

中国泛娱乐产业生态白皮书2017-2018

分析背景

- 泛娱乐是2011年出现的概念，是基于互联网与移动互联网的多领域共生。其核心是IP，可以是一个故事、一个角色或者其他任何大量用户喜爱的事物。IP多领域共生的联动与协同，是泛娱乐与单个领域的最大区别。
- 目前，大多数泛娱乐厂商处于积极构建核心竞争力阶段，主要行动是：在上游增加内容储备，在中游加大宣发力度，在下游进行粉丝运营。

分析定义

- 泛娱乐产业：本分析中，主要分析泛娱乐核心产业，其包含影、音、文、漫、游、线下娱乐等多个细分领域；
- 泛娱乐形态：是指泛娱乐核心领域中常见的作品形态，也叫泛娱乐形式。主要包括：影视作品、音乐作品、文学作品、动漫作品、游戏作品、线下演出作品等；
- 泛娱乐厂商：是指厂商业务可以涵盖内容生产、放大影响力、变现三个环节中任意两个环节的厂商。
- 泛娱乐用户：是指在日常生活中，喜爱影视类、音乐类、文学类、动漫类和游戏类的任何一种娱乐应用的用户。

数据说明

- 数据来源：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

泛娱乐联动开发趋势明显

随着居民可支配收入的大幅提升，用户物质需求得到满足，精神需求逐渐增加。同时，由于内容生产、渠道推广、用户信息接收等层面的技术升级，使得内容生产门槛降低，大量用户投入到文化创作中来，多样化的原创内容激活了内容市场，用户原创内容逐步得到市场认可。用户参与度增加，用户对自己所生产内容的掌控权随之加大，内容跨领域进行二次开发逐渐成为趋势。

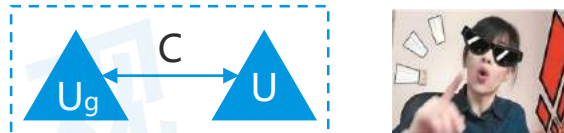
PGC内容生产（传统专业机构生产）

阶段性特征：由传统专业机构生产内容，用户对内容生产过程的参与度低。
如：电视台制作专业内容并传播；新闻社生产内容进行出版。



UGC内容生产2.0（用户主导生产）

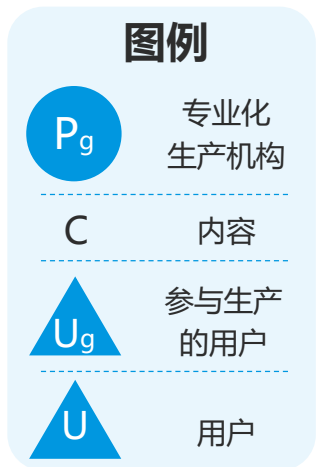
阶段性特征：用户不仅可以参与内容生产，而且能自主进行宣传发行。
如：Papi酱自主生产内容，投放至微博，进行自我营销与传播。



UPGC内容生产（泛娱乐联动开发）

阶段性特征：用户在自主完成内容生产、宣传推广后，逐渐发展为专业化二次创作。

如：作者创作小说并收获关注度，具备影响力之后，开始转变为工作室专业化创作。同时，将IP授权给专业化厂商，进行后续的跨领域IP联动开发、再生产。



UGC内容生产1.0（用户单向生产）

阶段性特征：用户开始参与内容生产。
如：网络文学平台出现，部分用户开始主动进行投稿。



目录

- 01 中国泛娱乐产业规模和现状
- 02 中国泛娱乐用户概况
- 03 中国典型泛娱乐生态企业竞争分析
- 04 中国泛娱乐生态运营典型案例
- 05 中国泛娱乐产业发展趋势展望



中国泛娱乐产业规模和现状

NIO

政策监管推动行业良性运转，技术发展助力泛娱乐升级

• 监管体系不断完善：

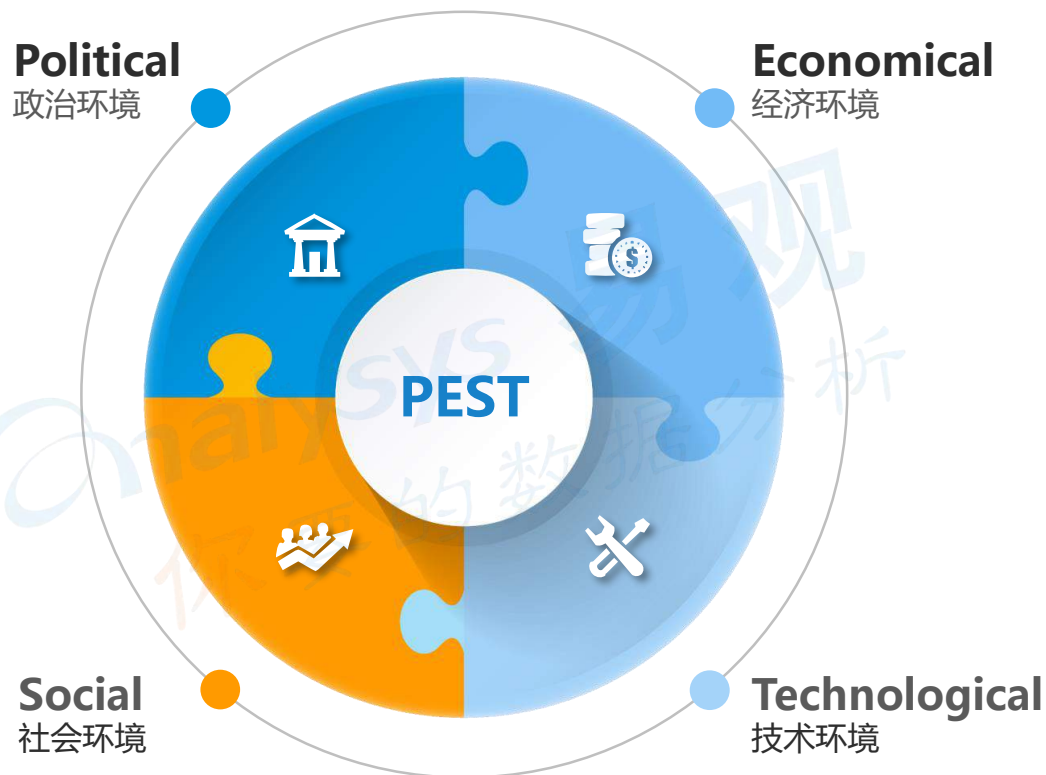
随着游戏版号、视听服务、音乐和文学版权保护等体系的建立，监管体系在制度化的基础上开始进入到文化内核层面，对内容产品的价值观、要素提出了更高的要求；

• 政策支持产业发展：

党的十九大报告指出，满足人民过上美好生活的新期待，必须提供丰富的精神食粮。国家在“十三五”规划中将文化强国作为建设目标，推动“文化+”、“互联网+”发展，助力文化产业升级。

• 内容消费习惯逐步培育：

随着大众消费水平的提升和版权保护的发展、成熟，用户的内容消费习惯逐步得到培育，泛娱乐内容消费潜力得到释放。



©Analysys 易观

www.analysys.cn

• 居民收入水平提升：

随着居民整体收入水平提升，用户在文化娱乐方面的消费能力不断提升；

• 宏观经济进入调整期：

在全球贸易萎缩、货币市场风险加大等环境下，宏观经济进入结构升级调整期，文化娱乐作为第三产业核心部分，将成为新经济的重点产业。

• 智能技术促进数字化：

内容制作、传输、展示等技术不断升级，在算法和数据的加持下，泛娱乐产业逐渐走向数字化；

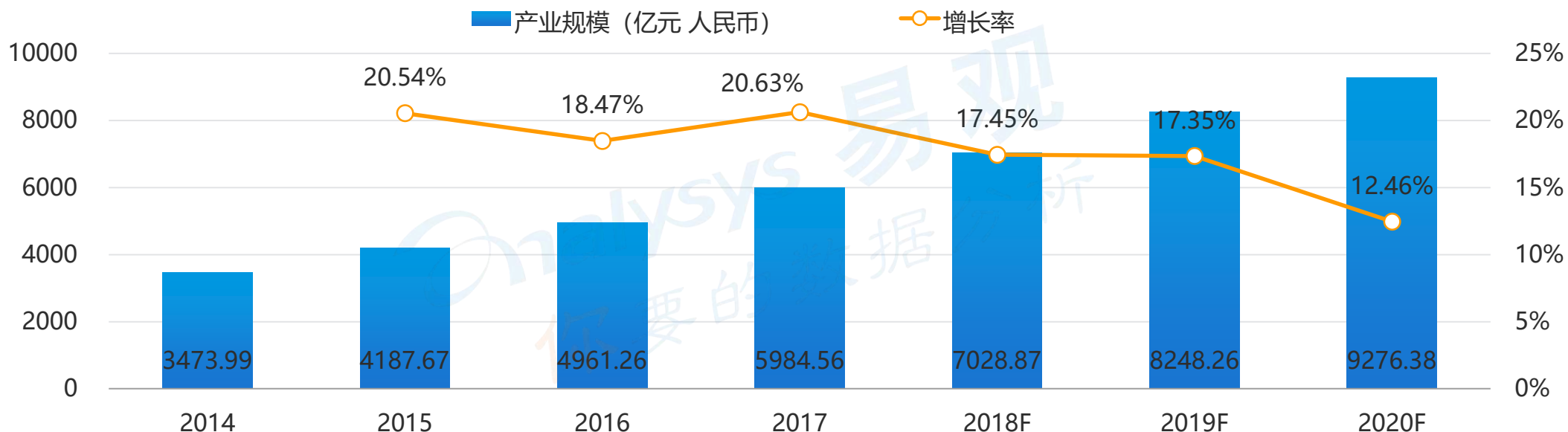
• 基础设施助力产业发展：

到2017年底，已经实现4G全面覆盖城市和乡村、宽带平均接入速率达到30Mbps、流量平均资费水平大幅下降三大既定目标，为泛娱乐产业提供了基础支撑。

泛娱乐核心产业规模逐年提升，2017年产值超5000亿

- 2017年中国泛娱乐核心产业规模达5984.56亿元人民币，环比增长20.63%。Analysys易观认为，2017年，中国泛娱乐核心产业规模持续增长，主要缘于游戏、影视等细分产业的带动。但是，由于观众易产生审美疲劳、对内容的需求快速变化，而泛娱乐产业当前的生产与创新能力发展速度并不匹配，未来三年内泛娱乐核心产业规模增速可能将放缓。

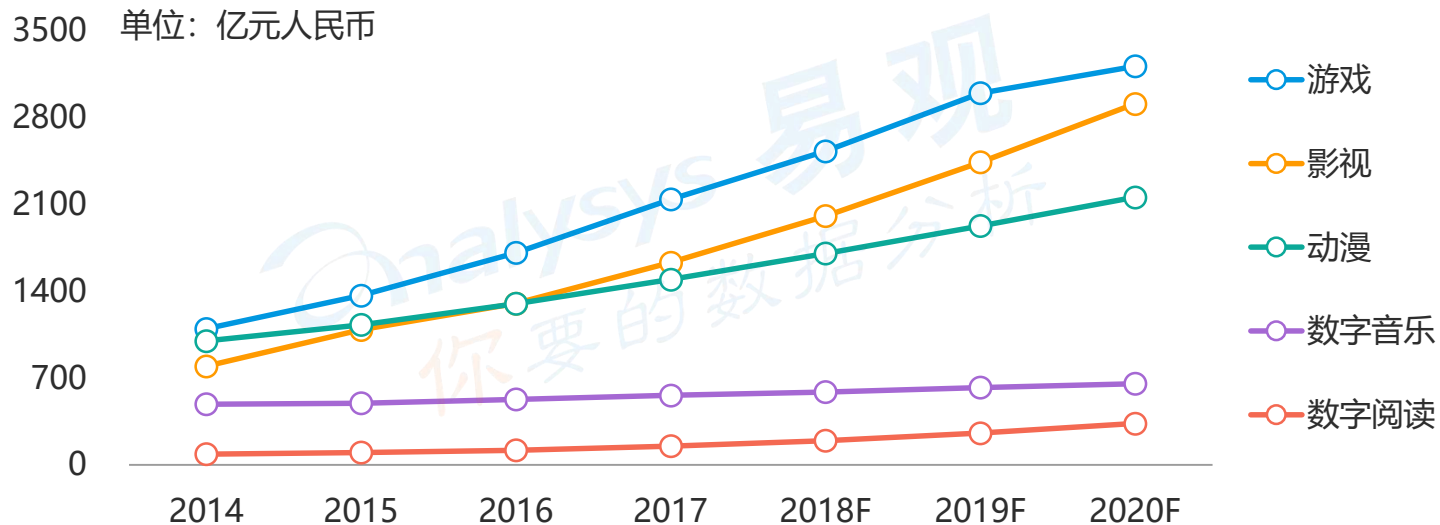
2014-2020年中国泛娱乐核心产业规模



数据说明：1.中国泛娱乐核心产业规模包括游戏、影视、动漫、数字音乐、数字阅读等细分市场的规模。2.易观于2017年调整了移动游戏市场规模数据算法，并对以前中国移动游戏市场规模数据进行更新，因此整体泛娱乐产业规模也有更新。3.此数据为泛娱乐核心市场规模数据。泛娱乐的核心是IP，此处统计的泛娱乐核心市场规模即是指与IP相关联，能对泛娱乐生态产生影响的部分。

游戏、影视、动漫细分市场是泛娱乐核心产业支柱力量

2014-2020年中国泛娱乐核心产业-细分市场规模变化



数据说明：

- 1.易观根据易观自有模型、行业深访、相关公开数据综合测算而来；
- 2.易观于2017年调整泛娱乐产业规模算法与模型，图为更新后数据。
- 3.此数据为泛娱乐核心市场规模数据。泛娱乐的核心是IP，此处统计的泛娱乐核心市场规模即是指与IP相关联，能对泛娱乐生态产生影响的部分。
- 4.游戏市场包括端游、页游、手游等市场数据；影视市场包括：广告、版权、用户付费等规模（含电视台与网络数据）；动漫市场包括：主题公园、版权、出版、用户付费、衍生品等市场规模；数字音乐市场包括：PC+移动端产值、电信音乐增值业务、多媒体流量、音乐平台等市场规模；数字阅读市场包括：用户付费、广告、版权、出版、硬件等市场规模。

- **游戏行业**：2017年，游戏行业在“王者荣耀”等移动游戏的带动下，成为泛娱乐行业最大市场。2017年4季度至今，“吃鸡”类手游在国内走红，再次带热了游戏市场。
- **影视行业**：凭借扎实的市场基础，影视行业2017年市场规模大幅提升，为泛娱乐产业第二大细分市场，未来规模还将进一步增加。
- **动漫行业**：得益于近几年优质内容的增加，用户付费情况逐渐得到改善，收入结构正在发生转变。
- **数字音乐行业**：正版化已经得到基本解决，市场规模正稳健发展。
- **数字阅读行业**：企业版权交易收入不断增加。以阅文集团、掌阅科技为代表的头部厂商，用户付费收入逐步提升。

：影视化过程对放大IP影响力最为关键

泛娱乐产业链

再次改编，推向市场，放大IP影响力

影视化是放大IP影响力的关键

- 相比其它形式而言，影视作品放大IP影响力的效果更优；
- 影视作品受众范围相对更广，能帮助IP大规模辐射影响力；
- 多元化的变现渠道可以帮助厂商进一步创收。



常见的IP形式：剧、电影、综艺、动画

通过多元化授权，以变现模式较为成熟的IP形态进行商业变现

交互性强的形式更适合IP变现

游戏、衍生品、电商和线下演出等环节的消费场景较为明确，尤其是游戏和线下演出能够提供沉浸式体验，是泛娱乐产业链中主要的变现环节。

常见的IP形式：游戏、直播、衍生品、电商、线下演出、主题公园

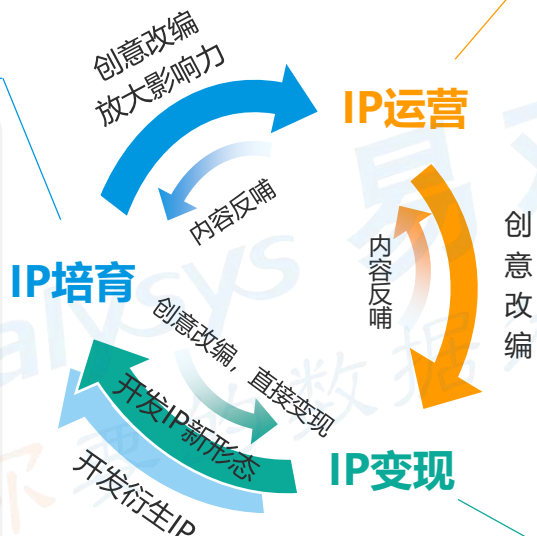


确定待培育IP后，验证IP潜力，为IP的后续开发培育核心受众、核心内容

数字阅读类作品为IP源头

- 文学、漫画、轻小说在刻画人物和情节上更为细腻，更易架构世界观；
- 数字阅读类作品更新周期长，通过与用户的长期互动培养用户粘性。

常见的IP形式：文学、漫画、轻小说



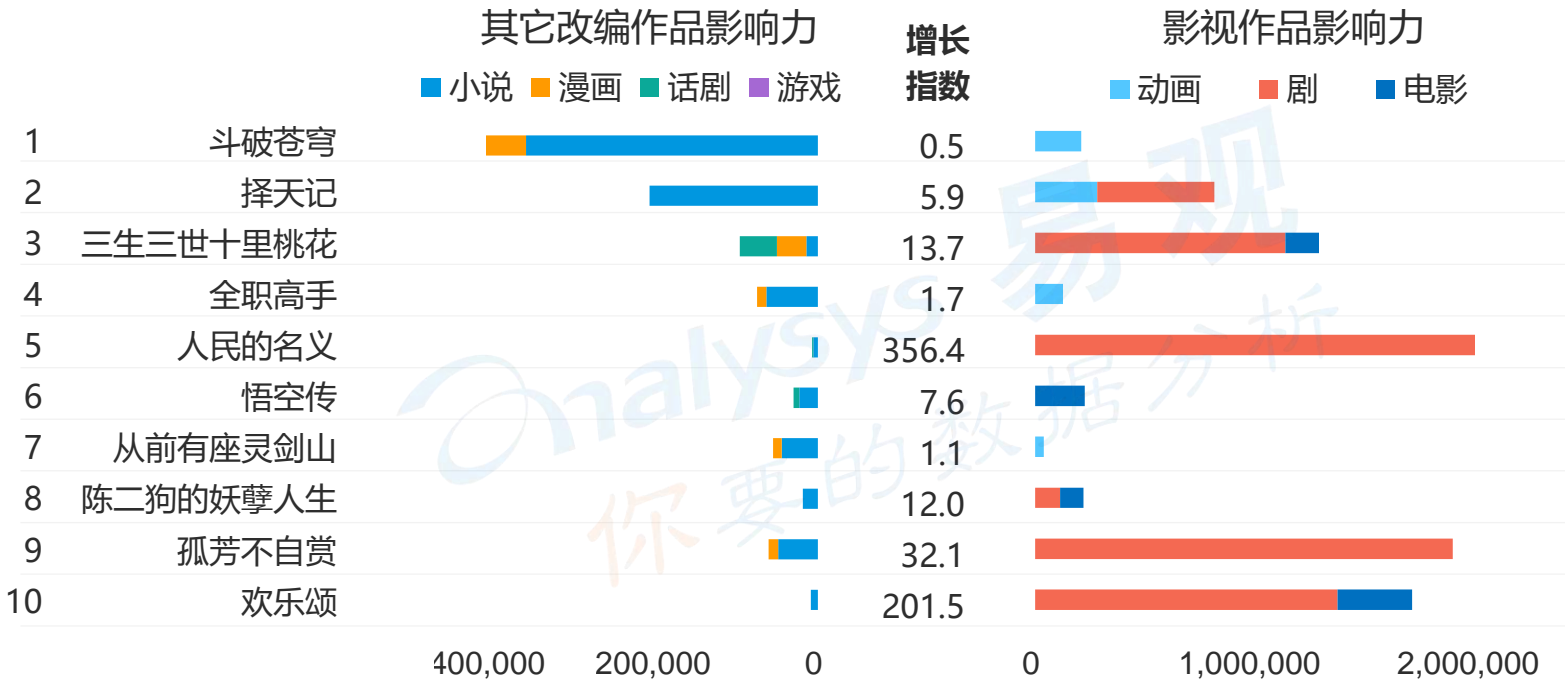
泛娱乐产业链应用案例

为人熟知的漫威作品中，影响力最广的是电影作品。



影视化助力文学IP影响力呈倍数增长

2017年有影视改编作品的原创文学IP TOP10——影响力对比



易观通过对《2017猫片·胡润原创文学IP价值榜》中作品进行梳理，挑选出在2017年上线了影视改编作品（电视剧、网络剧、动画、电影）的TOP10作品，对10个IP的各类型作品进行影响力评估。

• 数据来源：百度指数。

• 增长指数：sum（影视化作品影响力）/sum（其它改编作品影响力），代表影视化改编作品为IP带来的影响力倍数。

• 数据统计方法：统计IP某种改编作品上映期间百度指数平均值，以代表该时期作品影响力。其中，影视化作品、舞台剧作品统计时间区间为：播放/上映时间段，小说、漫画、游戏作品需要相对较长时间进行用户沉淀、爆发，统计时间为上线半年后。

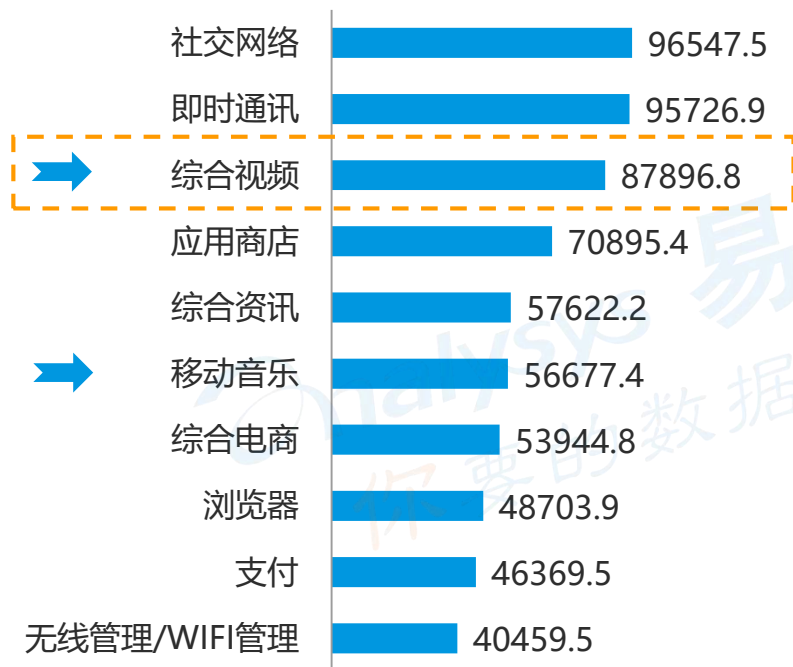
✓ 易观发现：

• 影视化改编作品受众基础广，传播渠道广，传播能力更强。相较于其他形式而言，影视作品整体用户规模更高。**大多数IP经过影视化改编之后，市场搜索热度呈倍数增长。**在此处统计的TOP10作品中，《人民的名义》、《欢乐颂》增长倍数高达数百倍。

• **影视化改编作品的受关注度增加，可以反哺原IP**，如：

电视剧《欢乐颂》于2016年4月上线，电视剧上线后，其同名小说《欢乐颂》的影响力较上线前增长了33倍。

2018年2月全网行业用户规模TOP10（万人）



泛娱乐形态中，综合视频用户基础最大：

- 由于影视作品综合了音乐的美感、文学与漫画作品的故事性，通过后期特效的作用，可以表现出强大的视觉效果和感染力。
- 用户观看成本大幅降低，促进了用户增长。随着5G技术发展，流量成本将越来越低，视频观赏的便携性将进一步降低影视作品获取门槛，推动用户规模增长。

数据说明：蓝色箭头所指领域为泛娱乐所属领域。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

©Analysys 易观·易观千帆·A3

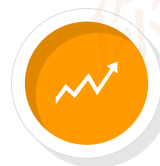
www.analysys.cn

由于影视化作品具有庞大的用户基础，厂商也在不断寻求多样化的变现方式，进行创收。

影视行业多样化变现模式

前向收费（面向C端）

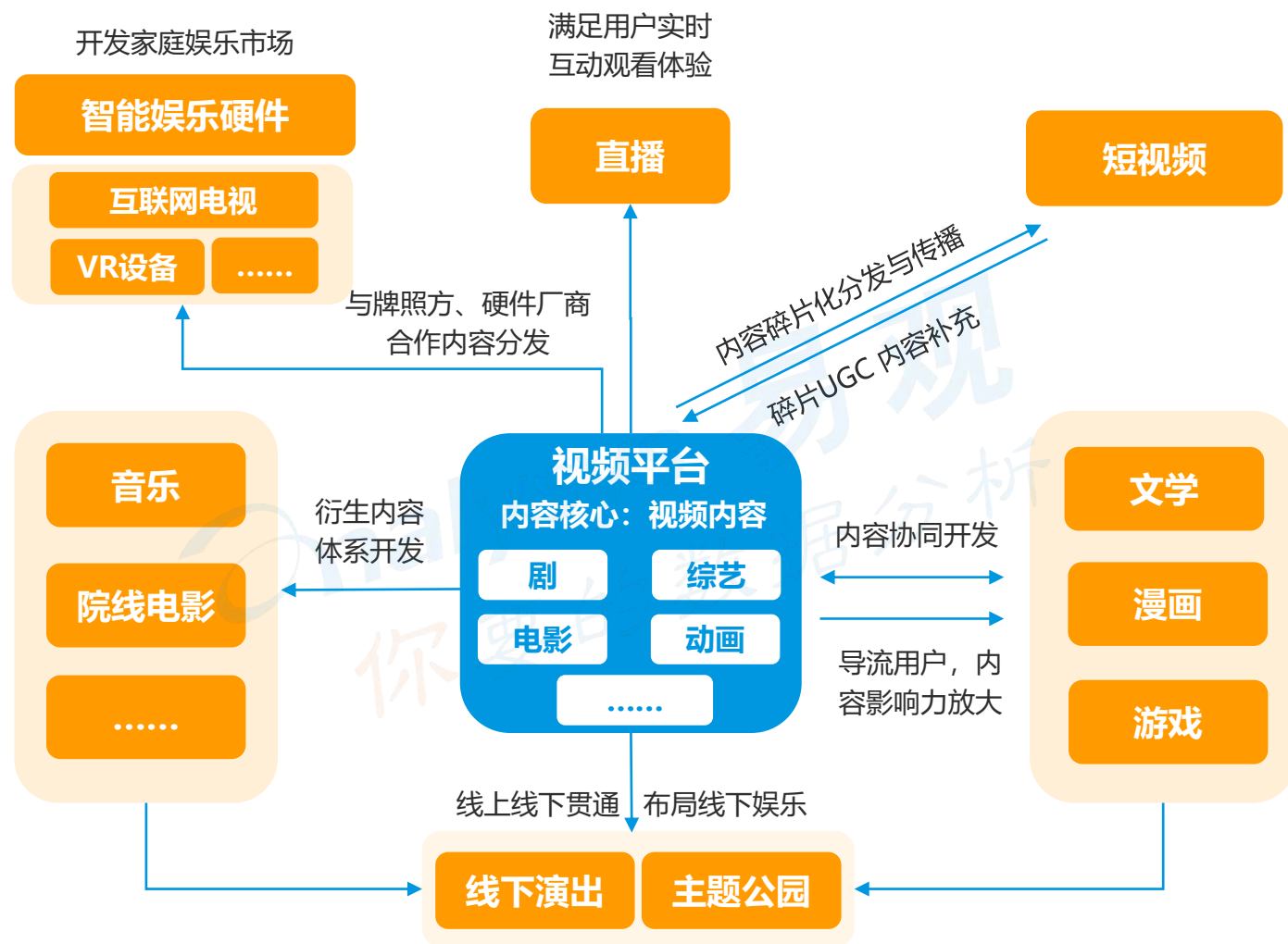
- 付费点播
- 会员服务
- 增值服务
-
- 能根据用户个性化需求打造信息化、多样化的服务



后向收费（面向B端）

- 广告发布和营销费【广告主】
- 内容发行费【内容生产商】
- 作品分成【版权方】
-
- 主要依托大数据服务帮助广告主实现精准推送

视频平台作为入口，串联多项业务，构建泛娱乐内容生态



典型平台



- 作为强流量入口，目前以爱奇艺为代表的头部综合视频平台已经构建了以影视内容为核心、衍生内容为辅的内容生态布局，多元化内容为视频平台带来了不同类型的用户。
- 目前，视频平台已经串联了多项业务，涵盖视频、文学、游戏、漫画、音乐、线下娱乐、智能娱乐硬件等多个泛娱乐领域。
- 平台重点围绕用户需求，通过生态化战略布局构建市场竞争壁垒，未来网络视频市场的竞争，将是内容为基础的生态之间的竞争，以优质内容为底层根基，围绕用户生活场景，满足用户数字娱乐多样化需求。

多方利好推动泛娱乐产业飞速发展，泛娱乐核心产业规模逐步扩大，**2017年**
产值超5000亿元人民币。

在泛娱乐产业链中，**影视化**是放大IP影响力的关键一环。凭借综合视频庞大的用户规模，**视频平台**作为入口，可串联起多项业务，既能联合IP创作者进行协同开发，又可以通过不同内容形态与多元变现模式放大IP影响力。

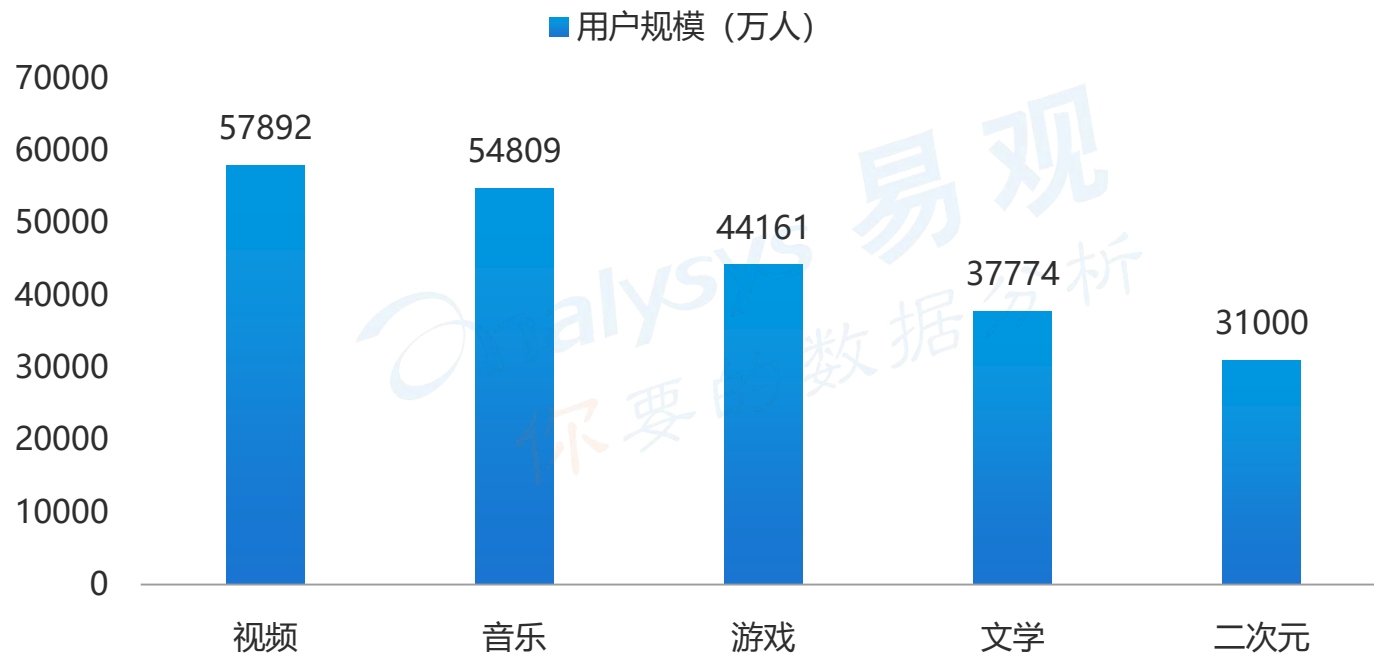


中国泛娱乐用户概况

NIC

泛娱乐产业中网络视频用户规模最大

2017年泛娱乐产业部分细分领域用户规模统计



数据来源：1.CNNIC《第41次中国互联网络发展状况统计报告》；2.此处视频主要指网络视频，包含：综合视频、短视频、聚合视频等内容；3.二次元行业用户规模是易观根据行业访谈、部分企业财报及相关模型测算得出，此处指泛二次元用户。

- 视频和音乐的内容形式更加大众化，内容获取门槛低，行业用户规模较高。
- 游戏行业发展较为成熟，用户规模稳定，高达4.4亿人。
- 文学和漫画作为IP产业链的主要源头，扮演着重要角色。近几年文学IP改编大热，IP改编影视或游戏作品上线时，为原IP吸引大量新用户，未来发展空间较大。

2017年泛娱乐企业在多业务布局、多形态联动方面持续发力，未来将继续加强对各业务的协同运营，效率也将不断提升，整体用户规模也将继续增加。

泛娱乐市场用户分层定义

- 泛娱乐市场涉及领域众多，用户类型多元，此处，易观建立了自有模型，通过【用户内容类型覆盖程度】和【用户使用行为评价】指标来对泛娱乐用户进行归类。划分标准如下：



核心用户

日常使用娱乐应用数目 **2-5类**
活跃度**与**使用粘性**均高于均值**



次核心用户

日常使用娱乐应用数目 **2-5类**
活跃度**或**使用粘性**高于均值**
或
活跃度**与**使用粘性**均低于均值**



种子用户

日常使用娱乐应用数目 **1类**
活跃度**或**使用粘性**高于均值**

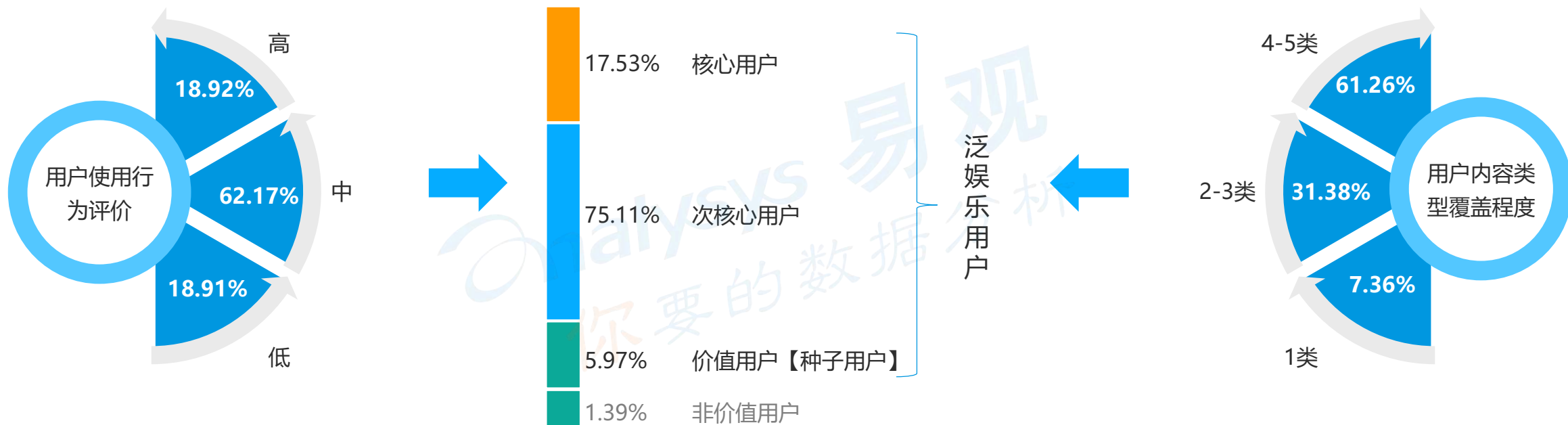
数据说明：

- 泛娱乐用户：是指在日常生活中，喜爱影视类、音乐类、文学类、动漫类和游戏类的任何一种娱乐应用的用户。
- 【用户内容类型覆盖程度】此项指标旨在通过用户内容偏好来划分用户类型，内容覆盖类目共包括：影视类、音乐类、文学类、动漫类、游戏类5类。泛娱乐产业最大特点在于IP不同形式的联动和协同，因此用户喜爱的娱乐应用类别更多，对企业价值就越大；
- 【用户使用行为评价】包含用户活跃度和用户粘性两个细分指标。用户活跃度：是指用户使用某类应用时，在一定时期内的人均单日启动次数。此处活跃度的判定标准为各行业人均单日启动次数均值；用户粘性：是指用户使用某类应用时，在一定时期内的人均单日使用时长。此处活跃度的判定标准为各行业人均单日使用时长均值。

亿级用户市场下，泛娱乐市场变现潜力高的用户占比超九成

泛娱乐亿级用户市场下，共包含核心用户、次核心用户和种子用户，其中变现潜力强的核心用户与次核心用户占比超九成。

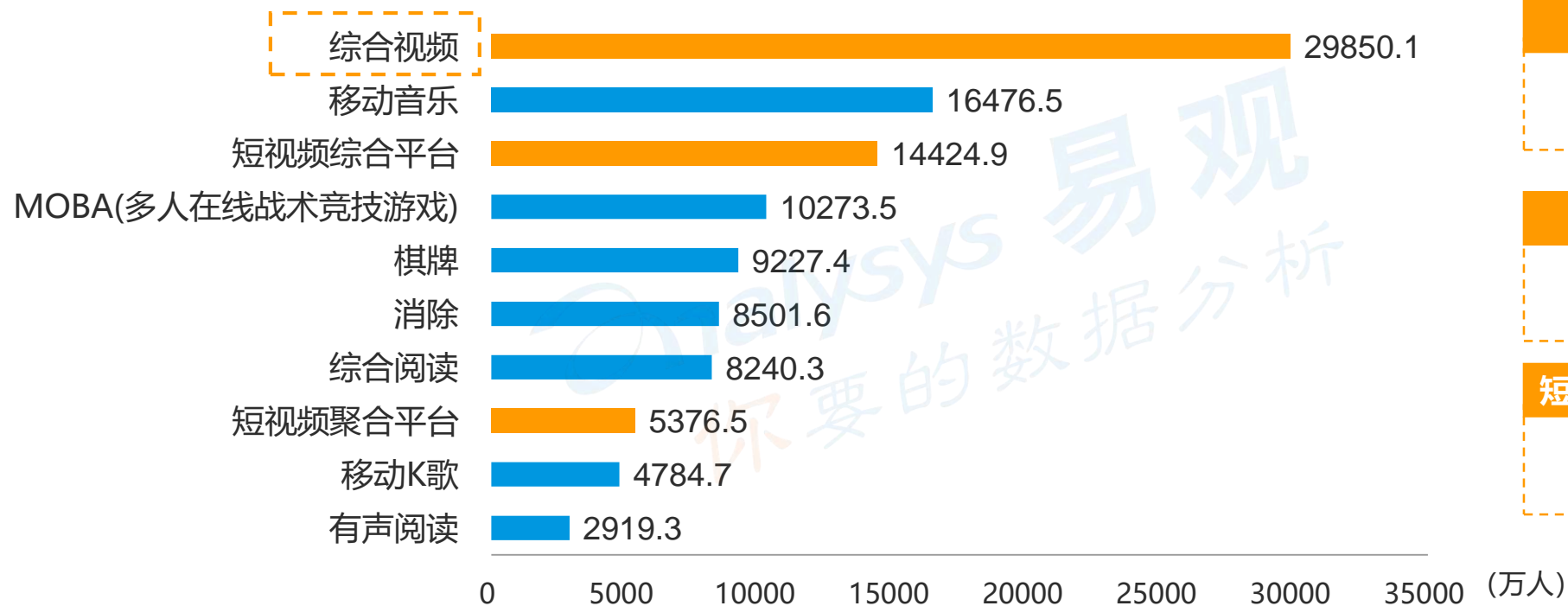
- 核心用户：泛娱乐企业目前主要通过此类用户创收；
- 次核心用户：用户规模大、未来付费潜力较大，企业可以通过加大运营力度或推出精品内容来吸引用户，推动用户向核心用户转化；
- 种子用户：此部分用户对单一领域内容忠诚度高，通常是企业在单一领域推广新内容时获取。



- 数据来源：易观，2018.02
- **【用户使用行为评价】**计算方法：通过对泛娱乐用户的APP使用行为进行监测，根据行业人均单日使用时长和人均单日启动次数对用户使用行为进行评价，划分标准为：**【高】**人均单日使用时长和人均单日启动次数均高于行业均值；**【中】**人均单日使用时长和人均单日启动次数中有一项高于行业均值；**【低】**人均单日使用时长和人均单日启动次数均低于行业均值。
- **【用户内容类型覆盖程度】**计算方法：日常活跃使用的娱乐类型共包括：影视类、音乐类、文学类、动漫类、游戏类。通过对泛娱乐用户中单个用户日常活跃使用的娱乐内容类型进行统计，得出内容类型覆盖数量的用户占比。
- **【非价值用户】**非价值用户是指用户使用行为评价为低，且内容类型覆盖仅有1类的用户。此部分用户不属于泛娱乐用户范畴。

综合视频类应用稳坐泛娱乐应用活跃用户规模头把交椅

2018年2月 中国泛娱乐应用领域 日均活跃用户量TOP10



综合视频APP TOP3



移动音乐APP TOP3



短视频综合平台APP TOP3



数据说明:

1.橙色柱体为视频类领域; 2.易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计, 不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术, 帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

泛娱乐应用用户时长榜——爱奇艺全网优势明显

2018年2月 泛娱乐各领域应用日均使用时长TOP10 (万小时)

视频

1		爱奇艺	23898.2
2		腾讯视频	
3		优酷	
4		快手	
5		西瓜视频	
6		抖音	
7		哔哩哔哩动画	
8		火山小视频	
9		芒果tv	
10		暴风影音	

音乐

1		酷狗音乐	1548.5
2		酷我音乐	
3		QQ音乐	
4		网易云音乐	
5		虾米音乐	
6		咪咕音乐	
7		爱音乐	
8		百度音乐	
9		爱听4G	
10		点明音乐	

文学

1		QQ阅读	4321.0
2		掌阅	
3		宜搜小说	
4		书旗小说	
5		咪咕阅读	
6		追书神器	
7		免费电子书	
8		免费追书	
9		爱看	
10		百度阅读	

动漫

1		快看漫画	256.1
2		看漫画	
3		腾讯动漫	
4		网易漫画	
5		漫画岛	
6		第一弹	
7		触漫	
8		动漫之家	
9		腐次元	
10		漫画台	

游戏

1		王者荣耀	11627.4
2		开心消消乐	
3		穿越火线	
4		JJ斗地主	
5		欢乐斗地主	
6		球球大作战	
7		QQ飞车	
8		迷你世界	
9		欢乐麻将全集	
10		宾果消消乐	

1.数据来源：易观千帆；2.数据说明：日均使用时长是指在所选时间段内，APP平均每天被使用的总时长。

本章从用户角度出发，从**整体规模**、**细分领域**、**独立应用**三个层面进行了盘点与分析。

- **【整体规模】** 泛娱乐市场用户达到亿级，其中核心用户和次核心用户占比超9成；
- **【细分领域】** 中国泛娱乐应用领域日均活跃用户量TOP10中，综合视频排名第一；
- **【独立应用】** 各领域独立应用中，爱奇艺APP日均使用时长最高。



中国典型泛娱乐生态企业竞争力分析

NIC

： 视频平台具有用户基础和多内容形态聚合能力，更易成为生态型厂商

泛娱乐产业链

各环节IP主要形态：

各环节主要厂商类型：

IP培育

文学、漫画、轻小说

阅读/动漫平台



IP运营

剧、电影、综艺、动画

视频平台 ★



IP变现

游戏、衍生品、电商、
线下娱乐、.....

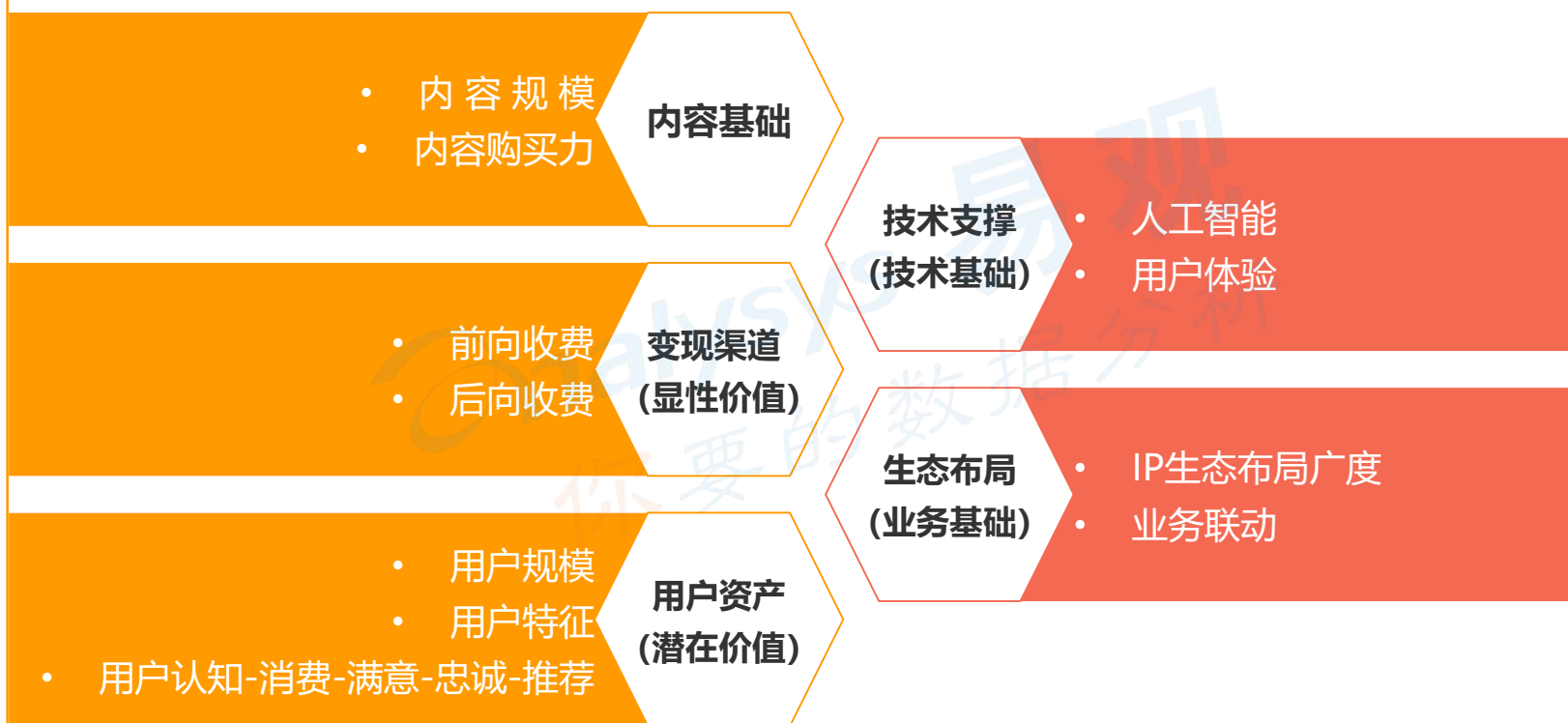
游戏

平台可以在形式上将内容最大化**聚合**并产生联动，更易成为生态型厂商

- 目前，**阅读市场和动漫市场**整体核心市场规模较小，发展速度相对缓慢，且平台上内容形式单一，进行IP多形态联动开发时，多借助其它厂商力量来完成。
- **视频平台**具有庞大的用户基础，且作为入口串联了多项业务，可为用户提供多样化的娱乐内容，因此**更易成为生态型厂商**。

生态型视频平台核心竞争力评价模型

生态型视频平台核心竞争力评价模型



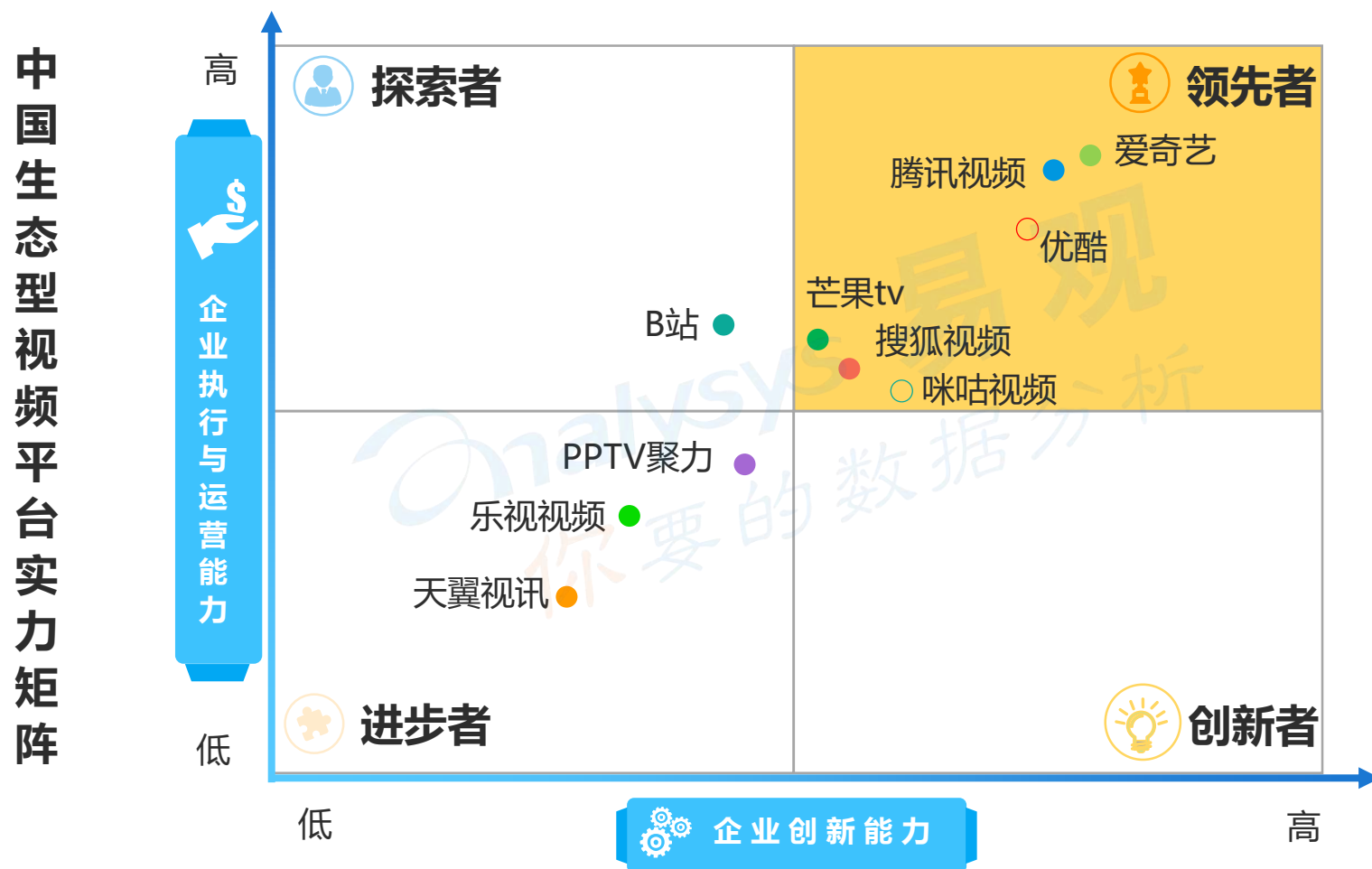
生态型视频平台核心竞争力包含企业执行与运营能力和创新能力。

- **执行与运营能力**评价标准包括内容基础、用户资产、变现渠道等细分指标；
- **创新能力**评价标准包括技术支持、生态布局等细分指标。

本章节将基于此模型对企业展开评价与分析。

*评价模型细分指标详见附录。

中国生态型视频平台实力矩阵分析



说明:

- 1.此处评判标的为:【**视频平台**】在泛娱乐产业链中的IP培育、IP运营和IP变现环节涉及两个或三个环节的企业,即生态型视频平台。生态型视频平台相对而言,优于其它仅有单个业务的企业;
- 2.评判标准详见附录;
- 3.篇幅有限,进步者不完全显示。

典型企业核心竞争力评价—— 领先者企业众多，竞争激烈，市场进入困难

探索者

对于探索者象限的企业而言，企业的执行运营能力比较突出，仍在探索良好的创新模式，以伺良机进入领先者象限。

典型厂商



典型企业：bilibili在行业发展过程中，以二次元社区为中心，构建了包含动画、游戏、周边等在内的二次元娱乐生态。但在泛娱乐过程中一直处于积极探索的状态，其它领域业务布局还需积极创新。

进步者

对于进步者象限的企业而言，其在内容、用户、变现、技术、生态布局等方面均有涉及，但整体市场规模较小，仍有较大进步空间。

典型厂商



典型企业：进步者整体在生态方面虽有布局，但在整体规模、生态联动等方面表现较弱。未来增加平台优质内容规模可逐渐上升至务实者。其中，PPTV聚力依托苏宁构建的泛娱乐体系，未来有可能最先脱颖而出。



领先者

对于领先者象限的企业而言，发展已经较为成熟，资源储备及执行、创新能力较好。但同时，行业头部企业竞争激烈。

典型厂商



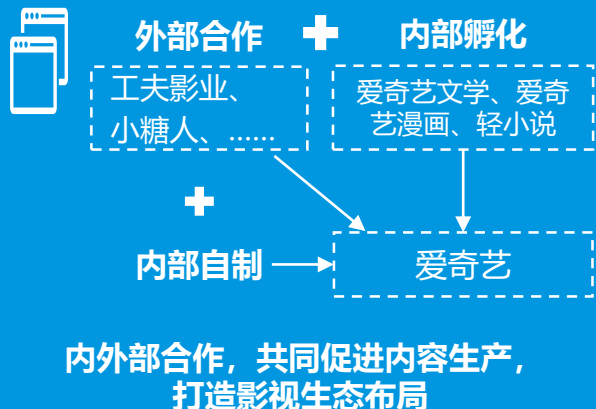
典型企业：爱奇艺在用户消费升级、市场环境变迁情况下，积极应对市场变化，把握未来发展方向，重视技术发展的推动作用，以技术和产品平台为基础，搭建了以IP内容为核心，影视、动漫、文学、游戏等全打通的泛娱乐生态。

创新者

目前，该行业无创新者厂商。行业创新由于成本高、依赖大规模用户基础等原因，主要由头部厂商带动，行业垄断现象较为严重，小规模厂商由于用户覆盖率和影响力的关系，创新空间较小。

典型生态型视频平台分析：爱奇艺

影视生态布局



内容基础

- ✓ 坚持“版权+自制”的内容战略，同时通过“幼虎计划”注重投资和扶持具有创新精神的制片人、导演等；
- ✓ 锁定年轻受众，利用大数据精准的抓取能力，明确年轻受众的喜好，有针对性地布局年轻受众喜欢的内容，建立“天鹅计划”培养未来偶像资源。

爱奇艺代表作品



基础：技术

- 对B端：借助AI技术、大数据和云计算等力量，为爱奇艺在视频生产、内容分发、用户运营、商业变现等方面提供支持，提高效率；
- 对C端：通过语音识别、图片识别、视频分析、HDR、AR/VR等技术，在视频观看、语音交互、智能搜索等方面优化用户体验

用户资产

- 2018年2月，爱奇艺移动端活跃用户量已经达到5.30亿人，领跑行业第一梯队；
- 泡泡社区是爱奇艺从内容、产品、营销等层面协同发力，为粉丝提供一站式服务的平台。通过泡泡矩阵的助力，最终实现爱奇艺“内容、宣发、播出、粉丝四大平台一体化”的发展战略

多形态商业模式

- 在普通变现模式外，通过布局多元生态内容，创新变现方式。
- 举办线下演唱会，如：尖叫之夜、嘻哈巡演、猕猴桃音乐节等；
- 影游互动，出品/联合运营游戏；
- 在爱奇艺商场上线影视IP周边；
- 提供硬件服务：VR一体机、奇异果等

爱奇艺：以影视为核心不断拓展业务布局



悦 享 品 质

IP
变现

爱奇艺游戏
爱奇艺商城
爱奇艺应用商店
电影票、奇秀直播



爱奇艺商城

以影视剧为
依托，提供
相关热门线
下衍生品



《中国有嘻哈》R!CH品牌

爱奇艺游戏

- 开展影游联动，通过游戏联合运营、出品等形式推出相关游戏。
- 案例：《轩辕剑之云之凡》、《琅琊榜：风起长林》《反斗联盟》

爱奇艺 - 平台影视内容



在消费升级背景下，创造品牌价值，提升用户对品牌的忠诚度和黏性；挖掘用户心理需求，传达“轻奢新主义”的VIP价值理念。

爱奇艺文学、爱奇艺漫画、轻小说原创IP驱动全产业链开发

爱奇艺文学

爱奇艺漫画

动画化

爱奇艺·动漫

影视化



影视化是帮助IP放大影响力、促进货币化的重要步骤。视频平台布局文学可以让文学IP更适合进行影视化改编，让IP联动更加高效。

IP
培育

爱奇艺文学
爱奇艺漫画
轻小说

典型生态型视频平台分析：腾讯视频

生态布局



- 腾讯视频通过对内容投资、制作、发行等业务的参与，布局影视产业链。同时，依托腾讯的投资布局，在影视制作、直播、短视频等行业拥有丰富的生态伙伴；

内容基础

- ✓ 增加自制内容投入，承接企鹅影视制发产出，加强内容生产合作，投入资源对IP内容进行持续开发；
- ✓ 基于腾讯生态布局，加强版权大剧精选投入，布局头部流量和精品大剧，构建资源优势，同时布局垂直细分内容领域。

腾讯视频代表作品



基础：技术



- 腾讯视频依托于全新升级的腾讯云视频解决方案。在庞大的服务需求和业务量的培育下，腾讯云能为腾讯视频提供体系完善的稳定支撑，并逐步输出AI能力；

用户资产



- 2018年2月，腾讯视频移动端月活跃用户量为4.71亿人；
- 腾讯视频通过与腾讯丰富的产品矩阵的协同，拥有用户在行为、内容偏好、属性等方面的更为丰富的数据，能够为用户提供更为个性化的内容服务，进一步驱动用户运营及服务；

业务协同促进收益增长



- 在腾讯账号体系和支付业务的协同下，腾讯视频的会员业务增长快速，同时，随着腾讯广告业务体系的进一步整合，腾讯视频的变现能力有望在内容能力的支持下持续提升；

腾讯视频：基于腾讯互娱业务体系，有效协作



典型生态型视频平台分析：优酷

生态布局



- 基于阿里大文娱体系，不仅承接了阿里影业在内容制发的生态资源，还不断加深与迪斯尼、NBC环球、索尼等国际内容供应商的合作，增强自身的内容储备竞争力；

内容基础

- ✓ 2017年优酷秋集上杨伟东表示，电视剧和网剧时代即将过去，未来优酷将打造超级剧集，升级网台联动。

优酷代表作品



用户资产



- 2018年2月，优酷移动端月活跃用户量为4.49亿人；
- 通过会员系统的升级，持续获得阿里体系下产品引流的同时，为会员提供全方位的福利，同时通过文化综艺、女生季等计划，基于分群的角度进行用户的存量运营；

基础：技术



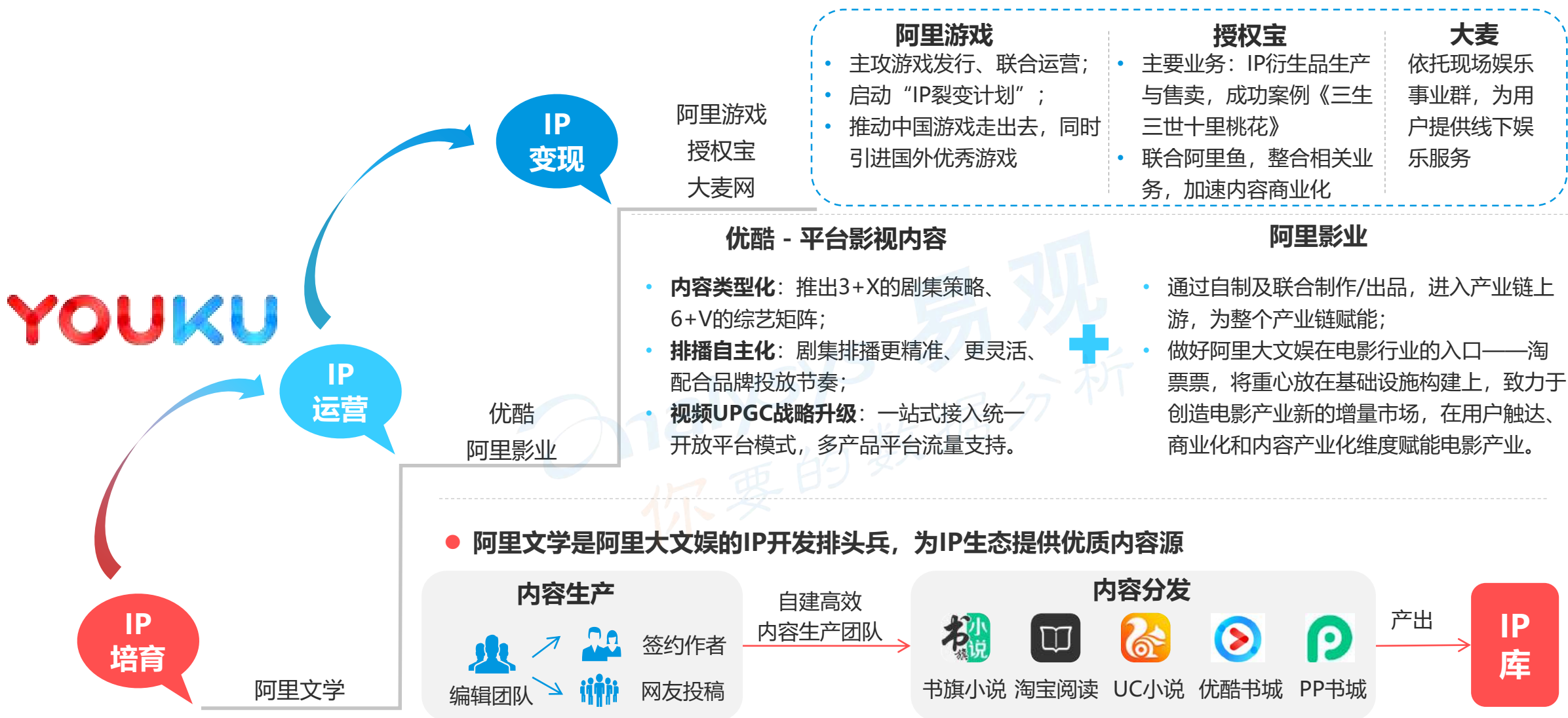
- 随着优酷CDN及视频云服务与阿里云的团队技术整合的完成，优酷开始得到整合升级后的阿里云技术支持，为优酷提供更为充分的保障；

构建内容全域营销体系



- 在会员付费、贴片广告等基础上，与阿里妈妈进行商业化整合，从业务、技术等基础上打通电商与文娱营销，进一步挖掘平台价值；
- 基于授权宝泛娱乐IP业务链条，联动强化内容商业化价值；

优酷：逐渐融入阿里大文娱体系



从泛娱乐产业链来看，**视频平台**作为产业链环节上的内容承接者，凭借用户基础和多内容形态聚合能力，**更易成为生态型厂商**。其中，**爱奇艺、腾讯视频、优酷**均为行业典型厂商。

在对典型厂商进行梳理时，我们发现，行业领先者竞争激烈，其中，**爱奇艺**表现亮眼，领跑市场。

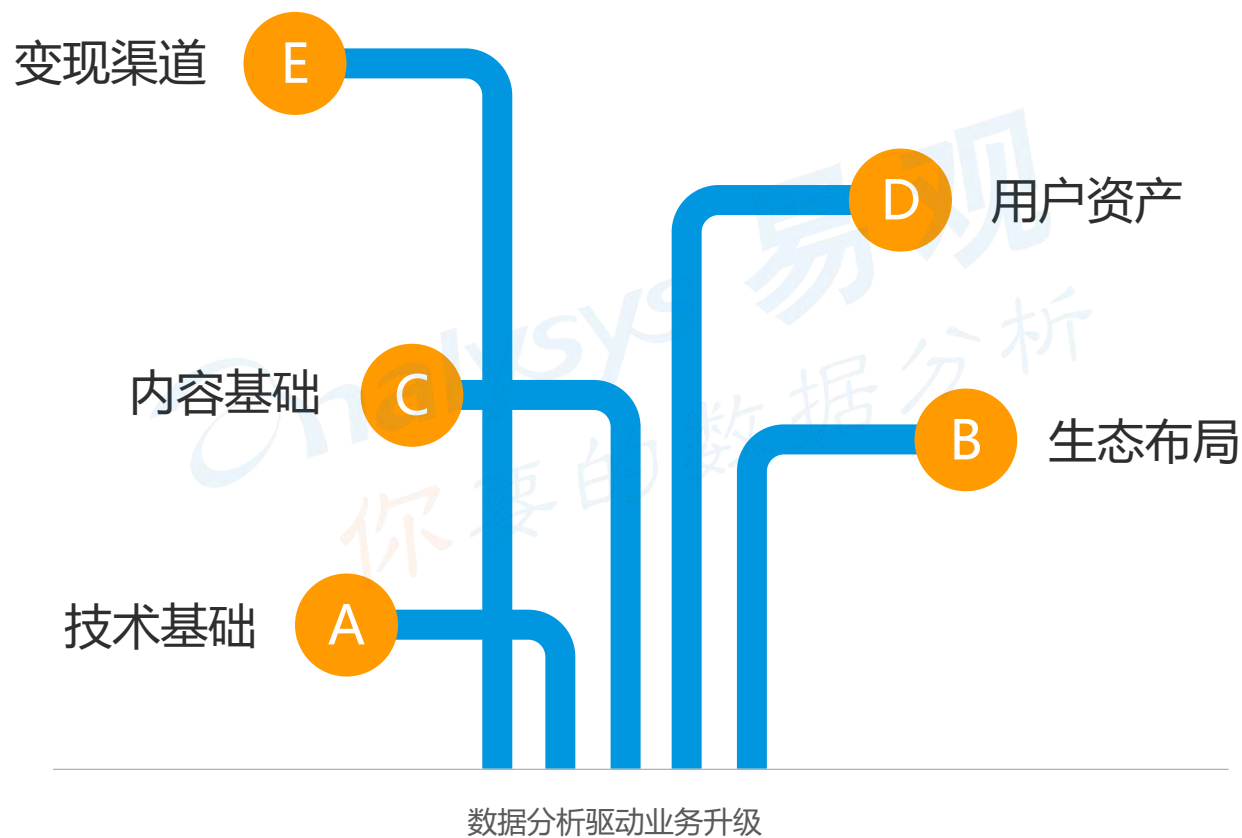


中国泛娱乐生态运营典型案例

NIO



基于生态型视频平台 核心竞争力评价模型的典型案例分析



目前，爱奇艺已将人工智能和大数据协作发展落实到了内容生产、分发、营销、变现等各环节，以云计算、大数据、AI算法为内核，AI视频云服务开放平台正为爱奇艺提供全方位的助力，共同推动爱奇艺娱乐更加智慧化。



应用层

AI技术参与到视频创作、视频生产、内容分发、社交互动和商业变现整体流程，为爱奇艺业务提供强有力的支持；



认知层

AI技术运用在自然语言处理、知识图谱构建、搜索推荐、用户画像描绘上，可精准分析用户意图，为爱奇艺更精确的理解用户需求提供可能；



感知层

通过语音识别、图片识别、视频分析、HDR、AR/VR等技术，极大地提升了视频生产效率和用户观看体验。

从内容生产
到传播，让
交互更贴合
用户需求

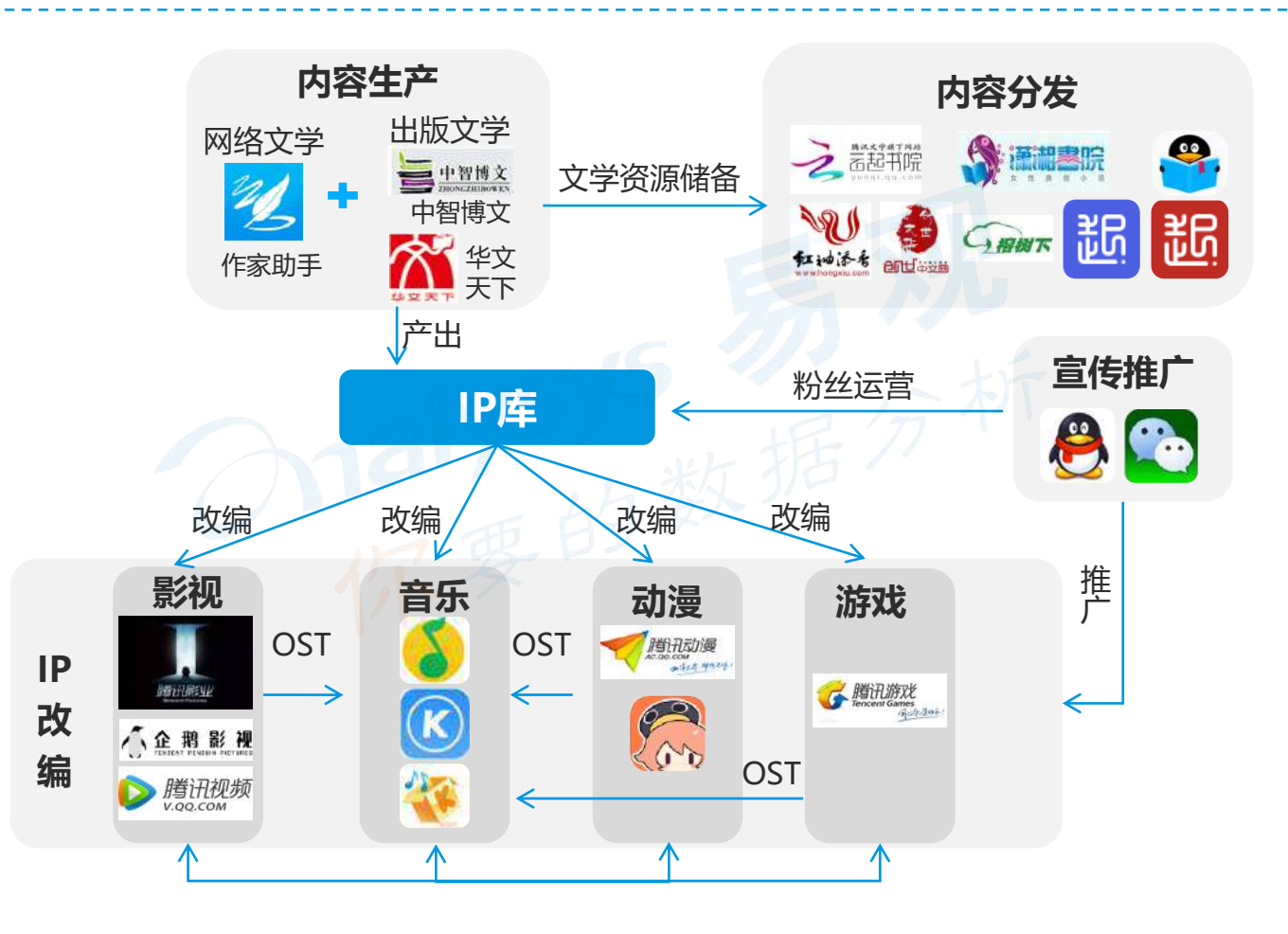


爱奇艺 AI 赋能娱乐战略



生态布局—— 腾讯泛娱乐：依托生态布局为多个细分领域提供生态型支持

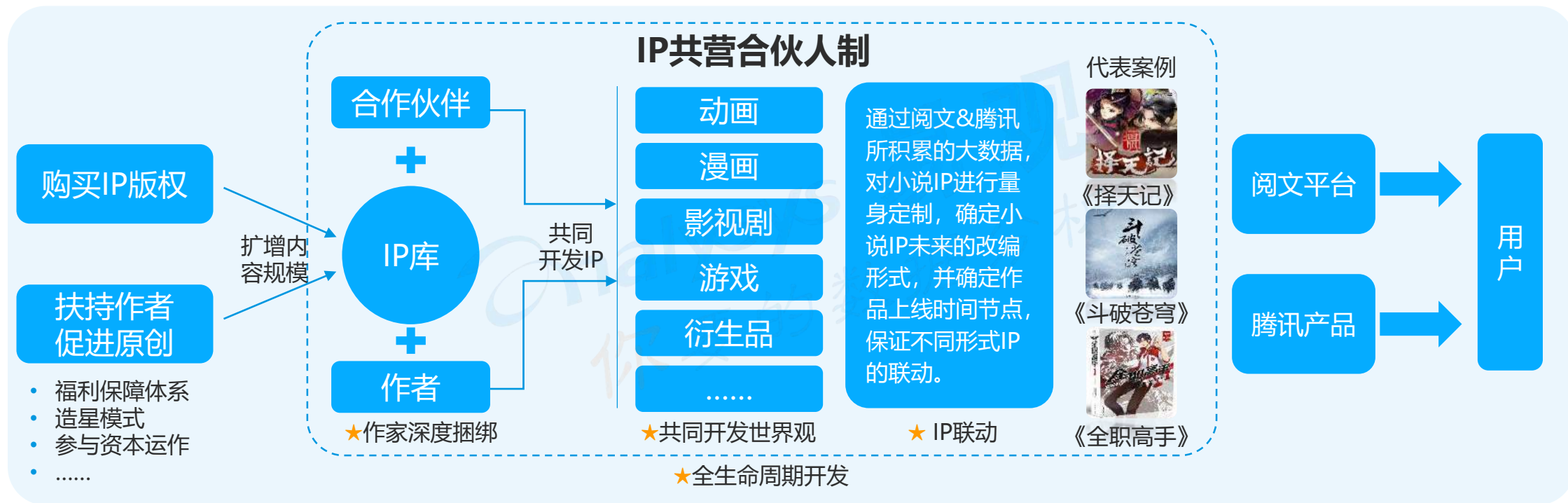
腾讯泛娱乐IP运营模式



- 目前，腾讯泛娱乐已经形成涵盖文学、动漫、影视、音乐、游戏等多个领域的布局，围绕IP全产业链的布局已基本完成，部分细分领域仍处于扩张阶段。
- 在腾讯泛娱乐生态布局完成后，腾讯在进行单个业务运作时，可借助生态力量，帮助IP在多形态联动开发、多平台宣发方面提升效率。如：对阅文旗下IP《择天记》进行改编时，腾讯影业、企鹅影业出品同名电视剧，腾讯游戏联合其它合作伙伴进行游戏改编，阅文集团和腾讯视频共同出品同名动画。

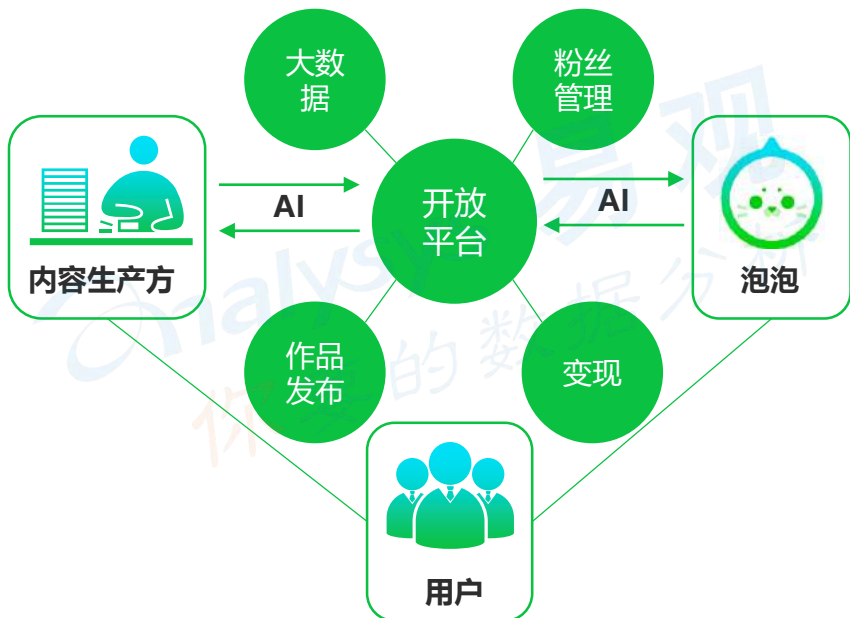
内容基础—— 阅文集团：依托生态力量，创新内容生产机制

- IP开发环节，阅文内部推出“IP共营合伙人制”，让作者和合作伙伴共同对IP进行开发，在保证改编后作品不“毁原著”的前提下，还能吸引观众。
- 通过对不同类型IP作品的联动，让粉丝持续性流动在IP的各个形态之间，为IP不断增容，形成良性发展。如：《择天记》小说上线后不久，开启“书游联动”模式，将游戏同步投放市场。作品并行上线能让用户在保持同一个世界观的前提下，同时消费小说和游戏，不仅能省去对游戏世界观的推广，还能促进小说爱好者对游戏的喜爱，提高用户转化率。



用户资产—— 爱奇艺泡泡粉丝社区，为爱奇艺生态导流赋能

爱奇艺泡泡矩阵



- 爱奇艺泡泡以AI技术为支撑，通过构建开放平台来触达内容生产方，通过爱奇艺APP内嵌功能触达用户，以大数据力量满足内容生产方和用户方需求。
- 泡泡社区内部以圈子为主体，连接爱奇艺平台，线上提供打榜、投票、讨论等功能，线下举办见面会等活动，内部打通视频-明星-粉丝关系链，增加用户留存，提升用户粘性，外部为爱奇艺平台进行有效导流。



DAU峰值：6849万

数据统计日期：2017年

数据来源：爱奇艺

据统计，用户使用泡泡社区后，在爱奇艺APP内的日均播放时长增长了24%，月启动次数增长了160%。

数据来源：网络公开资料整理。

导流

爱奇艺生态体系-
不同内容类型导流举例

导流效果

- 圈子顶部关联视频；
- Rapper空降泡泡圈，与粉丝互动；
- 提前预告下集精彩片段；
- 发起剧情讨论与投票，积极互动。

综艺



《中国有嘻哈》

- 为视频导流6382.6万；
- 粉丝加圈759万；
- 讨论帖数达2210万。

- 五位导师、多名偶像练习生轮番空降“明星来了”栏目；
- 发起偶像打榜、应援活动；
- 开设“给偶像练习生的信”话题，作为线上互动入口，推动用户积极参与。

综艺



《偶像练习生》

- 《偶像练习生》相关泡泡圈，共累计加圈人数883万；
- 历时3.5个月，《偶像练习生》系列活动累计话题阅读量2356万，累计话题讨论量998万。

- 建立多个超级话题，发布“发布会、剧透会、庆功会”等五场面见主创活动；
- 推出主创专访及宣传片；
- 主创空降泡泡圈。

影视



《河神》

- 为视频导流7500万；
- 粉丝加圈52万；
- 话题互动数280万。

变现渠道——

优酷：升级品牌强化用户体验，创新广告形式提升广告主收益

3月30日，优酷YC盛典举行，现场对优酷VIP会员进行了品牌升级，推出覆盖内容、功能、文娱体验、生活权益、明星权益和线下玩法的六大权益。

- 内容权益：会员可观看加长版内容；功能：提供更强的视觉体验；文娱体验：依托阿里大文娱生态，为用户提供多样化的娱乐服务；生活：包括吃、喝、玩、乐、购、理财等；明星：打造“星球爬梯”子品牌，帮助用户打造优质的追星体验。

C端：

YOUKU

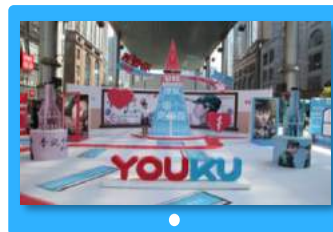
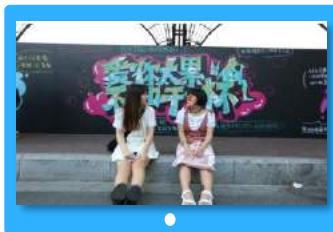
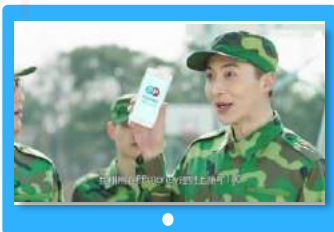
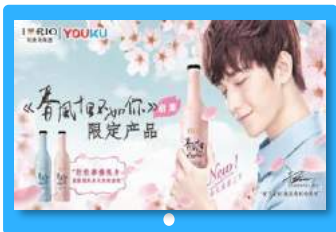
VIP会员品牌升级 多领域强化用户体验 吸引付费

B端：

围绕内容进行多维广告营销 突破单纯的贴片广告形式

优酷的超级剧集为广告主提供了投放广告的阵地，内容的火爆也带动了广告品牌的热销。广告营销方式在泛娱乐背景下迎来巨大变化，突破传统的广告贴片模式，围绕内容为广告主提供多维营销，改变传统的单向广告营销方式，增强用户对广告理念的认同，为用户建立内容与消费的连接并与受众产生情感共鸣。另外，网络剧与广告品牌调性、受众群体的契合，利用联动的打法不仅实现了高效率的整合营销，也更有利于双赢。

广告
营销
案例



说明：优酷有多种商业变现方式，此处仅列举了近几年较为创新的变现方式

数据分析驱动业务升级

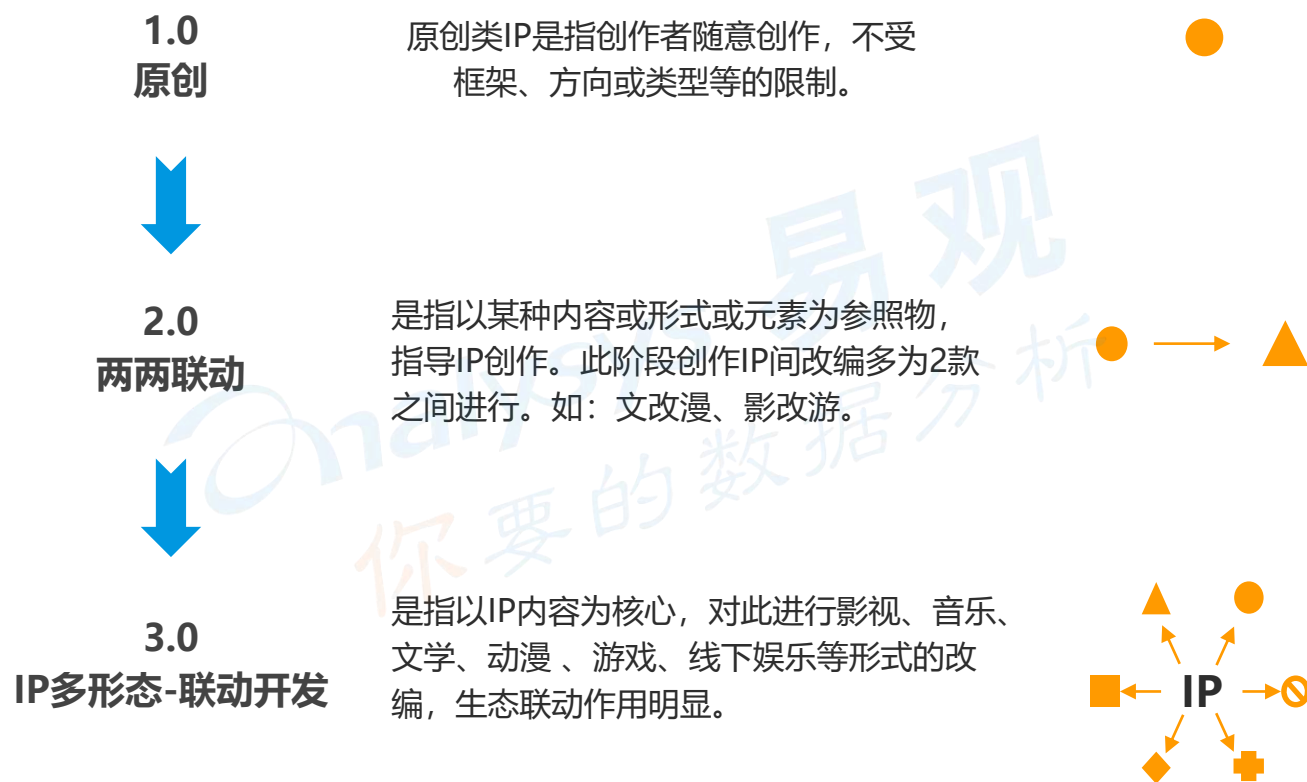


中国泛娱乐产业发展趋势展望

NIO

IP内容开发机制日趋成熟，IP联动成为未来发展方向

IP内容开发机制日趋成熟



- 经过3大阶段的发展，IP内容由单一形态发展为多个形态，**优质内容产生裂变，从单个领域扩展至多个领域。**
- **IP多形态-联动开发**能在一定程度上帮助IP提升影响力，反哺原IP内容。目前已有多个成功案例，如：《三生三世十里桃花》、《琅琊榜》等，这一现象也为整体IP改编市场带来信心，未来将**吸引更多厂商投入到IP联动开发中来。**
- 未来，IP改编成功率进一步提升，**成功的IP改编作品将会为整体IP市场提质，**进而推动更多的用户进行消费，甚至付费消费。

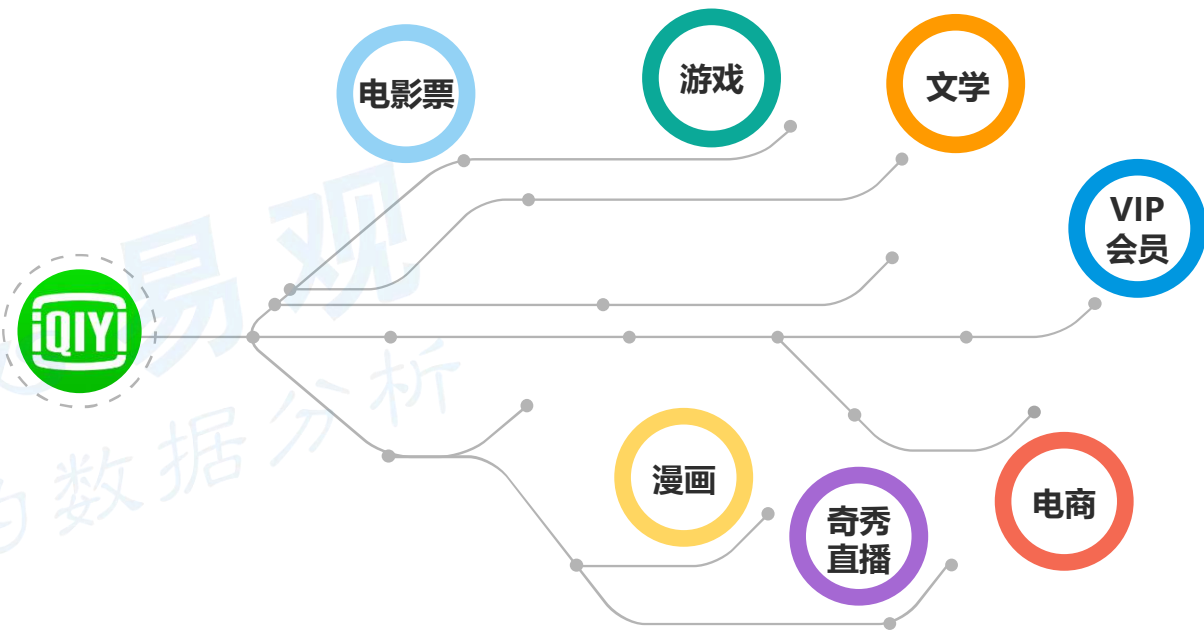
未来娱乐行业的竞争是生态型竞争，越来越多的企业将会加大生态布局力度

- IP联动时代的到来，可以将单一作品的文化内核进行沉淀，并通过全版权联动的模式来放大IP整体的价值，为市场激活增量用户，通过多形态内容抢占用户时间。
- 未来娱乐行业的竞争将是全方位的生态型竞争，企业可以通过不同的IP形态最大化释放IP价值，进而实现可持续、多方面变现。因此，未来将会有越来越多的企业加大生态布局力度，或是通过资本化方式进行投资/并购，或是通过战略合作方式进行强强联合，这对泛娱乐行业中的单体企业*而言，将是一次快速提升价值的机会。

说明：

单体企业：在泛娱乐行业中，企业在内容生产、分发、变现三个环节中，所营业务仅占一个环节的企业。

生态布局助力爱奇艺实现多形态变现



- 目前爱奇艺已在影视、电商、文学、直播、游戏、漫画、电影票等领域进行了布局。
- 爱奇艺通过不同内容形态领域的宣发，覆盖用户更加全面、高效，提高了变现效率。IP内容本身的走红，带动了其它领域的变现与发展。如：VIP付费观看、衍生品销售（电商）、直播打赏（直播）、线下演唱会（线下娱乐）等等。

泛娱乐市场正由狭义IP向广义IP过渡

- 狭义上的IP，是指影、音、文、漫、游、线下娱乐等形式作品，这些作品所在领域即构成泛娱乐核心产业；
- 广义上的IP，是指包含主体、品牌故事和观念三元素、且具有商业价值潜力的结合体，突破了狭义IP的表现形式，是完整泛娱乐产业的内容表现。
- 非泛娱乐核心领域的厂商，在看到近几年IP带来的红利后纷至沓来，通过跨界的形式，向泛娱乐核心产业靠拢，强化自有IP属性，以IP的形式为企业赋能，即IP化。目前市场上IP化成功案例仍然较少，但IP化能为企业带来的价值正在不断显现，未来将有更多的企业进行IP化。

跨领域IP化案例

▶ 智能手机+影视



OPPO推出系列微电影

▶ 食品+影视



三只松鼠成立影业

▶ 快消品+漫画



伊利集团推出IP形象，并为其创作漫画

未来更多的领域将IP化

- 人工智能
- 金融
- 智能家居
- 旅游
- 医疗
- 汽车出行
-

内容消费升级，刺激泛娱乐产业发展，产业规模和影响力扩大



用户需求

碎片化观看 内容高质 兴趣使然 内容多元化 信息简洁

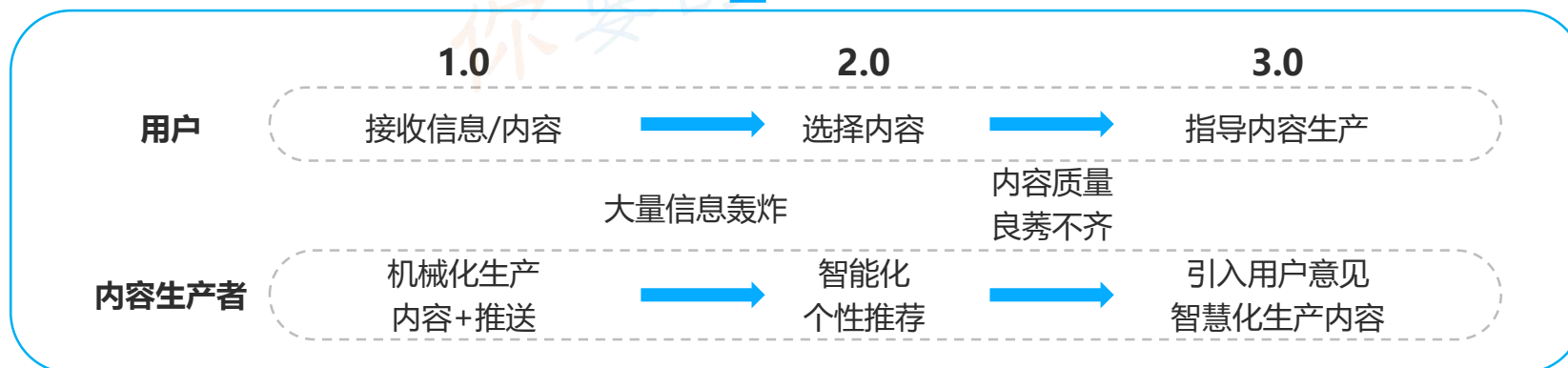


厂商应对

了解用户习惯 引入用户意见 个性化精准推送 多类型内容生产者增加 优化算法 优化界面 平台布局优化



内容消费升级



泛娱乐产业发展

生态型视频平台核心竞争力评价-评价要素

一级指标	二级指标	三级指标	指标释义
企业执行与运营能力	内容基础	内容规模	从各企业已购买的IP及原创IP总规模等维度评价
		内容购买力	从各企业的资本实力、在泛娱乐内容上的购买倾向等维度进行评价
	用户资产 (潜在价值)	用户规模	从各企业中所有的数字用户资产规模、用户活跃度和行业渗透率等维度进行评价
		用户特征	从各企业用户画像中，用户未来潜力等维度进行评价
		用户质量	从用户群对企业的认知程度、付费率、忠诚度、推荐度及满意程度等维度进行评价
	变现渠道 (显性价值)	前向付费	从各企业C端付费规模、付费渠道布局等维度进行评价
		后向付费	从各企业B端收入规模、付费渠道布局等维度进行评价
企业创新能力	技术支撑 (技术基础)	新兴技术应用程度	从各企业对于VR、AR等新兴技术在泛娱乐领域内的应用度等维度进行评价
		未来研发力度	从企业在未来对于新兴技术研发投入的资金规模、布局力度、布局规模等维度进行评价
	生态布局 (业务基础)	IP生态布局广度	从各企业在IP生态产品矩阵的布局类型数量等维度进行评价
		IP生态布局深度	从各企业在具体泛娱乐领域上头部内容规模、市场占有率、行业话语权等维度进行评价
		IP布局联动	从各企业各个泛娱乐板块之间的协同力度、联动渠道等维度进行评价

评价体系说明：

- 1.视频平台生态企业是指以**视频平台**为主体，在泛娱乐产业链中的孵化、影视化、货币化环节涉及两个及以上环节以上的企业；
- 2.该体系从各大视频平台中生态型企业入手，对其在企业执行与运营能力和企业创新能力方面进行多维度评分，其中各项指标均得分通过将企业表现转化为同一维度的量化数据而来。如：爱奇艺、腾讯视频、优酷2018年2月MAU分别为52952.5、47077.2和44931.2万人，缩小为10分制后，各自用户规模评分为：8.5、8.3、7.1分。

数据分析驱动业务升级

■ 易观千帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用