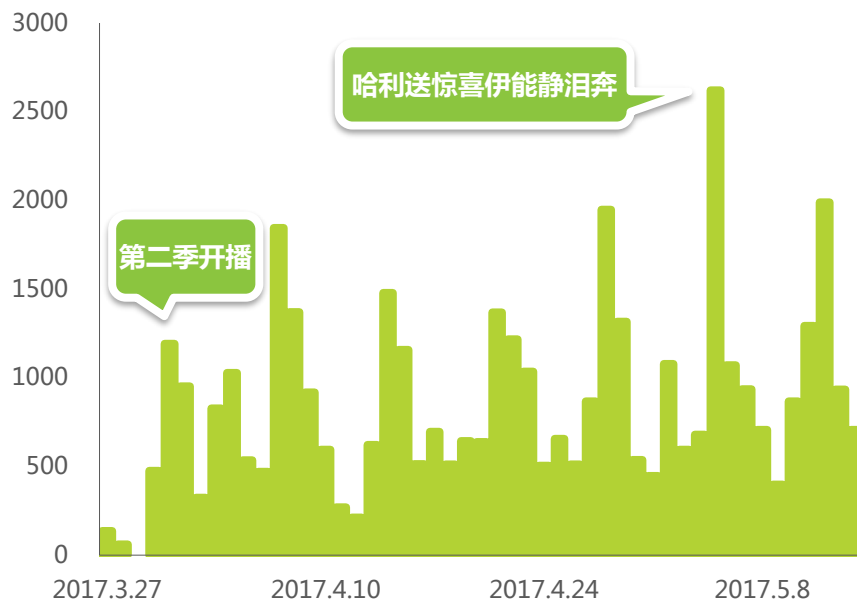
网络覆盖千人数



■ 第一季（覆盖千人）

2017年《妈妈是超人》第二季网络日收视情况

网络覆盖千人数



■ 第二季（覆盖千人）

来源：根据公开资料整理而得。

热门自制综艺追踪

《妈妈是超人》受年轻女观众追捧

从性别来看,《妈妈是超人》更受女性人群关注,占比达到六成,TGI达到131。婚姻方面,未婚人士倾向性显著,占比为62%。

从年龄来看,30岁以下泛90后用户占比超七成,其中18岁以下年轻用户观看倾向性最为显著,高达160。

2017年4月《妈妈是超人》中国网络端观众性别、婚姻、年龄构成

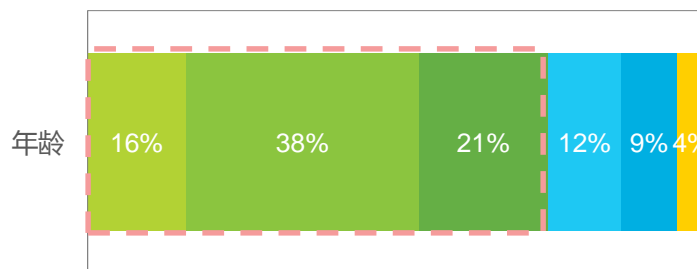
网络
男: 40%
女: 60%
TGI: 131



已婚, 38%



未婚, 62%
TGI: 125



18岁以下 19-24岁
TGI:160 TGI:132

■ ≤18岁 ■ 19-24岁 ■ 25-30岁
■ 31-35岁 ■ 36-40岁 ■ >40岁

热门自制综艺追踪

《妈妈是超人》第二季热度高于第一季

- 有第一季的铺垫与积累，第二季《妈妈是超人》微指数的热议度和百度指数的热搜度都要高于第一季。
- 伴随着节目的每一次更新，百度指数与微指数都会同步走高。
- 在微博上，“妈妈是超人官微”的粉丝数量超过32W，#妈妈是超人#主话题的阅读量高达17.9亿，讨论量超过108万。综艺每集开播均引起话题讨论量高峰。第五期安吉与小鱼儿的相爱相杀也引发网友热议。



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

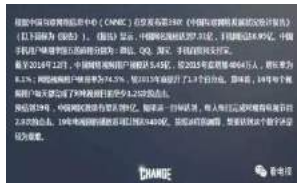
台网信息快递

4

1. 版权剧贡献最多流量，100亿、30亿成头部版权剧、网络剧播放量门槛

中国网民规模已达7.31亿，中国网络视频用户规模大幅增加，使用率已达74.5%，根据数据测算，2016年每个视频用户每天都完成了对电视剧目至少3.25次的点击。

2016年剧目储备量的扩充让播放量骤然升高，增长率达61%，但增长量逐渐趋缓，预测2019年视频网站可能将达到饱和状态。2017年的制作将更着重以内容与制作为主导，启用年轻演员，减少成本并增加成功可能性。



http://mt.sohu.com/it/d20170517/141382698_211289.shtml

2. 腾讯视频TV端差异化内容运营打造客厅“新场景”

5月17日，2017四川省大数据·大视频·大智能产业峰会召开。腾讯视频客厅产品部运营总监王英出席活动，与业界伙伴一起，探讨当今中国电视大屏发展红利下的价值和趋势，同时分享腾讯视频TV端在客厅娱乐“新场景”下内容运营的探索经验。

腾讯视频TV端是由腾讯打造的互联网电视内容平台。依托腾讯视频的优质内容，致力于通过海量高清的精彩内容，极速畅爽的视听体验和丰富多样的硬件选择，引领全新客厅视界观。



http://news.ifeng.com/a/20170518/51116448_0.shtml

3. 爱奇艺吴霜：看好互动视频、AI陪伴以及VR直播

5月18日，由镁客网、IT耳朵联合举办的“2017中国VR/AR产业应用创新峰会”盛大举行。来自全球VR&AR行业顶级专家、知名创投机构、创业团队和各界媒体齐聚北京，共话VR/AR产业发展大势，商讨落地变现难题。

爱奇艺VR硬件内容生态总监吴霜表示面临VR市场的寒冬，爱奇艺更看好互动视频、情感陪伴、VR直播等领域，并表示爱奇艺将秉持开放的态度，接受娱乐创新、实用VR、技术情感化等方向的合作。



<http://www.im2maker.com/news/20170523/7a006343e001c541.html>

4. 乐视视频下半年强势内容来袭，精细化运营再上一台阶

内容已成为当下互联网行业最大的热点，以电视剧、电影、综艺为核心的泛娱乐内容又是重中之重，在占有用户时间和互联网流量上，是毫无争议的主力军。乐视视频在自制大剧、网综领域的投拍、变现上异军崛起，已成为泛娱乐领域的一股清流。

在5月17日的乐视视频内容资源推介会上，乐视视频就抛出了以独播内容为中心，以热门题材、精品内容为两翼，并覆盖音乐、动漫、体育、教育等垂直细分的金字塔式内容架构。



http://news.ifeng.com/a/20170523/51147527_0.shtml

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