融合与传播

CONVERGENCE &COMMUNICATION

CMMR
2019年
七月刊/第007期/总第151期
www.cmmrmedia.com

大数据技术创新驱动的领先传媒咨询公司
北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司主办

现实主义题材映照时代变迁

07

2019 年
七月刊 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态建设者

主　　编：崔燕振
责任编辑：麻向丽
编　　辑：陈　洲　金桂娟　周捷
美术编辑：李　岚
编辑发行：北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

如果您对本刊有任何要求或有任何信息愿意分享，欢迎与我们及时联系。
投稿邮箱：editor@cmmrmedia.com
公司网站：http://www.cmmrmedia.com
本刊版权归北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司所有，如有转载请注明出处。

目录Contents

01 行业洞察 /View

- 中国影视用时代故事打造现实主义精神高地
- 现实题材影视剧何以能出“爆款”
- 现实题材电视剧创作应该怎样坚守现实主义精神

08 月度聚焦 /Focus

- 野趣挑战＋萌系厨艺构筑全优成长，《麦咭小厨》引领亲子
- 6月季播综艺亮点：综N代迭代更新仍具有超强流量吸引力，全新综艺另辟蹊径深挖垂直领域

13 数据之窗 /Data

- 2019年6月省级卫视在全国各级有线电视公共网入网状况
- 6月频道、综艺、电视剧、纪录片、艺人五大类型网络影响力排行榜

19 数说新闻 /News

- 全国人大听取“国务院关于文化产业发展工作情况的报告 ”
- 聂辰席：针对注水剧、翻拍剧、演员高片酬等问题始终保持高压
- 张宏森：推动全国有线电视网络整合和广电 5G 建设
- 广电总局广科院与珠江数码签署 5G 战略合作协议

中国影视用时代故事打造现实主义精神高地

文 / 广电视界

电视剧作为贴近百姓生活的大众艺术形式，以贴近现实和接地气的表现形式，通过一个个鲜活的人物、一段段动人的故事，忠实记录着中国社会的点点滴滴和飞速变迁，满足了不同层次观众的审美需要和精神追求。

近年来，在多重利好政策的引导下，涌现出一批思想精深、艺术精湛、制作精良的电视剧作品，成为树立文化自信，展示中国精神和中国价值的重要力量，更通过这些作品呼唤民族魂，践行中国梦，向电视观众抒绘了一幅幅波澜壮阔的新时代精神图景。

时代精神一直是推动人类文明不断向前的重要助推器，进入新时代，又赋予了时代精神新的注解和内涵，改革创新是新时代精神的核心，奋斗和担当是新时代精神的落脚点，而以爱国主义为核心的民族精神与新时代精神相结合，必将迸发出持久的生命力。

电视剧创作从“高原”向“高峰”迈进

新的历史时期，无疑对电视剧创作提出了新的要求和课题：坚持以人民为中心的创作导向，把满足人民精神文化需求作为文艺和文艺工作的出发点和落脚点，为时代画像、为时代立传、为时代明德，成为了新时代电视剧发展的前进方向。

2017 年 9 月，原国家新闻出版广电总局（下称总局）、发展改革委、财政部、商务部、人力资源和社会保障部等五部委联合出台的《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》，不仅对电视剧从创作、制作、播出、宣传等方面提出明确要求，也对人才培养、社会保障等涉及从业人员自身权益提出了指令性的意见，为电视剧从创作、生产到发行指明了发展方向。

与此同时，为引导制作单位合理安排电视剧投入成本结构，由中国广播电影电视社会组织联合会电视制片委员会等协会联合发布的《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》中提出，从业人员要把德艺双馨作为职业理想和目标追求，同时提出把演员片酬比例限定在合理的制作成本范围内，全部演员的总片酬不超过制作总成本的 40%，其中，主要演员不超过总片酬的 70%，其他演员不低于总片酬的 30%。

而在 2018 年 4 月举行的全国电视剧创作规划会议上，中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记聂辰席指出，要坚持以人民为中心的创作导向，以经得住群众评价和时代检验的精品力作，打造永不落幕的中国剧场。

在此基础上，总局电视剧司出台了《2018–2022 年重点电视剧选题规划》，要求重点电视剧选题要着力表现源自于中华民族五千多年文明历史所孕育的中华优秀传统文化，着力表现熔铸于党领导人民在革命、建设、改革中创造的革命文化和社会主义先进文化，着力表现植根于中国特色社会主义的伟大实践。正如总局电视剧司司长毛羽所谈到，现实主义作品的生机和力量，不在于单纯地记述现状、不在于原始地展现丑恶和阴暗面，而在于如何有说服力地表现正义战胜邪恶，光明驱散黑暗，在于对英雄的礼赞，对道德的引导，对理想的抒发，在于用现实主义精神和浪漫主义情怀关照现实生活，向每一位观众传递向善、向上、向美的能量。

明确的政策扶持方向和管理举措，为全社会的电视剧创作带来了清新之风，良好的电视剧创作环境也为观众贡献了更多富有真实情感、具有极强价值引领、源于生活高于生活的精品佳作，有力推动了电视剧创作从“高原”向“高峰”迈进。更为可喜的是，工匠精神再度成为电视剧创作的焦点词，遵循创作规律，对内容创作怀有更多的敬畏之心，成为了新时期电视剧创作的精神内核。

现实题材呈现新时代精神

近两年来，电视剧以强有力的姿态回归现实主义题材，电视剧里的“家国天下”，更多地呈现了人们在时代大潮下创造美好生活的故事。既有宏大的史诗叙事描绘，也有见微知著的笔墨细描，从全景式呈现改革全貌的宏大格局，到大时代背景下小人物的命运与机遇，不同角度、不同维度、不同层面展现着新的历史阶段所发生的变迁与进步。

现实主义题材创作向深度和广度延伸。现实主义题材电视剧既回应了观众的需求，又代表着时代主流前进的方向。从实际情况看，2017 年显然成为电视剧创作导向的分水岭，现实主义题材电视剧通过对现实社会和历史故事不同侧面的描写，让“中国故事”呈现出多元建构格局。

其中值得一提的是《鸡毛飞上天》，该剧以写实手法透视义乌 30 多年改革发展曲折而又辉煌的历程。从走街串巷的“鸡毛换糖”到成立“小商品市场”，再到走出国门，这种不同时代的奋斗故事以及创业精神背景下的心酸和喜怒哀乐，更引起了不同年龄层观众的共鸣。与之不同的是，《情满四合院》则是展现了 30 年时代变迁下四合院里的世事变化，在这里有喜怒哀乐，有家长里短，有人情冷暖，更有悲欢离合。更为难得的是，观众在不同人物身上看到了层次更加丰富的“好人”与“坏人”，所赋予的角色正如真实社会中的情景一样。

谈到 2017 年的电视剧创作，不得不提历经九年打磨的《白鹿原》，在白鹿两家的纠葛之中，从世代相依的家族亲情到“相爱相杀”，从固守传统的执拗到挣脱枷锁走向革命，一幅渭河平原半个世纪的故事长卷徐徐展开，也向观众揭示了从清末到新中国成立后关西原上的时代变化和人世沧桑。

在此基础上，当年还先后推出了《人民的名义》《我的前半生》《生逢灿烂的日子》《黄大妮》《外科风云》《猎场》《急诊科医生》等口碑与收视双扬、与时代同频共振的现实题材电视剧，以符合时代氛围的场景还原了生活的质感，弘扬了中国人在现实生活中所负有的责任和奉献观念，以及那种坚韧善良的品性与对美好生活的向往和追求。

现实主义题材成为又一个风口。2018 年的现实主义题材电视剧在文化表达、价

值引领以及深刻反映社会现实等方面，越来越多对社会大众起到深刻影响，并与当今观众的现实需求相贴合，在电视剧中实现有效传达，对社会环境和社会矛盾更加写实并赋予了强烈的纪实性特征。

其中，尤以得到跨圈层传播的《大江大河》，以宋运辉、雷东宝、杨巡作为国营、集体、个体经济的代表，既有全景式描述改革开放初期中国社会在政治、经济、文化上所面临的错综复杂的局面，同时做到了对大时代背景下个体的细微观照，这部富含时代缩影观照当下的优秀作品，不仅赢得了父母一代的青睐，还吸引更多年轻一代的关注。

在《最美的青春》中，鲜明的纪实性抒绘了 20 世纪 60 年代，一群朝气蓬勃的大学生为了祖国的绿化事业，在极端艰苦的条件下跨越半个多世纪将一片荒漠变成绿洲。这部有格调的艺术作品，通过传递新时代“牢记使命、艰苦创业、绿色发展”的塞罕坝精神，以历史与当代的有效链接，汇聚成一曲大气澎湃的青春之歌。而首次将镜头对准新时代中国青年群体生活状态和精神世界的《归去来》,不同视角呈现了当代“父辈”与青年之间的精神困境，同时将青年一代所面临的现实纠葛呈现出来。对传统价值观的召唤贯穿《归去来》的始终，通过对现实主义叙事的创新探索，以润物细无声的力量，呈现给观众更多的思索。

新时代赋予了电视剧创作更多的可能性和广阔的创作空间，而 2018 年在电视剧创作上将改革、奋斗精神与新时代发展背景结合起来，普通人成为了荧屏主角，一段段奋斗人生、一幕幕生活悲欢、一场场时代风云投射在靓丽荧屏，揭开了改革开放及至新时代中国的万千气象。

无论是以小酒馆的变迁为主线，讲述改革开放背景下小人物真实奋斗故事的《正阳门下小女人》，或是 23 秒的灾难在余后 40 年的“重生”中，绝望中相互扶持、希望中摆脱困境、自信中重建家园，尽显彼此温暖奋斗的《那座城这家人》；从上海一条小弄堂里的几户百姓人家，在奋斗中见证人情冷暖的《外滩的钟声》，到通过展现农民杨柿红坚持扎根农村，用自己勤劳的双手过上好日子的《岁岁年年柿柿红》。在新时代被赋予更多的奋斗情怀和时代梦想之时，现实主义剧集为新时代添上浓墨重彩的一笔。

进入2019年,现实题材电视剧《都挺好》显然成了“现象级”热播剧，剧中赡养老人、职场风云、经营爱情等话题反映了更多社会现实，为观众提供了探讨幸福密码的舆论场。刚刚大结局《破冰行动》的脱颖而出，显然不仅仅是因为题材优势，更重要的是剧中绝大多数人物形象的塑造都性格鲜明、人性饱满，人们不仅是在看剧更是在看人，达到了电视剧“以人为本”的创作境界……这样的变化便是业界对新时代新要求的最好诠释。与此同时，《破冰行动》自始至终让观众感受到了正能量的鼓舞，而这种正能量恰恰就是剧中所体现出来的社会主义核心价值观，呼应了观众对核心价值观中法治、公平与文明、和谐的追求。

多元题材绽放荧屏，力促“走出去”

自 2017 年开始，曾经火爆一时的“IP”热逐步退潮，流量明星不再是电视剧创作的必备条件,多元题材的电视剧交相辉映，给观众提供了观察和体验当今中国社会的丰富性和复杂性。在 2017 年的电视剧创作中既有《深海利剑》《我的 1997》《热血军旗》《索玛花开》等主旋律剧集别样花开；也有《那年花开月正圆》《天下粮田》《于成龙》等为代表的历史题材电视剧赋予时代关照；更有以《我们的少年时代》为代表的青春剧通过聚焦当代青年人的奋斗拼搏，传递积极向上的正能量。

随着电视剧创作空间的不断扩展，2018 年通过创作上的求新求变，以更加多元的镜头语言，实现了与观众的情感共振。其中，当代题材以及都市情感剧依然是电视荧屏的主力军,以《恋爱先生》《美好生活》为代表的都市情感剧将现实生活中的人际关系和冷暖人生一一呈现，并衬托出生活的本真和美好。在此基础上,相继诞生了《温暖的弦》《南方有乔木》《一路繁花相送》《下一站别离》《我的青春遇见你》《江河水》《橙红年代》《幸福一家人》等一批当代都市题材佳作。

除了大热的都市剧之外，更多题材的电视剧类型争相涌现，《和平饭店》《小楼

又东风》《脱身》《面具》等谍战剧在类型创作上不断取得突破;《楼外楼》《娘亲舅大》等年代剧、军旅题材的《沙海老兵》、商战题材《你和我的倾城时光》和农村题材的《黄土高天》《太行赤子》等均收获了极高的关注度和话题度。

伴随着更多富有中国文化基因的优秀电视剧作品亮相荧屏，也引发国外电视机构的高度关注，一批中国优质电视剧扬帆出海。

早在 2012 年，一部探讨当代家庭婆媳关系的电视剧《媳妇的美好时代》就受到很多非洲国家的欢迎，在坦桑尼亚、肯吉亚等多个国家电视台热播，随之而来的则是《北京青年》和《老有所依》被作为国礼而走出国门。

近两年国剧走出去的步伐不断加快，从行销美国、韩国、新加坡、马来西亚等国的《琅琊榜》到风靡亚洲的《甄嬛传》，从在欧洲的五个国家播出的《最后一张签证》到在尼泊尔播出的尼泊尔语版电视剧并引发热议的《西游记》，都成为当地了解中国文化的最好的媒介之一。《扶摇》《如懿传》热销马来西亚，《楚乔传》走进泰国，而作为现实题材作品的《国民大生活》《小别离》也出口到了蒙古国。不仅是现代都市题材的《欢乐颂》，《三生三世十里桃花》在马来西亚、韩国、北美等地电视台播出，《何以笙箫默》在加拿大、美国、韩国等地也受到了欢迎。这些类型多元且制作精良的影视作品的成功“出海”，不仅反映了国产电视剧制作水平的日益国际化，更展现了中华文化的丰富内涵与独特魅力。

2019 年是新中国成立 70 周年，总局针对未来五年重要宣传节点重点电视剧的创作，编制了“2018–2022 年百部重点电视剧选题规划”。先后推出了《最美的青春》《大江大河》《大浦东》《黄土高天》《启航》《西京故事》等一批优秀现实题材作品。在此基础上，刚刚确定的第二批百部规划重点选题名单中，不乏《外交风云》《觉醒年代》《伟大的转折》《人民总理周恩来》《建国大业》等重大历史题材和主旋律的革命历史剧,同时也涵括了《我爱北京天安门》《无奋斗不青春》《小巷大总理》《幸福院》《正青春》等现实题材以及其它类型的电视剧得以入选，起到了明显的示范引领作用。

一个时代有一个时代的文艺，一个时代有一个时代的精神。2017 年以来，以现实主义题材为引领、多元题材补充的电视剧格局，有力传达了新时代电视剧创作的主流方向。

在富有浓郁芳香的电视剧花园里，一大批优秀作品跃然于荧屏，当精彩的故事内容与改革创新的精神内核碰撞融合，这些电视剧便产生了深邃悠远且震撼心灵的艺术感染力，不断发出振聋发聩的正向声音，奏响了一场场永不落幕的电视剧版《我爱你中国》交响乐。

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

现实题材影视剧何以能出“爆款”

文 / 光明艺观 盖琪

被老一辈看作是只喜欢“玄幻”“修仙”“盗墓”“穿越”的年轻一代，同样能够被现实题材影视剧所吸引，成为现实题材影视剧的“忠粉”和“自来水”，甚至用 “表情包”“鬼畜视频”和“同人文”的方式来表达他们对于现实题材“爆款”影视剧的喜爱之情。

近两年来，中国大陆接连涌现出一批优秀的现实题材影视作品，如电影《我不是药神》《找到你》,电视剧《人民的名义》《大江大河》《都挺好》《破冰行动》等。这些作品不仅取得了较高的票房或收视率、点击率，更赢得了公众口碑，实现了经济效益与社会效益的“双赢”。这也说明了，对于当下受众而言，真正的现实主义精神依然具有如同金子一般可贵的价值。换言之，现实题材影视剧想要打造出“爆款”来，就必须在作品中树立起真正的现实主义精神内核。

事实上，在有关影视艺术作品的日常媒介报道中，我们经常会看到对“现实题材”和“现实主义”两个概念混用的情况，但其实二者并不能混为一谈。“现实题材”中的“现实”指时间，即作品中主体事件发生时间须为当下，或至少是与当下的政治经济状况有着直接关联的时代；而“现实主义”的“现实”则比较抽象，从美学角度来看就是对我们身处的现实世界进行典型化的提炼和再现，从文化角度观察，“现实主义”是对我们社会中的“真问题”表达出的坚定价值立场和期待。什么是真正的现实主义精神内核？只有同时满足了两个条件的作品，才能被称为真正具有现实主义精神内核。

从上述区分出发，我们可以发现那些仅仅在影像上冷静地对生活进行“原生态”纪录的现实题材作品，并不是真正的“现实主义作品”。因为它们选择的是疏离、怀疑的价值立场，且并不对人类社会的价值前景抱有更多的期待和信任；而许多貌似精心讲述当下故事的现实题材作品，也多是鱼目混珠——自带的“美颜滤镜”对生活进行过度的美化加工，而局限于叙述生活表层的“小确幸”和“小确丧”，完全丧失了对社会“真问题”予以关注的现实主义品格。

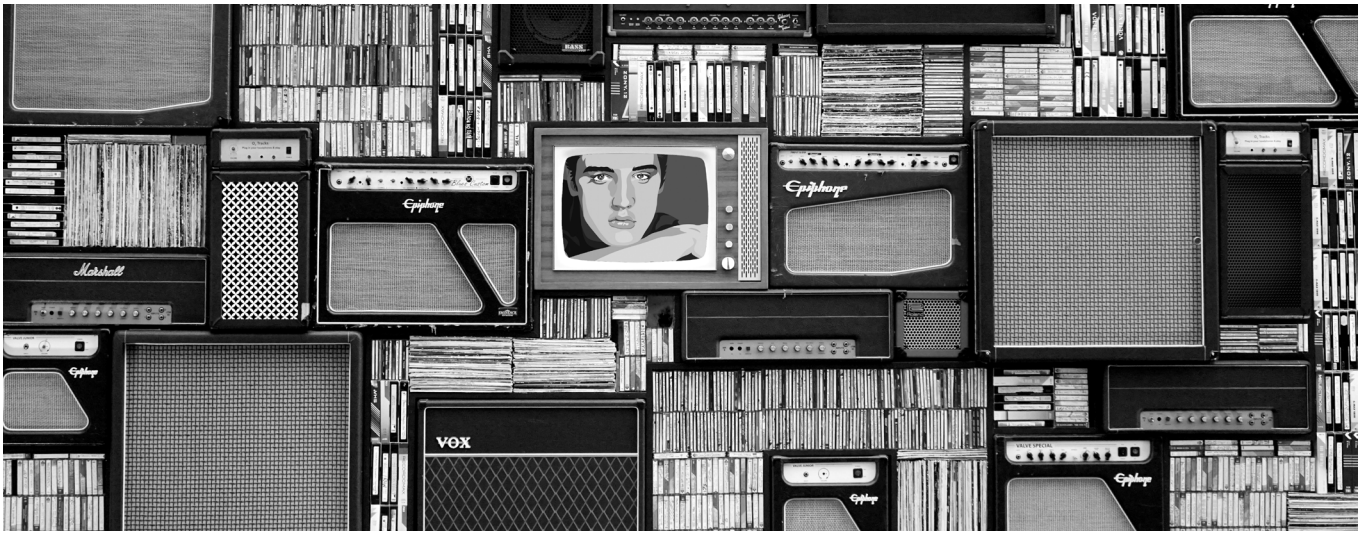
这种区分可以帮助我们更好地理解本文开头提到的几部影视剧成为“爆款”的深层原因：首先，在美学上，它们能够提炼出典型环境中的典型人物，用现实主义的艺术手段描摹细节、刻画性格以及安排情节的起承转合；更为重要的是，在文化上，它们能够聚集当下时代的“真问题”，主动进行富于公共性的议程设置，并且做出清晰的价值判断乃至引领。例如，去年的“爆款”电影《我不是药神》，其成功之处不仅在于通过种种鲜活生动的细节塑造了主人公程勇这样一个具有时代典型性的小人物英雄，更在于对药品专利权与患者生命权之间巨大悖论的深切关注，以及更加富于人道主义关怀的社会福利制度的价值期望。再如今年年初的“爆款”电视剧《大江大河》，其成功之处也不仅在于对改革开放之初宏观社会环境和微观生活情态的典型化还原，更在于通过宋运辉、雷东宝、杨巡三个年轻人的命运轨迹，揭示出社会主义现代性主体成长的艰辛与曲折，展现出改革开放所取得的成功对每个普通人的现实意义。

而其他几部受到广泛欢迎的现实题材影视剧——《找到你》《人民的名义》《都挺好》《破冰行动》——则无一不是既表现出直面现实问题的勇气、又表现出纾解社会症结、建构“更好世界”的情怀，都可以称作是真正具有现实主义精神内核的优秀作品。由此，我们可以概括出真正的现实主义文艺首先是一个理想主义者，然后才是一个批评者或反思者；真正的现实主义精神内核应该首先凸显一种相信人性、相信未来的建构精神，然后才凸显出一种建构框架之下的怀疑精神或质询精神。

毋庸讳言，在这一轮“爆款”出现的前七八年时间里，我们的现实主义影视创作曾经陷入过低谷。从 2010 年左右开始，伴随着移动互联网文化的崛起，许多视听效果华丽、故事玄幻离奇的“IP 大片”和充满着轻质幸福和表演型感动的“真人秀”节目占据了在中国大陆影视艺术场域的主流。从成绩的角度来讲，这些作品确实拓宽了中国影视艺术的题材和话语边界，提高了中国影视艺术市场的经济体量；但若提到问题，这些作品也表现出较强的趋同性症候，此外，最主要的是“情境”取代了“故事”、展演取代了逻辑、对欢愉场景的炮制取代了对人生奥义的探究。

所幸的是，近两年来，我们看到现实主义精神又重新回到了影视艺术场域，并且呈现出“复兴”的态势，更有价值的是，这一轮的现实主义创作是以实现了对新生代受众召唤为传播特征的，经被老一辈看作是只喜欢“玄幻”“修仙”“盗墓”“穿越”的年轻一代，同样能够被现实题材影视剧所吸引，成为现实题材影视剧的“忠粉”和“自来水”，甚至用 “表情包”“鬼畜视频”和“同人文”的方式来表达他们对于现实题材“爆款”影视剧的喜爱之情。而这种跨越代际的魅力，究其实质是新生代年轻人能够看到对社会“真问题”的呈现和分析，并且主动参与到社交媒体平台的相关讨论；此外，这些“爆款”展现出的稳扎稳打的价值推演过程、生成过程，对那些面对社会转型期、普遍处于迷惘和焦虑情绪中的年轻人，起到十分必要的身份认同的建构作用与观念共识的建构作用。

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com



现实题材电视剧创作应该怎样坚守现实主义精神

文 / 李跃森

作为当代生活的直观反映，现实题材电视剧是各种文艺思潮的汇合点，也是时代精神的集中体现。近年来，经历了古装玄幻题材热播引发观众审美疲劳之后，电视剧市场逐渐回归理性。这种情况给现实题材的创作发展带来新契机。2018 年全年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目 323 部 13726 集，其中现实题材剧目204 部8270 集,分别占总部数、集数的 63.16%、60.25%，无论是数量还是占比都较 2017 年有所上升。而近期，《都挺好》热播，使剧中人物苏大强成为网络红人；《青春斗》在观众中反响强烈，五个年轻女孩的奋斗打拼故事为百姓津津乐道。这几部作品在电视剧收视排行榜上，一直稳居前列，说明现实题材电视剧的整体质量和社会影响力正稳步提升。接下来，创作者们应该在哪些方面加深认识、着力改进，才能借着这股收视风向和创作热潮乘胜追击，创造现实题材电视剧的艺术高峰，成为创作者必须思考的问题。

话题性、辨识度和代入感将成为新追求

现实题材电视剧应坚持现实主义创作道路，这是业界业已达成的基本共识。但对于如何把握现实主义精神，每个人的见解却不尽相同。对于大多数观众来讲，衡量一部作品是否属于现实主义，主要看它与现实的相似程度。然而，艺术真实是一种相对真实，受创作者对生活的感知力、理解力和表达力制约。在这个意义上，如何书写现实比现实本身更为重要。应该看到，现实主义不是一成不变的，而是随着时代发展而变化着的，如果还用十九世纪的观念要求今天的作品，无异于削足适履。毕竟，社会生活日趋多元,现实主义也需要新的内涵、新的形态、新的手法。

从近年来现实题材电视剧的创作实践来看，艺术家们对现实主义的理解比以往更为灵活、开放,更加注重回应时代的需求，反映时代的进步和社会关系的变化,比如，从一个普通人的奋斗历程中折射时代变革大趋势的《鸡毛飞上天》里，主人公的小名“鸡毛”与剧名“鸡毛飞上天”相呼应，给人留下了深刻印象。《情满四合院》讲述一个院子、几户人家的喜怒哀乐和酸甜苦辣。每个家庭都是社会上一部分家庭的缩影，创作者由大及小,让观众从中照见了自己的生活。《最美的青春》以不落俗套的人物设计、明快紧凑的叙事节奏和历史化的诗意想象，讲述塞罕坝几代造林人的奋斗史，引发了舆论热议。在微博上，# 电视剧最美的青春 # 获 1.1 亿阅读量，# 讨厌武延生 #、# 最美的青春又没播 # 等话题冲上话题热搜榜。可见，随着时代的发展，电视剧的创作播出环境发生改变。话题性、辨识度和代入感已然成为现实题材电视剧的新追求，这为作品注入了活力，使得故事更加生动、更具传播力，也给现实主义的创作理念增添了新的维度。

警惕过度理想化、标签化的创作倾向

在一个多变的文化环境中，求新求变自然会成为创作者首选的应对策略，但不管潮流和风尚如何变化，现实主义的精神内核应当始终如一，这就是对真实性的终极追求。从近年的现实题材电视剧创作来看，一些作品出现了脱离生活、背离现实主义精神的倾向，比如过度理想化。现实主义当然不排斥理想，现实主义作品如果缺乏理想的光华，就容易流于粗鄙和刻板。但理想应该融入生活之中，而不应该成为阻隔生活与艺术的鸿沟。过度理想化让形象失真，让生活失重。一些英模剧为了突出英模的高尚品格，人为贬低其他人物的价值，制造英模与周围人的对立，使英模与社会环境脱节,崇高精神与日常生活脱节。还有一些都市情感剧热衷于展示生活的光鲜浮华,刻意追求画面的唯美、色彩的亮丽、环境的优雅、气氛的浪漫，而偏离了生活的自然状态。追求精致本身没有错，但如果对精致的追求过于刻意，就成了一种精致的庸俗。而物欲的过度膨胀，必然会挤压人物的精神空间。此类作品对生活细节的描绘越充分，往往对生活本质的偏离度越大。相反，有些表面看来打磨得不那么精细的作品,却因还原了生活本身的粗糙质感，而产生了较好的美学效果。

标签化是现实题材创作中另一个值得注意的倾向。一些作品热衷于给故事、人物设置议程，以吸引观众的注意力，而不去深入挖掘故事产生的原因、人物性格发展的逻辑。这些作品满足于蜻蜓点水式地反映生活的浮光掠影，用套路代替艺术，用话题代替深层次问题，看似个性鲜明，实则风格浮夸。这是一种新的公式化、概念化现象，其结果无助于观众理解生活，只会加深他们对生活的曲解。

应该有温暖人心、启迪人生的正面力量

当然，现实主义不是跟在现实后面亦步亦趋。现实中总会有一些喧哗和噪音，也会有一些难以把握甚至难以理解的问题，这就需要艺术家们敏锐地观察生活，睿智地分析生活，写出自己独特而深切的生命体验，从几个方面入手，来深化现实主义精神。

首先，要发现生活中的美好，解决生活中的问题。观众真正喜欢的，是那些反映与自己切身利益相关问题的作品。有没有积极介入生活的态度，检验着作品中现实主义的成色。现实题材电视剧只有真正发掘出那些老百姓感受最深的、在生活中难以解决的问题，并且站在时代的高度进行提炼，用艺术的方式加以呈现，才能恰切地把握住公众的兴奋点。回避导致虚假，而能深刻揭示人们面对问题时积极向上的力量、追求幸福的艰难曲折过程，才是真正的现实主义。

其次，要善于发现创作中的盲点。一方面，要不断开拓新的题材领域，寻找那些别人没有表现过的东西。比如《猎场》通过猎头公司经理人充满戏剧性的职业生涯，表现人性的沉沦与复归;《小别离》聚焦“中学生留学”现象，让观众在生动有趣的故事情节中获得思考和启示。这些作品的创作触角伸向了以往一些没有表现过或很少表现的领域,给观众带来了新鲜的观赏体验。另一方面，要从大家耳熟能详的老题材、旧素材中发现新意、开掘价值。比如《初心》没有表现甘祖昌从将军到农民的落差，而着力表现人物与环境、人物生活与内心的高度统一，由此塑造了一个富有光彩的将军农民形象。同样以表现人物的性格魅力见长,《阳光下的法庭》描绘了一个温柔、知性的女法官，让一部严肃的法制题材作品充满了人文关怀的温度。

再次,要敢于面对艺术创作上的难点。当前现实题材电视剧创作最大的难点，是如何将中华美学精神、中华审美风范与国际通行的表达方式结合起来，用民族化的艺术语言打造出具有独特个性和价值的作品,从而走向世界,受到全世界人民的喜爱。宗白华先生曾概括说，中华美学有两种境界，一种是空灵之美，一种是充实之美，这两种境界在电视剧中如何体现？如果艺术家表现的内容过于空灵，难以抓住观众又该怎么办？再有，中华美学讲究意境，而意境在电视剧中应该怎样表现？还有，中华美学讲究天人合一、含蓄蕴藉，而电视剧要追求戏剧冲突的极致化，怎样把这两种因素在作品中和谐地统一起来？这些课题不仅需要从理论上加以分析、概括，也需要艺术家在实践中进行探索。

归根结底，现实主义不仅是一种美学理想，而且是一种人生态度。因为现实不可能尽善尽美，所以需要有温暖人心、启迪人生的正面力量，需要秉持积极的现实主义创作出来的优秀影视作品。这不仅体现为情境和人物的真实，而且应该体现为一种有意味的讲述方式：既能感染观众，又能触动观众；既能产生娱乐效果，又能激发深刻思考既能展现多样化的生命状态，又能促使观众心中形成昂扬向上的生活态度和价值取向，进而形成推动社会发展、时代进步的精神力量。

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

野趣挑战＋萌系厨艺构筑全优成长，《麦咭小厨》引领亲子类综艺新模式

北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

《麦咭小厨》是金鹰卡通卫视制作的全国首档亲子美食厨艺竞技节目， 4 月 20 日至 6 月 22 日 10 期节目中，5 位麦咭小厨在爸爸或妈妈的陪伴下以家庭为单位展开美食烹饪的比拼，在两个月的考验中进阶成真正的“麦咭小厨神”。孩子们通过美食回归自然，通过美食收获成长，美食、美景、萌娃巧妙相融的《麦咭小厨》，给观众带去思考的同时，更为亲子综艺节目创造了更多可能。

重点媒体肯定节目价值：为亲子类综艺创造更多可能

美兰德视频网络传播监测数据显示，2019 年 4 月 15 日 –6 月 23 日，《麦咭小厨》获人民网、新华社、新京报、凤凰网等 78 家网络媒体报道，其中人民网、凤凰网肯定节目价值：为亲子综艺提供更多可能，让孩子边学做饭边成长。

凤凰網 IFENG.COM

自然“食”光下的成长纪实，《麦咭小厨》助推亲子综艺走入“舌尖”时代

在美食中体悟成长，在美景中感受幸福，美食、美景、萌娃巧妙相融的《麦咭小厨》，给观众带去思考的同时，更为亲子综艺节目创造了更多可能。

凤凰網 IFENG.COM

野趣挑战＋萌系厨艺构筑全优成长，《麦咭小厨》成亲子教育新范本

《麦咭小厨》通过类型创意的突破和对主题立意的升华，让亲子节目回归到“成长”这一命题之中，在少年儿童普遍被“过度保护”的当下，《麦咭小厨》的出现可以说具有特别的意义。

人民网 people.cn

《麦咭小厨》：让孩子边学做饭边成长

节目设置最具创新之处，是在美食为底色的综艺上，加入亲子话题的探讨。让孩子在学做美食过程中收获成长，也让家长在陪伴之下感悟教育之道，正是节目的制作初衷。

77 家微信公号发文，累计阅读数超 112 万人次。《麦咭小厨》在播期间共有 77 家微信公众号刊发了 110 篇文章，累计获得超 112.8 万人次阅读，累计点赞量 5368 个。

节目首播当周及收官当周引发微信公众号的积极关注，收官当周相关微信文章传播热度最高，累计阅读量近 22.0 万人次。从整体来看，节目开播后微信文章刊发量及阅读量呈上升趋势，平均每周微信公号刊发量 11 篇，阅读数 11.3 万人次。

《麦咭小厨》在播期间 29 个微信公号发布相关微信文章累计阅读数超万次“幸福妈咪燕子”“燕儿丫丫”两个教育类微信公号中节目相关文章累计阅读数达 10.0 万人次；32 篇微信文章阅读量超万次，2 篇文章阅读量超 10 万次，文章多聚焦亲子关系和美食相关内容。

（数据来源：美兰德视频网络传播监测与研究数据库 数据监测时间2019 年 4 月 15 日 –2019 年 6 月 23 日）

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

新模式亲子综艺广受好评，飞行嘉宾引爆热点

从微博方面数据来看，《麦咭小厨》在播期间微博讨论热度逐渐上升，飞行嘉宾引发粉丝关注讨论。节目在播期间累计微博提及量超 3.8 万条，话题累计阅读量 8461.9 万次。从微博传播周走势来看，节目微博讨论热度呈现逐渐上升的趋势，多是飞行嘉宾引发其粉丝关注讨论，第八期飞行嘉宾“敖子逸”为节目带来超高微博曝光，节目在播期间，微博话题 # 敖子逸 麦咭小厨 # 累计阅读量 1374.0 万次，讨论量 16.4 万次。

从微博网友评价来看，《麦咭小厨》微博正面及中性评价达 98%，微博词云图中“正能量”“神奇”“勇敢”“美好”等正面评论词语热度较高，新模式亲子综艺广受好评。

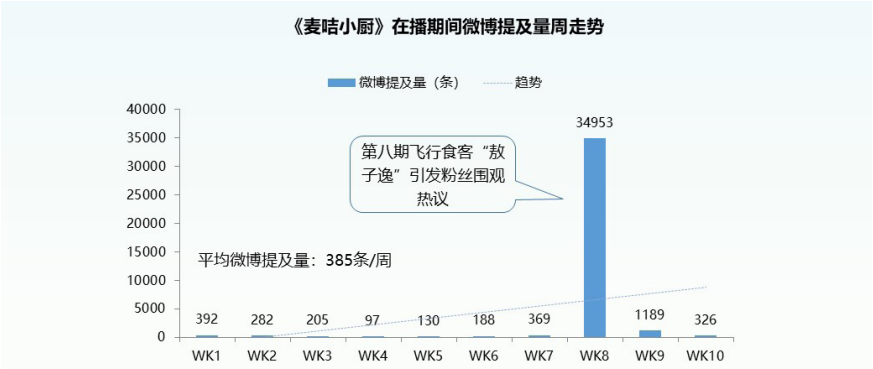
主流视频网站上完整视频更受青睐，金鹰卡通短视频平台账号积极发力

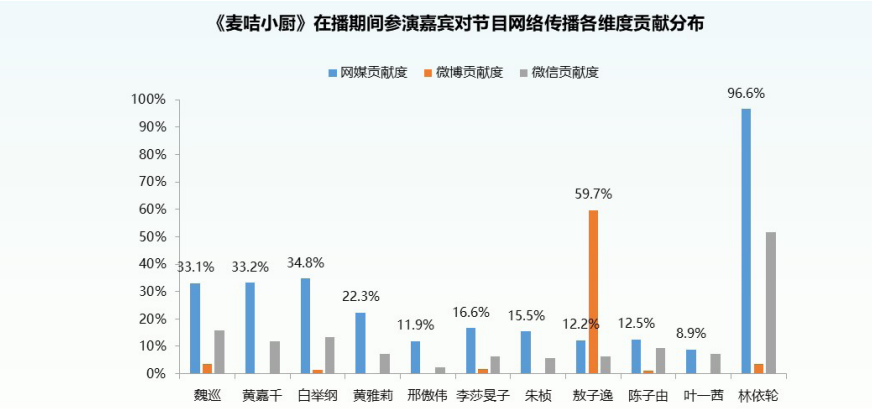
《麦咭小厨》在播期间主流视频网站中累计视频点击量 492.9 万次，其中十条节目完整视频贡献了 88% 的点击量，短视频热度稍显不足。

与此同时，**金鹰卡通在抖音、秒拍等短视频平台积极发力。**官方抖音账号“金鹰卡通”发布节目相关抖音短视频 158 条，累计获赞 22.6 万次。获得热门点赞的抖音视频多是萌趣内容。节目相关热门抖音话题下视频累计播万次。

《麦咭小厨》相关的热门秒拍视频 84 条，累计播放量 1352.5 万次，播放量超 100 万次的有 3 条，超 10 万次的有 22 条。与飞行嘉宾相关的秒拍视频获较高关注和播放，尤其是敖子逸、白举纲、魏巡以及李莎旻子相关秒拍视频热度较高。

此外，《麦咭小厨》作为一档亲子美食厨艺竞技，能够激发小孩子的动手能力以及加强亲子互动交流，陪伴式成长体验颇受女性观众的青睐。美兰德视频网络传播监测数据显示，节目网络热议用户中女性占比超八成，节目备受年轻





妈妈的青睐。网络热议用户中，35 岁以下热议用户占为 84.68%，大学学历用户占比为 55.56%，寓教于乐的节目形式也引发高知群体对亲子教育的关注。

《麦咭小厨》作为金鹰卡通卫视亲子类节目创新发展的新模式，同时也是“麦咭”IP 布局的又一个成功探索。从《疯狂的麦咭》《人偶总动员》《龙的传人》，从益智探险类节目到国学传承类节目，再到如今的《麦咭小厨》，金鹰卡通卫视在少儿教育、亲子互动乃至文化传承方面不断开拓创新，打造充满正能量的少儿类节目，《麦咭小厨》这档节目的意义与价值不止是一档电视节目的内涵，在亲子类综艺节目市场引领新风尚，形式新颖，效果显著！在节目背后也有数据科技的力量加持，美兰德蓝鹰实时大数据平台全程监测节目播出 2 个月全网各渠道节目传播效果，数据全程监测。蓝鹰实时监测系统是专为顶级 IP 量身打造的宣推成长孵化利器，7*24 小时全网舆情监测、及时发现与引导受众关注点与潜在热点，为顶级视频内容超级影响力打造提供数据支持与专业咨询。

《麦咭小厨》热门抖音短视频TOP10

抖音视频内容	点赞量
麦咭小厨 抓鸭子意外连连 引发母子矛盾	13.7万
麦咭小厨 糖葫芦的汁水真的是挡不住的诱惑 雨桐@宝餐一顿 都忍不住要去舔一口	2.4万
麦咭小厨 你见过这么拼的节目吗 白举纲为采摘食材进行百米摩降	1.8万
麦咭小厨 网红小厨娘高超厨艺引众人围观	9260
麦咭小厨 雨桐母女@宝餐一顿 化身辣妹子 做辣酱出一道拉拉歌	4210
麦咭小厨 爸爸剁排骨剁出了气势来 石毛@小暖男石茗予 一旁抖动神配合萌翻众人	3787
麦咭小厨 一个橙子雕出花 看东北小纯爷们的细腻心思	3531
麦咭小厨 这些包子味道奇葩到没朋友了@E哥 @谭 薇 @朱桢 @林依轮	3323
#爱情鸟 飞到#麦咭小厨 啦 看到最后有惊喜哦@林依轮 @谭 薇 @E哥	3081
麦咭小厨 @宝餐一顿 黄龙洞做成了喜马拉雅山?	2183

《麦咭小厨》热门秒拍短视频TOP15

秒拍账号	播放量（万次）	视频内容聚焦
金鹰卡通	138.6	创意亲子餐紫糯米泡菜汉堡
金鹰卡通	136.6	咸到五官扭曲的霉豆腐（（敖子逸相关）
金鹰卡通	111.7	敖子逸首次吃“熔岩霉豆腐”被臭吐
金鹰卡通	84.5	白举纲相关片段
金鹰卡通	77.5	总决赛为李莎旻子为雨桐打call
金鹰卡通	69.1	敖子逸给丹尼尔嘻哈式打气加油
金鹰卡通	65.5	朱桢与蜜蜂斗智斗勇
金鹰卡通	54.8	敖子逸预告片
叶一茜	46	叶一茜大锅炒饭
金鹰卡通	41	神鲜火锅让林依轮垂涎三尺
金鹰卡通	38.7	敖子逸未播花絮
金鹰卡通	37.7	魏巡唱山歌
金鹰卡通	37.6	敖子逸为林扬凯弟弟打call
敖子逸龙宫第四分队	36	敖子逸片段精切
金鹰卡通	35.5	李莎旻子预告片

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

综N代迭代更新仍具有超强流量吸引力，全新综艺另辟蹊径深挖垂直领域

北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司

6 月季播综艺节目市场中综艺 N 代表现抢眼优势稳固，各大电视媒体和视频网站的综 N 代依旧具有超强流量吸引力。从美兰德综艺节目网络传播监测月度数据来看，6 月（6 月 1 日至 6 月 24 日）全网热播季播综艺网络传播综合影响力 TOP10 中综 N 代占据 6 席，综 N 代节目视频点击量总量占比达 62.48%。

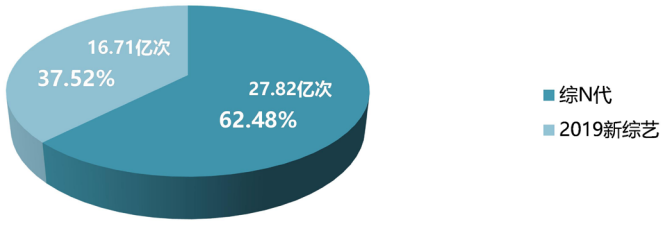
观察类综艺进入“萌娃”观察新领域

相较于上半年观察类综艺主要集中在对婚恋、单身都市青年生活状态的观察维度，腾讯视频《我们长大了》的上线让观察类综艺多了一个垂直细分领域视角。观察类节目从聚焦两性情感、代际沟通等社会话题，逐渐拓展到聚焦家庭天然关系和青少年成长话题等新领域。

《我们长大了》将情感观察与之前本就大热的“萌娃”元素结合，开播第一周视频点击量即突破 9408.6 万次，在社交平台亦引起广泛热议，微博提及量达 49.9 万条。

近两年观察类综艺节目受到受众的欢迎，观察类综艺应不止步于情感观察领域，在垂直细分领域更深入的探索，更丰富的场景应用与表达或将使节目有更广阔的视野与更深刻的思想内核。

2019年6月全网热播季播综艺网络传播综合指数TOP10节目分代际类型视频点击量占比



文化类综艺探索垂直领域，“文化 +”模式焕发新活力

《奇妙的汉字》《青春环游记》《神奇的汉字》相继播出，节目内容从对汉语言文字的追本溯源，到结合文旅题材探寻城市文化源流，不断拓展文化类综艺内涵与外延。同时，部分省级卫视第三季度 N 代文化类综艺如《漂亮的房子 2》《上新了故宫 2》逐渐提上日程，亦值得关注。

公益由“综艺 +”迭代为综艺新题材，主旋律献礼节目不断输出正能量

综艺节目在满足受众文化娱乐需求的同时，承担着价值观传播的社会责任，5 月 28 日，人民日报评论公众号发文点赞《忘不了餐厅》，“综艺 + 公益”新模式再次被肯定。6 月，《忘不了餐厅》多次占据周二晚间黄金档电视节目网络传播综合指数榜第一，并在 6 月 1 日—24 日收获 1.6 亿次视频点击量，节目社交热议好

评不断。

同时，2019 年作为新中国成立 70 周年，以“回顾”、“致敬”为主题的节目陆续上线，山东卫视《现在的我们》致敬新时代青年，展现当代青年精神风貌；江西卫视《跨越时空的回信》“跨越时空，对话英烈”，缅怀纪念英烈即号召大家在新时代继承和发扬红色革命精神，同时又展现了今日中国之变化发展。

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

2019 年 06 月省级卫视在全国各级有线电视公共网入网状况

2019 年 06 月省级卫视全国各级有线电视公共网入网数及入网率（TOP5）

频道名称	全国入网状况	
	入网数（个）	入网率（%）
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 浙江卫视	2341	100.00
深圳卫视	2340	99.96
安徽卫视	2339	99.91
天津卫视	2338	99.87
四川卫视	2328	99.44

2019 年 06 月省级卫视全国省、市级有线电视公共网入网数及入网率（TOP5）

频道名称	省、市级网络入网状况	
	入网数（个）	入网率（%）
安徽卫视 / 北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 深圳卫视 / 天津卫视 / 浙江卫视	351	100.00
西藏卫视	350	99.72
黑龙江卫视 / 四川卫视	349	99.43
广东卫视 / 湖北卫视	347	98.86
江西卫视 / 新疆卫视	346	98.58

2019 年 06 月省级卫视全国区县级有线电视公共网入网数及入网率（TOP5）

频道名称	区县级网络入网状况	
	入网数（个）	入网率（%）
北京卫视 / 东方卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 浙江卫视	1990	100.00
深圳卫视	1989	99.95
安徽卫视	1988	99.90
天津卫视	1987	99.85
四川卫视	1979	99.45

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

2019 年 06 月省级卫视在全国各级有线电视公共网入网状况

2019 年 06 月省级卫视 71 大中城市各级有线电视公共网入网数及入网率（TOP5）

频道名称	入网数（个）	入网率（%）
北京卫视 / 东方卫视 / 广东卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 深圳卫视 / 天津卫视 / 西藏卫视 / 浙江卫视	520	100.00
安徽卫视	519	99.81
新疆卫视	518	99.62
黑龙江卫视 / 湖北卫视	517	99.42
辽宁卫视	516	99.23

2019 年 06 月省级卫视 36 重点城市各级有线电视公共网入网数及入网率（TOP5）

频道名称	入网数（个）	入网率（%）
安徽卫视 / 北京卫视 / 东方卫视 / 广东卫视 / 湖南卫视 / 江苏卫视 / 山东卫视 / 深圳卫视 / 天津卫视 / 西藏卫视 / 浙江卫视	249	100.00
湖北卫视 / 新疆卫视	248	99.60
黑龙江卫视 / 辽宁卫视	247	99.20
重庆卫视	246	98.80
江西卫视	243	97.59

全国各级有线电视公共网入网状况数据说明：

有线电视公共网入网状况数据来自于北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司（CMMR）

2019 年 06 月进行的“电视频道全国各级有线电视公共网入网状况月度监测”，监测每月进行一次，调研对象为全国各级有线电视公共网终端电视用户，采用固定样本组的方法，通过样本户回寄的收视费缴纳收据复印件等方式判定其是否为该有线网络用户。本刊刊登的频道入网数据的统计汇总以用户数更多的主网网络状况为准，如某网络公司数字用户多于模拟用户时，在调查中以该网络数字信号作为主网进行调查，统计汇总时则以是否入该有线网络数字网为准来进行统计。本次调查的网络对象主要针对省、市、县级有线电视公共网，农网和乡镇网等未纳入调查范围。

全国各级有线电视公共网入网状况监测范围：

西藏地区目前仅调查省网，拉萨市网已被省网整合；纳入调查的省级行政单位有 4 个直辖市、22 个省和 5 个自治区（不含台湾省、香港特别行政区、澳门特别行政区）；纳入调查的地级行政单位包括 27 个省会城市、5 个计划单列市和 295 个一般地级市；银川市、海口市地级网络分公司已取消，统一由省级网络公司负责。

根据目前的行政区划，纳入调查的全国省市区县各级行政单位共计 3135 个，总网络数为 2341 个，71 大中城市总网络数为 520 个，36 重点城市总网络数为 249 个。

了解更多详情请登陆 www.cmmrmedia.com。

融合与传播
2019 年第 07 期 / 总第 151 期
www.cmmrmedia.com

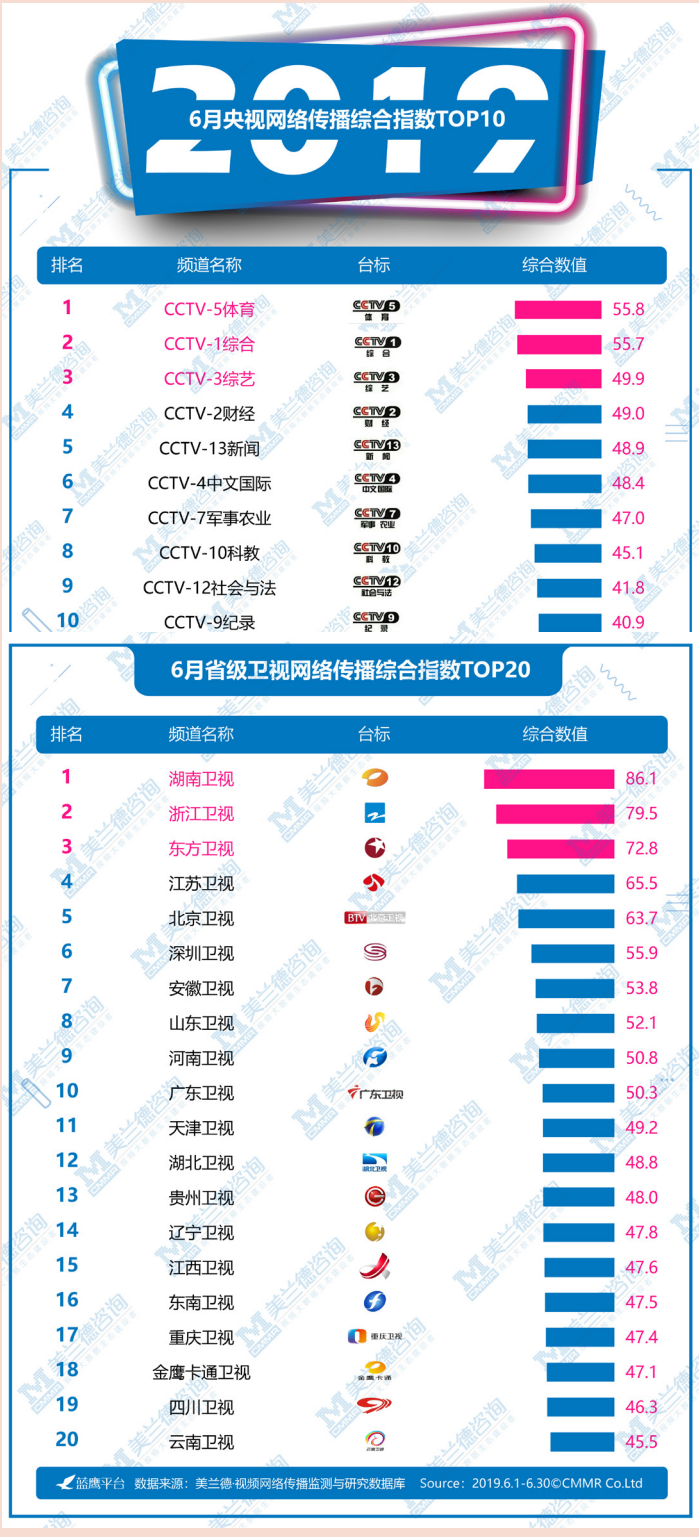
06 月频道、综艺、电视剧、纪录片、艺人五大类型网络影响力排行榜

【频道】

体育赛事高潮来袭，CCTV-5体育频道热度持续攀升，影视盛典成为六月热门话题，暑期档金鹰卡通卫视热度攀升

CCTV-1 综合频道网络传播影响力依旧强势，同时随着 NBA 总决赛、女足世界杯、美洲杯足球赛的来临，CCTV-5 体育频道的网络传播影响力持续提升，6 月频道网媒关注度 2.1 万条，位列央视网络传播综合指数榜第一。CCTV-3 综艺频道 6 月视频点击总量达 4947.1 万次， 位列 6 月央视频道视频点击量排行榜第一，其网络综合影响力较上月有所提升，位列央视网络传播综合指数榜第三。

省级卫视方面，湖南卫视、浙江卫视、东方卫视省级卫视网络传播综合指数榜前三位的排名依旧稳固，其中随着第 25 届上海电视节、第 22 届上海国际电影节的举办和直播活动的进行，东方卫视 6 月视频点击量较上月增加 1.3 亿次，月视频点击量总量达 11.4 亿次。省级卫视网络传播综合指数 TOP10 中，江苏卫视、山东卫视排名较上月有所提升，江苏卫视《百变达人》《致敬中国英雄》等节目中热点频出，频道网络热词词云图数据显示，“达人”“中国英雄”成为受众关注重点；山东卫视最新节目《群演公社》成为该频道获得众多网媒关注的焦点。此外，随着暑期档《麦咭小厨》《人偶总动员》等节目的热播，金鹰卡通卫视话题热度不断提升，本月跻身省级卫视网络传播综合指数 TOP20。



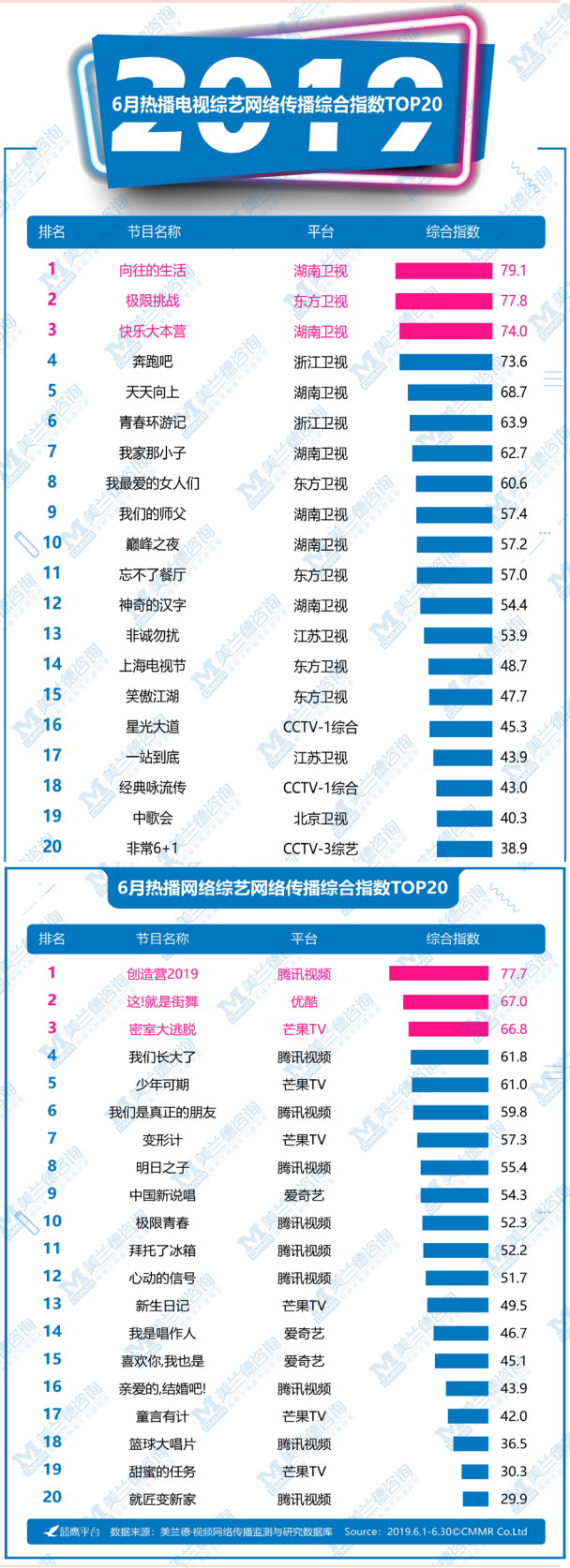
（数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source：2019.05.01–05.31 © CMMR Co.Ltd）

【综艺】
一线卫视不断“扬长”，结合频道调性稳中求变,品牌网综再度爆发，视频平台多触点垂直布局新综

6 月央视《星光大道》《经典咏流传》《非常 6+1》3档经典周播综艺节目跻身热播电视综艺网络传播综合指数榜TOP20，观众群体持续稳固。

6 月底，第二季度综艺市场逐渐开始“提交”成绩单，同时蓄力暑期档和第三季度综艺市场竞争。从平台角度来看，湖南卫视新老节目搭配，开始不断试水经典题材的创新，《向往的生活》《我家那小子》等综 N 代以及《快乐大本营》《天天向上》等常规周播综艺的影响力依旧强势；新节目《我们的师父》继续扩大受众对“代际沟通”的认知，而《神奇的汉字》《巅峰之夜》等则是对文化类、才艺竞技类题材的创意试水，新节目网络传播影响力亦不俗，位列热播电视综艺网络传播综合指数榜第九、第十和第十二。浙江卫视继续彰显王牌综艺《奔跑吧》的流量加持能力，同时打造城市文化类户外真人秀《青春环游记》，延续其户外真人秀方面的制作优势，两节目均跻身热播电视综艺网络传播综合指数榜 TOP10。东方卫视在“王牌综艺”的基础上多了更多探索，在有《极限挑战》《笑傲江湖》等综 N 代节目进行流量加持的同时，引进网综《我最爱的女人们》，并成功推出公益类综艺《忘不了餐厅》，在口碑和网络传播影响力方面实现双丰收，同时，6 月影视行业盛典“上海电视节”引流能力亦不容小觑，该盛典网络传播影响力不俗。北京卫视 2019 主打的“国潮”风综艺正在蓄力中，音乐类综艺《中歌会》在 6 月表现亮眼，位列热播电视综艺榜单网络传播综合指数榜第十九。江苏卫视常青综艺《非诚勿扰》《一站到底》在 6 月表现不俗，均跻身热播电视综艺网络传播综合指数榜 TOP20。

网综方面，“优爱腾 + 芒果 TV”多元交叉布局，偶像养成类综艺依旧获得高关注度，新青年潮流文化类综艺成为 6 月网综市场热点，观察类综艺继续开拓新领域。《创造营 2019》《明日之子》第三季相继播出，引发全网关注，位列热播电视综艺网络传播综合指数榜第一和第八。新青年潮流综艺逐渐成为热点话题，6 月除了《这！就是街舞》第二季、《中国新说唱》第二季等综 N 代外，《极限青春》《我是唱作人》《篮球大唱片》等节目成功利用青年人爱好撬动青年观众观看热情，三挡节目分别位列热播网络综艺网络传播综合指数榜第十、第十四和第十八。此外，除了《心动的信号》《喜欢你，我也是》《亲爱的，结婚吧》等情感类观察综艺，6 月新上网综中，观察类综艺“解锁”新领域，腾讯视频《我们长大了》聚焦二胎家庭原生关系，思考二胎家庭儿童教育话题；芒果 TV 孕期生活观察类节目《新生日记》关注不同类型家庭中首胎孕妈的生活，探讨现代女性双重身份话题，两档节目分别位列热播网络综艺网络传播综合指数榜第四和第十三，表现不俗。



（数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source：2019.05.01–05.31 © CMMR Co.Ltd）

【电视剧】
现实主义题材剧强势霸屏，主旋律献礼剧上线;视频平台古装剧表现亮眼，甜宠剧垂直细分更加多元

6 月 TV 剧市场，现实主义题材剧强势占据大屏，从榜单来看，热播 TV 剧网络传播综合指数 TOP10 中，现实主义题材剧占据 9 席，湖南卫视青少年成长励志剧《大宋少年志》成为唯一一个进入TOP10 榜单的古装剧。同时，2019 年是新中国成立 70 周年，献礼剧开始强势打开市场，表现亮眼，CCTV-1 综合频道农村题材献礼剧《麦香》和工业题材年代剧《共和国血脉》记录时代精神，弘扬社会主义正能量，获得社会广泛关注。CCTV-8 电视剧频道首播，多家卫视跟播的缉毒题材献礼剧《破冰行动》更是引发全网热议，好评不断，稳居热播 TV 剧网络传播综合指数榜第二。下半年主旋律献礼剧将持续发力，强势吸睛。此外，随着暑期档的来临，校园主题和青春成长主题大剧亦成为一大热点，湖南卫视《少年派》和东方卫视、浙江卫视联播剧《带着爸爸去留学》引发社会对家庭、教育、青少年成长等话题的讨论，热度不断提升，网络传播影响力分别位列热播 TV 剧榜单第三和第六。

网剧方面,古装剧在网综市场大放异彩;甜宠剧仍是网剧市场主流，并不断细分垂直市场，吸引年轻受众。6 月网剧市场，古装剧表现亮眼，“优爱腾”联播古装剧《白发》稳居热播网络剧网络传播综合指数榜第一；腾讯视频《凤弈》《听雪楼》纷纷跻身热播网络剧网络传播综合指数榜 TOP5；6 月底开播的 IP 改编剧《长安十二时辰》亦凭借精良制作和高能剧情备受好评。甜宠风格剧情成为网络剧一大热点,并不断解锁新题材《班长殿下》《暗恋橘生淮南》展现不同风格校园甜蜜纯爱故事;《马卡龙少女》《当她恋爱时》主打轻喜风格;《水男孩》解锁男子泳坛题材，《追球》则解锁“国球”竞技题材，将甜宠风格与青春励志和体育精神结合。此外，腾讯视频悬疑剧《我心深触》凭借奇幻的故事设定和错综复杂的人物故事备受关注，位列热播网络剧网络传播综合指数榜第七。

6月热播TV剧网络传播综合指数TOP10

排名	节目名称	平台	综合指数
1	我的真朋友	东方卫视/浙江卫视	74.3
2	破冰行动	北京卫视/山东卫视/广东卫视	70.7
3	少年派	湖南卫视	69.5
4	筑梦情缘	湖南卫视	62.3
5	大宋少年志	湖南卫视	62.3
6	带着爸爸去留学	浙江卫视/东方卫视	59.8
7	我要和你在一起	江苏卫视	59.8
8	共和国血脉	CCTV-1综合	47.7
9	亲爱的婚姻	安徽卫视	40.5
10	麦香	CCTV-1综合	40.5

6月热播网络剧网络传播综合指数TOP20

排名	节目名称	平台	综合指数
1	白发	爱奇艺/腾讯视频/优酷	62.3
2	盗墓笔记之怒海潜沙	腾讯视频	59.1
3	陪你到世界之巅	芒果TV	56.6
4	凤弈	腾讯视频	56.2
5	听雪楼	腾讯视频	54.0
6	班长殿下	芒果TV/腾讯视频	46.9
7	我心深触	腾讯视频	41.4
8	马卡龙少女	芒果TV	41.2
9	动物管理局	爱奇艺	40.4
10	追球	爱奇艺	39.4
11	暗恋橘生淮南	腾讯视频	38.7
12	长安十二时辰	优酷	32.7
13	火爆天王	腾讯视频	25.1
14	当她恋爱时	优酷	22.8
15	爵迹临界天下	爱奇艺	20.7
16	陈情令	腾讯视频	20.3
17	水男孩	优酷	20.0
18	机动部队	优酷	18.2
19	我的白鲸男友	爱奇艺	16.0
20	未来的秘密	爱奇艺	14.6

蓝鹰平台 数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source：2019.6.1-6.30©CMMR Co.Ltd

（数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source：2019.05.01–05.31 © CMMR Co.Ltd）

【纪录片】

优质季播纪录片再续经典，展现中国传统文化；新上“接地气”纪录片小人物反映大情怀

6 月纪录片市场，央视三部纪录片跻身热播纪录片网络传播综合指数榜 TOP10，其中 CCTV-10 科教频道《中国影像方志》继续地方志寻访之旅，以地域发展展现中国民族之崛起；《梵净山》则展现其独特的中亚热带孤岛山岳的生态系统和生物多样性，两片分别位列全网热播纪录片网络传播综合指数榜第五和第九。CCTV-4《传承》第三季与东方卫视《本草中华》第二季、腾讯视频《万物滋养》第二季等优质经典综艺再度来袭，三大纪录片从不同角度展现中国传统文化思想，备受好评。此外，优酷都市群像微纪录片《可以跟你回家吗》在城市中寻找陌生面孔，进行有趣的灵魂深度对话，探索他们褪去社会角色后的真实人生，其独特呈现方式引发全网热议。

【艺人】

朱一龙、杨幂、迪丽热巴占据榜单TOP3；蔡徐坤加盟《巅峰之夜》引发全网热议，罗云熙热播古装剧圈粉无数

06 月，朱一龙、杨幂、迪丽热巴占据全网艺人网络传播综合指数榜 TOP3，上海电视节朱一龙、赵丽颖主演的《知否知否应是绿肥红瘦》获最佳电视剧提名，最终虽未获奖，朱一龙 6月人气指数一路攀升，稳居榜单第一。迪丽热巴则因《极限挑战》话题热度不断提升，位列榜单第三，此外，黄磊在常驻《向往的生活》的同时，与张艺兴在《极限挑战》中“双狐”合体，人气指数分别位列全网艺人网络传播综合指数榜第四和第八。易烊千玺《这！就是街舞》中“一舞”圈粉，展现硬核舞技引发全网热议，位列全网艺人网络传播综合指数榜第五。蔡徐坤加盟《巅峰之夜》成为巅峰体验官，综艺首秀推出新歌，燃爆全网，人气指数位列月榜单第十三。此外，罗云熙主演古装剧《白发》综合影响力位列热播网络剧榜单网络传播综合指数榜第一，其艺人话题热度亦不断提升，位列全网艺人网络传播综合指数榜第十五。

（数据来源：美兰德·视频网络传播监测与研究数据库 Source：2019.05.01–05.31 © CMMR Co.Ltd）

全国人大听取“国务院关于文化产业发展工作情况的报告 ”

6 月 26 日，受国务院委托，文化和旅游部部长雒树刚向全国人大常委会报告我国文化产业发展工作情况。当前文化产业存在五大问题：一是高质量文化供给不足。二是产业发展不平衡。三是文化企业实力偏弱。四是创新驱动能力不足。五是国际市场竞争力不强。将从九个方面推动文化产业发展：一是加快文化供给侧结构性改革。二是把创作生产优秀文化产品作为中心环节。三是增强文化企业的市场竞争实力。四是构建规范有序的文化市场。五是打造文化产业人才高地。六是推动文化和科技深度融合。七是促进文化资源与金融资本有效对接。八是完善促进文化产业发展的财税政策。九是完善文化产业发展的法治保障。

[来源：搜狐网]

聂辰席：针对注水剧、翻拍剧、演员高片酬等问题始终保持高压

7月3日，中宣部副部长、国家广播电视总局局长、党组书记聂辰席到广电总局电视剧司开展“不忘初心、牢记使命”主题调研，再次强调“针对注水剧、宫斗剧、翻拍剧、演员高片酬等问题，深入挖掘瓶颈症结，始终保持高压”。聂辰席指出，当前电视剧发展正处在优化升级的关键时期，面对新情况新问题新挑战，思想不能有丝毫懈怠。要把主题教育与业务工作更好地结合起来，利用主题教育契机，不断铸就电视剧新辉煌，更好地服务党和国家工作大局。一是进一步强化政治意识，二是进一步增强问题意识，三是进一步提升创新意识。

[来源：凤凰网娱乐]

张宏森：推动全国有线电视网络整合和广电5G建设

6月14日，国家广播电视总局党组成员、副局长张宏森主持召开总局青年科技工作者“不忘初心，牢记使命”主题教育座谈会。围绕“5G背景下广电突破发展之路”主题，青年科技骨干就广电管理体制、运营模式、标准制定、公共服务等问题发言。张宏森指出，总局系统开展“不忘初心，牢记使命”主题教育，要求把学习教育、调查研究、检视问题、整改落实贯穿主题教育全过程。

[来源：传媒内参]

广电总局广科院与珠江数码签署5G战略合作协议

7月2日，国家广播电视总局广播电视科学研究院与广州珠江数码集团股份有限公司在广州国际媒体港签署《5G战略合作框架协议》。双方将建立5G战略发展合作关系，由广科院提供技术支持，指导珠江数码和中兴通讯5G融合实验网项目工作的具体开展，共同探索广电5G技术和应用。总局广科院、广东省广播电视局、广州市工业和信息化局、广州市科学技术局、广州市文化广电旅游局、广州市广播电视台等领导共同见证了签约仪式并分别讲话。

[来源：东方资讯]

全国首家影视文化仲裁院成立

2019年7月6日，长沙仲裁委员会影视文化仲裁院揭牌，标志着全国首家影视文化领域专业仲裁院正式成立。长沙影视文化仲裁院由长沙仲裁委员会联合中国电视剧制作产业协会、北京市影视娱乐法学会共同发起组建，旨在突出创新思维和法治思想相结合，致力于向影视文化行业提供专业、先进、高效的仲裁法律服务，公正、理性、友好地化解各类纠纷，防范泄密风险，为影视文化行业的健康发展保驾护航。

[来源：国家广电智库]

趣头条与江苏卫视达成战略合作 推“超级红包”等新玩法

7月2日，江苏卫视《新相亲大会》第二季开播新闻发布会在南京拉开帷幕。活动中，趣头条与江苏卫视正式签署了战略合作协议，并公布“领航”节目《新相亲大会》定档7月14日首播。作为各自领域的创新代表，江苏卫视与趣头条将通过双方用户互驱、台网资源共享、定制化跨屏联动营销等多维整合方式，同台打造纵深化、全方位的融媒体平台战略合作。

[来源：中国新闻网]

中央广播电视总台在日本主流媒体推出系列节目

6月27日，习近平总书记出席二十国集团(G20)领导人第十四次峰会之际，中央广播电视总台精心策划的系列节目在日本电视台NTV、每日放送电视台、吉本兴业“大阪频道”、“Buzz Video”等日本主流媒体集中推出。其中，中央广播电视总台与日本历史最悠久的民营电视机构日本电视台NTV联合制作的G20特别节目《中日知多少》6月27日在其全国卫星频道首播。在时长1小时的特别节目中，全面介绍了为此次G20大阪峰会特制的《平“语”近人——习近平喜欢的典故》日语版、《北京自拍日记》《超带感走起》等原创日语视频节目。

[来源：人民日报]

和谐共生，增益彼此，2019（第 2 届）互联网电视生态论坛在京举行

2019年7月9–11日，“2019(第十八届)中国互联网大会”在中国国家会议中心举行。7月11日下午，作为此次大会系列论坛之一的“2019(第二届)中国互联网电视生态论坛”举行。此次为中国互联网协会二度携手国广东方举办“中国互联网电视生态论坛”。本届论坛继续突出“生态”特征。“如何和谐共生，增益彼此”正是本次“中国互联网电视生态论坛”探讨的主题。

[来源：中国青年网]

咪咕携手香港有线 布局港澳地区“体育+娱乐”生态

6月27日，中国移动咪咕全媒体推介会现场，中国移动咪咕公司与香港有线电视有限公司式签署战略合作协议。咪咕公司将与香港有线电视成为内容与产品推广优质合作伙伴，在5G时代下为港澳地区用户提供包括NBA超高清赛事等体育娱乐内容新体验。未来，咪咕公司与有线电视将本着优势互补、互利共赢的原则，在内容版权、传输技术、渠道分发、运营经验等各方面的优势充分结合，实现共同发展。

[来源：中国日报网]

快手召开“快UP·融媒大会”，推媒体号UP计划

7月13日，来自全国各地的近300位媒体高层与业务骨干出现在快手总部，参加了由快手大数据研究院主办的首次“快UP·融媒大会”，这是短视频平台第一次联合众多媒体机构，深入探讨媒体机构在数字时代的发展路径和商业想象力。大会上，快手科技宣布推出“媒体号UP计划”，快手平台将以内容支持、流量扶持、商业化赋能等方式，服务主流媒体融合发展，提升传播影响力。

[来源：中国青年网]

大数据解密
电视媒体视频化生态打造

大视频时代　互联网+　媒体融合

VR、AR　网剧井喷　T20发展

北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司
CHINA MAINLAND MEDIA RESEARCH CO.,LTD.
主页：www.cmmrmedia.com　新浪微博：@美兰德媒体传播策略咨询
总机：+86-10-85653636　传真：+86-10-85653022
地址：北京市朝阳区朝外大街26号朝外MEN财贸中心A2105