

融合与传播



2023年 06月刊
第06期 / 总第198期
www.cmmrmedia.com

CONVERGENCE & COMMUNICATION

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

"视听+文旅"双向奔赴， 推动文旅产业发展迎来新高潮



06

2023年六月刊 / 总第198期
www.cmmrmedia.com



MI 美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专业服务商

主 编：崔燕振
责任编辑：葛昕妮
编 辑：金桂娟 王瑞香 张 茹 李 林 牛 淼
张俊怡 李 梁 葛昕妮 杨宇璇 李娜娜
美术编辑：董 旭
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：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

- 影视带动文旅，让观众线下“入戏”
- “影视+文旅”双向奔赴 不只是流量
- 影视+旅游，热门影视IP下的文旅融合如何探路

10 月度聚焦 / Focus

- 美兰德：美誉度99.5，《沈从文与湘西》以纪实影像解读沈从文与湘西文化，赋能湘西文旅品牌建设
- IP聚集 | 中国农影2022年度三农人物推介活动掀起全社会致敬三农人物、投身乡村振兴建设热潮
- 美兰德：河北卫视“最美的家 最爱的国”——2023年河北省“最美家庭”发布会以爱之名尽展家国情怀和家庭风采

28 数据之窗 / Data

- 一、5月热播剧集榜 | 总台职场、家庭、民国历史剧颇受欢迎，湖南卫视《温暖的甜蜜的》高热夺冠；奇幻、银发等题材网剧高热来袭
- 二、5月热播纪录片榜 | 大屏端总台纪录片亮点不断，考古题材获高美誉，省卫医疗、人文纪录片展高质感；美食网络纪录片迎来关注高峰

32 行业动态 / View

- 首届网络视听节目节金橙指数盛大发布！美兰德为金橙指数提供全网融合传播大数据支持
- 蓝鹰平台3.0专业版于6月20日开启行业免费公测

影视带动文旅，让观众线下“入戏”

文 / 广电时评

近年来，一批精品文艺作品播出，不仅引发收视热潮，也为文旅产业带去

流量和动能。打卡拍摄地、下单剧综同款，这些生长于荧屏的影视IP，如春风

吹入文旅产业，双向赋能，共同成长。

一部剧带火一座城

从强盛小灵通店到专案组寻找王力的山坡楼梯，观众跟随《狂飙》剧情，溯源拍摄地广东江门，打卡剧中“同款”。

热播剧集成为观众们“旅游指南”。最近播出的《狂飙》《去有风的地方》等剧集收视不俗，众多观众寻找京海市云

苗村”。微博话题#狂飙的取景地找到了##去有风的地方取景地绽放万亩花海#等阅读量超6000万。

花鸟街、自力村碉楼群、梅家大院……这座被称为“中国第一侨乡”的江门市被深度“搜索”，《狂飙》中重要剧

情的拍摄地三十三墟街更成为热门打卡地；不少观众细致盘点《去有风的地方》在大理的取景地，大理的凤阳邑村、沙溪古镇、喜洲、周城等小众景点人气上涨。



取景地：三十三墟街



取景地：梅家大院



取景地：牛山公园



去年此时，两部开年剧同样带动文旅热潮。《开端》中反复出现海沧大桥、

杏林大桥、厦门山海健康步道等地带领观众感受厦门的现代与柔美；跟随《人

世间》领略东北大地的美景与美食，体会东北家庭的生活日常。



观众频频打卡取景地是对剧作的认可，也展现出影视IP赋能文旅的力量。

影视拍摄基地办起“特色庙会”。今年春节期间，一众影视基地纷纷开启庙会，打卡剧中同款地点是庙会的一大亮点。

横店影视城春节灯会重现《苍兰诀》

《浮图缘》等热门剧集的灯会场景，实现沉浸游剧的体验。影视城还高度还原《梦华录》《当家主母》等热门剧集场景，推动剧迷打卡。

象山影视城中拥有65栋唐代典型建筑风格的唐城是《长安十二时辰》中的盛世长安，也是《梦华录》中的繁华

东京。唐城打卡和宋韵游园成为庙会的特色。

剧集IP的影响力直接体现在游客数据上：春节期间，盛世唐城景区接、象山影视城接待游客均达到20万人次。



另一边，面向更广泛的大众群体，中国移动咪咕数智人弋璜作为新华社客

户端“元宇宙看两会”特派报道记者，通过生动的播报方式和温柔亲和的气质形

象迅速“出圈”，科普着全国两会知识。

文艺与文创的“双向奔赴”

以文创激活文娱活力，IP衍生品开发也为文旅产业发展带来新思路。

看春晚是中国人共同的仪式感，央视卫视深挖春晚节目艺术价值与品牌价值，推出吉祥物形象及文创产品。

今年1月，中央广播电视总台发布“大春晚季”品牌授权与版权文创暨“百人千创”

合作计划，积极开展“大春晚季”IP营销，并开启“大春晚季”IP衍生品和文创产品的规模化经营，最大化实现春晚的文化价值和品牌传播价值。

春晚吉祥物“兔圆圆”可爱活泼，话题度高，是春晚40年历史上首个通过互联网大数据分析完成初始“配方”进行

原创的总台春晚吉祥物IP。文创产品也同步推进，实现艺术表达的落地。“大春晚季”推出了2023癸卯兔年系列文创产品，“瑞兔春碗”“新春喜兔盘”等产品有年味，也有文化意蕴。



2023 河南春晚推出的吉祥物“耐斯兔”出镜率高，贯穿前期预热和晚会节目，晚会与企业合作推出吉祥物主题丝巾，吉祥物“兔小蕊”则上线 IP 表情包，依托微信实现灵活传播。



文创产品与艺术作品互相助力。《唐宫夜宴》IP持续展现影响力，如今的“唐宫文创”已成为许多年轻人的心头好。动

态还原唐宫夜宴、龙门金刚和洛神水赋三大经典节目的光栅画创意满满；唐宫夜宴剪纸氛围灯朦胧可爱；中秋节的月

饼礼盒成为时尚伴手礼；“唐宫夜宴舞乐笙平系列”大卖……



芒果TV也很重视衍生品开发，特别是综艺文创产品样态多元。《密室大逃脱》《大侦探》《名侦探学院》等文创产品类型涵盖玩具、服装等品类。近期上线“密室大逃脱·虚实藏品”，则包含

虚拟藏品与实体潮玩两种产品。

文化类节目立足节目特色，文创越来越“国潮范儿”。《上新了·故宫》等节目推动故宫文创高热度，茶具、服饰等文创产品进入百姓家；《国家宝藏》与

众多品牌联动，推出游戏皮肤、打造潮玩新品等；《登场了！洛阳》与文创企业合作推出节目同款盲盒。

影视IP融合文旅行业，正迸发强大的生命力和想象空间。

“影视 + 文旅”双向奔赴 不只是流量

文 / 中国文化报

随着各地旅游市场逐渐复苏，打卡热门影视剧中的取景地或相关景点成为越来越多游客的选择，而各地文旅部门也意识到了“影视 + 文旅”的双赢作用，纷纷主动出击，借助热播影视作品招揽四方游客。

在文化和旅游部官方政务新媒体平

台“文旅之声”发起的“打卡影视剧宝藏旅行路线”话题中，除了因热播剧《狂飙》引来打卡热的取景地广东江门，还有大理借助《去有风的地方》推广苍山洱海和本地非遗等文旅产品，腾冲通过《我的团长我的团》解读腾冲景点的风光魅力，宣城推介《幸福到万家》中的绩溪

旅游，山西借《满江红》推介太原古县城，更多多地借《三体》宣传本地取景地，甚至芬兰驻华使领馆官微也借势营销，通过电视剧《在暴雪时分》曾在芬兰取景，推介芬兰旅游。显然，自带流量的热门影视作品，成为各地文旅部门眼中的香饽饽。



另一方面，近几年来，越来越多的影视剧制作方为讲好作品故事，提高内容品质，开始深度挖掘中华优秀传统文化，精心选择拍摄取景地，这也为“影视 + 文旅”的进一步融合发展提供了更多可能。

“影视作品与旅游目的地的需求是双向

的，而结果更是能够互利共赢的。”在行业分析人士看来，“影视 + 文旅”融合是一个系统工程，旅游目的地城市若想从影视作品中收获最大的推广效应和商业价值，不能只将重点放在影视作品播出后的借势营销上，而要从前期的创作支持、本身的文旅基础设施建设以及配套

服务等方面进行全方位的投入。

随着古装仙侠剧《长月烬明》在优酷的播出，安徽蚌埠直接受益，连续数日占据微博热搜榜，成为新晋网红旅游打卡点。蚌埠旅游的火热，其实是春节以来旅游市场强势复苏的缩影，而这背后，正是“影视 + 文旅”的双向奔赴。

根据蚌埠市政府发布的数据，随着《长月烬明》带火蚌埠，蚌埠市禹会区“两山一湖”夜市经济集聚区各景点日均接待突破12万人次，青创集市每日人流量达5万余人次，日营业额近100万元。

蚌埠旅游的一夜爆火，让同样和《长月烬明》相关的安徽宣城、甘肃敦煌等地的文旅部门跃跃欲试，争相在微博等平台上“拉人”，喊话网友前来打卡。如“宣城来抢长月烬明了”这一微博热搜话题，阅读人次超过8700万，宣城市文化和旅游局发布多条微博参与话题互动，向网友推介宣城的文房四宝文化以及敬亭山、桃花潭、皖南川藏线等景点。而“敦

煌旅游官方”微博也借剧中美术设计取材自敦煌文化，召唤网友来敦煌看莫高窟、鸣沙山月牙泉、雅丹魔鬼城及玉门关等，沉浸式体验敦煌文化。还有山东青岛等城市以剧中的同名景点、“谐音梗”等宣传本地景点，线上抢客。

蚌埠等城市的因剧走热并非个案。记者注意到，在微博、小红书等互联网平台上，热门影视作品可谓是“江山代有才人出”，借助影视作品走热的城市或景点也不时涌现。然而这其中的大多数城市或景点在一夜爆火后，便“昙花一现”泯然众人，鲜有从网红打卡点变为经典旅游目的地的案例，更遑论发挥出“影视

+ 文旅”融合的长尾效应。

蚌埠旅游的持续走热令不少旅游目的地羡慕，但在行业分析人士看来，蚌埠的成功并非只是《长月烬明》的借势营销，而是当地“有备而来+乘胜追击”持续投入和经营的结果。

据蚌埠市政府发布的信息，在《长月烬明》尚未形成网络热点话题时，该地即主动出击，在各类媒体上宣传推广本地文旅项目。而在游客涌来后，该地趁热打铁，加快文旅服务软硬件升级，提升游客体验舒适度和满意度。游客“流量”自然令人欣喜，但“留量”才是长久之计。



影视 + 旅游，热门影视 IP 下的文旅融合如何探路

◎ 文 / 文旅中国

近年来，影视助力文旅的跨界融合现象屡见不鲜，不少年轻人正从影视剧中寻找旅游目的地答案。借助影视 IP 赋能，文旅融合正成为众多城市吸引游客的新方式。当影视变成旅游指南，人们不再满足于从影视中看世界，更渴望从影视中玩世界，造访片中场景，重新

体验剧中人物的种种经历。只是，热播效应吸引来的流量会“昙花一现”吗？

自3月20日电视剧《人生之路》热播以来，作为主要取景地的陕西清涧县，旅游热度也在不断攀升，其中为拍摄《人生之路》而专门修建起的“人生影视城”备受游客追捧。五一假期，清涧官

方顺势推出《人生之路》精品旅游线路，富于浓浓陕北风味的街景、挂满斑驳岁月痕迹的建筑、充满烟火气的小饭馆……富有年代感的元素仿佛重启芳华，完美还原了路遥小说中上世纪八十年代的县城场景，处处流淌着怀旧的气息，瞬间把游客拉进剧中的场景。



今年4月，一部《长月烬明》热播影视剧，让蚌埠火上热搜，蚌埠南北分

界线珍珠女的雕塑因与剧情高度吻合”而成为网红景点，吸引着南来北往的游

客。小红书上，“冥夜”、“桑酒”等多处景点成为网友的“打卡”必选。

电视剧《狂飙》的取景地江门，“五一”假期前两天共接待游客76.52万人次，旅游收入4.39亿元，相对2022年分别

增长173.01%和184.29%，五一假期江门车辆累计净流入位居全国城市第三。因为《狂飙》的加成，让江门这座原本

并不是热门旅游地的城市一跃成为了顶流。

那些因影视剧出圈的旅游目的地无疑是幸运儿，可是影视IP是具有“时效性”的，再经典的作品，IP效果也会随着时间的消逝而衰减。“影视+旅游”带来的流量效应很容易昙花一现。目前来看，潮起潮落的变化很快：一些影视“景点”最终不了了之，一些地方甚至因过度开发而日渐衰落，还隐藏着一定的危机。究其原因，首先，传统影视基地在文旅方面优势越来越不明显，面临转型难题，特别是国家税收政策的收紧，影视行业的热线褪去，对于中小规模的影视基地想挺过低潮期，比较艰难；第二，特色小镇定位不清，同质化严重；实景娱乐试错成本较高，影视旅游的IP缺乏亮点，无论是动漫形象、玩偶，还是场景再现，国内景区围绕影视IP的开发大多处于初级阶段。网红餐饮、“汉服”体验店、纪念品店、粗制滥造的仿古街……从北到南、从东到西，许多城市和景区卖的都是同一套东西，逛的好像是同一条街，

目前国内的各大影视公司虽然不缺话题度和流量的热IP，但是缺乏持久衍生和转化能力的长IP，因此，挖掘可持续性的文化IP是未来“影视+文旅”产业的核心。从“影视”方面看，需要将影视作品品牌化，系列化，场景化，对优秀的作品进行多层次，连续性的IP创作，营造完整的故事场景和丰满的故事内容。“文旅”方面，不要只局限在与影视相关的旅游业发展，而要把整个影视产业的各个环节与旅游消费的各个环节再做更加紧密的融合，尤其是在产品设计、项目设计方面，强化游客体验设计。借助影视剧中的情节和名场面，开发体验产品，增强互动性体验。要把影视的短暂拉动效应，变成旅游经典目的地的“长尾效应”，需要更好、更新的产品服务来满足用户消费旅游习惯的变化。

其次，要对受众进行精准的定位。受众的不同，对文化IP创作的出发点也不同，不能简单的运用“文化故事+特色

千篇一律的自然风光和各种网红街，加剧了游客的审美疲劳；第三，盲目的“圈钱”心理，没有与知名度相匹配的运营团队，景区服务备受考验。当成功的影视作品令目标景区旅游人数短期内激增，服务质量一旦与游客期望有落差，就会让景区的投入和努力功亏一篑。第四，现有“影视+旅游”大多只能局限于影视作品在景区内的简单取景，合作形式缺乏深度，



小镇（主题乐园）”模式。同时，城市和乡村的文化对于文旅产业发展也有不同的作用和导向，因此，设计开发时的区域定位也是需要考虑的因素。

第三、影视旅游要对文化进行深入挖掘，保证旅游场景的推陈出新，要让游客能够有新的发现和体验；源源不断地提供吸引游客的新鲜素材，才能形成良性的行业互动。如高科技与互联网技术在内容生产和品牌传播上的作用凸显，利用高科技技术可以增强实景娱乐的声画体验，增强沉浸式体验感。更好的融入故事，实现场景重现。文化创意与科技手段相结合，不仅改善了影视产业的平台和内容，对于文旅产业链的打造，影视工业化的形成，都具有重要的推动作用。

四是要轻资产，重运营，营销手段与时俱进。未来的“影视+文旅”应逐渐摆脱对地产的依赖，通过故事，品牌，形象等内容层面的运营来实现产业链的

两者在文化内涵层面缺乏呼应与互动。

影视的情感连接能为游客制造探索的惊喜，它是影响旅游者在决策过程中的重要且有影响力的部分。所以好的影视作品完全可以打造一个好的旅游产品。影视作品是否能和旅游景区实现双向赋能，避免一夜爆火之后的现实难题，如何做好后续发展，如何延长生命周期并形成成长尾的品牌效应更为重要。

延伸。对旅游目的地来说，好的影视作品不仅是一条极佳的广告，更是有效的促销手段。经典影视作品有长久不衰的魅力，而旅游目的地就会在电影电视上进行长久的展现，进而就有了长久的吸引力。影视旅游形象的推广传播，在网络时代的旅游宣传要符合受众特征，把握时代的潮流和趋势。同时，旅游目的地的配套设施、服务也需要不断完善，这样才能打造出优质的IP景点。

一部部情节丰富、风光宜人的影视作品IP成了另类城市宣传片，已经激活了取景地潜在的文旅红利，会开辟更为广阔的受众市场。而未来“影视+文旅”融合协同发展，也会让文化不再是束之高阁的文献资料，而是通过鲜活的影视作品落地生根，成为全民讨论、全民参与的社会热点，打造成一张张城市特色的名片。

美兰德：美誉度 99.5，《沈从文与湘西》以纪实影像解读沈从文与湘西文化，赋能湘西文旅品牌建设

文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心

近年来，湖南卫视陆续推出了《中国》《岳麓书院》等多部兼顾创新叙事与深度表达的大型人文纪录片。此次登陆湖南卫视和芒果TV的4集纪录片《沈从文与湘西》，以如诗如画的镜头风格，将沈从文与湘西的关联徐徐缓缓地传达

出来，掀起广泛的传播力与社会影响力。

美兰德数据显示，《沈从文与湘西》播出期间多次登上美兰德当日纪录片榜单及黄金档榜单第一，斩获美誉度99.5；新华社、人民日报等主流媒体称站在新的时代起点上带领观众了解当下湘

西的全貌”。同时，节目助力湘西进一步擦亮人文名片，多维赋能湘西文旅IP建设，获得湖南省文化和旅游厅多次转载点赞，是影视作品服务文旅发展的极佳范例。



(数据监测时间：2023年5月23日-2023年6月13日)

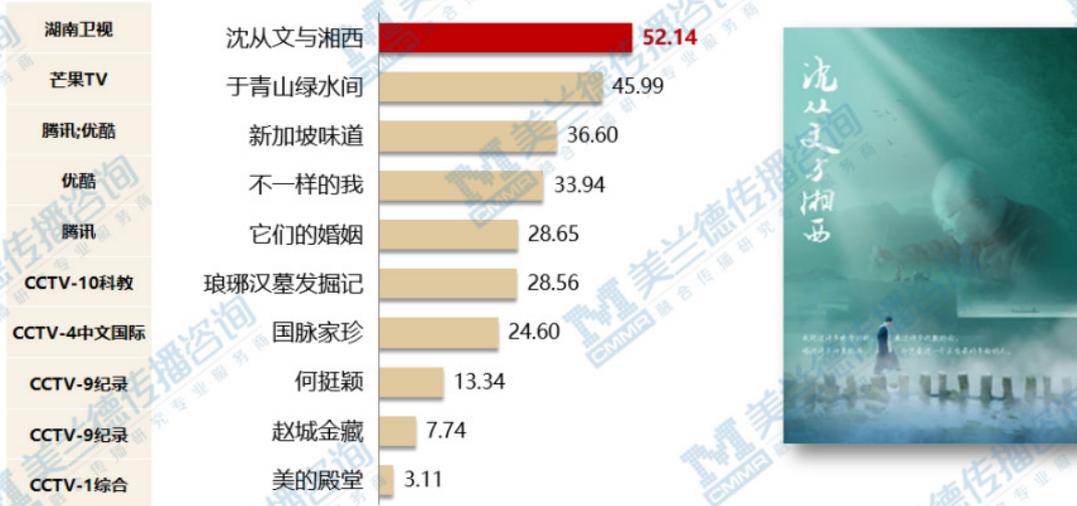
《沈从文与湘西》热播期间融合传播指数位列全网纪录片第一，并多次登上美

兰德当日纪录片榜单及黄金档榜单第一。沈从文生活经历相关话题4次登上热搜

榜，长短视频播放超千万次。

《沈从文与湘西》播出期间融合传播指数位列全网纪录片第一

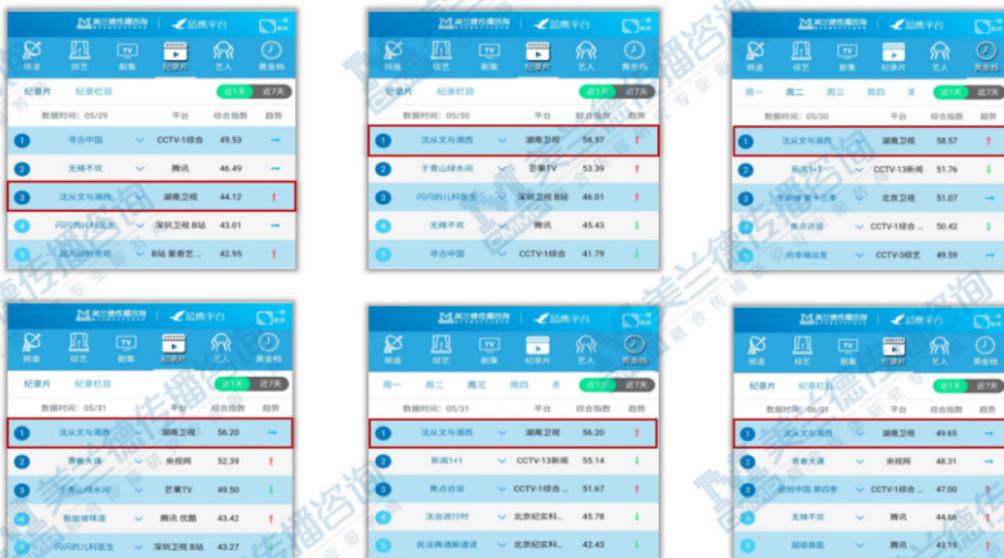
5月29日-6月1日全网纪录片网络融合传播指数榜单



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：2023年5月23日-2023年6月13日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专业服务机构

《沈从文与湘西》热播期间融合传播指数多次位列当日纪录片榜单及黄金档榜单第一



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：2023年5月23日-2023年6月13日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专业服务机构

新华社等官媒点赞节目展现湘西文化魅力, 用户好评节目高质量影像表达

各级政府党媒高频报道近两成, 点赞节目以影像展现湘西民族文化, 擦亮湘西文旅 IP 品牌。国家广电总局发

肯定, 新华社、人民日报、中国青年报、光明日报、中青在线等中央党媒积极关注节目对文旅价值的意义, 点赞节目“展

现湘江大地上传承与焕新”站在新的时代起点上带领观众了解当下湘西的全貌”“带给湘西文旅发展新思路”。

网媒微信报道591条, 中央及地方党媒高频次报道

- 《沈从文与湘西》各级媒体关注报道478条。其中各级党政媒体报道91条。
- 《沈从文与湘西》微信刊发量113篇, 阅读量13.7万人次。传媒行业公号及湘西本地公号刊文推荐。

5月23日-6月13日《沈从文与湘西》网媒报道来源占比



5月23日-6月13日《沈从文与湘西》微信阅读量来源TOP10 (单位: 人次)



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: 2023年5月23日-2023年6月13日

M美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

官媒点赞节目展现湘西文化魅力, 擦亮“锦绣潇湘”文旅品牌

纪录片《中国》团队再出手, 《沈从文与湘西》29日晚开播

“再现”与“纪实”相结合的影像在构建沉浸式历史时空的同时, 又不断用今时今日的影像、专家学者的分享去呼应或去打破, 给人一种超越时空的奇妙感受, 更展现出湘西大地上民族文化的传承与焕新。

感受人与故土的相互滋养 《沈从文与湘西》开播

湖南文脉深远, 近年来随着文旅融合的深入发展, “锦绣潇湘”全域旅游的品牌越来越亮, “神秘湘西品牌”成为其必不可少的一部分, 纪录片如今站在新的时代起点上带领观众了解了当下新湘西的全貌。

纪录片《沈从文与湘西》5月29日播出 遇见湘西的另一番模样

自然景色与故土情怯在这里交融, 传统与发展在这里达成和谐, 湘西的魅力被再一次的释放和认可, 湘西的文化底蕴被再一次的理解和传承, 看风景, 品人文, 将带给湘西文旅发展不一样的新思路。

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: 2023年5月23日-2023年6月13日

M美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

湖南省文化和旅游厅在政府官网及新媒体平台多次报道《沈从文与湘西》,

带领观众一同走进人文与美景交相辉映的湘西, 打造新时代湖南文旅的超级符

号。



国家广播电视总局

National Radio and Television Administration

沈从文与湘西



中国政府网 | 无障碍浏览 | 邮箱 | 微信

首页

机构

新闻

政务

科技

服务

互动

数据

视频

党建

首页 > 新闻 > 新闻发言人 > 媒体声音

纪录片《沈从文与湘西》即将开播

2023-06-01 14:23 来源：人民日报

视力保护色：■ ■ ■ ■ ■ 【字号：大 中 小】 分享到： 

由中共湘西州委、湘西州人民政府出品，芒果伯璟纪录片工作室、北京伯璟文化传播有限公司承制的纪录片《沈从文与湘西》，将在湖南卫视、芒果TV播出。回溯沈从文的传奇一生，探寻其与家乡湘西的双向滋养，该节目将给大家带来不一样的沈从文，以及一个孕育了这位世界文学大师的多维湘西。

年少常有“将军梦”，创新影像回溯沈从文的一生

聚焦湘西大地上人与景的和谐共生，纪录片《沈从文与湘西》以创新影像叙事，将沈从文的一生细细铺陈，兼具故事性与艺术性于一体，展现沈从文与故土湘西一生的羁绊。一直以来，沈从文的文学作品、爱情故事及传奇人生，总为人们所津津乐道。实际上，直到半个多世纪后的今天，沈从文其人其文，仍然不断被认识、研究、书写，影响并感动着一代又一代的年轻人。然而，这样一位大师是在怎样的环境里成长起来的呢？在今晚播出的纪录片第一集里，你将透过时间的长河，沉浸式地看到一个百年前的血性湘西，一个受“尚武家风”熏陶而做着“将军梦”的少年。



湖南省文化和旅游厅

Hunan Provincial Department of Culture and Tourism

请输入关键词进行搜索



首页

新闻中心

政府信息公开

办事服务

互动交流

文旅事业

文旅产业

市场监管

当前位置：首页 > 新闻中心 > 工作动态

纪录片《沈从文与湘西》来了

发表时间：2023-05-24 15:38 来源：湖南卫视

讲好湖南故事，传播湖南声音，由中共湘西州委、湘西州人民政府出品的纪录片《沈从文与湘西》将于5月29日登陆湖南卫视730黄金档，芒果TV同步播出。该节目厚植文化湘西底蕴，系统展现世界文学大师沈从文其人、其文、其创作根源，感受一个人文与美景交相辉映的多维“湘西”。



无障碍浏览
顶部

节目以强故事性、艺术性及治愈性斩获美誉度 99.5，网友点赞节目高质量的影像表达及沈从文与故土湘西的双

向“滋养”。网友好评如潮，用户热议节目高还原文学场景、创新呈现湘西民俗文化、复合视听精准呈现湘西民族风情

与文旅魅力。此外，网友点赞节目制作者在双线叙事、双配音等内容创作上的别出心裁。

美誉度99.5，网友点赞节目故事性、艺术性 立体呈现湘西文旅形象，打造城市文化IP

沈从文与湘西双向滋养，复合视听立体呈现文人魅力

【微博】点*****艺：#六边形战士沈从文#高中语文课上曾经听说沈从文仅有小学学历却被胡适破格聘用为教授，没想到沈从文的骄人事迹远不止此，他曾两度提名诺贝尔文学奖。晚年潜心历史研究，编写了学术著作《中国古代服饰研究》，具有开创意义。#沈从文与湘西#

【微博】爱*****a：#原来沈从文也北漂过#不得不说道逐梦想的过程总是艰难的，真的很佩服沈从文，他也在不断尝试中成长了！#沈从文与湘西#

【微博】你*****爷：让我们跟着沈从文与湘西了解一个更立体生动的沈从文与湘西

【微博】陈志发3374461532：#原来沈从文也北漂过#人生之路不断努力，是个很优秀的人，值得我们学习！#沈从文与湘西#

高质感影像表达精准呈现湘西人文精神

【微信】9、*****2：湖南的纪录片真的是大片，好看

【豆瓣】洁*****客：哎呀，太爱沈从文了，啥时候都不会过时，一口气看完了，就是太短了，制作的挺好

【微博】薄*****胜：#六边形战士沈从文#这个纪录片好像还不错[赞]，和之前《中国》是一个团队

【微博】具*****名：湖南卫视播的沈从文与湘西，女旁白声音好好听...讲故事特别适合

【豆瓣】AI*****：地方台就应该投资这种良心巨制

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：2023年5月23日-2023年6月13日

湘西风土人情充满魅力，擦亮湘西文旅品牌

【豆瓣】ch*****：一代文学大师和家乡湘西的终生之缘。看完又对湘西充满了兴趣，有机会要去好好看看。几年前去过凤凰城，总感觉太过商业化太精致雕琢，已失去了那种古朴、本真的味道，该去市井，去乡野，去山里，看看怎样的风土人情让大师爱得深沉

【豆瓣】有*****气：沈从文与湘西把沈从文与湘西的风土人情与小沈从文的成长轨迹紧密的结合在一起，让人通过沈从文的成长环境来了解沈从文的文章和更沉漫的感受凤凰这座古城的神秘

【豆瓣】桑*****橙：他从湘西走出，但一辈子都在回望故土是传奇的人，也有精彩的一生。希望有幸可以到访湘西，看淳朴边城，风景和民宿表演拍的很美，最后的旅游宣传很成功

高还原文学场景，创新呈现湘西民俗文化

【微博】上*****欧：震撼人心的片子，特别是情景再现，还有很多本土民俗文化。

【微博】用*****5：这种纪录片让我们感受到了文人的生活方式。

【微博】布*****拿：了解《边城》以外的沈从文

【微信】F*****y：沈从文的文字，平淡之中见真情

【豆瓣】小*****果：湘西人民应该感谢沈从文。

《沈从文与湘西》引发行业 15 位专家集体点赞，精良品质和叙事意义颇受好评。湖南师范大学国际汉语文化学院院长、教授、博士生导师，湖南省电影评论协会副主席蔡颂发表评论【《纪录片〈沈从文和湘西〉：人、景、境的叙事话语创新》】文章，大赞节目“擦亮的不仅是古韵悠扬的湘西名片，更是大美湖湘走向世界的文化 IP。”

北京师范大学艺术与传媒学院教授、博导杨乘虎发布评论【从《沈从文与湘西》出发，遇见心灵的故乡】，他认为节目“赋能文旅融合，构建资源

互补的创新模式”。吉首大学文学与新闻传播学院教授，吉首大学沈从文研究所所长何小平发表【《建构湘西形象，讲好中国故事，是沈从文毕生的崇高事业》】文章，他表示“不仅跟随沈从文的文字，尽量还原了其笔下的湘西，亦以当代影像映照出一个跨越了时光的生动、立体而真实的湘西，一个新时代发展中的中国城市。”

北京电影学院戏剧影视学博士后、中国传媒大学电影学博士高美评论：“《沈从文与湘西》系列纪录片中透露出浓郁的“湘”情，既是沈从文文字中潜隐的对

湘西的深情呼唤，也是纪录片再现沈从文与湘西双向滋养的创作取向。”

《沈从文与湘西》热播期间，媒体从沈从文与故土湘西的双向滋养、纪录片文旅价值、湘西人文魅力等多维视角聚焦报道，点赞纪录片深度绑定沈从文与湘西，创新解读湘西的诗意与浪漫。

媒体点赞节目探究沈从文与故土湘西一生的羁绊 创新展现湘西大地民族文化的传承与焕新

《沈从文与湘西》热门强相关网媒报道量TOP10

文章标题	报道量(条)	报道媒体
纪录片《沈从文与湘西》呈现不一样的沈从文，激活文化“湘”气	23	湖南卫视、芒果TV、新湖南等
《沈从文与湘西》定档湖南卫视，晚七点半档期，总是佳作频出	19	百度新闻客户端、网易号、搜狐号等
《沈从文与湘西》湖南卫视首播，文化科普类型，适合普通观众	17	今日头条、搜狐网、新浪网等
纪实影像呈现多维湘西，《沈从文与湘西》激活文旅之魂	17	人民日报客户端、人民号、金鹰纪实卫视等
纪录片《沈从文与湘西》带你认识一个从湘西走向世界的“乡下人”	15	极目新闻客户端、楚天都市网、红网等
纪录片《沈从文与湘西》今晚开播，遇见湘西另一番模样	15	文匯、文汇报、网易号等
回溯文学大师的一生，纪录片《沈从文与湘西》开播	14	羊城派客户端、新浪号、网易号等
纪录片《沈从文与湘西》29日晚开播，回溯世界级大师的一生	14	大象网、映象网、猛犸新闻客户端等
纪录片《沈从文与湘西》上线	14	人民日报客户端、人民号、半岛晨报等
《沈从文与湘西》高赞收官，以纪实影像赋能城市品牌	13	湖南卫视、芒果TV、一点号等

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：2023年5月23日-2023年6月13日

M 美兰德传播咨询

沈从文经历等话题阅读近五千万人次，湘西美景与文人魅力引青年热议

沈从文北漂、感情等个人生活经历，及湘西民俗活动内容在社交平台热议传播。节目相关微博话题阅读人次近

5000万，#原来沈从文也北漂过#、#原来沈从文是情话王子#等沈从文生活经历相关话题4次登上微博热搜、微博

要闻榜、抖音热搜榜；湖南卫视官微及文娱账号积极宣推，助力节目内容破圈传播。

微博话题阅读4961万人次 沈从文北漂与感情等个人经历、毛古斯等仪式活动获关注

□ 上榜4条热搜，在榜时长**5.6小时**。其中微博要闻榜1条，实时上升热点2条；抖音实时上升热点1条。



□ 剧综达人韩银梅等文娱账号、湖南卫视等媒体账号积极发布，相关微博获转评赞累计互动**5.1万次**，相关微博视频累计播放**160万次**。

《沈从文与湘西》热门微博短视频播放量TOP4



□ 微博话题阅读量达**4961万人次**，讨论**8.7万条**。

《沈从文与湘西》热门微博话题传播TOP5

微博话题	阅读量(万人次)	讨论量(条)
主话题 #沈从文与湘西#	1899.4	40048
#原来沈从文也北漂过#	822.2	20845
#原来沈从文是情话王子#	689.2	16087
#情话王子沈从文#	587.6	3614
#六边形战士沈从文#	384.3	8611

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：2023年5月23日-2023年6月13日

M 美兰德传播咨询

长短视频累计播放 1059 万次，用户点赞节目影像化呈现沈从文文学理念，多维立体呈现湘西跨越时代的文化魅力。用户肯定纪录片音画、讲解等别出新意，并发出“很想去凤凰古城，有空一定要去看看”的想法。此外，沈从文生活故事与湘西魅力画卷获抖快平台用户高关注。六边形战士沈从文、沈从

文与湘西的双向滋养、沈从文也北漂过相关视频获赞较多，用户点赞节目文化宣传方式，称“沈从文的故事是湘西的灵魂”。

纪录片展现人文交映的湘西，节目立意、摄制等均获用户自来水式点赞推荐。小红书平台上，用户自发推荐节目，分享自己的观看感受，称赞纪录片“邂逅

不一样的沈从文，走进一个人文美景交相辉映的湘西”。视频号上用户从节目内容立意、配音、画面等多视角点赞节目，并发表“既有沈从文成长历程，又有风土人情，还有文化传承及历史进程”“音画皆美”“妙不可言”等评论。

节目精准呈现湘西气质获小红书及视频号用户自来水式推荐

□ 视频号累计获赞2717个，用户点赞“既有沈从文成长过程，又有风土人情，还有文化传承及历史进程”；小红书平台用户自发推荐节目，点赞节目“走进一个人文美景交相辉映的湘西”。



节目近距离记录湘西船号、山歌等特色民俗活动、繁复精美的服饰及湘西淳朴自然的人文精神，生动展现湘西的人情与人性，引发年轻化、高学历青年

群体热议。美兰德数据显示，网络热议用户中，女性占比 52.1%，大学及以上学历用户超八成；从年龄分布上看，青年用户讨论热情较高，“Z+Y”世代的

青年用户占比达 81.1%。此外，热议用户遍布全国，东部沿海地区及湖南本省用户活跃度最高，湖南本省用户关注度位列全国第三。

节目持续吸引高知用户及“Z+Y”世代青年受众热议关注

□ 节目网络热议用户中，大学及以上学历用户占比超八成，“Z+Y”世代用户占比81.1%。

《沈从文与湘西》网络热议用户画像



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: 2023年5月23日-2023年6月13日

节目深挖湘西文化及其与沈从文的紧密联系, 创新打造湘西文旅 IP 并撬动长尾效应

从纪录片制作理念来看, 多次人物采访增加了纪录片的实在感, 简练的议论提升了纪录片的哲理性。从纪录片制作理念来看, 多次人物采访增加了纪录片的实在感, 简练议论提升了纪录片的哲理性与人文深度。从文旅角度来看, 《沈从文与湘西》正助力湖南文旅锻造

新时代的超级符号, 放大其传播张力与价值空间。

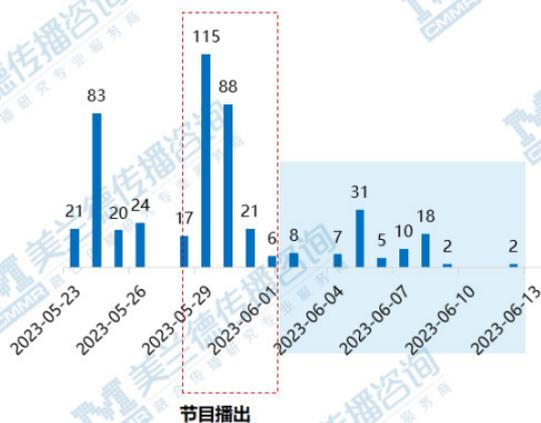
节目播出后媒体和公众对于湘西和沈从文的关注仍在延续, 纪录片长尾热度延续较好。节目收官后, 中国网发文

【涂晓华评《沈从文与湘西》: 乡土中国的“史书”】, 报道了中国传媒大学新

闻学院副教授涂晓华对节目的称赞: “片子将湘西独特而丰富的自然环境、人文生活、民族风情等展现给观众, 美丽的歌声、绚丽的服装、手中的织锦、归来的档案, 都是湘西历史的延续, 都是民族传统文化的象征, 都是我们乡土中国的‘史书’。”

节目播出期间媒体集中关注, 播后长尾热度延续较好

5月23日-6月13日《沈从文与湘西》网媒报道日走势(条)



5月23日-6月13日《沈从文与湘西》微信刊发日走势(篇)及阅读量(人次)



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: 2023年5月23日-2023年6月13日

湘西和沈从文的血脉和思想、情感彼此相融，纪录片《沈从文与湘西》生动深入地揭示了沈从文与湘西的紧密联系。湘西的风土人情滋养、培育、塑造

着沈从文的情感与精神世界，沈从文又将湘西民俗文化与人文哲情传播出去。美兰德数据显示，节目热播后，“湘西”的微博讨论热度提升7.2%，网媒曝光

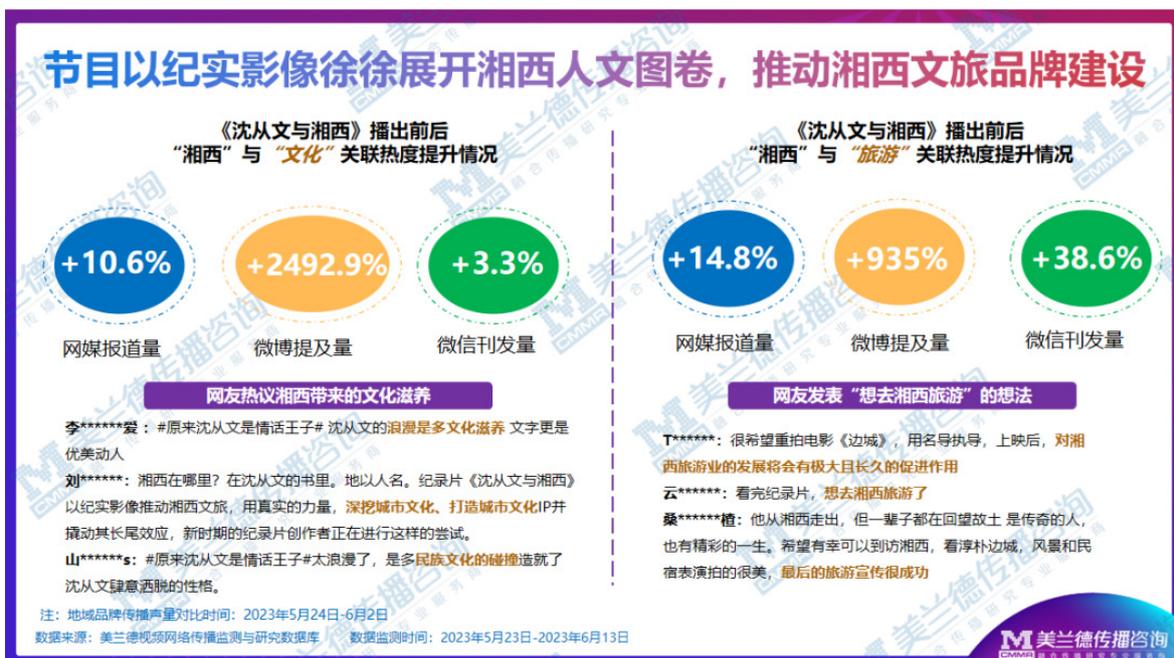
热度提升7.2%。“神秘湘西”的微博讨论热度提升35.3%。



节目以优美的镜头与双线缓慢的叙事展现湘西浓郁的民族风情与秀美的山水风光，从民居建筑、传说歌谣、民间禁忌、特色语言等角度全方位展示了真

实可感的湘西，并推动湘西文旅IP建设。美兰德数据显示，节目播出后，“湘西”与“文化”的微博关联热度提升24.9倍，网媒关联热度提升10.6%；“湘西”与“旅

游”的微博关联热度提升935%，微信关联热度提升38.6%。



IP 聚集 | 中国农影 2022 年度三农人物推介活动掀起全社会致敬三农人物、投身乡村振兴建设热潮

文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心

由农业农村部办公厅、国家乡村振兴局政策法规司指导，中国农业电影电视中心、中国扶贫发展中心主办，中国农业银行冠名支持的 2022 年度三农人物推介活动作为三农领域的重要议程，在全社会营造致敬三农人物、投身乡村

振兴的浓厚氛围。此次 2022 年度三农人物推介活动以“责任、创新、奉献、引领”为推介标准，持续释放三农榜样的光芒力量。

美兰德数据显示，2022 年度三农人物推介活动累计曝光 8.6 亿次。同时，

中国农业银行依托活动在三农领域的引领力与传播力，传递品牌服务三农的使命，塑造农行正能量、公益的品牌形象，拓展其在水领域的品牌影响力。



(报告监测时间：2022年9月1日-2023年3月29日)

一、2022 年度三农人物推介活动全场景构建三农传播场域，掀起致敬三农人物，投身乡村振兴建设的舆论高潮

由农业农村部办公厅、国家乡村振兴局政策法规司指导，中国农业电影电视中心、中国扶贫发展中心主办，中国农业银行冠名支持的 2022 年度三农人

物推介活动作为三农领域的重要议程，已成为三农领域的重要媒介事件与超级营销品牌，曾推选出袁隆平、莫言、申纪兰、李登海等一批又一批心系“三农”

的榜样人物，在全社会营造致敬三农人物、投身乡村振兴的浓厚氛围。



2010年度三农人物
袁隆平
“杂交水稻”之父



2012年度三农人物
莫言
用笔写透中国农民



2015年度三农人物
冯远征
为农民演戏的表演艺术家



2017年度三农人物
柯炳生
情系三农的守望者

2022年度三农人物推介活动聚焦三农人物风采与榜样力量，吸引更多人关注三农、致敬三农，激励更多人投身三农发展。活动推选出了农村教育楷模、种粮带头人、乡村文化旗帜等一系列服务三农发展的榜样力量，

大众被三农人物的故事触动，纷纷发表“肩负使命振兴乡村”“乡村振兴主要靠的还是年轻一代”等评论。

活动在农视网、三农头条等平台全矩阵宣发，四次直播共吸引2614.9万人次观看。活动联合主流媒体、头部平

台，讲好三农人物故事，让三农人物的精神光芒照亮中国。美兰德数据显示，2022年12月18日，中国农业银行2022年度三农人物大型公益推介活动单场直播观看人数超1270万人次。

农影中心全媒体矩阵价值持续释放，四次直播累计观看2614.9万人

50+平台同步直播，多渠道释放节目影响力



四次直播累计观看2614.9万人

直播	日期	观看人数/次
中国农业银行2022年度三农人物大型公益推介活动·安徽芜湖	2022年11月25日	7232779
中国农业银行2022年度三农人物大型公益推介活动	2022年12月18日	12709091
中国农业银行2022年度三农人物大型公益推介活动	2022年12月19日	4273533
2022年度三农人物荣誉盛典	2023年1月15日	1933348

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：2022年9月1日-2023年3月29日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究与咨询服务

社交平台传播方面，用户致敬三农榜样励志风采，活动相关话题累计阅读量6.7亿人次。其中“中国三农发布”

主持的7个微博话题累计阅读量3.7亿人次。张桂梅、林占熿、甘宇罗等人物感人故事引发网友共情讨论，观

众反馈“活动正能量满满”。

话题累计阅读量6.7亿人次，三农榜样示范作用吸引用户热议

微博话题阅读量TOP15

微博话题	阅读/亿人次	讨论/条
#赵丽颖哽咽致敬三农人物张桂梅#	29700.3	58779
#赵丽颖哽咽朗诵致敬张桂梅#	12984.5	12427
#赵丽颖白衬衫阔腿裤造型#	9936.9	25978
#年度三农人物#	5475.2	32949
#赵丽颖三农人物盛典白衬衫录制路透#	2577.2	6248
#赵丽颖2022年度三农人物荣誉盛典#	2209.8	5579
#赵丽颖寻索微光拍摄花絮#	733.0	1712
#张桂梅穿越40年时空的对话#	657.1	16246
#赵丽颖心中的幸福形象#	592.9	799
#山海情原型入围三农人物#	387.7	1748
#赵丽颖白衬衫录制路透#	170.0	113
#2022年度三农人物荣誉盛典#	167.0	945
#从背母上学到重回大山教书#	160.4	3563
#地震逆行者甘宇罗永入围三农人物#	154.6	146
#赵丽颖2022三农人物推介嘉宾#	130.6	1239

□ 节目相关热门微博话题累计阅读量**6.7亿人次**，讨论量**17.2万条**。其中“中国三农发布”主持话题累计阅读量3.7亿人次。

相关话题主持人阅读量TOP5

话题主持人	话题数/个	阅读/万人次	讨论/条
中国三农发布	7	36586.6	113568
星姐微博	2	15194.3	18006
酱娱乐	2	10669.9	27690
圈内芒果捞	2	2689.3	6946
热剧指向标	2	650.7	1047

网友热议三农人物感人事迹

谁读张桂梅老师的事迹不想痛哭流涕呀，高中的时候看到的深受感触，现在大学了看到还能继续哭，农村的孩子真的很不容易的[苦涩]加油。

“三农”问题是我国现在高度重视的问题，是工作的重中之重、立国之本，也是政府的首要工作。致敬那些时代楷模！很多优秀人物集聚于此助力三农发展！

真的会很感动，张桂梅校长带领大山女孩走出大山，开启自己的生活，改变了她们的命运，让她们有能力去追求自己的梦想，去完成自己的梦想，让那些女孩摆脱重男轻女的家庭，走上自己的人生之路，向张桂梅校长致敬

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：2022年9月1日-2023年3月29日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

三农人物励志事迹与荣誉盛典感人时刻成吸睛亮点，活动多平台热搜上榜34次，在榜时长超152小时。

2022年度三农人物推介活动评选出了一批“三农”领域的典型，激发了乡村振兴的榜样力量，其中“赵丽颖哽咽致

敬三农人物张桂梅”登上微博、网易等多平台热搜榜首。

热搜在榜152.3小时，年度三农人物励志事迹获赞

上榜多平台热搜34次，在榜时长152.3小时

平台	来源	热搜/次	在榜时长/时
微博	微博热搜榜	6	22.7
	微博文娱榜	6	43.5
	微博文娱榜/正在出圈	4	18.8
	微博要闻榜	4	9.5
	微博视频榜	3	10.2
抖音	抖音热搜榜	2	8.3
	抖音娱乐榜	1	15.5
快手	快手热搜榜	2	-
	快手热度飙升	1	-
头条	今日头条实时热搜	2	10.2
网易	网易热搜热搜榜	2	8.0
微视	微视热门	1	5.6

部分高位热搜展示

三农人物相关热搜	荣誉盛典相关热搜
“年度三农人物” 微博要闻榜	“地震逆行者甘宇罗永入围三农人物” 微博要闻榜
“山海情原型入围三农人物” 微博要闻榜	“张桂梅穿越40年时空的对话” 微博要闻榜
“赵丽颖哽咽致敬三农人物张桂梅” 微博热搜 No.1	微博热搜/视频榜 No.1
微博热搜/文娱榜 No.3	网易热搜 No.4
“赵丽颖哽咽朗诵致敬张桂梅” 抖音热搜 No.2	抖音娱乐榜 No.2
“赵丽颖白衬衫阔腿裤造型” 微博热搜/视频榜 No.4	微博热搜 No.12

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：2022年9月1日-2023年3月29日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

用户致敬与学习三农人物，活动激励更多人投身乡村振兴

点赞活动助力乡村振兴，带动乡村发展

【微信】：三农的奥斯卡，赞！

【抖音】：农影十年磨一剑，一剑将封喉

【B站】：“务农重本，国之大纲”。历史和现实告诉我们，农惟邦本，本固邦宁。只有深刻理解“三农”问题，才能更好地理解我们这个党、这个国家、这个民族。新时代新征程，我们要铆足干劲，抓好以乡村振兴为重心的“三农”各项工作，务农重本，国之大纲。2022年度三农人物荣誉盛典的举办是向三农工作者的一种致敬，是向社会宣传三农精神的机会，对于全面推动乡村振兴，坚持农业农村优先发展，巩固拓展脱贫攻坚成果，加快建设农业强国具有相当的助力作用。希望大家多关注三农人物荣誉盛典。

【微信】：身临其境的感觉！农视网为国家“乡村振兴”用心了！点赞！

【微博】：活动是好事，我们需要更多人带动乡村发展

致敬榜样力量，学习三农人物先进事迹

【微信】：甘于奉献，我辈楷模！

【抖音】：向为祖国做出卓越贡献的三农科技人员致敬！向英雄榜样致敬！赞

【抖音】：感谢农友们的明灯，热烈祝贺您们得奖，向您们学习，致敬！

【视频号】：为2022年三农人物点赞！所有的付出都是值得！

【微信】：作为农视网的粉丝，有幸参与。说说我的感受，场面非常震撼，我很激动见到榜样。可以聆听中国三农人物的先进故事，感受他们在乡村振兴，共同富裕的路上所付出的辛勤努力，他们用双手撑起了新农村的一片天地。他们不仅仅是三农人物，更是我们学习的榜样，致敬中国三农人物。

【微博】：关注三农人物荣誉盛典，致敬时代楷模

【头条】：感谢有你们这样正直无私的人

触发奋斗力量，与三农人物共鸣

【微信】：只要是为人民而想，为农民而说：为农民而做的专家，全国人民都会支持。

【B站】：希望这些贵人多为乡村振兴干实事

【头条】：乡村振兴需要一批这样的贴心人！

【微信视频号】：胡亚才是从姜城大地走出的好干部，在他曾经工作过的新县，二十多年了，干部群众还是对他念念不忘！而在他的许多文学作品中，你更可以体会到他对社会弱势群体的那种强烈的同情心！

【B站】：大雪天去山里，那么辛苦，没点儿热爱是做不到的

【微博】：为中华之崛起而读书！无论男孩子还是女孩子，都要走出大山走出农村走到大城市去。因为乡村的孩子们生来就是人杰而非草芥，要站在巨人的肩膀上藐视卑微的懦夫。

【赞】希望所有的乡村孩子全都能飞出乡村看世界[作揖][作揖]

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：2022年9月1日-2023年3月29日

M 美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

二、主流央媒点赞活动助力农业强国建设，乡村振兴引路人感人事迹热度延续

活动举办期间，主流媒体点赞活动营造关注三农良好氛围，致敬三农榜样、助力农业现代化发展，展现新媒体助农新方式。人民网、央广网等中央党媒

积极关注活动在三农领域的意义，点赞活动助力农业强国建设的重要价值。中国经济新闻网从活动展现的榜样力量出发，点赞“对于广大乡村振兴工作者和

参与者而言，走近榜样、学习榜样，可以在乡村振兴的道路上迸发无穷力量，在乡村这广阔天地大有作为，取得一番自己的收获”。

主流媒体致敬三农榜样，点赞三农人物奉献、创新、责任与担当
称赞活动助力农业强国建设

氛围

营造“注”
农氛围

“三农人物大型公益推介活动自2005年以来，已成功举办十四届，在全社会营造了关注农业、关心农村、关爱农民的浓厚氛围”。

——2022年度三农人物推介，我来了！

人民网
people.cn

振兴

助力农业现
代化发展

今年三农人物的主题是“以实干促振兴”——通过实干让国家乡村振兴战略能更好的落地落实，通过实干能更好的促进现代农业强国的建设，共同促进农业农村现代化的实现。

此次，阿里巴巴乡村特派员团队当选2022年度央视“三农人物”，主办方对他们的评价是：数字化、信息化引领农业农村加速蝶变，他们是青年的力量向乡村奔涌，肩负使命在热土上行走，将星星之火洒向乡村振兴新征程。

——阿里乡村特派员团队获得全国性荣誉称号

央广网

榜样

致敬榜样
学习榜样

见贤思齐，择善而从。每位榜样，都是一颗闪耀的星辰，是一缕温暖的阳光，是一座长明的灯塔……或许他们的事迹无法复制，但精神的力量却能永放光芒。对于广大乡村振兴工作者和参与者而言，走近榜样、学习榜样，可以在乡村振兴的道路上迸发无穷力量，在乡村这广阔天地大有作为，取得一番自己的收获。

——向上的力量 中国农业银行2022年度三农人物候选人事迹推介活动在京举行

中国经济新闻网
中国农村观察网 主办

新媒体

肯定新媒体
助农方式

这次贺娇龙荣获全国性的“2022年度三农人物”奖，从一个侧面说明公职人员的一言一行都会被放大解读，运用新媒体来开展乡村振兴和助力农业农村和农民是我们农村工作的一种好方法，值得推广。

——政府官员做直播带货并非不务正业

看点

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：2022年9月1日-2023年3月29日

M 美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家

贺娇龙、张桂梅、师尚礼等候选人事迹是公号关注焦点，引发朋友圈关注

热潮。三农垂类领域公号是微信朋友圈宣推主力，活动以农视网、三农发布为

原点撬动私域流量，此外，河南、云南等农业大省积极关注三农人物推介活动。

贺娇龙、张桂梅等三农人物候选人带动朋友圈私域流量传播

强相关微信文章TOP10

公众号名称	热门微信公众号文章标题	刊发量(篇)	阅读量(人次)
澎湃新闻等	贺娇龙：公职人员直播带货并非不务正业	2	33062
观云里等	张桂梅，榜上有名！	15	31264
中国三农发布等	师尚礼：草原守护者 牧民贴心人 2022年度三农人物候选人推介	3	17249
云南网等	来自云南的他们，榜上有名！	10	16688
中国农业银行	农行力量 2022年度三农人物候选人推介	1	15936
中国农业银行等	致敬！2022年度三农人物	2	14800
聚焦三农 NTV等	王茂森：“保种”路上的“拼命三郎” 2022年度三农人物候选人推介	3	14086
国家乡村振兴局等	2022年度三农人物揭晓 发挥榜样力量振兴乡村	32	10921
微言教育等	这两位老师，是“2022年度三农人物”候选人！	15	10344
聚焦三农 NTV等	李步高：矢志攻克生猪种业“芯片”的育种人 2022年度三农人物候选人推介	6	8012

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：2022年9月1日-2023年3月29日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家服务机构

三、三农人物感人事迹与家国情怀引爆全网，短视频多平台破圈曝光 1.5 亿次

2022年度三农人物推介活动依托短视频互动传播扩大影响力，相关抖音话题、快手热门视频播放总量达 1.1 亿次，赵丽颖哽咽致敬张桂梅在抖快平台

获高播放与高点赞。其中中国三农发布在快手平台发布的“赵丽颖盛典现场哽咽朗读孩子们写给张桂梅校长的诗”“张桂梅获 2022 三农年度人物全场起立向

她致敬”2 条视频播放总量为 1859.3 万次。同时，抖快平台“张桂梅献身山区教育事业”等热门视频累计获赞 666 万次。

抖音话题、快手热门视频播放 1.1 亿次 张桂梅献身山区教育事迹引关注

▶ 《2022年度三农人物推介活动》期间，抖音相关话题累计播放3634.8万次，快手热门短视频播放7052.7万次。公众人物张桂梅、赵丽颖吸引网友关注。

抖音热门话题播放量TOP10



“赵丽颖致敬三农人物张桂梅”相关话题热度较高

快手热门话题播放量TOP10

账号	发布日期	短视频内容	播放/万次
中国三农发布	23/1/15	赵丽颖盛典现场哽咽朗读孩子们写给张桂梅校长的诗	949.2
中国三农发布	23/1/15	张桂梅获2022三农年度人物全场起立向她致敬	910.1
番茄娱乐	23/1/16	赵丽颖哽咽朗读致敬张桂梅	593.1
全国农村人居环境	23/1/15	赵丽颖朗诵学生们写给张桂梅老师的信感动落泪	559.5
全国农村人居环境	23/1/15	2022年度三农人物贺娇龙	501.5
红星新闻	23/1/16	赵丽颖哽咽朗读孩子们写给张桂梅的诗	269.5
耶稣爱情社	23/1/16	#赵丽颖哽咽致敬#张桂梅真的太戳人了	229.2
中国三农发布	23/1/15	2022年度三农人物贺娇龙希望学好普通话更好推介家乡	217.8
中国三农发布	22/12/28	2022年度三农人物候选人贺娇龙：马背上的“网红”副局长	209.7
百姓关注	23/1/16	赵丽颖哽咽朗读孩子们写给张桂梅校长的诗	172.6

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：2022年9月1日-2023年3月29日

美兰德传播咨询
CMMR 融合传播研究专家服务机构

中国农业银行以活动为媒，使品牌正能量、公益、可靠的形象深入人心。美兰德数据显示，活动推出前后，“中

国农业银行”与“正能量、励志、公益、可靠”关联网络曝光提升，微博关联热度提升239倍，网媒关联热度提升

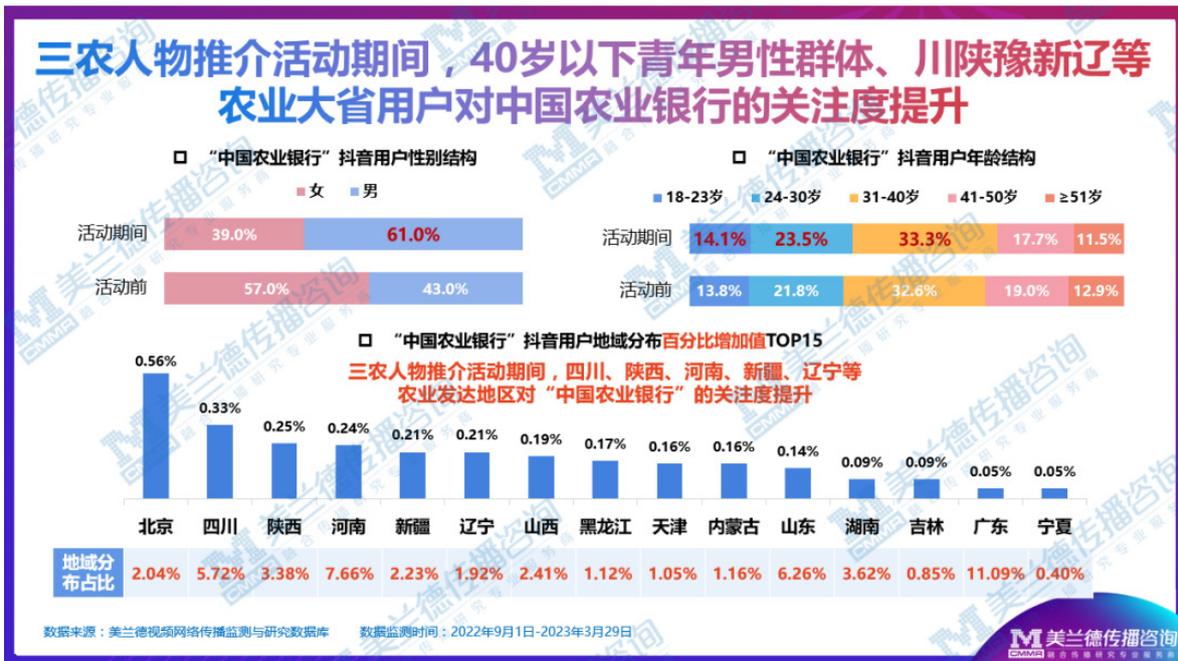
39.4%，微信关联热度提升15.1%。



此外，活动带动抖音平台40岁以下青年男性群体、农业大省用户对中国农业银行的关注，助力品牌持续拓展在三农领域的引领力与传播力。美兰德数

据显示，活动期间，抖音平台男性用户对品牌的关注度提升18%，40岁以下青年对品牌的关注度提升7%。此外，中国农业银行与活动的地域分布相契

合，品牌借势活动影响力提升品牌传播力，持续吸引北京、广东、山东、河南等东部经济发达地区与农业发达地区用户热议关注。



“三农人物推介活动”作为三农领域的重要营销IP，不仅在乡村振兴的道路上迸发无穷力量，同时展现了三农IP

的高影响力、引领力与品牌强赋能价值。中国农业银行作为“三农人物推介活动”的忠实伙伴，借势传递品牌服务三农的

使命，彰显品牌支持三农的责任与情怀。

美兰德：河北卫视“最美的家 最爱的国”——2023年河北省“最美家庭”发布会以爱之名尽展家国情怀和家庭风采

文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心

5.15国际家庭日当晚，由河北省妇联、河北省文明办联合主办，河北广播电视台承办的《最美的家 最爱的国——2023年河北省“最美家庭”发布会》在河北卫视播出。发布会以“最美的家 最爱的国”为主题，现场揭晓100户河北省“最美家庭”名单，用美德善行传播爱、传递美，用奋斗进取争先创优、书写荣光，是一

场展现家国情怀和家庭风采的视觉盛宴。

美兰德数据显示，《最美的家 最爱的国——2023年河北省“最美家庭”发布会》先后收获“人民网”、“中国青年网”等中央级媒体积极关注报道，并在微博、微信、抖音、快手等多个新媒体平台形成广泛深度传播。监测期间，发布会相关微博话题阅读6356.2万人次、热门微

博短视频播放超307万次，快手热门短视频播放超525万次，冀时客户端观看122.9万人次。同时，“最美家庭”发布会在社交平台好评不断，用户发布好评“点赞‘最美家庭’”、“向他们学习”、“这样正能量的活动可以多搞一些”等。



收获人民网、中国青年网等中央级媒体和其他各类媒体报道
167条

冀时客户端发布会直播回看122.9万人次

微博相关热门话题阅读超6356.2万人次

微博、快手、抖音等平台热门短视频播放超895万次

社交平台用户正面及中性评论内容占比93.6%

(数据监测时间：2023年5月6日-2023年5月16日)

多样化创意表达呈现“最美家庭”事迹和风采

今年是河北省妇联寻找“最美家庭”活动开展十周年。十年间，先后揭晓了各级各类“最美家庭”典型24万户，他们身体力行感召广大家庭践行社会主义核心价值观，推动形成爱国爱家、相亲相爱、向上向善、共建共享的社会主义家庭文明新风尚。

发布会以融入了多户2023年河北省“最美家庭”暖心故事的主题片开场，进而通过歌舞、情景剧、VLOG、才艺秀、现场访谈互动等多种方式串联，展现了清廉家风的李泽晓家庭、向上向善的宋丽丽家庭、绿色环保的吕京冉家庭、孝老敬亲的李云鹏家庭等河北“最美家庭”

典型代表的事迹和风采。最终以原创同名主题曲《最美的家 最爱的国》表达了对祖国和家庭深厚而真挚的情感。

此外，发布会还征集了数百张全家福照片，并以独特的方式现场呈现，营造了温馨和谐的现场氛围。



立体式宣推助力“最美家庭”收获高关注高流量

河北广播电视台充分调动融媒体资源，构建了“王牌IP造话题、自有平台聚流量、网红KOL共传播”的内容传播体系，助力发布会相关话题及视频内容在多平台高热度传播。

借助王牌IP《中华好家风》多年来深耕家庭文明和传统文化拥有深厚精准用户积淀的优势，由《中华好家风》官微主持的#2023年河北省“最美家庭”发布会#、#征集全家福 共创一首歌#微博话题阅读超6343万人次，其微博、

快手官方账号发布的节目开播预告及幕后花絮相关短视频播放超832万次，迅速形成了热点话题及视频扩散。

河北广播电视台紧抓“最美家庭”热度，在冀时客户端、河北广播电视台视频号、河北卫视视频号同步播出。其中冀时客户端“【回看|冀时大直播】最美的家 最爱的国|2023年河北省最美家庭发布会”回看122.9万人次，较2022年“最美家庭”发布会冀时直播观看人次提升32.4%，在聚拢网络流量提升发

布会传播效果的同时，完成了机构自有平台又一次的用户拓展。

在河北广播电视台融媒体资源带动下，微博平台河北新闻哥、庄里微、看见河北北哥、石家庄身边事儿、庄李人等百万粉丝级大V参与发布会相关内容宣推，抖音账号【云鹏-我和父亲的修行】发布5条参加发布会花絮内容获赞3.5万个，合力助推“最美家庭”在微博及抖音等平台的热度扩散。

正能量内容打动人心用户好评不断

《最美的家 最爱的国——2023年河北省“最美家庭”发布会》播出前后，以河北广播电视台为核心的多平台宣推账号累计覆盖用户1126.8万人，社交平台用户正面及中性评价占比93.6%，

收获流量与口碑俱佳的传播效果。微博平台上，用户热议点赞“最美家庭”、评价活动氛围热烈内容精彩很有意义，点燃用户向“最美家庭”美德善行的学习热情；抖音平台上，用户被李

云鹏夫妻的爱情故事感动落泪送上祝福，引导用户重新审视真诚在爱情和生活中的意义。

微博热门评论摘选

- :最美家庭的活动 很有意义强烈推荐支持! 🍀🍀
23-5-16 21:49 来自湖北
- :为2023河北省“最美家庭”点赞
23-5-16 21:50 来自江苏
-  传播爱、传递美，一场正能量的活动
23-5-16 21:54 来自安徽
-  身体力行感召广大家庭践行社会主义核心价值观，很有意义
23-5-16 21:48 来自山东
- :这场发布会真的好有意义呀 有泪有笑颜 特别感动
23-5-16 16:32 来自湖南
-  这样多种多样的呈现方式让我们看到社会主义家庭文明新风尚👍👍
23-5-16 16:34 来自江西
- :特别羡慕在现场的朋友们，感觉现场的氛围特别的好
23-5-16 16:32 来自黑龙江
- :这场活动挺有意义的，一个好的家庭氛围很重要，弘扬点赞
23-5-16 16:38 来自广东

抖音热门评论摘选

-  刚看完，太感动了👍👍👍
-  看完了，跟着哭了👍👍👍 鹏加油
-  小懿说的那句，零彩礼也不掉价
-  一样的出发点 彼此的真诚 眼泪真的是不由自主往下掉 同为80后 你们是榜样👍
-  真的好感动，双向奔赴的爱情好值得👍
-  对小懿的话很有感触，确实零彩礼不掉价，我大学本科也是零彩礼远嫁，婆婆四个儿子中年丧夫，一手拉扯大四个儿子，娶了四个儿媳妇，我们是老四，婆婆一辈子真的不容易，我们从月工资200打拼这么多年，现在有房有车，过的很幸福，恩爱有加，所以真的钱买不来幸福，自己打拼出来的日子才是最踏实的

2023年河北省“最美家庭”发布会是一场展现家国情怀和家庭风采的视觉盛宴，生动刻画河北人民在新时代逐梦

路上的幸福生活和精神风貌。这场发布会更是一场弘扬清风正气和传递正能量的文化盛宴，充分展现河北大地上深厚

的文化积淀和道德风尚，有力推动了形成爱国爱家、相亲相爱、向上向善、共建共享的社会主义家庭文明新风尚。



一、5月热播剧集榜 | 总台职场、家庭、民国历史剧颇受欢迎，湖南卫视《温暖的甜蜜的》高热夺冠；奇幻、银发等题材网剧高热来袭

摘要：5月剧集市场，总台热播TV剧占据榜单TOP13中6席，湖南卫视《温暖的，甜蜜的》高热夺冠，东

方卫视《后浪》在社交媒体平台表现突出；优酷独播剧占据网剧榜单TOP20中6席，奇幻、悬疑、女性、银发等丰

富题材热播，网剧市场迎来暑期档前期小高潮。

5月电视剧市场，总台职场、家庭、民国历史剧轮番热播，占据TV剧榜单TOP13中6席。

其中，都市职场剧《平凡之路》圆满收官，该剧凭借贴近现实生活的情节和轻喜的风格引发全网追看，剧集官方微博短视频月点击量达2386.1万次；家庭剧《熟年》展现平凡又温暖的情感羁绊，感动无数观众；民国历史大剧《一代匠师》尽显传奇工匠的爱国精神，情节曲折、人物群像鲜明，收获观众好评不断，三部精品佳作分别位列榜单第二、第六、第九。

此外，总台5月热播剧集《龙城》《雪莲花盛开的地方》《谯国夫人》均榜上有名，引发不同圈层观众喜爱。

省级卫视方面，女性成长、中医文化、检察题材剧集点亮荧屏，收获观众青睐。

其中，湖南卫视《温暖的，甜蜜的》完美收官，该剧动情展现当代都市女性寻找自我的温暖历程，实现了对观众情感价值的正向引领，剧集美誉度、视频热度均位列分维度榜单第一，其官方微博短视频月点击量达2688.6万次，在芒果TV平台月视频点击量近2.4亿次，融合传播指数排名稳居榜首。此外，医

方卫视《后浪》在社交媒体平台表现突出；优酷独播剧占据网剧榜单TOP20中6席，奇幻、悬疑、女性、银发等丰

疗剧《白色城堡》在本月31日开播，惊喜上榜。
东方卫视《后浪》与中医文化的巧妙融合，将中医的博大精深展现得淋漓尽致，看点十足，收获观众一致好评，剧集网民评议度、短视频平台热度均位列分维度榜单第一，其微博提及量达1530.8万条，官方微博短视频月点击量达3841万次，抖音点赞量达1985.2万次，位列5月热播TV剧榜第三。

北京卫视联合浙江卫视播出《公诉》精彩呈现国家公诉人通过能动履职、精准办案、智慧办案将跨国网络犯罪集团绳之以法的故事，引发全网热议，融合传播指数排名位列榜单第四。**北京卫视《卧底警花》**高度展现了我国近年在禁毒、缉毒工作中取得的显著成果，收获众多观众喜爱和点赞，成功跻身榜单TOP10。

从平台独播剧数量来看，优酷独播剧占据热播网络剧融合传播指数TOP20中6席，腾讯视频、爱奇艺独播剧各占据4席，芒果TV、搜狐视频独播剧各占据2席。

腾讯视频与爱奇艺联播《云襄传》、优酷《长月烬明》、腾讯视频《三分

野》占据热播网络剧融合传播指数榜TOP3。其中，腾讯视频与爱奇艺联播《云襄传》凭借男女主扎实的演技和精彩的武侠对手戏收获观众喜爱；优酷仙侠剧《长月烬明》高热收官，其官方微博短视频月点击量近2.4亿次，抖音月点赞量3919.7万次；腾讯视频《三分野》聚焦新兴的全球定位系统行业，将爱情的浓甜、职场的高燃、生活的轻喜交织在一起，引发观众追剧热潮，三部网剧分别位列5月热播网络剧榜前三。

奇幻、悬疑、女性、银发等丰富题材高热来袭，网剧市场迎来暑期档前期小高潮。其中，优酷青春奇幻仙侠剧《护心》美誉度位列分维度榜单第一；腾讯视频悬疑剧《漫长的季节》迎来收官，排名升至热播网络剧榜第五；爱奇艺讲述女性自我价值的《妻子的新世界》，融合公路片和单元剧形式聚焦于老年女性的自我成长《外婆的新世界》均收获观众的青睐，跻身TOP10。此外，芒果TV热播的悬疑剧《无眠之境》、情感剧《请成为我的家人》亦颇受观众喜爱，榜上有名。



美兰德 融合传播指数榜

5月热播TV剧TOP13



01 温暖的, 甜蜜的

79.90

美誉度 视频热度 本月NO.1



02 平凡之路

78.89

网媒提及量 NO.1



03 后浪

77.19

网民评议度 微博提及量 抖音点赞量NO.1

4	公诉	北京卫视 浙江卫视	76.93
5	战火中的青春	江苏卫视	76.61
6	熟年	CCTV-1综合	72.54
7	龙城	CCTV-8电视剧	70.46
8	卧底警花	北京卫视	69.61
9	一代匠师	CCTV-8电视剧	68.73
10	甜小姐与冷先生	浙江卫视	68.02
11	雪莲花盛开的地方	CCTV-1综合	65.83
12	谯国夫人	CCTV-8电视剧	60.42
13	白色城堡	湖南卫视	55.97

数据来源: 美兰德传播咨询·视频融合传播监测与研究数据库
数据监测时间: 2023年5月1日-2023年5月31日





美兰德 融合传播指数榜

5月热播网络剧TOP20



01 云襄传

80.75

视频热度 本月NO.1



02 长月烬明

80.13

微博提及量 抖音点赞量 NO.1



03 三分野

76.39

视频网站热度 NO.1

4	护心	优酷	76.22
5	漫长的季节	腾讯视频	76.01
6	破事精英2	爱奇艺	74.45
7	妻子的新世界	腾讯视频	74.04
8	外婆的新世界	爱奇艺	74.03
9	正好遇见你	爱奇艺 腾讯视频	71.94
10	无眠之境	芒果TV	71.85
11	凌云志	优酷	70.79
12	请成为我的家人	芒果TV	67.61
13	又见仲夏夜之星	优酷	61.77
14	在下李佑	优酷	61.72
15	香蕉先生不睡觉	优酷	60.13
16	少年江湖	爱奇艺	58.50
17	为你逆光而来	搜狐	57.4
18	初吻33次	腾讯视频	53.76
19	刑侦笔记	爱奇艺	49.98
20	恋人的谎言	搜狐	33.82

数据来源: 美兰德传播咨询·视频融合传播监测与研究数据库
数据监测时间: 2023年5月1日-2023年5月31日



二、5月热播纪录片榜 | 大屏端总台纪录片亮点不断, 考古题材获高美誉, 省卫医疗、人文纪录片展高质感; 美食网络纪录片迎来关注高峰

摘要: 5月纪录片市场, 总台纪录片再推精品力作, 占据热播电视纪录片

融合传播指数 TOP15 中 9 席。省级卫视医疗类纪录片攀升明显, 人文题材热

播; 《于青山绿水间》稳居网络纪录片榜首, 美食网络纪录片热播引热议。

5月电视纪录片市场, 总台纪录片亮点不断, 占据热播电视纪录片融合传播指数 TOP15 中 9 席。其中, 《航拍中国》第四季圆满收官, 排名稳居榜首; 《寻古中国》创新使用“实景主持+CG动画”方式, 用年轻化语态讲述文明故事, 美誉度位列分维度榜单第一, 融合指数排名位列第三; 科技纪录片《智能时代》将人工智能技术的全新图景尽情展现, 成功跻身榜单 TOP5。

此外, 总台在 5 月播出的援藏纪录片《高原之上》、自然生态纪录片《中国秦岭·一只金丝猴的记忆》、岭南饮食文化纪录片《味道中山》第二季均成功跻身榜单 TOP10; 《国脉家珍》《这个春天——2023 年春季中国元首外交纪实》《遇见中国·山水相连的情谊》亦榜上有名, 引发不同圈层观众的喜爱和追看。

省级卫视方面, 医疗、人文题材纪录片表现出彩, 高质感影像深受好评。其中, 深圳卫视医疗题材纪录片《闪闪的儿科医生》5 月排名攀升明显, 其 B 站平台月点击量达 1036.2 万次; 湖南卫视热播的《沈从文与湘西》用“再现”与“纪实”相结合的影像全方位展现与传播湘西的独特魅力和文化底蕴; 东方卫视《但是还有书籍》第二季生动记录爱书人丰饶有趣的精神世界, 引发观众热议, 三片分别位列 5 月热播电视纪录片榜第二、第四、第七。此外, 广东卫视《秘境神草》第四季亦榜上有名, 收获关注。

5 月热播网络纪录片方面, 腾讯视频独播纪录片占榜单 TOP10 中 6 席, 爱奇艺、芒果 TV、央视网各占 1 席。其中, 芒果 TV《于青山绿水间》聚焦少数民族乡村振兴发展之路, 收获观众好评不断, 该片 5 月芒果 TV 平台月点

击量近 2235.2 万次, 排名位列热播网络纪录片融合传播指数榜第一。

央视网《青春大课》融合传播指数排名升至榜单第二, 节目邀请到航天、军事、科技、文化等多元领域的青年榜样与青少年们一起探讨“何为青春”引发观众强烈反响, 美誉度位列分维度榜单第一。

美食题材网络纪录片热播, 成功收割观众注意力。其中, 腾讯视频《无辣不欢》以辣这一味觉体验作为切入视角, 为观众带来一场火爆热辣的美食视听盛宴; 《和田食光》凭借引人入胜的精彩内容和吸睛十足的诱人美食引发网友的关注和热议, 两片分别位列榜单第三、第六; 此外, 腾讯视频联合优酷上线的《新加坡味道》、爱奇艺美食地理纪录片《海鲜英雄》亦榜上有名, 收获网友关注和喜爱。

M 美兰德传播咨询 × 纪录中国
EMMR 融合传播研究专家服务机构

美兰德融合传播指数榜

5月热播电视纪录片TOP15



01 航拍中国 第四季

CCTV-1 综合 62.86

网媒关注 微信刊发 视频热度本月NO.1



02 闪闪的儿科医生

58.25

B站平台月视频点击量达1036.2万次



03 寻古中国

CCTV-1 综合 57.28

美誉度本月NO.1

4	沈从文与湘西	湖南卫视	54.87
5	智能时代	CCTV-9纪录	51.60
6	高原之上	CCTV-1综合	46.61
7	但是还有书籍 第二季	东方卫视	45.36
8	中国秦岭·一只金丝猴的记忆	CCTV-10科教	42.58
9	味道中山 第二季	CCTV-9纪录	39.32
10	大运河	浙江卫视	38.21
11	国脉家珍	CCTV-4中文国际	36.48
12	这个春天——2023年春季中国元首外交纪实	CCTV-13新闻	28.78
13	遇见中国·山水相连的情谊	CGTN	27.38
14	秘境神草 第四季	广东卫视	25.86
15	新山乡巨变	湖南卫视	24.10

数据来源：美兰德传播咨询·视频融合传播监测与研究数据库
数据监测时间：2023年5月1日-2023年5月31日



M 美兰德传播咨询 × 纪录中国
EMMR 融合传播研究专家服务机构

美兰德融合传播指数榜

5月热播网络纪录片TOP10



01 于青山绿水间

55.99

芒果TV平台月点击量近2235.2万次



02 青春大课

54.82

美誉度本月NO.1



03 无辣不欢

53.29

视频热度本月NO.1

4	超凡动物奇观	B站 爱奇艺 优酷	51.32
5	出海	腾讯视频	48.77
6	和田食光	腾讯视频	47.77
7	新加坡味道	腾讯视频 优酷	45.86
8	超级兽医	腾讯视频	44.39
9	海鲜英雄	爱奇艺	42.91
10	斯民小学	腾讯视频	42.59

数据来源：美兰德传播咨询·视频融合传播监测与研究数据库
数据监测时间：2023年5月1日-2023年5月31日



首届网络视听节目节金橙指数盛大发布！美兰德为金橙指数提供全网融合传播大数据支持

文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心



6月22日晚8点，由中国网络视听节目服务协会主办，中国移动5G视频彩铃独家冠名的首届网络视听节目节金橙指数发布典礼在咪咕元宇宙空间星座·M、咪咕音乐App、咪咕视频App和成都市广播电视台同步首播，12个项目的金橙指数发布。

为贯彻落实习近平总书记关于宣传思想工作、文艺工作和网络强国战略的重要指示精神，实现网络视听高质量发展，在网络视听强劲发展的背景下，金橙指数顺势而为、应运而生。**金橙指数是一套基于网络大数据的客观、科学、严谨的综合评价体系，能够反映网络视听作品和创作者的网络综合品质和影响力，特别是着重反映广大网络观众对作品和创作者的喜好。**“2023金橙指数·年度作品”和“2023金橙指数·年度创作者”是基于金橙指数评价体系，对2022年网络独播、台网同播、先网后台播出的网络视听作品及其创作者进行评价得出。

典礼发布了12个项目的金橙指数。其中，“2023金橙指数·年度作品”单元发布了年度特别节目《中国梦·我的梦》——2022中国网络视听年度盛典》，以及《人

世间》等9部年度网播剧、《胡同儿》等6部年度网络微短剧、《一年一度喜剧大赛》第2季等8部年度季播网络综艺、《特级英雄黄继光》等6部年度网络电影、《守护解放西》第3季等6部年度网络纪录片、《苍兰诀》等5部年度网络动画片、《送月亮的人》等13部年度短视频。“2023金橙指数·年度创作者”单元发布了4位年度导演、4位年度编剧、4位年度女演员和5位年度男演员。

典礼发布的“2023金橙指数·年度作品”主题健康向上、节目形态丰富多样，“2023金橙指数·年度创作者”显示出昂扬奋进的精神风貌和精益求精的艺术追求。金橙指数既反映出广大网络观众向善、向上、向好的审美追求，也充分表明了好节目自有流量、好节目自会说话、好节目和好创作自有观众。

金橙指数由中国网络视听节目服务协会发布，清华大学新闻与传播学院、北京大学新闻与传播学院等提供专业支持，中国社会科学院新闻与传播研究所、中国传媒大学国家传播创新研究中心全程参与金橙指数系统的设计、开发，金橙指数的数据收集、测算等工作。

美兰德传播咨询为金橙指数提供**全网融合传播大数据支持，从全网长视频传播热度、短视频传播热度、社交平台热度、用户反馈活跃度等多维数据综合评估作品全网传播力与影响力。**美兰德传播咨询长期对于传媒机构、融媒体产品、优质内容IP、企业品牌的全网融合传播进行大数据采集监测与数智化分析应用。同时，作为专业咨询公司敏锐洞察市场变革与需求，美兰德传播咨询全面聚合传播渠道、海量内容、企业品牌、全域用户四大领域分析研究体系，实现大屏端与移动端，线上与线下多元纵横交互数据融合分析，持续高效为媒体、品牌、政府机构提供专业数据咨询服务，全面赋能多领域融合传播与融合营销创新发展。

未来，美兰德传播咨询将以**专业数据分析与科学评估体系构建能力助力金橙指数不断完善、持续优化，推出更多优秀的网络视听作品和创作者，坚持弘扬主旋律、传播正能量，成为网络视听行业健康繁荣发展的风向标和助推器。**



中国网络视听节目服务协会
China Netcasting Services Association



GOLDEN ORANGE INDEX
金橙指数

2023 金橙指数

GOLDEN ORANGE INDEX

金橙指数是一套基于网络大数据的客观、科学、严谨的评价体系，能够反映网络视听作品和创作者的网络综合品质和影响力，特别是着重反映广大网络观众对作品和创作者的喜好。2023金橙指数是运用金橙指数评价体系，对2022年网络独播、台网同播、先网后台播出的网络视听作品及其创作者进行评价得出。

年度特别节目



《中国梦·我的梦——2022中国网络视听年度盛典》

年度网播剧



《卿卿日常》



《人世间》



《苍兰诀》



《风吹半夏》



《开端》



《梦华录》



《猎罪图鉴》



《星汉灿烂》



《冰雨火》

年度网络微短剧



《拜托了！别宠我》



《千金丫环》



《胡同儿》



《别惹前女友》



《独女君未见》(第一季)



《大妈的世界》

年度季播网络综艺



《一年一度喜剧大赛》(第2季) 《脱口秀大会》(第5季) 《世界杯最强音》



《这就是街舞》(第5季) 《密室大逃脱》(第4季) 《去炫吧! 乐派》



《中国说唱巅峰对决》 《声生不息·港乐季》

年度网络电影



《倚天屠龙记之九阳神功》 《青面修罗》 《盲战》



《特级英雄黄继光》 《排爆手》 《浩哥爱情故事》

年度网络纪录片



《守护解放西》(第3季) 《中国》(第2季) 《风味人间》(第4季)



《万物之生》 《人生第二次》 《这十年·幸福中国》

年度网络动画片



《苍兰诀》 《奇妙萌可》 《明日方舟》



《一人之下》(第5季)



《大理寺日志》(第2季)

年度短视频

《送月亮的人》

《消防员三年来不及回家探亲，看到母亲一秒破防！》

《用新的方式看中国》

《2021年版清明上河图
藏了一年的彩蛋》

《没有一头鲸想这样告别》

《2021披荆斩棘》

《微缩场景定格短片 | 好久不见！
沉浸式重温 70、80、90 回不去
的童年》

《丰收在每一天》

《熊猫终结治愈行为大赏》

《五四态度短片：
正年轻 当先行》

《惊蛰即到，风送暖，
启春耕》

《冬奥会中国代表团
15个夺奖瞬间让人泪目》

《因为记录所以记住》

年度导演



孙金龙
《开端》



李路
《人世间》



赵启辰
《卿卿日常》



傅东育
《风吹半夏》

年度编剧



王海鸰
《人世间》



张隽
《风吹半夏》



张燕
《梦华录》



陈婷婷
《开端》

年度女演员



杨紫
《沉香如屑·沉香重华》



赵今麦
《开端》



赵丽颖
《风吹半夏》



虞书欣
《苍兰诀》

年度男演员



王鹤棣
《苍兰诀》



白敬亭
《卿卿日常》



李光洁
《风吹半夏》



吴磊
《星汉灿烂》



徐海乔
《梦华录》

主办单位
中国网络视听节目服务协会

独家冠名
中国移动 5G 视频彩铃

制播单位
咪咕视讯科技有限公司

首播平台
咪咕视频

特别支持
成都市广播电视台

专业支持
清华大学新闻与传播学院 / 北京大学新闻与传播学院 等

数据系统设计
中国社会科学院新闻与传播研究所 / 中国传媒大学国家传播创新研究中心

数据支持
中国视听大数据 (CVB) / 中国移动梧桐大数据 / 云合数据
美兰德传播咨询 / 新浪微博

特别鸣谢
中国广播电视社会组织联合会演员委员会 / 爱奇艺 / 哔哩哔哩 / 抖音
快手 / 芒果TV / 咪咕视频 / 腾讯视频 / 优酷 / 微信 / 百度
猫眼专业版 / 骨朵传媒 / 艺恩数据 / 人民日报社新媒体中心 / 好乐无荒

蓝鹰平台 3.0 专业版于 6 月 20 日开启行业免费公测

文 / 美兰德传播咨询 融合运营中心

作为美兰德海量数据库资源的载体和“数智化”分析平台，蓝鹰平台从未停下更新迭代脚步，一直默默致力于为行业提供全面、及时、专业的智能化数据分析服务，新一轮改版升级的蓝鹰平台 3.0 涵盖渠道、内容、用户、品牌、公众人物全网大数据，7*24 小时全天候监测影视内容全网传播数据，成为融合传播数据分析的最佳工具。

升级后的蓝鹰平台全面优化多维标签影响力榜单、融媒体账号与融媒体产品全网监测分析，开放热播节目全网热搜及舆情实时监测等多个版块，致力于全面提升管理者的工作效率和决策效果。

一眼掌握传媒市场数据风云，助力内容创新力与融合运营力打造！蓝鹰平台 3.0 专业版全网免费公测今日重磅开启！

蓝鹰平台升级啦!
3.0 专业版全网免费公测开启
公测开始时间: 2023.06.20-2023.07.20

一眼掌握传媒市场数据风云
助力内容创新力与融合运营力打造

立即注册
臻享新版蓝鹰平台惊喜之旅

更细分
丰富多元的内容标签数据库
洞察细分垂类节目市场

更实用
呈现细颗粒度用户行为数据
助力用户运营与价值挖掘

更直观
持续新增权威排行榜类型
明晰市场竞争力与媒体融合成效

更全面
融媒体账号一键查询
全面了解融媒体矩阵运营状况

注册问题请与客服联系。电话:010-85653636转819

已注册

更细分

丰富多元的内容标签数据库，洞察细分垂类节目市场

更实用

呈现细颗粒度用户行为数据，助力用户运营与价值挖掘

更直观

持续新增权威排行榜类型，明晰市场竞争力与媒体融合成效

更全面

融媒体账号一键查询，全面了解融媒体矩阵运营状况

无论是剧集、综艺、纪录片、动漫，还是短视频、直播、融媒体活动等，都吸引着亿万用户的关注和消费。如何在海量视频内容中脱颖而出，如何评估视频内容的质量与影响力，如何应用视频内容进行有效的传播和营销，如何引爆全网热议，蓝鹰平台将成为您的最佳分析工具！

诚邀传媒行业、营销行业、公关行业、高校师生等不同群体用户参与公测，共同探索视频大数据的价值和应用。

欢迎扫描下方二维码，参与公测！



活动说明

蓝鹰平台专业版 3.0 行业公测活动将于 2023 年 6 月 20 日正式启动，为期一个月。公测期间，成功注册用户可免费使用蓝鹰平台，浏览和查询平台上的数据及分析结果，体验升级版的全新功能与服务。同时，公测期间蓝鹰平台将陆续上线更多版块与功能，欢迎大家不定期解锁彩蛋！

此外，为了感谢用户的参与和支持，蓝鹰平台专业版 3.0 行业公测还将进行以下优惠活动：

公测期间，将根据用户的试用情况和反馈情况，评选出 5 位“首席体验官”，活动结束后，每名“首席体验官”将获得蓝鹰平台一年的免费会员资格。

公测期间共开放 1500 个免费试用名额，每天将有 50 位成功注册名额。

公测期间，欢迎公测用户在社交媒体上分享蓝鹰平台的相关内容，活跃分享用户将有机会成为蓝鹰平台后续升级版本的“特邀体验官”，享受更多特权和福利。

公测期间，用户可以通过填写问卷或者反馈意见，帮助我们改进蓝鹰平台的功能和体验，活跃反馈用户不仅有机会成为“特邀体验官”，还将免费获得《2023-2024 视频融合营销白皮书》等美兰德最新年度研究成果报告。

如果你想了解视频内容的传播效果和价值评估，如果你想应用视频内容进行更好的传播和营销，蓝鹰平台绝对不容错过，赶快注册试用吧！

注：“首席体验官”免费会员资格权限与试用会员权限相同。

以“数据+咨询” 模式 助力每一位客户 赢在融合传播新时代



官方微信公众号



蓝鹰数据小程序



官方微博

融合传播与融合营销领先咨询品牌

脱胎于国家统计局，28载深耕中国传媒与受众市场
首批甲类涉外调查许可单位，世界银行官方认可调查服务提供商
国家高新技术企业，二十余项软件著作权