



东方卫视

春满东方 幸福牛年 2021东方卫视春节晚会 融合传播数据分析报告

监测时间：2021.02.11至2021.02.13

MI 美兰德咨询
CMMR 视频大数据生态推动者

目录 Contents

- 一、唱响时代颂歌 彰显家国情怀
- 二、全域破屏传播 潮流现实主义
- 三、科技赋能舞台 尽展海派特色
- 四、品牌强力赋能 营销全域进阶

第一章 PART 1

唱响时代颂歌 彰显家国情怀

犇向幸福牛年，奋斗焕发新颜

《2021东方春晚》网络融合传播成绩突出



热搜上榜：
103个热搜词在榜
24次位列榜单前三



实时直播：
腾讯视频、爱奇艺、
抖音累计直播
观看人次超583万



微博互动：
微博KOL互动量
3118.2万次；话题
阅读93.6亿人次，
讨论2572万条



网络融合传播影响力
位列同日电视
春晚第一



短视频流量：
微博、抖音短视频
播放超17亿次，抖
音获赞943.6万个



朋友圈热度：
358家媒体报道发
文6916条，微信文
章阅读103万人次



美誉度：
晚会正向口碑93.6；
人民日报、新华网等
主流媒体积极报道

多项收视数据创新高 单节目不断迎来收视高潮

收视问鼎

□ 晚会全时段：

CSM63城收视2.71，CSM35城收视2.65

□ 晚会正片：

CSM63城收视3.07，CSM35城收视3.01

□ 双网收视破3，**2021年省级卫视春晚第一**

单节目不断迎来收视高潮

□ 宋小宝、秦岚小品《隔离不了的爱》创当晚最高收视**3.26**

□ 武林外传剧组小品《同福喜事》创当晚收视次高点3.25

□ 朱一龙演唱《女儿情》创当晚歌曲演唱最高收视3.25；00后/90后两大人群收视份额破11%

□ 肖战演唱《异乡人》创00后当晚最高收视2.86



《隔离不了的爱》收视3.26



《女儿情》收视3.25

本页收视率数据均来自网络公开资料整理

《2021东方春晚》网络融合传播影响力 位列晚间黄金档电视节目第一

2月12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 专业融合传播研究服务商

蓝鹰平台

频道

综艺

剧集

纪录片

艺人

黄金档

周三

周四

周五

周六

近1天

近7天

数据时间：02/12

平台

综合指数

趋势

1

2021东方卫视春晚

▼

东方卫视

85.86

↑

2

王牌对王牌第六季

▼

浙江卫视

81.61

↓

3

2021北京卫视春晚

▼

北京卫视

80.77

↑

4

乘风破浪

▼

湖南卫视

78.42

↓

5

2021江苏卫视春晚

▼

江苏卫视

71.22

↑

6

2021湖南卫视华人华侨春

▼

湖南卫视

67.32

↑

7

2021东南卫视春晚

▼

东南卫视

62.45

↑

8

新闻1+1

▼

CCTV-13新闻

45.76

↓

9

完美星球

▼

CCTV-9纪录

43.54

↑

10

在这儿过年

▼

广东卫视

43.35

↑

《2021东方春晚》热度持续蔓延 网络融合影响力位居同期电视春晚第一

2月11日-2月13日期间大年初一档电视春晚
网络融合影响力排名

2月12日播出的电视春晚	网络融合传播指数
2021东方卫视春晚	80.95
2021北京卫视春晚	77.07
2021湖南卫视华人华侨春晚	65.1
2021江苏卫视春晚	61.28
2021东南卫视春晚	58.29
2021央视戏曲春晚	31.94
2021和美之约·丝路春晚	22.12
2021宁夏卫视春晚	15.27

□ 《2021东方春晚》的网媒报道量、微信刊发量、微博热议提及量均高于当晚播出的其他春晚节目。

□ 《2021东方春晚》爱奇艺热度6485，优酷热度7624，腾讯视频的PGC专辑点击量为2149.5万次。

致敬百年奋斗征程，向更美好生活启航

献礼建党百年华诞，唱响时代颂歌



著名歌唱家伊丽媛演唱《百年再起航》。编曲有新意，演唱有真心，打动观众。

微博网友“夏恨冬”：祖国母亲百年诞辰快乐！愿你芝麻开花节节高，共看我党缔造的繁华盛世！

东方卫视节目组连线84岁藏族歌唱家才旦卓玛、丁真、廖昌永、56个民族合唱团 演绎《再唱山歌给党听》。隔空对唱+重新编排的方式，创意满满也真挚动人，让更多年轻朋友们爱上了这首歌。

潇洒的尖尖先生说：#才旦卓玛丁真再唱山歌给党听#我在饭厅公放视频，没想到我妈听到前面才旦老师的唱的忍不住一起唱了起来。真真的部分听起来感情真挚，很有感染力！



《再唱山歌给党听》获主流媒体频频点赞

#才旦卓玛丁真再唱山歌给党听#登上微博要闻榜第一，微博热搜第二，微博主话题阅读量超1.2亿人次，短视频播放超570万次。



20余家主流媒体账号发布博文阅读量1461万



人民日报

【#才旦卓玛丁真再唱山歌给党听#】2021年注定是中国历史上浓墨重彩的一笔，中国共产党建党100周年。同时今年也是西藏和平解放70周年，巧合的是今年藏历新年与农历新年春节是同一天。东方卫视请到老一辈藏族歌唱家才旦卓玛重唱红色经典《唱支山歌给党听》，还邀请藏族青年代表丁真演绎#再唱山歌给党听#，传承“红色精神”，表达对祖国的热爱和对建党百年的祝福。 [人民日报的微博视频](#) 收起全文



光明日报

#大屏木# 【#才旦卓玛丁真再唱山歌给党听#】新春到，东方卫视春晚邀请《唱支山歌给党听》原唱才旦卓玛、藏族青年丁真、歌唱家廖昌永唱响红色旋律。值此万家团圆之际，我们一起祝愿祖国繁荣昌盛。 [光明日报的微博视频](#)



西藏日报

【才旦卓玛、丁真加年，也是西藏和平解放藏族歌唱家才旦卓玛19:30，与才旦卓玛、在西藏等你# [西藏日报](#)



人民日报海外版-海外网

【#才旦卓玛丁真再唱山歌给建党100周年。同时今年也是一天。东方卫视请到老一辈青年代表丁真演绎#再唱山歌给党听#。 (人民日报) [人民日报](#)



环球网

【#才旦卓玛丁真再唱建党100周年。同时今天。东方卫视请到老一辈青年代表丁真演绎#再



青年报

【#才旦卓玛丁真再唱山歌给建党100周年。同时今年也是一天。东方卫视请到老一辈青年代表丁真演绎#再唱山歌给党听#。 (来源：人民日报)



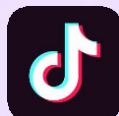
中国周刊

【#才旦卓玛丁真再唱山歌给建党100周年。同时今年也是一天。东方卫视请到老一辈青年代表丁真演绎#再唱山歌给党听#。 [人民日报的微博视频](#)



中国日报中文网

丁真【建党100周年浓彩的一笔，中国共产党新年与农历新年春节是《唱支山歌给党听》，还邀请老一辈青年代表丁真演绎#再唱山歌给党听#。 (人民日报) [人民日报的微博视频](#)



“丁真 再唱山歌给党听”登上QQ热搜和抖音热搜，抖音短视频超百万人在线观看。

平凡英雄登上舞台，暖心祝福相伴万家

《情系千万家》节目邀请各行各业的平凡英雄家庭，为观众送上新年祝福，温暖陪伴与榜样激励同在。

- ◆ 援鄂医疗队最美夫妻档龚亚斌、折哲
- ◆ 浦东三十年建设家庭张蕴弘家庭
- ◆ 扶贫干部家庭顾诚、杨芸帆



情系千万家，牵动你我心

#朱一龙感谢援鄂一线医护#微博话题阅读531.5万人次，讨论8.1万条。



朱一龙连唱《当年情》等情歌，热门内容单条播放量超1600万次。

“真心+创意” 打动观众，晚会美誉度超93%

大台担当

浮尘浅夏：五十六个民族再唱山歌给党听，红心向党[心]永远跟党走[心]不忘初心，砥砺前行

2019树上一朵云：#东方卫视春晚#去年的两件大事，一是战疫，一是扶贫，很高兴在东方卫视的舞台上见到他们。致敬，感谢

文化特色

仙道第一小黑脸：东方卫视的春晚每年都办得很好诶，新潮与传统融合的同时，还能突出上海的特色，真的很有水平

正向口碑
93.55

小品表现高水准

青颜也是青澍：武林外传这个小品，他们的腔调一点点都没有变，老朋友回来的感觉，他们之间的氛围真的太好了

棠棠糖啊看了这么多台的小品，武林外传我唯一看得进去笑得出来的小品！！

舞台表演有新意

香辣鸡腿白：#东方卫视春晚#贾冰这部小品一战封神了 最近就好心疼我爸 我整个哭爆

秋名琴师：笑死我了，看小品感觉秦岚是宋小宝老公，大叉着腿往沙发一坐，“来我跟你唠唠！”

雪草央：东方卫视春晚 傅首尔 黄龄 金靖，这是名媛下午茶吧哈哈

如意伯爵123：用尽一切奔向你这个舞台灯光效果太棒了，感觉回到了《我们的歌》的现场

桦叶·Depp：龙哥和耀庆舅舅的节目真的太惊喜了！音乐剧的形式！改编的音乐剧的歌！！太棒了！！

第二章 PART 2

全域破屏传播 潮流现实主义

《2021年东方春晚》全网热搜话题词云图



阅读50.6亿 讨论1626.2万

#东方卫视春晚#

阅读量超50亿人次

讨论量1626.2万条

近200个微博话题，阅读93.6亿人次，讨论超2572万条

11个微博话题阅读量过亿，55个微博话题阅读量超千万

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：2021年2月11日-2021年2月13日

社交圈层超强引流，破屏传播实力圈粉

晚会内涵丰富，看点十足，相关短视频被网友热点击，微博及抖音累计播放超17亿次，抖音获赞近千万个。

微博短视频累计播放

1.75亿次，最高播放短视频是
东方卫视春晚发布的朱一龙连
唱三首情歌，播放1633万次



#东方卫视春晚 热

13.0亿次播放



抖音话题累计播放量**15.4亿次**

热门短视频累计获赞**943.6万个**

累计评论超**43万条**

24条短视频获赞10万+



《你是对的人》
获赞77.9w



肖战画牛
获赞77.5w



《四十而已》
获赞74.5w

网友追随热情高涨，直播观看超500万人次

晚会在爱奇艺、腾讯视频和抖音APP累计直播观看人次583.1万，腾讯视频和爱奇艺播放热度依旧不俗，网友观看热情高涨。



2021东方卫视春晚
宋小宝秦岚爆笑互怼



爱奇艺直播31.7万人气

最高热度6485



2021东方卫视春晚：
肖战献唱，武林外传

▶ 2149.5万

腾讯视频直播观看108.8万人次

播放2149.5万次



抖音直播观看442.6万人次

各界KOL高度关注，强强发力助力报道传播

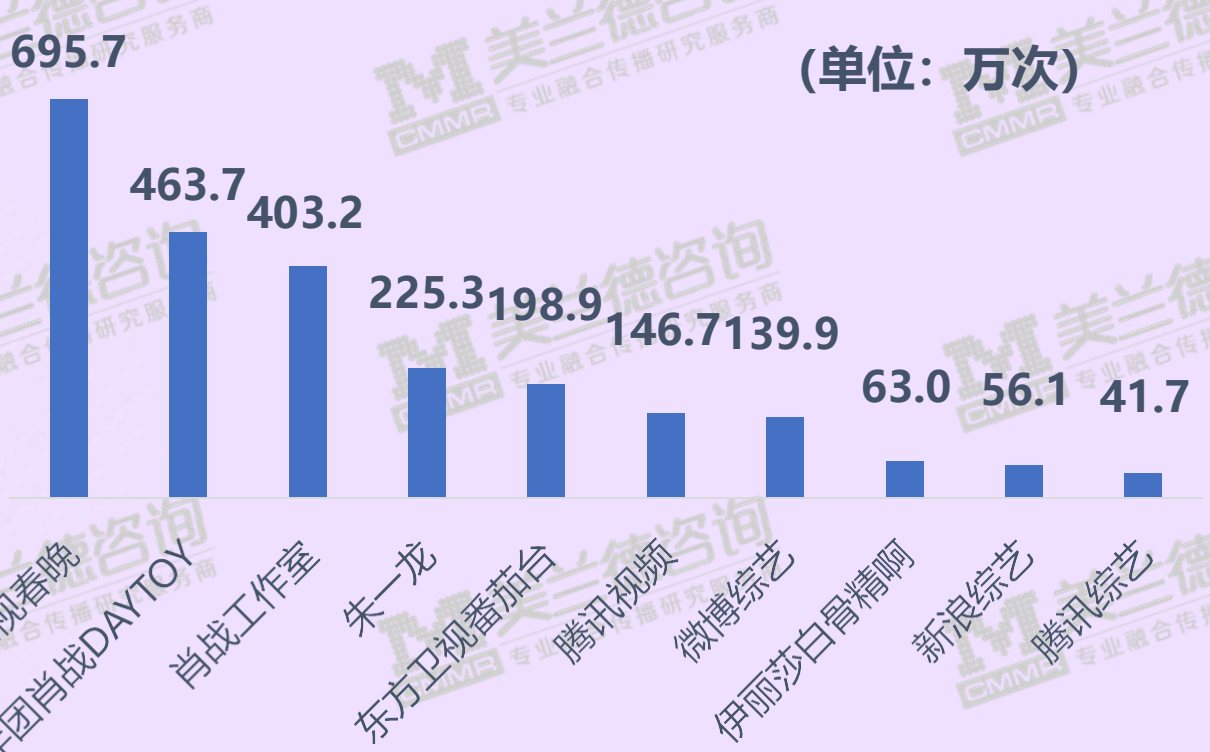
网媒报道来源TOP5



微信公号传播效果TOP5



微博KOL互动量TOP10



发布 (条)	46	1	3	1	31	23	26	5	14	15
-----------	----	---	---	---	----	----	----	---	----	----

全民参与谱写时代命题，二零二一牛转乾坤

小品《隔离不了的爱》

第五年：宋小宝+X女神



“隔离不隔爱，处处显亲情”

- ◆ 热门短视频播放247万次
- ◆ 热门微博话题阅读1.5亿人次

◆ “宋小宝秦岚演夫妻”登上微博热搜第16，引网友热议

小品《今年过节不孤单》

第四年：三人成X

响应国家号召“非必要不返乡”

辣目洋子、马伯骞搞笑搭档

- ◆ “我男朋友马伯骞 我叫他大伯”登上微博热搜第一，热门微博短视频播放2100万次



小品《他来了》

东方一直“在行动”



结合热门的直播电商元素，用户脱贫致富，发扬乡村振兴战略

- ◆ 腾讯短视频播放16.2万次

东方春晚守护共同记忆，跨越时空温情对话

第二品次经武林再外聚佳

《

《武林外传》剧组时隔15年重聚，小品演绎为观众圆梦，网友纷纷热议“爷青回”。

- 多平台热搜上榜27次
- 热门微博短视频播放超3800万次



《四十而已》聚焦现实的打工人、以及一直热议的酒桌文化。

- 抖音热门视频点赞超70万个，话题#2021贾冰小品 播放量达8387.2万次

第三年搭档：贾冰+韩雪

第二年搭档：文峰和范湉湉

小品《健康你我他》

《健康你我他》关注社区邻里相处、健康锻炼。

- 微博话题累计阅读880.4万人次



跨界混搭解锁时代特色，包容多元引领时尚潮流

传统与潮流的融合、跨界合作等混搭，精准拿捏各年龄段观众的审美，通过展现40-00时间线的代表音乐，让每个年代的观众都找寻他们各自的时代记忆。

经典+女团+海派旗袍



微博 短视频播放**124万次**

《玫瑰玫瑰我爱你》
新晋女团组合THE9演绎《玫瑰玫瑰我爱你》，话题海派旗袍引全网热议，微博娱乐榜第二位

男团+国潮



微博短视频播放量**503万次**

《黑猫警长》
R1SE合体带来《黑猫警长》，致敬上海美术电影制片厂与80、90后的“童年回忆”

流行艺人+演员+小品



累计微博短视频播放**2100万次**
抖音点赞量**41.1万个**

《今年过节不孤单》
《今年过节不孤单》精准拿捏年轻观众审美，话题#我男朋友马伯骞 我叫他大伯#4次登上各平台热搜榜单，微博热搜最高第一位

美声+流行+民乐



抖音话题播放超**1400万次**

《起风了》
张含韵、余笛、闫永强三人美声、民乐混搭，创新演绎热门作品《起风了》，抖音话题#张含韵余笛唢呐版起风了播放量超1400万次

花式表达新意多，守正创新获共鸣



东方春晚**首次用录制MV**的方式，**一镜到底**的镜头语言完整表达歌曲《异乡人》

语言类节目加入脱口秀、音乐剧、情景剧等设计

《幸福AB面》
音乐剧的形式
探讨幸福的真谛



《凡尔赛的下午茶》
融入**脱口秀**
金靖傅首尔被称凡学大师



武林外传+情景剧再续武林情缘



《武林外传》剧组再度携手演绎的室内情景剧，按照原版电视剧做了第81回的内容，为《武林外传》画上圆满的句号

全民共创武林外传第八十二回
话题阅读**超千万人次**



第三章 PART 3

科技赋能舞台 尽展海派特色

舞美升级打造视觉盛宴，诚意满满科技点亮舞台



10个空中灯光屏幕圆盘+超40台数控集成卷扬机，象征着“十全十美、团团圆圆”的美好寓意；旋转舞台+并凭五套+花瓣型立体升降舞台塑造沉浸式场景

《凡尔赛的下午茶》

利用旋转舞台将其划分为两个区域，合理分配演员调度空间，呈现更三维立体的屏幕效果



《用尽一切奔向你》

合理运用“台阶”和“门”等元素，传递歌曲表达的的意象。



一只桃桃叮

... 276

东方卫视的春晚真的太好看了！舞台很美也很温情，小品也有意思！肖战的两首歌也很棒！很喜欢东方卫视的春晚！



浪漫樱花Star_Light

东方春晚这次的舞台真不错，又大又亮，打光运镜剪辑都棒棒哒



棉花糖和大西瓜

东方春晚两首歌封神了，直接就是个人怼脸直拍的效果，舞台设计也超级用心，我爱东方卫视

完美融合上海元素，海派春晚拓展IP价值边界

沪籍艺人+上海故事+上海文化



上海各界代表如援鄂医疗队最美夫妻档、浦东三十年建设家庭等讲述上海故事



旗袍界泰斗任林昌与旗袍设计者章亚华现场讲解海派旗袍，弘扬非遗文化

综艺+剧集IP+晚会



《正青春》



《追光吧！哥哥》



《欢乐喜剧人》

第十届中国花博会

群口相声《百花争春》为**第十届中国花卉博览会**“量身定制”，以穿越方式讲述故事，惊喜满满

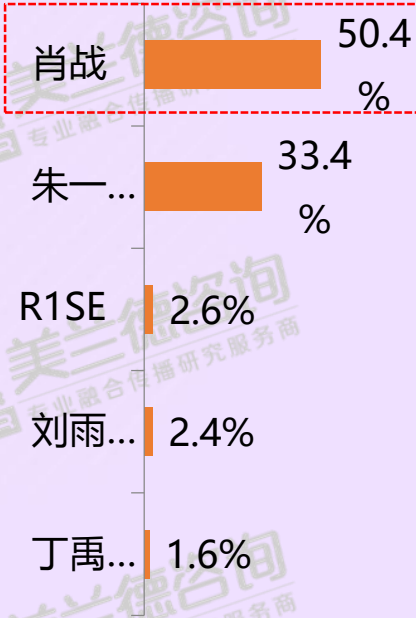


明星好友齐聚一堂，全民欢唱其乐融融

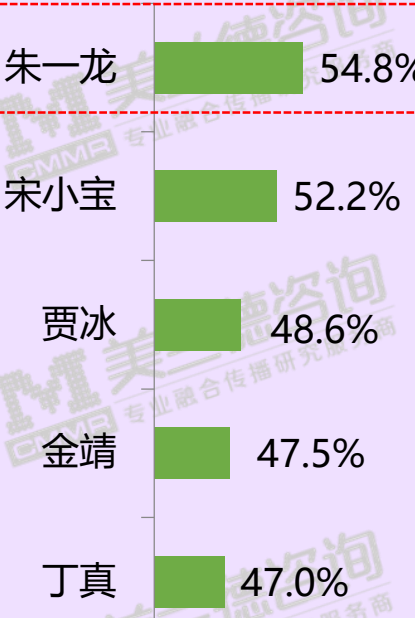
著名歌唱家、实力派演员、新潮嘉宾、青春偶像等嘉宾涵盖各年段观众需求，彰显上海开放、包容、向上、潮流的特质。

著名歌唱家	伊丽媛、才旦卓玛、廖昌永
阳光向上的青年偶像	朱一龙、肖战、丁禹兮
唤起青春回忆的嘉宾	武林外传剧组
男团女团	THE9、R1SE
受欢迎的喜剧演员	宋小宝、贾冰、金靖、杨树林
新晋热门嘉宾	马伯骞、辣目洋子

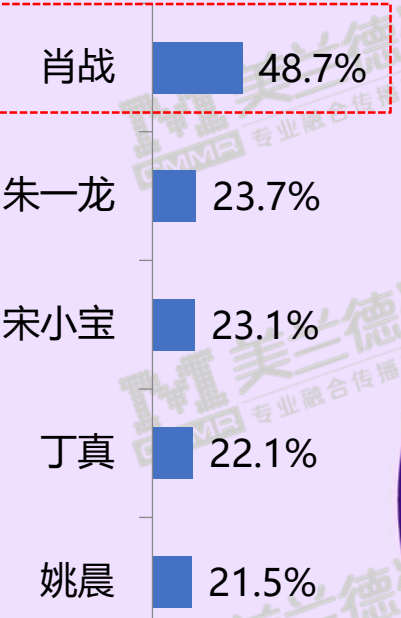
微博贡献度TOP5



微信贡献度TOP5

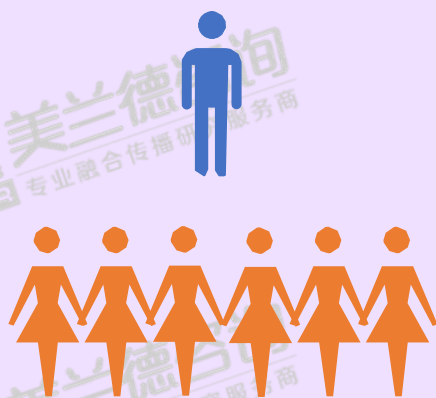
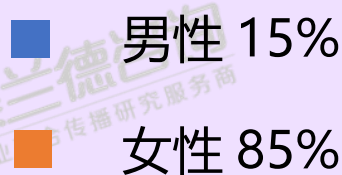


网媒贡献度TOP5

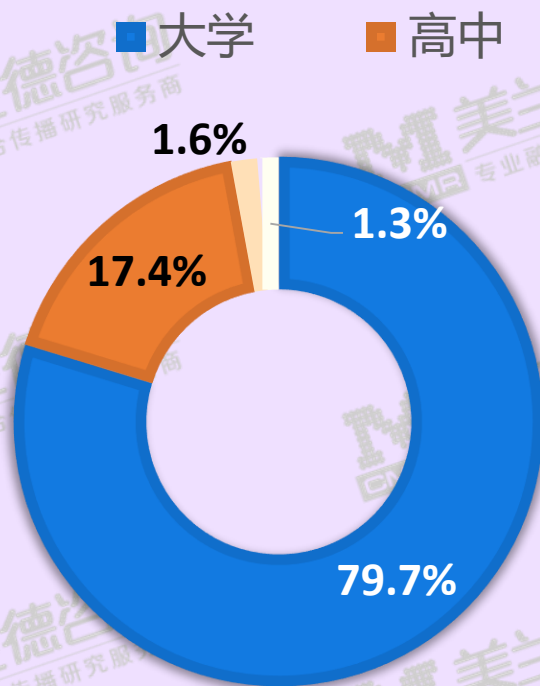


聚拢女性高学历人群，年轻观众积极热议

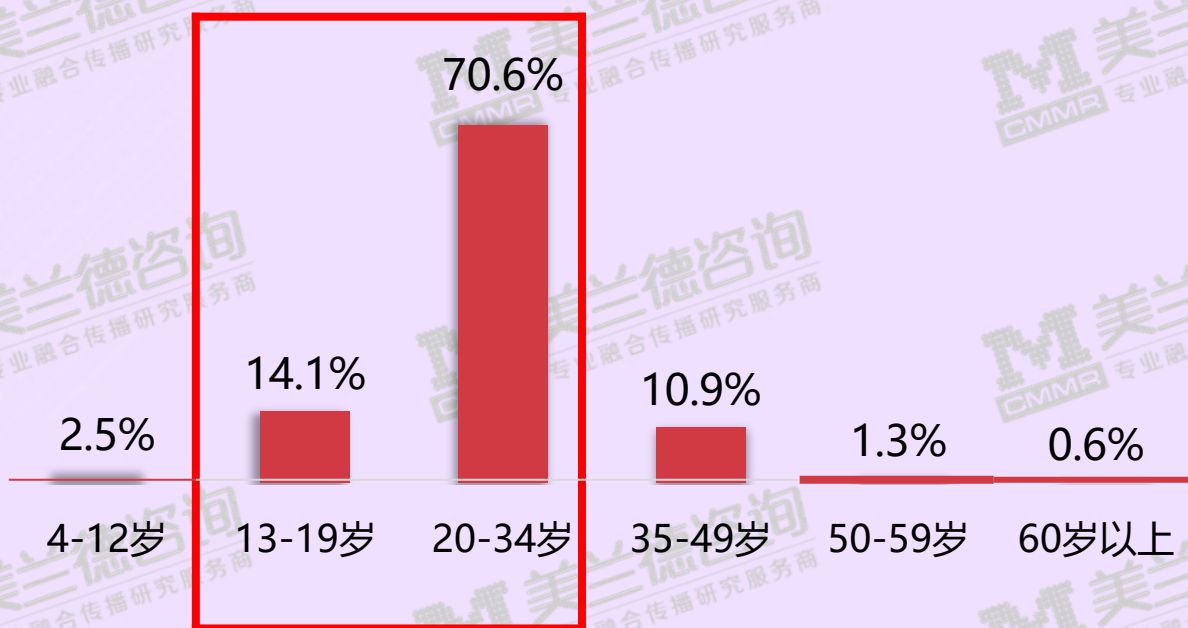
网络热议用户性别分布



网络热议用户学历分布



网络热议用户年龄分布



第四章 PART 4

品牌价值赋能 营销全域进阶

抖音抢占春晚节点高声量，加强平台用户粘性



抖音通过东方卫视春晚平台，结合“就地过年”场景，联结观众节日情感，激发用户分享幸福春节，提高品牌和用户之间粘性。



舞台曝光



节目单



品牌广告



准时播报品牌活动，
透过东方春晚超大流量窗口引导观众关注品牌参与活动。

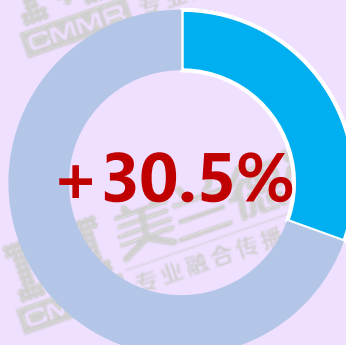
抖音APP和东方卫视春晚网络关联热度提升效果



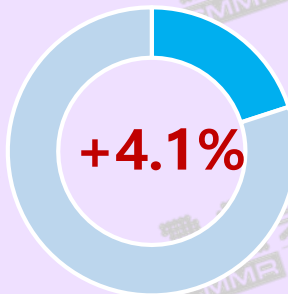
微博讨论热度



网媒曝光度



朋友圈热度



瓜瓜龙持续输出兴趣启蒙理念，品牌热议飙升

瓜瓜龙借助东方卫视春晚超高关注度，发布品牌新春福利，活动内容直接触达目标用户，将品牌“兴趣启蒙”的理念送入千家万户。

“瓜瓜龙启蒙”和“东方卫视春晚” 网络关联热度提升效果



瓜瓜龙启蒙关联东方卫视春晚	热度提升
网媒曝光热度	+5.25倍
微博讨论热度	+1倍
朋友圈关注热度	+3倍

口播推荐，聚焦式输出



奶爸主持人推荐



插播品牌广告

“好人家” 打造高端品牌形象占领用户心智

“好人家” 致力打造高端火锅底料，借助东方卫视春晚顶级影响力，用火锅的欢聚氛围，寄托人们对回家团聚的情感期盼，使好人家高端火锅底料品牌深入人心。

借助节目场景，温情输出品牌形象



马伯骞节目中植入口播，传递品牌“给每一个背井离乡的人都感觉想在家过年一样”的温情祝福。



东方卫视春晚播出前后 品牌网络影响力提升

网媒曝光热度

+25%

微博讨论热度

+104%

小刀电动车助力美好生活，拉近品牌与用户的距离

小刀双动力电动车作为人们美好生活的交通载体，见证了时代的发展。小刀电动车通过东方卫视春晚中上海话生灵活现的表达，显得更加贴近人心。

“小刀电动车”多次在晚会中曝光



产品登台展示



品牌广告展示



主持人口播
品牌slogan

节目播出后“小刀电动车”网络热度增量



网媒热议度

+18.4%



微博热议度

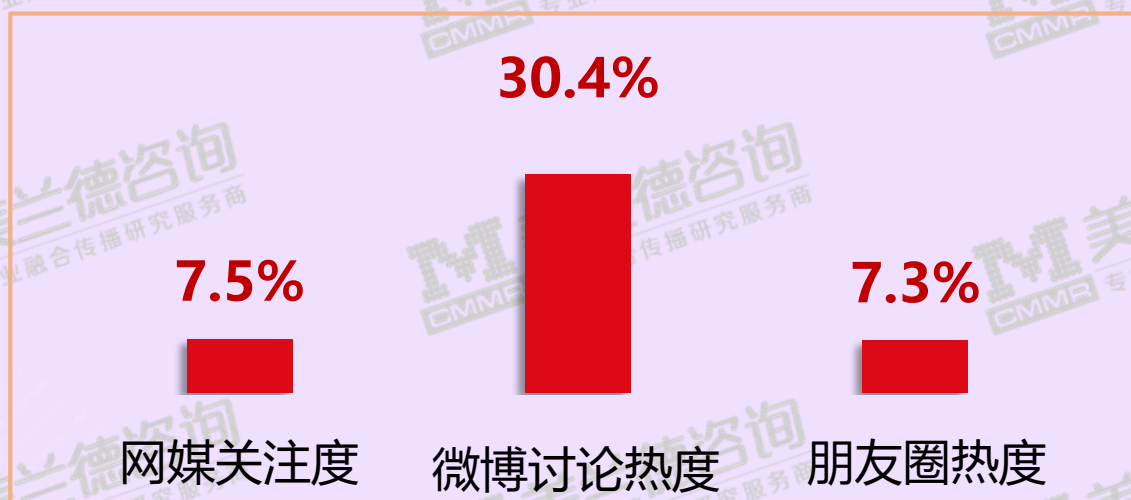
+37.1%

途观链接顶级IP，简约科技大气理念契合节目调性



途观X借力东方春晚“高品质”的品牌形象，展示自身产品特色，输出“造浪 独型”的产品调性，引导观众关注，增强品牌影响力。

晚会播出前后“途观X”品牌网络影响力提升效果



“途观X”品牌及产品多次曝光展示



品牌广告曝光



主持人口播

东方春晚助推贝壳刷足年轻用户存在感

借助东方春晚顶级IP超高流量和高品质形象，“贝壳”网络热度大幅提升。



品牌网络影响力提升效果



网媒关注度

+60.5%

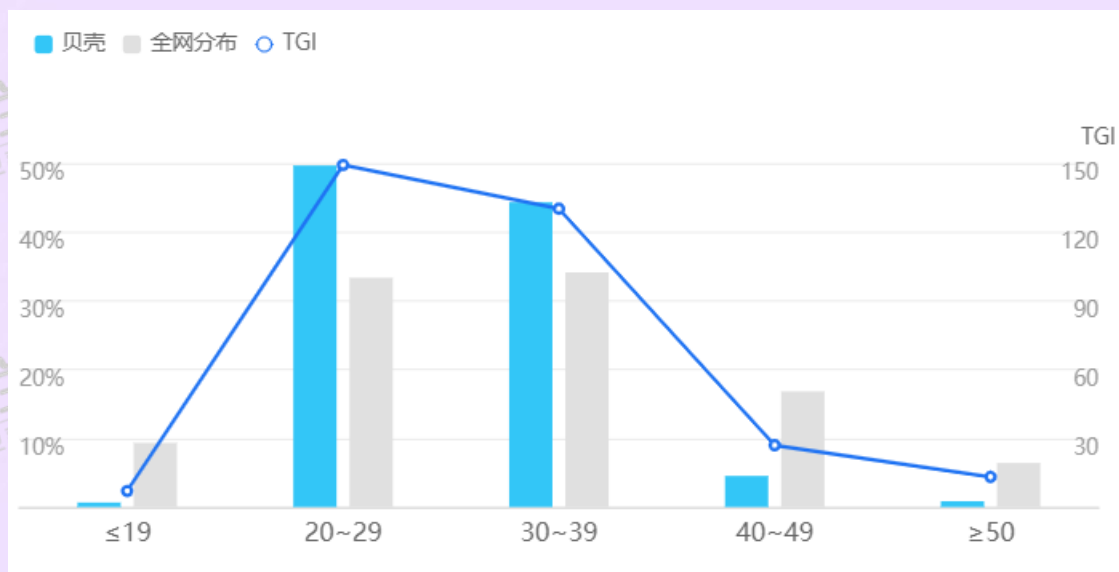
微博提及量

+301.9%

朋友圈关联热度

+200%

“贝壳”百度搜索用户画像



贝壳百度热议用户集中在20-29岁、30-39岁两个年龄段；2021东方春晚的热议用户有7成都集中在20-34岁，属于有消费能力的年轻群体，与贝壳的目标正一致。



微信公众号



蓝鹰大众版