

昨日下午,2017 优酷春集在北京举行。作为娱乐潮流中心,优酷从去年起首创春集和秋集,一年两次对外发布重磅策略和内容新品。春集秋集不但引领娱乐内容消费的风潮,更进一步影响产业走向,已成为行业流行趋势的风向标。此次春集优酷一口气发布了50部剧综新品。其中包括了《长安十二时辰》、《将军在上》、《醉玲珑》、《归去来》、《丽姬传》、《烈火如歌》、《春风十里,不如你》等重头项目;综艺方面,既有超级网综《火星情报局》衍生出的《火星实验室》和火星学院,更有《周六夜现场》(Saturday Night Live,简称SNL)、《极限挑战3》、《2017快乐男声》、《脑洞大开》、《超次元偶像》等头部节目,《晓说2017》、《了不起的匠人》第二季、《再见李敖》、《呵呵呵》等垂直爆款。发布会上,秦汉、马思纯、盛一伦、张彬彬、徐娇、陈翔、高晓松、张绍刚、胡海泉、贾玲、岳云鹏、杨乐乐、阿拉蕾等艺人的到来更让现场星光熠熠。



优酷春集力推 50 部剧综新品

超级剧集实现跨媒体联播

去年秋集,优酷发布3+X剧集策略,即聚焦欢乐喜剧、热血青春、纯美绝恋3大剧集类型,并将此外具有爆款潜质的超级热剧归为X系列。年初,纯美绝恋大剧《三生三世十里桃花》优酷破百亿播放量领跑全网,《热血长安》以50亿播放量、首度CG特效模拟实景技术开创热血题材新纪元。

大内容时代的生态化玩法下,网台关系将达到前所未有的亲密联动。电视剧、超级网剧都已无法准确界定这个时代的剧集内容。阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群总裁杨伟东宣布超级网剧升级为超级剧集,优酷也将从剧集的单一播出升级到全链路参与,从网台自主排播升级为跨媒体联播,实现剧集从价

值、影响力到排播效率的最大化。

发布会上,一系列超级热剧亮相。马伯庸小说改编、曹盾执导的《长安十二时辰》,将首次实现剧集、电影、游戏、音乐、广告、衍生品等IP生态链全打通;此外还有马思纯、盛一伦的错位传奇爱情《将军在上》,刘诗诗、陈伟霆醉心演绎国内首部双时空奇幻巨制《醉玲珑》,唐嫣、罗晋情侣档再联袂的都市情感大戏《归去来》,苗侨伟、黄宗泽、吴卓羲集结TVB超级网剧新作《飞虎战队》,林峰主演的顶级玄幻IP《大泼猴》等。

重磅超级剧集则有张一山、周冬雨演绎冯唐小说改编的《春风十里,不如你》,迪丽热巴、张彬彬再度联手的纯美绝恋大剧《丽姬传》、《烈火如歌》,优酷也将把前两

部剧集向电视台输出,实现跨媒体联播。

热血青春大剧包括欧豪海铃演绎的中国软科幻扛鼎《天意之秦天宝鉴》,吴奇隆任艺术总监陈翔主演的穿越鼻祖《寻秦记》。这两部也是优酷主控、全链路参与的剧集。此外,还有侯明昊、贺军翔、周雨彤、秦汉演绎的黑色偶像剧《寒武纪》,五百监制潘粤明主演向美剧致敬的中国首部冷硬派侦探罪案剧《白夜追凶》,继《终极一班4》之后优酷与流星花园制作团队再度联手推出的终极系列新重磅《终极三国2017》,郑业成、安悦溪演绎脑洞大开的古装科幻《颤抖吧,阿部!》,陈若轩、徐娇跨次元新作《光年》,阿里影业和白一骢工作室打造的《SCI谜案集》等——热血亮相。

超级网综强化“头部”影响力

综艺方面,阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群高级副总裁王平现场分享了优酷超级网综“让头部更头部”和精准网综“新需求、新情绪、新圈层”的两个打法。王平表示:“超级网综强化头部号召力,把头部影响力做到最大。垂直品类V系列精准网综则更关注人口红利消失后,由用户心理和情绪变化唤起新的内容力,它将是新的流量和内容消费的来源”。

2017 优酷春集发布的脱口秀节目中,超级网综标杆《火星情报局》迎来第三季,优酷将联合银河酷娱推出系列衍生节目,升级为《火星节目带》、《火星实验室》、火星学院全方位立体打造火星生活。张绍刚急智问答脱口秀《脑洞大开》,明星与素人神回复比拼脑洞。喜剧类上,优酷将全球影响力最大的喜剧节目《周六夜现场》(Saturday Night Live,简称SNL)落地中国,年轻用户将体验到最顶级喜剧明星与最当红偶像

之间的化学反应。真人秀《极限挑战》第三季即将到来;《极限男人帮》原班人马再掀风云。《花儿与少年3·冒险季》,跟着爱豆来一场“能走多远就走多远”的疯狂旅行。在偶像养成上,有着全民收视基础及品牌影响力的《2017快乐男声》首度从台转网;“最强出道”的口号也带来最新最酷的赛制玩法。何炅操刀《超次元偶像》,用真人秀方式记录娱乐圈学徒在“娱乐圈职场”从新人成为超级偶像的进阶之路;黄秋生和王牌经纪人霍汶希亲临现场《王牌经纪人》让除了唱歌外具备其他才艺的年轻人也有实现梦想的舞台。《美少年学社》打造全网第一名校,萃取亚洲文艺美少年,汇聚全球演艺名师,社长金星诚邀入学。全民追捧的亲子类综艺,优酷则提供了2个有趣的视角《厉害了爸比》,展现爸爸与小孩之间的真实互动;全球首档孩子与狗的爆笑成长挑战赛《小手

牵小狗》,萌娃与萌宠将再创话题神话。音乐类节目《我想和你唱2》,和汪涵、韩红一起加入星素嗨唱派对。

除了超级网综,优酷在实现“新需求、新情绪、新圈层”的精准网综上也是独树一帜。V系列目前包括了文化、游戏、社交三大类节目,旨在探索出一条精准定位用户需求与兴趣的内容创作之路,在超级网综的内容承载外形成新的内容驱动力。此前优酷《看理想》《一千零一夜》《圆桌派》和《了不起的匠人》都获得了口碑流量的好成绩。本次春集上,高晓松携《晓说2017》现身,回归后谈论古今的《晓说》开播首周访问量即突破千万;《了不起的匠人》第二季也已在优酷再度起航;《再见李敖》是文化大师李敖人生告别的全球独家真人秀,且看一代大师传奇一生的终极谢幕;《呵呵呵》则是独辟蹊径的酒后真人秀,歌手胡海泉做客将呈现真实的百态人生。

内容消费变成体验消费

在阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群总裁杨伟东看来,内容的生产、发行、宣推、变现,都已经无法仅仅依赖单一平台的能力,而是要求生态平台的操盘能力。杨伟东表示:“未来碎片化或孤立的内容生产会越来越吃力,谁具备生态化的思考和执行,谁就更具生命力。”

Digital 和 Data 加速了内容和科技的融合,大规模赋能内容产业,宣告了基于跨媒体平台的“大内容”已经到来。这也要求视频平台必须具备生态级的生产和消化能力,深度参与全产业链,在大生产、大运营和大宣发的思路下突显生态化平台的整体协同能量”。对于大宣发的爆款

加速效应,阿里巴巴文化娱乐集团市场高级副总裁杨振表示:“大内容时代,用户对娱乐内容的消费,除了剧集和综艺本身外,还有对这些内容所形成的文化潮流的追随。大宣发就是给这种消费造势;一半好戏在戏外”,内容消费由此变成一场体验消费。”北京晨报记者 冯遐

