

视·屏全接触

——《放弃我，抓紧我》特别分析

2017年2月

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：2016年12月

地域：全国

目标人群：7-60岁网民

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：2016年12月

城市组：25省网+4直辖市

目标人群：4岁以上所有人

2017年2月7日，央视鸡年春晚电视直播总覆盖人数高达6.5亿。卫视春晚错峰播出，精彩纷呈。跨屏电视剧《放弃我，抓紧我》高颜值演员+时尚元素，轻喜偶像剧圈粉无数。网络自制综艺《拜托了衣橱》左手时尚右手娱乐，为年轻观众呈现一场荷尔蒙四射的时尚脱口秀。

本期报告中，我们为您呈现：



央卫视春晚百花齐放
跨屏、换台应接不暇



《放弃我，抓紧我》
轻喜偶像剧圈粉无数



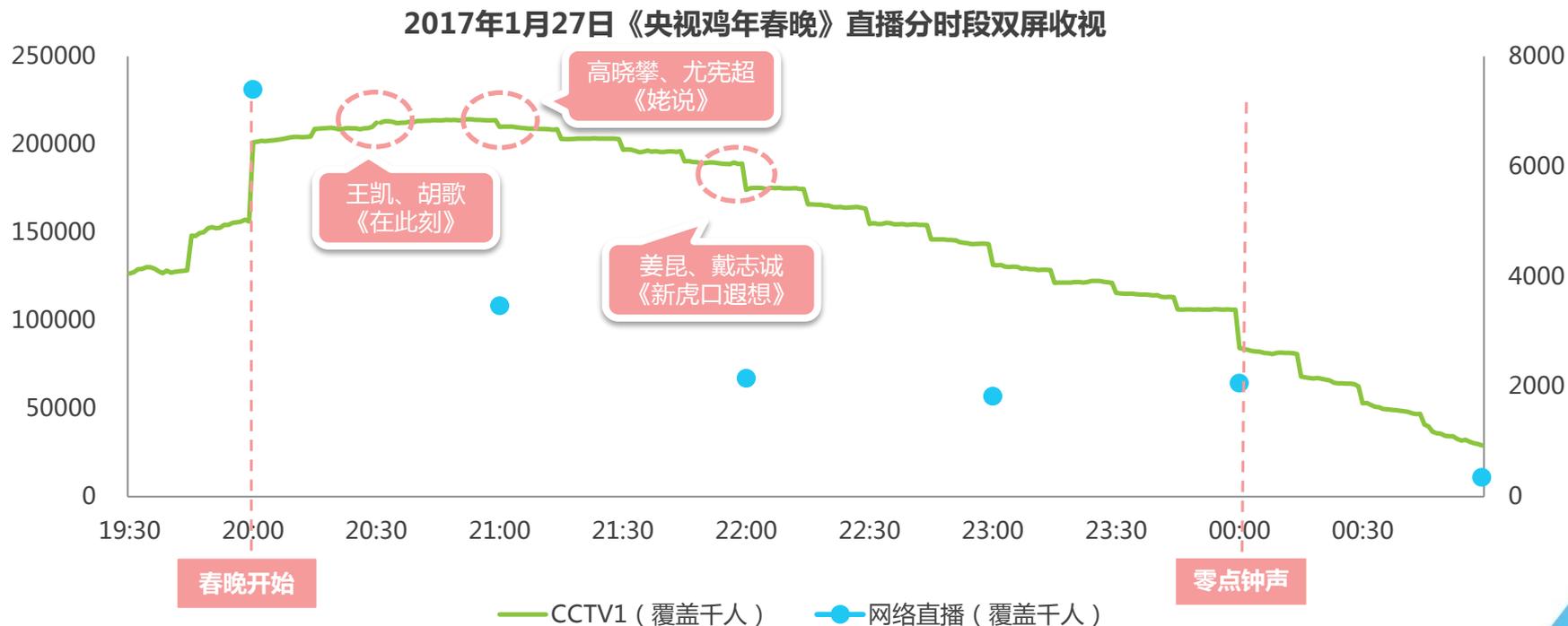
《拜托了衣橱》左手时尚右手娱乐，
收视喜人

春节晚会

2017年央视鸡年春晚收视火爆

2017年1月27日20点，央视鸡年春晚直播开始，当天，春晚直播频道CCTV1覆盖人数达到2.5亿，电视端（含同步转播）合计覆盖近6.5亿人。

从双屏收视趋势来看，央视春晚电视直播从20点整即进入长达2小时之久的收视高峰，零点之后下降趋势明显，与大年夜阖家团聚，守岁跨年的习俗相吻合。在网络端，春晚直播开始时收看人数最多，20点后观看人数下降，到零点短暂上升后再次回落。



来源：电视：CSM Infosys；网络：iVideoTracker，2016.12，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得，仅包括部分在线视频客户端数据。

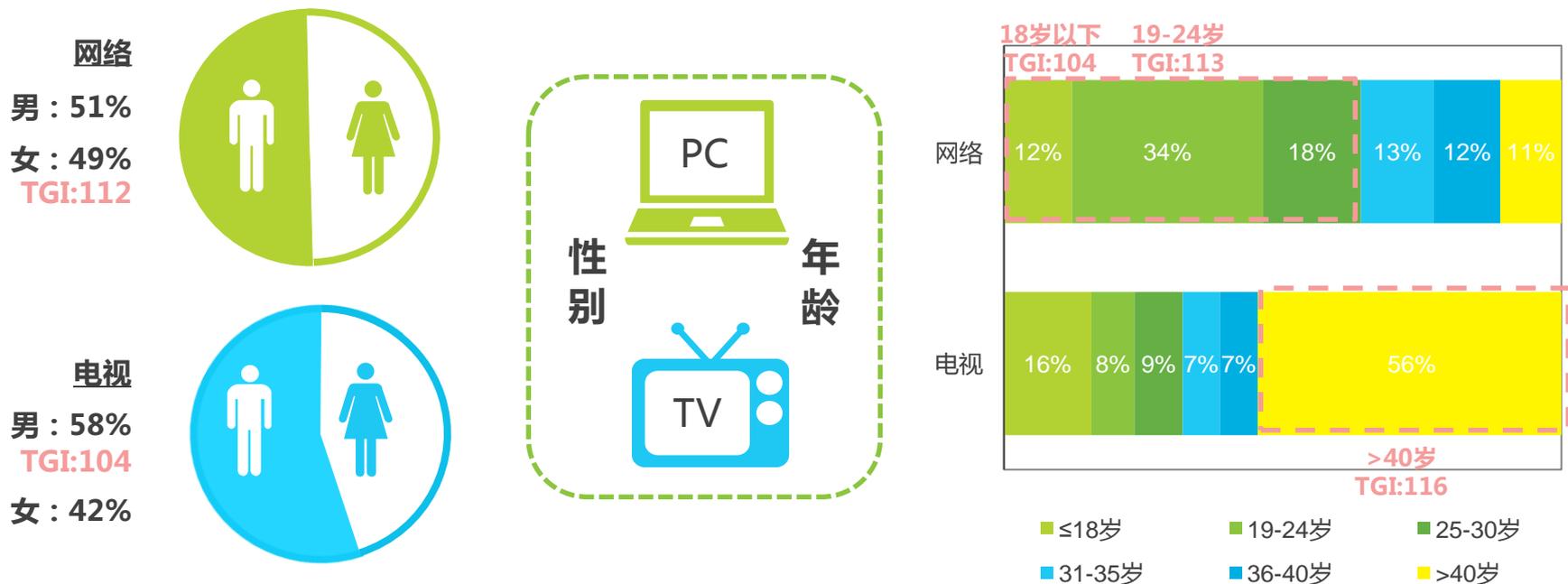
春节晚会

双屏观众差异大 年轻人青睐网络直播

电视端，2017央视鸡年春晚观众男女比例基本持平，其中男性观众略多于女性观众，且观众以40岁以上中老年为主。

网络端，2017央视鸡年春晚观众男性占比高于女性，并且观看倾向高，TGI达104；观众以年轻群体为主，其中19-24岁的观众通过网络收看春晚倾向高，TGI达到113。

2016年2月7日《央视猴年春晚》直播双屏观众性别、年龄构成



来源：电视：CSM Infosys；网络：来源：iVideoTracker，2016.12，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得，仅包括部分在线视频客户端数据。
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。

春节晚会

首播错峰，卫视春晚精彩纷呈

地方卫视春晚与央视春晚错峰播出，其中湖南卫视小年夜春晚（1月20日）播出，近一亿人收看，成为各大卫视春晚收视冠军；其他各卫视春晚集中在大年初一晚（1月28日）播出，各大卫视明星阵容强大，为观众呈现了一场场精彩纷呈的晚会。

网络端春晚均于首播次日达到收看高峰，其中辽宁卫视春晚邀请了喜剧界半壁江山，成为网络端收视最高的卫视春晚。

2017年春节各大卫视电视端收视情况



单位：覆盖千人 —北京卫视 —湖南卫视(小年夜) —辽宁卫视 —山东卫视 —江苏卫视 —东方卫视 —安徽卫视 —湖南卫视(华人华侨)

来源：CSM Infosys。

©2017.2 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2017年春节各大卫视网络端收视情况



单位：覆盖千人 —北京卫视 —湖南卫视(小年夜) —辽宁卫视 —山东卫视 —江苏卫视 —东方卫视 —安徽卫视 —湖南卫视(华人华侨)

来源：iVideoTracker，2016.12，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得，仅包括部分在线视频客户端数据。

©2017.2 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

春节晚会

卫视春晚风格迥异，满足多类型观众



高颜值明星齐聚，绝对好看

2017湖南卫视春晚明星大牌云集，大张伟、沙溢、邹市明、田亮、好妹妹乐队、朗朗、李玟、谢娜、陈乔恩、江一燕、奚梦瑶、莫文蔚、唐嫣、罗晋、王宝强等与观众一起过新年，更有湖南卫视当红主持人何炅、汪涵、谢娜、沈梦辰、梁田为晚会保驾护航，为大家带来一场有料、有味、有热点的绝美视觉盛宴。



喜剧大大咖云集，绝对搞笑

相声、小品等语言节目广受北方观众喜爱，是2017年辽宁卫视春晚的强项。2017年辽宁卫视春晚，语言类节目增至11个，占总节目比重的50%；春晚邀请了潘长江、巩汉林、蔡明等老牌喜剧明星，以及宋小宝、刘小光、周云鹏、乔杉、修睿等新生代喜剧明星，集齐喜剧届的半壁江山，为观众奉上了一道欢乐盛宴，笑点不断。



来源：根据公开资料整理而得。

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

《放弃我，抓紧我》榜单表现突出

12月Top15电视剧榜单中，《放弃我，抓紧我》以电视收视第一，网络收视第二的排名表现突出。《锦绣未央》电视端已于12月9日完结，所以在网络端不受影响，依然保持收视第一的好成绩。

网络自制剧在12月表现良好。12月网络电视剧Top15榜单中有5部为网络自制剧，占比达到1/3。

艾瑞iVideoTracker-2016年12月网络电视剧收视
排行榜

网络排名	片名	覆盖人数 (千人)	电视排名
1	锦绣未央	89292	9
2	放弃我，抓紧我	62981	1
3	鬼吹灯之精绝古城	39053	-
4	美人私房菜	33805	8
5	极品家丁	32375	105
6	北上广依然相信爱情	30639	12
7	咱们相爱吧	27747	2
8	兰陵王妃	25067	21
9	如果蜗牛有爱情	20230	84
10	不可能完成的任务	19610	13
11	飞刀又见飞刀	17698	-
12	诛仙青云志2	17062	-
13	美人为馅	17025	-
14	法医秦明	15561	-
15	老公们的私房钱	13844	7

网络独播 ←

网络独播 ←

来源：艾瑞iVideoTracker。

2016年12月电视剧收视排行榜

电视排名	片名	覆盖人数 (千人)	网络排名
1	放弃我抓紧我	327085	2
2	咱们相爱吧	282590	7
3	豆娘	249592	32
4	淬火成钢	243086	80
5	真心想让你幸福	232645	63
6	我的岳父会武术	209776	27
7	老公们的私房钱	199434	15
8	美人私房菜之玉蝶传奇	193246	4
9	锦绣未央	189703	1
10	九九	178948	46
11	长征大会师	172500	61
12	北上广依然相信爱情	162032	6
13	不可能完成的任务	149233	10
14	木兰妈妈	137006	38
15	闺蜜嫁到	135673	31

→ 12/9 完结

来源：CSM Infosys。

跨屏综艺排行榜

综艺节目播放情况在电视跟网络端差异明显

12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。

在网络端，芒果TV和优酷全网联合独播的《爸爸去哪儿》12月排名继续位居第一。湖南卫视《快乐大本营》紧随其后，位居第二。

艾瑞iVideoTracker-2016年12月网络综艺收视排行榜

	网络排名	片名	覆盖人数 (千人)	电视排名
网络独播	1	爸爸去哪儿	45,310	-
	2	快乐大本营	33,639	4
	3	真正男子汉	29,592	3
	4	天天向上	19,996	24
网络独播	5	火星情报局	19,265	-
	6	爱情保卫战	17,257	47
	7	缘来非诚勿扰	15,692	25
	8	金星脱口秀	14,262	46
	9	一年级毕业季	14,084	28
	10	跨界喜剧王	11,295	63
	11	我们的挑战	11,175	48
网络独播	12	搜狐视频娱乐播报	10,576	-
	13	今夜百乐门	10,292	39
	14	头号惊喜	10,289	56
网络独播	15	Running Man	9,203	-

来源：艾瑞iVideoTracker。

2016年12月电视综艺收视排行榜

电视排名	片名	覆盖人数 (千人)	网络排名
1	星光大道	254,662	167
2	光影星播客	230,174	-
3	真正男子汉	189,491	3
4	快乐大本营	188,558	2
5	电影快讯	165,772	-
6	向幸福出发	152,119	-
7	开门大吉	147,902	-
8	挑战不可能	146,871	33
9	越战越勇喜剧版	134,465	-
10	越战越勇	124,501	-
11	我要上春晚CCTV	120,866	-
12	全家好拍档	120,253	-
13	CCTV综艺盛典	106,845	-
14	今日影评	106,844	-
15	非常6+1	105,862	-

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

《放弃我，抓紧我》



《放弃我，抓紧我》是由梦幻星生园影视出品，邓衍成、阮惟新、陈国华执导，陈乔恩、王凯、乔任梁、陈燃、张轩睿等主演的时尚都市爱情剧。

该剧讲述了设计师厉薇薇因一次意外失去了部分记忆，记忆停留在23岁，与以前的爱人逐步解开过去的误会，重新找回爱情的故事。

该剧于2016年12月11日在湖南卫视首播。

播出信息

播出日期：2016年12月11日-2017年1月2日

电视播出时间：周日至周四19:40两集连播，
周五至周六19:30播出一集

电视播出平台：湖南卫视

网络播出平台：搜狐视频、爱奇艺、芒果TV、
腾讯视频、优酷、乐视视频

热门电视剧追踪

高颜值演员+时尚元素 轻喜偶像剧圈粉无数

擅长于打造梦幻系偶像爱情的梦幻星生园，将故事设置于外表光鲜亮丽地是时尚行业，为观众们讲述了一个“人生重启”的故事。剧中，元气十足的高颜值演员阵容搭配时尚感十足的服装造型，加之张弛有度的剧情节奏，以轻松诙谐又不乏浪漫唯美的轻喜偶像剧画风，吸引了粉丝无数。

厉薇薇

演员 陈乔恩
婚纱女王，玲珑设计总监。一次意外溺水造成长时间脑部缺氧因而失去了部分记忆，记忆停留在23岁。失忆前的她是穿普拉达的女魔头，失忆后却变成了热血萝莉女神经。



霍骁

演员 乔任梁
玲珑集团总经理,喜欢厉薇薇



Tiffany

演员 陈燃
DU集团设计总监



陈亦度

演员 王凯
DU集团董事长。阴郁俊美才华横溢，是个冷酷无情的霸道总裁。七年前与薇薇深情相爱，七年后却与她成为分外眼红的竞争对手，虽然两人在商业竞争中相互耍狠刺痛对方，但陈亦度每每在关键时刻停手让薇薇绝处逢生。



Leo

演员 陈燃
DU集团设计总监

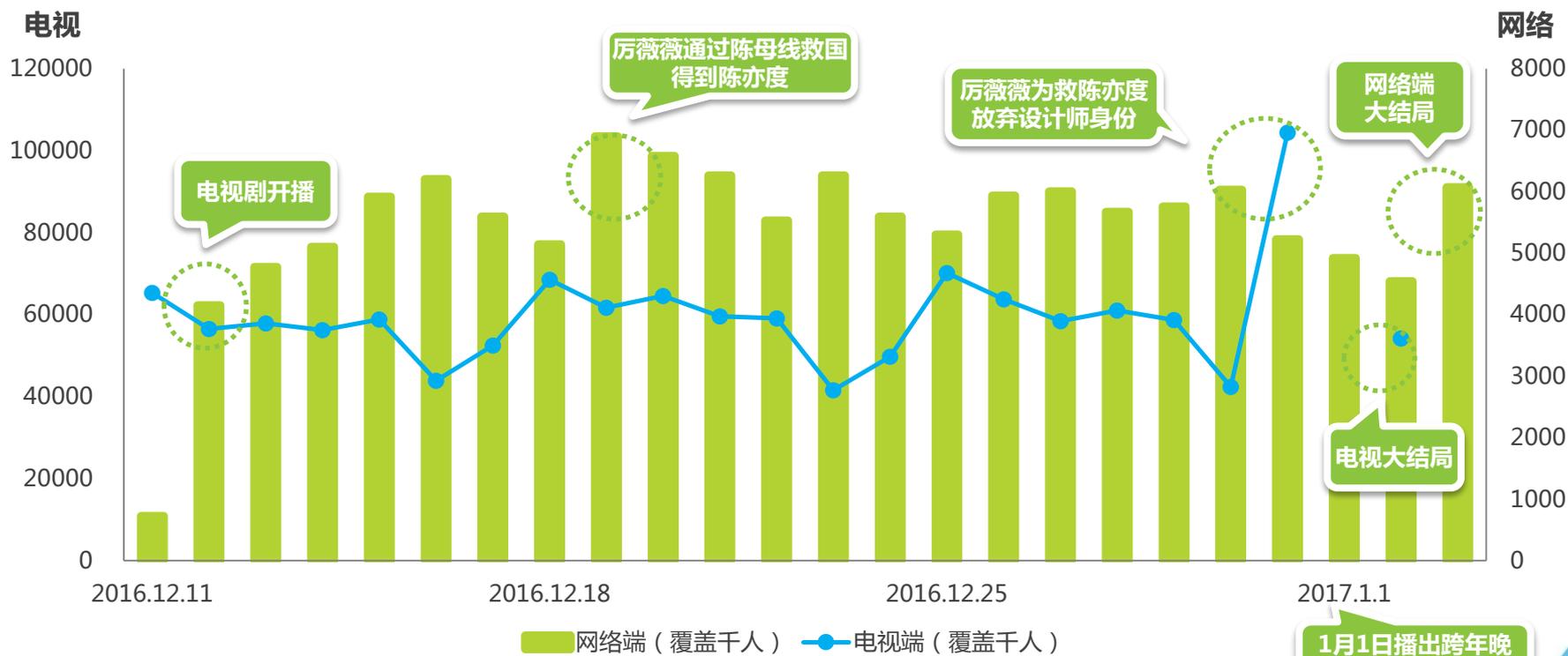
热门电视剧追踪

收视稳定向好 台网数据面面开花

《放弃我，抓紧我》自12月11日登陆湖南卫视金鹰独播剧场后，一路保持高收视率，截至大结局收官时，CSM52城市网平均收视率达到1.419%，收视份额4.27%，排名全年第6，全网播放量突破72亿。

在男女主感情出现纠葛及大结局等节点，收视率也迎来了一波波小高峰。电视端由于跨年晚会的影响停播一天导致大结局收视低，而网络端不受影响结局保持高收视。

2016年12月-2017年1月《放弃我，抓紧我》双屏收视情况



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

©2017.2 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

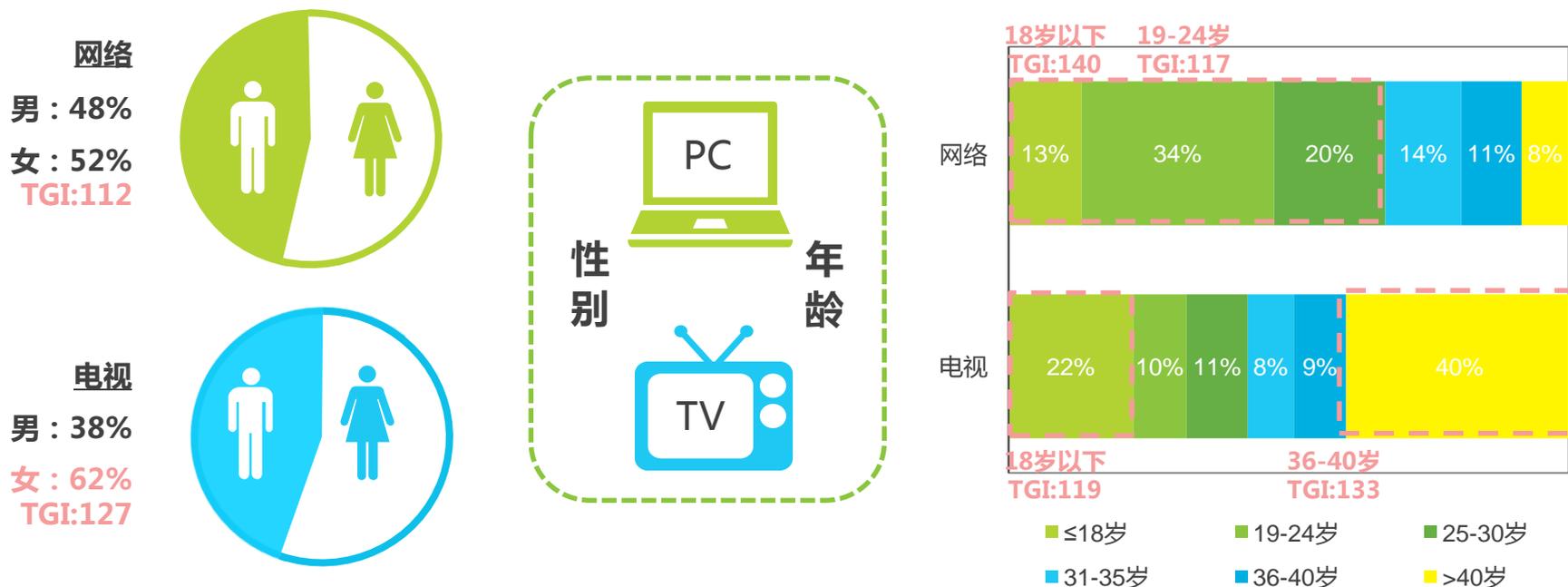
热门电视剧追踪

时尚题材赢得年轻女性芳心

电视剧《放弃我，抓紧我》从性别数据来看，在电视端与网络端双屏都更受女性喜爱，TGI倾向性较男性显著。

而从年龄来看，双屏的用户差异较大，该剧特有的时尚元素及轻松又不乏浪漫的轻喜偶像剧画风，吸引了大量年轻观众。电视端用户两级分化严重，18岁以下用户与40岁以上占比较高。网络端用户较电视端年轻化，30岁以下的用户占比达到67%，其中18岁以下的00后用户倾向性显著，高达140。

2016年12月《放弃我，抓紧我》双屏观众性别、年龄构成



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

厉薇薇、陈亦度超强CP感引发话题不断

- 在电视剧开播的当口，百度搜索指数与微指数均达到高峰。
- 电视剧开播期间，主演陈乔恩与王凯在微博为剧集宣传造势，引来众多粉丝的关注及讨论。
- 剧中男女主角有甜有虐的感情线及微博爆出的拍摄花絮也受网友热捧，搜索话题指数不断。
- 在女主厉薇薇恢复记忆后，由乔任梁饰演的男二号霍骁的结局也引起关注，百度搜索达到小高潮。



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

《拜托了衣橱》



《拜托了衣橱》是一档腾讯视频自制的明星生活类脱口秀，由《奔跑吧兄弟》总制片人俞杭英的团队打造。谢娜、陈赫将担任节目主持，他们和六名独具风格的专业设计师一起探寻明星衣橱中的秘密和惊喜。

节目每期将邀请两位人气明星，现场还原他们衣橱最原始的状态，展现明星最真实的生活，比打开冰箱更私密更值得期待，力图为年轻观众呈现一场荷尔蒙四射的时尚脱口秀。

播出信息

播出日期：

2016年11月23日-2017年1月25日

播出时间：每周三晚22:00

网络播出平台：腾讯视频

热门自制综艺追踪

打开衣橱说亮话，满足受众好奇心

《拜托了衣橱》由谢娜、陈赫主持，综艺一姐携手金句一哥，自带话题属性，极具号召力。打开明星衣橱聊衣服故事，人气明星衣橱首次大起底，360度展现明星的隐藏属性；明星嘉宾在录制现场的精彩表现以及和主持人谢娜、陈赫无法预测的互动，极大满足了观众的好奇心。

除了打开明星衣橱、聊明星八卦之外，还邀请六位独具风格的专业时装设计师对明星嘉宾的服装进行改造。在满足观众好奇心的同时也教会大家时下最in的穿搭，使节目既好看又实用。

主持阵容：



谢娜



陈赫



桃巫奇



Steven Oo



林子量



王玉涛



毛宝宝



郑颖

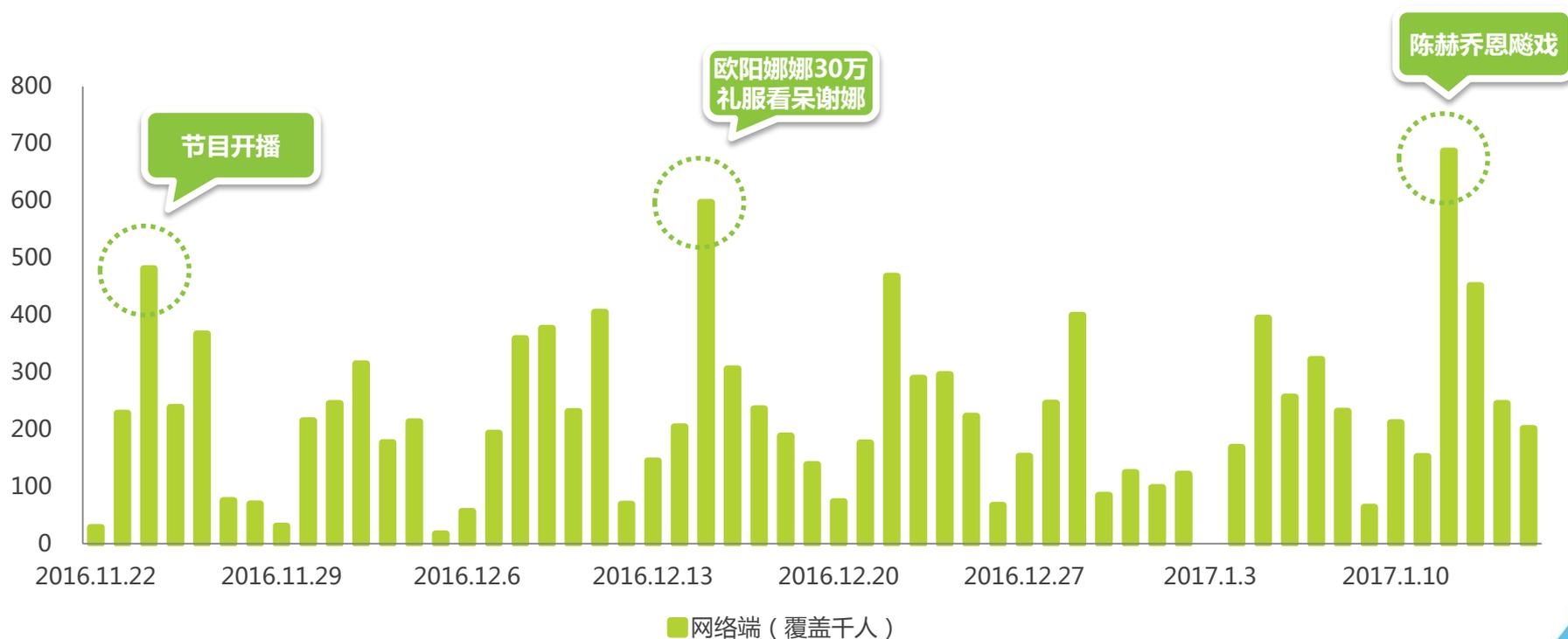
热门自制综艺追踪

左手时尚右手娱乐，收视喜人

《拜托了衣橱》是“拜托了”王牌系列的第二篇章，由于“拜托了”系列节目建立的好口碑，《拜托了衣橱》饱受期待，第一期节目收视良好，取得“开门红”的好成绩。

节目邀请嘉宾中，欧阳娜娜、陈乔恩拥有超高人气，所以取得了较高的收视，特别是由于陈乔恩出演《放弃我，抓紧我》备受关注，因此陈乔恩当期节目在所有节目中收视最高。

2016年11月-2017年1月《拜托了衣橱》网络日收视情况



来源：电视：CSM Infosys；网络：艾瑞iVideoTracker。

©2017.2 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

热门自制综艺追踪

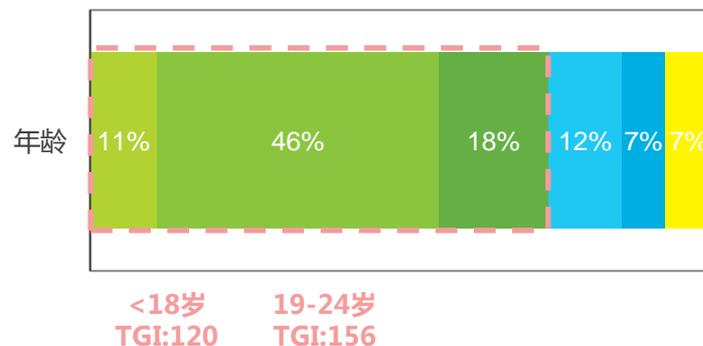
《拜托了衣橱》直击年轻群体兴趣点

从性别来看，《拜托了衣橱》更受女性关注，占比达53%，TGI高达113，女性群体的观看倾向高。

从年龄来看，《拜托了衣橱》明星+时尚的节目设置直击年轻群体的兴趣点，吸引了一大批年轻群体的关注，19-24岁的群体TGI高达156。

2016年12月《拜托了衣橱》网络端观众性别、年龄构成

网络
男：47%
女：53%
TGI:113



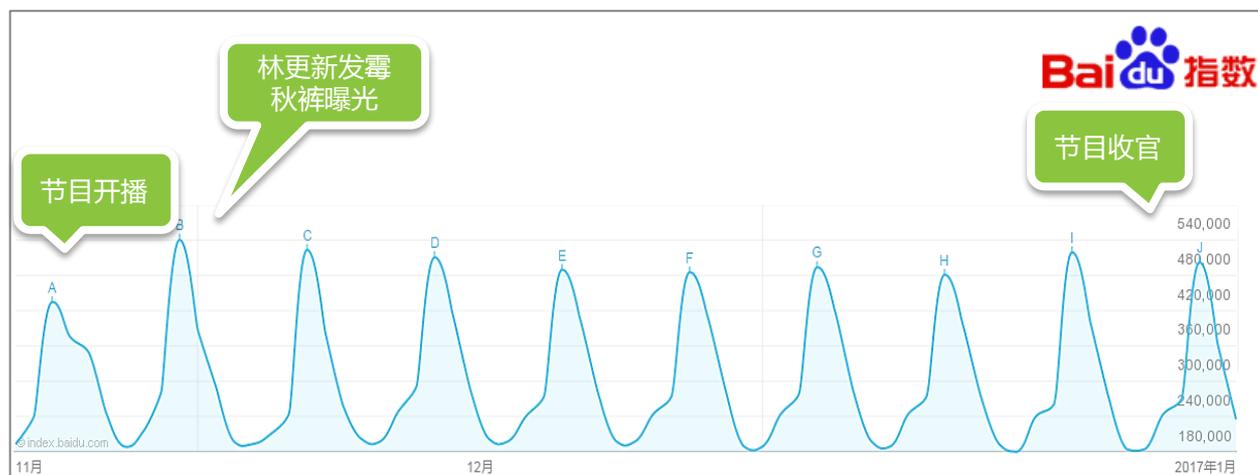
■ ≤18岁 ■ 19-24岁 ■ 25-30岁
■ 31-35岁 ■ 36-40岁 ■ >40岁

来源：艾瑞VideoTracker。
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

明星+时尚的节目设置，吸粉无数

- 《拜托了衣橱》是“拜托了”王牌系列的第二篇章。《拜托了冰箱》成绩斐然，使得《拜托了衣橱》作为“拜托了家族”的新成员在节目一开播就备受关注。
- 《拜托了衣橱》将明星、时尚、脱口秀三个元素完美融合，给了时尚一个不一样的打开方式，引人关注，所以每更新一期节目都在百度引起搜索高潮。
- 尤其是林更新发霉秋裤的曝光展现了明星不为人知的另一面，所以该期节目备受关注，百度搜索达到峰值。



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. CNNIC：视频网站自制剧风生水起 视频消费全民化

根据CNNIC最新发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2016年12月，中国网络视频用户规模达5.45亿，较2015年底增加4064万人，增长率为8.1%；网络视频用户使用率为74.5%，较2015年底提升了1.3个百分点。

2016年，在国家相关部门的监管下，网络视频行业整体朝着健康、有序的方向发展。



http://www.199it.com/arc_hives/561760.html

2. 2017WESG即将重燃战火 优酷电竞营销再度升级

作为优酷联合阿里体育打造的最具竞争力的顶级IP之一，WESG的总投资超过1亿元。2017年，基于自有IP，优酷在电竞营销中可进行各种组合拳玩法。直播WESG赛事过程中，优酷为品牌定制的“时令橱窗”、“搜索包框”、“搜索头条”、“万花筒”等独具特色的展示产品，也将精确触达至用户。



http://www.dzwww.com/yule/zy/201702/t20170208_15516041.htm

3. 内容平台并驾齐驱 搜狐视频颠覆视频用户的全新视界

随着互联网用户内容消费的升级，网络视频行业竞争愈加激烈，各大视频网站内容同质化现象尤为严重。如何开辟差异化内容新蓝海，乃当下视频网站提升竞争力的重中之重。

搜狐视频凭借全娱乐平台战略布局、独具匠心的高品质内容、坚实的用户独占及平台实力基础开启了一个属于自己的全新视界。



http://finance.ce.cn/gsxw/201701/06/t20170106_19441031.shtml

4. “就视不一样” 乐视视频品牌升级，精细化运营年轻用户

乐视首席执行官贾跃亭通过微信发文表示：“‘拒绝盲从和被定义，执着突破与改变，年轻从来都不只是一种样！’这是当下年轻人的特点，也正是这群主张‘不一样’的新青年成为视频行业未来用户的主要族群。乐视视频的品牌新主张‘就视不一样’与这种态度一样，我们要和新青年一起勇于打破常规，突破自我，积极地面对世界的喧嚣！”



<http://www.madisonboom.com/2017/02/15/letv-announces-new-brand-dare-to-be-different/>

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

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，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。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，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，本报告只提供给购买报告的客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

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS

