

2022中央广播电视总台 虎年春晚 融媒体创新传播七大亮点分析

监测时间：1月31日14:00--2月1日02:00



2022 总台虎年春晚融媒体创新传播 七大亮点分析

2022 中央广播电视总台虎年春晚在除夕夜惊艳亮相，在阖家欢乐的氛围中为全国人民带来一场具有沉浸观看体验、鲜明审美特点、高度互动乐趣的创新型晚会。中央广播电视总台创新发展研究中心联合北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司开展“2022 虎年春晚融媒体监测”项目，本次监测平台涵盖全国 11 万余家门户、新闻、资讯网站、各大博客、论坛、BBS，500 余万微信公众账号，爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV、优酷、B 站等 9 家主流视频网站，6 家短视频平台，新浪微博平台。

监测时间：1 月 31 日 14:00--2 月 1 日 02:00

一、全媒体力量为依托、“思想+技术+艺术”为核心，总台春晚掀起全民关注浪潮

2022 年总台虎年春晚是媒体深度融合背景下守正创新的绝佳艺术成果。该台晚会以“思想+技术+艺术”为核心创作理念，为全国观众及海外华人精心烹饪了一道内容厚重、情感浓郁、审美在线、视觉震撼的“视听大餐”。本届春晚对电视端、移动端等全平台、各渠道、多终端实现了广域覆盖，并通过接入京东这一电商通道刷新了互动体验、激发全民参与热情，使晚会在全域范围内掀起了高涨的传播声浪。

具体来看：

- 网络影响力综合指数方面，2022 年总台虎年春晚以 90.42 的网络影响力综合指数强势领跑，高居 31 日全网热播节目第一。

● 第三方平台热搜榜上榜方面，1043 个春晚相关热搜登上包括微博热搜榜、抖音热搜榜、快手热搜榜、今日头条实时热搜榜、B 站热搜等全网 17 个各类热搜榜。其中 56 个热搜登上各类热搜榜第一，实现了对网络舆论场的“霸屏”。

● 微博平台方面，春晚各类衍生话题突破 1300 个，阅读增量更高达 123.6 亿次。

● 微信平台方面，相关微信文章阅读量接近 350 万次；其中今年总台创新推出的竖屏看春晚在微信平台一经推出便迅速“爆红”，“春晚”视频号直播链接累计观看人次高达 1.2 亿次。

● 短视频平台方面，总台春晚通过直播方式全面触达平台受众，累计观看人次分别高达 1.6 亿人、1.7 亿人。其中抖音平台#央视虎年春晚#话题播放增量更高达 18.8 亿次。

● 自有客户端平台方面，作为本次春晚传播的重要平台，央视频将近年来自身积累的粉丝资源化为传播势能，节目在线观看人次接近 700 万。

● 春晚互动效果方面，截止到晚会结束京东 APP 春晚互动福利活动互动量高达 691 亿次¹。

整体来看，2022 年总台虎年春晚通过发挥全媒体渠道影响力，为受众营造了“欢乐吉祥、喜气洋洋”氛围感的同时，也成功掀起了全国人民的观看、讨论、互动热潮，继续擦亮了“总台春晚”这一国民级 IP 的影响力成色。

¹ 注：京东互动玩法数据来源于京东官方发布

2022 年总台虎年春晚各维度网络影响力数据



- 播出当晚会融合传播指数 **90.42**
- 美誉度高达 **96.6**
- 位居全网热播节目网络影响力综合指数 **第一名**
- 共有 **1043** 个热搜词登上全网 17 个热搜榜
- 微博提及量 **269.2 万条**
- 微信公号刊发量 **4605 篇**
- 主话题阅读增量 **43.2 亿次**
- 微信文章阅读量近 **350 万次**
- 衍生热门话题超 **1300** 个，阅读增量超 **80 亿次**
- 春晚视频号直播观看人次 **1.2 亿人**
- 腾讯视频长视频专题播放量 **3681.0 万次**
- 抖音直播观看人次 **1.6 亿**
- 腾讯视频直播观看人次 **5983.6 万次**
- 主话题播放增量 **18.8 亿次**
- 爱奇艺、优酷长视频专题热度 **9162.3292**
- 快手直播观看人次 **1.7 亿**

二、把握时代脉搏、关照社会现实，春晚节目以“守正创新”提升艺术美感、思想高度与情感温度

总台春晚紧扣北京冬奥会、建党百年、全民抗疫、航空航天、脱贫攻坚、乡村振兴等重大主题反映时代脉搏，以异彩纷呈的节目承载社会各领域重大主题，力求在思想观念“守正”的基础上寻求内容形式的“创新”，为观众献上“新征程上的迎春曲，中国年里的欢乐颂”。

具体来看，在虎年春晚的节目综合影响力 TOP10 节目当中，载歌载舞讴歌新时代的歌舞类节目在所有节目综合影响力排名 TOP10 中上榜数量最多，为 4 档；而小人物抒怀现实题材的语言类节目上榜数量虽不及歌舞类节目，但均强势进入榜单前五；此外，以传统文化为内核，以创意歌舞为形式的文化创意类节目在今年异军突起、精彩纷呈。共有 3 档节目进入综合影响力 TOP10 榜单，用传统文化元素升级主流表达，创新擦亮总台晚会品牌文化价值。

2022 年总台虎年春晚相关节目网络影响力数据及亮点示意

2022总台春晚节目综合影响力指数排名TOP10

排名	节目名称	节目指数	类型
1	父与子	85.1	小品
2	只此青绿	84.8	创意国风节目
3	还不还	84.6	小品
4	喜上加喜	81.4	小品
5	这世界那么多人	80.9	歌舞
6	忆江南	79.9	创意国风节目
7	行云流水	78.6	创意国风节目
8	真爱的翅膀	78.5	歌舞
9	万象回春	78.0	歌舞
10	黄河 长江	75.9	歌舞

用歌声热切礼赞新时代新征程，用舞蹈深情表达新主题新风尚



歌曲《黄河 长江》



歌曲《时代感》

以小切口观照现实，欢声笑语中展现千姿百态生活样貌



小品《还不还》



小品《喜上加喜》

国风节目集体“上新”，创新呈现让文化历久弥新，让观众耳目一新



舞蹈诗剧《只此青绿》



创意舞蹈《全面》

(一) 国风类节目集体“上新”，进一步擦亮总台传统文化创新传播的品牌底色

从本届春晚节目综合影响力 TOP10 来看，创意国风类节目成为今年的一大亮点。这些节目在艺术与文化的交融中大放异彩，彰显中华文化底蕴和时代审美追求，为观众打造出优美、惊艳的“中国风”视觉效果。也进一步点亮了总台和延伸了自身的传统文化传播者的品牌形象。其中舞蹈诗剧《只此青绿》以《千里江山图》为创作灵感、创意音舞诗画《忆江南》将旷世奇作《富春山居图》合璧团圆。两档节目均进入虎年春晚节目综合影响力 TOP10 榜单。网友点赞：“今天又是被传统文化美哭的一天。”

(二) 用歌声热切礼赞新时代新征程，用舞蹈深情表达新主题新风尚

从表现热度较高的歌舞类节目可以看到，本届春晚歌舞类节目旋律优美、活力欢腾，并突出用自身独特的形式展现朝气蓬勃的中国气质，描绘了新时代的壮丽图景。如在节目综合影响力

TOP10 榜单中陈坤、萧敬腾等人演唱的歌曲《黄河 长江》，以青春昂扬之姿歌咏祖国大江大河、美丽山川，表达了全国各族儿女对新时代新生活的美好愿景。有网友评论“今年的舞台确实特别燃了，歌曲很好听！”

（三）以小切口观照现实，欢声笑语中展现千姿百态生活样貌

本届春晚语言类节目扎根百姓生活、聚焦民生热点，并展现了坚守岗位的医护人员、新时代创业者等一大批鲜活的人物群像。从节目综合影响力 TOP10 榜单来看，小品《父与子》、《喜上加喜》等高人气小品，分别关注父亲创业、母亲银发爱情等独特的社会议题，展现出了阖家欢乐的家庭温情；小品《还不还》则落笔“老赖”，在幽默中传递友情与诚信品德。网友直呼：“《还不还》，让我看到央视春晚舞台水准，主题选的好，笑点也很多。”

2022 年总台虎年春晚相关节目网络热搜示意



节目《时代感》话题#邓超李宇春恩梓千屈演绎时代感#登上抖音热搜榜单第4位，连续上榜2天。



节目《还不还》相关话题#还得起沈腾马丽#以第一名的热度登上微博热搜文娱榜第一位。



节目《只此青绿》相关话题#只此青绿#在微阅读增量超过1.2亿次。



三、节目编排与设计兼具全民性和青春感，引发全民参与和破圈传播

总台虎年春晚联袂老中青三代演员讲述中国故事，延续全民共享、全民同乐的传统，喜闻乐见的传统节目和瞩目时代的主题轮番上演，彰显出高度全民性。同时，对传统文化的创新演绎、对科技的创新运用、对内容的创新表达，也吸引了大批青春力量参与其中，让春晚真正实现破圈融合传播。

（一）用“网言网语”与“国风国潮”提升网感、使春晚更具青春气质

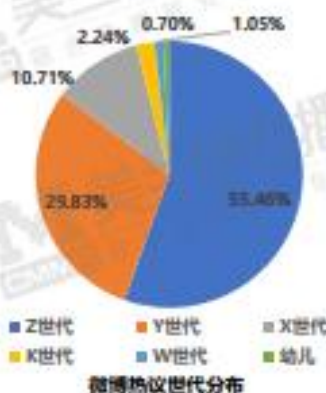
2022 年总台虎年春晚使用更多的“网言网语”来提升网感，同时运用更多新的表现形式诠释传统内容，不但适合大众口味与审美，也更具青春气质、青春底色。特别是对传统文化的融合贯通、对网络文化的拆解重塑等，不但体现了主流艺术对青春文化的包容性，也体现了主流价值对青春群体的引领力。

整体来看总台春晚微博热议用户以“Z 世代”为主，占比近 6 成。其中近年来“开心麻花”系列作品在年轻人中口碑极好，创作的小品契合年轻人诉求又能处理好“网言网语”和“网络热梗”的使用，“沈马组合”小品《还不还》位列节目热门 B 站点击量第一。同时，总台春晚顺应国风国潮在年轻群体中的复苏趋势，在《只此青绿》里采用时空交错的叙事结构高清画面复现《千里江山图》，将年轻受众拉入画卷感受传统服饰与舞蹈之美；而景观太极《行云流水》、原生态情景表演《土地的歌》、创意音舞诗画《忆江南》也运用了更加新潮的表演手段对传统内容做了新的诠释。

2022 年总台虎年春晚微博热议人群画像



沈腾马丽小品《还不还》相关话题#爱了！春晚小品《还不还》“沈马组合”玩转谐音梗#登上B站热门第1位。



话题#马凡舒好漂亮#位列微博热搜娱乐榜、抖音热搜前3位。



(二)“话题梗”“表情包”丰富内容元素，使春晚更具“破圈”传播潜能

虎年总台春晚并未局限于传统形式，在节目编排上引入了众多新元素主动“破圈”，同时也在场外引发诸多讨论。其中脱口秀作为一种深受年轻人欢迎的艺术形式，在虎年首次登陆春晚。而这种更快速直接和富有话题性的内容形式，恰好符合了“破圈”传播的传播规律。

其中王勉和大张伟在《快乐气氛组》中所调侃的过年亲戚的关怀、同学聚会的尴尬恰能戳中年轻人的痛点，获得他们会心一笑，并引发了极大的话题讨论。其中“tiger（太梗）了”火速传遍网络，相关视频在B站获得极高关注，位列热门视频第7位，而微博#春晚tiger了#也登上微博热搜第8位。同时节目中嘉宾、主持人的逗趣表现也成为了网友自发“二创”的灵感源泉。如撒贝宁一改常态，带上虎头帽参与节目互动，尽显俏皮可爱接地气，被众多网友截取下来制作成表情包进行传播，相关微博话题#撒贝宁怎么虎虎祟祟的#登上微博热搜榜的同时，阅读增量也接近1500万次；此外由于沈腾和贾玲在小品中的精彩表演，也成了虎年春晚“破圈”的表情包形象之一。

2022 年总台虎年春晚“破圈”示意



王皓、大张伟《快乐气氛组》
首次把脱口秀带上春晚舞台。



主持人李宁宁戴上虎头帽参与节目
互动，俏皮可爱引发网民二创表情包
传播。



沈腾、黄玲因为在小品中的精彩
表演也被网友制作成表情包。

四、主持阵容“老带新”专业组合，舆论热度持续触达传播“沸点”

2022 年总台春晚不仅在内容和形式表达上更进一步，在主持人的选取上也尽显用心。2022 年总台春晚团队再次采用以老带新的模式，任鲁豫、尼格买提、李思思三人稳健的风格为春晚保驾护航，新面孔也受到观众的喜爱，制造多个话题引发网友讨论。

（一）2022 年总台春晚主持阵容以老带新，稳定发挥赢得观众口碑

本届春晚中，任鲁豫、尼格买提等老面孔主持风格亲切、功底深厚得到观众的一致认可，成为春晚赢得高口碑的重要“基石”。而主持“老人”表现亮眼的同时“新人”也得到观众的喜爱和广泛讨论，特别是马凡舒的首次亮相得到了极大的关注，凭借高颜值位列所有主持人网媒贡献度第一，在 2 月 1 日凌晨 0 点至 1 点，其网媒贡献度暴增至 10% 以上。时隔六年重返春晚舞台的撒贝宁也得到网友的喜爱，微博贡献度也在主持人中排名第一，随着春晚的持续播出，其微博贡献度在 1 月 31 日 22-24 点增至 4%

以上。

2022 年总台虎年春晚主持人网媒、微博贡献度排行

主持人	网媒贡献度 (%)
马凡舒	4.34
撒贝宁	3.65
李思思	2.73
尼格买提	2.40
任鲁豫	1.96

主持人	微博贡献度 (%)
撒贝宁	1.72
马凡舒	0.36
尼格买提	0.10
李思思	0.08
任鲁豫	0.02

2022 年总台虎年春晚主持人网媒、微博贡献度走势

总台春晚主持人网媒贡献度分时走势



总台春晚主持人微博贡献度分时走势



（二）主持人频频制造热议话题，成为全民讨论热议的焦点

本届春晚主持人除主持工作外，还凭借自身的妙语连珠、活泼表现频频制造热议话题，为全民讨论提供流量热度。如本届春晚熟悉的李思思口红色号再上热搜，微博话题#李思思口红#阅读增量接近1亿次。撒贝宁在春晚舞台上机智化解嘴瓢失误的场景成为全民参与的娱乐话题，“撒贝宁嘴瓢”登上微博热搜娱乐榜第1位，微博话题#撒贝宁嘴瓢#阅读增量更是超过2.8亿次。马凡舒高颜值话题也在全网展开讨论，微博话题#马凡舒好漂亮#阅读增量超1.9亿次。

2022年总台虎年春晚主持人热议话题示意



#李思思口红#

微博话题阅读增量接近**1亿次**。



#马凡舒好漂亮#

微博话题阅读增量超**1.9亿次**。



#撒贝宁嘴瓢#

微博话题阅读增量超**2.8亿次**。



五、跨屏玩互动、竖屏看直播，大小屏联动解锁春晚新“视”界

伴随着媒体深度融合时代的到来，“大小屏牵手”已经成为春晚影响力向外扩散的新常态。2022年总台春晚延续跨屏传播的传统，一方面与京东平台达成独家深度合作，花式玩法激发全民互动热情；另一方面在移动小屏打造“竖屏直播”的创新模式解

锁春晚观看新姿势，真正实现从跨屏到霸屏的效果转化。

（一）跨屏互动红包福利成“标配”，总台从第三方平台到自有平台互动玩法不断推陈出新。

跨屏互动发红包已经成为总台春晚的多年“标配”，也是总台突破大小屏限制进行融合传播、互动的重要形式。2022年总台春晚与京东达成独家互动合作，在直播过程中总台春晚共推出七轮互动活动贯穿全场，截止到晚会结束，京东APP春晚福利活动互动量高达691亿次，微博话题#京东狂撒2亿iphone神券#也登上微博热搜榜单，话题阅读增量超过8800万次。令观众真正体验“边看边玩”的双重乐趣。

此外总台央视频自有平台也上线了“春晚”专题页，在春晚直播过程中推出“频频整点送福利”活动，每逢正点钟声响起，便在小屏端与观众进行实时互动，进一步提升了总台自有平台的大小屏联动能力建设。

2022年总台虎年春晚跨屏联动示意



（二）顺应短视频发展潮流，总台“竖屏春晚”掀起视听新热潮

在移动终端加速抢占受众注意力，竖屏观看成为人们的收看习惯的情况下，2022年总台春晚不但与抖音、快手合作进行春晚全程直播，还携手微信视频号，首次以“竖屏”方式进行全程直播，为观众带来全新的视听享受。“竖屏直播”令春晚的观看方式更灵活、场景更多元，观众能够随时随地打开手机跟上春晚直播，并可通过分享功能与好友进行实时讨论互动，深入打通观众“朋友圈”，极大地调动了微信用户参与热情。截止春晚结束，共有1.2亿人在微信视频号观看春晚直播，微博话题#央视春晚横竖都好看#以高热度登上微博热搜榜、微博热搜娱乐榜、微博实时上升热点、娱乐动态-正在出圈等榜单，微博话题#竖屏看春晚#阅读增量接近8800万次。

2022年总台虎年竖屏看春晚示意



“竖屏直播”新模式 解锁春晚观看新姿势

截止春晚结束，共有**1.2亿人**在微信视频号观看春晚直播。

六、新技术加特点亮视听内容，总台春晚打造沉浸式大联欢

以“思想+技术+艺术”为融合创作理念，总台运用技术打破时空界限、突破屏幕壁垒，将本届春晚打造成科技感、新鲜感、互动感十足的“新式”联欢会。

（一）8K 超高清技术实装春晚转播，有力展现总台超高清发展战略

本届春晚充分展现了总台 8K 超高清电视实践的成果，节目不但在 CCTV-8K 超高清频道直播，还通过“百城千屏”点亮城市，并在微信小程序提供 8K 超高清大屏同步的电视伴音。通过“8K 超高清频道+地标大屏+音频伴随”的融合传播方式，总台为受众提供了一场无处不在的视听盛宴。话题#虎年春晚首次采用 8K 直播#连续两天登上知乎热搜榜。



8K技术引领融合传播

推出8K超高清频道+地标大屏+音频伴随融合传播方式

#虎年春晚首次采用8K直播#登上知乎热搜

（二）春晚舞台再“上新”，用立体“同心圆”构筑观看“沉浸场”

2022 总台春晚首次运用了 LED 屏幕打造 720 度弧形穹顶屏幕，让球形舞台与演播厅整合成为一个具有无限延展效应的立体“同心圆”，带给观众身临其境的“沉浸式”体验。通过调动感官与拓展空间维度，总台让艺术与技术碰撞出新的火花，让传统的

节目演出展现出全新表达式样。话题#央视春晚首次打造 720 度 LED 穹顶空间#监测期间也登上了今日头条实时热搜榜。



创新打造720度弧形屏幕

首次运用LED屏幕打造720度弧形穹顶屏幕，

#央视春晚首次打造720度LED穹顶空间#登上今日头条实时热搜榜

（三）“R 科技”成为贯穿节目的关键词，为舞美带来亦真亦幻质感

本届春晚在舞蹈诗剧《只此青绿》、少儿舞蹈《星星梦》、创意舞蹈《金面》等多个节目中综合运用 AR、VR、MR、XR 等多种“R”技术、全息扫描、8K 裸眼 3D 技术、AI 多模态动捕系统等，实现舞台虚拟世界与现实世界之间的无缝衔接、精准交互；并在“天地连线”的技术支持下创意推出“航天员零点钟声送祝福”环节，使春晚节目纳入了“宇宙级”元素。

在虚拟、三维实境等多项专业影像制作技术的加持下，本届春晚以电影级呈现为受众带来惊艳的高质量视听体验，让受众不断惊呼“星星梦舞美真绝”“只此青绿每一帧都是水墨画”“只此青绿舞台好美”，充分展现出总台虎年春晚的技术创新活力。



深化AR/XR技术呈现电影质感

虚拟、三维实境等多项专业影像制作技术的加持下，本届春晚以电影级呈现为受众带来惊艳的高质量视听体验

#星星梦舞美真绝#、#只此青绿每一帧都是水墨画#等多个话题登上微博热搜

七、创意衍生节目频出丰富宣推矩阵，多维传播为春晚“先导引流”

以春晚 IP 为核心，总台自 1 月 29 日起便推出多档相关衍生融媒体节目，不断突破创新宣推方式，顺应媒体融合传播大势。这些衍生 IP 不仅为用户带来别出心裁的“新鲜感”内容，也让内容创作和节目传播更贴近观众、让呈现方式与互动方式多元化，进而散发出总台春晚的多元年味。

（一）总台推出多档衍生节目构筑创意宣推矩阵，提前炒热春晚气氛，拉满观众关注度和期待值

围绕着春晚 IP，总台创新推出《2022 春晚进行时》《龙腾虎跃好运到——2022 春晚倒计时》《YOUNG 在春晚》《春晚微纪录》等多档衍生节目，形成春晚系列播出矩阵。如《2022 春晚进行时》于 1 月 29 日播出提前炒热春晚播前气氛，用创意游戏比拼互动+“春晚辣访问”独家揭秘嘉宾上春晚故事，节目相关话题#赵丽颖朱一龙春晚进行时#登上微博视频号-综艺榜榜首、话题#2022 央视春晚进行时#也强势位列快手热搜榜榜单第 1 位；而总台推出的《龙腾虎跃好运到——2022 春晚倒计时》提前将春晚热门嘉宾请到现场揭秘春晚的台前幕后故事，进一步拉近春晚与全国观众的距离，该直播在微博平台观看量近 520 万人次，截至 31 日

20:00 节目结束，抖音平台央视文艺账号直播点击观看量达206.7 万人次。

2022 年总台虎年春晚相关衍生节目传播亮点示意



《龙腾虎跃好運到——2022 春晚倒计时》直播在微博平台观看量近520万人次。



《2022春晚进行时》节目相关话题#赵丽娜朱一龙春晚进行时#登上微博热搜-综艺榜第1位。



《2022春晚进行时》直播在快手平台观看量近500万人次。

话题# 2022央视春晚进行时#强势位列快手热搜榜第1位。



(二) 将春晚作为“练兵场”，总台用多元互动玩法再次开拓融媒体衍生节目创制新思路

除上述节目外，总台还央视频于春晚开播前推出 12+小时不间断融媒体直播节目——《YOUNG 在春晚》。该直播节目植根于“Young” IP 系列，在形式上突破大小屏界限，让观众互动更具沉浸式参与感，在内容表达上兼具趣味性、网络感和青春感。通过畅聊春节习俗、春晚故事、推出春晚经典独家 IP 产品沟通通道等方式，激发受众参与、分享、购物热情。截至 31 日晚 20:00 节目结束，央视频客户端直播观看量近 500 万人次，在微博、视频号、B 站、抖音、快手等央视频账号直播观看量累计超 650 万次，全网平台累计直播观看量破千万人次。

2022 年总台虎年春晚相关衍生节目亮点及传播示意

多档衍生节目提前炒热春晚气氛，
拉满观众关注度和期待值



创意游 戏比拼互动
+“春晚辣访问”独家
揭秘嘉宾上春晚故事。



揭秘春晚的台前幕后
故事，进一步拉近春
晚与全国观众的距离



短而精揭秘春晚彩排
故事，将春晚的精彩
内容纪录。

融媒体直播节目《YOUNG在春晚》
兼具趣味性、网络感和青春感，全程无缝连接总台春晚



全网累计观看人次破千万次

2022 年总台虎年春晚相关衍生节目传播亮点示意



《龙腾虎跃好运动——2022春
晚倒计时》直播在微博平台观
看量近520万人次。



《2022春晚进行时》节目相关话题
#赵丽颖来一场春晚进行时#登上微
博热搜-综艺榜第1位。



热度飙升——2022央视春晚进行时
话题#2022央视春晚进行时#登
势位列快手热搜榜单第1位。





让洞察更深刻 让传播更有效



微信公众号



蓝鹰大众版

MI 美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专业服务商