

10台春晚混战 今年谁拔头筹

春晚之战开启

据北京商报记者不完全统计,今年包括北京卫视、江苏卫视、湖南卫视、辽宁卫视等多家卫视在内,共有10家卫视已安排相关春晚,并邀请诸多明星加盟。而如往年一样,吉林卫视和湖南卫视的春晚已分别在北方、南方的小年夜打响头炮,此外在1月22日晚间,安徽卫视春晚则将与观众见面,同时其他多家地方卫视春晚也已相继完成彩排与录制的工作。

多台春晚的出现,证明了各大卫视对于该类产品的重视程度,但由于不断有新娱乐方式出现,因此也曾有声音对春晚的吸引力产生担忧,然而数据显示,春晚依旧是春节最大的IP。

据1月20日百度发布的春节大数据报告发现,通过对春节期间的搜索及资讯阅读热度进行统计后发现,近三年春晚的热度不降反增,且在2020年热度预计将提升23%。与此同时,观众对春晚也有更为多元的态度以及期待。观众张女士表示:“在选择春晚平台会上更加关注有自己喜欢艺人的节目,并不局限于看某个春晚,可能都会看”。同时也有观众仍偏向观看央视春晚:“能与朋友有更多共同话题”。

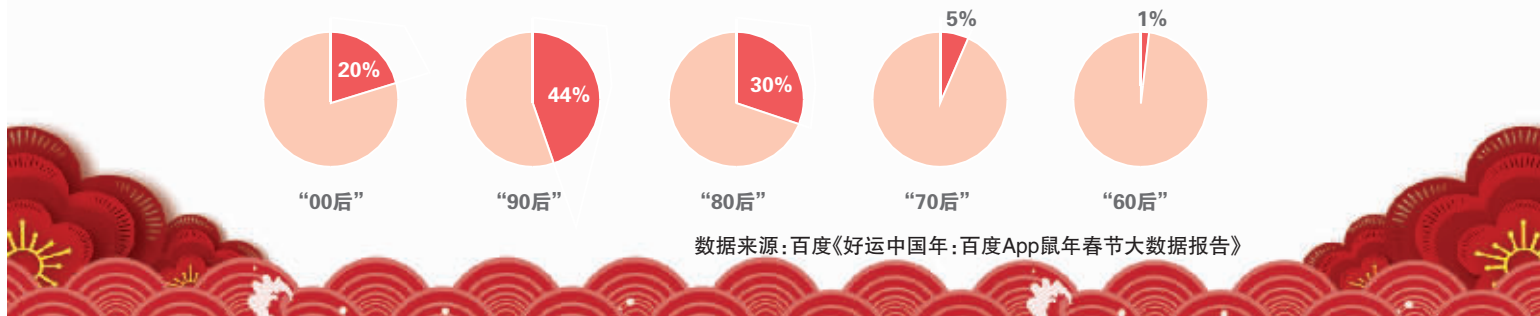
电视评论人“电视节目创新引擎”相关负责人认为,卫视举办春节晚会主要为了扩大影响力,某种程度上在商业收益方面也有相应的考量。而从内部管理方面考虑,举办晚会也能够帮助锻炼卫视的人才队伍。

此外,在天津师范大学新闻传播学院教授陈立强看来,春晚是一个仪式化的产品,并在中国传统的佳节春节进行特定的仪式传播,具有非常鲜明的文化意义以及媒体价值。地方台办春晚,在一定程度上是在刷存在感,象征意义亦会大于它的实际意义。而比较强势的一线卫视,则通过春晚传播来聚集人气,



观看春晚已经成为过年的习俗,但提供给观众的选择并非只有央视春晚。据北京商报记者不完全统计,今年至少有10家卫视已筹备了自己的春晚,其中在1月22日晚间,安徽卫视春晚便将登台亮相。多档春晚的出现,无疑加剧了市场竞争,为了进一步提高竞争力,各大卫视也在内容主题设计、时间安排、播出渠道和宣传方式等方面进行筹划,吸引观众的注意。一场春晚引发的混战,也由此正式打响。

关注春晚相关话题的不同年龄段分布



比如湖南卫视、东方卫视,不仅仅是刷存在感,也具有相应的传播效应。

多渠道打差异化

10台春晚的较量,现已正式开启,而为了能够获得更大的市场并引发观众的注意,各大卫视除了在嘉宾阵容上进行排兵布阵外,也在通过不同方式谋划差异化布局,这也令2020年的春晚出现了新的变化。

以央视春晚为例,公开资料显示,今年将采用中央广播电视总台首创的虚拟网络互动制作模式(VNIS),实现首次春晚VR直播,此外还将首次制作8K超高清电视版2020春晚,

并首次发行《2020·春晚》直播电影。在影视独立评论人周歌看来,融合新技术是很好的一个展现晚会的方式,且现已有不少卫视的春晚加入了VR、AR、全息等技术来增强观众的观感体验。

在新技术和新形式出现的同时,各大卫视还打起了时间差。北京商报记者观察发现,10台春晚最早的已在小年夜当晚实现播出,最晚的则在大年初一与观众见面,如北京卫视、东方卫视等。按此进行计算,从第一台开播到最后一台播出结束,中间横跨约一个星期的时间。业内人士认为,每台春晚全程均需数个小时,尽管大年三十是阖家团聚的时间,也是一家人观看春晚的高峰期,但若所有春

晚全聚集于此,难免会形成较大的竞争,反而是分散性播出能够形成更好的播出效果。

对于一台晚会而言,内容的设置无疑是吸引观众的关键,各大卫视也为此耗费不小的精力。陈立强表示,从不同春晚的节目内容可以看出,各地方卫视都会结合各自相应的特色:如辽宁卫视的春晚就会以地方性的小品为主,并凭借这些地方特色使其具有一定的影响力。而相应地,其他电视台如湖南卫视则以自身的演员、明星的优势来制造看点”。

此外,强化与观众的互动也已成为春晚不可或缺的一环,且现阶段各大卫视已纷纷与相关平台合作,如央视与快手的合作、辽宁卫视与抖音的合作,再加上各个视频平台的直播,

这均成为各大卫视争夺观众的有力武器。

推陈出新谋升级

春晚在国内观众心里的地位已不言而喻,如今春晚还走出国门,实现更大的影响力。其中在迪拜国际机场,现阶段该场所的电视屏幕上已循环播放央视春晚的宣传片,且日前还宣布将于大年三十在机场内全程转播央视春晚。而据媒体报道,美国、英国、日本、巴西、新加坡、阿联酋、马来西亚、泰国、老挝等国家的近280家媒体则将对央视春晚进行部分或全程转播。此外,由湖南卫视制作和播出的华人春晚,也通过湖南国际频道、芒果TV、YouTube等平台面向全球70多个国家播出。

随着春晚的影响力逐渐扩大,如何进一步令春晚实现升级也显得愈发重要,而这也是各大春晚能够在竞争中脱颖而出的关键因素。

陈立强认为,要做好春晚首先需要寻找各自的强项,同时还要寻找相应的节目爆发点;目前来看,地方卫视节目存在的最大不足就是地方特色不够,差异化不明显,不够个性化。在不少观众眼里,春节晚会节目基本都是歌舞为主,主题上、节目上都缺乏大面积的个性化和创新”。这一点也得到电视评论人、“电视节目创新引擎”相关负责人的认可,并表示需要在内容、形式上出新,同时节目编排方面也要进行相应的创新。

而对于现阶段春晚不断涌现的各式新技术,陈立强则强调,新技术的引用加持仅仅只是一个加分点,最根本的还是要内容为王,好看才是关键。此外,在营销方面,应作为一个媒介事件来进行营销;从今年整体情况来看,营销强度并不是很大,这可能也跟当下的语境存在一定关系,所以不少卫视在今年都显得较为低调,没有推出太大的营销”。

北京商报记者 郑蕊 实习记者 伍碧怡

数据
DATA

打开数据之门

寻找辅助产业钥匙 构建赋能行业平台

订阅方式

全年订阅特惠价 **240元/年**

订阅全年赠送全年数字版

零售价: **22元/期** **55港币/期(港澳)**
数字版: **88元/年**

银行汇款

开户银行: 华夏银行北京东单支行

开户名称: 北京经联互动科技有限责任公司

银行账号: 10257000000739923

邮局订阅

国内邮发代号 2-558

订阅热线

010-64101980

扫码订阅

