

中国综N代IP价值研究

2020年



研究背景

随着近几年在线视频平台对自制内容的不断加码，网络综艺作品迭出，并形成一些现象级IP。由此带动的口碑及流量效益，不仅吸引了越来越多的广告主持续加大对综艺领域的投入，也让相关的文化和产业焕发新机，从而形成内容与平台相辅相成的共赢格局。

2020年7月18日，《这！就是街舞》第三季在优酷独家热播，节目不仅在前两季的基础上进一步破圈，实现流量和口碑双赢，同时依托阿里生态，其衍生内容和商业化探索也拓展至更多的产业链环节中，从而构建起一个“街舞宇宙”。艾瑞将通过大数据分析结合行业研究，以《这！就是街舞》第三季为例，探索综N代的内容升级路径、商业变现空间，及其文化及产业价值，并尝试解答以下问题：当下综N代的成长性和IP价值升级路径为何？生态共振为文娱内容的商业变现提供了哪些新的可能？“内容+电商”综艺模式的发展趋势如何？综N代IP未来还有怎样的发展空间？



通过对2020年暑期档头部综艺的分析，艾瑞发现：

- 从综N代面临的外部环境来看，综N代IP化发展具有很大的潜力。
- 综N代整体流量表现与商业价值更为突出。以《这！就是街舞》为代表，节目三季以来，不仅实现了自身内容价值与商业价值的持续提升，表现出极大的创新力与成长性，同时横向来看，在口碑评价方面也领先于其他综N代。



- 《这！就是街舞》第三季有效带动优酷平台观看流量和用户规模的提升，并突破平台使用时长的高点。此外，节目还助力参演艺人与合作品牌实现了口碑传播力的提升。
- 从品牌视角观察，综N代IP的影响力有助于品牌营销触达全域，并有效转化。



互联网生态成熟促使内容变现模式再升级，“生态营销”将内容、品牌、生态三剑合一。综N代IP脱颖而出，实现产业化破圈：以《这！就是街舞》为例，依托阿里生态，这一综N代IP已经在包括电商潮牌、衍生开发、新零售、IP授权、线下演出及培训、艺人经纪等多个领域实现变现。



以《这！就是街舞》为代表，顶级综N代不论在内容价值还是生态共振上都已经实现了不俗的发展，未来综N代IP价值的突破点在于如何依托现有成熟的综N代IP实现履带式发展，构建IP宇宙，完成并可持续地运营“生态营销”模式。

综N代IP价值总览	1
综N代IP节目价值分析	2
综N代IP跨产业布局及效果	3
综N代IP价值趋势及建议	4

综N代IP价值总览 小结

综N代整体优势明显，《这！就是街舞》领跑综N代



外部环境有利于影视内容的IP化，综N代IP价值具备可持续发展性

从外部环境来看，无论是国家政策还是经济发展现状，都对头部影视内容提出了IP化运营的新要求。蓬勃发展的互联网技术与互联网生态亦在为影视IP积极赋能，受众需求也在拓展影视IP变现的新空间。在此前提之下，综N代IP价值被长期看好。



综N代整体流量表现与商业价值突出

综N代整体在高流量综艺中的占比更高，用户的观看时长也更长，综合收视、口碑传播、重复收视表现更具优势。在商业价值上，综N代无论在吸引品牌数量上，还是对品牌价值提升的助力上都更占优势。



《这！就是街舞》第三季领跑综N代，IP价值逐季提升

根据豆瓣公开数据显示，《这！就是街舞》第三季豆瓣口碑评分位列2020年暑期档TOP20综艺第一位。此外，《这！就是街舞》三季以来实现了内容价值与商业价值的持续提升。

综N代IP价值外部环境分析

外部环境有利于影视IP价值升级，综N代IP具备成长性

官方政策支持文创版权保护

中国版权保护中心成立“中国电影衍生品产业联盟”，国家版权局牵头成立“文创版权保护协作联盟”，维护产业链各方知识产权合法权益，促进版权资源整合运用，提高文创授权整体质量。

互联网环境催生出新的商业模式赋能全产业链。新技术的发展同样备受关注，AI技术、5G产业互联网等技术发展方向都将赋予IP价值升级新的想象空间。

互联网赋能与新技术发展

来源：公开资料收集。

国内经济总体平稳向好 IP产业发展潜力巨大

国内经济持续数年平稳增长，根据艾瑞咨询在2019年发布的《中国娱乐内容IP衍生产业研究报告》：

- 衍生品收入与影视内容收入的放大效应或为4倍；
- 2018年中国娱乐/人物授权商品零售额约为70亿美元；
- 对标美、日，中国未来市场空间有望为当前的3倍。

现今互联网的主要消费群体以年轻人为主，他们有较强的消费能力，且受教育程度普遍较高，期待通过消费完成自我态度的表达。综N代对消费行为的赋能满足了青年文化发展方向。

青年文化激励衍生品 消费需求



2020年暑期档头部综艺总览

本章节探究综N代的行业优势，为方便数据统计比较，艾瑞以2020年暑期档流量TOP20综艺为样本进行数据分析。暑期档流量统计的时间范围为2020年6月22日-9月6日，且筛选播出时间晚于2020年5月10日（包括5月10日）的节目。



来源：VideoTracker 多平台视频内容监测数据库（桌面及智能终端）。

注释：暑期档流量统计的时间范围为2020年6月22日-9月6日，且播出时间晚于5月10日（包括5月10日），按节目总设备数筛选TOP20，该页按拼音首字母顺序排列。

综N代整体流量表现更为突出

综N代在头部综艺中的占比更高，且平均观看时长更长

- 以前文所列的2020年暑期档的头部综艺来看，60%的暑期档头部综艺为综N代。
- 从用户观看行为进行分析，综N代节目平均单设备的观看时长超100分钟，高出新综艺12.2%，说明综N代节目的观众用户粘性更强。

SVC-2020年暑期档
头部综艺综N代数量占比



VideoTracker-2020年暑期档头部综艺
平均单设备观看时长对比



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20833

