



山东卫视

《2021幸福中国年 —山东春节联欢晚会》 网络融合传播数据分析报告

监测时间：2021.02.08至2021.02.10



MI 美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态推动者

目录 Contents

**一、山东春晚融媒破屏全域传播
全民感受“春晚范儿”**

**二、山东春晚诠释时代主题多方点赞
打造优质IP改造青年印象**

**三、深挖场景经济打造品销双赢
全域传播赋能品牌营销共振**

M 美兰德咨询
CMMR 专业融合传播研究服务商

第一章 PART 1

山东春晚融媒破屏全域传播 全民感受“山晚范儿”

共度幸福中国年，彰显奋进新气象

《2021山东春晚》收获优异网络融合传播成绩



热搜上榜：
56个热搜词在榜
400+小时



快手直播：
《2021山东春晚》
观看人次6967万，
获赞百万+



微博互动：
微博KOL互动量
566.6万次；话题
阅读25亿人次，
讨论360万条



网络融合传播影响力
位列晚间黄金档
电视节目第一



视频流量：
长短视频播放5.5
亿次，热门获赞
189.2万



朋友圈热度：
590家媒体报道发
文3587条，微信
文章阅读30.4万
人次



美誉度：
晚会正向口碑
95.05；光明网、
中新网等主流媒
体积极报道

《2021山东春晚》网络融合传播影响力 位列晚间黄金档电视节目第一

2月9日晚间黄金档电视节目融合传播指数榜TOP10

M 美兰德咨询 CMMA 视频大数据生态建设者		蓝鹰平台				
频道	综艺	剧集	纪录片	艺人	黄金档	
周一	周二	周三	周四	周五	近1天	近7天
数据时间: 02/09		平台	综合指数	趋势		
1	2021山东卫视春晚	▼	山东卫视	71.40	↑	
2	2021安徽卫视春晚	▼	安徽卫视	59.19	↑	
3	新闻1+1	▼	CCTV-13新闻	53.75	→	
4	傲椒的湘菜	▼	湖南卫视	51.48	↑	
5	送一百位女孩回家第四季	▼	河南卫视	49.50	↓	
6	焦点访谈	▼	CCTV-1综合 CC	46.96	↓	
7	一起侣行吧	▼	东南卫视	42.48	↑	
8	向幸福出发	▼	CCTV-3综艺	41.17	→	
9	今日关注	▼	CCTV-4中文国际	38.55	↓	
10	2021重庆卫视春晚	▼	重庆卫视	33.22	↑	

《2021山东春晚》PGC流量为同期电视春晚第一 短视频平台传播热度位居前列

《2021山东春晚》PGC点击量864.8万次，位列同期电视春晚类节目第一。



PGC点击量
705万次



PGC点击量
158.2万次



PGC点击量
1.6万次



热度
5025



热度
5187



电视春晚节目抖音主话题
播放排行榜 (单位: 万次)



打造大小屏高效联接回流用户的传播新范式



快手直播“山东春晚”
6967万人次观看
获赞100万+

- ◆ 山东卫视发布的小品合集、歌曲合集等播放1784.1万次
- ◆ 晚会热门短视频获赞50万个
- ◆ #快跳牛牛舞 7.4万用户参与



微博热门短视频播放
3.38亿次



B站发起#山东春晚助力你的牛气冲天FLAG#活动



- ◆ #山东春晚、#黄渤刘雨昕斗舞 等热门抖音话题，及抖音合集“2021山东春晚”短视频播放1.85亿次
- ◆ 晚会热门短视频获赞40万个

各界KOL齐发力，助力山东春晚报道全域传播

《2021山东春晚》网媒报道来源TOP10



《2021山东春晚》微信公号传播效果TOP10



《2021山东春晚》微博KOL传播效果TOP10



跨界融合惊喜不断，文化创新强力输出

《2021山东春晚》节目内涵丰富，看点十足，既传达时代精神，又不断创新创作，融入《论语》、胶州秧歌等山东元素。



歌舞《牛气冲天闹新春》

- 《论语》、胶州秧歌
- 结合美声、说唱
- 热门短视频播放42.3万次



歌曲《墨梅》

- 京剧唱腔
- 结合流行曲风
- 腾讯短视频播放47.2万次

#硬糖少女方锦龙国风大秀#话题阅读1.2亿人次
登上微博、快手、新浪新闻等多平台热搜



表演《忆山河》

- 方锦龙父子 传统琵琶
- 结合硬糖少女303 青春热舞



歌曲《春日偶成》

- 廖昌永父女合唱
- 改编自周总理诗词《春日偶成》

高科技打造全新舞台，呈现极致视觉艺术

山海相连，沉浸式体验

突出海洋元素
以巨鲛为主体
融入浮岛、栈桥、海浪等
创意元素



舞台特效逼真震撼



歌曲《破茧》
舞台火红一片
金凤凰环绕歌者

VR技术打造极致视听感受

新编戏歌《墨梅》
京剧+VR技术
全方位展示国粹魅力



人工智能探索多样化融媒传播



与人工智能小冰团队
合作推出宣传片
《幸福进击》

第二章 PART 2

山东春晚诠释时代主题多方点赞 打造优质IP升华青年印象

唱响时代主旋律，讲好中国故事

聚焦驻村第一书记、讴歌脱贫攻坚。**#冯巩改编网络神曲成相声#登上快手热搜第八。**



相声《骑上我心爱的小摩托》



《为爱出征》护士在疫情面前，选择坚定逆行。热门微博短视频播放71.3万次。

小品《为爱出征》

人民日报转发点赞，微博话题**#张继科许魏洲于毅合唱我的祖国#**阅读837.2万人次。



表演《我的祖国》

光明网、中新网等主流媒积极报道



《“就酱过年”公益视频温暖上线 用行动传递满满正能量》

《山东春晚节目单曝光 毛阿敏、冯巩、郭冬临等将登场》



《2021山东春晚阵容揭晓 发布<幸福进击>MV》

传递榜样力量，彰显人文关怀

《2021山东春晚》邀请了各行各业不平凡的普通人，致敬平凡英雄。榜样力量也不断激励观众同胞。



88岁抗美援朝老战士



焦裕禄书记的女儿



抗疫夫妇



先进集体时代楷模青岛港连钢创新团队

平凡视角打造平凡故事，小人物映射大时代。



《我蕉绿》聚焦孩子处于求学阶段的一家三口，引得网友纷纷感慨“这不就是我家吗”。

《琴岛小爱》一场电梯奇遇，体现了山东人的浓浓乡情。腾讯短视频播放50.5万次。



网友点赞春晚“长脸”，收获美誉度超95%

印象改变

- 低头看见小肚腩：山东卫视[春晚]今年下血本了呀！设备也换了，画质也清晰，明星也请了不少，这还是我认识的山东台么！
- SunLLLZhi：今年山东卫视春晚策划加鸡腿！！！山东卫视终于长脸了呀！！！slay！！！！

年味

- wyf：山东春晚有冯巩！！有过年的感觉了
- 迁就戏鲸仔：#山东春晚#看了山东春晚之后感觉有过年的快乐了

正向口碑
95.05

正能量催泪

- 露琪诺6号：山东春晚抗疫的那个节目好催泪啊
- 只搞钱买房：#山东卫视春晚#主旋律，太真实了，暴风雨哭泣

舞台效果燃

- 何妨吟啸且行且珍惜：山东春晚居然有破茧，好燃。
- 登月一号舱：#山东春晚#忆山河也太好听了吧，扇子舞也好绝[跪了]果然古风就是yyds

阵容有保障

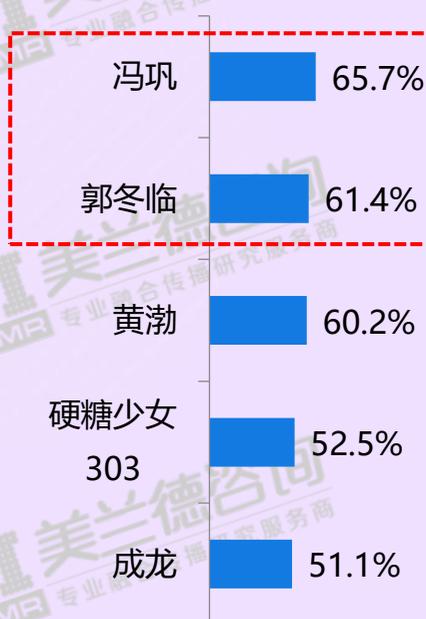
- 想要明天见：#山东春晚#看到黄渤和冯巩还有郭冬临就知道今年的快乐就是山东台给的！
- 澶羽：山东台春晚是真不错，冯巩，郭冬临，孙涛，苗阜王声，张继科，黄渤，还有成龙大哥！还没看完，下午接着看，点个赞[赞]

高水准嘉宾阵容兼顾全年龄段受众需求

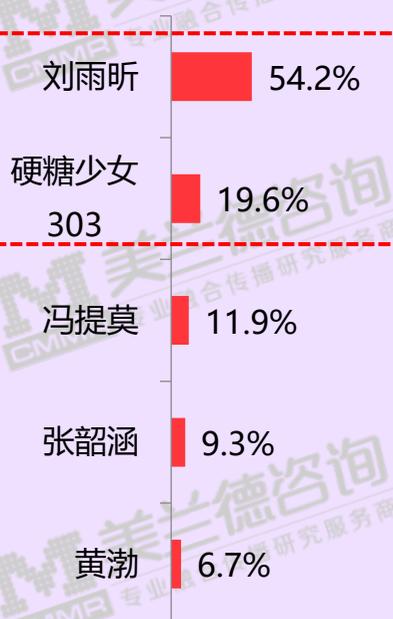
《2021山东春晚》邀请了来自各个领域的嘉宾，有国宝艺术家，有中生代实力派，还有新生代偶像，兼顾各个年龄层观众的喜爱和需求。

山东籍优秀演员跨界主持	黄渤、王晓晨
春晚记忆中的实力笑星	冯巩、郭冬临、孙涛等
国宝级艺术家	廖昌永、毛阿敏、成龙等
实力文体明星	张韶涵、张继科等
新锐喜剧人	金靖、刘胜瑛等
新生代偶像	刘雨昕、硬糖少女303等

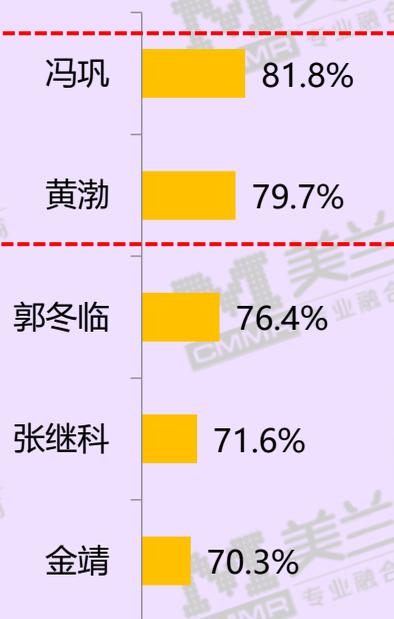
网媒贡献度TOP5



微博贡献度TOP5



微信贡献度TOP5



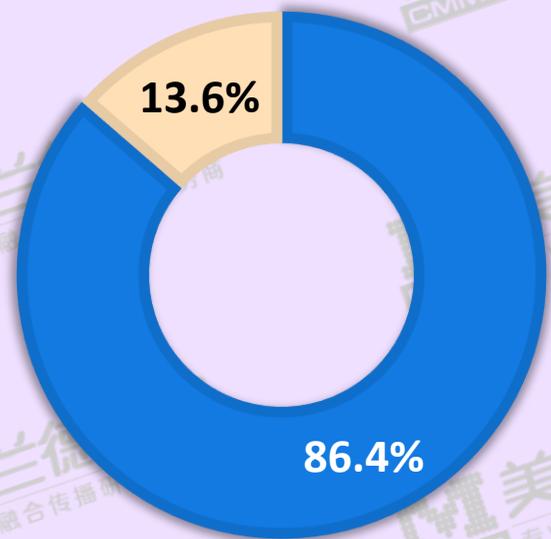
聚拢年轻群体关注，拓展受众年龄边际

网络热议用户性别分布

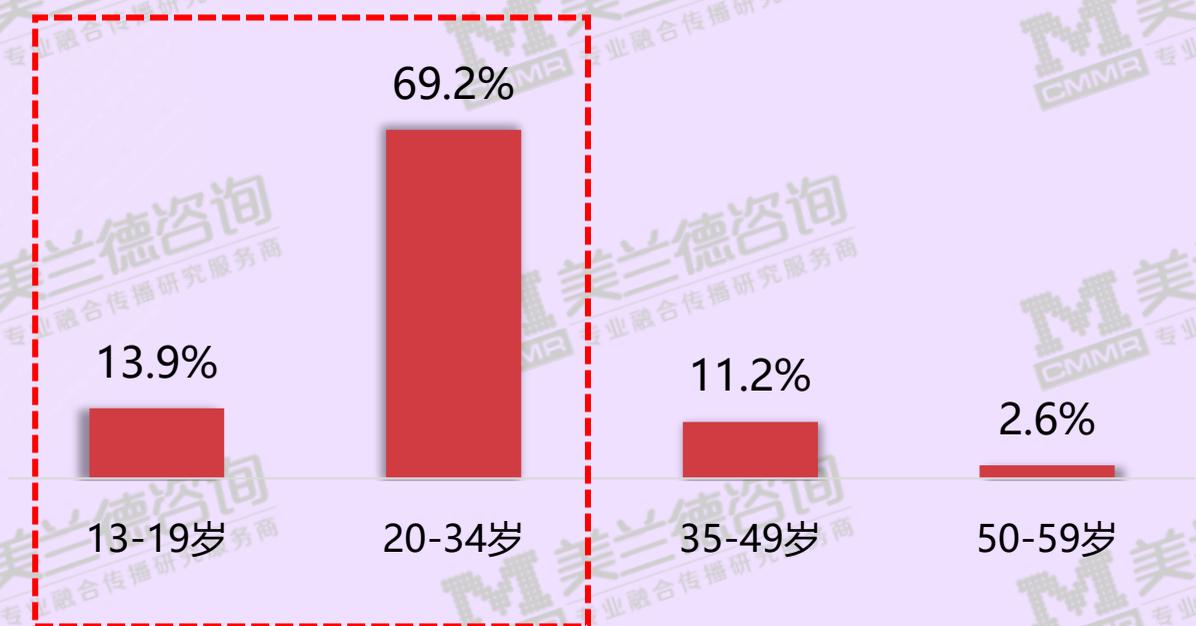


网络热议用户学历分布

大学 高中



2021山东春晚网络热议用户年龄主要分布



M 美兰德咨询
CMMR 专业融合传播研究服务商

第三章 PART 3

深挖场景经济打造品销双赢 全域传播赋能品牌营销共振

春晚“福文化”连接品牌与受众情感

福牌阿胶开启品牌全面升级战略



中华老字号企业福牌阿胶独家冠名《2021山东春晚》，晚会策划“幸福中国年”主题，品牌文化与春晚价值观高度契合，助力福牌阿胶开启品牌价值升级新征程。

“福牌阿胶”网络影响力提升效果



福牌阿胶	节目播出前	播出期间	效果提升
网媒报道量 (条)	140	302	115.7%
微博提及量 (条)	1271	11356	793.5%
微信公号刊发量 (篇)	54	84	55.6%

主持人口播



社交平台热议#福牌阿胶 x 山东春晚#



福牌阿胶-曦瑶

山东春晚喜提 | 热搜
幸福中国年CN 福牌臻阿胶
大年二十八，福牌阿胶邀你支棱起来[让我看看]



福牌阿胶-春丽

#山东卫视春晚##山东春晚幸福牛# 今天福牌阿胶集团领导



苏慕100

山东春晚节目单
金靖、刘胜瑛和歌唱家李鳌SF欢乐三人组
大年二十八，福牌阿胶邀您一起看春晚
热热闹闹开开心心过大年~

开屏广告



山东春晚助力青岛广电影视传媒品牌热度提升

青岛广电影视传媒集团作为首席战略合作伙伴参与《2021山东春晚》，通过精彩纷呈的晚会，展示了自身强大的制作经营能力，引领品牌破壁突围，并通过春晚平台吸引更多观众关注到品牌本身，网络影响力大幅提升。

青岛广电影视传媒集团

网络影响力大幅提升



+25.5倍

相关网媒报道量

+5倍

相关微信刊发量



深度链接春晚场景，海信社交电视理念持续深化



支持AI交互、视频通话、手写触控的海信社交电视全程深度参与，满足用户对电视大屏的社交娱乐需求。

海信电视：让美好显示无处不在



海信电视作为第二屏幕，郭晓东和《我的父亲焦裕禄》剧照在超画质海信电视上完美展露。

晚会播出前后“海信电视”网络影响力提升效果

微博讨论热度



网媒曝光度



朋友圈热度



激发快手用户活性，带动UGC内容生产

高效联接大屏线性传播和小屏即时互动

- ◆ 采用全新的大小屏双线流编排模式，快手根据用户习惯和喜好聚焦输出春晚高热度内容。



舞台星素结合，带动平台用户积极创作



星素结合，助力快手顶流主播登上大屏出圈进阶，展现快手创作者出色的内容输出能力。

- ◆ 《2021山东春晚》播出后两天内，话题#在快手看2021山东春晚 下视频作品增加177条。

山东春晚播出前后

快手

网络影响力提升

网媒曝光热度

+42.8%

微博讨论热度

+46.9%

微信朋友圈热度

+6.1%

贝特佳借力拓展品牌认知，提升用户信赖感

“贝特佳羊奶粉”化身道具自然曝光



贝特佳作为节目道具，品牌植入自然，表演期间曝光时间长，加深观众印象。



表演者借剧情口播产品特点进行品牌强曝光，短时间内给观众带来较深印象。

山东春晚现身的“贝特佳羊奶粉”亲切感十足

- 富贵开花努力有米M：看到贝特佳奶粉很亲切哦[爱你]
- 橙家菇凉77：看到小贝了，看👀了
- 爱喝酸奶的马小姐：贝特佳奶粉杠杠的

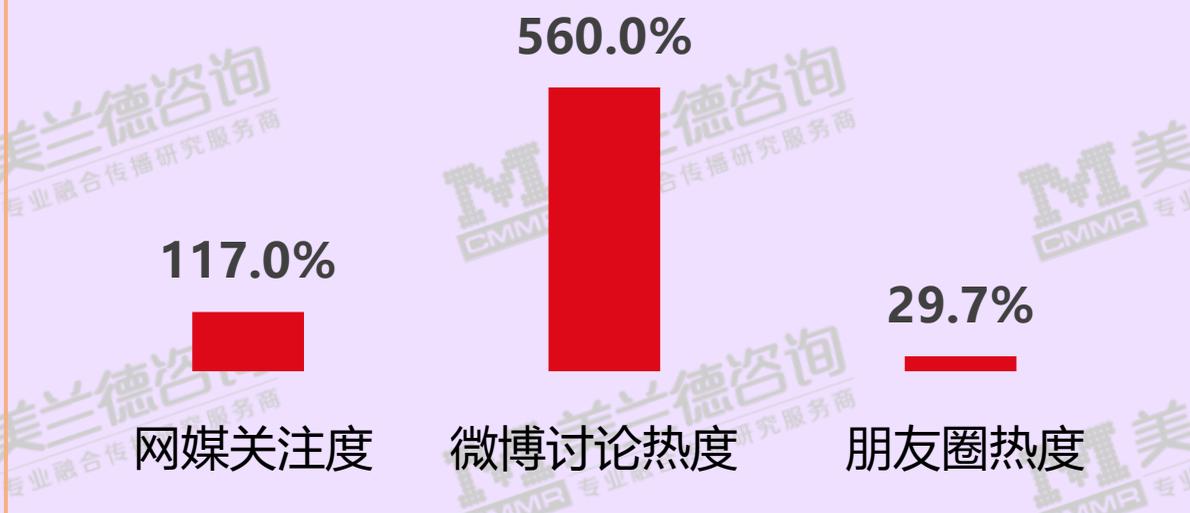
“贝特佳羊奶粉”网络影响力提升效果



贝特佳羊奶粉	节目播出前	播出期间	效果提升
网媒报道量（条）	229	436	90%
微博提及量（条）	369	1957	430%
微信公号刊发量（篇）	67	123	84%

得利斯唤醒用户品牌回忆，微博热议提升560%

晚会播出前后“得利斯”品牌网络影响力提升效果



得利斯火腿化身道具
表演者随剧情自然宣推

微博网友留言：



- 是云初家的鱼啊：#山东春晚# 哈哈潍坊得利斯火腿、哈喇配啤酒、趵突泉泉眼balabala。。。
- 哎呀是Lemon啊：#山东春晚#时隔多年又再次听到了“得利斯”的广告语。我的妈呀，爷青回啊！小学诗歌竞赛有道填空题，但愿人长久下一句，我答得相伴得利斯
- 你是你是我的图图：看完山东春晚，不信你们还不知道一句名言 但愿人长久，相伴得利斯

央联万贸网络声量大幅提升，品牌理念直接触达

巴龙·央联万贸借助春晚合家欢乐的即时场景，向观众直接传达央联万贸“安全”、“健康”的品牌印象，品牌影响力大幅提升。缩短用户消费半径，享受健康安全新生活。



“巴龙·央联万贸”品牌网络影响力提升效果



网媒关注度 **+10.8倍**



微博讨论热度 **+1倍**



朋友圈热度 **+3.8倍**



利用春晚高关注度，激发本地用户的文娱消费欲

青岛西海岸旅游发展有限公司作为青岛本地企业，恰逢《2021山东春晚》在青岛录制举办，借助晚会的顶级影响力和聚拢流量特质，在春晚合家欢的特定时间窗口下充分展示品牌丰富内涵，直接深入观众内心，激发本地用户的娱乐消费欲望。



↑ 节目播出后品牌网络热度增量 ↑



网媒热议度

+18.5倍



微博热议度

+40%

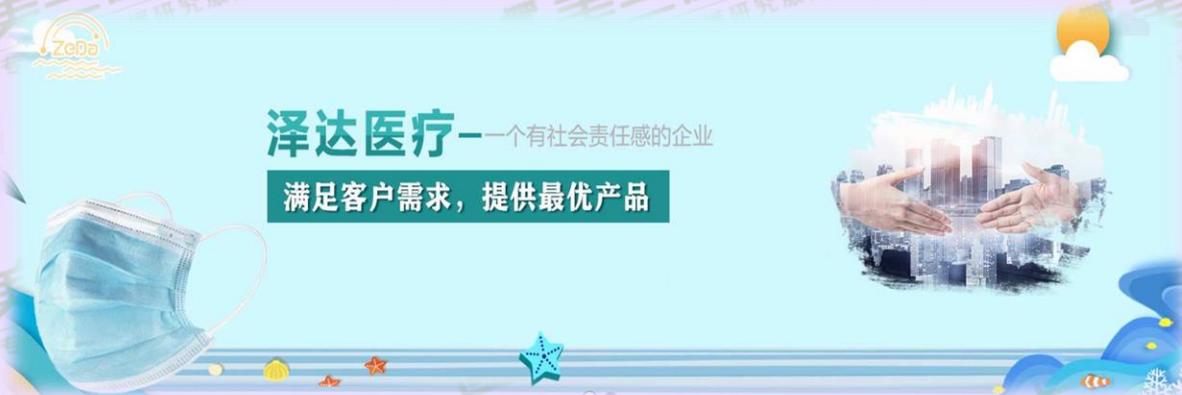


微信朋友圈热议度

+29%

泽达医疗暖心防护，向社会传递品牌责任感

2021疫情防控战仍不能松懈。医疗防护用品仍是刚需。山东泽达医疗借助山东春晚大舞台，向社会传达企业责任感，向“了不起的每个人”致敬。



《2021山东春晚》网络热议用户地域分布TOP10



泽达医疗在高比例本省用户中频繁刷脸。



东方影都舞台顶级配置，时尚大气成为热议词

“东方影都产业园”品牌在节目中多样化曝光



主持人口播演播厅
位于东方影都产业园

品牌广告牌成为节目背景板，持续加深观众对品牌印象。

“东方影都产业园”品牌网络影响力提升效果



网媒关注度
+72.5%

微博提及量
+32.3%

朋友圈热度
+34.1%

微博网友热议东方影都为晚会大大增益



amwz

#山东春晚#青岛“东方影都”是个大buff，再加上制作团队很用心，这一届的山东春晚想不牛都难 🍻🍻🍻🍻 @青岛

02月10日 10:02 来自 iPhone客户端



祖国花朵里的霸王花- ✓

#山东春晚#我跟我妈正在看，今年真的好太多，还是在东方影都直播哎

02月09日 21:32



老小孩吼吼吼：今年还可以，灯光真的玩觉得还行

02月09日 21:45



微信公众号



蓝鹰大众版