

2019 年暑期档 优爱腾剧综影分析报告

优爱腾鏖战 2019 暑期档

2019 年的暑期档竞争空前激烈，可谓热闹非凡。

回顾刚刚过去的这个夏天，应该说，有意料之中，更有意料之外。因为大量剧集尤其是有多部口碑佳剧在这个夏天扎堆开播，观众只能“军训式追剧”。这与 2018 年暑期档剧集行业相比要热闹得多。并且，不管是从剧集上线数量、题材创新、整体口碑，还是爆款数量来看，今年暑期档都是近几年来表现最好的一年。

拿 2018 年暑期档来看，先是优酷独播的都市奇幻剧《镇魂》引爆了市场，朱一龙、白宇圈粉无数，接着爱奇艺《延禧攻略》由“貌不惊人”逆袭成为爆款热剧，在暑期档的后半段，《香蜜沉沉烬如霜》收视率和网播量优异，戏里戏外话题不断。而等到《如懿传》开播，已是暑期档尾声。

今年暑期档再登一个新台阶。可以说，这个暑期档的帷幕是由被《长安十二时辰》和《陈情令》在同一天（6 月 27 日）突然而真正拉开的。尤其是《长安十二时辰》在当晚一口气释放出 12 集，引来网上一片欢呼喧腾，该剧高水准的制作和对盛唐长安城的细致呈现迅速带来高口碑，而高口碑很快发酵又带来一轮更高的热度。由大 IP《魔道祖师》改编的剧集《陈情令》在开播之初却遭遇不同的命运，该剧热度颇高，但在口碑上却引发争议。总之，这两部古装大剧的定档开播，点燃了视频平台暑期档的战火，并影响乃至奠定了整个剧集行业暑期档的格局。

《长安十二时辰》在豆瓣一夜开出 8.8 高分，截至目前，近 28 万人打分，仍保持在 8.4 分的高位，稳居 2019 年国产剧豆瓣评分之冠，口碑领跑暑期档。“XX 十二时辰”成为全民话题；剧情、人物、服化道，引发美食圈、历史圈、文物圈、唐服圈、互联网圈等多个圈层热烈讨论，实现现象级破圈。创下优酷 DAU 及会员增速创新高，出海日本、新加坡、越南等亚洲国家及北美付费区，成为首部进入包月付费区的国产剧。人民日报、央视新闻、共青团中央等主流媒体点赞，光明日报发文称“《长安》以扎实的叙事艺术、经得起推敲的细节打磨，在对传统文化传承与弘扬关照下，还原了千年长安的风貌与气质，用‘十二时辰’的生活状态带观众领略文化之美、生活之美。”综上所述，《长安》是这个暑期档唯一口碑热度双丰收，且真正破圈的爆款。

而《陈情令》随着剧情的不断更新，在热度节节攀升的同时，口碑也从开播时豆瓣 4.8 分升至目前的 8.0 分，成功翻身逆袭。该剧不仅带动两位主演、配角们演艺事业快

速上升，还通过周边销售、超前点播事件等印证了它的商业价值，对于视频平台和网剧的模式迭代或将都产生较大的影响。

紧随《长安十二时辰》和《陈情令》之后，另一部都市爱情+电竞类型剧集《亲爱的，热爱的》热度飙升，靠着剧中男女主不断升温的甜蜜恋情而燃爆七月。杨紫继去年暑期档《香蜜沉沉烬如霜》后再次成功带戏，其口碑和路人缘、事业值再上一层楼，她也有了“锦鲤体质”的新标签；李现则是从类型剧男主走向了大众视野，成为国民级“七月现男友”。跟《亲爱的，热爱的》以电竞为背景、男女主谈恋爱才是主线不同，《全职高手》才是电竞职业剧应有的模样，该剧的新形式、新亮点使其收获了不错的热度和口碑。

上述剧集收割暑期档红利之时，《宸汐缘》《请赐我一双翅膀》等剧反而在今年暑期档的表现稍不及预期。这跟去年暑期档大女主剧（《延禧攻略》）爆红的情况大不相同。除此之外，还有临时撤档后又延迟开播的《九州缥缈录》，接替该剧原本档期匆匆上马的《大宋少年志》的播出情况均不尽如人意。剧是好剧，声量却弱了些，为档期所累。值得注意的是，倒是一部小成本古装言情剧《天雷一部之春花秋月》奇袭暑期档，靠着紧凑的剧情、轻松幽默的情节、演员灵动的演技，成为一匹小黑马。

在网络综艺方面，暑期档骨朵平均热度 TOP3 中，优爱腾三大平台各有一档节目：优酷的《这！就是街舞》第二季、爱奇艺的《中国新说唱 2019》和腾讯视频的《明日之子》第三季。它们都是平台所倾力打造的超级网综，也凸显出三大平台各自不同的特点。

《这！就是街舞》第二季是“综二代”节目，但比上一季更燃更炸裂，口碑也更好。该节目热度口碑双收，截至目前，豆瓣评分仍高达 8.9 分。更重要的是，《这！就是街舞》系列节目肩负着优酷乃至阿里文娱的街舞 IP 全产业链开发、打通商业化通路的重要使命，现在，节目已发展成为一个真正的综艺大 IP，并陆续将触角延伸到电商、赛事、舞者培训等多个层面。不管是《这！就是街舞》第二季，还是《中国新说唱 2019》《明日之子》第三季，也不管是街舞，还是说唱或者别的音乐形式，都具有明显的青年文化的特征。可以说，在这个暑期档，青年文化综艺制霸天下。

而在网络电影方面，优爱腾也非常重视暑期档的摆兵布阵。优酷在 6 月 12 日正式发布锦绣合制计划，宣布未来将参与投资、宣发，与一流的网络电影公司共同合制精品网络电影。这一计划中，优酷将依托阿里生态的大数据体系，进行内容合制，同时深度介入宣发端，为影片提供项目资金与宣发策略上的支持。暑期档热播的生物灾难类型片

《水怪》便打响了锦绣合制计划的第一枪，这也表明了优酷求新求变的决心。爱奇艺则在暑期档推出“头号高手季”，集结了《陈翔六点半之重楼别》等多部以“小人物”为中心的网络电影。腾讯视频同样也上线了一系列题材不同、风格迥异的网络电影。

总之，在 2019 年暑期档，优爱腾三大平台都展现出了各自不同的战略打法：优酷在阿里内部实现了宣发打通、内容打通、技术打通，让整个集团的生态优势均为剧综影等优质内容赋能，非常典型且成功的案例即为剧集《长安十二时辰》和综艺节目《这！就是街舞》第二季，在网络电影方面就是《水怪》等；爱奇艺不断深耕多元潮流文化，以头部网综（《中国新说唱 2019》《乐队的夏天》）为重心去争夺流量、留住用户；腾讯视频则以《陈情令》为抓手，探索优质、粉丝向剧集会员超前付费点播的新模式。

到今天，暑期档终于结束。但回顾这个火热的夏天，让人难忘。难忘的不仅有李必和张小敬的携手守护长安城，魏无羡和蓝忘机的仙侠江湖，九宸和灵汐缠绵悱恻的恋情，还有一场场精彩纷呈的街舞 Battle，以及《水怪》中村民战胜“水猴子”之后心理的平静安宁……

目录

暑期档剧集篇：爆款集中 口碑大胜	1
1. 暑期档剧集行业数据与平台分析	2
1.1 剧集类型化突出，《长安十二时辰》口碑热度双赢成唯一出圈爆款	2
1.2 优爱腾争夺暑期档，内容寻求差异化布局	4
1.3 弹幕数超 350 万剧集有 4 部，优酷独占 2 部	6
1.4 《长安十二时辰》口碑登顶，《陈情令》《宸汐缘》真香逆袭	10
1.5 暑期档 IP 剧集佳作频出，吸睛圈粉能力强	11
2. 暑期档剧集行业案例分析	14
2.1 《长安十二时辰》：国剧新标杆，领跑暑期档	14
2.2 《陈情令》：见证粉丝力量的聚拢和裂变	23
2.3 《宸汐缘》：“真香”仙侠剧，展现东方之美	27
2.4 《天雷一部之春花秋月》：剧情甜雷、人设创新，小成本剧奇袭暑期档	31
暑期档网络综艺篇：街舞破圈 文化为魂	36
1. 暑期档网综行业数据与平台分析	37
1.1 真人秀网综涉及 11 大题材，优酷文化类节目独霸暑期档	37
1.2 《这！就是街舞》第二季以弹幕数 130 万条夺冠	39
1.3 优酷网综成口碑赢家，三档节目豆瓣评分超 8.5	40
2. 暑期档网综行业案例分析	42
2.1 《这！就是街舞》第二季：口碑热度双赢，阿里生态共振全链打造超级 IP	43

2.2 《中国新说唱 2019》：口碑虽有争议，但热度逐渐爆表	47
2.3 《明日之子》第三季：聚焦青年女性音乐梦想	49
暑期档网络电影篇：锦绣合制 水怪先行	53
1. 暑期档网络电影行业数据与平台分析	54
1.1 暑期档网络电影数量锐减、品质持续抬升，类型化创作让人惊喜	54
1.2 优酷创新题材优势明显、类型多元化，爱奇艺上线数量最多	55
1.3 《水怪》荣登暑期档 7 月上线网络电影票房分账 TOP1	57
2. 暑期档网络电影行业案例分析	57
2.1 优酷发布“锦绣合制计划”，《水怪》打响第一枪	57
2.2 《傀儡姬·彼岸花》：古代黑科技与东方美学的完美结合	59

暑期档剧集篇：

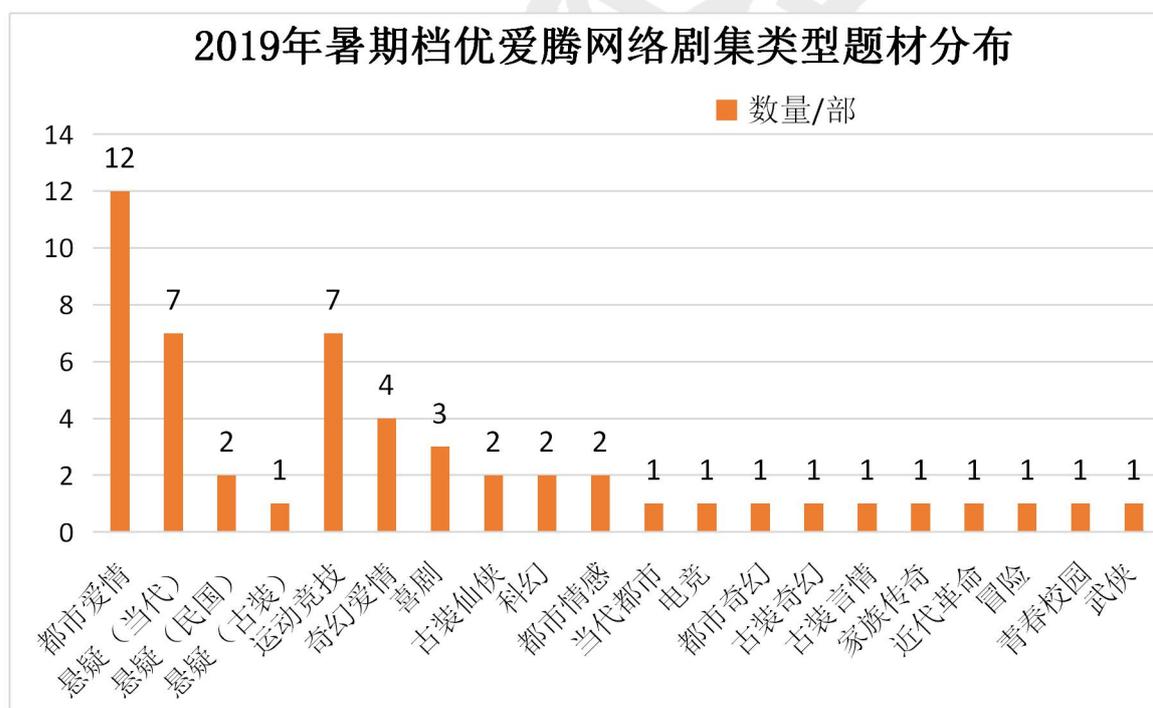
爆款集中
口碑大胜

1. 暑期档剧集行业数据与平台分析

1.1 剧集类型化突出，《长安十二时辰》口碑热度双赢成唯一出圈爆款

据骨朵数据统计，2019年暑期档（6月1日-8月20日）优爱腾三大平台共上线网络剧集52部，共涉及18个大类型，包括都市爱情、悬疑、运动竞技、奇幻爱情、喜剧、古装仙侠、都市情感、科幻等等。

数量最多的是都市爱情类网剧，为12部；悬疑类网剧（时代背景包括古装、民国、当代）有10部，其中唯一的一部古装悬疑剧、优酷独播的《长安十二时辰》，是今年暑期档最大也最引人瞩目的爆款剧集；另外，这个暑期档的运动竞技类网剧也达7部之多，称得上这一类型的阶段性爆发期，代表作是优酷独播的《强风吹拂》和爱奇艺独播的《追球》，前者以登山运动为题材，后者以乒乓球运动为题材，且均为运动竞技+都市爱情的融合类型；古装仙侠剧有两部，一部为腾讯视频独播的《陈情令》，另一部为爱奇艺独播的《宸汐缘》；跟暑期档热播电视剧《亲爱的，热爱的》电竞只是噱头、男女主谈恋爱才是主线不同，《全职高手》是一部主角没有明显的感情线、更专注展现竞技精神的电竞剧。



若说这个暑期档上线剧集在类型题材上的创新，那么最大的创新便来自《长安十二时辰》。该剧注重打造一个从历史细节上显得真实可信的盛唐长安城，在题材内容上也

可称为悬疑+历史类型的融合；并且故事发生的时间、空间均有所限制，时间设置为一天一夜十二个时辰、空间设定在唐都长安，使该剧的故事密度更大，故事和人物线索更多，节奏感也更强，多重反转，异常烧脑，整体情节引人入胜、扣人心弦；另外，该剧还是非常典型的群像戏，塑造了众多个性鲜明、让观众印象深刻的角色。

暑期档共上线古装网络剧集 6 部，约占总数量的 12%。其中，《宸汐缘》为古装仙侠+言情类型，《天雷一部之春花秋月》为古装言情+武侠类型，《少年江湖物语》为武侠+喜剧类型。《天雷一部之春花秋月》将故事背景设置在架空的古代武侠世界，讲述的却是欢快跳脱而又浪漫温馨的爱情故事，该剧因为精准的题材内容定位、不落俗套的剧情、细腻的情感表达，击中了以年轻女性为核心受众群的大批观众，而成为暑期档小成本黑马剧集。

值得一提的还有《你的未来已签收》在类型题材和内容表达上所做的创新。该剧在题材表达上不再仅仅局限于都市爱情，还包括亲情、友情等各种情感，以及各种各样的社会关系问题。《你的未来已签收》是一部只有 12 集的短剧，采用单元剧的形式，以 1 集或 1.5 集一个故事的长度共讲述了 8 个迥然不同的城市故事，靠来自未来商城的福袋相连，主人公包括空巢青年、新婚不适症、相亲焦虑症、隔代沟通障碍症、进城务工者等，以年轻人的视角，聚焦现代人共同面对的种种问题，不仅带给观众以感动，还有一定的思想性和社会实用性，是典型的现实主义风格作品，堪称一部“宝藏剧”。



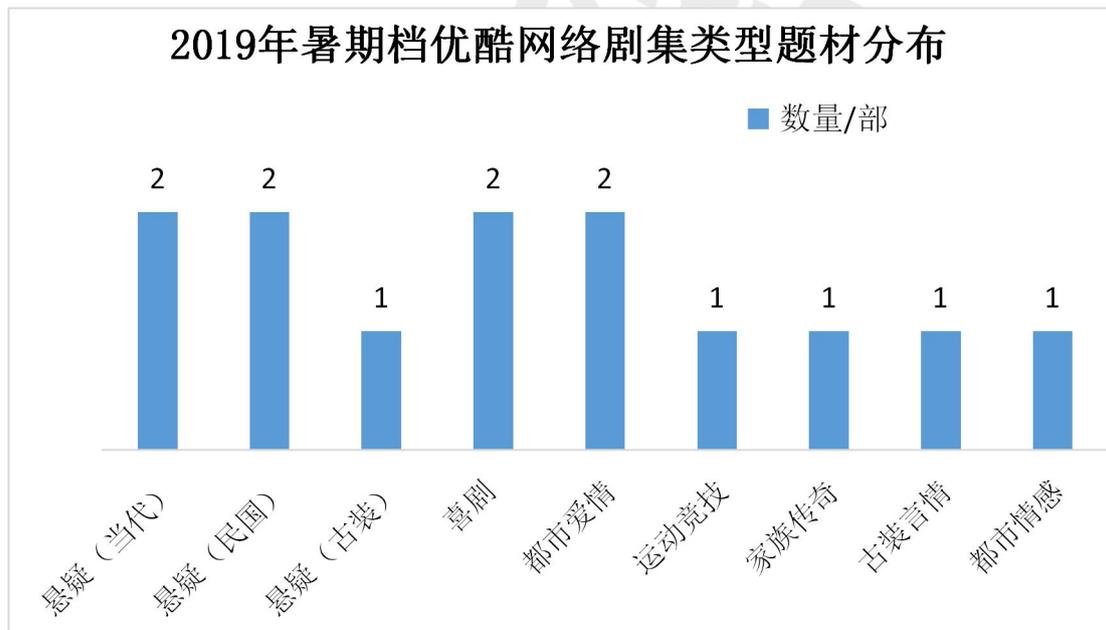
题材创新的《你的未来已签收》采用单元剧形式，12 集的长度共讲述了 8 个故事。

1.2 优爱腾争夺暑期档，内容寻求差异化布局

暑期档优爱腾三大平台上线的这 52 部剧集中，爱奇艺独播剧集的数量最多，为 27 部，占比超过 50%，优酷和腾讯视频独播上线的剧集数量差不多，分别为 11、10 部。另有多平台播出剧集 4 部，分别是《请赐我一双翅膀》《我们不能是朋友》《神犬小七 3》《嘿！客栈》。

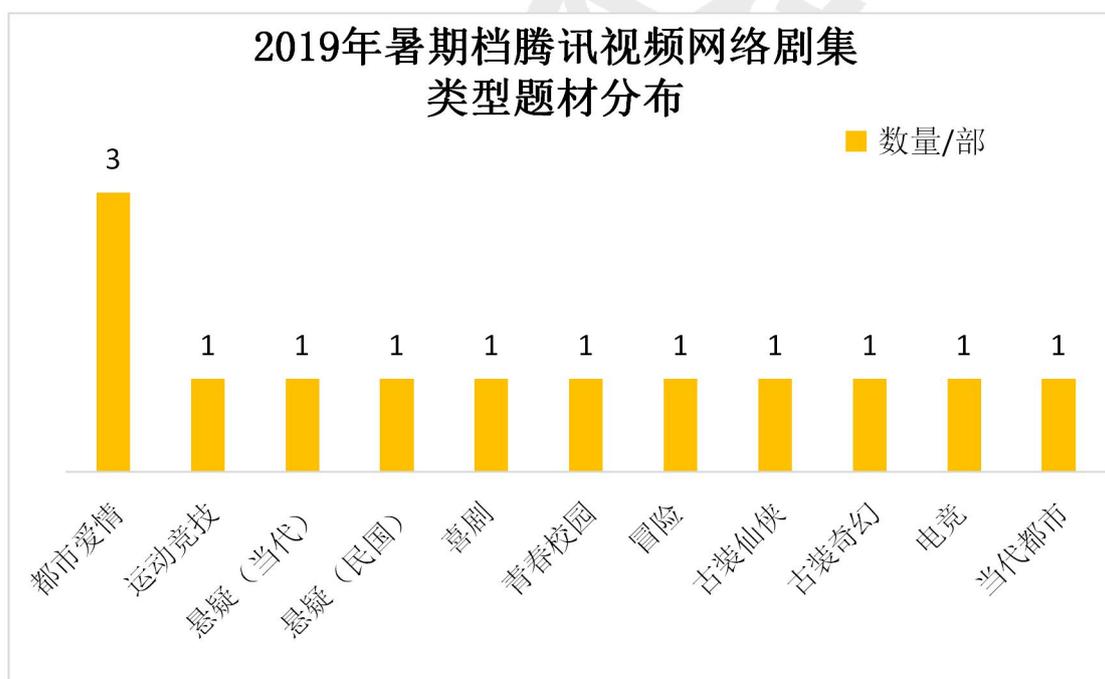
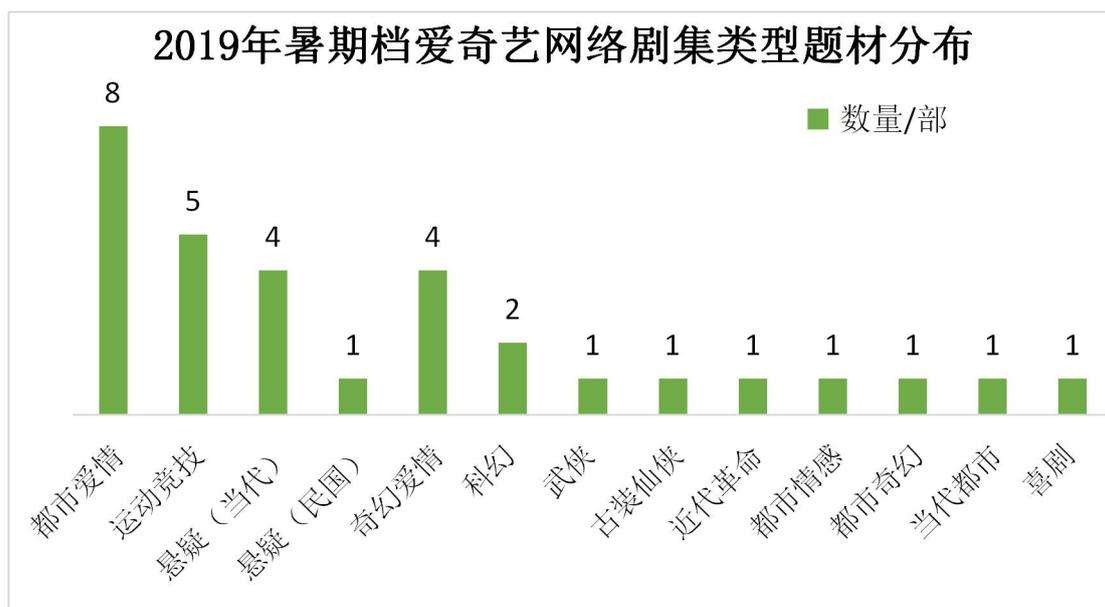
具体到优酷，包括独播和多平台剧集在内，共上线 13 部，在类型题材上分为 7 大类，包括悬疑（古装、民国、当代）、都市爱情、喜剧、古装言情等。其中，在这个暑期档里，古装悬疑、古装言情、都市情感为优酷独特的类型，在剧集的内容表达上，优酷同样具有独特而鲜明的优势。《长安十二时辰》《天雷一部之春花秋月》《当她恋爱时》《强风吹拂》《你的未来已签收》等便是该平台在暑期档独特的剧集内容布局。

尤其是《长安十二时辰》，自开播就让观众领略到盛唐长安城之美，观众都在感叹这个精致又烟火的长安。该剧服化道的精细和恢弘程度，彰显出主创们的审美和苦功，甚至是工业化流程。《长安十二时辰》的美是形神兼备的美，不仅在于这层“壳”，更在于它真实还原出了盛唐那花团锦簇、绮丽繁盛的“魂”。这样的精致剧集内容，是以往的国产古装剧所缺的。也正是因此，尽管该剧低调播出，但很快就靠高口碑和高热度，成为暑期档一大爆款剧集，也为优酷会员拉新提供了强劲动力。



正如《长安十二时辰》所带来的剧集题材和内容创新，在这个暑期档，优爱腾三大平台的剧集在类型题材上，在具体的内容表达上，都在进行差异化竞争，主打内容差异化战略。

与优酷不同，爱奇艺的剧集类型题材共有 12 类，主要是都市爱情、运动竞技、奇幻爱情、悬疑、科幻，还有古装仙侠、武侠等；腾讯视频的剧集类型题材共有 10 类，每一类型的数量都比较均匀，包括都市爱情、古装仙侠、电竞、悬疑、青春校园、冒险等。爱奇艺的《宸汐缘》《少年江湖物语》《动物管理局》，腾讯视频的《陈情令》《全职高手》《怒海潜沙&秦岭神树》分别是这两大平台在暑期档的关键布局，这些剧集的题材、内容都具有稀缺性。



回顾 2019 年暑期档优爱腾三大平台新上线剧集可以见得，口碑和热度均不错的剧集作品，无一例外都是在制作过关且用心的基础上，在类型、故事、风格、特效等方面

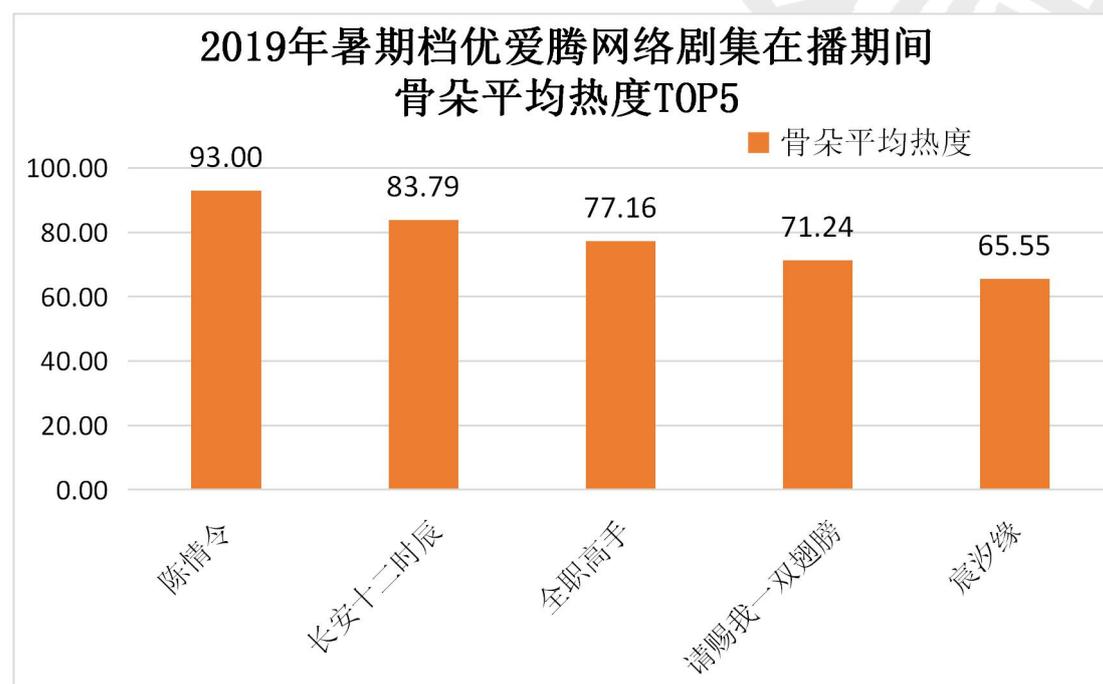
取得突破，在特色上几乎没有相撞，均具有独特性，而口碑带动热度上升，使得这些剧集都有了不错的反响。

除了优爱腾三大平台暑期档上线的新剧大PK之外，优酷为了迎接暑期档的流量高峰，还专门开设了“高清经典”专区，修复了超过200部剧集和100部电影，包括经典电视剧《士兵突击》《还珠格格》《乡村爱情》《寻秦记》《亮剑》和经典电影《岁月神偷》《花样年华》《东邪西毒》《少林足球》《大白鲨》《后窗》《费城故事北》《十二怒汉》等等。据了解，存储经典老片的介质多为胶片和磁带，易损易变质。老片因此随着时间的推移大多出现了噪声、划痕、褪色等损伤。优酷在批量转为数码后，采用超分辨率视频增强技术、AI机器学习技术等先进科技手段，同时运用阿里巴巴强大算力算法批量去噪、去模糊、去划痕、去闪烁、去抖动、高帧率等，修补之外更重新调色，让老片更符合当下年轻人的观看口味。

1.3 弹幕数超350万剧集有4部，优酷独占2部

骨朵数据对暑期档优爱腾三大平台上线剧集做了骨朵平均热度分析。我们取这些剧集自开播之日起至完结当天这段时间的骨朵每天热度的平均值，如果该剧截至8月20日仍未完结，那么我们取截至8月20日当天的骨朵热度，来计算该剧的骨朵平均热度。

下图即为2019年暑期档优爱腾网络剧集骨朵平均热度TOP5。可知骨朵平均热度超过80的有两部，为《陈情令》和《长安十二时辰》，这两部剧在暑期档的成绩颇为亮眼，讨论度非常之高。



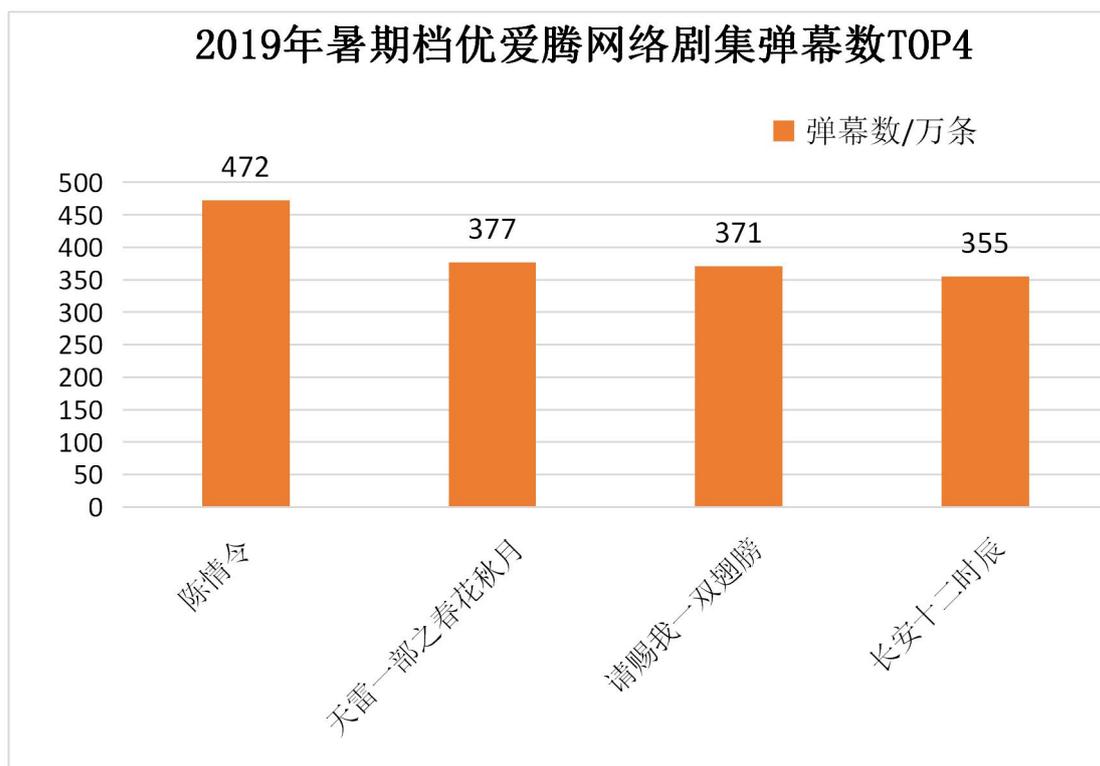
并且，《长安十二时辰》在上线后的6月，凭借几天时间，该剧就攀升至骨朵热度6月榜榜首之位，成为当月最受关注的网络剧集。

排名	名称	全平台	评论数 (点击展开)	全网热度
1	长安十二时辰 上映57天	YOUKU	25万	78.68
2	陈情令 上映57天	YOUKU	135万	74.82
3	追球 上映67天	YOUKU	17万	74.57
4	破冰行动 上映108天	YOUKU	10万	70.86
5	怒海潜沙&秦岭 神树	YOUKU	24万	66.48

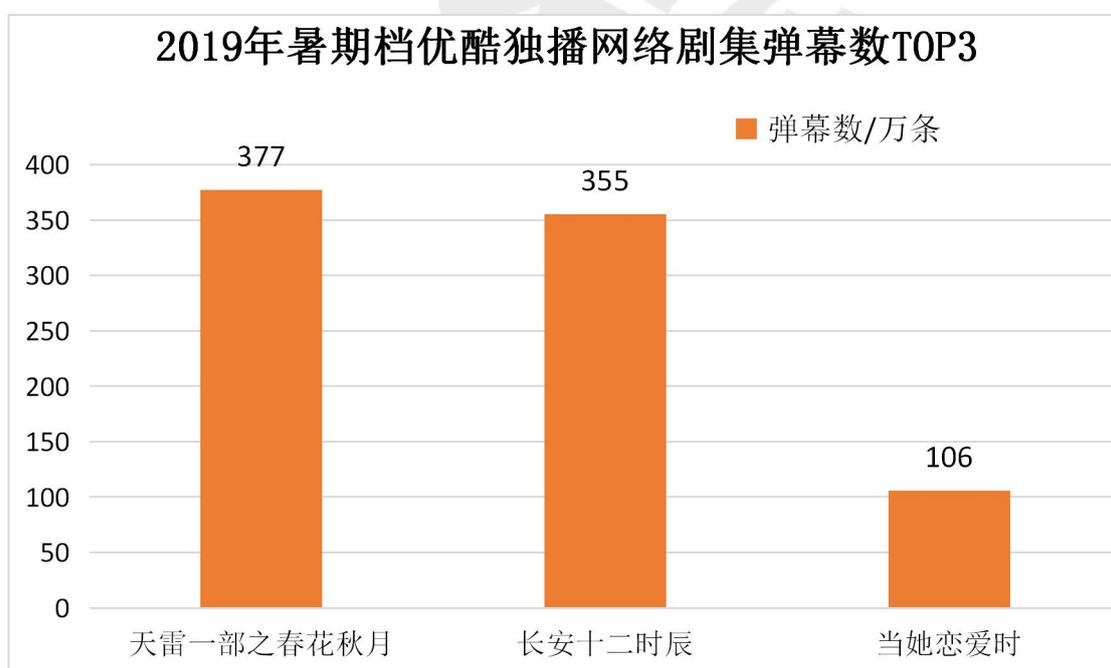
《长安十二时辰》《陈情令》特色均异常鲜明，命运也有所不同：前剧背负着高期待值低调播出，很快就成为口碑和热度的翘楚，也成为了暑期档第一部真正意义上的大古装制作；后剧在拍摄期间和开播初期都涌出了不看好的声音，然而该剧在播出后渐入佳境，观众纷纷称“真香”，热度持续攀升，成功翻身逆袭。

另外，优酷独播的古装言情剧《天雷一部之春花秋月》在播期间的骨朵平均热度也很不错，闯入暑期档网络剧集骨朵平均热度 TOP10 之列。这样一部小而美的高甜风格剧集能奇袭暑期档，靠的就是演员灵气逼人，剧情轻松欢快，情节“甜雷”不断。该剧精准打动少女心，缔造了成年人的现代爱情童话，给观众带来惊喜。

骨朵数据还统计了2019年暑期档优爱腾三大平台网络剧集截至8月20日的弹幕数TOP10，其中弹幕数超过350万条的4部剧，优酷独占2部，分别为《长安十二时辰》《天雷一部之春花秋月》，腾讯视频有1部，为《陈情令》，多平台1部，为《请赐我一双翅膀》。

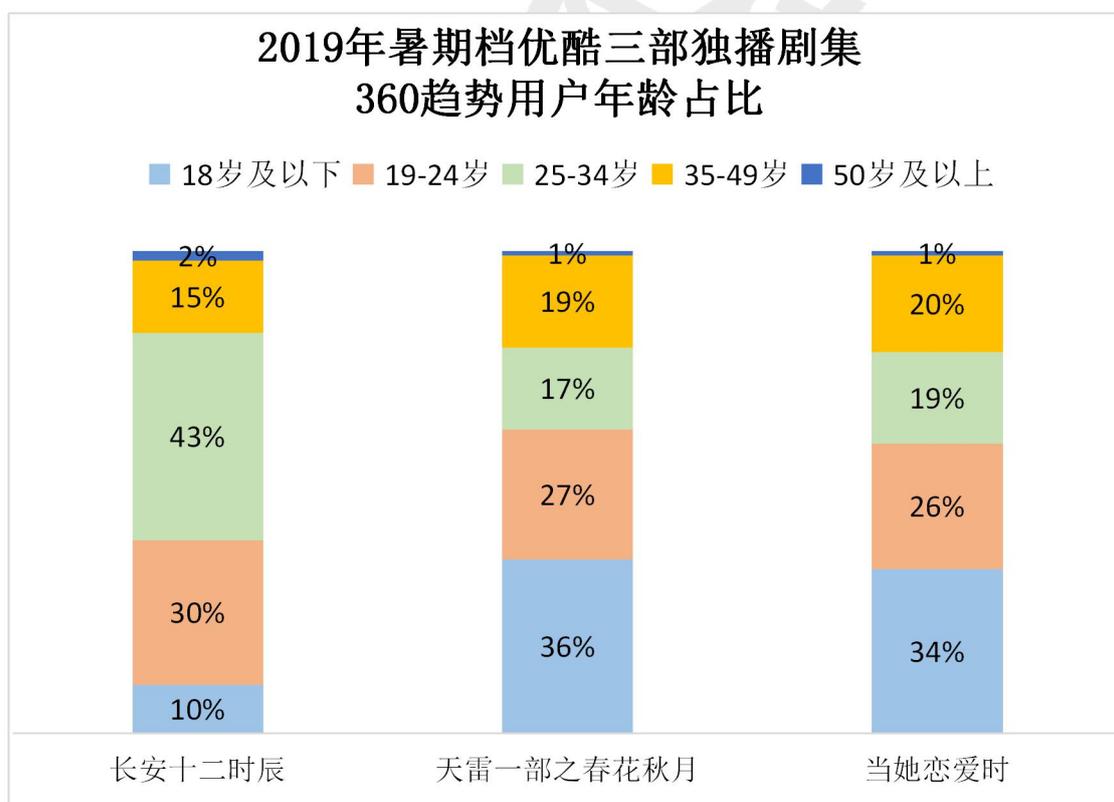
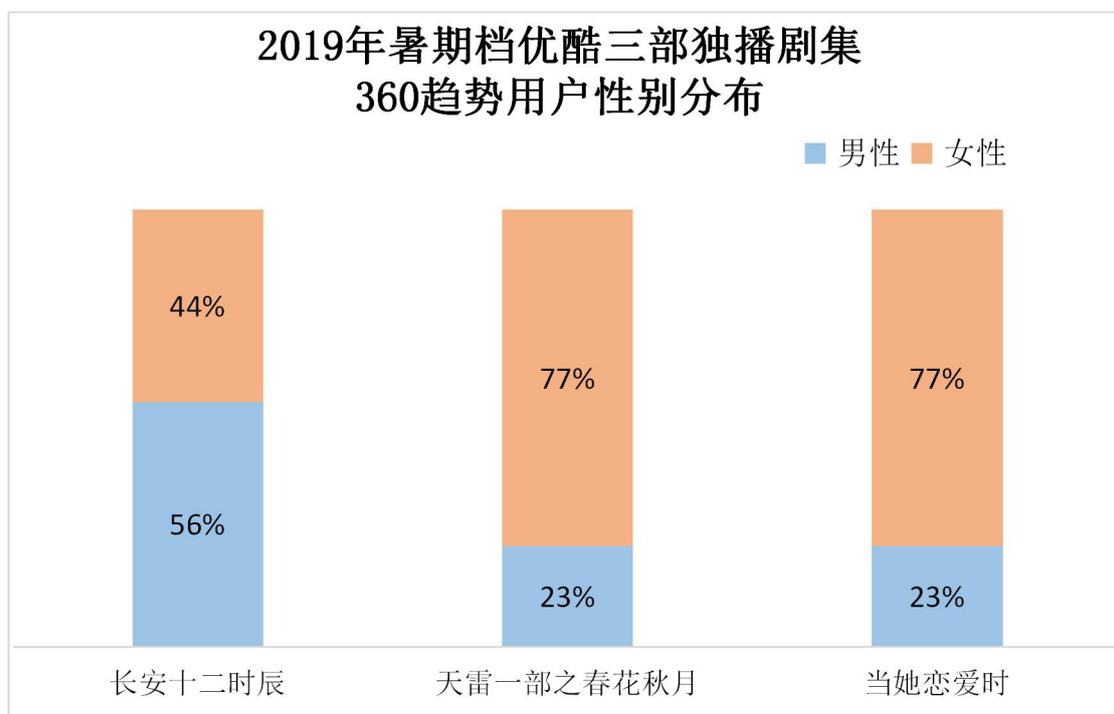


如下图所示，骨朵数据以优酷暑期档独播网络剧集为例，列出了截至8月20日优酷弹幕数TOP3剧集，它们依次为《天雷一部之春花秋月》《长安十二时辰》和《当她恋爱时》，弹幕数分别为377万、355万、106万。



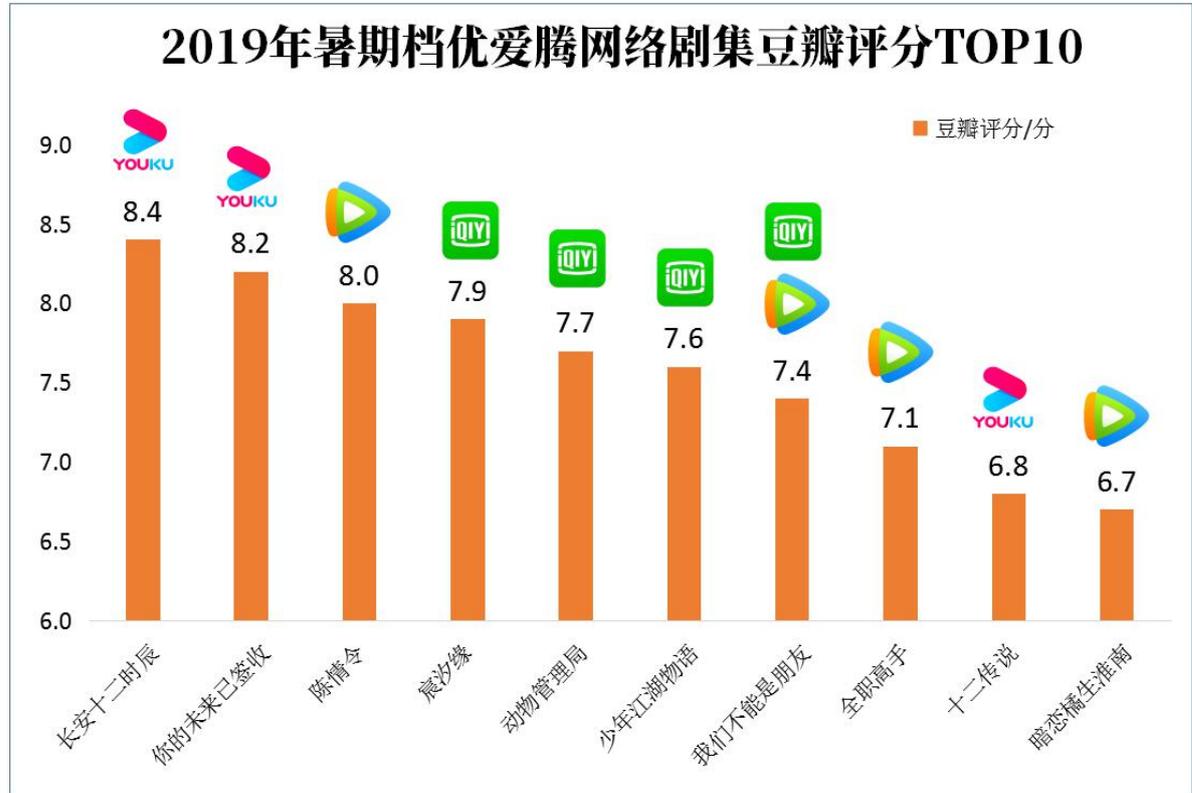
360 趋势用户画像方面：在性别分布上，《长安十二时辰》的主要搜索用户为男性，占比56%，而《天雷一部之春花秋月》和《当她恋爱时》的主要搜索用户则为女性，占比均高达77%；在年龄占比上，《长安十二时辰》的19-34岁搜索用户占比高达73%，

其次是 35-49 岁用户，占比也有 15%，用户整体年龄结构偏大，后两部剧集 24 岁及以下用户占比均约为 60%，用户整体年龄结构趋于年轻化、青春化。在这个暑期档，不管是男性还是女性用户，不管是哪个年龄段的用户，均能在优酷找到自己喜欢的剧集，这也说明了优酷会员的平衡性和多样性。



1.4 《长安十二时辰》口碑登顶，《陈情令》《宸汐缘》真香逆袭

据骨朵数据统计，截至8月31日，暑期档52部网络剧集有豆瓣评分的为16部，占比30.8%。其中，豆瓣评分TOP10的暑期档网络剧集如下。



可知，优酷《长安十二时辰》口碑稳居第一，截至8月31日，豆瓣评分达8.4分。其次仍是优酷独播的《你的未来已签收》，为8.2分。《长安十二时辰》自开播之初就凭借其精致、大气、符合历史真实的服化道拥有高口碑和高评价，随着剧情渐渐进入佳境，反转一重又一重，该剧更是持续靠高口碑圈粉无数。

长安十二时辰 (2019)



导演: 曹盾
编剧: 瓜子工作室 / 马伯庸
主演: 雷佳音 / 易烊千玺 / 周一围 / 芦芳生 / 热依扎 / 更多...
类型: 剧情 / 悬疑 / 古装
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-06-27(中国大陆)
集数: 48
单集片长: 45分钟
又名: The Longest Day In Chang'an



截至8月31日，《长安十二时辰》的豆瓣评分人数已超过28万，豆瓣短评数也有将近9万条。骨朵数据对该剧的豆瓣短评进行了关键词提取，并制作了词云图如下。可

知，“电影质感”“服道化”“大制作”是豆瓣短评提及率最高的词汇，大量观众认为《长安十二时辰》是一部制作精致大气的“良心剧”，节奏感强，情节密集，也认为包括雷佳音、易烱千玺在内的主要演员的演技可圈可点。并且，对导演曹盾，对该剧的剧组的评论都颇高。



《长安十二时辰》豆瓣短评词云图

腾讯视频独播的《陈情令》和爱奇艺独播的《宸汐缘》均属于口碑逆袭之作，前者最初的豆瓣评分仅为 4.7 分，后者最初的豆瓣评分也仅为 5.5 分，但是随着剧情的更新，这两部剧都有大批观众大呼“真香”，它们的豆瓣也逐渐升高，截至 8 月 31 日，《陈情令》的豆瓣评分已达 8.0 分，《宸汐缘》也达 7.9 分。

1.5 暑期档 IP 剧集佳作频出，吸睛圈粉能力强

据骨朵数据统计，暑期档这 52 部网络剧集中，有 22 部为 IP 剧（注：若某剧集分两季上线，则视作两部），其中由小说 IP 改编的剧集 19 部，由漫画 IP 改编的剧集 2 部，由泰剧 IP 翻拍的剧集 1 部。其中，墨香铜臭小说《魔道祖师》有数量可观的书粉群体，蝴蝶蓝小说《全职高手》切中的是以电竞圈层为主的游戏爱好者；跟这两部小说的境遇不同，马伯庸的《长安十二时辰》是在小说文本还在创作阶段时就开始了影视化

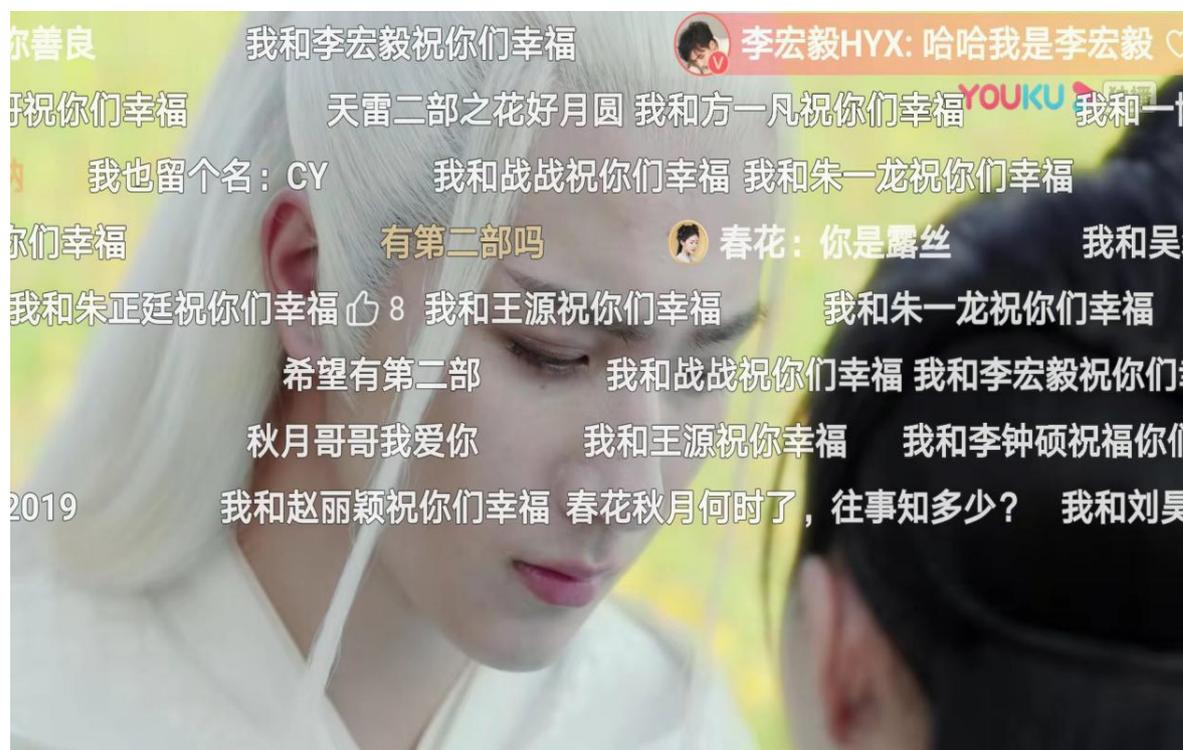
进程，内容也是偏男性视角的。另外，尽管小说《穿越之天雷一部》知名度不是很高，但由该作品改编的网剧却取得了非常好的播放成绩，堪称暑期档小成本逆袭的黑马之作。

2019年暑期档IP改编网络剧集统计					
序号	剧名	播出平台	网剧类型	改编IP名称	IP类别
1	长安十二时辰	优酷	古装悬疑	长安十二时辰	小说
2	陈情令	腾讯视频	古装仙侠	魔道祖师	小说
3	天雷一部之春花秋月	优酷	古装言情	穿越之天雷一部	小说
4	怒海潜沙&秦岭神树	腾讯视频	冒险	盗墓笔记	小说
5	全职高手	腾讯视频	电竞	全职高手	小说
6	暗恋橘生淮南	腾讯视频	青春校园	暗恋橘生淮南	小说
7	当她恋爱时	优酷	都市爱情	绯闻女王倾城记	小说
8	七月与安生	爱奇艺	都市爱情	七月与安生	小说
9	我们不能是朋友	爱奇艺、腾讯视频	都市爱情	我们不能是朋友	小说
10	遗失的2分之1	腾讯视频	都市爱情	我的极品萌夫	小说
11	唯美貌不可辜负 1&2	爱奇艺	都市爱情	唯美貌不可辜负	小说
12	超级影后之初次做人	爱奇艺	都市爱情	古穿今之超级影后	小说
13	我的白鲸男友 1&2	爱奇艺	奇幻爱情	我的白鲸男友	小说
14	我的盖世英雄 1&2	爱奇艺	运动竞技	一网打尽	小说
15	天真派西游记	腾讯视频	古装奇幻	西游记	小说
16	谋爱上瘾 1	爱奇艺	都市爱情	谋爱上瘾	漫画
17	谋爱上瘾 2	爱奇艺	都市爱情	谋爱上瘾	漫画
18	我的邻居睡不着	优酷	都市爱情	我的邻居睡不着	小说
19	极限 17 羽你同行	腾讯视频	运动竞技	极限 S: 羽毛球篇	泰剧

IP剧《长安十二时辰》成为今年暑期档剧集红利的收割者，该剧以高口碑吸引大量粉丝，并陆续登上微博、知乎、虎扑、抖音等多平台的热搜前列，不仅被历史圈、文物圈、唐服圈、互联网圈所关注热烈和讨论，还销往海外，成为国剧出海的经典之作，引发现象级破圈。

作为暑期档一部具有独特气质和风格的古装言情剧，《天雷一部之春花秋月》热播期间的7月和8月，在优酷独播剧集中的月热度仅次于《长安十二时辰》，居第二位。不仅热度高企，随着剧集热播，剧中女主春花和两位男主上官秋月和萧白的情感变化也

受到极大关注，春花寻找真爱之旅牵动着众多观众的心，当故事结局看到上官秋月为救春花而放弃功力、导致自己一夜白头，春花醒来后跟秋月共度余生之时，追剧粉丝也同剧中人一样同喜同悲，并且纷纷弹幕留言：“我和XXX祝你们幸福”“希望有第二部”……



《天雷一部之春花秋月》40集大结局，春花和秋月的命运让观众感慨。

天雷一部之春花秋月

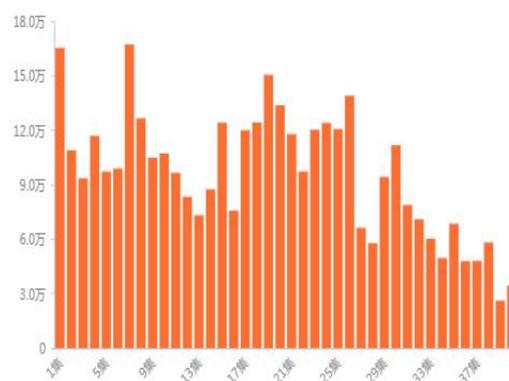
2019年8月21日 [返回首页](#) [个人中心](#) [退出登录](#)

每日可见弹幕量

近一周 近30天 全部



分集累计弹幕数



右边为《天雷一部之春花秋月》的分集累计弹幕数。

每集弹幕数相对比较平均，从侧面可说明该剧的用户粘性强。

2. 暑期档剧集行业案例分析

2019 年暑期档剧集，特别燃！

“长相思，在长安”，天才少年李必和五尊阎罗张小敬在《长安十二时辰》里携手查案追凶，守护长安城；“终是一坛天子笑，此生不悔入陈情”，夷陵老祖魏无羡和含光君蓝忘机在《陈情令》中跨越十六年，联手再战江湖；“一诺苍生，挚爱情深”，战神九宸与仙子灵汐在《宸汐缘》中历经种种磨难，辗转几重悲欢，感动了大批观众；“自家哥哥怕什么”“哥哥给你轻薄”，活泼可爱的春花姑娘与和武林大魔头上官秋月和武林正道萧白这两个迥然不同的男子之间的故事，不仅让观众忍俊不禁，更让观众觉得甜雷，《天雷一部之春花秋月》也借此突出重围，成为暑期档网剧黑马；“重返巅峰，王者归来”，在电竞剧《全职高手》中，我们也看到荣耀大神叶修为演员杨洋带来的转型……

2.1 《长安十二时辰》：国剧新标杆，领跑暑期档

《长安十二时辰》改编自马伯庸的同名小说，讲述了唐朝上元节前夕，长安城陷入危局，长安死囚张小敬临危受命，与靖安司司丞李必携手在十二时辰内拯救长安的故事。唐代长安城的坊门日出时开启，日落时关闭，城里有宵禁，坊外主街夜晚严禁闲逛，唯有上元节全城解禁狂欢，这为整个故事情节奠定了最关键的合理性。也正因为此，这个故事有了它的“十二时辰”的时间限制和“长安”的空间限制，而被网友称为古代版“西安反恐 24 小时”。



剧中，李必说：“熙攘繁盛，光耀万年。再也没有比长安城更伟大的城市了。”

即使是一天一夜的长安，该剧也从众多方面和细节上还原了一个盛唐开元、天宝年间的帝都长安，既包括庙堂、府邸，也包括民间、街巷，甚至是地下城。因为当时的长安是一个国际化的大都市，观众得以通过该剧看到长安城内自大唐疆域各个地方的人，除此之外，还有突厥人、大秦（罗马帝国）人、昆仑奴（黑人）、倭国（日本）派来的遣唐使等等，这也足见大唐文化的繁盛包容、兼收并蓄、博采众长。

极尽完美的服道化、特效，尤其是对历史的还原、对唐风古韵的着力营造、对中国传统文化之美的描摹刻画是《长安十二时辰》成为爆款的一大原因。剧中所蕴含的传统文化，都投射了创作者对传统文化的向往。无论是外在的服饰建筑，还是精神层面上法家和道家的对峙、八卦等古典元素的借用，和贯穿全剧的“时辰”概念，构成了这部剧最不可替代的艺术性。因此，该剧也赢得了人民日报、光明日报、央视新闻等主流媒体的高度评价。光明日报发文称《长安十二时辰》“以扎实的叙事艺术、经得起推敲的细节打磨，在对传统文化传承与弘扬关照下，还原了千年长安的风貌与气质，用‘十二时辰’的生活状态带观众领略文化之美、生活之美。”“让观众切实感受到传统文化的厚重分量，以饱满的文化呈现，突显从容的文化姿态。”

不管是美食、服饰、器物、建筑，还是制度、礼仪、宗教，该剧中所涉及的每一个细节都有史可查、有据可循。从长安城 108 市坊布局到贵人私苑的自雨亭，从长安男子的圆领袍到长安女子的齐胸襦裙、高髻簪花，从道教李必簪尖冲前的子午冠到许鹤子夸张高耸的双环望仙髻，从街头售卖的水盆羊肉、火晶柿子到崔器一刻不离嘴的新鲜薄荷，从日晷、火闹钟等计时报时技术到大秦景寺的处境，从剧中每个人行的叉手礼到口中唱的“啍”……全剧非常用心且努力地架构一个符合历史事实的大唐盛世。这为观众带来了完全耳目一新的视听体验和历史情境，也可称得上是对大唐盛世、对我国历史的回望和传承。而这正是《长安十二时辰》的独特性。正如导演曹盾所说：“剧组从汗牛充栋的史料着手，大到城市中每一座坊市的结构布局、建筑的风格风貌，小到普通人的吃穿用度、礼仪举止，无不细心考究、反复琢磨推敲，力求做到有典可依、有据可循。此外，这部剧还将古法造纸和打铁花等非物质文化遗产融入剧情，在很多部分对继承和弘扬优秀传统文化的课题进行直接回应。”

《长安十二时辰》收获讨论较多的两个点分别是大案牍术、望楼系统。这虽是小说和剧集中虚构的，但也能体现出剧集的精良用心，以及在剧集舆情中，古代黑科技与现代科技的呼应感。比如，该剧中所提及的大案牍术就类似于我们今天的大数据和云计算。靖安司是当时长安城中的情报中心和大数据中心，统摄整个长安的贼事策防。靖安司收

集有长安城的大量档案信息，还有所有部门的要件，例如居民户籍、进出关货物清单、城坊规划等等。大案牍术是徐宾独创的一套算法，剧中说大案牍术“可根据大唐卷宗案牍中记录的各种数字，就可以准确推断真相，预测未来”。比如剧中那每隔三百步就有一个、遍及长安城内的望楼。望楼类似于现代的天眼系统，或者基站，据称在长安城内可以观察火情、预防火灾，被靖安司征用，在望楼上设置了武侯（士兵），用于观察治安情况，追踪贼人踪迹。根据剧中介绍，为了保证消息能快速准确传递，望楼专门设计了一套图形编码系统。楼的四面设置了翻板，士兵翻动翻板，同时擂鼓提醒，以此传递信息。这些剧情和元素都使《长安十二时辰》的讨论度明显增加，出圈概率明显增大。

真实历史感的营造还离不开一众来自不同阶层、性格命运各异的人物在这短短十二时辰内的交错纠缠，从这一点来看，《长安十二时辰》也真正称得上是群戏生动，让观众印象深刻的人物很多。

除了霸气狠厉、誓死守护长安百姓的五尊阎罗张小敬和清高孤傲、一腔热血的天才少年李必之外，姚汝能慵懒而又傲气；崔器口嚼薄荷叶，手握两柄大锤，既有懦弱自私和卑微的一面，又有正义感；八十多岁的何执正老成持重、运筹帷幄而又深谋远虑，为了大唐的将来不惜牺牲自己；右相林九郎权倾朝野，跟太子党政权，他心细如发，洞察局势，背地阴狠手辣，表面却和善亲切；还有，为家园盲目效忠的狼卫，为实现兄长心愿求建功却也忠心耿耿的陇右兵。剧中也有年轻书生形象，一个是元载，他是个一心只想要往上爬的腹黑心机男，毫无立场、见风使舵，随时揽功甩锅，对林九郎俯首膜拜，攀附王忠嗣将军之女王韞秀这个高枝，另一个是程参，他痴心于诗文，有头脑有才华，想通过干谒诗来博取功名，但却搞得惨兮兮的，他是个话唠，有点酸腐，也很纯粹，看到了长安官场的腐败后厌恶官场。即使是在镜头前露面时间极短的焦遂，他的嗜酒如命、放浪不羁也给观众以深刻印象。

因为出彩的群像戏，该剧中的一众女性角色也都得到了观众的褒奖，正可谓是“长安里的女子，原就是各自下雪，各有各的衷肠与皎洁。不管身处何等境地，总能活成上元时初春的一缕阳光，明媚中自带暖意，生动里又见独立与自由”。温柔、机敏而心志坚定的侍女檀棋；性格开朗、才思敏捷，又极具正义感的香铺老板女儿闻染；武艺高强、敢爱敢恨、外表冷酷而内心火热的鱼肠；英姿飒爽、一身戎装却留下颇大争议的将门之女王韞秀；聪明美貌，重情重义、敢作敢当的风尘女子丁瞳儿；侍宠娇纵，又想着永远得到圣人垂青的严太真……这些女性的形象也在剧中一一铺陈开来。

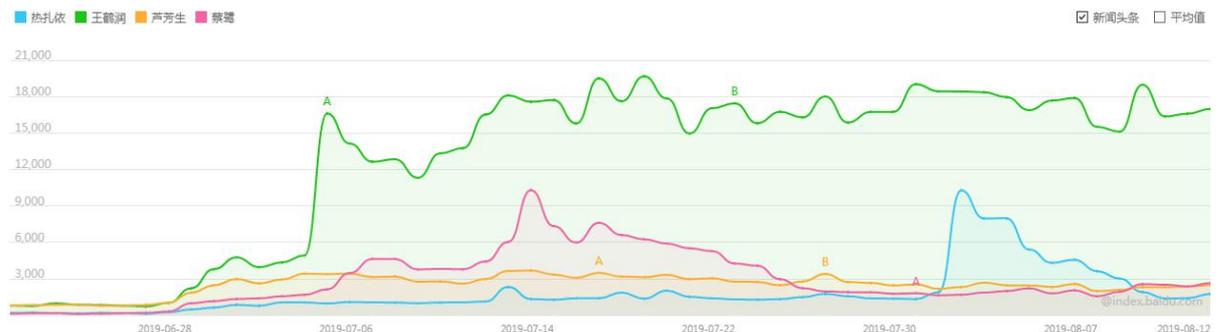
有趣的是，剧集中的这些大大小小的人物，有多处都能够跟真实历史人物产生对应

的细节，有时候是人物本身，有时候是通过事件触发的隐喻，再回想会发现能够形成全景式的勾连，可谓用心，让人叹服。

在《长安十二时辰》热播期间，该剧带动多位演员热度抬升。除了饰演两大男主的演员雷佳音和易烱千玺之外，如下图所示，鱼肠的饰演者李媛、檀棋的饰演者热扎依、严羽幻的饰演者徐璐、何执正的饰演者韩童生等演员给观众留下了深刻印象，在剧集热播期内，这些演员的骨朵热度提升均很明显。



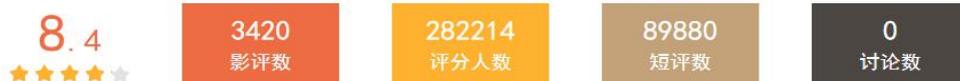
而又据百度指数显示，《长安十二时辰》剧中演员，比如热扎依、王鹤润（闻染的饰演者）、芦芳生（姚汝能的饰演者）、蔡鹭（崔器的饰演者）等演员的百度搜索热度均有阶段性提升。尤其是热扎依，热度更是跨越整个《长安十二时辰》热播时期。



当下被评价为“有电影质感”的剧集不在少数，然而，《长安十二时辰》则是用浑然一体的风貌来打动观众，真正落地到了剧集制作的方方面面。更重要的是，以往以唐朝为背景的影视剧不胜枚举，但是将宏观和微观都兼收并蓄，并且以小人物和群像格局为视角出发，还原的依旧是开放包容，也瑰丽也有烟火气的唐都城，包括盛世唐城、青龙古刹、诗酒言飞，还有胡乐教坊之中的故布疑阵，在剧集领域里还都是独一份的。

《长安十二时辰》不仅是暑期档，也是2019年至今口碑最佳的剧集，豆瓣评分高达8.4，在豆瓣的热度也是空前，截至2019年8月31日，有超过28万人参与评分。

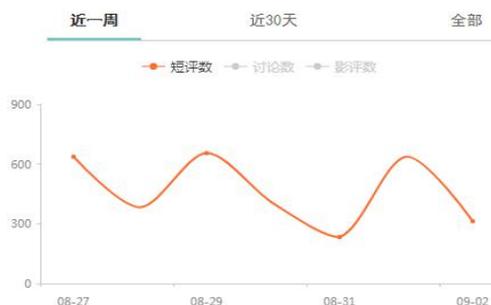
豆瓣评分



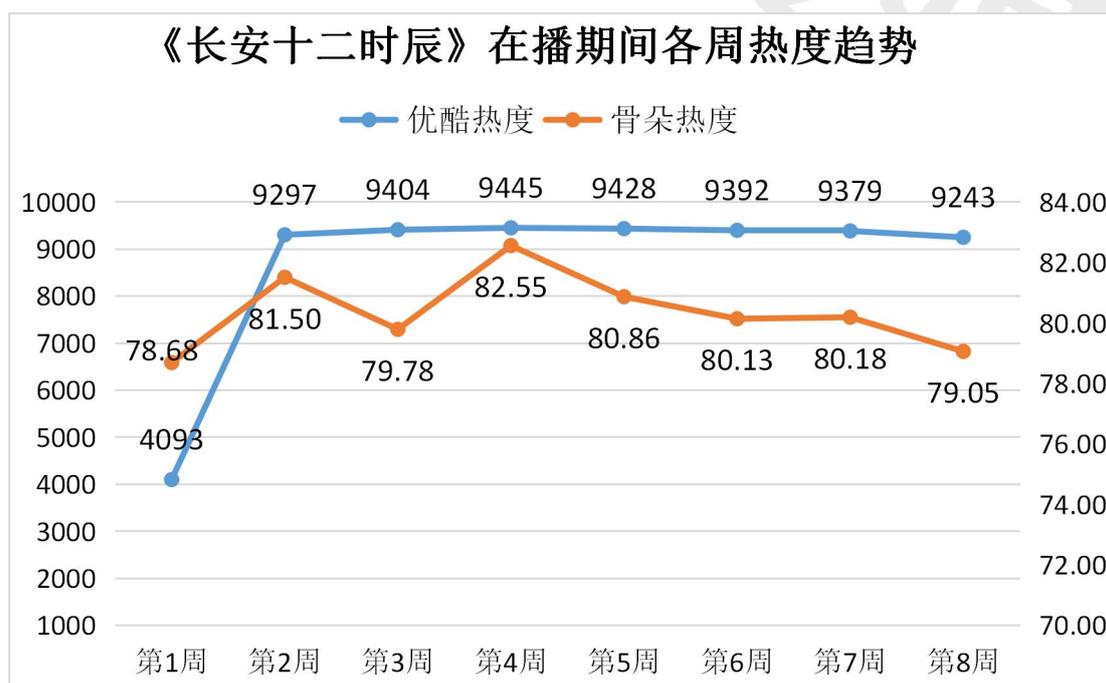
豆瓣评分趋势



影评讨论趋势



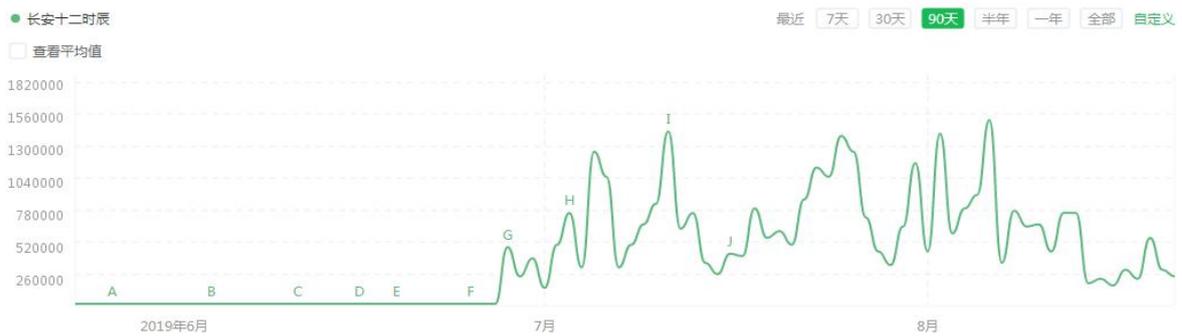
《长安十二时辰》在播期间热度空前。如下图所示，自开播第2周开始，该剧的优酷热度始终在9200以上，最高一周甚至高达9445，而骨朵热度也都在80上下，最高为82.55，称得上是一部名副其实的爆款热剧。



百度指数方面，《长安十二时辰》在开播当天迅速飙升，第二天更是持续攀升，之后一直维持在高位，并在7月12日达到最高值333153。该剧播放后期，热度仍居高不下，并在8月12日大结局时再次攀至搜索热度高峰，为236800。



360趋势方面，《长安十二时辰》同样是在开播当天急速飙升，之后随着剧集的更新，热度呈起伏之势，并在7月11日达到最高值1410056。并且，即使在该剧完结大约一周之后的8月19日，搜索热度再次迎来一个小高峰。这归因于优酷在8月18日西安城墙永宁门内和大唐不夜城嘉年华所举行的线下活动所带来的热度助推效应。

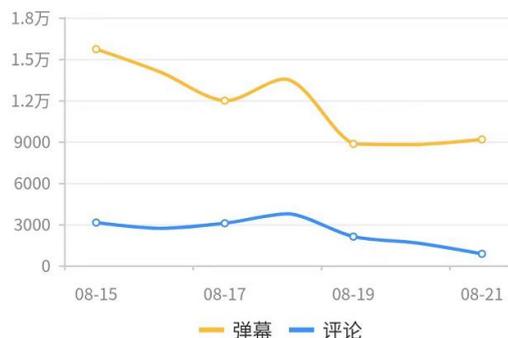


《长安十二时辰》在播期间的弹幕和评论讨论也非常火热，截至2019年8月22日，该剧由总弹幕数约363万条，总评论数26万条。

弹幕评论

总弹幕数 **363万**条 昨日弹幕数 **9147**条 昨日网剧第 **12**名 ↓
 总评论数 **26万**条 昨日评论数 **838**条 昨日网剧第 **16**名 ↓

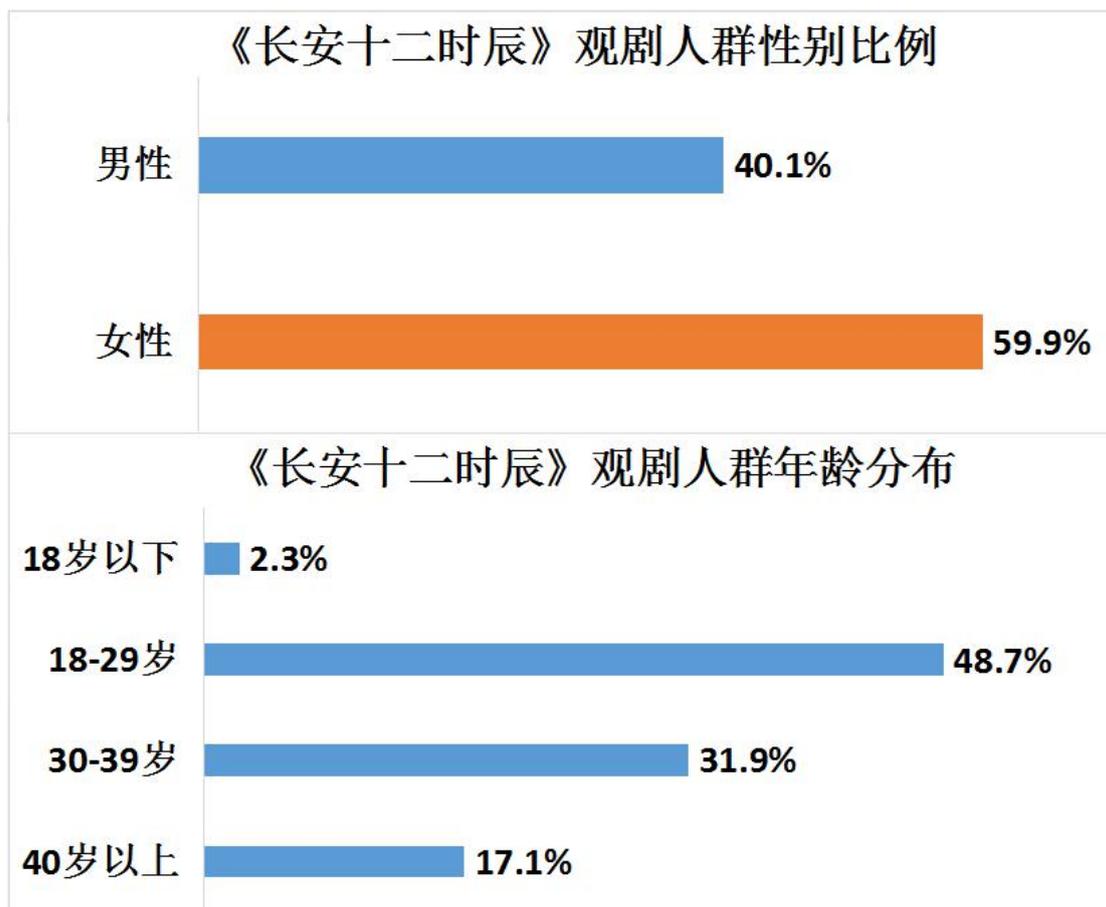
近一周 近一月 全部



《长安十二时辰》热播期间，微博和媒体关注度也非常高。如下面几张图所示，《长安十二时辰》官方微博粉丝数截至 2019 年 8 月 22 日已多达将近 230 万，微博相关话题阅读量更是高达 232 亿；全网新闻收录量约有 1.26 万篇，且在剧集热播期间，每日新闻收录量呈稳步增长趋势；微信公众号文章数也在剧集热播期间呈明显增长趋势。可见，《长安十二时辰》在整个 7 月、8 月的媒体热度均非常之高。



具体说到《长安十二时辰》追剧大军的用户画像，阿里大数据显示，在观剧人群中，女性多于男性，比例约为 6:4，18-39 岁之间的观众占比最高，超过 80%，另外年龄在 40 岁以上的人群占比也达到 17.1%。



《长安十二时辰》既有阳春白雪，又有下里巴人，这也促使其得以成功出圈。上线不久，《长安十二时辰》便以成功还原大唐气质的“硬核”的悬疑剧，在“铁甲圈”“文物圈”“唐服圈”等对剧中服化道的讨论中进一步发酵，“十二时辰”一词也迅速“走红”，引发现象级破圈。

网友发散出“全国十二时辰”，全民共同创作，一些城市地区先拥有了特征突出精妙入神的“十二时辰”，或于地方本身就有的的一些特色生活文化标签有关，或是跟时事热点结合，比如卷饼卷一切的山东十二时辰，垃圾分类带动全国的上海十二时辰，地貌复杂因此被概括为“找路”的重庆十二时辰……至此，“十二时辰”已经成为了一个标签，用来精准形容某种事物或者行为的特征。具有较强的网感，因此在年轻群体中传播范围广泛，并且不断裂变出新的词条，更有政务平台参与其中，央视新闻、人民日报、共青团中央、中国警方在线、中国消防、中国警察网等超过 1000 家政务蓝 V 为《长安》打 call，还创造出了“政法十二时辰”“网警十二时辰”“交警十二时辰”“公路十二时辰”等等，结合自己的职业给出不同的注解。#真实的长安十二时辰#置顶微博热搜，“十二时辰”词条成为了暑期档流量担当。

剧中美食也是其成功出圈的原因。没有油泼辣子却引起观众莫大食欲的水盆羊肉；

赤如火、亮如晶、甜如蜜、皮薄似纸，可以用麦秆吸食的火晶柿子；还有胡人从西域带到长安来的胡麻饼；热腾腾的面片汤；用鹦鹉杯引用的红葡萄酒；清新爽口提神的薄荷叶等等。因为该剧的火爆，相关美食的关注度和购买频率大幅增加。据饿了么数据显示，《长安十二时辰》热播期间，西安美食整体订单量环比暴增（比如，安徽马鞍山猛增 230%、新疆石河子也增加 45%），具体到剧中的热门美食：水盆羊肉订单量北京环比暴涨 133%、上海环比激增 62%；由火晶柿子制作的黄桂柿子饼，在西安的订单量环比猛增 63%。



在美食之外，《长安十二时辰》文化 IP 与广阔社会持续共振，也带动旅游等多个行业增长，搅动唐文化和古城西安文化升温。据飞猪数据显示，西安旅游周预定量同比增长 27%，而与该剧相关的历史文化类景点，如陕西历史博物馆、大唐芙蓉园、华清宫、大明宫国家遗址公园等人气不断走高，成为打卡热门地。该剧在优酷播放完结后的 8 月 18 日，优酷在西安城墙永宁门内举行相关活动，还在大唐不夜城嘉年华打造包括《长安十二时辰》“长安街”在内的三条沉浸式文化体验街道，实现线上线下联动。并且，当天的活动上，西安市曲江新区大唐不夜城步行街运营管理机构现代唐人街管理有限公司、阿里影业旗下 IP 交易及创新平台阿里鱼、《长安十二时辰》出品方之一的仁仁传媒签订了战略合作协议，宣布未来将以曲江新区“中国年·看西安”项目为契机展开战略合作。这是因一部热播剧集而带动的平台方、出品制作方与当地城市所展开的战略合

作，具有积极的意义。

原著小说的超高销量也成为了这部剧出圈的标志之一。在《长安十二时辰》热播期间，根据天猫读书和书旗相关数据，7月，《长安十二时辰》的纸质书销售量同比增加862%，电子书阅读人数日均环比增长818%。

不仅如此，《长安十二时辰》还成为国剧创新、文化自信的标志。据了解，该剧已于7月2日正式登陆海外市场，包括北美、马来西亚、新加坡、越南等多个线上平台和电视台，并且还以付费的模式，在Viki、Amazon和Youtube上线。

其实，国剧出海已非新鲜事，有优秀的案例在先，比如2017年高口碑热剧《白夜追凶》的成功出海，被Netflix买下版权。《长安十二时辰》的特别之处在哪儿？首先，它是首部采用付费模式在海外上线的华语剧集，选择真正靠实力检验观众认可度；其次，究其原因，除了精良的制作和节奏快速、跌宕起伏的剧情以外，剧集整体有着高完成度和统一风格，浸润至深的中国唐风古韵传递出来的文化特色，这是《长安十二时辰》上线以来颇受褒赞的重要原因之一，也是剧集出海的文化自信。

总之，《长安十二时辰》不仅立住了口碑，而且走出了影视圈，在文化、社会层面都引起了讨论。出圈又出海，用来形容“高分优秀选手”《长安十二时辰》并不过誉。

2.2 《陈情令》：见证粉丝力量的聚拢和裂变

《陈情令》改编自墨香铜臭小说《魔道祖师》，讲述了主人公魏无羡及其挚友蓝忘机锄奸扶弱、匡扶天下，守护百姓和平安乐的传奇故事。该剧格局辽阔，在中国传统文化意象的基础上构建了一个古意的世界。这里有少年侠气、轻剑快马，以魏无羡和蓝忘机为首的主人公们在这个世界里快意恩仇，也完成了自身的蜕变与成长。



不同以往，从立项到开拍，《陈情令》身上就背负着外界投来的各种目光。无论是它身上透露出来的圈层性、偶像化，亦或是力求做到的世家群像的厚重感，项目诞生开始，就势必要接受更多审视。这股审视来自上游的制作端，也来自下游的接受群体，如何定义这部剧作的属性，怎样在制作时搭建经纬，都考验制作者们。幸好，《陈情令》成功了。剧中有关岐山温氏、兰陵金氏、清河聂氏、云梦江氏、姑苏蓝氏五大世家的联系和故事走向，与小说略有不同，剧集《陈情令》开辟了一个新视角，人物情感吸引女性受众，搭建的仙侠世界又让男性观众找到了“起点爽文”的观感。

“青春化”“励志传奇”……多元素杂糅的《陈情令》在探索传奇剧作类型道路上拥抱更为年轻的大众，启用新生代演员，在传统国风的世界架构下，让市场看到传奇剧的另一种可能。

《陈情令》偏重故事情节发展与塑造人物成长，在选角上走的是高颜值青春范的套路，在剧情节奏上遵循传奇剧发展的紧凑与波折逻辑，叙事模式上采用信息量满满的倒叙。在开头前几集的云深不知处戏份中，所有重要角色逐一出场，并且草灰蛇线的铺垫下了身世背景。

快节奏是吸引观众的一大特点，从魏无羡回归、引发波折、与蓝忘机相认再到回忆过去，一波三折的剧情发展在开头两集就已交代清楚。除了主角的成长蜕变，《陈情令》在配角戏上也做到了出彩。所有出场的主要人物都各具鲜明性格，温柔的厌离师姐与傲娇的江澄是主角魏无羡珍视的家人，善良懵懂的蓝思追也能激起荧幕观众的“姨母心”。在云深不知处的听学情节中，各个世家的少年性格里也都暗含着各大家族的风貌脾性。戒规严谨的蓝氏一板一眼中也有着自己的圆融通透；居于水乡大泽的云梦江氏崇尚自然随心，因此能培养出魏无羡不羁洒脱的性格；尽显排场的兰陵金氏，把野心摆在明面上，也展现出性格里的骄傲矜持。而岐山温氏的自负与攻击性在演员举手投足间体现的淋漓尽致。配角与反派们都足够鲜明，故事发展不拖泥带水，情节推动快速的同时，少年们初期的意气风发与彼此的打闹相处都展现的恰到好处。

服化道上，《陈情令》的国风气质凸显在各个细节上。剧中五大家族均有其代表纹饰及特定的服饰妆容，如代表姑苏蓝氏的卷云纹，代表云梦江氏的九瓣莲花纹，代表兰陵金氏的牡丹纹，都是古代传统纹饰。而蓝氏家族佩戴的抹额，最早出自秦始皇时期，在以往影视剧中较为多见，比较典型的是在 87 版《红楼梦》中，贾宝玉、王熙凤等人便时常佩戴抹额。为了更好的体现中华美学，《陈情令》的配乐由音乐大师林海操刀，剧中气氛的烘托塑造都是依托于这些精妙的配乐。

《陈情令》的精神内核是侠义与家国情怀的兼具。魏无羡与蓝忘机身为侠义之士，在一路历经坎坷阴谋，最终锄奸扶弱、匡扶天下、完成自我成长。魏无羡由最初的坎坷到重振自我，与挚友蓝忘机共同完成拯救天下的历程，充满戏剧冲突与波折，而演员本身自带的青春化也给故事增添了励志气质。

在“青春化”这方面，《陈情令》除了启用新生代演员保证视觉美感之外，在故事基调上也更加活泼，虽然是男主历经劫难的蜕变史，但《陈情令》在保证故事紧凑的基础上也添加了大量主人公们在姑苏听学相处、师姐江澄无羡三人组的温馨日常。

总之，亮眼的人设、传奇性的故事背景、更为宏大的气质内核，在故事立意到制作水准等各个方面，《陈情令》在传奇剧的年轻化上做出了新的尝试。而在传奇剧的背景下，魏无羡及其挚友蓝忘机的成长历程也引发了极大的关注，从微博再到豆瓣贴吧，有关《陈情令》的安利讨论贴热度一直很高。作为一部自带少年侠气的传奇向剧集，《陈情令》在受众层面成功突破次元壁，在各个圈层中都取得了不错的反馈。

《陈情令》豆瓣口碑尽管在开播时只有 4.8 分，随着剧情展开，口碑逐渐抬升，截至 8 月 31 日已达 8.0 分。可见观众对其口碑的认可。被戏称为“爆爆令”的这部双男主剧集，虽然爆的节点和原因都有迹可循，但是指向的原因是一致的：剧集属性和剧集质量相互加成，使得《陈情令》从“真香”走到“口碑”。

陈情令 (2019)



导演: 郑伟文 / 陈家霖
编剧: 杨夏 / 邓宥瑜 / 马竞 / 郭光韵
主演: 肖战 / 王一博 / 孟子义 / 宣璐 / 于斌 / 更多...
类型: 剧情 / 古装
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-06-27(中国大陆)
集数: 50
单集片长: 45分钟
又名: 魔道祖师之陈情令 / The Untamed

豆瓣评分



豆瓣评分



13748
影评数

580956
评分人数

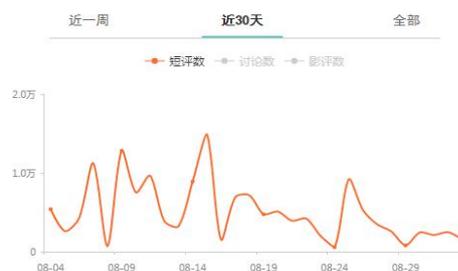
264649
短评数

0
讨论数

豆瓣评分趋势

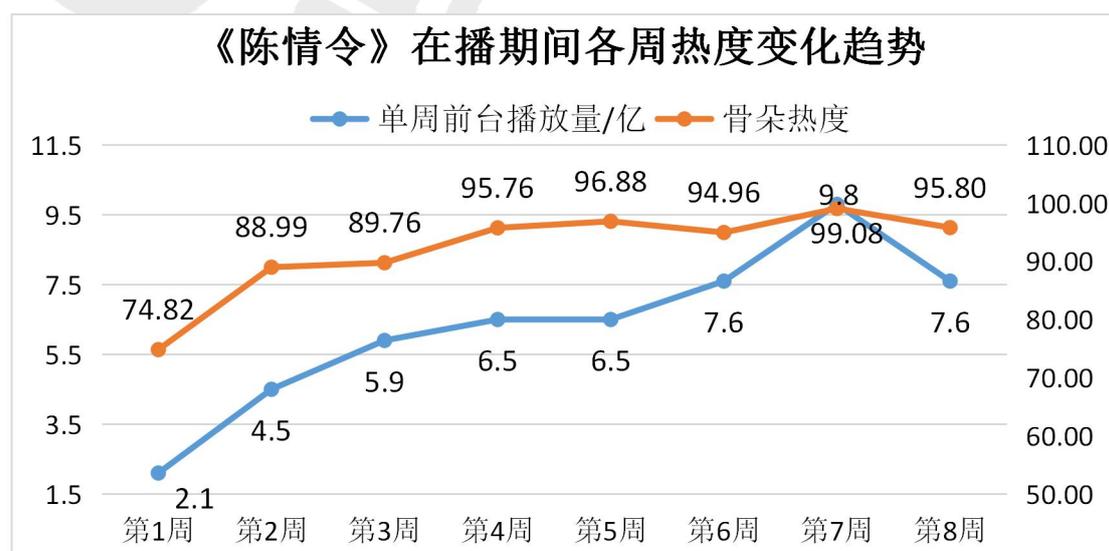


影评讨论趋势



《陈情令》在播期间前台播放量和热度都非常之高。如下图所示，据骨朵数据统计，在该剧开播第1周，前台播放量就超过2亿，随后每周前台播放量均呈上涨趋势，截至2019年8月8日，该剧的前台总播放量已高达38亿。《陈情令》的骨朵热度也非常高，自开播第1周的骨朵热度就达73.55，第2周热度将近90，从第3周开始，骨朵热度更是超过90，甚至超过97。

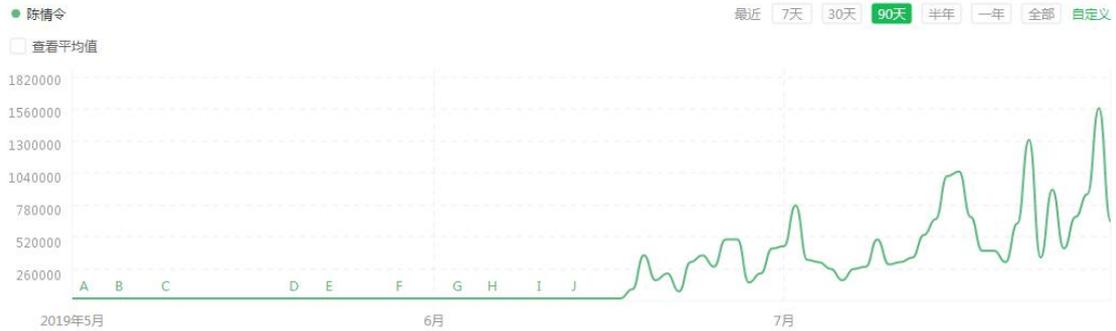
不仅如此，在即将大结局的节点上，《陈情令》的话题被再次引爆，这次无关剧情，事关粉丝的真心和白银：会员可购买获得超前点播特权，提前一周看大结局，而在不到24小时的时间内，就有超过250万观众选择以付费点播的形式提前解锁《陈情令》大结局，而腾讯视频此番操作的收益也超过7500万元。这一事件为《陈情令》盖了一个章，它不再是一部简单的双男主剧，它见证了粉丝力量的聚拢和裂变。不过，《陈情令》的超前点播模式也引来种种争议。这一模式未来能否成为网络剧集行业大趋势，尚有待观察。应该说，当视频平台会员累积到一定规模，付费习惯被培养，会员根据付出的不同资金，而获得相应的会员服务，整个过程是分批次、分阶层的。



百度指数方面，《陈情令》在开播的当天迅速飙升，之后一直维持在高位，并在7月18日达到最高值490471。



360 趋势方面,《陈情令》在开播的当天上升明显,之后也一直处于曲折攀爬状态,并在 8 月 6 日达到最高值 1558609。



截至 2019 年 8 月 22 日,《陈情令》的总弹幕数多达 491 万条,总评论数也高达 143 万条。



2.3 《宸汐缘》：“真香”仙侠剧，展现东方之美

《宸汐缘》讲述了九宸和灵汐之间,历经种种磨难、辗转几重悲欢,依然坚定守护苍生、执着痴候所爱的故事。



从开播之初的不被看好，再到凭借喜剧气质与动人感情扭转初印象，《宸汐缘》的厚积薄发引人注目。该剧在骨朵热度排行榜上的排名逐渐升高，豆瓣评分也在逐步上升，从最初的 5.5 分爬升至 8 月 31 日的 7.9 分，并在 9 月初又升至 8.0 分。事实上三集一过，剧情进展到男主九宸因为谣言召来女主灵汐对质，本是冰山气质的男主，在一番斗嘴中却尽显喜剧气质。追剧至此的粉丝，也从此走上了“哈哈哈哈哈我笑不动了”的真香追剧路。所以说，这样的逆袭与《宸汐缘》自身轻喜剧风格息息相关。极致感情加上搞笑元素，《宸汐缘》选择以“趣”突破窠臼，无疑是聪明的做法。

宸汐缘 (2019)



导演: 林玉芬 / 梁胜权 / 任海涛 / 郭虎
 编剧: 赵娜 / 陈丽雯 / 江月华
 主演: 张震 / 倪妮 / 李东学 / 张芷溪 / 李嘉铭 / 更多...
 类型: 剧情 / 爱情 / 奇幻 / 古装
 制片国家/地区: 中国大陆
 语言: 汉语普通话
 首播: 2019-07-15(中国大陆)
 集数: 60
 单集片长: 45分钟
 又名: 三生三世宸汐缘 / Love and Destiny

豆瓣评分



豆瓣评分



3545
影评数

105884
评分人数

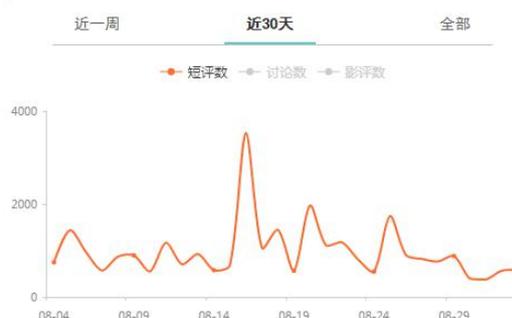
47378
短评数

0
讨论数

豆瓣评分趋势



影评讨论趋势



导演林玉芬坦言，《宸汐缘》最大的不同就是它的喜剧感。“这部剧我们打造的方向其实是老少咸宜，就是可以让一家人都坐在一起看的电视剧。这也是跟以往作品最大的不一样。因此，这部剧会加入很多轻松的元素，节奏与台词上都会让大家看得更加轻松。”比如男主九宸的侍女十三作为剧中最大的笑点担当，导演在这个人物上设计了很多反差来烘托笑点。“十三本身以前是一个男性，是男主的部下，追随男主去打仗。但后面性别转换成女性。所以我为了有这样的反差，就找了一个身高很高的演员来饰演这个角色。”于是，十三刚出场时，观众看到就是一个身形高大、却又满头插满红花的形

象。十三曾是男性，因此在外形上，就与传统理念中娇小的女性有所区别。而她诸多细节上的反差比如都为剧中增添了笑点。除了仿照女子打扮但不得其法，妆容被九宸嫌弃；被九宸要求监视女主，后面不自觉睡着之后开始打呼；到脾气暴躁，穿着仙气飘飘的纱裙也依然是翘脚坐的豪放坐姿。

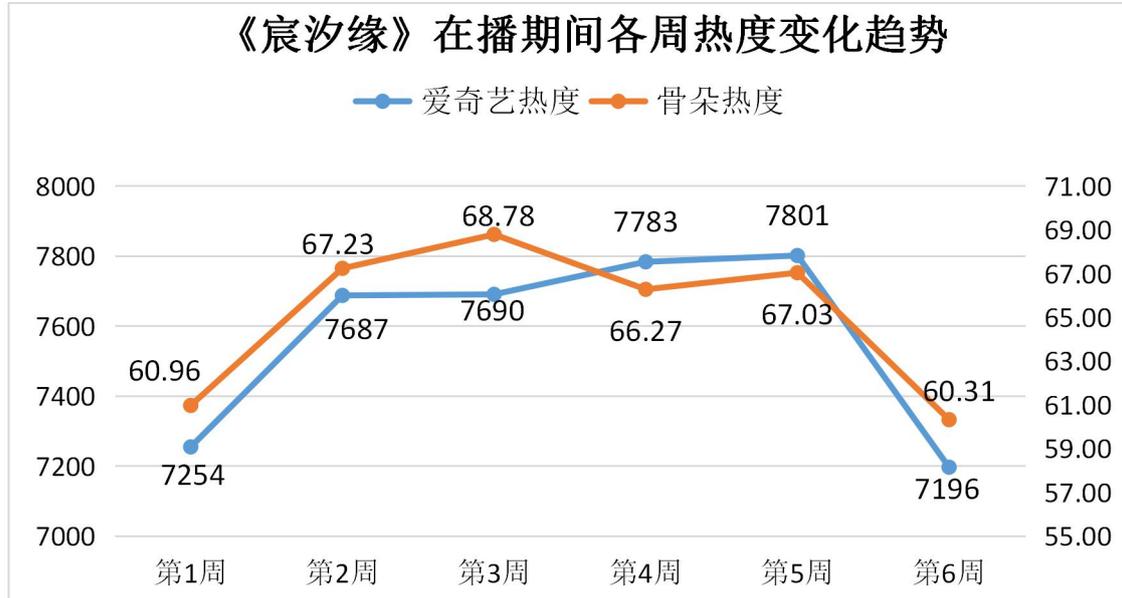
人物塑造的反差与笑点，各个角色的饱满人设与背景故事都让《宸汐缘》更为接地气。主角们也不再是爱情剧千篇一律的红尘男女，他们都遵循本心做出自己的选择，不再是谈着悬浮的爱恋，泪点与笑点都有着足够的细节支撑，生活化的气息也让人物的塑造更加的可信，也让观众更加具有代入感。

既然是“老少咸宜”的风格，《宸汐缘》的“情”就不再拘泥于典型爱情剧中的“儿女情长”。林玉芬表示：“这部剧聚焦在情上面，但这里面的情有很多种：比如说有乐伯对灵汐的拳拳爱女之情，也有九宸与灵汐的男女之情，当然云风对九宸的忠心耿耿与维护，这也是师兄弟之间的爱。包括九宸在前期隐瞒牺牲部下的入魔，来保护其家族不受牵连。这样的体恤与保护其实他作为战神，他有自我肩负的责任，他也做出了很大的牺牲。”这些情感里面，有悯恤苍生的大爱，也有小爱。不可避免的，这些大爱与小情也会遭遇矛盾与冲突。就在这些冲突中，人性本真与情感的可贵就在这种极致下得到升华。当女主角的身世被揭开，在保护爱人周全与所谓的维护正道上，男主角九宸与师父论道展露本心的剧情小高潮里，观众看到的不只是男主角情感激发的点，还有剧中对于道义与情的思考。

天尊口中的天道、命运看似不可撼动，但就算是天也没有办法左右每一个活生生的意志，在这一点上，每个生命都是等同的。因此当天尊在听九宸说出“遵己之道”时，也是极为震撼。如果五万年前杀尽十万天兵以除魔的九宸，或许会认同天尊的“天道不可违”。但遇到灵汐之后，他经历了另一重境界。这就是爱情的伟大，个人的亲情、友情、爱情，看似是小爱，但正是这些在“天”看来微不足道的感情，才构成了芸芸众生的全部救赎。”

有情深至若此，这也是《宸汐缘》极致情感美学的最大体现。而最新剧情中，顶着重重压力的九宸想到了让灵汐下凡渡劫净化魔气的方法，于是我们看到如同《麦琪的礼物》般的阴差阳错。九宸用自己的女娲石心与神农鼎交换，而得知情况的灵汐又用耳识交换了火精来救助九宸。失去耳识的灵汐无法得知真相，被爱人亲手行刑成了当晚最大的虐点，引来观影的又一热潮。这或许也证是《宸汐缘》真香的终极秘密，靠剧情与演技才能笑到最后。

《宸汐缘》在播期间热度较高。如下图所示，自开播第 1 周的爱奇艺热度 7252，至第二周开始基本稳定在 7600 以上。该剧的骨朵热度走势也基本相同，自开播第 1 周的骨朵热度 60.85，至第 2 周开始就基本稳定在 66 以上。



百度指数方面，《宸汐缘》在开播当天呈现出狂飙突进式的猛增，并在 7 月 15 日（即开播当天）达到最高值 1462521。不过之后大幅下降，平均值维持在 300000 上下。



360 趋势方面，《宸汐缘》在开播的第二天快速增长，之后随着剧集的更新而有所起伏。在 7 月 25 日达到第二高值 306652，并在 8 月 6 日达到最高值 341902。



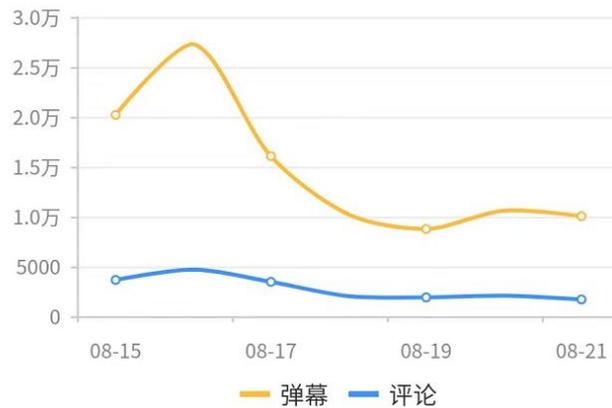
截至 2019 年 8 月 22 日,《宸汐缘》的总弹幕数有 98 万条,总评论数 9 万条。

弹幕 评论

总弹幕数 **98万** 条 昨日弹幕数 **1万** 条 昨日网剧第 **11** 名 ↓

总评论数 **9万** 条 昨日评论数 **1690** 条 昨日网剧第 **12** 名 ↓

近一周 近一月 全部



2.4 《天雷一部之春花秋月》：剧情甜雷、人设创新，小成本剧奇袭暑期档

《天雷一部之春花秋月》(以下简称《春花秋月》)改编自蜀客小说《穿越之天雷一部》，讲述了生活在未来的女主，为了体验爱情以“春花”的名字穿越到一个架空的武侠世界中，先后跟萧白和上官秋月相遇，由此展开了一系列啼笑皆非又浪漫温情的爱情故事。



剧情紧凑、情节欢脱、演员灵气逼人，在剧中的高甜情节中还掺杂着不少“雷”点，在满足女性观众对于美好爱情的幻想的同时，欢乐不断。不论是演员选择还是场景设置，《春花秋月》都是严格按照“小而美”网剧规格打造的。在这个暑期档的网络剧中，该剧不论是优酷热度还是骨朵热度，在独播平台优酷上的热度都仅次于高成本、大制作网剧《长安十二时辰》。

自网剧市场爆火以来，甜宠剧凭借甜而不腻的剧情，轻松幽默的风格，在“她经济”浪潮中，轻松俘获少女心，成为了视频平台中小体量网剧的流量担当。然而，题材的流行带来同质化的乏味，《天雷一部之春花秋月》如何在拥堵的甜宠剧市场中脱颖而出，本就是摆在制片方和平台方眼前的一道难题。

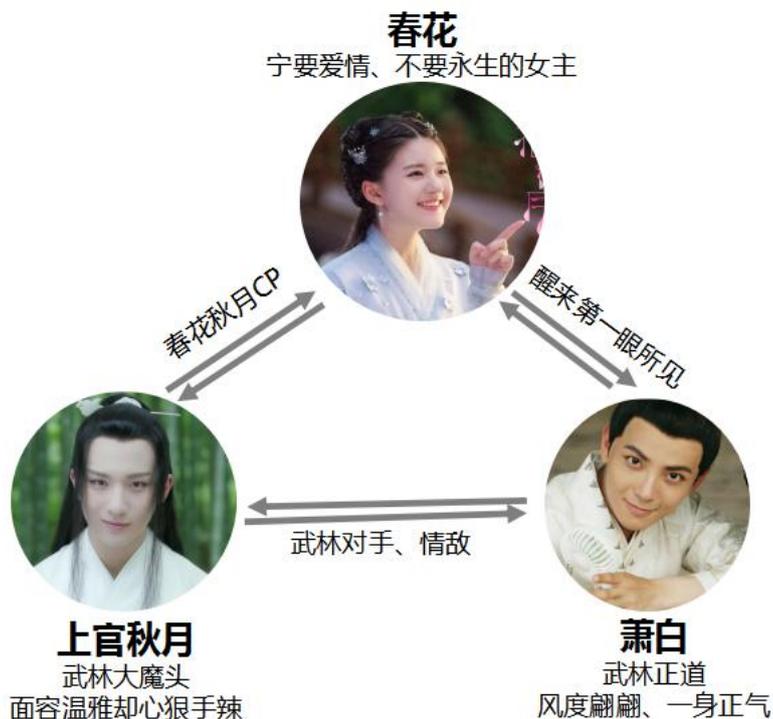
并且，在“兵家必争之地”的暑期档，尤其是今年的暑期档竞争已进入白热化阶段。《长安十二时辰》《陈情令》两部热剧拉开鏖战的序幕，《亲爱的，热爱的》《宸汐缘》《九州缥缈录》等紧随其后，热度高企，堪称神仙打架。然而，在这一众剧集中，小成本网剧《春花秋月》能够突出重围，着实不易。

在故事开篇，《春花秋月》就抛出了女主春花的世界观和爱情观，即在永生与爱情之间，她毫不犹豫地选择了爱情，对于真爱的憧憬与每一位普通小女孩并无二致。因此，该剧的剧情核心其实就是一个女孩寻找真爱的故事。而坚定选择爱情的春花，勇敢追爱，看似是一名傻白甜，实际上她聪明、独立，拥有自己的思考能力。坚信“第一眼法则”闯入武侠世界后，她一边博取萧白的喜爱，一边与上官秋月虚与委蛇，为观众带来不少笑料。

《春花秋月》导演黄纯说：“这部剧把大众定义的男一号设定为男二号，把大众定义的反派一号设定为男一号。”剧中男主角上官秋月竟然是魔道，他面容温雅却心狠手辣，为达目的不择手段，起初接近春花也只为利用。而男二号萧白风度翩翩、一身正气，是武林盟主的儿子，也是白月光，他与春花的互动也颇为甜蜜，被不少人误以为是男一号。于是，春花就夹在正魔两方的中间艰难地寻找着自己的真爱。这样出人意表且反其道而行之的设定，个性十足、不落俗套，使得《春花秋月》区别于市场上流行的古装言情类甜宠剧，成功打出差异化。而该剧的结尾，上官秋月称霸江湖和春花之间选择了后者，为了春花，他甘愿放弃一统武林的野心，所以上官秋月才是春花要去珍惜的人，最后大结局上官秋月和春花走到一起。

《天雷一部之春花秋月》

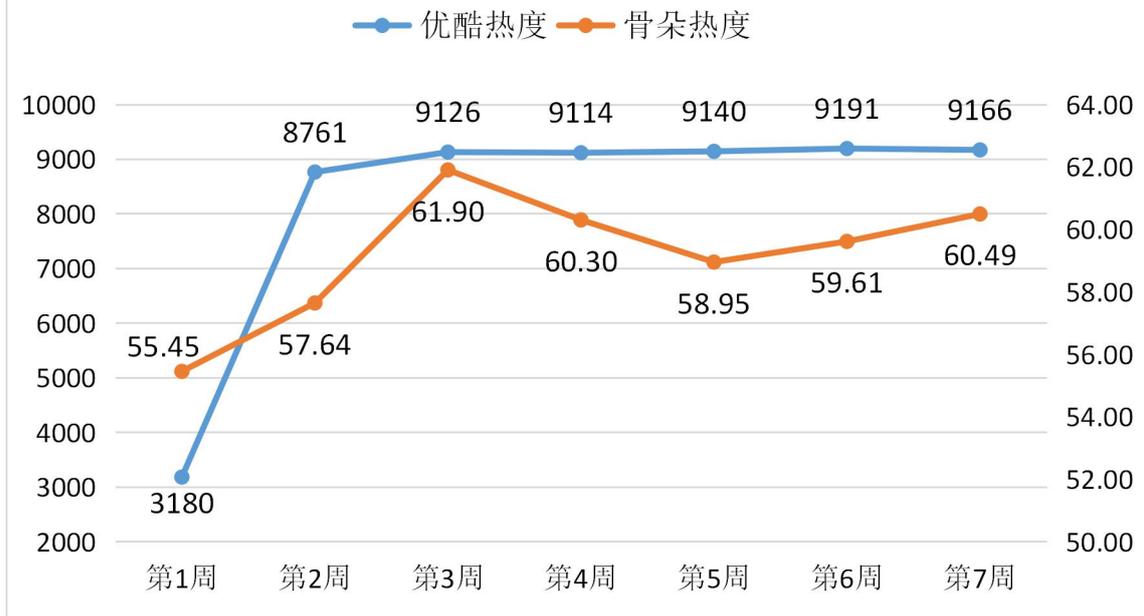
三位主角关系图



优酷剧集中心总经理谢颖告诉骨朵，阿里文娱在宣发、产品技术和内容三个方面全面打通，取得阶段性胜利，《春花秋月》作为阿里影业出品，在优酷独家播出的剧集项目，正是阿里文娱在内容打通的一个典型案例。她透露，在内容策略方面，优酷开始减少腿部内容，建设头、腰部精品，同时向 19-35 岁年轻女性向剧集倾斜。“《春花秋月》是我们在暑期档推出的一部小而美的古装甜宠剧，精准定位在年轻女性受众的圈层群体，用轻松搞笑、甜雷不断的剧情直击少女心”，谢颖表示，“在未来，优酷也会陆续为用户呈现更多类型丰富的剧集，满足当下用户的需求。”

《春花秋月》在播期间热度较高。如下图所示，自开播第 2 周开始，该剧的优酷热度飙升至 8700 多，而从第三周开始，优酷热度超过 9000。并且在播期间，该剧的骨朵热度也较高，均值大约为 60。

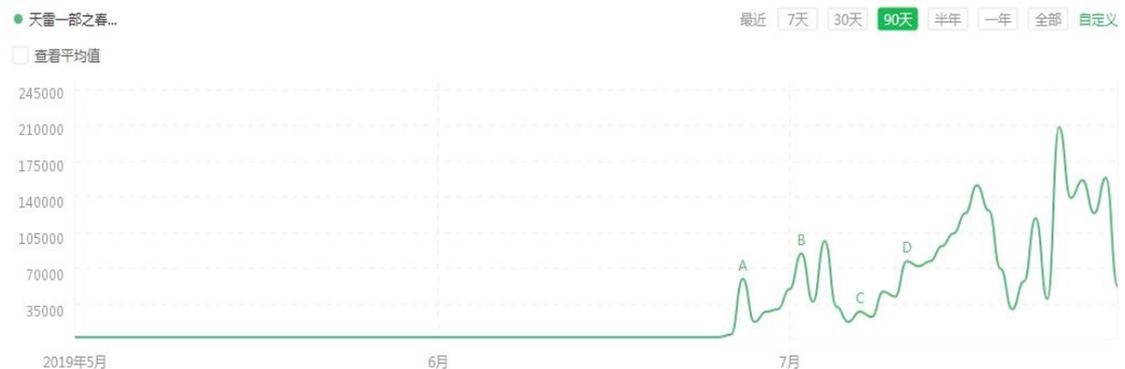
《天雷一部之春花秋月》 在播期间每周热度变化趋势



百度指数方面，《春花秋月》在开播的当天迅速飙升，之后一直维持在高位，并在7月10日达到最高值88219。



360趋势方面，《春花秋月》在开播当天上升明显，并在开播第二天达到第一个小高峰，之后一直呈上升态势，并在8月2日达到最高值207790。



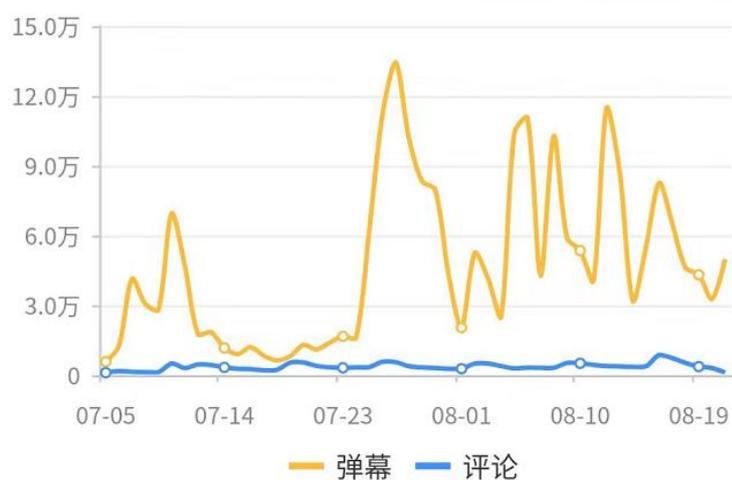
《春花秋月》在播期间的弹幕和评论讨论也非常火热，截至 2019 年 8 月 21 日，该剧有总弹幕数高达 404 万条，总评论数 18 万条。

弹幕 评论

总弹幕数 **404万** 条 昨日弹幕数 **5万** 条 昨日网剧第 **4** 名 **||**

总评论数 **18万** 条 昨日评论数 **1153** 条 昨日网剧第 **13** 名 **↓**

近一周 近一月 全部



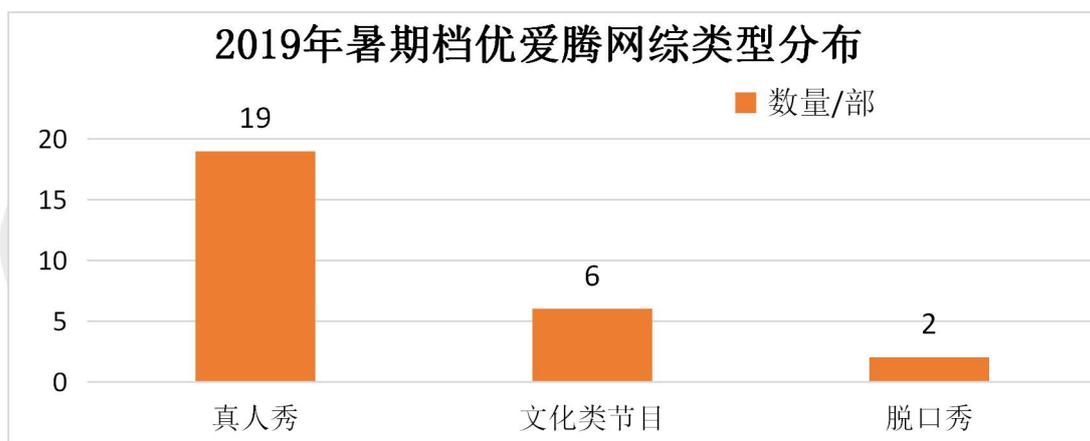
暑期档网络综艺篇：

街舞破圈
文化为魂

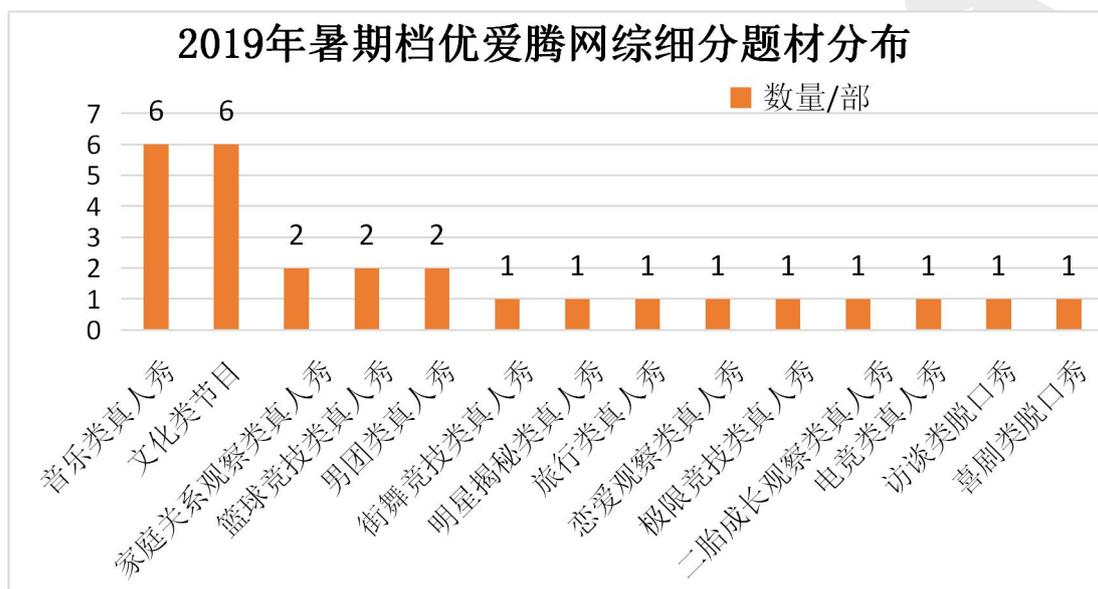
1. 暑期档网综行业数据与平台分析

1.1 真人秀网综涉及 11 大题材，优酷文化类节目独霸暑期档

在网综方面，据骨朵数据统计，2019 年暑期档优爱腾三大平台共上线有网综节目 27 档。（由于网综节目的更新频次和期数跟网剧不同，故而我们也将 5 月开播，暑期档期间热播的网综节目统计在内。比如优酷独播的《这！就是街舞》第二季开播于 5 月 18 日，收官于 8 月 3 日，跨越大半个暑期档。）若按大类型来划分，真人秀节目多达 19 部，文化类节目 6 部，脱口秀节目 2 部。



若对这些网综节目进行题材细分，如下图所示，比如真人秀共有 11 个题材，包括音乐类真人秀、家庭关系观察类真人秀、街舞竞技类真人秀、篮球竞技类真人秀等，再比如脱口秀，则包括访谈类脱口秀、喜剧类脱口秀。其中，2019 年暑期档热度最高的 3 档网综节目是优酷《这！就是街舞》第二季、爱奇艺《中国新说唱 2019》和腾讯视频《明日之子》第三季。



这个暑期档数量最多的细分题材网综为音乐类真人秀和文化类节目,均有6档之多。这6档音乐类真人秀包括优酷独播的《一起乐队吧》,爱奇艺独播的《中国新说唱2019》《乐队的夏天》《我们的演唱会》,腾讯视频独播的《明日之子》第三季、《合唱吧!300》;这6档文化类节目分别是《圆桌派》第四季、《一千零一夜》第四季、《梅毅说中国史》《梅毅说中国史之长安风物》《这就是长安》和《邻家诗话》,其中,前5档节目均为优酷独家播出的,后1档节目为腾讯视频独播。

在文化类网综和文化类纪录片等领域,优酷一直保持自身独特优势。近几年来大量招徕文化名人坐镇主讲或主持文化类节目,有多档节目已形成较大的影响力,比如高晓松主讲的《晓说》、窦文涛担任主持人的《圆桌派》、梁文道主讲的《一千零一夜》、陈丹青主讲的《局部》、马世芳主讲的《听说》、马未都主讲的《观复嘟嘟》,以及微纪录片《了不起的匠人》等等。

就今年暑期档在优酷独家上线的这5档文化类网综中,仍以《圆桌派》第四季和《一千零一夜》第四季最具品质,且最具影响力。这2档节目已形成成熟的文化品牌,窦文涛、梁文道也成为节目最显著的特征。前者呼朋引伴,在室内,围着一张圆桌,焚一炉香,饮一杯茶,海阔天空,无所不谈;后者头戴礼帽,身穿道袍,走在深夜的城市街头,介绍一本书,孤寂幽静,娓娓道来。

圆桌派 第四季 (2019)



导演: 苏雷
 主演: 窦文涛 / 周迅 / 马未都 / 陈坤 / 梁文道 / 更多...
 类型: 脱口秀
 制片国家/地区: 中国大陆
 语言: 汉语普通话
 首播: 2019-06-17(中国大陆)
 集数: 30
 单集片长: 60分钟



一千零一夜 第四季 (2019)



导演: 谢徽
 主演: 梁文道
 类型: 脱口秀
 制片国家/地区: 中国大陆
 语言: 汉语普通话
 首播: 2019-06-05(中国大陆)
 集数: 12
 单集片长: 35分钟
 又名: 看理想·一千零一夜 第四季

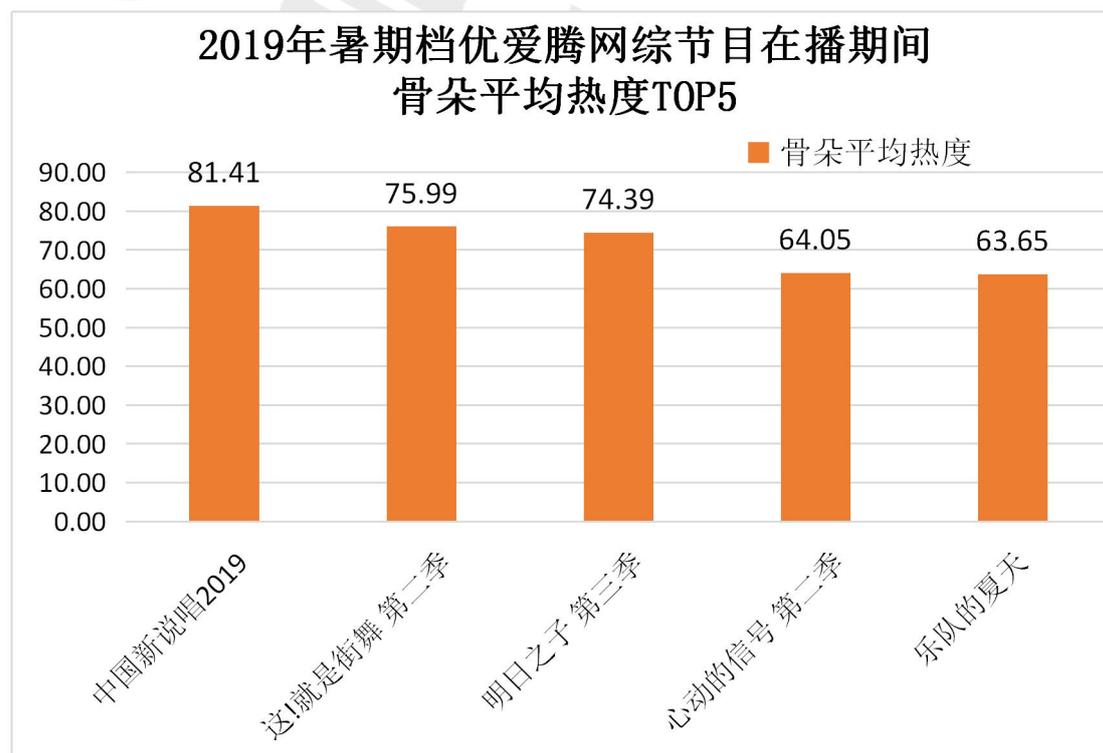


《梅毅说中国史》的主讲人为梅毅，该节目由中国第一个大一统王朝秦朝开始讲起，按照时间脉络，目前已讲至西汉时期。《梅毅说中国史之长安风物》和《这就是长安》可以说是对爆款网剧《长安十二时辰》的节目解读，前者主讲人仍是梅毅，后者则是以主持人跟作家马伯庸对谈的方式展开，每期节目一个相关知识点，包括长安美食、干谒诗、金鱼袋的作用、望楼通讯系统、唐代计时方法等等。这也从侧面印证了网剧《长安十二时辰》辐射和出圈能力。

1.2 《这！就是街舞》第二季以弹幕数 130 万条夺冠

骨朵数据对暑期档优爱腾三大平台上线网综节目做了骨朵平均热度分析。我们取这些网综节目自开播之日至完结当天这段时间的骨朵每天热度的平均值，如果该剧截至 8 月 20 日仍未完结，那么我们取截至 8 月 20 日当天的骨朵热度，来计算该剧的骨朵平均热度。

下图为 2019 年暑期档优爱腾网综节目骨朵平均热度 TOP5。其中，爱奇艺独播的《中国新说唱 2019》和优酷独播的《这！就是街舞》第二季名列暑期档网综热度榜前两位。



弹幕方面，据骨朵数据统计，截至 8 月 20 日，仍是优酷《这！就是街舞》第二季的弹幕数最多，达 130 万条，其次是腾讯视频《明日之子》第三季，有 126 万条，第三位是优酷和芒果 TV 联合播出的《我最爱的女人们》，弹幕数也高达 113 万。

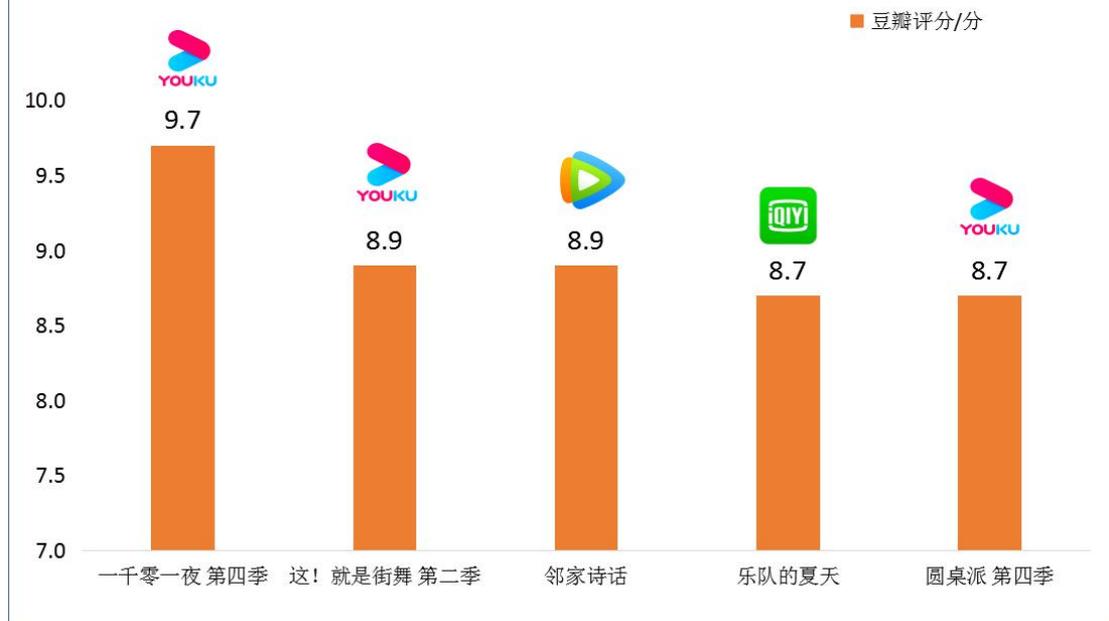


1.3 优酷网综成口碑赢家，三档节目豆瓣评分超 8.5

据骨朵数据统计，截至 8 月 20 日，暑期档 27 部网综有豆瓣评分的为 16 部。其中，豆瓣评分最高的为优酷独播的文化类节目《一千零一夜》第四季，高达 9.7 分。其次同样为优酷独播的《这！就是街舞》第二季，豆瓣评分收官后仍高达 8.9 分，该节目作为优酷超级网综和综 N 代的成功范例，其匠心品质足见优酷精益求精的价值坚守和持续输出优质内容的平台能力。与此同时，从《这！就是街舞》、《这！就是铁甲》、《这！就是灌篮》、再到如今的《一起乐队吧》，不难看出，优酷近两年持续关注年轻人成长，深耕圈层文化，力求通过爆款综艺的影响力传递正能量，引领垂直领域潮流文化的“破圈”。

骨朵数据列出了暑期档期间豆瓣评分 TOP5 的网络综艺节目如下。可知，TOP5 中，优酷独占 3 席，口碑优势明显。

2019年暑期档优爱腾网络综艺豆瓣评分TOP5



《这！就是街舞》第二季在5月18日开播当天即在豆瓣以9.7分的超高口碑开分，截至8月31日，豆瓣评分仍保持在8.9分的高位，并且，评分人数将近7.4万，豆瓣短评数也有超过2.2万条。骨朵数据对该网综节目的豆瓣短评进行了关键词提取，并制作了词云图如下。可知，在四大导师中，“易烱千玺”“吴建豪”的豆瓣短评关注度非常之高，其次是“韩庚”和“罗志祥”。另外，“神仙打架”“全程高能”“battle”“节奏感”“制作精良”是豆瓣短评提及率颇高的词汇，这充分说明了观众对《这！就是街舞》第二季的普遍认可。



作为一档“综二代”节目，《这！就是街舞》第二季不负众望，取得口碑和热度双收的佳绩实非易事，甚至在口碑上超过第一季。面对观众对综二代乃至综N代益发严苛的要求，平台方所要做的就是超越自己，对节目不断创新升级。比如在《这！就是街舞》第二季中，选手赛制较第一季做了调整和优化，更大地突显了街舞竞技的对抗性和激烈程度，使节目内容丰富，节奏感更强，看点也更多。8月25日，优酷另一档综二代节目《这！就是灌篮》第二季上线，同样在第一季的基础上有所优化和升级。第二季投入了更高级别的专业配置，通过更专业化的赛制、更激烈的对抗和竞争，以“极致专业”的态度来呈现竞技性与观赏性的碰撞。



这！就是街舞 第二季 (2019) [剧集] [可播放]

★★★★★ 8.9 (73802人评价)

中国大陆 / 运动 / 歌舞 / 真人秀 / 这就是街舞 / 这就是街舞 第二季 / 120分钟
陆伟 / 易烊千玺 / 罗志祥 / 韩庚 / 吴建豪



这！就是街舞 第一季 (2018) [剧集] [可播放]

★★★★★ 8.6 (61117人评价)

中国大陆 / 歌舞 / 真人秀 / 这就是街舞 / Street Dance of China / 90分钟
陆伟 / 易烊千玺 / 黄子韬 / 罗志祥 / 韩庚

话题再回到暑期档高口碑网综节目上，包括高口碑的《这！就是街舞》第二季在内，2019年暑期档优爱腾三大平台上线的网综节目中，豆瓣评分8.7分及以上的网络综艺有5部，其中，优酷数量最多，达3档，分别是《这！就是街舞》第二季、《一千零一夜》第四季和《圆桌派》第四季。关于《一千零一夜》第四季，豆瓣评论称：“依旧不变的是梁文道一边走一边对着镜头嘚吧嘚，真香。”“在充满烟火气的街头讲述一本书或一个作者，有种平凡生活里寻一处世外桃源的感觉。”《圆桌派》第四季也保持了《圆桌派》系列节目一贯的高水准，并且每期节目所讨论的话题也更趋于热点化、年轻化，比如隐形贫困人口、996工作制、原生家庭、明星婚姻、中国式人际关系等等，这些话题更加敏锐深刻，也更切中社会肌理。

2. 暑期档网综行业案例分析

在网络综艺方面，率先掀起暑期档热潮的是优酷独播的《这！就是街舞》第二季。

其实该节目早在暑期档来到之前的5月中下旬已经进入佳境，而进入6月、7月，《这！就是街舞》第二季的热度也越来越高，燃爆了整个暑期档。随后，5月底，爱奇艺《乐队的夏天》，6月中旬，爱奇艺《中国新说唱2019》和腾讯视频《明日之子》第三季陆续上线，成为争夺暑期档观众注意力的热门综艺。这几档头部网综的比拼凸显了优爱腾各自不同的特点。

2.1 《这！就是街舞》第二季：口碑热度双赢，阿里生态共振全链打造超级IP

《这！就是街舞》第二季是名副其实的暑期档综艺爆款。该节目从第1期开始就像上一季总决赛一样燃，并且，冠军之夜也拉开了足够大的排场，制造了巨大的影响力，成为整个街舞行业的高光时刻。《这！就是街舞》第二季善始敬终，口碑和热度绝佳。在热播期间，节目给观众带来了一拨又一拨的惊喜。



以 peace、love、respect 以及 battle 为核心，《这！就是街舞》第二季打造了一场竞技与艺术并行、爱与信仰兼容的街舞盛典。该节目由优酷和灿星联合出品。导演组是《中国达人秀》的原班人马，他们在真人秀的价值观与制作理念上受《中国达人秀》影响颇深。并且，灿星非常擅长做音乐和舞蹈类节目，他们也有自己一脉相承的制作理念：永远要在舞台上，让观众看到一代中国人的群像。在《这！就是街舞》第二季总导演陆伟看来，《这！就是街舞》要做到的，就是展现当代中国年轻人的群像，和通过街舞文化触发年轻人的共鸣，让他们感受到美好。如何潜移默化的向受众传递正确的价值观，是每一位内容创作者都需要思考的问题，节目组依靠合理而对抗激烈的赛制和内容

模式，把《这！就是街舞》想表达的价值观通过舞者的才艺和情感自然地激发出来，观众也很快被感染，并沉浸其中。或许该节目成功的秘诀之一就在于，把《这！就是街舞》还给街舞竞技本身，而非舍本逐末地去追求节目效果。

这！就是街舞 第二季 (2019)



导演: 陆伟
编剧: 王晨辰
主演: 易烊千玺 / 罗志祥 / 韩庚 / 吴建豪
类型: 歌舞 / 运动 / 真人秀
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-05-18(中国大陆)
季数: 2
集数: 12
单集片长: 120分钟

豆瓣评分

8.9  73802人评价

5星	61.2%
4星	28.1%
3星	7.7%
2星	1.2%
1星	1.9%

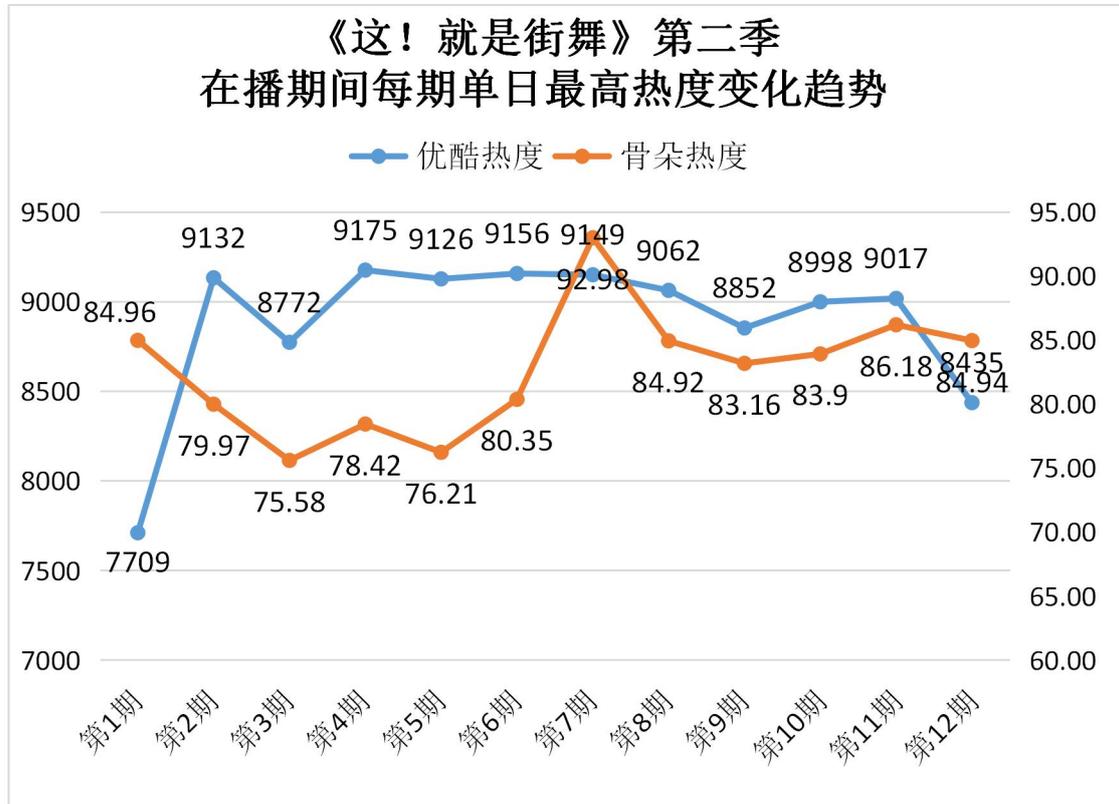
如果说《这！就是街舞》第一季的愿景是力求成为一档好看的综艺节目，那么第二季则是想将其做成一个真正的综艺 IP，将触角延伸到电商、巡演赛事、舞者培训等多个层面，将节目的影响力带回给街舞产业本身。因此，除了节目的高口碑热播，优酷也不断依托阿里生态联动带来的品效提升以及基于街舞 IP 的产业化开发，推动着本季街舞实现全面进阶和实力破圈。

在第一季衍生品开发的基础上，阿里文娱内容和电商联动的生态势能在《这！就是街舞》第二季中获得了更极致的体现。据优酷《这！就是街舞》第二季项目总负责人刘栋介绍，基于街舞 IP 授权，阿里文娱今年共开发超过 50 个品类 130 多种衍生品，其中明星队长吴建豪在节目中带火的筋膜枪便是一个典型案例：天猫数据显示，节目上线日天猫筋膜枪搜索及销售量明显上涨，销售同比上涨近 300%，并带动 618 期间天猫小器械二级类目成交同比超 1000%。

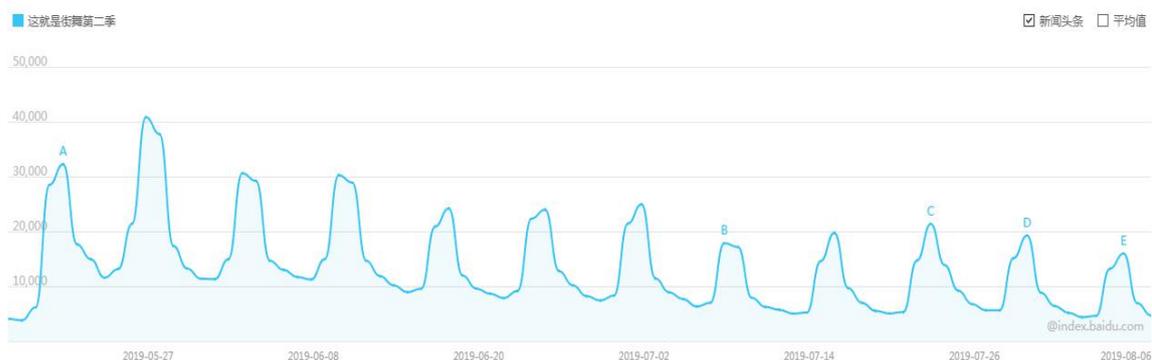
从线上“炸”到线下的不止《这！就是街舞》联名限量款筋膜枪，还有街舞巡演。由优酷、大麦网旗下自营演出品牌 Mailive、HHIChina 联合出品的《这！就是街舞》首次官方巡演“城市大师秀”于 8 月正式启动，除首站北京已圆满落幕外，后续还将落地深圳、上海、杭州等城市。这也意味着，继《这！就是街舞》第二季超 5000 人顶级决赛现场录制后，国产综艺和中国街舞将再一次迎来高光时刻。

《这！就是街舞》第二季在播期间，不管是优酷热度还是骨朵热度，都非常之高。如下图所示，我们统计了 12 期节目的单日最高热度变化趋势。节目开播第 1 期，优酷热度为 7709，从第 2 期开始，节目的优酷热度基本稳定在 9000 上下，最高热度达 9175。

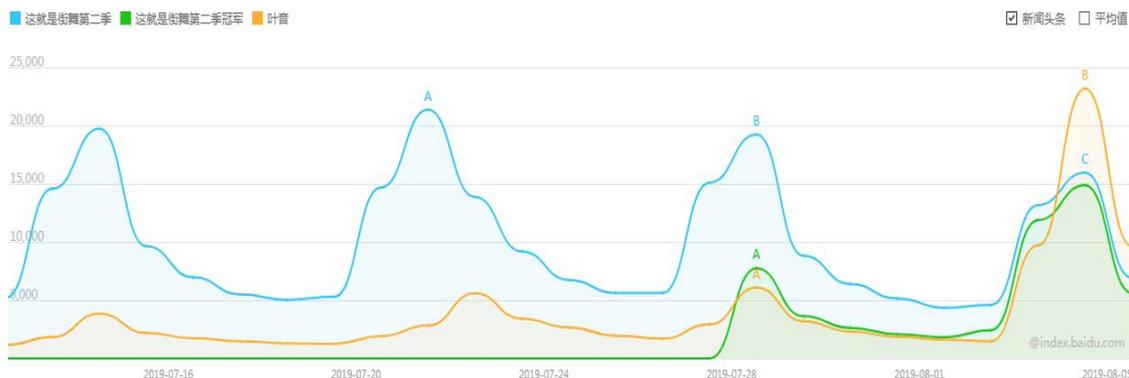
再来看该节目的骨朵热度：《这！就是街舞》第二季第 1 期的骨朵单日最高热度就将近 85，虽然在之后几期有所回落，但热度很快又得以大幅抬升，到第 7 期时，骨朵单日最高热度高达将近 93，随后的几期也维持在 84 上下。



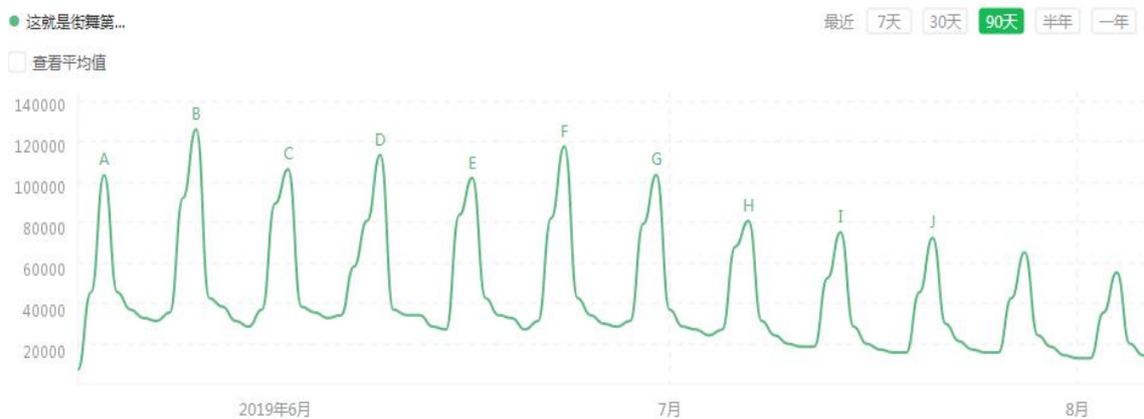
百度指数方面，《这！就是街舞》第二季在 5 月 18 日开播当天搜索热度迅速飙升，之后随着每周节目更新而呈现曲折上涨之势，其中，节目第 2 期上线时达到百度搜索最高峰，为 40831。



另外，百度指数也显示，《这！就是街舞》第二季第 11 期四强争夺赛上线当天，“这就是街舞第二季冠军”的百指即开始上涨，而到第 12 期（即最后一期）终极 Battle 冠军之夜巅峰对决时，“这就是街舞第二季冠军”的百指搜索热度几乎跟节目持平。并且，本季节目的冠军叶音的百指搜索热度更是在第 12 期播出后达到顶峰。



360 趋势方面,《这!就是街舞》第二季在 5 月 18 日开播当天搜索热度迅速飙升,并在开播第二天达到第一个峰值,之后随着每周节目更新而起伏;节目第 2 期上线时同样达到 360 趋势最高峰,为 124759。



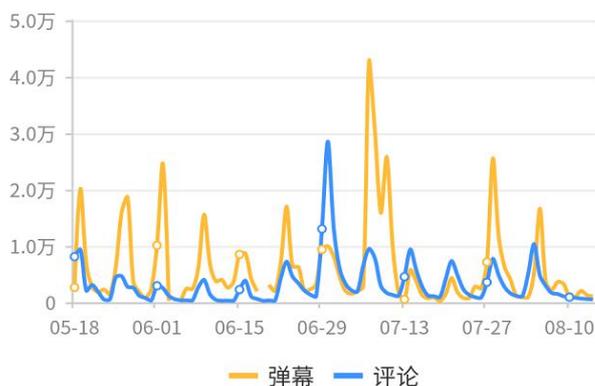
《这!就是街舞》第二季在播期间的弹幕和评论讨论非常火爆,截至 2019 年 8 月 20 日,该节目有总弹幕数超过 129 万条,总评论数 29 万条。

弹幕 评论

总弹幕数 **129万** 条 昨日弹幕数 **1099** 条 昨日网综第 **17** 名 **↑**

总评论数 **29万** 条 昨日评论数 **519** 条 昨日网综第 **8** 名 **||**

近一周 近一月 全部



2.2 《中国新说唱 2019》：口碑虽有争议，但热度逐渐爆表

《中国新说唱 2019》是爱奇艺独播的青年说唱音乐节目。截至 8 月 16 日，该节目开播 10 期。从第 4 周开始，比赛进入“火药”味十足的选手对碰环节，热度迅速攀升。进入第 6 期，1V1 合作赛落下帷幕，迎来了制作人公演舞台，节目中吴亦凡的热播歌曲《大碗宽面》在《中国新说唱 2019》的公演舞台上出现，引发 rapper 们的尖叫；邓紫棋的表现依旧不负期望，一首改编自热狗的《差不多先生》的歌曲《差不多姑娘》获得热狗的追捧，网友对这首歌给予的评价也很高。



说唱文化自 2017 年随着爱奇艺《中国有嘻哈》进入市场，获得主流关注。凭借“real”的态度主张，抓住当下年轻人的喜好，成功打出了说唱品牌，掀起一股追随潮流。

到今年暑期档的《中国新说唱 2019》在节目播出后口碑两级分化，评价中不乏对节目内容的质疑，认为现在的节目变得越来越温和了，就连曾经在节目里不苟言笑的吴亦凡，到了这一期也发生了稍许变化，“吴亦凡温柔”的话题还被观众推上热搜。

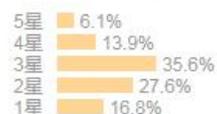
中国新说唱 第二季 (2019)



导演: 车澈
编剧: 唐瑾 / 杨洋秋子 / 顾超峰 / 卢璟辉 / 孙文颖
主演: 吴亦凡 / 姚中仁 / 张震岳 / 潘玮柏 / 邓紫棋
类型: 音乐 / 真人秀
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-06-14(中国大陆)
季数: 2
集数: 13
单集片长: 85分钟

豆瓣评分

5.3  30173人评价

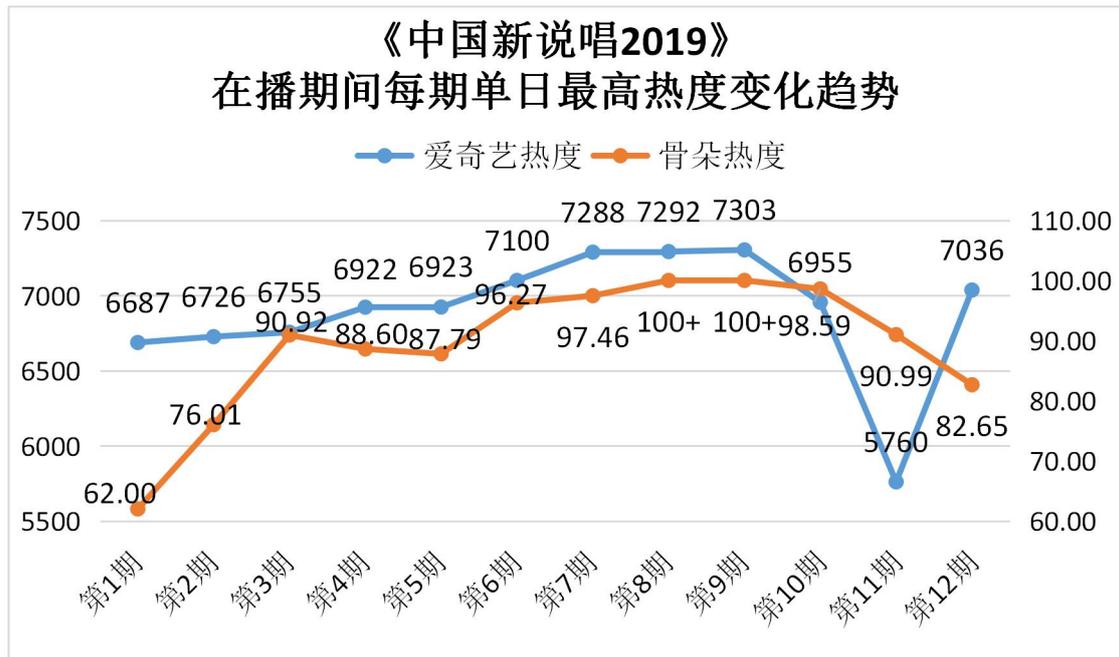


说唱关键词也从即兴说唱的 freestyle，到去年引发全网热议的 skr，再到如今的点睛之笔 punchline，脱离新鲜感高刺激的初体验，向更具深度的说唱文化价值上挖掘，

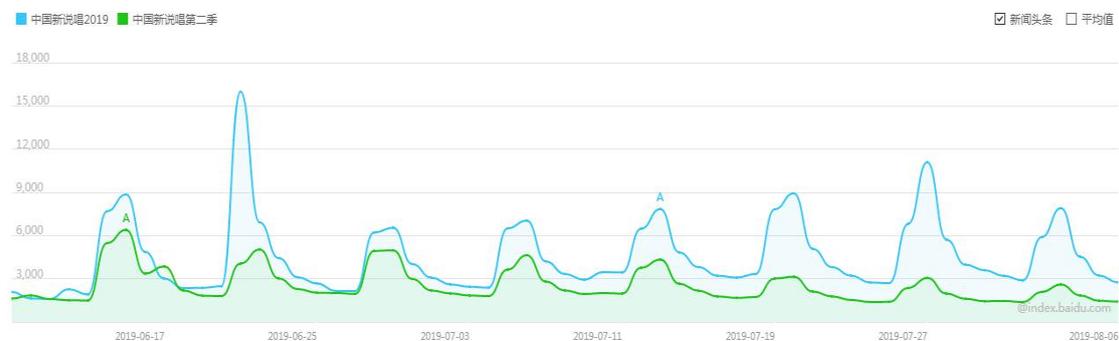
从这一点上来说，说唱节目去了“焦躁”，似乎真的变“温柔”了。

在《中国新说唱 2019》的弹幕词，有关选手、节目内容、导师的关键词频繁出现。比如“PM 小丑”“Ayo”等，此外弹幕词云中还出现了“punchline”。实际上，无论内容还是赛制变化，还是热词变化，爱奇艺出品的每一档说唱节目都试图延续品牌价值，与市场上其他综艺节目做出差异，通过年轻的受众群体，将说唱的品牌价值放大。

《中国新说唱 2019》在播期间，爱奇艺热度和骨朵热度均呈逐渐走高趋势：从节目第 4 期开始，几乎每期爱奇艺单日最高热度即在 7000 左右或以上；从节目第 3 期开始，每期骨朵单日最高热度在 90 上下，甚至第 8、9 期的骨朵单日最高热度突破 100。



百度指数方面，《中国新说唱 2019》在节目开播当天搜索热度飙升，之后随着每周节目更新而呈现曲折上涨之势，并在节目第 2 期上线时达到百度搜索最高峰，为 15991。另外，《中国新说唱》第二季词条也有一定的百指搜索热度，不过不是很高。



360 趋势方面，《中国新说唱 2019》开播的第二天搜索热度飙升，之后随着每周节目更新而起伏；节目第 7 期上线时达到 360 趋势最高峰，为 54669。



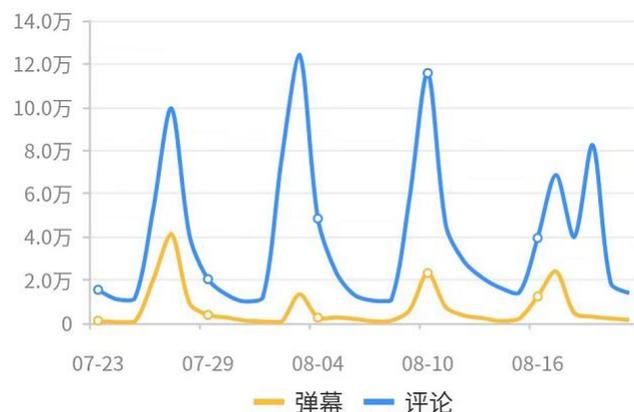
《中国新说唱 2019》在播期间的弹幕和评论讨论火热，截至 2019 年 8 月 22 日，该节目有总弹幕数有 71 万条，总评论数则高达 348 万条。

弹幕 评论

总弹幕数 **71万** 条 昨日弹幕数 **1465** 条 昨日网综第 **19** 名 ↓

总评论数 **348万** 条 昨日评论数 **1万** 条 昨日网综第 **2** 名 ↓

近一周 近一月 全部



2.3.3 《明日之子》第三季：聚焦青年女性音乐梦想

《明日之子》第三季是腾讯视频推出的打造未来音乐榜样类节目，共 1 期先导片+10 期正片。与前两季的男生版不同，这一季是女生版，聚焦当下青年女性的音乐梦想。星推官们也不再像前两季一样分别负责某一个赛道，而是一起给选手评星级，6 星为最高等级。为此节目创新设置了类似火车车厢 1-6 星贯通的星级房，星推官基于学员的表现给出相应的星级评定，决定她们去到对应房间等待进入下一阶段。此外，三大赛道和九大厂牌全部取消，选手根据有无舞台表演经验分成“start”（舞台新人赛道）和“restart”（重新出发赛道）两个赛道，最终打造出唯一的最强厂牌。



《明日之子》在历经两季的洗礼之后，新推的第三季则把关注点放在了女性音乐梦想上，试图与主流的偶像路线拉出差异化。企鹅影视高级副总裁马延琨在媒体采访中总结道，“现在 solo 女生歌手是非常少的，我们《明日之子》一直在想是不是在 solo 女生歌手发掘上能够有一次新的突破，所以我们这次做的是‘女生季’。”

赛制上则是具备极强的职场特色：选手根据入行经历被分为 start 和 restart 两条赛道，接受六位星推官的星级评定。从一星到六星，一字排开的六个房间，舒适和颜值随着星级的提高逐间房递增，考核后接受星推官的评价，再打卡查询第一次“面试”结果。这样偏成长型的赛制氛围与前面两档“高燃”气质的节目形成区别，也是一次对于选秀节目创新的试水。从数据上看，《明日之子》第三季的成绩也取得了显著成效。

《明日之子》第三季的口碑自开播以来就比较稳定，豆瓣评分始终稳定在 6.5 分左右。

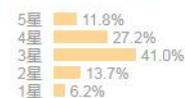
明日之子 第三季 (2019)



导演: 马昊
编剧: 李文好 / 吴井能
主演: 孙燕姿 / 华晨宇 / 宋丹丹 / 龙丹妮 / 毛不易 / 更多...
类型: 音乐 / 真人秀
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-06-22(中国大陆)
季数: 3
集数: 10
单集片长: 145分钟
又名: 明日之子3 女生季 / 水晶时代 / 明日之子第三季 水晶时代 / 明日之子 III 水晶时代

豆瓣评分

6.5  13223人评价



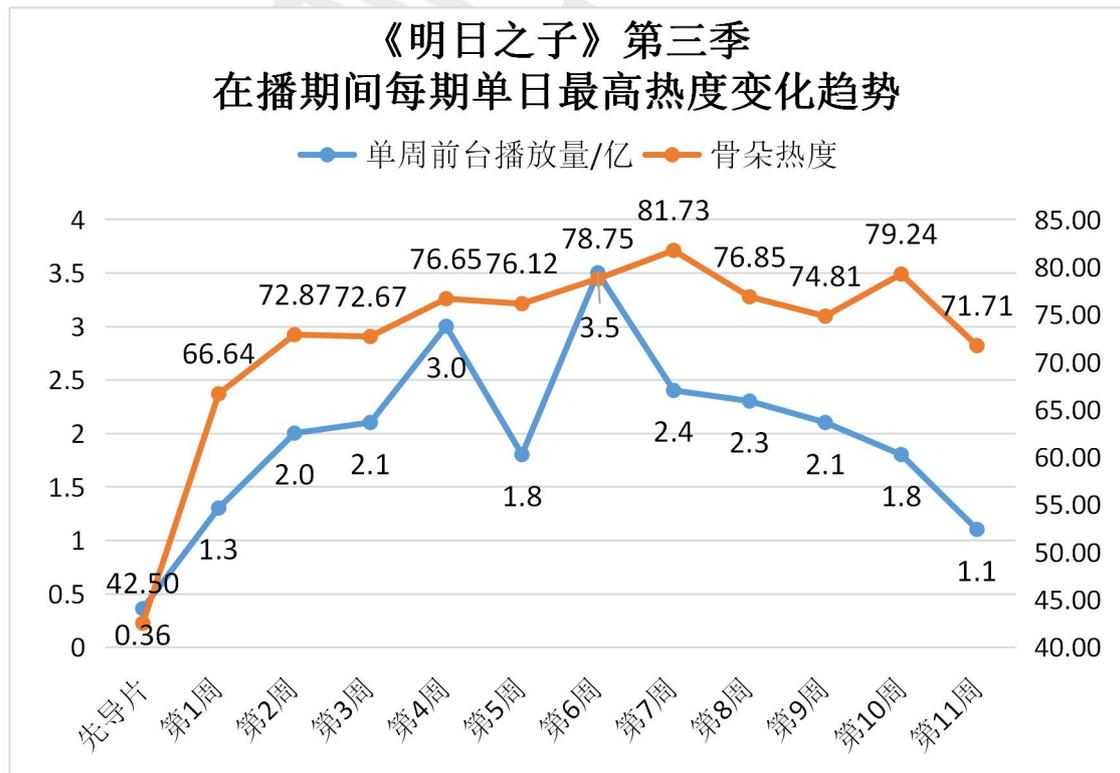
豆瓣口碑

当前豆瓣评分 **6.5** 分 历史最高评分 **6.8** 分 豆瓣评分人数 **1万**

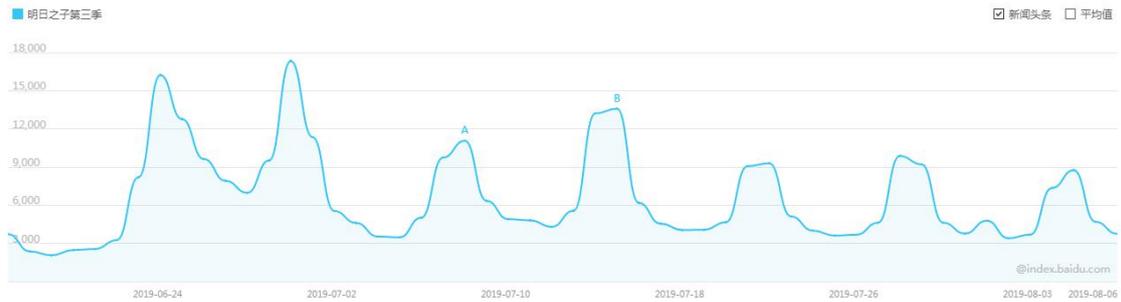


《明日之子》第三季在播期间，骨朵热度呈逐渐走高之势：从节目正片开播第2周开始，每期骨朵单日最高热度均在80以上，最高为90.18。该节目每周的前台播放量也表现不错，从正片开播第2周开始，每周前台播放量均超过2亿，其中最高单周达3.5亿。

《明日之子》第三季 在播期间每期单日最高热度变化趋势



百度指数方面，《明日之子》第三季在节目开播的第二天搜索热度达到第一个峰值，之后随着每周节目更新而呈现曲折上涨之势，并在节目第2期上线时达到百度搜索最高峰，为17346。



360 趋势方面，《明日之子》第三季开播的第二天搜索热度飙升，之后随着每周节目更新而起伏；节目第 4 期上线时达到 360 趋势最高峰，为 97416。

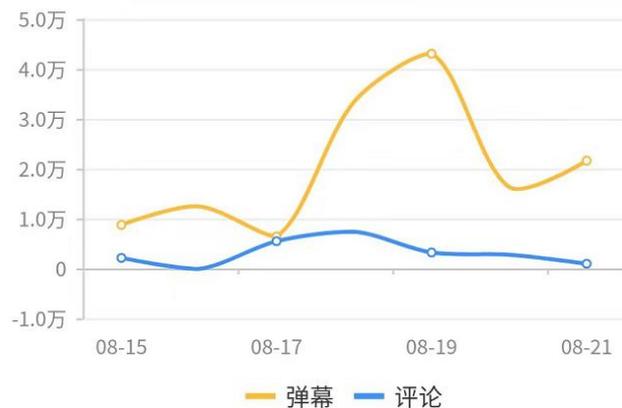


《明日之子》第三季在播期间的弹幕和评论讨论颇多，截至 2019 年 8 月 22 日，该节目有总弹幕数有 128 万条，总评论数 30 万条。

弹幕 评论

总弹幕数 **128万** 条 昨日弹幕数 **2万** 条 昨日网综第 **3** 名 ↓
 总评论数 **30万** 条 昨日评论数 **944** 条 昨日网综第 **10** 名 ↓

近一周 近一月 全部



暑期档网络电影篇：

锦绣合制
水怪先行

1. 暑期档网络电影行业数据与平台分析

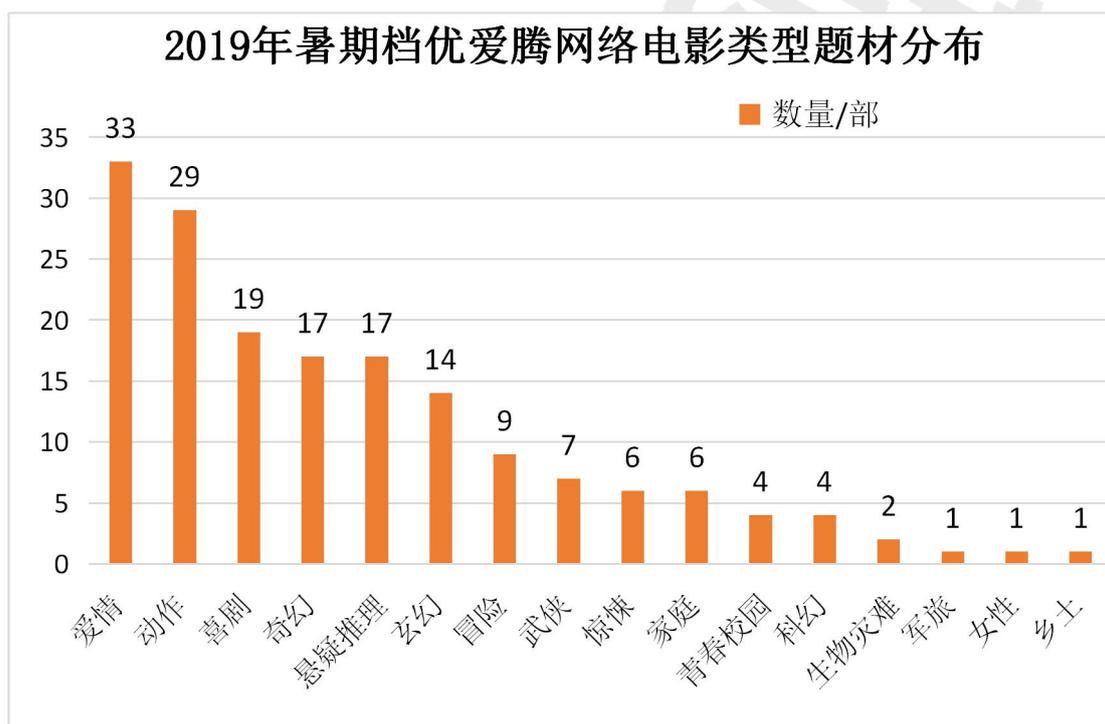
1.1 暑期档网络电影数量锐减、品质持续抬升，类型化创作让人惊喜

据骨朵数据统计，2019年暑期档（6月1日-8月20日）优爱腾三大平台上线的网络电影共有170部，涉及16个类型，包括爱情、动作、喜剧、奇幻、悬疑推理、玄幻、冒险、武侠等。跟去年暑期档相比，2019年暑期档优爱腾上线网络电影数量大幅减少，质量提升明显。

2019年暑期档优爱腾网络电影中数量最多的是爱情类，达33部；其次是动作、喜剧、奇幻、悬疑推理类，也分别有29、19、17、17部，这些同样也是近几年来网络电影数量靠前的几大类型。而从票房分账角度来看，近两年来高票房网络电影主要集中在玄幻、奇幻、生物灾难、喜剧等类型题材。

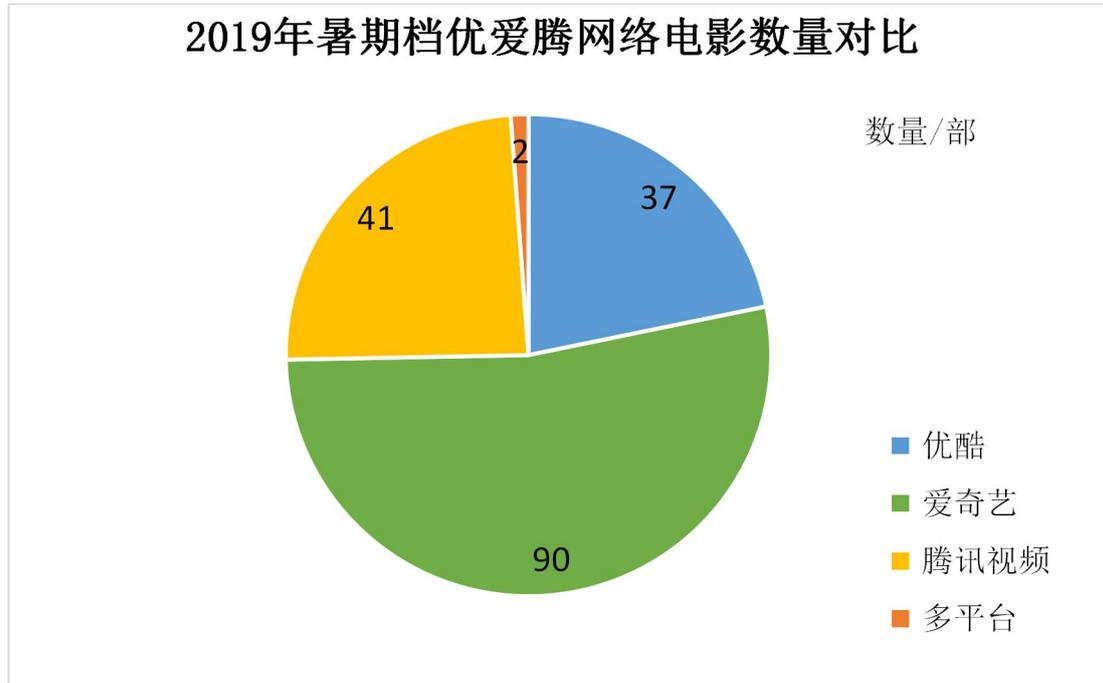
这个暑期档颇为引人关注的网络电影类型是生物灾难类型，共有2部，是《水怪》和《巨鳄》，均为优酷独播，且均入选优酷暑期电影大赏燃片季。

《水怪》不仅融合了时下流行的冒险、怪兽等元素，也从民间传说中汲取营养，将“水猴子”这样一个怪物形象搬上了银幕；《巨鳄》则讲述了主人公在遍布恐怖生物的地狱岛上大战异形巨鳄的故事。这两部影片上线之后的热度均很高，并且，据优酷公布的优酷网络院线7月月度票房榜，于7月12日上线的《水怪》截至7月底，短短20天内分账票房金额已达1770万元。



1.2 优酷创新题材优势明显、类型多元化，爱奇艺上线数量最多

在 2019 年暑期档优爱腾上线的这 170 部网络电影中，按播出平台来划分，爱奇艺上线独播网络电影数量最多，有 90 部，其次是腾讯视频和优酷，上线独播网络电影数量分别为 41、37 部。另外，多平台播出网络电影有 2 部。

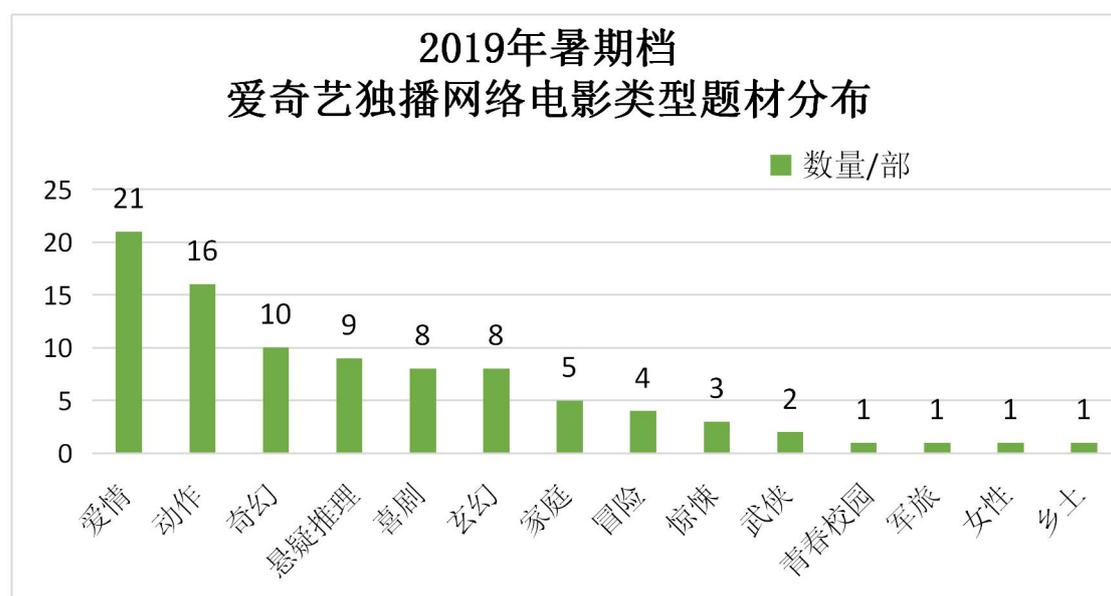


暑期档期间，优酷上线的独播网络电影共分为 10 个类型，其中数量最多的为喜剧，其次是动作、爱情、科幻等类型。整个暑期档所上线的 4 部科幻类型网络电影（《星际流浪》等）和 2 部生物灾难类型网络电影（《水怪》《巨鳄》）均来自优酷。

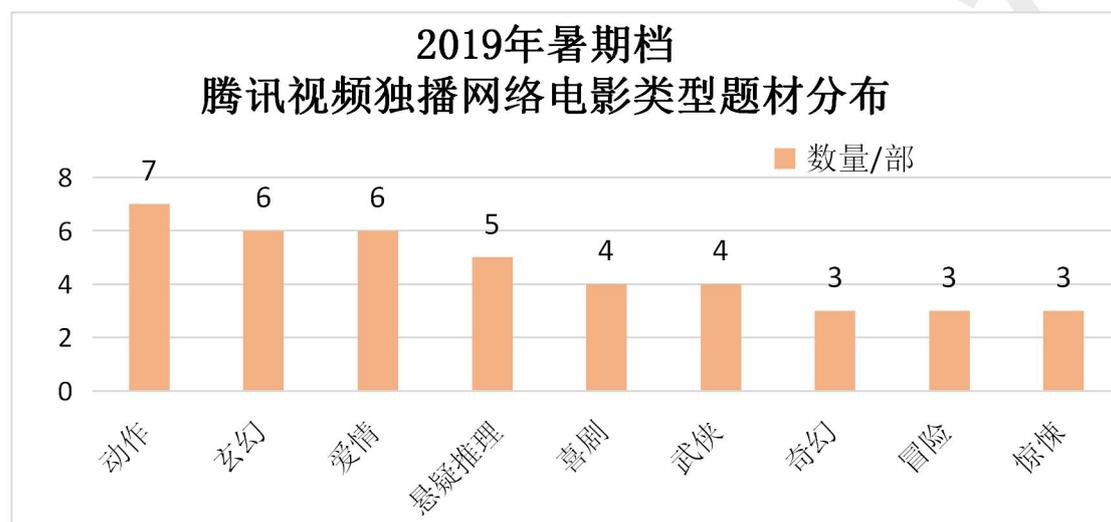


优酷网络院线专注于开拓不同类型的市场空间，致力于题材多元化，创新类型题材优势明显。在网络电影领域，2018年的《大蛇》是生物灾难片的开创者，且是去年的票房分账冠军，2019年2月在优酷上线的科幻类型片《最后的日出》荣获葡萄牙奇幻国际电影节最佳影片大奖，成为中国首部获得该电影节最佳影片的网络电影（上个获得该奖项的是《倩女幽魂》）。

爱奇艺在暑期档上线的独播网络电影共分为14个类型，其中数量最多的为爱情类，其次是动作、奇幻、悬疑推理、喜剧、玄幻等类型。既有近几年来数量一直排在前列的爱情、奇幻、玄幻、动作等大类型，也有女性、乡土等创新类型。



腾讯视频在暑期档上线的独播网络电影共分为9个类型，各个类型的数量比较平均，数量最多的动作类网络电影也有7部，数量最少的武侠、奇幻、冒险、惊悚类网络电影均有3部。



1.3 《水怪》荣登暑期档 7 月上线网络电影票房分账 TOP1

优酷和爱奇艺已于 8 月分别公布了优酷网络院线 2019 年 7 月月度票房榜和爱奇艺网络大电影 2019 年 7 月月度票房榜，通过这两个榜单，再结合 7 月的时间段，我们列出了优酷和爱奇艺暑期档 7 月上线的网络电影票房分账 TOP5。

截至 7 月 31 日，优酷独播的《水怪》在上线 6 天内分账就破千万记录，在上线 20 天内的票房分账更达 1769.93 万元，位列优酷和爱奇艺暑期档网络电影票房分账 TOP1，第二位是于 7 月 11 日爱奇艺独播的《陈翔六点半之重楼别》，在上线 21 天内，票房分账为 1706.26 万元。

2019 年暑期档 7 月上线网络电影票房分账 TOP5			
片名	上线时间	分成金额/万元	播放平台
水怪	2019/07/12	1769.93	优酷
陈翔六点半之重楼别	2019/07/11	1706.26	爱奇艺
捉妖大仙 2	2019/07/04	1645.37	爱奇艺
至尊先生	2019/07/25	955.02	爱奇艺
古墓诡棺	2019/07/21	558.34	爱奇艺

2. 暑期档网络电影行业案例分析

2019 年暑期档，优酷继续发力网络电影，并正式发布了锦绣合制计划，宣布未来将参与投资、宣发，与一流的网络电影公司共同合制精品网络电影。爱奇艺在暑期档推出“头号高手季”，集结了包括《陈翔六点半之重楼别》《捉妖大仙 2》在内的五部虽风格迥异却都以“小人物”为中心的多元化网络电影。腾讯视频同样上线了以《镇魔司：苍龙觉醒》《舞出我人生之舞所不能》为代表的网络电影。

2.1 优酷发布“锦绣合制计划”，《水怪》打响第一枪

2017 年 4 月，书旗、优酷、阿里影业联合启动 HAO 计划，共同投入 10 亿资源赋能网络电影内容生产者，提供集 IP 衍生、项目融资、内容制作、电影宣发在内的全链路支持。自此，优酷发力网络电影的类型多元化和内容精品化。就 2019 年上半年为例，优酷推出了战争片《大汉十三将之血战疏勒城》、科幻片《最后的日出》、冒险片《盗浪淘沙》、古装奇幻爱情片《傀儡姬》，后者还是国内首部单片付费的网络电影。

2019年6月12日，暑期档早期，优酷正式发布锦绣合制计划，宣布未来将参与投资、宣发，与一流的网络电影公司共同合制精品网络电影。淘梦、奇树有鱼、新片场、众乐乐、项氏兄弟、兔子洞等六家业内头部网络电影公司加盟锦绣合制计划，成为首批合作伙伴。优酷将依托阿里生态的大数据体系，进行内容合制，同时深度介入宣发端，为影片提供资金、策略以及资源上的支持。

这个暑期档，优酷继续致力于打造精品网络电影，相继上线了《新河东狮吼》《水怪》《傀儡姬·彼岸花》《新龙门客栈番外篇金镶玉》《星际流浪》《巨鳄》等影片，为网络电影类型题材的创新表达和内容的精细化制作继续添砖加瓦。比如：《新河东狮吼》和《新龙门客栈番外篇金镶玉》这两部作品是对经典IP在网络时代的全新解读；

《傀儡姬·彼岸花》延续了前作《傀儡姬》的人物、故事和东方奇幻美学，并对电影风格做了进一步的探索；《水怪》和《巨鳄》是优酷的生物灾难类型网络电影在这个暑期档的又一重要布局，其中《水怪》即为锦绣合制计划的首部影片；《星际流浪》则是将镜头对准星际空间的一部硬核科幻网络电影。

《水怪》这部影片取材自中国民间传说，讲述了男主水生年少时父亲被怪物“水猴子”所杀，十年后为了拯救村民，水生等村民合力与怪物“水猴子”展开激烈大战，破除封建迷信，彰显正义的故事。该片不仅融合了时下流行的冒险、怪兽等元素，也从民间传说中汲取营养，将“水猴子”这样一个怪物形象搬上了银幕。

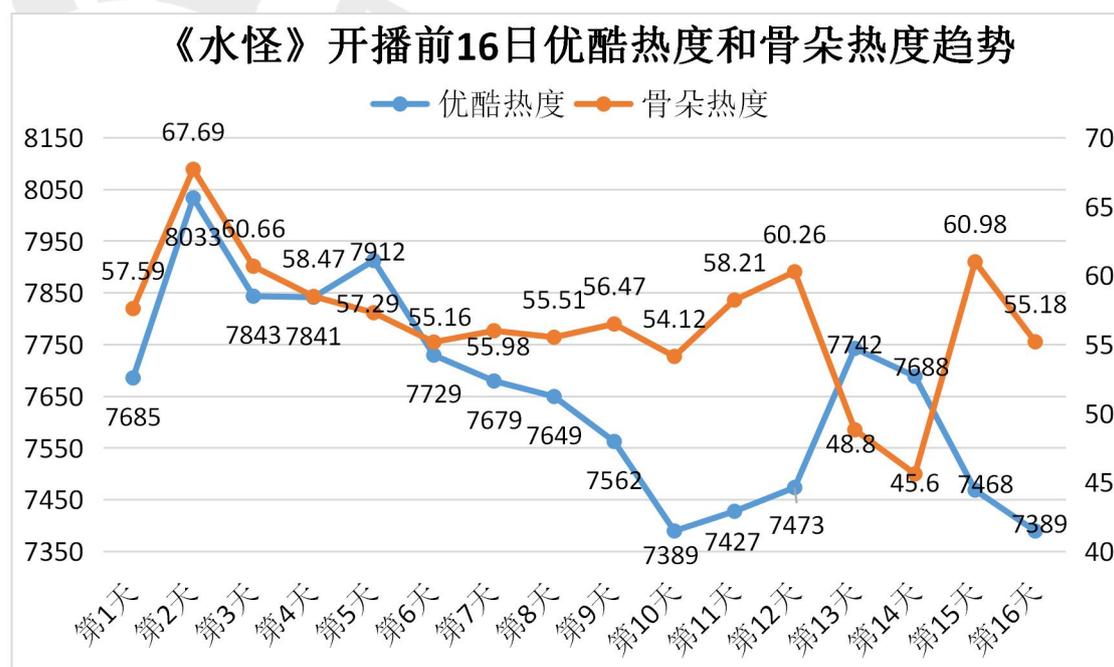


《水怪》中的“水猴子”形象

在类型题材上，《水怪》属于生物灾难片。这一类型影片往往具有惊险起伏的故事情节，强烈的视觉冲击力，以及人类靠自身智慧、勇气和反思精神使世界或人群部落重归平静的主题。比如，2018年这一类型网络电影的开创者《大蛇》中的生物主角即为巨型动物，它给人带来体型上的威压。该片也是2018年网络电影累计分账冠军，分账金额超过5000万。不过，《水怪》中的主角动物的体型不大也不小，跟人差不多，即片中所称的外形类似猿猴的“水猴子”，这种动物在中国民间流传颇广，制片方将水猴子设定为影片中的动物主角，既有一定的观众基础，也可称得上是动物主角设定上的创新。

另外，该片的特效、服道化、灯光、布景、色调都表现了这是一部精品化网络电影。单就特效来说，制作方把最多精力放在水猴子的形象设计、动作捕捉等特效上，使其具有强烈的视觉冲击力。

《水怪》开播后热度一直较高。如下图所示，在开播后的16日之内，该片的优酷热度均超过7300，最高值为8033。骨朵热度也较高，平均值为56，其中最高值为67.69。



2.2 《傀儡姬·彼岸花》：古代黑科技与东方美学的完美结合

《傀儡姬·彼岸花》是优酷暑期档的又一部代表性网络电影。该片是前作《傀儡姬》的续篇。《傀儡姬》讲述了墨家偃师与十全傀儡姬夜辰之间的一段感人至深的奇幻虐恋故事。男主十全傀儡生来视物无色，却唯独看到女主偃师是彩色的，后来又因她而有了心跳，看见了全世界的色彩，两人上演了一场人傀之恋。而续篇《傀儡姬·彼岸花》对前作的反转颇大，并且又加入了新角色女二夕颜，又上演了一段凄美的奇幻之恋，不过，最终女一偃师和男一十全傀儡经受住了感情的考验。



上为《傀儡姬》，下为《傀儡姬·彼岸花》

《傀儡姬·彼岸花》是优酷 HAO 计划在暑期档上线的重点项目，该片具有完备的世界观，将中国古典墨家文化与东方傀儡相结合，融合了奇幻、爱情等多种类型题材，既保留了东方美学的意境，又巧妙与古代黑科技结合，给观众带来美轮美奂的人傀之恋。

由此可见，这个暑期档上线的《水怪》《傀儡姬·彼岸花》等网络电影不仅显示了优酷在网络电影类型题材上的差异化、多元化创新，更展现了优酷在网络电影内容表达方面的独到眼光和对头部内容的信心。

2018 年一部《大蛇》不仅填补了国产生物灾难类型片的空白，也验证了这一类型题材的市场空间。今年暑期档热映的题材网络电影《水怪》也取得了颇为不错的成绩，这既是影片本身的成功，更是优酷锦绣合制计划的首战告捷。由此，我们也能看到锦绣合制计划“与市场上最优质的项目、优质的团队建立合作，做品牌的赋能，实现内容价值最大化”的定位。

其实不仅仅是锦绣合制计划、HAO 计划，优酷还在单片付费电影、竖屏电影、季播电影、互动电影等内容或形式上都进行了尝试和探索。比如：今年 4 月下旬上线的《傀儡姬》开创了国内网络电影单片付费的先河，是优酷在网络电影 to C 端付费形态的一次新探索；暑期档早期上线的喜剧片《直播攻略》是国内首部竖屏形式的网络电影，这

本身也脱胎于“直播”的屏幕形式，在这部影片上也称得上是内容和形式表达的新结合。除此之外，优酷还联合磨铁文化，共同推出季播网络电影《北京女子图鉴》，邀请邓家佳、王菊、裴蓓主演。这种季播网络电影每季 3-5 部，每部 70-90 分钟，内容独立，风格一致。

总之，不论是类型题材和内容形式上的创新，还是战略计划的推出与升级，优酷都是基于对精品化内容的不懈追求，以及在整个网络电影生态上的求新求变，以期给用户提供更好的选择，也给用户带去更多精神上、情感上的满足。

