



2021

音乐综艺市场研究报告

艺恩出品 2021年



目录 CONTENTS

01 ● 音乐综艺市场大盘

02 ● 音乐综艺播映表现

03 ● 音乐综艺发展特征

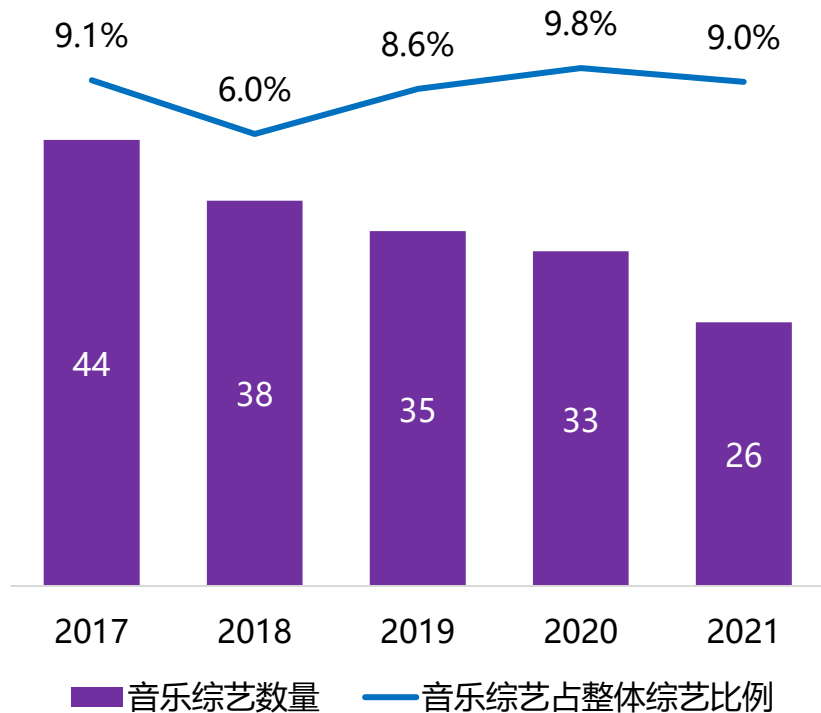


01 音乐综艺市场大盘

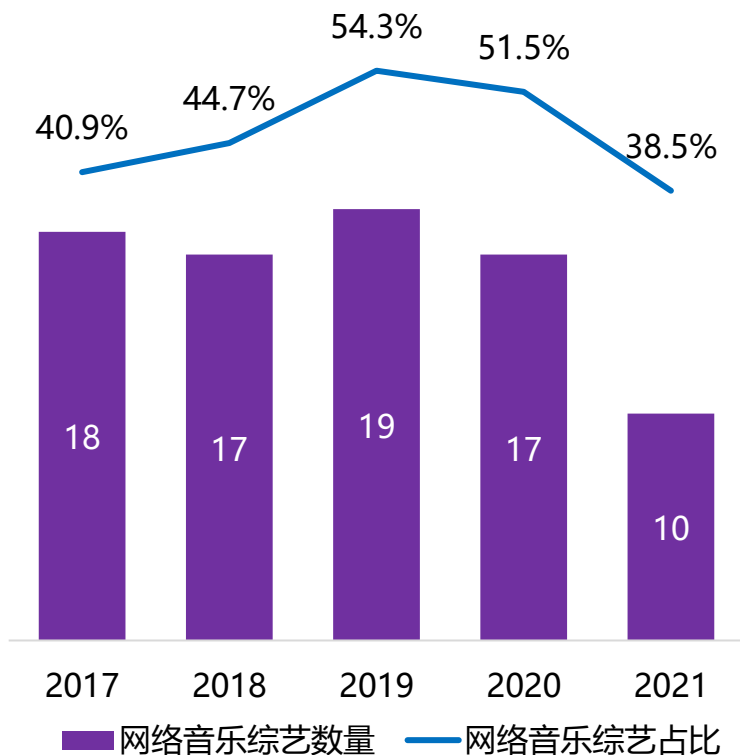
数量：音乐综艺数量连年下跌，网络综艺持续收缩

2017-2021五年间各平台共推出音乐综艺183档，单年音乐综艺数量逐步下滑，占音乐大盘比重基本保持在9%左右。其中近三年电视综艺数量持平，网络音乐综艺持续收缩。

近5年音乐综艺数量变化走势



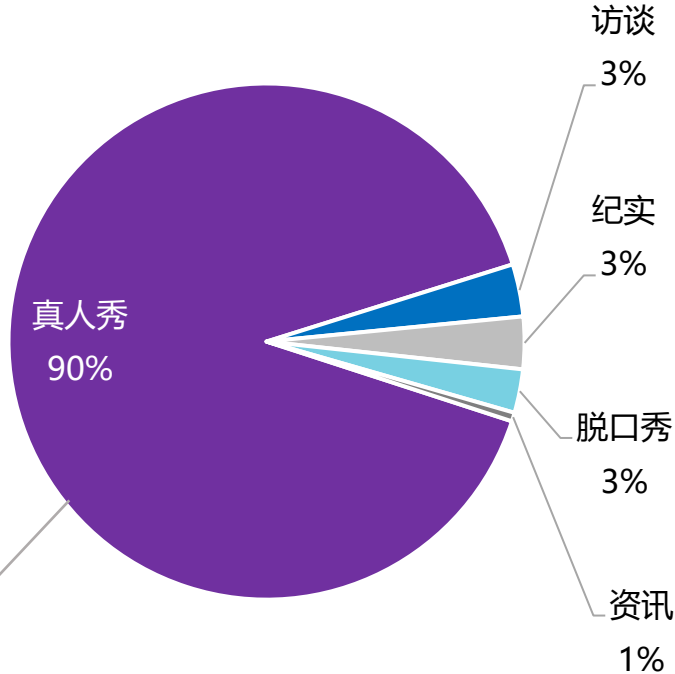
近5年网络音乐综艺数量变化走势



类型：真人秀统治音乐综艺大盘

音乐综艺类型和形式相对单一，近五年音乐综艺中九成节目为真人秀，其余为访谈、纪实、脱口秀及资讯类型。头部爆款均为真人秀节目，其他类型赛道暂未能跑出优质出圈节目。

音乐综艺类型分布及各类型代表综艺

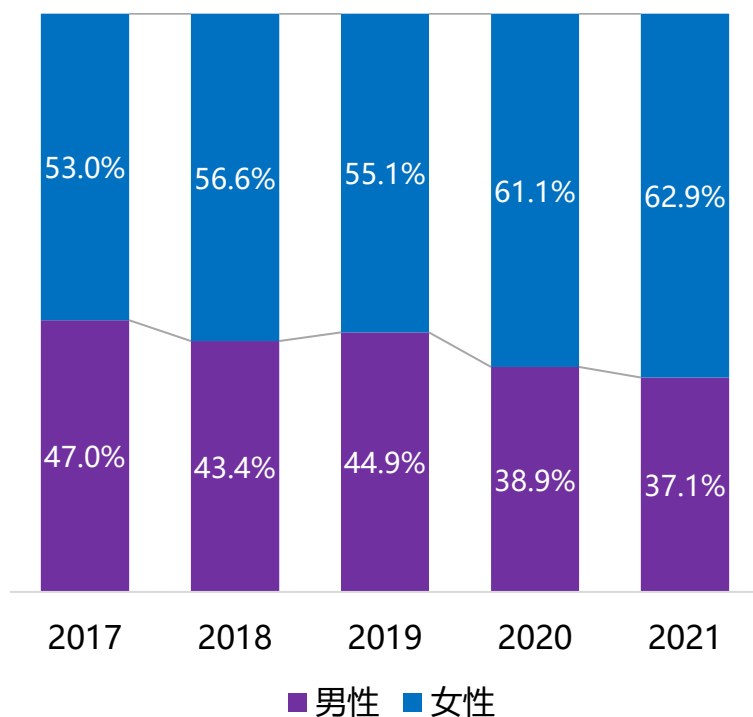


受众：女性和18-34岁受众占比逐年上升

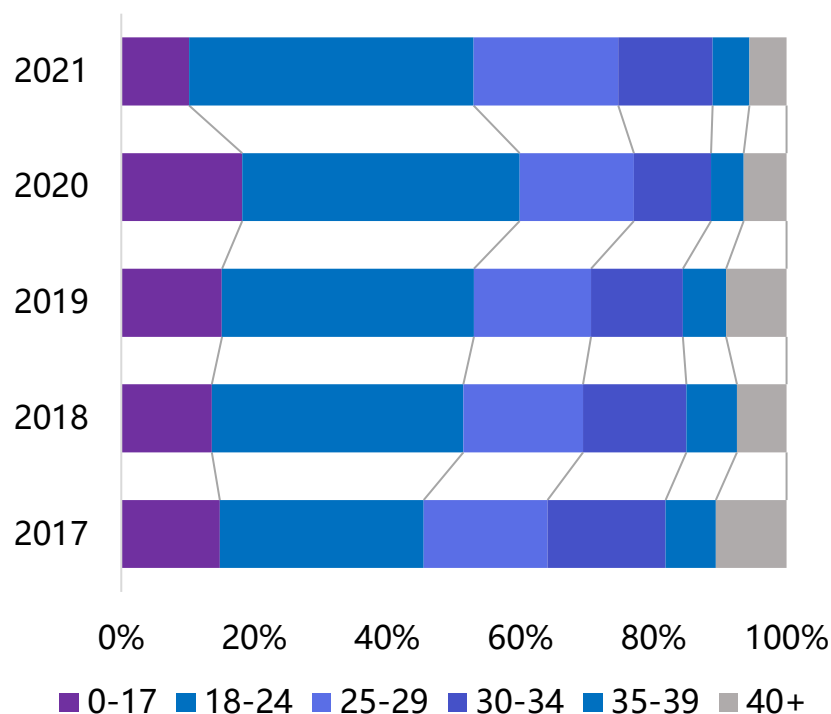
音乐综艺女性观众的占比在五年间由53%提升至62.9%，是该类节目的重要受众群体。

节目老少咸宜，覆盖各个年龄层次，35岁以下观众群体占比持续上升。

年度TOP10音乐综艺观众性别分布



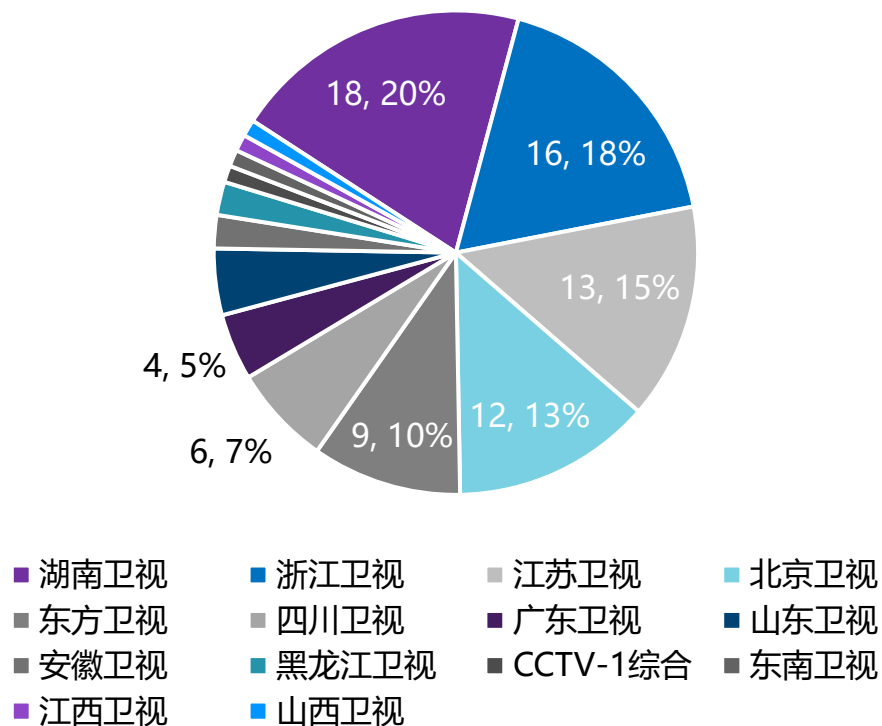
年度TOP10音乐综艺观众年龄分布



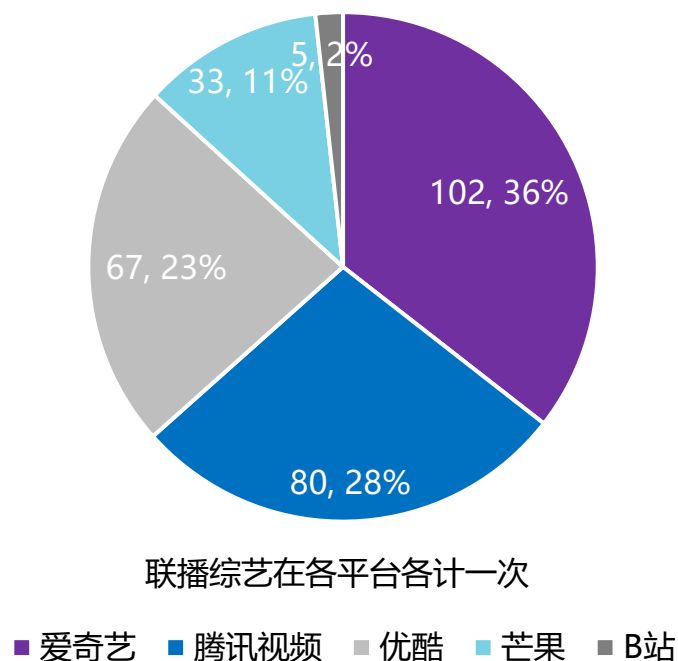
平台覆盖：湖南卫视和爱奇艺分列电视和网络第一

近年推出音乐综艺数量来看，电视平台中五大台持续包揽前五，湖南卫视位列第一；网络平台中爱奇艺强势领跑，超1/3音乐综艺在爱奇艺播映。

近5年各电视台音乐综艺播出数量及占比



近5年各网络平台音乐综艺数量及占比



平台布局：各平台布局音综赛道，打造多个优质IP



代表作

- | | | | | |
|---------|---------|----------|---------|-----------|
| • 中国新说唱 | • 明日之子 | • 蒙面歌王 | • 声入人心 | • 说唱新世代 |
| • 乐队的夏天 | • 炙热的我们 | • 这！就是原创 | • 时光音乐会 | • 我的音乐你听吗 |



市场策略

深挖说唱、摇滚等细分赛道，多元布局音综市场	以充足的新生偶像力量为抓手，丰富唱演舞台	以电视综艺排播为主，以音综丰富“这！就是xx”系列	积极尝试多种创新节目模式，丰富音综类型	以OGV带动PUGV，瞄准年轻人群，立足自制综艺
-----------------------	----------------------	---------------------------	---------------------	--------------------------



合作公司

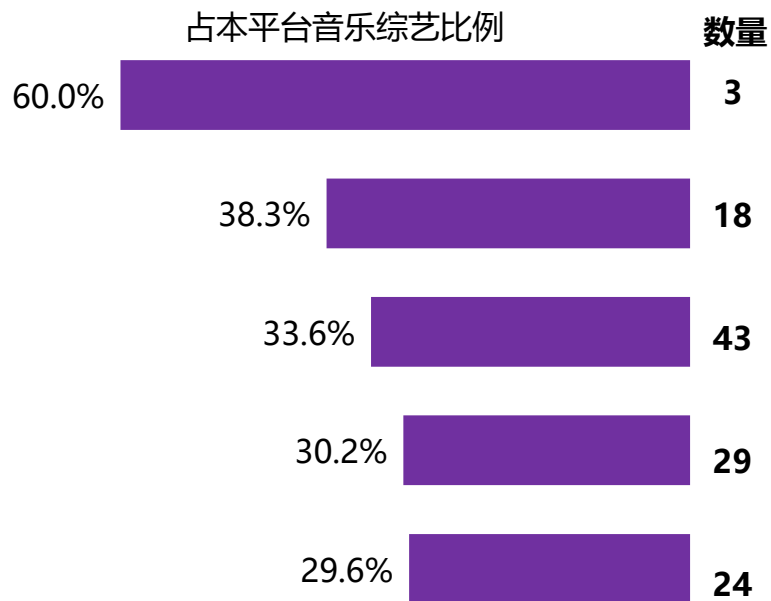
- | | | | | |
|---------|--------|--------|---------|---|
| • 米未传媒 | • 哇唧唧哇 | • 合一信息 | • 酷博特文化 | / |
| • 鱼子酱文化 | | • 灿星制作 | • 声闻聚将 | |

独播：自制独播综艺是构筑平台竞争力的核心

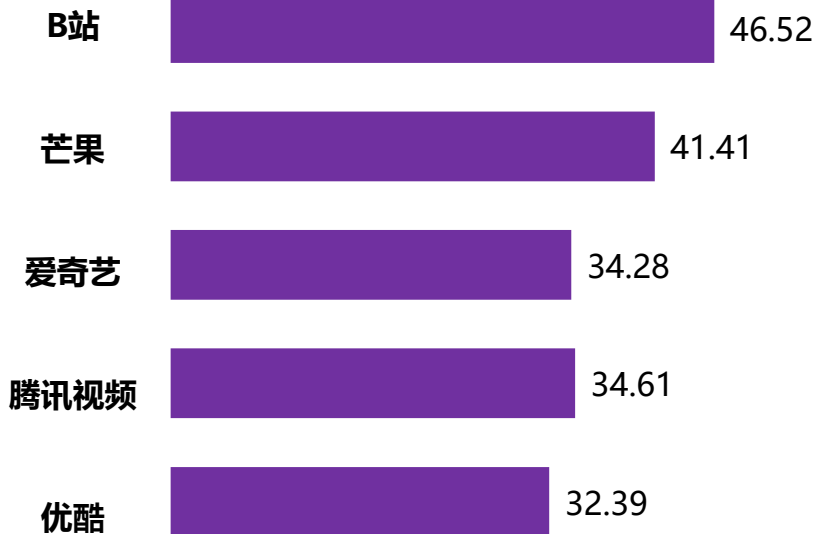
五年间各网络平台共推出独播综艺117档。独播综艺占比与播映指数基本成正相关。

尽管B站推出数量最少，但总体质量最高，播映指数大幅领先，以独播自制精品综艺构筑平台竞争优势。

网络平台独播音乐综艺数量及占比



各平台独播音乐综艺播映指数均值



各平台独播音乐综艺播映指数TOP10

爱奇艺

剧名	年份	播映指数
乐队的夏天	2019	65.61
我是唱作人	2019	63.12
乐队的夏天 第二季	2020	63.08
中国新说唱 第二季	2019	61.74
中国有嘻哈	2017	61.51
中国新说唱 第三季	2020	59.66
中国好声音 2018	2018	58.95
中国新说唱	2018	58.29
我是唱作人 第二季	2020	56.09
少年说唱企划	2021	54.61

腾讯视频

剧名	年份	播映指数
明日之子第三季	2019	65.13
明日之子	2017	58.91
明日之子 第二季	2018	58.03
即刻电音	2018	56.91
炙热的我们	2020	55.79
下一站传奇	2018	54.67
合唱吧300	2019	53.36
明日创作计划	2021	49.50
潮音战纪	2018	47.74
天籁之战	2016	41.65

优酷

剧名	年份	播映指数
蒙面唱将猜猜猜 第二季	2017	60.67
这！就是原创	2019	59.12
这！就是歌唱·对唱季	2018	55.68
蒙面唱将猜猜猜 第三季	2018	50.67
蒙面唱将猜猜猜 第四季	2019	50.65
一起乐队吧	2019	47.62
中国潮音	2021	44.69
草莓星球来的人	2021	40.65
宇宙打歌中心	2020	39.72
街头音浪	2020	39.29

芒果

剧名	年份	播映指数
歌手2019	2019	66.63
时光音乐会	2021	56.4
说唱听我的	2020	55.99
我们的乐队	2020	53.75
姐姐的爱乐之程	2020	51.7
谁是宝藏歌手	2021	50.05
说唱听我的 第二季	2021	49.17
嗨唱转起来	2019	48.92
我想和你唱 第三季	2018	48.32
嗨唱转起来 第二季	2020	47.41



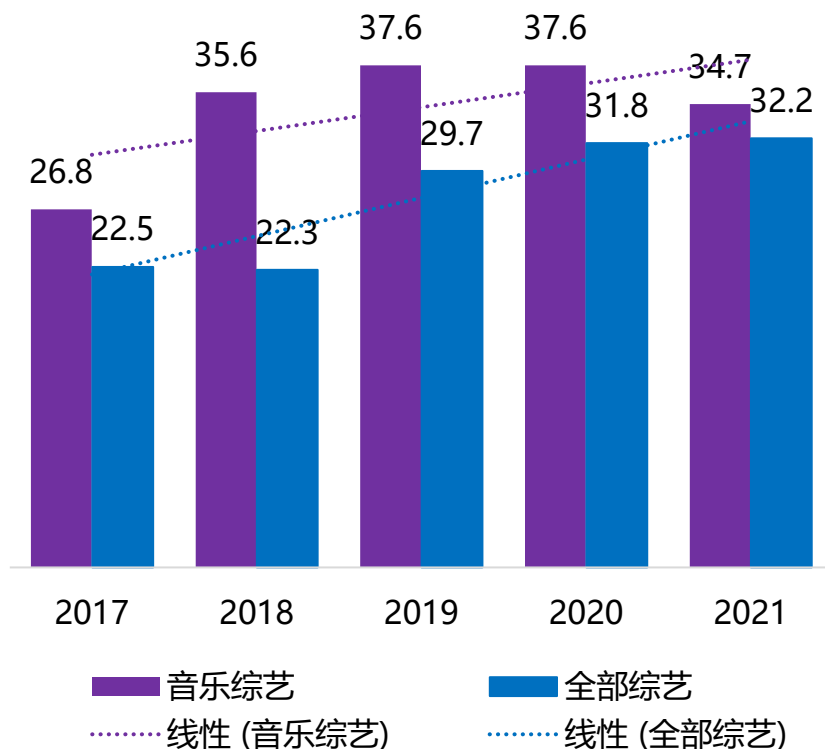
02

音乐综艺播映表现

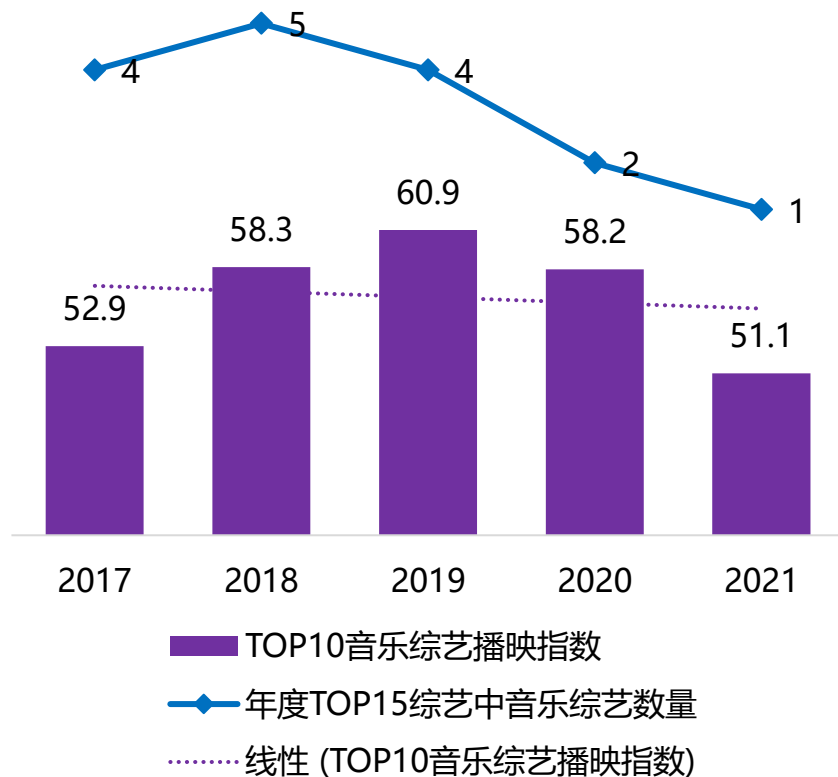
音乐综艺播映表现优于大盘，但头部爆款逐渐式微

2017-2021年音乐综艺播映表现均高于整体综艺大盘，但领先优势逐步缩小。其中头部音乐综艺爆款后续乏力，播映表现持续下滑。

近5年音乐综艺播映指数走势



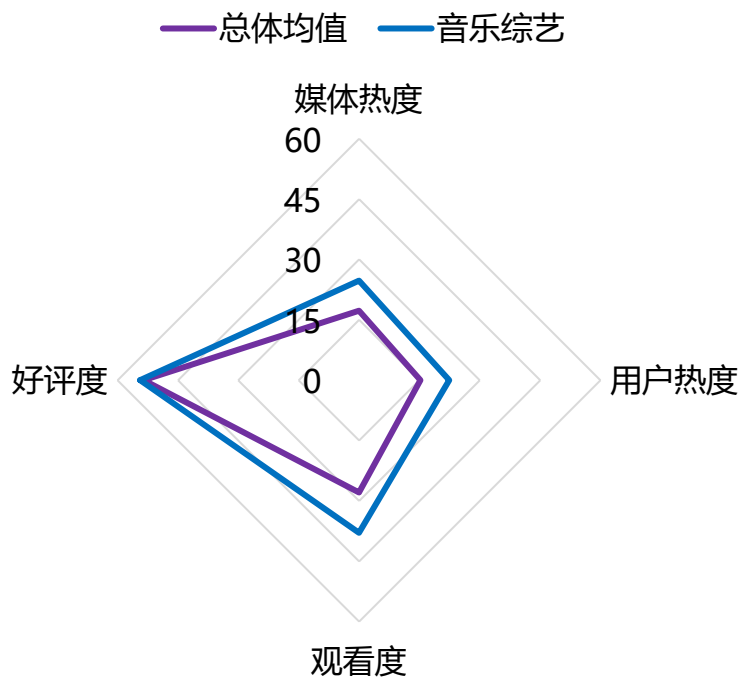
近5年头部音乐综艺播映表现



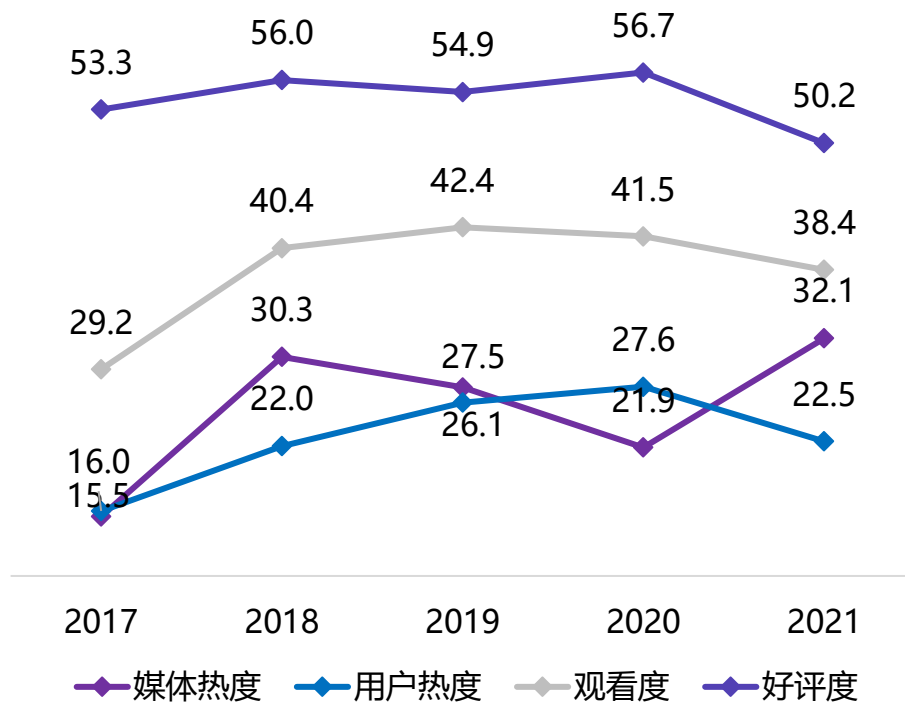
细分维度表现领先大盘，但多指标下滑明显

与大盘均值相比，音乐综艺的用户热度和观看度领先较多，但近三年持续下滑，表现不佳。好评度绝对值较高，但基本与大盘均值持平。媒体热度成为2021年唯一增长的细分指标，音乐综艺吸引了较多媒体关注。

近5年音乐综艺细分维度播映表现



近5年音乐综艺播映细分维度变化



播映榜：《歌手》等大IP包揽前排名单

音乐综艺中IP价值显著。从近5年音乐综艺播映榜看，《歌手》系列、《乐队的夏天》、《中国新说唱》等头部综艺IP统治力强劲，同时竞演形式节目基本垄断前排名单。

2017-2021音乐综艺播映指数TOP15



歌手2019 1

上线时间：2019年
类型：竞演
播映指数：66.63

歌手2018 2

上线时间：2018年
类型：竞演
播映指数：65.91



歌手·当打之年 3

上线时间：2020年
类型：竞演
播映指数：65.81

排名	综艺名称	年份	类型	播映指数
4	乐队的夏天	2019	竞演	65.61
5	明日之子第三季	2019	竞演	65.13
6	声入人心	2018	竞演	63.28
7	我是唱作人	2019	竞演	63.12
8	乐队的夏天第二季	2020	竞演	63.08
9	中国新说唱第二季	2019	竞演	61.74
10	中国有嘻哈	2017	竞演	61.51
11	我们的歌	2019	竞演	60.91
12	蒙面唱将猜猜猜第二季	2017	互动	60.67
13	我们的歌第二季	2020	竞演	60.11
14	说唱新世代	2020	竞演	59.9
15	中国新说唱第三季	2020	竞演	59.66

口碑榜：《说唱新世代》领跑音综口碑榜

市场缺乏高口碑音乐综艺。从近5年音乐综艺好评榜看，入榜TOP15中2018和2019年节目占比多，除B站《说唱新世代》外仅有两款节目入围。

2017-2021音乐综艺好评度TOP15



说唱新世代 1

上线时间：2020年
类型：竞演
好评度：90

经典咏流传 2

上线时间：2018年
类型：故事讲述/舞台
好评度：89.05



声入人心 3

上线时间：2018年
类型：竞演
好评度：87

排名	综艺名称	年份	类型	好评度
4	让世界听见	2017	教育	86.91
5	乐队的夏天	2019	竞演	81.87
6	大事发声第三季	2019	舞台	80.07
7	我们的歌	2019	竞演	78.64
8	我是唱作人	2019	竞演	77.56
9	声林之王	2018	竞演	76.51
10	乐队的夏天第二季	2020	竞演	76.36
11	歌手2019	2019	竞演	76.24
12	这！就是歌唱·对唱季	2018	竞演	74.12
13	金曲捞	2017	竞演	73.94
14	我们的歌第二季	2020	竞演	73.74
15	歌手2018	2018	竞演	73.35



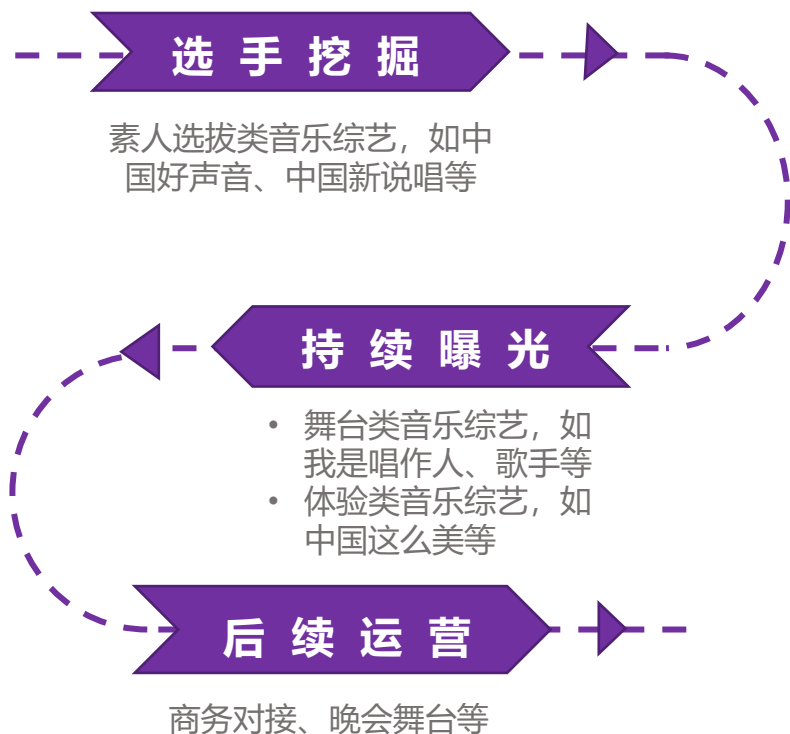
03 音乐综艺发展特征

特征一：素人挖掘+持续曝光，优质音综造星能力显著



优质音综具有较强的造星能力，多类型音乐综艺为歌手的发掘、展示、运营、持续曝光提供了重要的平台。音综成为优质音乐人走向大众的孵化器。

音乐综艺造星机制



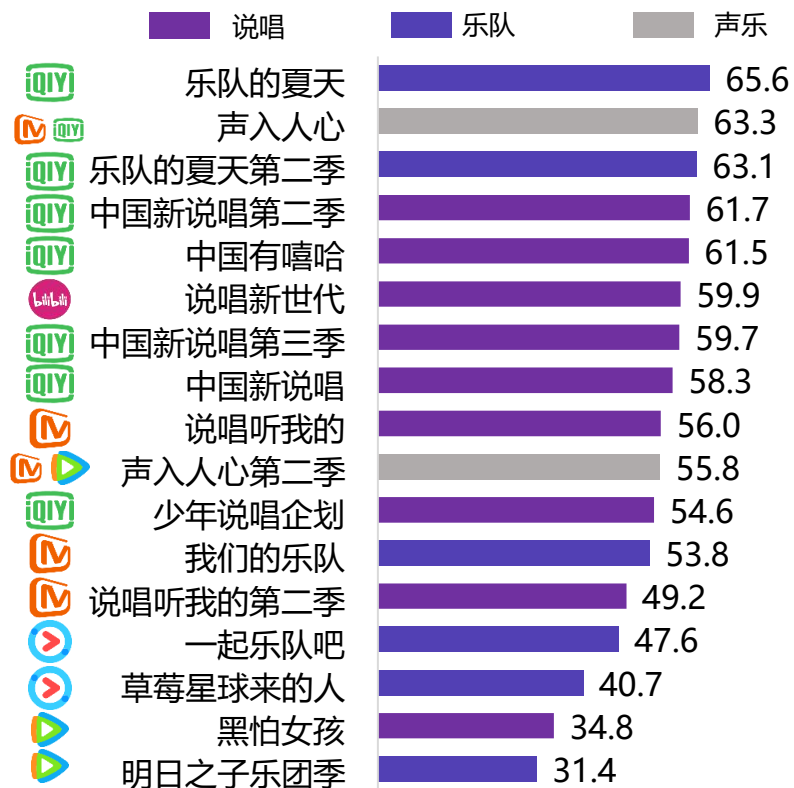
代表性音乐综艺头部艺人

			
音乐人	梁博		GAI
节目	中国好声音第一季		中国有嘻哈 
年度	2012		2017
代表作	《男孩》、《日落大道》等		《火锅底料》、《天干物燥》等
微博粉丝数量	448.7w		1136.6w
			
商务合作	声阔降噪仓		天猫国潮大赏、乐堡啤酒等
音乐人	阿云嘎		姜云升
节目	声入人心 		说唱新世代 
年度	2018		2020
代表作	《在远方》、《我的遗愿清单》等		《真没睡》、《浪漫主义》等
微博粉丝数量	508.3w		271.3w
商务合作	碧欧泉、丝芙兰、华硕、皇冠曲奇等		元气森林、梦幻新诛仙手游等

特征二：深耕细分赛道，捕捉圈层受众

各平台聚焦原创、说唱、乐队等细分赛道，推出圈层音乐综艺，实现小众音乐类型的大众推广。原创类音乐综艺成为各平台重要抓手，无论是明星唱作人还是素人原创音乐，都为乐坛和综艺带来新生血液。

2017-2021细分赛道音乐综艺播映指数



各平台原创类音乐综艺

《这！就是原创》

上线时间：2019年 播映指数：59.1

简介：从百余位优秀唱作人中挑选出40名“原创猛兽”，展现新生代原创风貌，弘扬民族原创精神。

《我是唱作人》（第一季、第二季）

上线时间：2019年 / 2020年 播映指数：63.1 / 56.1

简介：每位唱作人必须准备7首以上未发表的原创作品现场表演，并由大众评审投票决定去留。

《明日创作计划》

上线时间：2021年 播映指数：49.5

简介：按照地域“东南西北”划分进行音乐舞台展示，通过展现各地域“野生野长”的原生态音乐风格面貌，传递刻画当下本土音乐的真实模样。

《我的音乐你听吗》

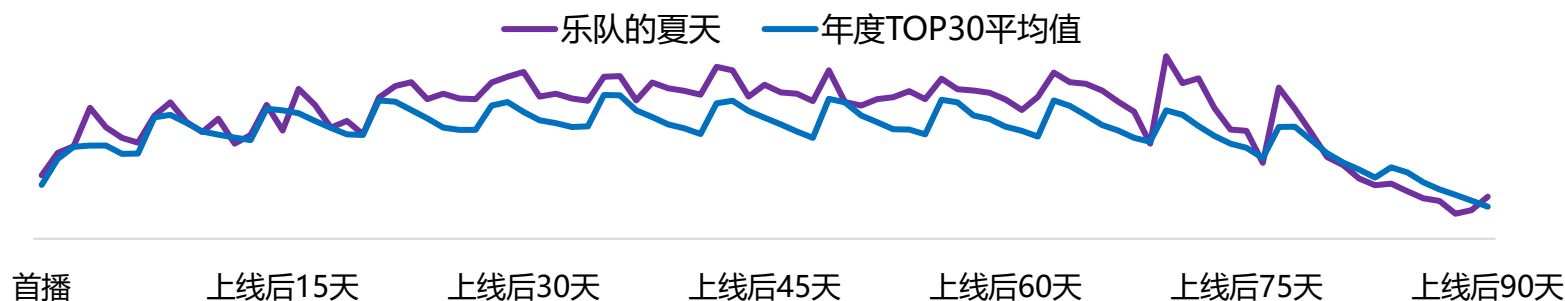
上线时间：2021年 播映指数：53.8

简介：以“尊重创作表达，回归音乐本质”为节目理念，邀请36组才华各异的年轻唱作人进行多重考验，让年轻人的原创音乐得到展示的机会。

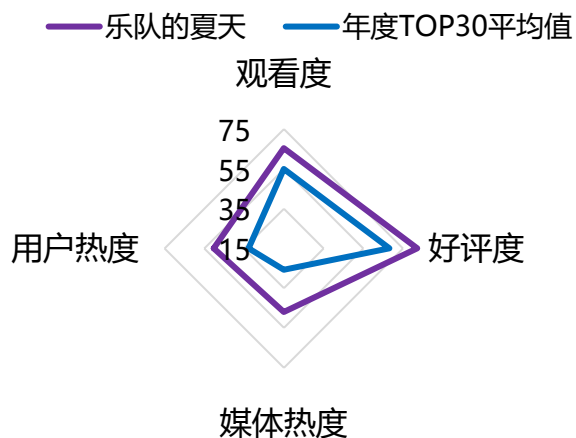
特征二（续）：细分赛道内容出圈仍需努力

以《乐队的夏天》为例，尽管播映表现突出，但观众舆情的焦点依然集中在花边新闻和八卦内容，出圈选手仅有五条人等少数乐队。

《乐队的夏天》上线期间播映指数



《乐队的夏天》细分维度播映表现



《乐队的夏天》用户舆情词云



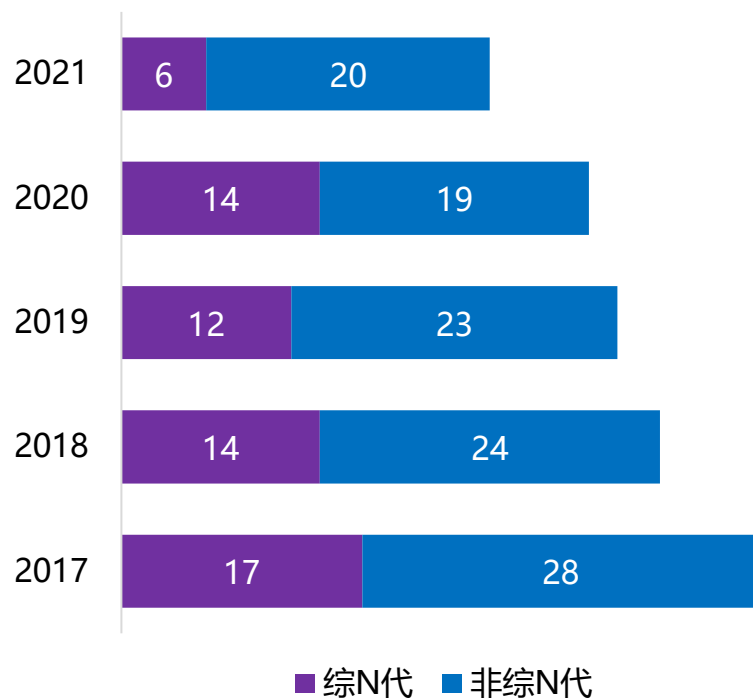
特征三：发展瓶颈显著，头部IP停做

受多重因素影响，近年音乐综艺市场及节目表现均持续下滑，头部爆款缺失。《歌手》、《乐队的夏天》等头部音综IP均在2021年停做，IP老化、审美疲劳等问题突出。

音乐综艺IP困境



2016-2021年音乐综艺综N代数量

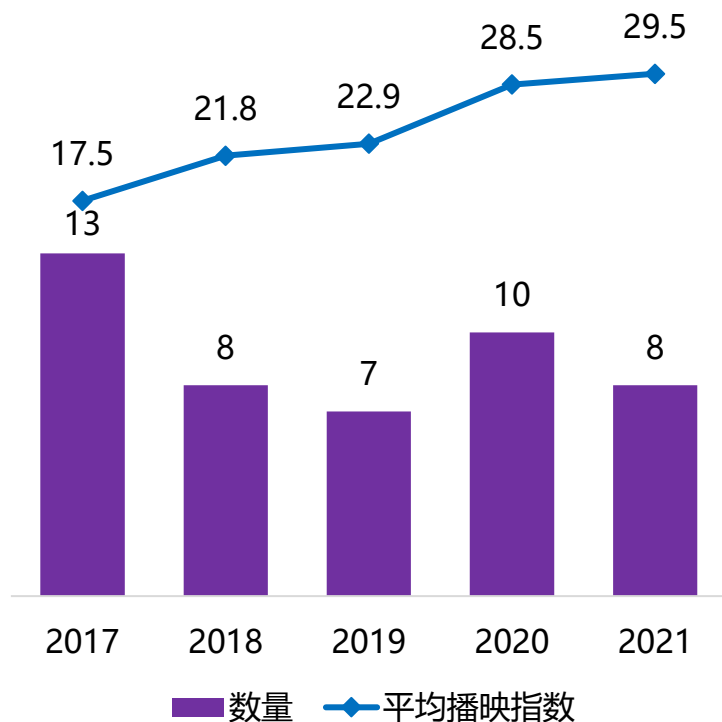


特征四：音乐慢综艺兴起，激烈竞赛不再是唯一法则

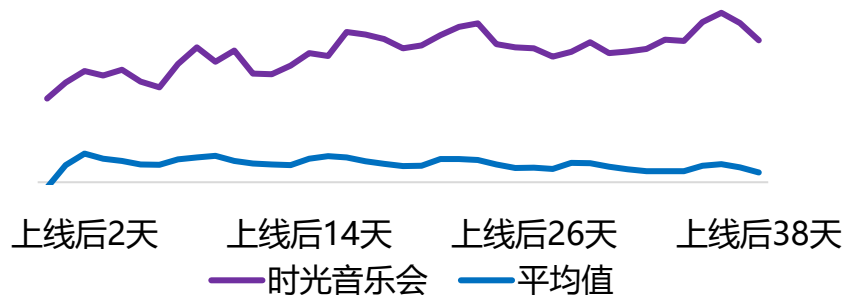


通过文化体验、故事讲述等形式挖掘音乐背后的深层内容的音乐综艺由来已久。五年来播映表现稳步提升，2021年更是产生了《时光音乐会》这样的代表作品。音乐慢综艺未来可期。

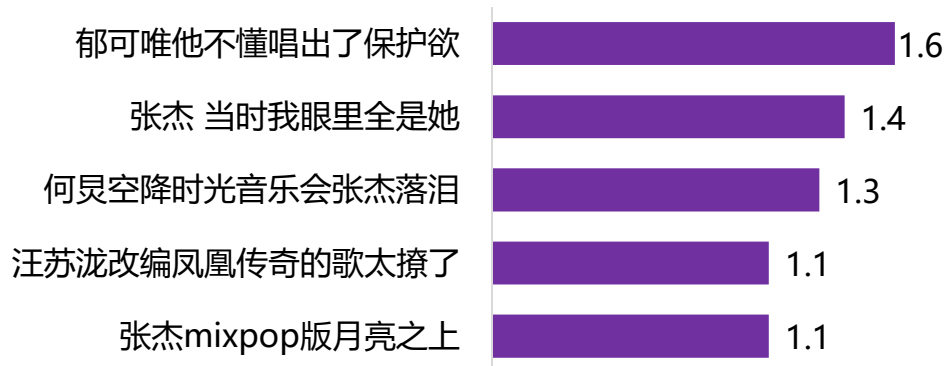
2017-2021年音乐慢综艺播映情况



《时光音乐会》上线期间播映表现



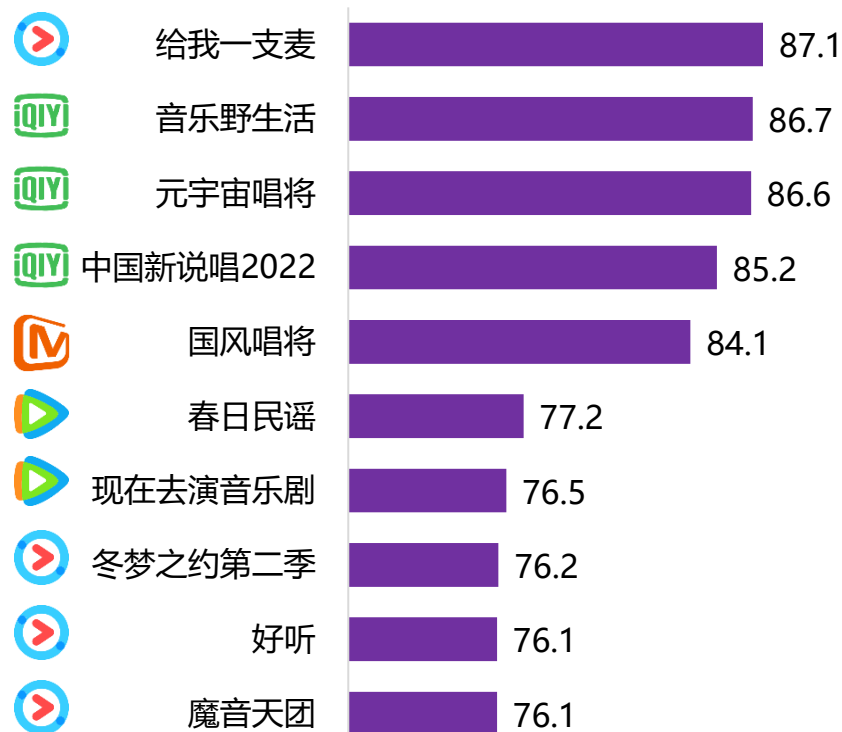
《时光音乐会》话题阅读量TOP5 (亿)



特征五：创新节目内容，寻求音综新增长点

四大长视频平台已官宣的2022音乐综艺中，综N代占比较少，各平台均发力节目创新。优酷引入《Sing again》版权剑指全民音乐综艺，爱奇艺试水“元宇宙”内容创新唱演形式。

各平台2022年待播音乐综艺预测热度



部分头部待播综艺基础信息



《给我一支麦》

简介：中国版《sing again》，聚焦发表过歌曲或专辑但现在“无名”的歌手

形式：竞演



《音乐野生活》

简介：由黄磊担任发起人，邀请好朋友们共同享受美食、美景和优美的音乐，拟邀嘉宾包括陈萨、吕思清、刘宪华、张艺兴等。

形式：体验/纪实



《元宇宙唱将》

简介：舞台包括真实和虚拟两个场景，邀请实力歌手用定制的虚拟形象来参与竞演。

形式：竞演



www.endata.com.cn