

抖音818：泛商城和内容场协同发力

腾讯幻核宣布停售数字藏品
NFT销量创新低

《二十不惑2》湖南卫视*爱奇艺*芒果
TV*Netflix海内外同播

媒体及内容IP创新周报看点

#M360 IP指数排行

综艺/剧集/电影/纪录片/国漫排行榜

#媒体创新趋势

抖音818发现好物节：泛商城和内容场协同发力

腾讯幻核宣布停售数字藏品 内部人士：团队不裁撤 落实降本增效战略

《二十不惑2》817开播 | 湖南卫视*爱奇艺*芒果TV*Netflix 海内外同播

优酷推出“优质IP系列内容和营销奖励计划”

2022暑期档票房已达77.34亿：「动画、现实题材电影持续上新」

#全球媒体风向

迪士尼Q3：订阅用户首超Netflix，预计今年Disney+达到亏损峰值

第十二届北京国际电影节：16部入围电影角逐“天坛奖”

M360-综艺排行

排行	综艺名称	播出平台
1	中餐厅第六季	芒果TV
2	这！就是街舞第五季	优酷
3	花儿与少年第四季	芒果TV
4	极限挑战第8季	东方卫视等多平台
5	密室大逃脱 第四季	芒果TV
6	向往的生活 第六季	芒果TV
7	奔跑吧 第6季	浙江卫视等多平台
8	怎么办！脱口秀专场	腾讯视频
9	战至巅峰	腾讯视频
10	中国说唱巅峰对决	爱奇艺

统计时间截止至8月17日



M360-剧集排行

排行	剧集名称	播出平台
1	迷航昆仑墟	爱奇艺、腾讯视频
2	星汉灿烂	腾讯视频
3	苍兰诀	爱奇艺
4	一起同过窗 第三季	腾讯视频
5	被遗忘的时光	芒果TV
6	冰雨火	优酷
7	正义的算法	哔哩哔哩
8	庭外	优酷
9	白色强人2	优酷
10	沉香如屑	优酷

统计时间截止至8月14日17:00



纪录片排行

排行	剧集名称	首播时间	豆瓣评分	B站热播榜	优酷热播榜
1	绿色星球	2022-01-10	9.7	众神之地	太阳·天空炼狱
2	寻人记第二季	2022-05-19	9.5	守护解放西3	寻味贵辣
3	史前星球	2022-05-28	9.4	中国通史	地球奇观
4	jeen-yuhs: 坎耶·维斯特三部曲	2022-05-23	9.4	我们是这样长大的	李亚平《说宋朝》全集
5	但是还有书籍 第二季	2022-01-23	9.4	我的白大褂2·王牌科室	外星人大猜想
6	空中浩劫 第二十二季	2022-01-20	9.4	极岛森林	辣椒的征途
7	2022年维也纳新年音乐会	2022-01-01	9.4	绿色星球	亲爱的敌人
8	王朝第二季	2022-01-24	9.3	这就是中国	鲁豫有约一日行
9	全球绝美国家公园	2022-04-13	9.2	单挑荒野 第一季	谍海群雄
10	人生第二次	2022-05-19	9.1	人生第一串 第三季	超级大蟒蛇

统计时间截止至08月016日14:00



电影票房排行

排行	剧集名称	上映时间	累计票房	豆瓣口碑
1	独行月球	2022.07.16	25.20亿	6.8
2	人生大事（2022）	2022.06.24	16.97亿	7.3
3	神探大战	2022.07.08	7.05亿	7.0
4	明日战记	2022.08.05	3.89亿	6.4
5	断.桥	2022.08.13	1.64亿	6.3
6	山海经之再见怪兽	2022.08.13	2818.4万	-
7	猪猪侠大电影：海洋日记	2022.08.06	2570.8万	-
8	迷你世界之觉醒	2022.7.30	2441.5万	-
9	小马宝莉：新世代	2022.7.30	1544.5万	7.4
10	漫长的告白	2022.8.12	549.6万	6.8

统计时间截止至8月17日12:53



M360-动漫排行

排行	剧集名称	播出平台
1	夏日重现（日）	哔哩哔哩
2	街角魔族第二季（日）	哔哩哔哩
3	百妖谱.京师篇	哔哩哔哩
4	凡人修仙传	哔哩哔哩
5	靠你啦！战神系统	哔哩哔哩
6	君有云	哔哩哔哩
7	黑之召唤士（日）	哔哩哔哩
8	式守同学不只可爱而已（日）	哔哩哔哩
9	神印王座	腾讯视频
10	七界第一仙	腾讯视频

统计时间截止至8月17日17:00



媒体创新



抖音818发现好物节：泛商城和内容场协同发力

818在即，抖音818发现好物节，也已经从纯电商IP，转换为内容+电商IP。通过短视频、直播等内容种草，泛商城等重点玩法扶持，保障商家在“货找人”与“人找货”并存的全域兴趣电商阶段高效经营，全方位提升活动影响力，助力商家获取生意新增量。

抖音818发现好物节在为广大用户带来更多优惠价好物的同时，也在众达人开箱、科普、种草和直播带货过程中，让用户感受到不一样的消费体验。从货找人的“内容场”到人找货的“泛商城”，多场域之间的交互和共振，正为品牌商家提供生意增长的新空间。



m360前瞻看点

1、“泛商城”概念是2022年抖音618大促活动提出以来，通过覆盖抖音商城、抖音搜索、店铺/橱窗等入口，以商城和搜索组合，搜索和短视频及直播间跳转等创新体系应用，为众多品牌商家打造了大促活动生意爆发的新场所。

2.“内容场”+泛商城协同发力，达人、品牌全面释放活动势能。



扫一扫获取
更多新情报



腾讯：幻核宣布停售数字藏品 内部人士：团队不裁撤 落实降本增效战略

8月16日，腾讯幻核发布公告，称基于公司聚焦核心战略的考量将做出业务调整。自今年8月16日起，幻核将停止数字藏品发行，同时所有通过其平台购买过数字藏品的用户可自行选择继续持有或发起退款申请。

公开资料显示，“幻核”是腾讯PCG旗下的数字藏品发行平台，于2021年8月正式上线。至今上线不到一年，是国内最大的数字藏品平台之一，并未开放转赠功能，且禁止二级交易炒作。

值得注意的是，此前市场传言曾称幻核将被整体裁撤。对此，腾讯内部人士称，“本次幻核调整不涉及团队人员裁撤。至于调整原因，该内部人士透露，是出于整体成本控制和营收效益的考虑，也是落实腾讯集团层面持续的降本增效战略。”

m360前瞻看点

- 1、元宇宙营销践行不易，疫情常态化下，如何践行降本增效战略更是无论大场还是小家都在思考的痛点。
- 2.幻核倒在初秋，或许正预示着数字藏品“野蛮生长期”的结束，市场会趋于理性吗？



幻核公告

尊敬的幻核用户：

您好！

基于公司聚焦核心战略的考量，幻核将做出业务调整。自2022年8月16日起，幻核将停止数字藏品发行。即日起，所有通过本平台（包括腾讯新闻数字藏品馆）购买过数字藏品的用户可自行选择继续持有或发起退款申请。具体安排如下：



扫一扫获取
更多新情报



媒体创新



m360

扫一扫获取
更多新情报



#《二十不惑2》817开播 | 湖南卫视*爱奇艺*芒果TV*Netflix 海内外同播 上演25岁的不惑

毕业三年的女孩们
跨过校园和社会的分界线，
迎接后青春人生的同时，
也面临着25岁年龄层的普遍困境。

《二十不惑2》8月17日，湖南卫视*爱奇艺*芒果TV，Netflix海内外同步播出，同时，即将在东南亚、港澳台及韩国等14个国家和地区放映！

你是否记得，当时守在屏幕前，从女孩们的故事中看到的自己的影子。转眼间，红楼四子走出校园，新的朋友、新的故事……

即将拉开序幕……

m360前瞻看点

- 1、这是电视剧IP在发行上的一次创新，不仅全网全媒体直播，同时跨界跨地域全球直播。
- 2、这也是电视剧IP在内容话题上的一次创新，从40不惑，30不安，越来越年轻化的年轻人在思考人生、未来上的困惑和突破困惑的全新尝试，电视剧的内容深度进一步加强。

优酷网络电影

“优质IP系列内容和营销奖励计划”发布

一、优化内容品质，加速行业升级

优酷内容开放平台即日起正式取消网络电影B级项目合作，原S、A+、A级合作模式不变。

分账票房=有效观影人次*内容定级单价

1、有效观影人次：

许可作品付费周期内，每付费用户连续单一付费授权作品超过6分钟的一次或多次观影行为，计为一次有效观影人次。



扫一扫获取
更多新情报



优酷网络电影

“优质IP系列内容和营销奖励计划”发布

一、优化内容品质，加速行业升级

优酷内容开放平台即日起正式取消网络电影B级项目合作，原S、A+、A级合作模式不变。

分账票房=有效观影人次*内容定级单价

1、有效观影人次：

许可作品付费周期内，每付费用户连续单一付费授权作品超过6分钟的一次或多次观影行为，计为一次有效观影人次。

2、内容定级单价：

定级单价由内容评估总分为标准，级别如下：

级别	合作方式	单价(元)	分账期
S	独家	4.5	180天
A+	独家	4	180天
A	独家	3	180天

*备注：
1. 内容评估总分由优酷内容开放平台提供，最终以优酷内容开放平台为准。
2. 内容评估总分由优酷内容开放平台提供，最终以优酷内容开放平台为准。

二、IP系列化内容奖励计划发布

1、申请周期：

当季申请“IP系列化内容奖励”的影片和系列化网络电影均须达到优酷S级。IP系列化网络电影至少1部作品在优酷上线。且按/拼播分账总票房(全平台)≥2000万元。影片与原作上线间隔时间不得超过2年。最终是否符合奖励条件由优酷综合评估。

2、奖励细则：

申请影片经优酷综合评估后，如符合“IP系列化内容奖励”规则，可在原片上线的分账期内，对原片已过分账期的前作影片(如有多部在优酷上线，仅奖励最近1部)进行奖励；原片通过其他播出方式(独/拼播)，原作品的发行分账期则重新开启分账。奖励作品的分账期内，原片分账期最长180天。

3、“IP系列化”定义：

IP可为原创或改编IP(小说、游戏、漫画、动漫、院线电影等)改编的系列化网络电影内容。

4、奖励生效日期：

2022年8月15日-2023年12月31日，期间上线优酷独/拼播S级影片且符合“IP系列化内容奖励”申请规则均可联系商务申请，原片上线前反馈结算。

三、营销有效性奖励计划发布

1、申请周期：

奖励生效日期内，优酷独/拼播上线影片均可参与。

2、奖励细则：

影片上线前14天(含)到上线30天(含)的核心营销期，在优酷内容开放平台“每日搜索指数”累计量达到奖励规则对应标准即可获得相应奖金。经优酷平台审核和确认后，在影片分账期内直接奖励，奖金加入影片分账票房中。

核心营销期“每日搜索指数”累计	奖金
1000万及以上	300万元
600万-1000万(不含)	200万元
400万-600万(不含)	100万元

3、奖励生效日期：

2022年8月15日-2023年3月31日，期间上线优酷独/拼播影片且达到“营销有效性奖励”标准均可联系商务申请。

*备注：
1. 营销有效性奖励：根据优酷内容开放平台提供数据为准，以优酷内容开放平台为准。
2. 营销有效性奖励：根据优酷内容开放平台提供数据为准，以优酷内容开放平台为准。



扫二维码查看

#优酷推出“优质IP系列内容和营销奖励计划”

8月15日，优酷视频宣布，为促进行业为促进行业内容品质提升和加速营销标准化体系建立，优酷内容开放平台从15日起正式取消网络电影B级项目合作，并推出“优质IP系列内容和营销奖励计划”，通过“IP系列化内容奖励计划”，鼓励优质IP内容持续生产，通过“营销有效性奖励计划”，激励营销专业性、有效性的提升。

据了解，本次优酷网络电影合作模式取消了B级项目合作，S、A+、A级合作模式不变，价格与之前相比也无变化。在此基础上，独\拼播分账票房(全平台)超过2000万，并达到优酷S级的IP系列化网络电影可申请“IP系列化内容奖励”。该奖励于2022年8月15日——2023年12月31日期间生效。

m360前瞻看点

- 1、内容王道：视频网站对于优质IP系列的内容渴求度不断升级，有好内容才能拥有更多用户，获得更多品牌关注。
- 2、市场缺好内容，机会点无限，用奖励激励营销专业性、有效性提升。

#2022暑期档票房已达77.34亿：「动画、现实题材电影持续上新」

2022年暑期档票房已达到77.34亿，已超过了2021年暑期档总票房73.81亿。其中，排在今年暑期档票房榜TOP 5的分别是《独行月球》24.73亿、《人生大事》16.92亿、《侏罗纪世界3》10.59亿、《神探大战》7.04亿、《明日战记》3.67亿。王俊凯、马思纯主演的悬疑犯罪电影《断·桥》于8月13日上映，目前票房为1.46亿。

在接下来的暑期档中，动画电影为主力军。由追光动画出品，赵霁执导的神话电影《新神榜·杨戬》将在8月19日（本周五）上映；由皮艾尔·柯芬执导，史蒂夫·卡瑞尔、皮埃尔·柯芬等人参与配音的动画电影《小黄人大眼萌：神偷奶爸前传》同样在8月19日上映；日本电影细田守执导的动画电影《雀斑公主》将在8月26日于内地上映，该片讲述了自幼失去母亲的小铃随着母亲意外过世再也不唱歌了，一次偶然，小铃以“贝儿”的身份进入了虚拟世界U并成为了U世界里的明星，但一个神秘人物的突然出现打乱了她的生活的冒险故事。该片曾于2021年7月16日在日本上映。

m360前瞻看点

- 1、后疫情时代，暑期电影持续升温，动画IP和现实主题题材持续上新，人情人心的温情故事更受推崇。
- 2、国外的一些动漫IP更多进入国内上映，受众选择更多，对于国漫、国内电影IP质量要求更高。



扫一扫获取
更多新情报



#第十二届北京国际电影节：16部入围电影角逐“天坛奖”

媒体创新

8月13日，第十二届北京国际电影节开幕，开幕式于12日晚在北京市怀柔区雁栖湖国际会展中心举办并录制。据悉，本届北京国际电影节主竞赛单元“天坛奖”全球报名影片数量达1450部，其中，国外影片1193部，来自88个国家和地区。11个展映单元将展映130余部中外影片，其中为庆祝香港回归25周年特别设置了“光影浪潮 香港电影新动力”单元。

中国影片《海的尽头是草原》、《回西藏》、《追月》，土耳其、波兰、德国、丹麦合拍影片《安纳托利亚豹》，法国影片《全职》，印度影片《杰伊·比姆》、《印度刺客》，泰国影片《速度与爱情》等16部入围电影将角逐“天坛奖”，最终的10个奖项将于8月20日举行的闭幕式上揭晓。让我们拭目以待。

m360前瞻看点

1、进入后疫情时代，约会、拜访、探望、聚会、同游……往日习以为常的相见，因为种种不确定性因素，变得弥足珍贵。在这种情况下，正如“天坛奖”的评奖理念“天人合一，美美与共”一样，电影节这座人人自得其乐的桃源更像一个关于电影的家庭，从戴维·波普诺对家庭的定义出发，作为家庭的电影节由电影、影迷和电影人构成，并且需要他们相互合作共同发挥作用，将银幕的光接续下去。



m360

扫一扫获取
更多新情报



媒体创新



Disney + PIXAR + MARVEL + STAR WARS + NATIONAL GEOGRAPHIC + STAR



扫一扫获取
更多新情报



#迪士尼Q3：订阅用户首超Netflix，预计今年Disney+达到亏损峰值

现阶段，全球流媒体市场喜忧参半。Netflix连续两个季度出现订阅用户下滑，于Q2财报披露之前官宣了广告合作伙伴；华纳已经宣布将HBO Max与Discovery+合并，但未来的方向和定位还未确定；伴随《指环王》系列剧集的定档，亚马逊Prime video攻势积极；Apple TV+凭借着优良的自制内容，市场关注度有显著提升；Paramount+总订阅用户虽然总数仅4330万，但日前结盟沃尔玛或带来新的提振。

在这样的背景下，迪士尼发布的2022年度第三季度财报备受关注。由于Q3流媒体服务的用户增长好于预期，且线下主题乐园回暖，迪士尼公司当日股价创下2020年12月以来的最大涨幅。

财报显示，流媒体方面业务层面，Disney+新增1440万订阅用户，超过了分析师预期，累计达到1.52亿。再加上Hulu和ESPN+，迪士尼流媒体订阅用户数量已经达到了2.211亿，超过了奈飞的2.207亿。

m360前瞻看点

- 1、迪士尼作为综合性传媒娱乐集团的壁垒，在Q3继续体现。其独特的业务多元化特色，为其生态系统提供动力，从而支持迪士尼拥有探索跨行业和分销渠道的增长机会。
- 2.增长之下，也有隐忧，巨额内容成本投入，迪士尼的流媒体业务今年共亏损11亿美元。用户也更倾向于选择更便宜产品，希望在内容上线后亏损额会有所下降。

媒体及内容IP创新 趋势前瞻

- 1、818“内容场”+泛商城协同发力，达人、品牌全面释放活动势能。
2. 幻核倒在初秋，全球NFT销量创新低，或许正预示着数字藏品“野蛮生长期”的结束。
3. 疫情常态化下，如何践行降本增效战略，也是元宇宙营销践行的痛点之一。
4. 《二十不惑2》电视剧IP在发行上的一次创新，全网全媒体直播+跨界跨地域全球直播。
5. 优酷推优质IP系列内容和营销奖励计划，内容王道，市场缺好内容，机会点无限，用奖励激励营销专业性、有效性提升。
6. 后疫情时代，暑期电影持续升温，动画IP和现实主题题材持续上新，人情人心的温情故事更受推崇。
7. 迪士尼Q3：订阅用户首超Netflix，预计今年Disney+达到亏损峰值。迪斯尼独特的业务多元化特色，为其生态系统提供动力，从而支持迪斯尼拥有探索跨行业和分销渠道的增长机会。

加入会员 增长快人一步

欢迎成为我们m360前瞻会员及智库会员！

m360将成为每位用户的超级连接器、前瞻中心及智库

- >>每周都会有在线创研讨会/共创会/研讨会给到会员
- >>会员专刊：m360月刊、品牌双周报、科技互联网双周报等
- >>营销增长指南：营销指南针、营销最佳实践、新客拓展、增长罗盘等
- >>会员专享报告：社会化商业报告、CMO报告、元宇宙报告等
- >>还可以参与我们的线下共研会，会员年会、m360大会等

加入m360会员，进一步洞察全媒体全营销趋势风向
敏捷把握市场脉动，让营销决策更敏捷、更科学！

- >>第一时间了解行业内重大事件和热点新闻
- >>最具专业度与前瞻性的媒体市场分析情报
- >>深入观察广告主行业动态，透过现象解读本质
- >>立体化聚焦代理商圈层，提供智力增援和决策支持
- >>深度对话行业专家，向行业输出有料、有趣的专业思想



扫码关注
m360服务号



扫码进入
m360小程序

m360