



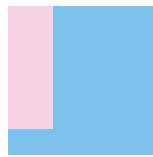
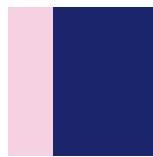
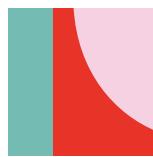
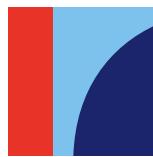
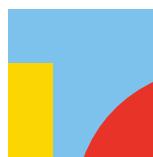
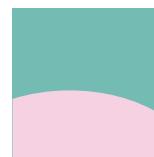
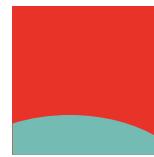
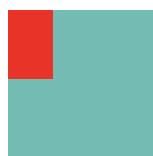
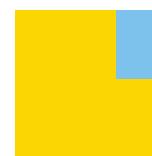
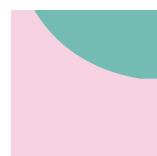
今日头条

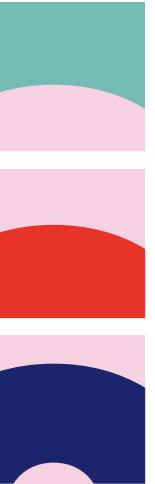
“娱” 你有关

2019

今日头条

娱乐白皮书





01. 扫描篇:

2019 娱乐市场扫描

P04-09

05. 明星篇:

人人皆可成明星

P44-53

02. 电影篇:

市场“由我不由天”

P10-21

06. 娱乐营销篇:

娱乐没有圈儿

人人都是内容“生产”者

P54-64

03. 剧集篇:

大剧品质“都挺好”

剧粉追星“小欢喜”

P22-33

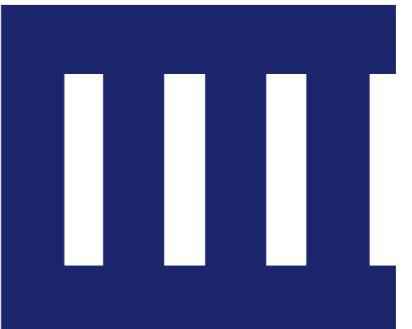


04. 综艺篇:

“上新了！综艺”

微时代到了

P34-43



扫描篇

Snapshot

2019 娱乐市场扫描

“生生之谓易”，变是永恒的不变。

“娱乐”的内核是变化多端的精神世界，外化为五光十色的多维形式。精神需求紧随时代发展演变，内容形式更是随科技创新而革新。娱乐行业的“变化”，便是一个永恒的状态与命题。

新兴业态变革，重构商业语境

“偶买噶，你的注意力超贵！”——移动互联网的新业态推动新“注意力经济”产生。消费底层逻辑正在变化，优质文化产品和服务也势必成为新的经济增长支柱，营销方式演变得立体而丰富，注意力的商业价值将得到最大化释放。

用户身份变革，掌握更高话语权

“谁说雨我无瓜！”——娱乐用户规模创新高，标签更细分多元，圈层边界更模糊，主流粉丝群体不断泛化，话语权不断提升，甚至一定程度上也影响了内容创作。未来，更有数以亿计的高潜力人群等待被“激活”。

内容多元创新，推动赛道瞬息万变

“娱乐头条这么多，你最 Pick 谁？”——娱乐内容的题材类型越来越多元，国产优质 IP 强势崛起，“短、平、快”的新形式文娱品类也迎来了爆发期，赛道瞬息万变。

面对行业变化，我们从变革伊始的无所适从，到“不畏浮云遮望眼”，无惧变化、拥抱变化，再到主动出击、创造变化。

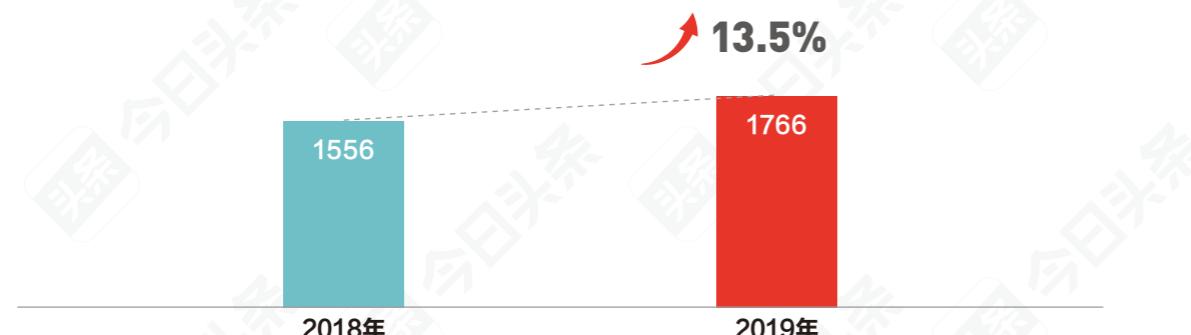
2019，我们终于探寻到娱乐行业的致胜法则——以创变去解答恒变。

娱乐消费力是“浩瀚大海”

以移动互联网为依托的文化产业发展强劲，全国人均教育文化娱乐消费支出增长比例领先GDP增速2倍以上。文化产业将在4万亿产业增量的加持下，进一步扩大其在GDP的占比。根据《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》文件显示，到2020年文化产业将成为国民经济支柱性产业。

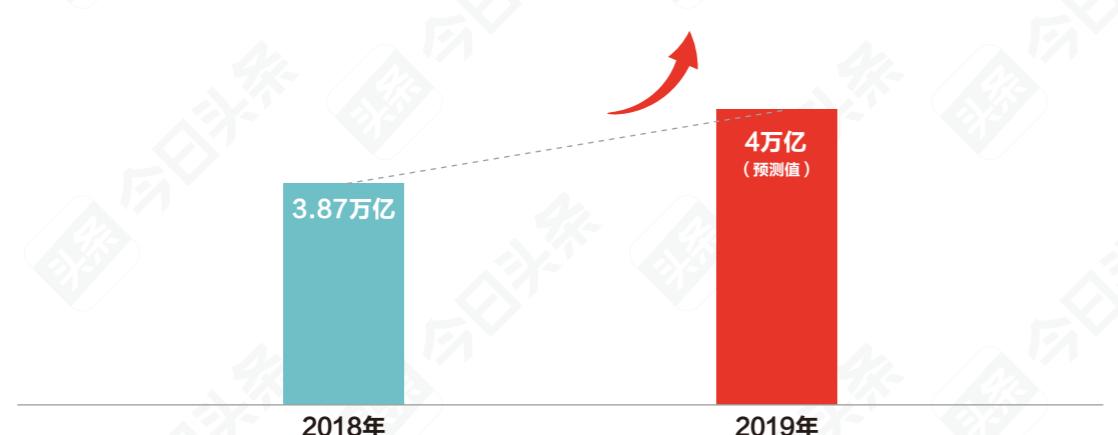
2018-2019年前三季度全国人均教育文化娱乐消费支出总额

单位：元



2018-2019年文化产业增加值

单位：元



数据来源：国家统计局
注：根据国家统计局公布的数据，2018年我国文化产业增加值达3.87万亿元，近五年平均增速为12.7%，保守测算得出2019年文化产业增加值将超4万亿元。

政策规范“保驾护航”

2019年是文娛产业走向全面规范化发展的一年。这一年，政策聚焦内容生产与产业体系优化，扶持与规范并举，为文娛产业构建了清爽健康的市场生态环境，推动产业高质量发展。

2019年文娛产业相关政策和会议发言概览



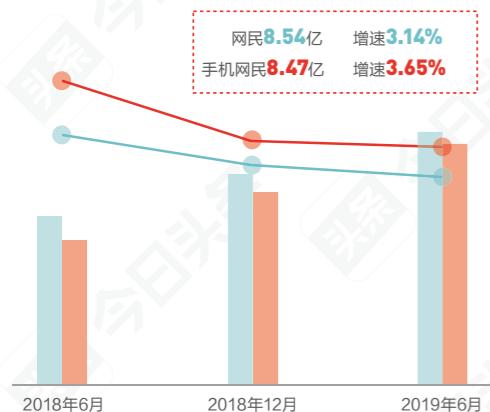
数据来源：公开资料整理

高潜娱乐用户正被激活

2019年文娱用户稳步增长，“Z世代”娱乐消费活跃，“银发族”需求逐渐被关注，娱乐内容所要面对的客群前所未有的细分多元。随着娱乐与用户的距离全方位贴近，用户也不再是被动消费者，而是成为了娱乐内容的深度参与者。更有数以亿计高潜力人群的用户能量在逐步释放。

中国网民规模及增速

网民规模增长率
网民规模

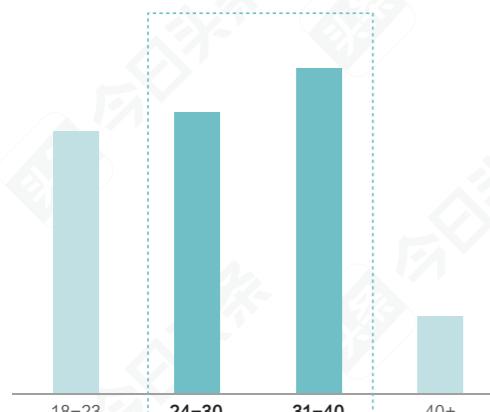


中国网民年龄分布

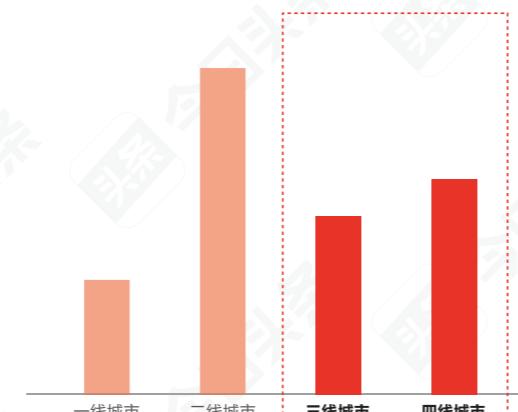
2018年12月 2019年6月



今日头条影视娱乐用户年龄分布



今日头条影视娱乐用户城市层级分布



数据来源：CNNIC, 巨量算数

创新为文娱产业作“桨”

创新是文娱内容产业持续发展、永葆生机的根本动力所在。

2019年，文娱产业保持创新常态，给用户带来更多新鲜、多元的娱乐消费内容和体验，内容题材愈发多元，营销新玩法不断涌现：国产电影突破固有想象的边界，电视剧现实题材大放异彩，短、平、快微综艺行业潜力渐显，新颖宣发互动引发用户强烈参与感……

2019年，我们依旧可以看到类似“大航海时代”的创变精神——“以不坠之热情，奔向星辰大海”。



内容

《哪吒之魔童降世》—传统文化创新性转化
《流浪地球》—打造全新中国式硬核科幻IP
微综艺—短、平、快创新综艺表现形式

营销

直播卖票—打造“线上路演”新模式
新型特色观影团—为口碑营销助力



内容

主旋律、现实、青春题材影片大放异彩
现实题材剧佳作频出，精品IP剧依旧亮眼
音乐、竞技、文化类综艺领跑，观察类成“新宠”

营销

影剧综营销在娱乐、体育、社会、两性、科学等数十个领域多元发酵
线上话题互动、访谈、征文、直播，线下观影团、营销事件相结合，多重营销组合出击

数据来源：艺恩数据, 公开资料整理



电影篇

Movies

市场“由我不由天”

2019年的夏天，丧萌傲娇的小哪吒一句“我命由我不由天”点燃了整个暑期档，同时也给2019年的中国电影市场做了最好的注解。

初入2019年，产业“寒冬”、市场倒退的论调甚嚣尘上，而进入年末，票房提前24天突破600亿大关，纪录再创新高。电影人用“逆天改命”般的精神拼搏进取，市场最终“逆流而上”。

这一年，面对观影口味愈发成熟的观众，电影人潜心创作，优质影片以口碑冲破类型的束缚，带给观众惊喜；这一年，老中青三代导演和演员同场角逐，既有“老树”开新花，亦有“新枝”露墙头；这一年，电影营销创新不断，电影内容与观众产生前所未有的互动……

诚然，我们也清醒的看到，市场仍存在诸多不可回避的问题，“马太效应”加剧竞争，影城经营困难重重，电影“炮灰”内容层出不穷，未来市场依旧难熬。

但我们要像哪吒那样，不相信所谓“宿命”，积极进取，将改变命运之杖紧握在自己手里。

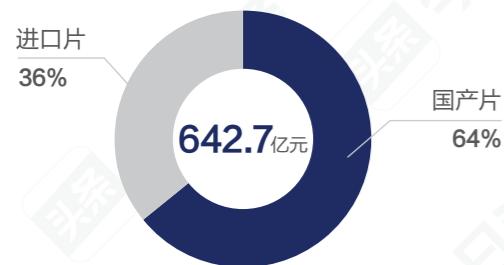
2019年已然落幕，2020年将迎来史上最拥挤的一次春节档。我们期待，也相信，市场将带给我们更多惊喜。

关键词：国产影片霸榜

国产电影大爆发，4部国产新片进入中国影史票房TOP10

2019年，中国电影市场票房到达642.66亿元，同比提升5.4%。国产影片表现强势，票房贡献率超六成，其中四部国产新片跻身中国影史票房TOP10。至此，影史票房TOP10中只剩一部进口片。

2019年中国电影票房大盘分布



2019年四部国产新片头条文章数据



中国影史票房排名TOP10

排名	影片名称	总票房(亿元)
01	战狼2	56.8
02	哪吒之魔童降世	50.0
03	流浪地球	46.7
04	复仇者联盟4: 终局之战	42.5
05	红海行动	36.5
06	唐人街探案2	34.0
07	美人鱼	33.9
08	我和我的祖国	31.2
09	我不是药神	31.0
10	中国机长	29.0

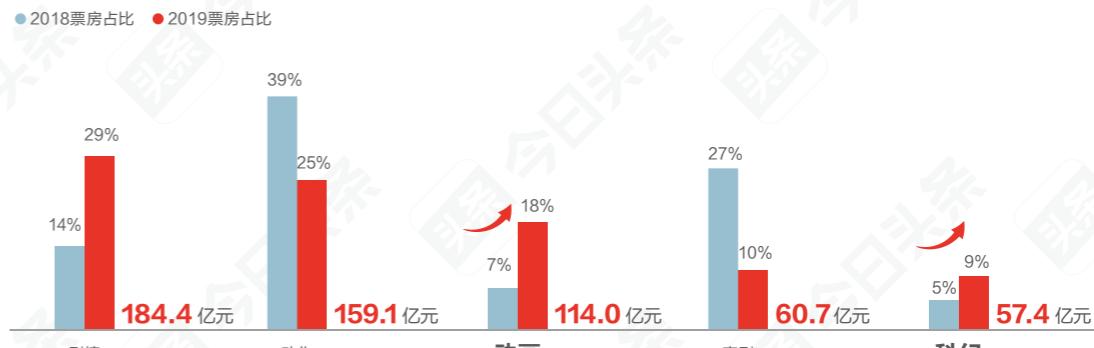
数据来源：国家电影局，巨量算数，艺恩数据

关键词：国产IP改编崛起

国产优质IP强势崛起，多元化题材类型突围

2019年的电影市场，国产优质IP改编创作获得新突破，多元化题材类型不断突围。《流浪地球》开创国产科幻元年，《哪吒之魔童降世》大幅打破动画电影票房天花板，科幻、动画等类型片进入到国产主流商业大片的行列。

2018-2019年五大类型影片票房及占比



《哪吒之魔童降世》



头条数据
10万+爆款 22.3万篇
@动画导演饺子 百万+爆款 12条
话题阅读量 1.7亿



头条数据
相关文章评论量 1197万+
相关文章收藏量 819万+
相关文章点赞量 665万+

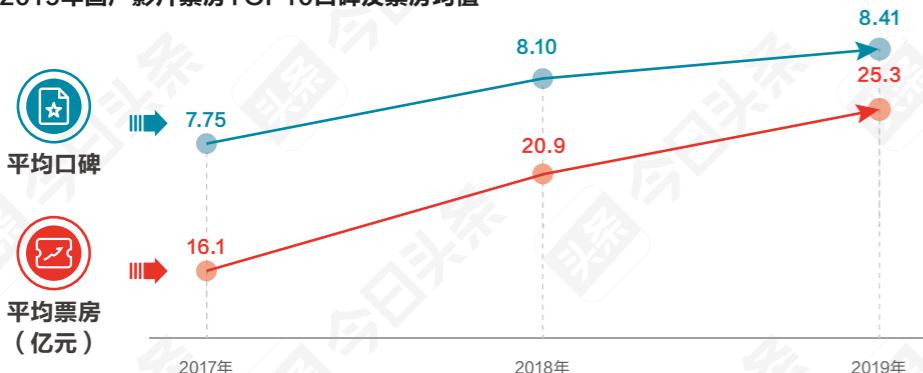
数据来源：巨量算数，艺恩数据
注：口碑数据根据影片上映第7天的猫眼、淘票票和豆瓣评分综合计算得出。

关键词：口碑为王

口碑拉动票房，渐成市场铁律

2019年，与中国电影市场发展与时俱进的，还有观众的观影审美。口碑成为票房成功至关重要的因素，口碑成就票房逐渐成为市场铁律。近三年来，票房TOP10的国产影片口碑也在逐步提升。2019年，口碑前五的国产影片中有四部冲进了国产票房前五名。

2017-2019年国产影片票房TOP10口碑及票房均值



2019年国产影片票房TOP10相关数据

票房排名	影片名称	当前票房(亿)	口碑	头条综合热度
01	哪吒之魔童降世	50.0	9.23	417,866,903
02	流浪地球	46.7	8.68	426,954,678
03	我和我的祖国	31.2	8.96	253,916,005
04	中国机长	29.0	8.41	88,663,339
05	疯狂的外星人	22.1	7.57	95,023,024
06	飞驰人生	17.2	8.02	95,280,077
07	烈火英雄	17.0	8.32	64,883,612
08	少年的你	15.6	9.00	30,414,472
09	扫毒2：天地对决	13.1	7.70	56,742,207
10	攀登者	10.9	8.23	111,255,216

数据来源：巨量算数、艺恩数据

注：

①口碑数据根据影片上映第7天的猫眼、淘票票和豆瓣评分综合计算得出。

②头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

关键词：国庆档表现亮眼

春节档、暑期档表现稳健，国庆档票房增幅超一倍

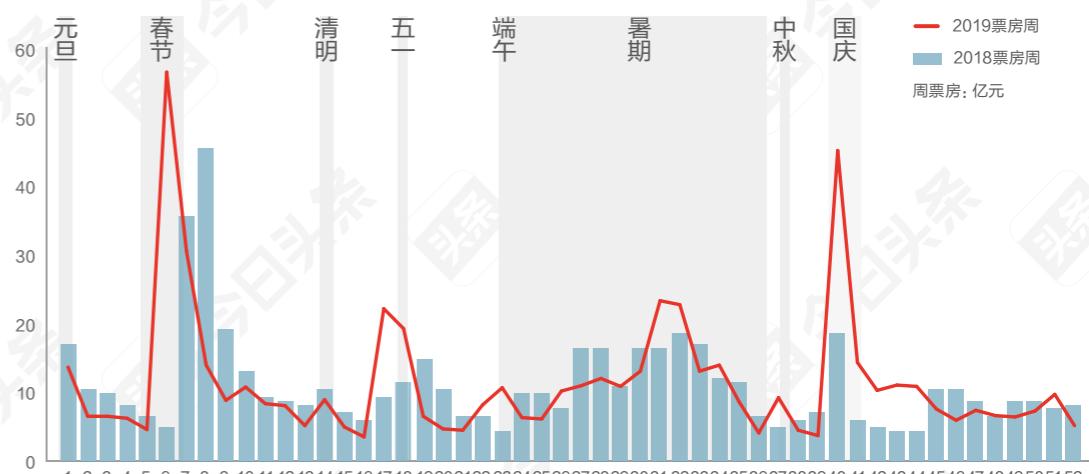
2019年春节、暑期、国庆三大档期票房占全年总票房43.5%，同比提升2.4个百分点。强档期成为拉动市场增长的关键节点，非档期时段票房多出现下滑。

作为日均票房产出最高的档期，春节档综合表现稳健，票房同比微涨；暑期档前半程表现略显黯淡，但《哪吒之魔童降世》的上映成为档期票房分水岭，市场热度直线上升；国庆档在新中国成立70周年这一大背景之下迎来了高光时刻，档期票房增幅超一倍。

2018-2019年三大档期票房占比变化

	春节档	暑期档	国庆档
日均头条综合热度	32,567,732	32,315,904	34,030,585
档期票房同比增长	1.8%	1.7%	130.3%
日均票房(亿元)	8.4	1.9	6.3

2018-2019年周票房分布



数据来源：巨量算数、艺恩数据

注：

头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

关键词：深度互动成电影营销秘诀

跨平台联动、特色观影团、直播售票创电影营销新玩法

2019年电影宣发新阵地带来营销新玩法，主创与影迷深度互动。

跨平台营销渐成影片宣发“标配”，有利于打破媒介边界，实现用户跨领域、跨阶层、跨年龄段的全面触达；随着口碑营销、映后营销重要性提升，扎根新媒体平台、针对精准观影人群的特色观影团，成为影片口碑营销的重要手段；“万物皆可带”潮流下，电影主创联动网络达人在网络直播间售票，逐渐成为电影“线上路演”新形式。



线下 提供写作场景



线下观影团 《复仇者联盟4》最强观影团零点首映场

多体裁
内容打通传播渠道

多领域
KOL参与助力破圈

多平台
头条系产品扩大传播



线下营销事件 线下粉丝集结，席卷北京地标



多领域
KOL参与助力破圈

多维度
兴趣标签吸引注意力

多体裁
内容打通传播渠道



线上 内容生产



数据来源：巨量算数



大鹏、柳岩 + 薇娅
单场直播800万人观看
6秒钟售出11.7万张优惠票



胡歌、桂纶镁 + 李佳琦
单场直播636万人观看
6秒钟售出25.5万张优惠票



直播售票

明星主创
+
直播平台
+
网络达人
+
售票平台

数据来源：巨量算数，公开资料整理

电影营销标杆案例

头条营销新玩法组合出击，助力国庆主旋律影片突围

今日头条的新营销玩法打破了传统的营销模式：破圈层征文与自制节目拉动线上热度，话题互动深度连接主创主演与粉丝观众，主题观影团创新路演促进观众的有效转化。

我和我的祖国

“我和祖国共成长”
专场观影团
10个领域
80+ KOL

头条 今日头条

信息创造价值
主题观影团



“珠峰勇者”
主题观影团
10位珠峰攀登者
70+ KOL

10万+爆款文章92篇
单篇最高阅读量260万+
1790篇长文获4.5亿+推荐量



破圈层征文

10万+爆款文章44篇
共计征文4000+篇
总推荐量2.2亿+



#攀登者微访谈#
话题阅读量2935万+
讨论量1.5万+

#电影我和我的祖国# 微访谈
阅读量1589万+
10位主创，31条独家内容



主创微访谈

相关话题阅读量8.4亿+
相关话题讨论量17万+



线上话题互动

相关话题阅读量7亿+
相关话题讨论量13万+



头条自制节目

《头条人物》
70周年专题策划
总曝光量3000万+

《头条人物》
吴京、井柏然专访
总曝光量700万+



定制贴纸皮肤

100万人+
使用定制皮肤

数据来源：巨量算数

今日头条电影综合热度榜

2019今日头条电影综合热度TOP10

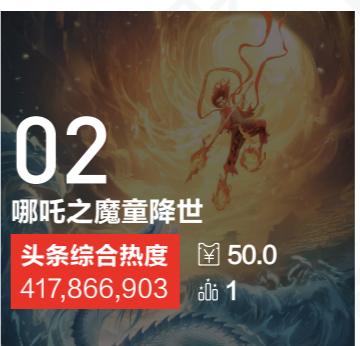
累计票房(亿元) 票房排名



01

流浪地球

头条综合热度
426,954,678
46.7
2



02

哪吒之魔童降世

头条综合热度
417,866,903
50.0
1



03

我和我的祖国

头条综合热度
253,916,005
31.2
4

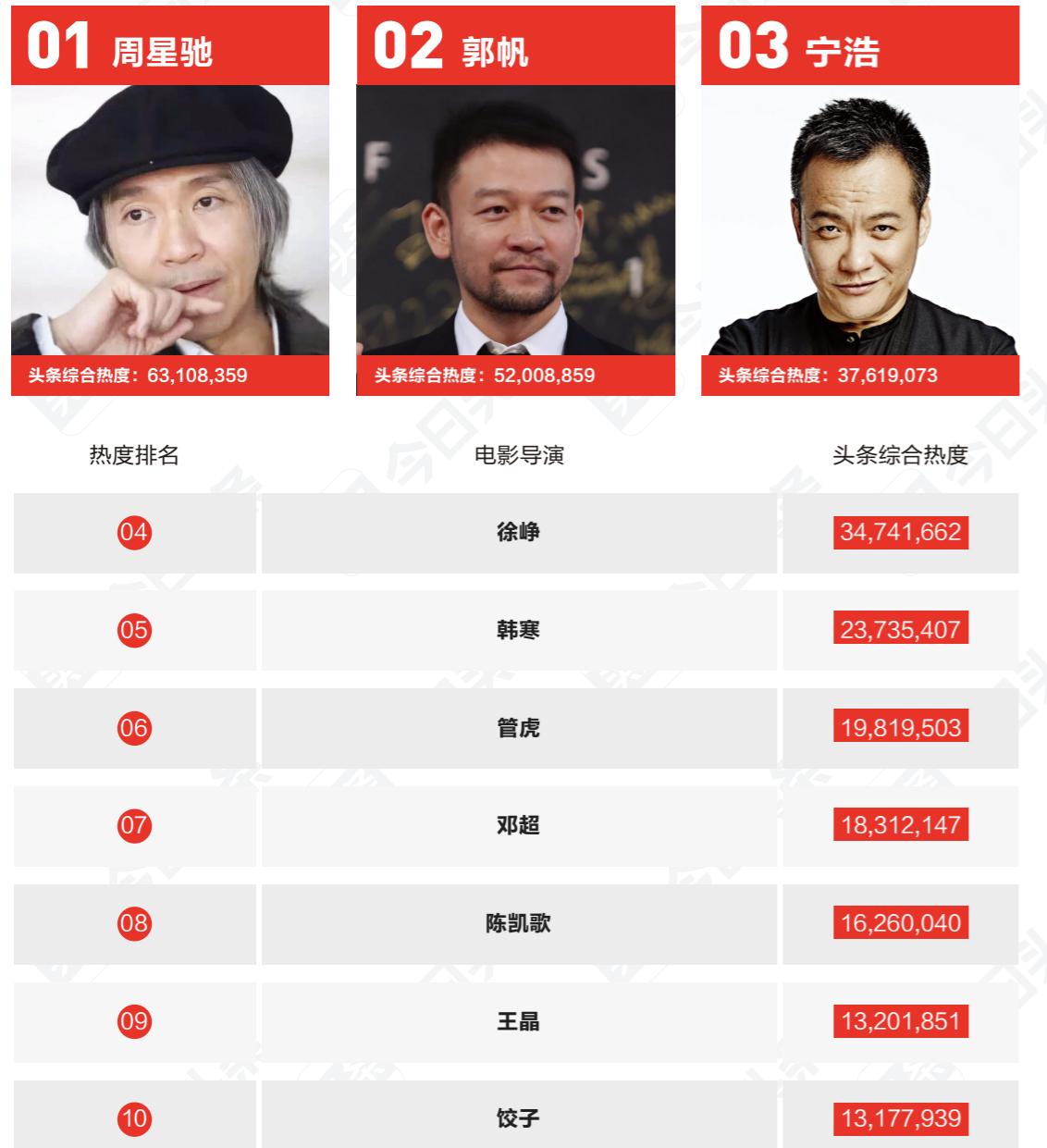
热度排名	影片名称	累计票房(亿元)	票房排名	头条综合热度
04	复仇者联盟4：终局之战	42.5	3	203,839,617
05	新喜剧之王	6.3	27	117,174,970
06	攀登者	10.9	14	111,255,216
07	飞驰人生	17.2	7	95,280,077
08	疯狂的外星人	22.1	6	95,023,024
09	中国机长	29.0	5	88,663,339
10	大黄蜂	11.5	13	70,505,366

数据来源：巨量算数，艺恩数据

注：头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

今日头条电影导演综合热度榜

2019今日头条电影导演综合热度TOP10



数据来源: 巨量算数
注: 头条热度指数由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。



大剧品质“都挺好” 剧粉追星“小欢喜”

宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。

2019年电视剧行业从内容前端、宣发中端到播映终端都在经历着洗礼和变革，“阵痛”之后，必将脱胎换骨、重新出发。

或许可以用三个词来概括2019年的电视剧发展：刷新、精品化与“破粉圈儿”。2019年，电视剧备案数量同比骤减1/4，国产剧集的播出总量下滑12个百分点。资本退潮、IP减退、虚火泡沫破灭，各个端口都在放慢脚步，骤然而来的冷意刷新了“剧”人们的预判。

就像钱币的两面，大剧市场在不断“减量”的同时，品质剧却越来越多，精品化趋势日益明显。《都挺好》《小欢喜》等一大批优质现实题材剧燃爆荧屏，《陈情令》《长安十二时辰》等爆款热剧不断，《致我们暖暖的小时光》《我只喜欢你》等小而美的青春剧也收割大批流量，品质至上始终是驱动市场良性发展的不二法则。

2019年的你被谁圈了粉？如果你不是“陈情女孩”“东宫女孩”或者“现女友”的话，大概就要被剧粉们请出群聊了。电视剧一直是造星孵化器，2019年的大剧造星能力格外强，“剧火人更红”，粉丝看剧又追星忙的不亦乐乎。“我想喝手磨咖啡”，“苏大强”一角让60后的老戏骨倪大红打入了年轻粉圈儿；《陈情令》直接把肖战、王一博推上了顶流位置，“博君一肖”成为2019年夏天粉丝心中最难忘的记忆；而杨紫、李现也通过《亲爱的，热爱的》变成了粉丝口中的“童言夫妇”，演员突破了“剧圈儿”，更渗透进了“粉圈儿”。

2019年，艰难有之，欢喜有之，成功亦或失败终将成为历史，新年钟声敲响的那一刻，一切重新出发。

剧集篇 Series

关键词：鼓励精品

剧集产业规范与激励并重

政策引导剧集市场健康发展。扶持精品创作、激励优秀内容生产，鼓励国剧出海、精品文化输出，有效规范市场乱象，引导剧集产业形成良性运行机制。

2019年电视剧相关政策和会议发言概览



数据来源：公开资料整理

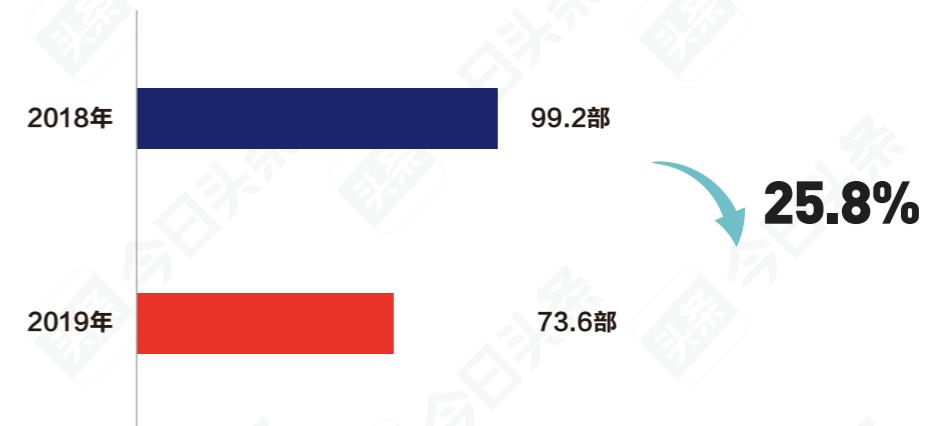


关键词：提质去冗

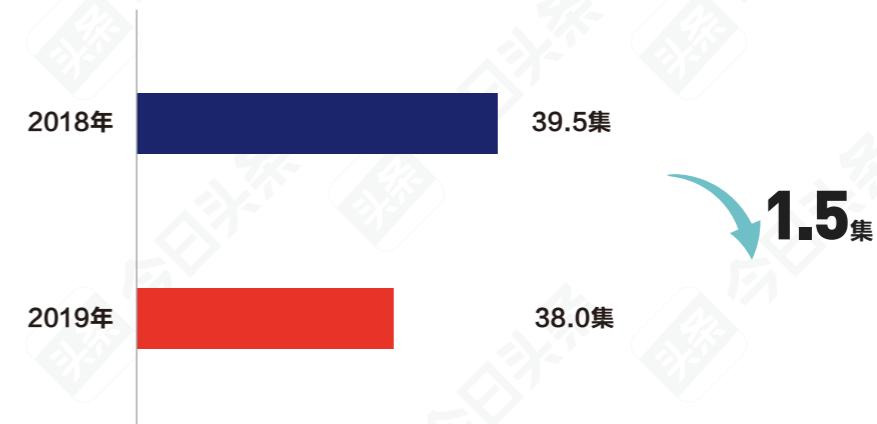
电视剧制作迈向精品化

2019年电视剧内容制作升级。供给端优化电视剧内容，备案公示数量下滑。截至11月30日，2019年电视剧备案共计810部，月均备案数量相比去年减少25.6部，下降25.8%。提升电视剧成片完成度，单剧平均集数从39.5集下滑至38集，平均减少1.5集，剧集内容“减负”迈向精品化。

2018-2019年剧集月均备案数量同比变化（1-11月）



2018-2019年剧集平均备案集数同比变化（1-11月）



数据来源：国家广播电视台
注：因2019年国家广播电视台相关数据只更新到11月，因此对比周期为2018年1月-11月和2019年1月-11月。

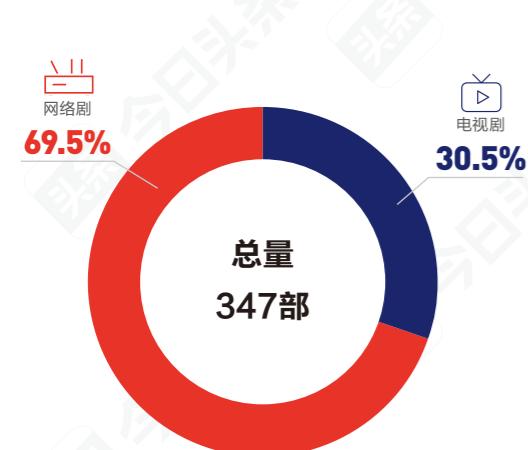


关键词：“上新”减少

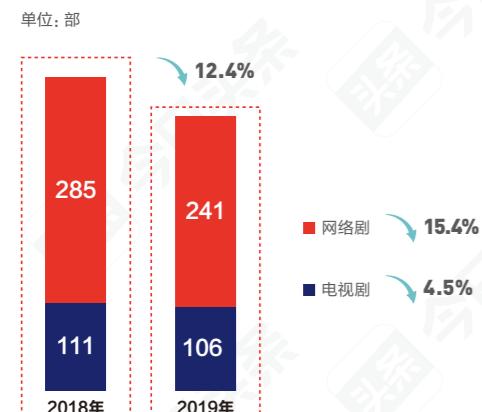
新剧播出数量下滑超一成，剧集库存压力增大

2019年播出剧集共347部，整体下滑12.4%。从平台格局来看，五大卫视上星剧播出格局稳定，相继上线《都挺好》《亲爱的，热爱的》等爆款剧；以《陈情令》《长安十二时辰》为代表，五大视频平台输出的精品网剧不断，但整体播出数量下滑明显。

2019年剧集上新概况



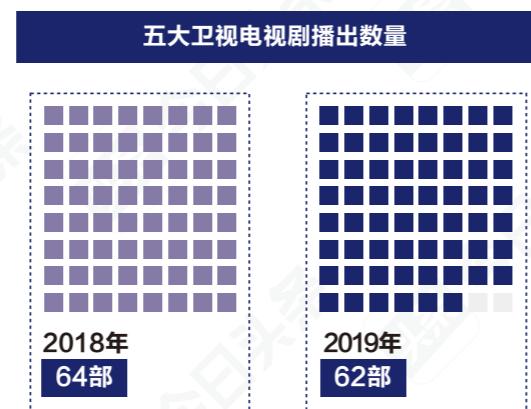
2018-2019年剧集上新类型对比



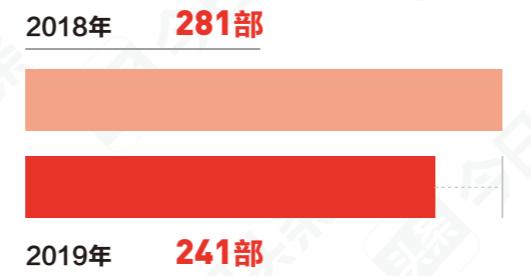
数据来源：艺恩数据

注：
①剧集统计范围为当年度首次开播的内地国产剧集，包括电视剧和网络剧。电视剧指在电视台首播的内地国产剧；网络剧指在网络渠道首播的内地国产剧，包括先网后台剧和纯网络剧。
②剧集中新指该剧集在2019年度首播。
③五大卫视指湖南卫视、北京卫视、东方卫视、江苏卫视、浙江卫视；五大视频平台指优酷、爱奇艺、腾讯视频、芒果TV、搜狐视频。

2018年-2019年重点平台剧集播出概况



五大视频平台网络剧播出数量

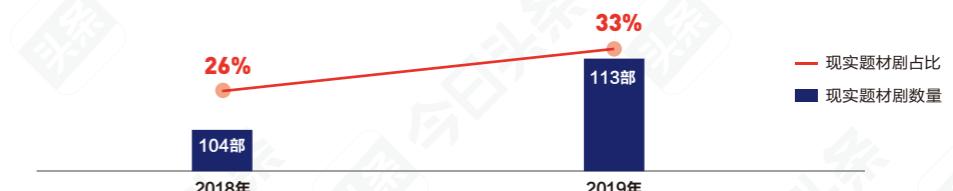


关键词：现实题材崛起

现实题材剧引领主流市场

取材生活、紧跟时代热点的现实题材剧更能引发观众共鸣。3、5月份《都挺好》《破冰行动》等精品现实剧火热荧屏，8月后“百日展播活动”中《在远方》等优秀献礼剧夺人眼球。2019年现实题材剧共播出113部，分割超过1/3剧集市场，引领新潮流。

2018-2019年现实题材剧集变化趋势



2019今日头条现实题材剧综合热度TOP 5

热度排名	剧集名称	头条文章篇数(万篇)	阅读量(亿)	头条综合热度
01	都挺好	14.9	31.9	378,901,110
02	小欢喜	65.1	6.9	153,174,832
03	破冰行动	2.8	5.1	95,016,685
04	少年派	5.0	11.7	36,565,740
05	在远方	4.4	4.3	35,959,830

2019今日头条献礼剧综合热度TOP 5

热度排名	剧集名称	头条文章篇数(万篇)	阅读量(亿)	头条综合热度
01	在远方	4.4	4.3	35,959,830
02	激荡	7.5	6.9	33,225,668
03	老酒馆	0.8	1.1	17,588,073
04	陆战之王	1.2	1.6	15,460,379
05	光荣时代	0.4	0.6	9,009,722

数据来源：巨量算数，艺恩数据

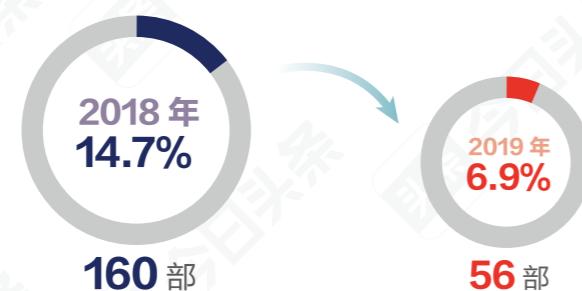
注：
①现实题材剧指无超现实元素、非偶像剧的，年代背景为1949年以来、反映现当代人们生活的各类剧集。
②头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

关键词：古装“精”“减”

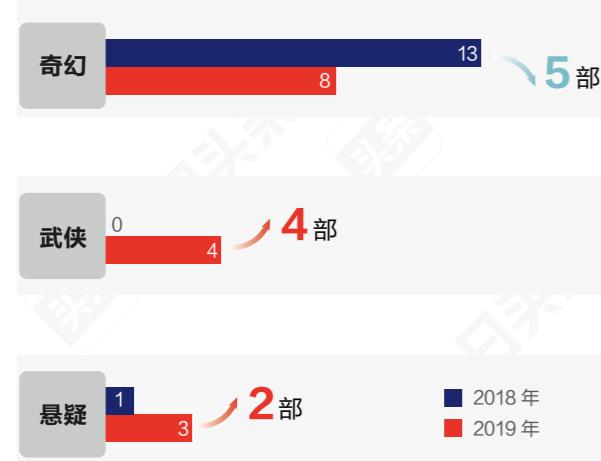
奇幻让道，武侠“重出江湖”

2019年古装市场“喜忧掺半”。《陈情令》《长安十二时辰》等热剧掀起观众追剧狂潮，古装剧撤档、改档风波不断。同比2018年，2019年前十一个月古装剧备案56部，占比首次跌出10%“安全圈”，同比下降近8个百分点。头部古装剧中，前两年市场火热的奇幻剧今年数量明显减少，武侠、悬疑剧反成新晋热门。

2018-2019年古装剧备案情况对比（1-11月）



2018-2019年全网TOP30古装剧子类型数量变化



2019年精品古装剧相关头条数据



数据来源：国家广播电视台总局，巨量算数，艺恩数据

注：

①古装剧备案数量来源于国家广播电视台总局，因2019年目前只公布了1-11月数据，因此对比周期为2018-2019年的1-11月。

②“全网TOP30古装剧”根据艺恩播映指数进行排名。

③头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

关键词：IP改编剧仍具优势

IP改编剧整体数量回落，但仍稳占头部市场

2019年IP改编剧总体数量回落，占比下降6个百分点，但依然稳占头部市场。今日头条IP改编剧综合热度TOP5中，正午阳光出品的《都挺好》《知否知否应是绿肥红瘦》双双入选，IP改编剧走向精品化。现实题材剧最易引发用户互动讨论，《都挺好》《小欢喜》在今日头条上的用户互动热情较高。

2018-2019年全网TOP50剧集中IP改编剧数量和占比



2019年今日头条IP改编剧综合热度TOP 5

热度排名	剧集名称	头条文章篇数（万篇）	阅读量（亿）	头条综合热度
01	都挺好	14.9	31.9	378,901,110
02	小欢喜	65.1	6.9	153,174,832
03	庆余年	6.9	7.1	94,354,136
04	知否知否应是绿肥红瘦	9.9	13.9	63,036,008
05	陈情令	10.7	8.6	61,468,392

数据来源：巨量算数，艺恩数据

注：

①IP改编剧指有一定粉丝数量的原创小说、游戏、动漫等基础上创作改编而成的剧集。

②“全网TOP50剧集”根据艺恩播映指数进行排名。

③头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

剧集营销标杆案例

今日头条花式营销助力品质佳作出圈

黄磊、陶虹等主创空降今日头条发文互动引来粉丝围观，#中国式家长控制欲#等焦点话题发酵，娱乐、两性、育儿等垂类创作者纷纷“发声”，实现《小欢喜》破圈传播。

“破冰男团”在头条互动问答，搭配有奖征文等主题活动，导流优质作者为《破冰行动》跨界安利，助燃粉丝追剧热情。

“百日展播”热剧主创入驻今日头条，微访谈互动曝光量过亿，《外交风云》等多部主旋律剧热度出圈。

今日头条 X 《小欢喜》

优质作者发文，引导话题发酵，实现破圈传播



自制节目助力宣发

《头条人物》专访海清
头条系播放量150万+

数据来源：巨量算数

今日头条 X 《破冰行动》



特色话题

#破冰行动#

阅读量 4.6亿+ | 讨论量 7.1万+

#破冰行动终极boss预测#

阅读量 1039万+ | 讨论量 1.1万+

#破冰行动版狼人杀#

阅读量 1亿+ | 讨论量 3.7万+

#心疼蔡永强#

阅读量 3407万+ | 讨论量 5000+

#破冰行动大结局#

阅读量 1.2亿+ | 讨论量 3.5万+

主创微访谈

5位主创微访谈
阅读总量 1500万+

深度问答

相关问题总量 1000条+
@头条电视剧 收获 180 个回答
问题展现量 350万+

有奖征文

10万+爆文 75篇
1238篇长文获 2.7 亿+推荐
总阅读量 2389 万+

今日头条 X 百日展播



数据来源：巨量算数

微访谈合集

4部献礼剧，24位主创
微访谈合集获 1 亿+ 曝光
弘扬 正能量，助力“百日展播”

今日头条剧集综合热度榜

2019今日头条剧集综合热度TOP10



热度排名	剧集名称	头条综合热度
04	庆余年	94,354,136
05	知否知否应是绿肥红瘦	63,036,008
06	陈情令	61,468,392
07	亲爱的热爱的	57,055,899
08	长安十二时辰	50,308,264
09	少年派	36,565,740
10	在远方	35,959,830

数据来源: 巨量算数
注: 头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。



“上新了！综艺”

微时代到了

2019 年在满屏的综艺节目中，你是否收获了惊喜与意外？

2019 年综艺人理智前行。在整体综艺节目数量锐减 13% 的情况下，节目制作方集中火力打造优质节目，无论从舞美呈现、镜头拍摄还是嘉宾表演，都进行了全面升级，《中国新说唱 2019》《这！就是街舞第二季》等节目质感都在向电影大片看齐。综艺节目质量稳步提升，尤其是网综节目脱颖而出，逐渐挤占头部市场空间。

细数脑海中 2019 年看过的综艺节目，《中餐厅第三季》《歌手 2019》等品牌节目依然奋战在第一线、全力“奔跑”，《乐队的夏天》《我是唱作人》等新节目也爆发出新鲜活力、引发全民狂欢。另外，《我家那闺女》《做家务的男人》等观察类节目异军突起，同比去年数量猛增 16 档，成为 2019 年最独特的一道风景线。

随着大家生活工作节奏的加快，观众的时间越来越碎片化，想从始至终、不间断地看完一档 60 分钟的综艺节目都成为了一件难事儿。短、平、快的微综艺抓准契机，顺利进入大众视线，微综艺的新时代来到了。创新型微综艺市场前景广阔，多家平台纷纷试水微综艺新市场，其中今日头条出品的《人生选择题》《我在宫里做厨师》等多档精品节目热度与口碑兼收，并且以制宣发一体式服务的优势引领行业。

有减有升、有创新、有挑战，“我觉得” 2020 年的综艺值得期待。

综艺篇

Variety Shows

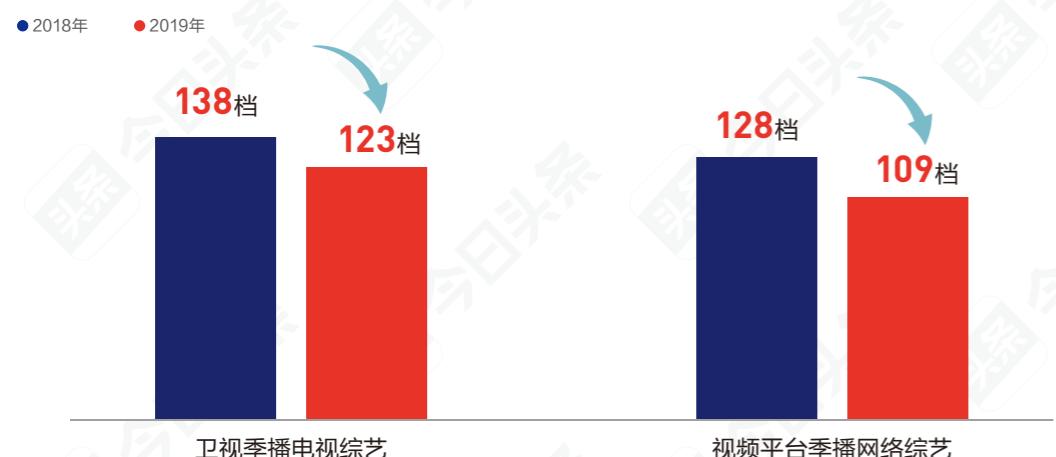


关键词：量减质升

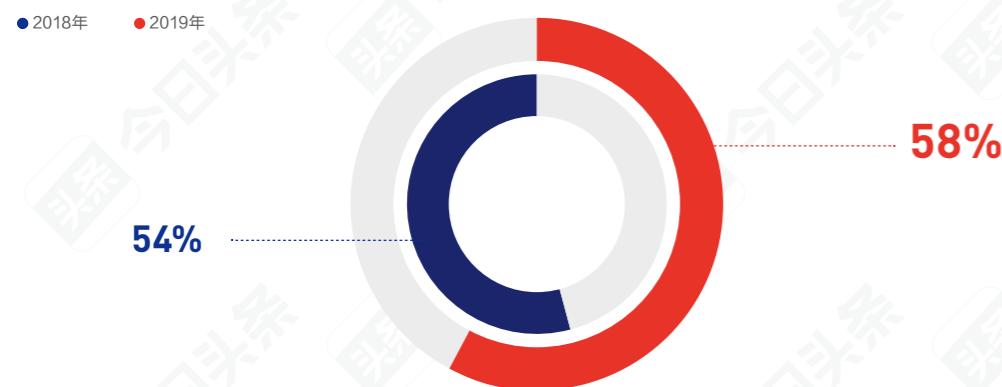
综艺产量减少，头部综艺中网综占比提升

2019年综艺共播出232部，产量大幅减少。较之2018年，电视综艺和网络综艺的上新数量双双回落，整体下跌13%。随着国家广电总局规范工作向制作前端的迁移，政府引导重要网综内容前期规划与创作方向，助力视频平台制作水平提升。头部综艺中网络综艺数量占比提升4个百分点，呈现明显的量减质升趋势。

2018–2019年卫视频道和视频平台季播综艺对比



2018–2019年全网TOP50综艺中网络综艺占比



数据来源：艺恩数据
注：
①综艺统计范围为当年度首次开播的内地国产季播综艺，包括卫视季播电视综艺和视频平台季播网络综艺，不含资讯、晚会、衍生类节目。其中，卫视季播电视综艺指上星卫视频道播出的内地综艺节目，不含央视各频道综艺节目；视频平台季播综艺指各大主流视频网站播出的内地网络综艺节目，统计平台包含五大视频平台和PP视频等。

②“全网TOP50综艺”根据艺恩播映指数进行排名。

关键词：综艺新“宠”

观察类综艺成为荧屏新“宠”

音乐、竞技、文化类综艺连续两年霸屏领跑。观察类综艺异军突起，成为2019年增长最快的综艺类型，同比2018年增加16档，涨幅533%，成荧屏新晋热门类型。观察类节目多关注社会热点，多以婚恋情感、夫妻家庭、社交关系等为切入点，与今日头条高潜娱乐用户兴趣需求高度契合，《我家那闺女》等节目赢得用户高度关注。

2019年播出最多的综艺类型TOP 3

No.1 音乐类综艺 28档



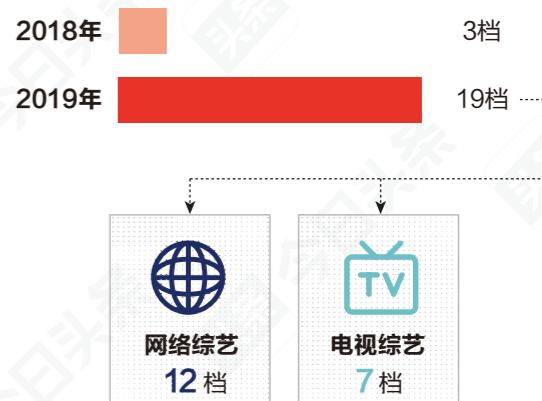
No.2 竞技类综艺 26档



No.3 文化类综艺 23档



2018–2019年观察类综艺播出数量对比



2019年热门观察类综艺头条相关数据



关键词：微综艺出“圈”

形式创新出精品，多平台制宣发一体入局微综艺

在短视频迅速崛起的当下，微综艺逐渐成为行业的新宠儿。短、平、快的微综艺驱动行业创新型发展。另外，微综艺的创新潜力吸引了今日头条、西瓜视频、爱奇艺等多个平台入局。

以《人生选择题》《我在宫里做厨师》为代表，今日头条全矩阵联动、制宣发全链条覆盖，品效合一打造多款精品微综艺。

微综艺案例



数据来源：巨量算数，公开资料整理

注：微综艺指节目时长在5-40分钟之间、非电视台播出的内地网络综艺节目，统计平台包含今日头条、西瓜视频、酷燃和五大视频平台等。

微综艺营销模式

《我在宫里做厨师》八期收官数据

「总体数据」

站内累计播放量 **1亿+**
主话题阅读量 **1.5亿+**

「KOL跨圈层传播」

8个领域，860位+KOL
参与话题讨论

「平台联动传播」

抖音挑战赛播放量 **1500万+**

「趣味测试互动」

2万+网友参与测试
趣味 H5 刷爆朋友圈

《人生选择题》四期中期数据

「总体数据」

中期累计播放量 **5200万+**
主话题阅读量 **4.5亿+**
主话题讨论量 **13.6万+**

「KOL跨圈层传播」

单期产出7篇爆文
情感领域话题发酵极佳

「人生选择题」

「平台联动传播」

单支抖音视频播放量
达**1100万+**

「趣味测试互动」

53万人在线玩转“平行人生”
测试互动 H5 强势引流

数据来源：巨量算数

注：

①《人生选择题》为节目中期数据，统计时间为2019年11月14日——2019年12月19日。

②微综艺指节目时长在5-40分钟之间、非电视台播出的内地网络综艺节目，统计平台包含今日头条、西瓜视频、酷燃和五大视频平台等。

综艺营销标杆案例

热点话题跨界传播，成就营销新高度

热点话题是引爆综艺热度的源头。今日头条结合综艺内容，精准切入互动话题，以话题点渗透圈层传播，从而达到全民热议的效果。

《我家那闺女》营销借力亲情元素，准确切入代际亲子关系，以“#给父母写封信”这一话题为切入点，破圈层征文与用户共鸣共情，实现全领域用户渗透。黄晓明的“明言明语”引发圈层用户热议，娱乐、体育、育儿、时尚等领域用户积极互动，为《中餐厅第三季》疯狂打call。

今日头条 X 《我家那闺女》



话题互动

话题阅读量**2.5亿**
话题讨论量**3.3万**

明星微访谈

单次最高阅读量**1643W+**
48条微头条获**1.3亿+**阅读

破圈层征文

#给父母写封信#
共计征文947篇
总曝光量4468W+

热点结合

白色情人节热点结合
用户关注再次升级

数据来源：巨量算数

今日头条 X 《中餐厅第三季》

热点话题

秦海璐有多难

话题阅读量 **1818** 万+

#心疼林大厨#

话题阅读量 1192 万 +

站内热词

破圈层传播：发文内容覆盖多个垂直领域



数据来源：巨量算数

今日头条综艺综合热度榜

2019今日头条综艺综合热度TOP10

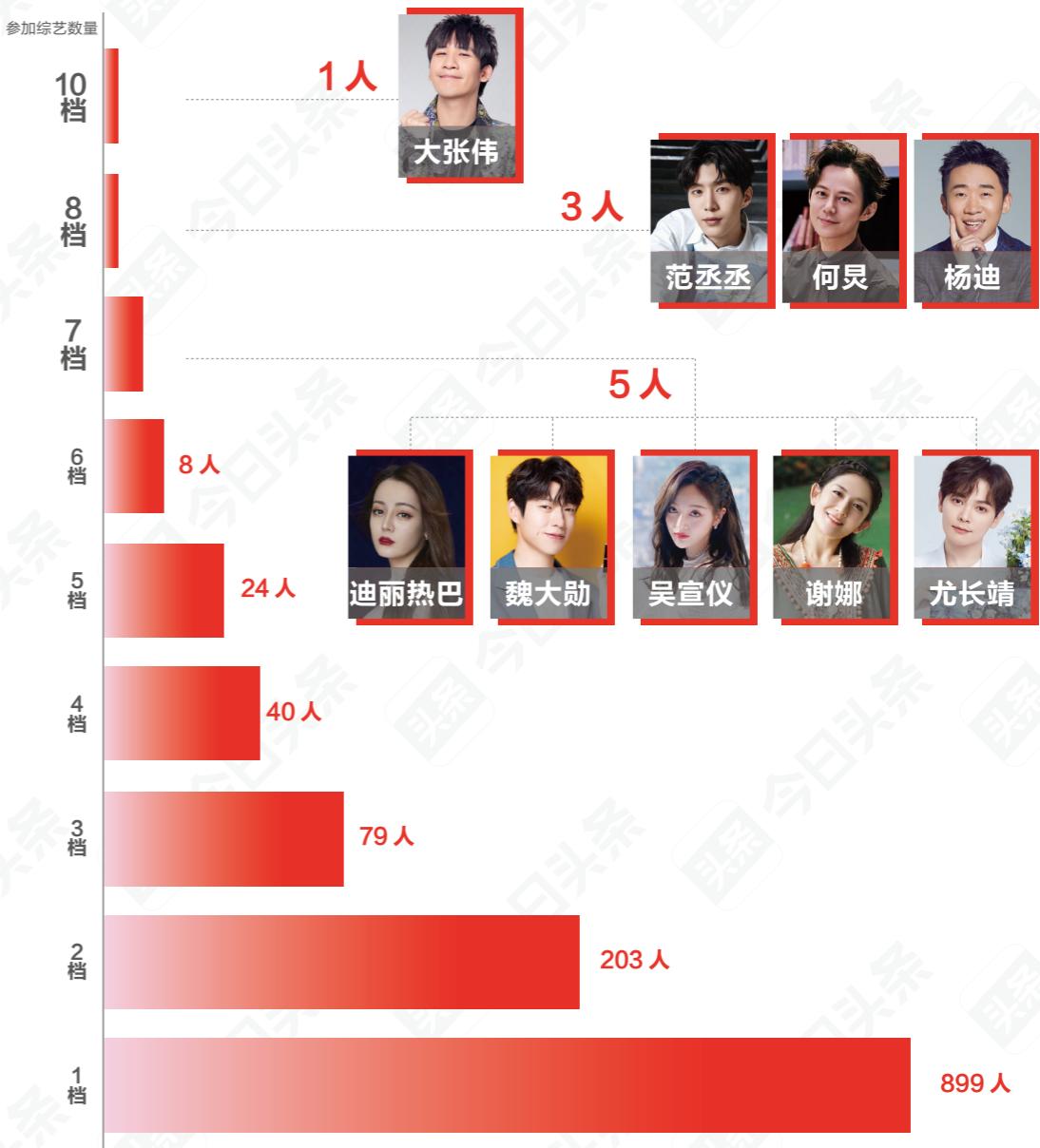


热度排名	综艺节目名称	头条综合热度
04	声临其境第二季	50,442,327
05	创造营2019	34,990,069
06	青春有你	28,271,774
07	我是唱作人	23,301,359
08	演员请就位	22,026,116
09	密室大逃脱	18,361,571
10	歌手2019	18,185,941

数据来源：巨量算数
注：头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

2019 综艺明星活跃榜

2019年明星参与综艺情况统计



数据来源：艺恩数据
注：
①综艺统计范围为当年度首次开播的内地国产季播综艺，包括卫视季播电视综艺和视频平台季播网络综艺，不含资讯、晚会、衍生类节目。
②明星参演节目包括在节目中担任主持、常驻嘉宾和飞行嘉宾等。
③因参演6档节目嘉宾过多，活跃榜仅显示参演6档以上的综艺常驻嘉宾姓名。
④明星名字按字母顺序排列。

明星篇

Celebrities

人人皆可成明星

2019，网络达人努力出圈当“明星”，明星更加“接地气”。

娱乐“圈外”，发迹于各大网络平台的网络达人在大众视线里愈发活跃，他们在综艺频频露脸，为电影站台打 call，与明星互动频繁，吸粉、吸金样样行。

娱乐“圈内”，明星保持光速更迭，老戏骨凭实力翻红，小花、小生通过热剧强势吸粉，业务能力超能打。然而在内容产业大调整环境下，有更多的明星纷纷开始寻找新方向，日常 vlog、美妆种草、直播卖货行行通。

明星、网络达人纷纷走出舒适区，探索破“圈”路径，寻找更广阔的天地。

而无论圈内圈外，大家都变得更务实。作为网络达人，你要带得了货；作为明星，你要有好作品说话。毕竟在这娱乐江湖，时刻风云涌动，“流量”已是昨日黄花，有实力才能长久绽放。

今日头条电影男明星综合热度榜

2019今日头条电影男明星综合热度TOP10



热度排名

电影男星

头条综合热度

04	古天乐	62,783,155
05	张译	52,897,135
06	黄渤	50,032,059
07	杜江	48,171,783
08	任达华	46,905,965
09	胡歌	31,921,527
10	刘德华	31,316,341

数据来源: 巨量算数

注:

①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条电影明星综合热度榜由明星及其参演的本年度上映影片的综合热度指数得出。



今日头条电影女明星综合热度榜

2019今日头条电影女明星综合热度TOP10



热度排名

电影女星

头条综合热度

04	袁泉	18,788,446
05	周冬雨	17,118,801
06	赵今麦	15,383,943
07	宋佳	12,761,051
08	佟丽娅	10,895,221
09	张天爱	10,486,178
10	姚晨	10,461,429

数据来源: 巨量算数

注:

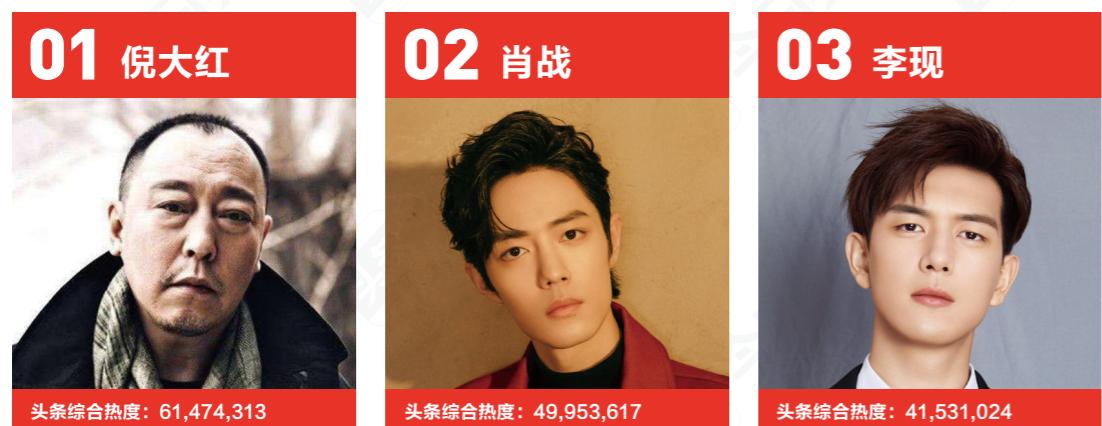
①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条电影明星综合热度榜由明星及其参演的本年度上映影片的综合热度指数得出。



今日头条剧集男明星综合热度榜

2019今日头条剧集男明星综合热度TOP10



热度排名	剧集男星	头条综合热度
04	王一博	39,537,465
05	黄磊	31,337,110
06	任达华	27,341,162
07	王劲松	25,322,028
08	吴刚	21,887,050
09	易烊千玺	19,306,412
10	雷佳音	16,265,052

数据来源: 巨量算数

注:

①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条剧集明星综合热度榜由明星及其参演的本年度开播剧集的综合热度指数得出。



今日头条剧集女明星综合热度榜

2019今日头条剧集女明星综合热度TOP10



热度排名	剧集女星	头条综合热度
04	海清	20,821,365
05	陶虹	19,482,624
06	闫妮	17,819,288
07	马伊琍	12,428,061
08	杨幂	10,070,597
09	鞠婧祎	9,610,564
10	宋祖儿	7,013,062

数据来源: 巨量算数

注:

①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条剧集明星综合热度榜由明星及其参演的本年度开播剧集的综合热度指数得出。



今日头条综艺男明星综合热度榜

2019今日头条综艺男明星综合热度TOP10



热度排名	综艺男星	头条综合热度
04	彭昱畅	21,127,084
05	张智霖	14,880,071
06	王一博	10,354,589
07	易烊千玺	9,749,829
08	黄晓明	8,782,354
09	周震南	5,979,529
10	吴亦凡	5,319,179

数据来源: 巨量算数

注:

①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条综艺明星综合热度榜由明星及其参加的本年度开播综艺的综合热度指数得出。



今日头条综艺女明星综合热度榜

2019今日头条综艺女明星综合热度TOP10



热度排名	综艺女星	头条综合热度
04	袁咏仪	24,473,925
05	Angelababy	21,697,655
06	吴昕	20,783,388
07	郭碧婷	16,627,506
08	蔡少芬	12,539,640
09	杨幂	10,080,203
10	赵薇	7,976,767

数据来源: 巨量算数

注:

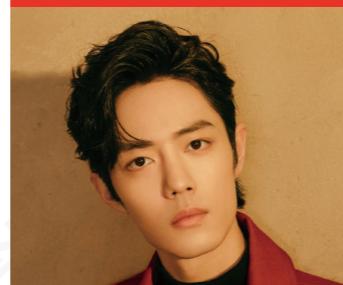
①头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。

②今日头条综艺明星综合热度榜由明星及其参加的本年度开播综艺的综合热度指数得出。



今日头条男明星综合热度榜

2019今日头条男明星综合热度TOP20



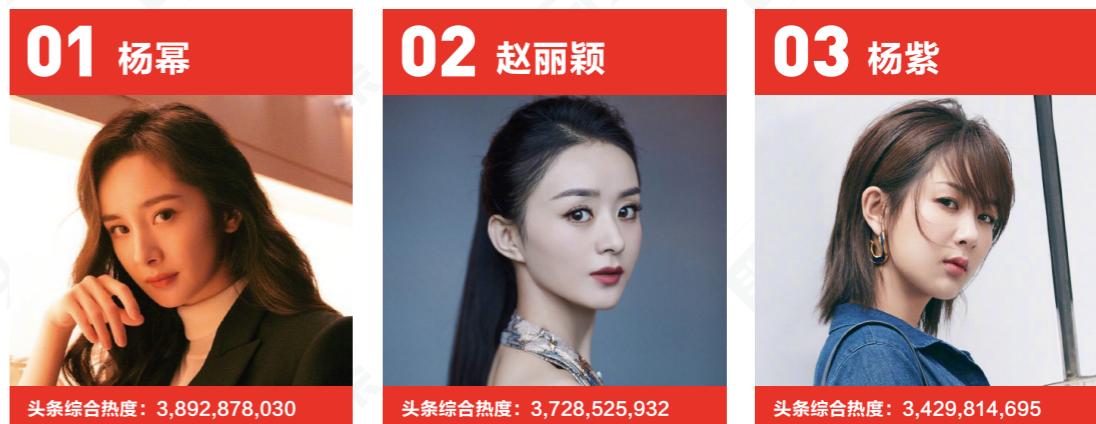
热度排名	男明星	头条综合热度
04	吴亦凡	1,317,948,946
05	李现	1,252,903,465
06	张艺兴	1,116,925,318
07	吴京	1,116,817,012
08	鹿晗	1,009,331,705
09	王一博	1,002,919,802
10	王源	991,259,941
11	罗志祥	977,773,019
12	邓伦	926,448,249
13	张一山	850,596,584
14	张杰	846,663,214
15	蔡徐坤	791,000,495
16	岳云鹏	746,770,203
17	王俊凯	687,622,238
18	朱一龙	645,742,024
19	刘宇宁	611,193,869
20	魏大勋	585,910,613

数据来源：巨量算数
注：头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。



今日头条女明星综合热度榜

2019今日头条女明星综合热度TOP20



热度排名	女明星	头条综合热度
04	迪丽热巴	2,300,956,372
05	关晓彤	1,668,733,370
06	刘涛	1,296,778,163
07	周冬雨	1,197,515,448
08	郑爽	1,106,069,898
09	唐嫣	876,182,046
10	吴昕	842,755,580
11	邓紫棋	683,405,539
12	秦岚	541,892,362
13	张子枫	540,479,722
14	李沁	523,535,536
15	马思纯	538,239,703
16	古力娜扎	497,625,037
17	白鹿	458,512,196
18	蔡依林	444,442,170
19	陈乔恩	418,489,190
20	张天爱	345,045,285

数据来源：巨量算数
注：头条综合热度由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。



娱乐没有圈儿

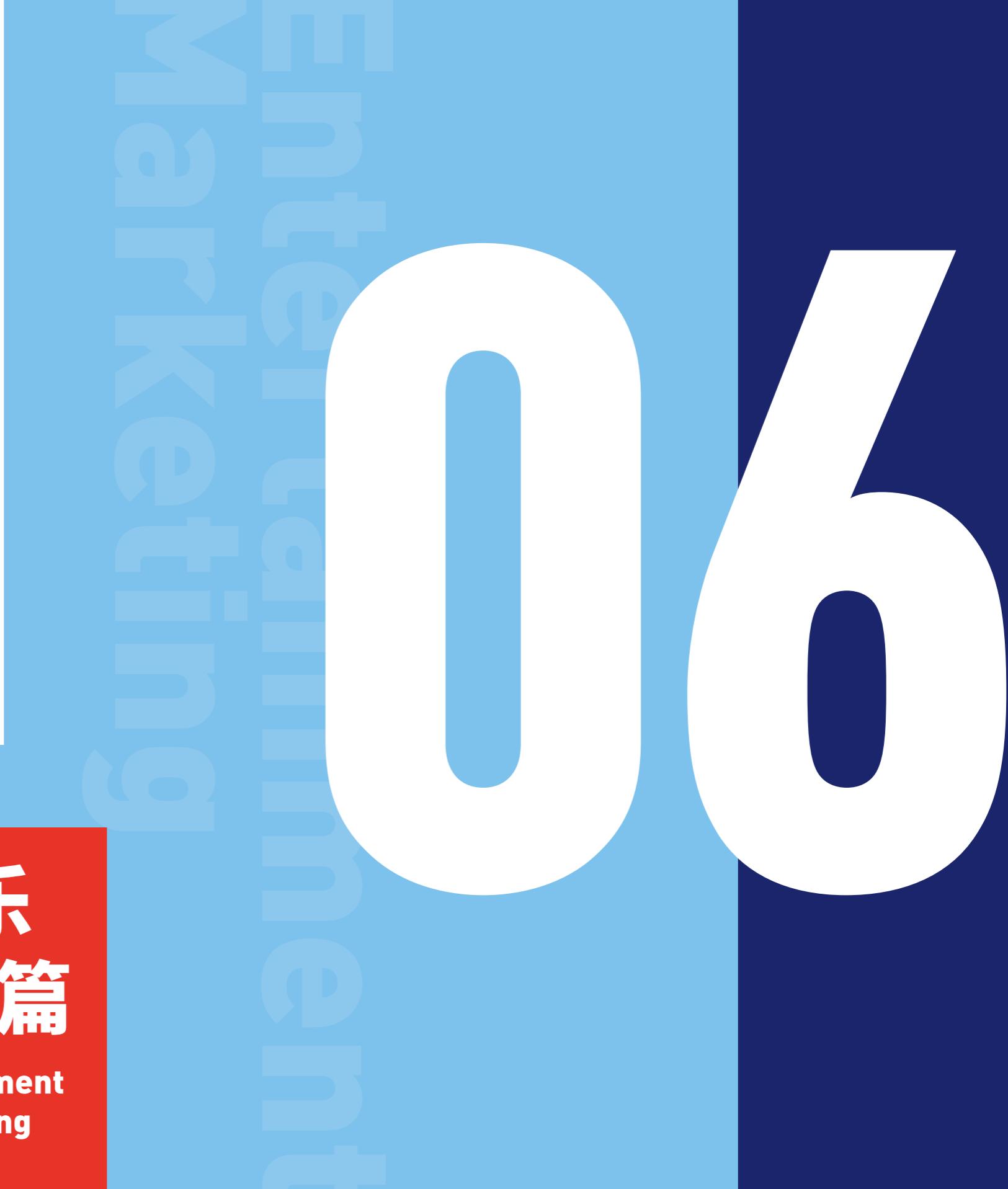
人人都是内容“生产”者

2019年，娱乐内容不再局限于电影、电视剧、综艺，也包含了基于作品本身进行二次创作的更广泛的娱乐内容。写段子、写评论、自制表情包、混剪视频、配BGM，越来越多的普通人加入娱乐创作者的阵营，身兼“消费者”和“生产者”双重身份。看娱乐、做娱乐、传递娱乐，从娱乐的“搬运工”转向娱乐的“加工者”。

移动互联网时代“人人都是创作者”，创作者生态从有限PGC向无限UGC扩展，娱乐内容的“社会化”生产趋势愈加明显。娱乐营销从以前的片方引导PGC、专业化二次生产、专注于粉丝渗透，转变为片方引导UGC、社会化二次生产、聚焦于破圈传播。

跨圈层营销、平台联动营销越来越成为娱乐营销的主流玩法。

娱乐
营销篇
**Entertainment
Marketing**



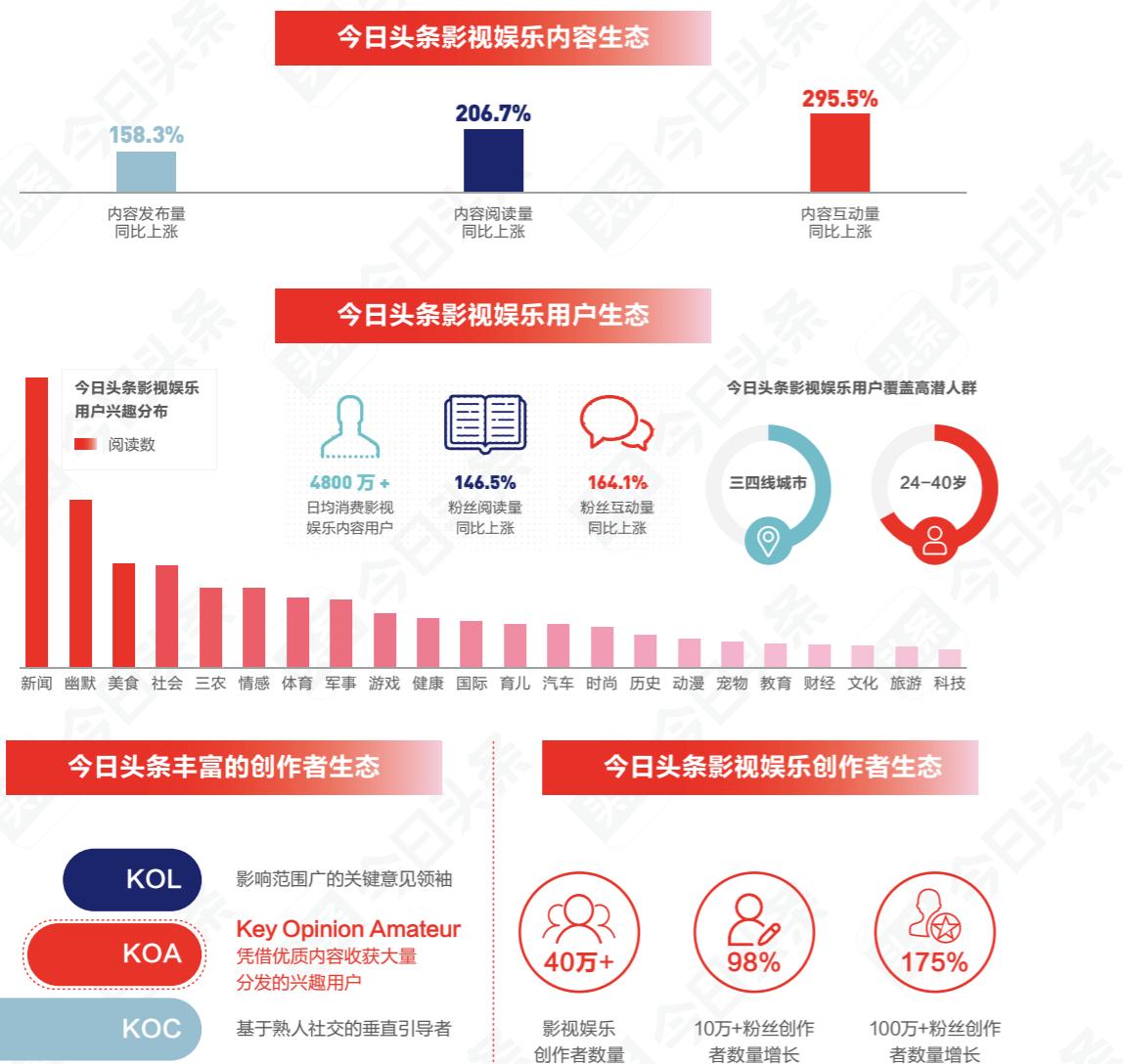
关键词：娱乐营销新阵地

今日头条成为娱乐营销新阵地

海量用户、优质内容、多元渠道，使今日头条跻身娱乐营销的头部阵地。

用户层面，今日头条日均消费影视娱乐内容的用户达4800万，他们活跃在新闻、美食、三农、体育等100多个圈层领域，为今日头条的破圈层营销打造了良好基础。

创作者层面，今日头条汇集40万+影视娱乐创作者，他们利用图文、视频、问答、微头条、小程序等各种工具进行内容生产，助力话题发酵。



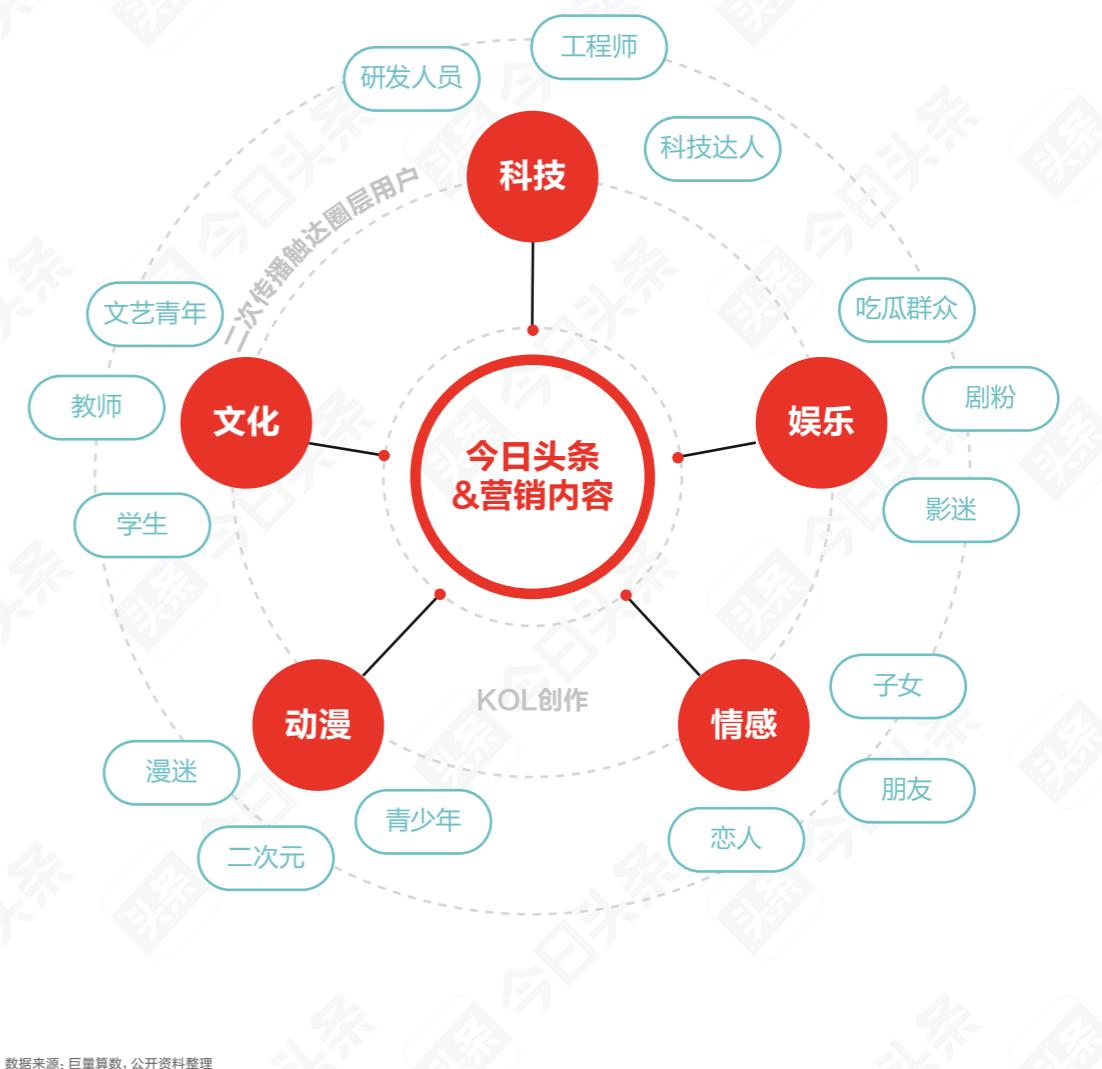
关键词：跨圈层营销

多领域 KOL 跨界传播，触达各圈层潜力受众

突破圈层界限、覆盖最广泛用户群是营销的核心目的。今日头条拥有海量的用户和庞大的创作者群体，每一个用户和创作者都有自己独特的标签，形成不同的圈层群体。

不同垂类创作者从自身角度出发、为娱乐内容“发声”。科技、娱乐、情感等垂类 KOL 生产的优质内容直接传递给该领域圈层用户。

不同圈层的人群汇聚起来，实现娱乐内容的跨界传播。



关键词：平台联动营销

头条系全平台联动，助力内容裂变实现倍速营销

今日头条与抖音短视频、西瓜视频等平台进行更好的深度合作，实现多平台联动，达到“1+1>2”的营销效果。根据营销物料适配恰当的投放渠道，优质图文资讯内容借由今日头条进行分发，创意短视频则通过抖音短视频、西瓜视频进行辐射。

汇聚多平台流量、创新营销形式，快速实现营销热度的倍数级裂变。

全平台联动	巨流量导入	海量用户覆盖	泛营销形式
图文/资讯/短视频/ 拍照/互动社区等 全平台联动	总DAU超过7亿 总MAU超过15亿	成熟用户、潜力市场， 覆盖最广用户	有奖征文/挑战赛/ 直播问答，多种营销形式 选择



数据来源: 巨量算数, 公开资料整理

娱乐营销标杆案例

总曝光量超 200 亿，花式宣发助春节档票房破新高

2019 春节档大片云集，市场竞争激烈，总票房也再度刷新影史纪录。

春节档上映的影片中，今日头条与《流浪地球》《疯狂的外星人》《新喜剧之王》《小猪佩奇》等 7 部影片达成了深度合作。

从“内容发起”到“内容发酵”再到“内容传播”，今日头条为电影宣发提供一站式服务。首先，今日头条会根据类型、上映档期、主创团队等影片属性特征，并结合平台自身的用户属性和创作者生态，通过数据分析、独家策划为影片量身定制宣发方案，从主创入驻、互动问答、微访谈、主题征文、视频挑战赛等线上互动，搭配特色观影团、头条盛典等线下活动曝光，全网、全平台联动实现娱乐内容的破圈传播。

“小猪佩奇 凭孩子入场”，妈妈观影团提前告诉你“啥是佩奇”；《疯狂的外星人》独家策划春节抢红包活动，红包的诱惑为影片集聚最广泛的用户群体；《流浪地球》的 # 中国式亲情 # 话题引发热议，各领域 KOL 争先“发声”，为自家的“圈儿粉”真心安利；《新喜剧之王》创意策划“我养你啊”互动小视频，“星爷”的经典回忆杀之外也打开了用户“自创自嗨”的大门；其他还有微访谈、征文、问答、直播等多营销方式整合。最终春节档电影头条总曝光流量超 200 亿，助力春节档票房破 92 亿，成绩喜人。

今日头条助力史上最强春节档



92亿+
8部影片15天票房92亿+

200亿+
头条总曝光量200亿+

46万篇+
头条相关文章46万篇+

90亿+
头条相关文章阅读量90亿+

12亿+
头条相关视频播放量12亿+

932万+
头条累计互动量932万+

100次+
头条热搜霸榜100次+



数据来源: 巨量算数

内容发起



内容发酵

大V观影团

线下活动

主题征文

35组家庭提前观看《小猪佩奇过大年》

主创出席头条盛典 10亿红包贺新春

互动问答

视频挑战赛

微访谈

@成龙 的提问收到 6000+回答 12小时内登问答榜 TOP 1

#我养你啊#

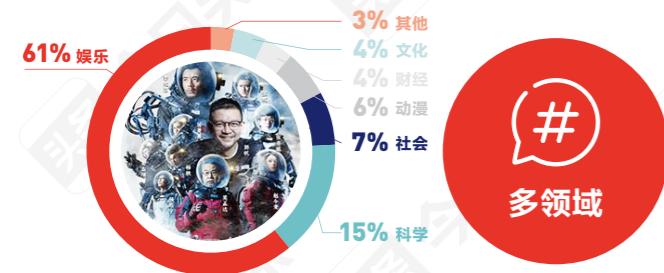
29位主创参与 累计发文 150 条+ 总阅读量 5560 万+

数据来源: 巨量算数

数据来源: 巨量算数

内容传播

《流浪地球》头条文章辐射6个领域



《小猪佩奇过大年》头条文章辐射4个领域



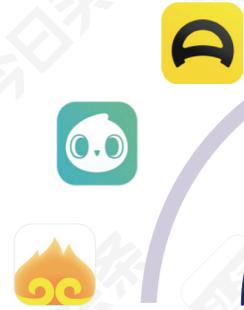
多领域

多体裁



直播
小程序
问答
小说
专栏
音频
图文
视频
微头条

头条



数据来源: 巨量算数

多平台

今日头条娱乐头条号影响力榜

2019今日头条娱乐头条号影响力排行榜TOP20

01 电影烂番茄



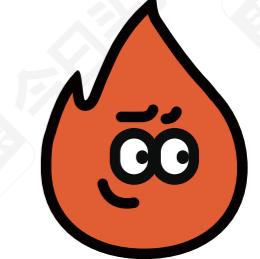
影响力指数: 969.2

02 淘漉音乐



影响力指数: 967.5

03 会火



影响力指数: 959.8

影响力排名

- 04
- 05
- 06
- 07
- 08
- 09
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20

娱乐头条号

- | | |
|---------|-------|
| 影视烂番茄 | 934.1 |
| 秃顶少女裴千尺 | 933.8 |
| 深夜八卦 | 931.9 |
| 娱乐真面目 | 928.5 |
| 巴塞电影 | 927.9 |
| 皮皮电影 | 926.7 |
| Sir电影 | 921.1 |
| 金牌娱乐 | 919.8 |
| 传媒一班 | 918.2 |
| 橘子娱乐 | 914.3 |
| 万小刀 | 913.3 |
| 刀刀叨文艺 | 912.5 |
| 香港电影怀旧 | 910.4 |
| 青石电影 | 908.2 |
| 李守智 | 907.6 |
| 票房侠 | 906.6 |
| 圈外扒姐 | 894.9 |

数据来源: 巨量算数

注: 影响力榜是通过创作者在端内的粉丝数、活跃度、传播影响力等维度综合计算。

今日头条娱乐头条号商业价值榜

2019今日头条娱乐头条号商业价值排行榜TOP20



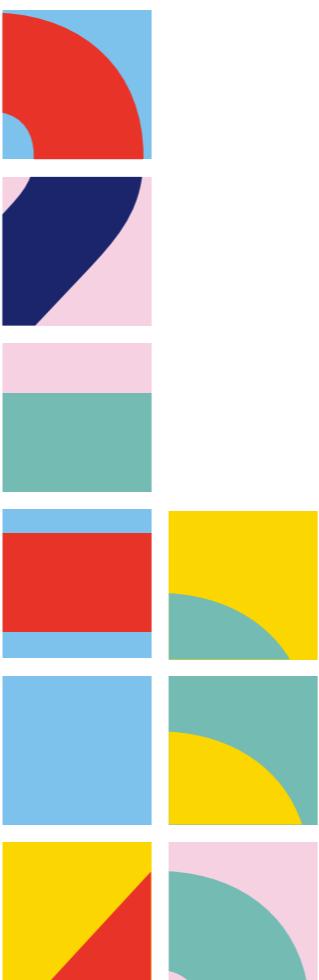
数据来源：巨量算数
注：商业价值榜是通过头条号的商业价值、品牌主合作等维度综合计算。

有人说犹在寒冬，有人说暖春将至。

市场有它四季更迭的节奏，我们无法改变这一规律，但我们可以把每个日子、每个季节都活得足够精彩。

过去的这一年，娱乐市场有困难，有挑战，但惊喜与变化也无处不在，最终留下来的是更多优质的内容、更活跃的用户、更开放的平台，以及拥抱并创造变化、保持并加速创新的精神和热情。我们已拥有这一切，心中有“暖”，又何惧“人生荒凉”。

道阻且长，行则将至，我们终将到达春天的彼岸。



寒
春
来
临

数据说明

- * **统计时间及范围:** 没有特殊说明的情况下, 数据统计周期为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。
- * **数据来源:** 国家统计局、国家广播电视台总局、国家电影局、CNNIC、巨量算数、艺恩数据及公开资料整理。
- * **头条综合热度:** 由文章量、阅读量、点赞、评论、转发等多维度加权生成。
- * **头条电影明星综合热度榜:** 通过明星及其参演的本年度上映影片的综合热度指数得出。
- * **头条剧集明星综合热度榜:** 通过明星及其参演的本年度开播剧集的综合热度指数得出。
- * **头条综艺明星综合热度榜:** 通过明星及其参演的本年度开播综艺的综合热度指数得出。
- * **娱乐头条号影响力指数:** 通过创作者在端内的粉丝数、活跃度、传播影响力等维度综合计算。
- * **娱乐头条号商业价值:** 通过头条号的商业价值、品牌主合作等维度综合计算。
- * **艺恩播映指数:** 反映某一部影视内容播映后的综合价值, 由媒体热度、用户热度、好评度和观看度等数据通过算法加权得出。
- * **电影:** 统计范围为首次上映日期在当年度的院线电影。
- * **电影票房:** 指影片在全国大陆院线上映取得的综合票房成绩, 含网络售票服务费。
- * **电影口碑:** 指观众对于影片的喜爱程度, 根据影片上映第 7 天的猫眼、淘票票、豆瓣评分综合计算得出。
- * **剧集:** 统计范围为当年度首次开播的内地国产剧集, 包括电视剧和网络剧。
- * **电视剧:** 指首次在电视台播出的内地国产剧集。
- * **网络剧:** 指首次在网络渠道播出的内地国产剧集, 包括先网后台剧和纯网络剧。
- * **现实题材剧:** 指无超现实元素、非偶像剧的, 年代背景为 1949 年以来、反映现当代人们生活的各类剧集。
- * **IP 改编剧:** 指在有一定粉丝数量的原创小说、游戏、动漫等基础上创作改编而成的剧集。
- * **五大卫视:** 指湖南卫视、北京卫视、东方卫视、江苏卫视、浙江卫视。
- * **五大视频平台:** 指优酷、爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV、搜狐视频。
- * **综艺:** 统计范围为当年度首次开播的内地国产季播综艺, 包括卫视季播电视综艺和视频平台季播网络综艺, 不含资讯、晚会、衍生类节目。
- * **卫视季播电视综艺:** 指卫视上星频道播出的内地综艺节目, 不包含央视各频道播出的综艺节目。
- * **视频平台季播综艺:** 指各大主流视频网站播出的内地网络综艺节目, 统计平台包含五大视频平台等。
- * **微综艺:** 指节目时长在 5-40 分钟之间、非电视台播出的内地网络综艺节目, 统计平台包含今日头条、西瓜视频、酷燃视频和五大视频平台等。

关于我们

今日头条是字节跳动旗下的核心产品, 是国内通用信息平台, 致力于连接人与信息, 让优质丰富的信息得到高效精准的分发, 促使信息创造价值。

目前拥有推荐引擎、搜索引擎、关注订阅和内容运营等多种分发方式, 囊括图文、视频、问答、微头条、专栏、小说、直播、音频和小程序等多种内容体裁, 并涵盖娱乐、科技、体育、健康、美食、教育、三农、国风等超过 100 个内容领域。

巨量引擎是字节跳动旗下的营销服务品牌。巨量算数依托巨量引擎的庞大数据库, 并致力于用数据、洞察和量化指标构建更强大的营销策略, 提供权威的用户、行业、媒体、内容和广告洞察, 强化数据服务能力, 用数据驱动营销价值, 提升商业影响力。

未经允许, 不得对本报告进行修改和加工。如有转载或引用, 需及时与我们联系并注明出处。

邮箱: addata@bytedance.com

地址: 北京市海淀区北三环西路 43 号中航广场 1 号楼

联合出品:   





出品人： 洪绯
联合出品人： 陈都烨
总监制： 杨路 林文斌
监制： 魏尚君 朱雅清 张海敏
总策划： 李忻融 罗丹
项目统筹： 龙霁月
文案编辑： 杨雨晨
分析师： 龚亿宇 戴佳玉 白晨 刘馨锘 严宇馨 张逸萱 贾晓依 全可馨
娱乐行业数据支持： 艺恩数据
数据可视化设计支持： CBNData