

# "女性+"综艺内容生态价值 报告

©2022.6 iResearch Inc.

# 研究范围及数据说明

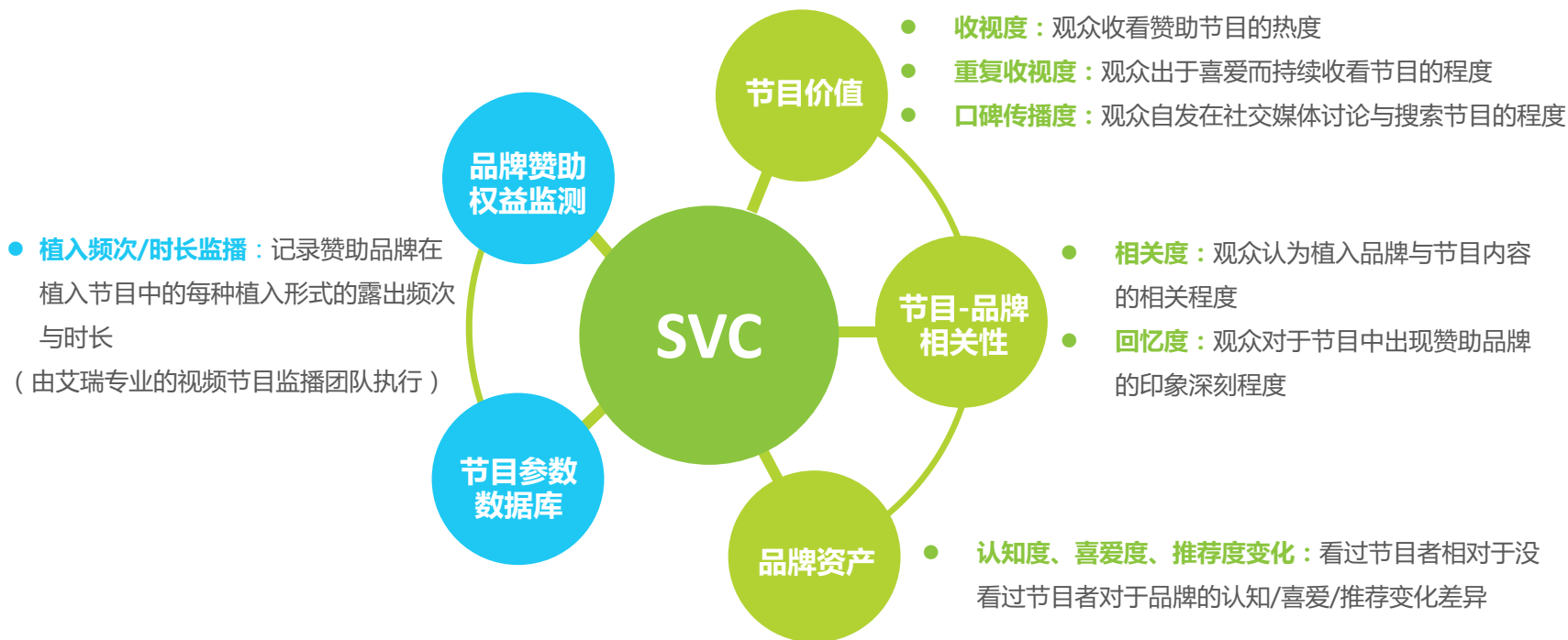
## 研究范围

- 1. 研究对象：**
  - 中国移动互联网网民
- 2. 研究范围：**
  - 中国移动互联网APP使用行为、视频浏览习惯、赞助曝光效果、网络舆情
- 3. 行业范围：**
  - 视频服务大行业下的在线视频

## 数据说明

- 1. 数据来源：**
  - 艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）
  - 艾瑞咨询 VideoTracker 多平台视频内容监测数据库（桌面及智能终端）
  - 艾瑞咨询 Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库
  - 艾瑞智研平台-消费洞察数据库
- 2. 数据统计时间：**
  - 2021年1月-2022年4月

# 数据定义及说明



- SVC(Sponsorship Value Creator)模型是艾瑞最新研发的针对视频节目品牌赞助效果的研究模型。该模型主要分为监播数据库与赞助效果指数两大部分。SVC模型引入了多种数据源，包括连续投放的问卷样本数据、社会化媒体监测数据、艾瑞自有产品监测数据、搜索指数数据、官方权威二手引用数据等。
- 为了方便直观对比赞助效果，我们将数据进行了指数化处理。以数据库中自2018年收录的452个综艺节目及1019个品牌得分均值作为基准值100，指数大于100说明赞助效果好于行业均值，指数小于100说明赞助效果低于行业均值。指数是定比类数据，可做加减乘除运算，例如赞助效果110可以认为是100的1.1倍。

来源：艾瑞Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库。

## 我们 为什么关注女性综艺？

随着近几年女性综艺的井喷式发展，女性综N代节目成为对焦社会问题、呈现女性痛点的载体之一。面对越来越多的同质化内容，观众也对女性综艺抱有更高的要求 and 期待：我们要看到的不只是光彩照人、能歌善舞的女明星，我们更需要看到的是，身为一个女性在社会生存中的真实现状，在社会刻板标准的桎梏下，当我们谈及职业、容貌、年龄、婚姻时，我们的选择可以是什么？我们可以打破束缚吗？

### KOL发声：亟需拓展内容深度

“话题基本围绕传统观念里，大众对“女性”的刻板印象展开。女艺人们融在脱口秀里的段子也基本是恋情、老公、孩子和外貌”  
——微博KOL：三联生活周刊

## 我们 选择什么样的女性综艺？

一个拥有强生命力的女性综艺，是需要留白给女性去诉说、发声的：有温度地呈现女性心声，安静地倾听女性娓娓道来，讨论同一个议题下的辩证思考与选择，在更多元的选择背后，拆解深层的社会问题，展现更多的包容、理解和共情。

### 打破刻板印象，有力量更有温度

“大众对女性容貌、工作、才华、学历的过度期待已经给女性带来了很大困扰...这可能也是节目想向大众传播的一个善意💖不要轻易否定任何人，每个女孩都有自己的价值”  
——小红书KOC：小桃子酱

“从明星、主播、运动员到一般职业的女孩，这个节目做的温柔且有力量”

——微博用户：咖啡q2

“女性+” 综艺发展洞察

1

“女性+” 综艺的内容价值及营销价值

2

“女性+” 综艺的商业价值及变现手段

3

# 综艺市场热逐女性赛道

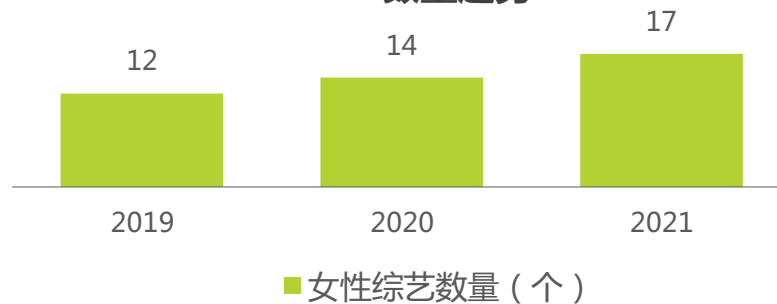
## 当仁不让的女性消费群体推动她综艺市场逐渐开阔

- 近年来女性群体无论是对综艺节目的内容消费或是经济消费都是中坚力量，综艺市场精准洞察核心受众需求，在大环境趋冷的态势下瞄准女性内容赛道，“她综艺”日渐呈现霸屏态势，希望通过撬动社会议题投射大众情绪。



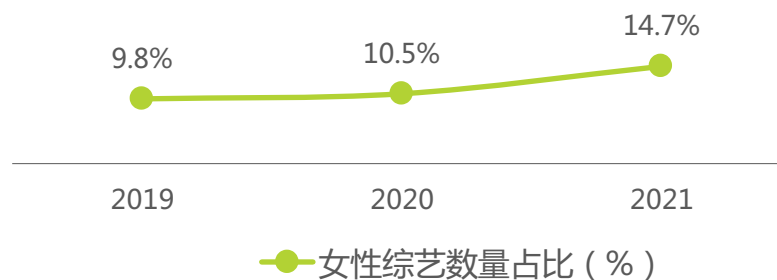
### SVC-2019-2021年综艺及女性综艺

#### 数量趋势



### SVC-2019-2021年女性综艺

#### 占比趋势



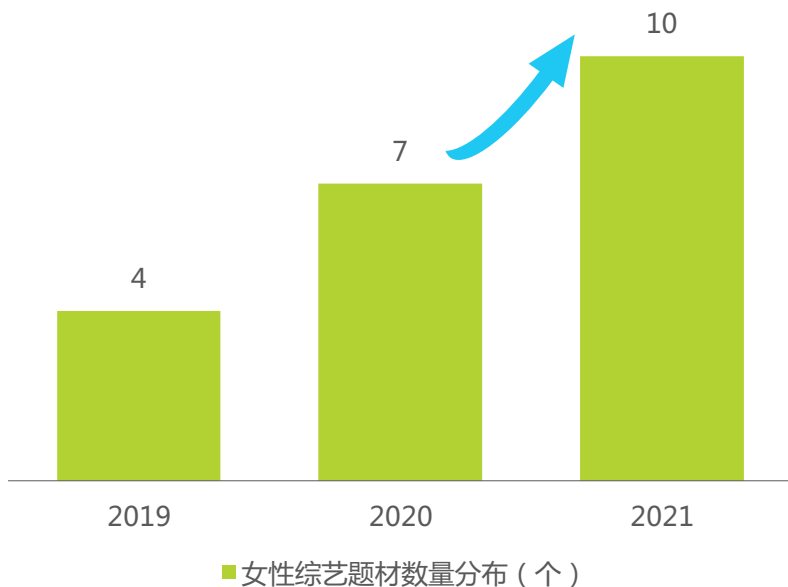
来源：艾瑞Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库。

# 她综艺题材的边界在不断拓宽中

## 她综艺不断探索新题材，力求内容形态更多元化

- 在类型表现上，“她综艺”不断从新群体、新视角、新话题等方面创新切入，2019-2021年的细分类型从4个提升至10个，力求站在不同年龄层、不同角色的女性视角多元布局，拓宽圈层影响力。

### SVC-2019-2021年女性综艺题材趋势



### 2021年女性综艺题材分布



来源：艾瑞Sponsorship Value Creator 赞助效果评估数据库。

# “女性+” 融合社会属性表达渐获关注

## 内容表达深度绑定女性议题，稳固IP价值与热度

- 近年来，“她综艺”内容矩阵不断丰富，“女性+”的主题逐渐打破年龄、内容、形式限制，不断尝试与其他元素的融合。通过不同角色的女性定位，触碰不同年龄层女性的痛点，拓宽受众与探讨的边界。在她综艺的视角下，**透过多元女性形象，精准聚焦热点议题，引导话题的深度和探讨的广度，传递社会正能量风潮。**



### 乘风破浪的姐姐第二季

聚焦已出道的30位年龄30+女艺人,重回舞台竞演诠释自信奋斗的“她力量”

TOP1内容互动量表现及所带话题：

#姐姐2成团之夜哪位姐姐是你的意难平# 544,752

节目平均互动=76

女性+  
励志成长

女性+  
家庭关系

### 婆婆和妈妈第二季

明星夫妻带着各自母亲一起旅行，聚焦婚姻、亲情以及代际沟通的“她家庭”间的关系思考

TOP1内容互动量表现及所带话题：

#夫妻的家就是婆婆的家吗# 593,076

节目平均互动=426



### 送一百位女孩回家第五季

### 我家那闺女第二季



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\\_42654](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_42654)

