

三大卫视跨年演唱会收视成绩出炉—— 湖南卫视居首 东方卫视垫底

最帅的电视剧男主角、最霸气的当代歌王、最火的真人秀明星……2014年12月31日,各路明星空降卫视跨年晚会占领荧屏!虽然巅峰时期全国13家卫视“百花齐放”的盛况已成过去,但三家卫视——湖南、浙江、东方的拼杀依旧惨烈。跨年夜群星闪烁,谁家才是最亮的那颗?据CSM50数据显示,2014年12月31日,“湖南卫视快乐中国跨年演唱会”收视率为3.995,收视份额为13.38,居三家卫视跨年晚会收视首位;“浙江卫视奔跑吧跨年演唱会”收视率为1.714,收视份额为5.34,收视排名居中;“东方卫视圆梦东方我们的梦跨年盛典”收视率为1.056,收视份额为3.11,跨年演唱会收视排名垫底。

当晚,获得跨年“准生证”的湖南、浙江、东方三家卫视齐出动,为观众上演一场精彩且残酷的“跨年三国杀”,影视歌综艺大咖齐出动。变身王子骑马登场的黄晓明,在东方卫视的舞台上为他的Baby公主戴上王冠,送上深情一吻,上演了一场融化跨年夜的童话爱情。在湖南卫视跨年舞台上,“史上最美夫妻档”杨幂刘恺威夫妇甜蜜献唱《想把我唱给你听》,还将独家婚礼视频带到现场,与观众一同回味温馨一刻。以“奔跑吧2015”为主题的浙江卫视跨年晚会,开场便在“跑男兄弟团”邓超、王祖蓝、郑恺、陈赫、李晨的引领下嗨翻全场。

本报综合消息



>>>

跨年晚会:火了十年 亏了十年

跨年晚会之战终于在1月1日晚落下帷幕。走过10年光阴的卫视跨年,一直是卫视争夺收视率的最佳利器,也是评定其江湖地位的标准之一。10年间,曾出现过16家卫视烧钱火拼的盛况,也经历过在节俭令下数量骤减的命运。当大家以为跨年晚会以极高的收视和网络话题度吸引着人们的眼光,依旧风光无限时。却不知它一直是桩亏本赔钱的“买卖”。眼花缭乱的背后,究竟是什么支撑着它一路向前?明年此时,它又路在何方?

A 跨年晚会没人看? 收视最高破3 逆天话题赛过春晚

2015年卫视跨年晚会在节俭令的制约下,仅有东方、湖南、浙江三家卫视拿到通行证,而江苏与安徽两家卫视则以时间差的方式,在次日进行了新年演唱会。根据全国网络数据显示,湖南卫视以3.995的收视率拔得头筹,连续十年获得第一;浙江居中,成绩较靠后的是东方卫视。

收视成绩自然也是卫视举办跨年晚会的直接目的,但随着新媒体的发展,跨年晚会所引发的网络效应及口碑,也是卫视欲借此赚足眼球、提升品牌的关键。2014年12月31日晚会播出当晚,在微博实时热搜榜单中,有关湖南卫视跨年晚会的热门话题高达11个,“陈学冬前女友”、“杨幂假唱”等话题指数更一度迅速登顶。隔天的江苏卫视新年演唱会和安徽卫视国剧盛典,晚会的热门话题在前二十的热搜榜单中也占据了一半以上。当然百度指数、贴吧评论数等也相当可观,话题热度几乎赛过央视春晚。

B 跨年十年既繁华也很辛? 表面风光 却是赔钱的买卖

一晃十年,从2005年湖南卫视的一枝独秀,到如今国内一、二线卫视的集体发力,跨年晚会已经成为继央视春晚后又一晚会文化现象。这十年中,曾经有过一晚16台晚会扎堆、烧掉两亿人民币的“盛世”。也是在这十年里,跨年晚会经历了从起步到高潮,再到理性的变迁。而不变的是,跨年晚会表面风光的背后,是不赚钱,甚至赔钱的尴尬境遇。

2005年,湖南卫视将卫视跨年作为选秀热潮的衍生物,2011年飙升至16家,“血拼”程度令人咋舌。而表面的盛世过后,跨年晚会则面临业内质疑,“概念撞车”、“内容雷同”、“明星跑场”、“跨年无新意”的争议越来越多。2013年,节俭令为日渐膨胀的卫视跨年设下门槛,每年只限三家的规定让卫视跨年瞬间降温。趋向理性的跨年晚会赢得一如既往的高关注度,但它依旧是一桩“赔钱买卖”的命运。

最初几年,跨年晚会这个新鲜概念让观众惊艳,也很容易吸引到广告商。但这几年随着跨年晚会失去新鲜感,广告商的兴趣也随之降低,不少跨年晚会离最初预期收入差距明显,甚至一直亏钱。有业内人士透露,跨年晚会十年来,挣钱的是少数,赔钱的是多数。就连湖南、浙江这些一线卫视,在跨年黄金时期,最多也就挣300万。以这次跨年晚会为例,几家跨年晚会清一色赔钱,湖南卫视投入约1140万,收入约1130万,是四家卫视中赔钱最少的;江苏卫视赔近100万,东方和浙江赔掉约200万。



黄晓明 & 杨颖

C 卫视赔钱办跨年图个啥? 打响知名度 开拓新市场

十年来,跨年晚会虽经历种种波折,热度却一直高居不下,观众依旧是愿意买单的。然而作为卫视本身,每年冒着赔钱的风险,花高价请明星、投巨资做舞美,即使遭遇节俭令的“紧箍咒”打压,依旧乐此不疲,究竟是图个啥?某卫视负责人Z女士向记者透露,每年底卫视的跨年晚会是一个证明实力、树立品牌的机会。“哪个明星选择了你,似乎就证明有王牌卫视的明星资源实力,也能证明平台的品牌号召力。赔了200万,却获得口碑,就当打广告了”。

今年江苏卫视新年演唱会的两位招牌人物周杰伦和陈奕迅,据透露,两人的演唱身价均突破150万,重新复出的杨钰莹参加湖南跨年的酬劳也在60万—80万之间。而一般卫视跨年晚会的参与明星不会低于20万,这些钱都从哪儿来呢?某卫视研发中心张先生告诉记者,广告主的资金是填补跨年赔钱缺口的重要来源。“每个跨年演唱会背后都有一个企业和品牌的身影,并且这个品牌会成为卫视跨年的关键成因,如这次东方卫视跨年的冠名商董事长就明确提出,冠名的要求就是要有许巍加盟。”

D 跨年十年路在何方? 省钱 + 打时间差 + 概念多元化

卫视跨年走过十年,如今进入迷茫的瓶颈期,明年此时的它将何去何从?继续厮杀?还是继续烧钱?电视人赵斌对此表示,排名十之后的卫视,真没必要赶潮流做跨年,就算做了也只能沦为炮灰;而排名十以上的卫视,哪怕是真烧钱,也得做。但到底怎么做?他提出了三点建议。

第一,省钱。最直接的省钱方式就是,少用大腕多用自己人。“综艺”、“热剧”子弟兵都可派上用场。另外,不要太刻意“直播演唱会”,录播不仅能省钱,还可以避免出错。

其次,打时间差。每年的跨年大战均出现抢明星、抢观众的局面,实际上这并不利于市场的良性竞争。如果各家卫视能自觉打时间差,无疑会优化竞争环境。

第三,概念多元化。突破跨年的方式首先在于,不要拘泥于“演唱会”的形式,比如已经办了6年的安徽卫视“国剧盛典”,就是改良版的跨年晚会,效果十分不错。(腾讯)



杨幂 & 刘恺威

