



中国影视产品 网络满意度研究

(2017)

浙江传媒学院受众满意度研究团队 著

中国社会科学出版社

中国影视产品 网络满意度研究



浙江传媒学院受众满意度研究团队 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国影视产品网络满意度研究. 2017/浙江传媒学院受众满意度研究
团队著. —北京: 中国社会科学出版社, 2017. 9

ISBN 978-7-5203-1557-9

I. ①中… II. ①浙… III. ①电视电影—调查研究—中国—2017
IV. ①J905. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 288458 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 陈肖静
责任校对 刘 娟
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 9 月第 1 版
印 次 2017 年 9 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 24.25
插 页 2
字 数 352 千字
定 价 99.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010-84083683
版权所有 侵权必究

前 言

建立和完善文化产品与要素（电视剧、综艺、电影、明星）综合评价体系，直接服务于文化产品的生产、传输、播出机构，直接服务于社会大众，成为当前发展文化产业的一项十分重要和紧迫的工作。

要求很明确。文化企业把社会效益放在首位是党和政府的一贯要求。十六大报告（2002）最早提出“发展各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求，始终把社会效益放在首位”。^① 十七届六中全会（2011）进一步明确“发展文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径。必须坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，推动文化产业跨越式发展，为推动科学发展提供重要支撑”。^② 十八届三中全会（2013）通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中再次明确，“坚持以人民为中心的工作导向，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，以激发全民族文化创造活力为中心环节，进一步深化文化体制改革”。^③

① 中国经济网：《全面建设小康社会，开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》，http://www.ce.cn/ztpd/xwzt/guonei/2003/sljsanzh/szqhbjl20031009_1763196.shtml。

② 新华网：《中共十七届中央委员会第6次全体会议公报（全文）》，<http://news.sohu.com/20111018/n322602913.shtml>。

③ 新华社：《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，http://www.gov.cn/jrzg/2013-11/15/content_2528179.htm。

任务很具体。2012年8月,广电总局规定广播电视节目综合评价体系中思想性、创新性、专业性、满意度、竞争力、融合力等六个品质评价内容的权重不低于总体的60%;收听率、收视率数据的权重不超过总体的40%。^①2015年9月,中共中央办公厅、国务院办公厅发文规定“研究制定文化企业国有资产监督管理办法,充分考虑不同类型国有文化企业的功能作用,明确社会效益指标考核权重应占50%以上,并将社会效益考核细化量化到政治导向、文化创作生产和服务、受众反应、社会影响、内部制度和队伍建设等具体指标中,形成对社会效益的可量化、可核查要求;科学合理设置反映市场接受程度的经济考核指标,坚决反对唯票房、唯收视率、唯发行量、唯点击率”。^②

实践很困扰。现有评价体系无法满足对电视剧、综艺节目、电影、明星等文化产品和媒体社会效益进行量化考核和规范的需要。对此,学界和业界都没有良策。社会效益和品质评价是态度指标,Wicker等人认为“态度与行为的直接相关程度很低,以至于心理学家遇到了前所未有的挑战”,态度指标的测量,态度指标与行为指标的关系研究并没有取得重大突破。^③学界对评估体系态度指标的合理性与测量的客观性、科学性和可操作性缺乏理论指导。业界也疑问重重。2016年12月,在总局召开的全国广播电视节目综合评价体系建设工作座谈会上,徐立军(CSM总经理)对节目综合评价体系的核心问题提出疑问:社会效果如何有效测量?谁来评价节目的社会效果?用什么指标来测量?这个指标的信度、效度如何?^④

我们在努力。浙江传媒学院管理学院“视频节目受众满意度研究”团队,长期关注用户的态度效果测评,同上海易步信息技术有限公司共

① 刘燕南、张渤、刘双:《电视评估体系的顶层设计与基层实践——来自电视台一线的报告及思考》,《现代传播》2015年第8期。

② 新华网:《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》, http://news.xinhuanet.com/zgjc/2015-09/15/e_134624230.htm。

③ 张红涛、王二平:《行为关系研究现状及发展趋势》,《理科学进展》2007年第1期。

④ 国家广电智库:《全面深入开展广播电视节目综合评价工作,田进提“四个坚持”》,2016年12月21日, <http://www.3023.com/170/460100.html>。



同开发“浙江传媒学院视频监测与分析系统”。该系统基于互联网大数据和人工智能技术,通过计算机自动获取网络新闻、微博、论坛、弹幕、微信、视频网站中的评论等大量数据,并进行语义分析,计算出网民对于娱乐视频和明星的褒贬值(-5到+5),成为对媒体产品和明星的社会效益进行评价的可量化、可核查、日常性指标。本书正是我们研究的成果。

《中国影视产品网络满意度研究(2017)》分上、下两篇。上篇是数据分析,通过对于中央电视频道、省级上星频道于2016年6月至12月黄金时段播出的206部电视剧、102档综艺节目的褒贬情况进行深入分析,主要结论和观点如下:

- 基于大数据和人工智能的褒贬值(-5到+5),是媒体产品和明星的社会效益评价的可量化、可核查的日常指标。【第一章】

- 对308个有效监测节目的分析发现,综艺节目(102档)的褒贬值(1.01)高于电视剧(206部)的褒贬值(0.80),达到极显著水平。【第二章】

- 对215个有效监测节目的分析表明,微博的褒贬值同广视索福瑞、尼尔森网联两家公司的收视率、市场份额的相关系数全为正值,且同尼尔森网联的收视率和市场份额,广视索福瑞的城市网收视率、省网市场份额到达显著相关,同广视索福瑞城市网市场份额达到极显著相关。【第二章】

- 同褒贬值的数据一样,71档综艺节目的豆瓣评分的平均值(6.476)高于193部电视剧的平均值(5.992),达到显著水平【第二章】。

- 308个有效监测的电视剧和综艺节目中,149个首播节目的豆瓣评分与褒贬值显著正相关。【第二章】

- 56部电视剧的克顿口碑指数、褒贬值、豆瓣评分分析显示,克顿口碑指数与褒贬值显著正相关。【第二章】

- 综艺节目的资源利用率最高。整体资源利用率大于1,从2010年的157.82%上升到2016年的224.59%。省级上星频道综艺节目的资源利用率最高,从2010年的187.34%上升到2016年的263.01%。【第三章】

- 7个月综艺节目褒贬值分析显示,综艺节目数量逐月增加,月度褒贬值均逐月提升;室外综艺节目的褒贬值高于室内综艺节目的褒贬值,季播综艺节目的褒贬值高于周播综艺节目的褒贬值;湖南、浙江、江苏、东方等卫视综艺节目的节目数领先,但褒贬值没有优势。【第三章】

- 综艺节目播出频道集聚明显,浙江、东方、江苏和湖南等四家卫视播出52档综艺节目,占半壁江山(50.45%)。【第三章】

- 按原始褒贬值计算,浙江卫视、江苏卫视、湖南卫视的褒贬值没有优势;按排序量化的褒贬值频道总评分,浙江卫视、江苏卫视、湖南卫视领先。【第三章】

- 重大题材电视剧褒贬值(0.951)在一级题材中拔得头筹,重大革命题材电视剧褒贬值(1.086)在二级题材中再次登顶。【第四章】

- 电视剧《解密》褒贬值遥遥领先,新闻、论坛、微博结构平衡,6、7、8月褒贬值连中三元,高居榜首。【第四章】

下篇为相关研究。围绕电视剧、综艺节目、明星褒贬值展开不同视角和深度的分析,同时进行态度指标与行为指标预测效果、情感人工分析同系统褒贬值的对比、节目价值观导向等拓展研究,主要结论和观点如下:

- 电视节目满意度国内外研究成果较为匮乏,主要原因是行为指标(收视率、点击量等)数据丰富,而态度指标(满意度、褒贬值等)数据奇缺。【第五章】

- 电视节目评价指标体系的实然与应然不协调。应然很丰满,社会效益放在首位,不小于50%,行为和态度指标并重;实然很骨感,社会效益测量和评价的理论和方法缺位,行为指标负担过重。【第五章】

- 在同质竞争的喜剧综艺节目中,《喜剧总动员》的收视率和态度指标(褒贬值、豆瓣评分)均好于《跨界喜剧王》,《笑傲江湖》的态度指标高于《我为喜剧狂》。【第六章】

- 央视三套的综艺节目叫好又叫座,收视率前50的综艺节目中,中央三套的6档节目进入收视率前10,5档节目进入褒贬值前10,且节目类型全面。【第六章】

- 《奔跑吧，兄弟》与《极限挑战》分析显示，小鲜肉（鹿晗和张艺兴）提升节目的收视和褒贬值，但特邀嘉宾的作用不突出。【第六章】

- 电视剧讨论周期与播出周期一致，且首轮播出高于重播。【第七章】

- 电视剧讨论量同褒贬值呈现一定的负相关性，但讨论量最高的20部电视剧的微博褒贬值最高【第七章】

- 电视剧制作公司开始集聚，且其节目的褒贬值高。浙江华策影视股份有限公司和慈文传媒有限公司各制作了8部电视剧，且浙江华策影视股份有限公司制作的8部电视剧的平均褒贬值为1.215，远高于206部电视剧的平均褒贬值（0.80）。【第七章】

- 小鲜肉和小花的褒贬值高。出生时间越迟，出道时间越晚，且未婚明星的褒贬值高，达到显著水平。【第八章】

- 明星本名和昵称的褒贬值没有显著差异。【第八章】

- 小鲜肉和小花对比，小鲜肉对电视剧和综艺节目褒贬值的提升均高于小花。【第八章】

- 用态度指标对美国2016年网民大数据的研究显示，褒贬度、话题倾向等态度指标同关注度、粉丝量等行为指标等预测结果一致，特朗普获胜。【第九章】

- 态度指标预测需要考虑时间变量，越靠近大选前的净褒贬度越接近最终结果。【第九章】

- 社交媒体中对不同事件的情绪化表达，观点鲜明，形成话题的倾向性，最终影响决策选择。【第九章】

- 随机抽取50期《非诚勿扰》节目，进入男生权利的优秀“剩男”，无论是否牵手成功，他们的择偶标准中精神取向类排第一，但偏重个人特质；自我条件介绍中物质取向类排第一，但偏重社会属性。节目符合社会主流价值观的导向。【第九章】

- 对两期《金星秀》节目的弹幕数据人工褒贬值分析显示，同机器褒贬值分析的趋势一致，金星个人魅力是节目成功的关键。【第



九章】

我们在成长。虽然我们相信，随着大数据和人工智能的发展，使用态度指标进行准确的日常监测一定能实现，预测效果一定能大幅提升。但在对文化企业制作和播出的文化产品（电视剧、综艺、电影）和明星的社会效益等态度指标的可量化、可核查、日常测评的长征中，我们刚刚起步，晃晃悠悠，走在乡间的小路上，路很远，道不平。书中肯定有不少挂一漏万、思虑不周、以偏概全之处，恳请读者批评指正。

仅以此书抛砖引玉，推动社会各相关部门对网民的消费态度、进而对媒体的社会效益、社会责任予以关注，群策群力，共同论证和规范文化产品与要素的生产与消费各过程的有效测量的理论方法和实现途径。

目 录

前言	1
----------	---

上篇 数据分析

第一章 测评对象及方法	3
第一节 浙江传媒学院视频监测与分析系统	4
第二节 数据	13
第三节 人工智能与语义分析	22
第二章 褒贬值总体测评	27
第一节 整体情况	29
第二节 褒贬值与收视行为指标相关分析	35
第三节 多维数据指标比较	54
第三章 综艺节目褒贬值分析	81
第一节 综艺节目分类	81
第二节 总体评价	92
第三节 月度评价	100
第四节 播出频道评价	125



第四章 电视剧褒贬值分析	134
第一节 总体评价	134
第二节 月度评价	143
第三节 播出频道评价	183

下篇 相关研究

第五章 电视节目满意度文献综述	193
第六章 综艺节目研究	215
第一节 喜剧综艺节目同质竞争分析	215
第二节 收视 TOP50 综艺节目的褒贬值分析	229
第七章 电视剧研究	247
第一节 电视剧褒贬值的热度与强度分析	247
第二节 基于电视剧制作公司收益的褒贬值研究	285
第八章 明星褒贬值研究:明“新”值更高	300
第九章 拓展研究	324
第一节 基于 2016 年美国大选的态度指标预测效果探索	324
第二节 优秀“剩男”的择偶标准 ——《非诚勿扰》价值观导向探索	343
第三节 《金星秀》弹幕的多维情感分析	354
后记	373

上篇 数据分析



第一章 测评对象及方法

用户对媒体产品和明星的接受与认可程度，就是媒介产品经济效益和社会效益的直接体现。对直接的经济效益，国内外主要利用收视率、发行量、票房、点击率、百度指数、微博阅读人数等用户行为指标进行估计，但是对于间接的经济效益以及更广阔的社会效益却没有通用的评价指标。早在 2002 年 11 月，党的十六大报告中就提出“发展各类文化事业和文化产业都要贯彻发展先进文化的要求，始终把社会效益放在首位”的原则。2015 年党中央和国务院在《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》中，明确要求文化企业的社会效益指标考核权重应占 50% 以上，形成对社会效益的可量化、可核查要求。因此，媒体产品和明星的社会效益评价已成为迫切要求解决的问题。

浙江传媒学院“视频节目受众满意度研究”团队，长期关注媒体的用户效果测评，与上海易步信息技术有限公司共同开发了“浙江传媒学院视频监测与分析系统”。研究团队通过该系统获取网络新闻、微博、论坛、弹幕、微信、视频网站中的评论等大量数据，并进行语义分析，计算出网民对于娱乐视频和明星的网络褒贬值（-5 到 +5），简称褒贬值，成为对媒体产品和明星进行社会效益评价的可量化、可核查的日常指标。以此为基础，在《浙江传媒学院学报》上发布月度 TOP20 榜单和年度蓝皮书。本章介绍其主要的测评工具、对象及方法。

第一节 浙江传媒学院视频监测与分析系统

一 概况

“浙江传媒学院视频监测与分析系统”是应用大数据和人工智能技术,收集网络用户的言论信息,并进行语义分析,计算出褒贬值,对娱乐视频和明星进行受众态度测评的系统。该系统是2011年浙江省财政资助项目“媒介测评与分析实验室”的主要成果,于2012年8月开始运行;2015年、2016年受浙江传媒学院资助,系统不断更新,测评工作稳步推进;2016年6月开始监测上星频道黄金时间(19:30—22:30)开始播出的电视剧和综艺节目;2017年1月开始监测100位娱乐明星,2017年5月开始监测主要院线上映的电影和6家主流视频网站的网络综艺。

“浙江传媒学院视频监测与分析系统”的设立目的是为教学和研究服务。图1-1为系统的运作过程框图。

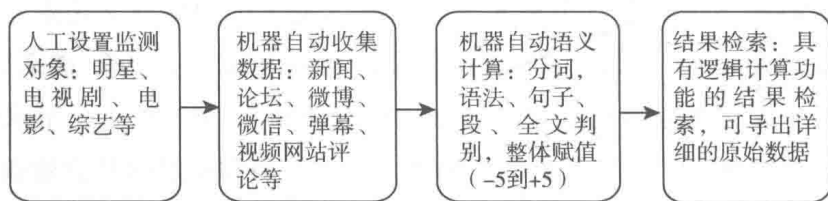


图1-1 流程简图

第一步：设置监测对象。目前是人工设置监测对象，通过学生完成关键词的录入。随着机器学习技术的发展，计划拓展关键词的计算机自动收集和设置功能。

第二步：计算机自动采集数据。计算机自动收集与监测对象相关的新闻、论坛、微博、弹幕、微信公众号、视频网站评价等信息，形成大数据。

第三步：褒贬值计算。基于娱乐褒贬词库，对收集到的信息，利用语义分析技术，计算出每一条新闻、论坛、微博、弹幕、微信公众号、视频网站评价的褒贬值，褒贬值设定在正5到负5之间。



第四步：数据输出。根据收集和计算的数据，系统生成结果。目前有三类输出结果，一是简单的统计图表，二是原始数据，三是月度汇总数据，以供进一步分析使用。

二 功能

系统由热点趋势、褒贬分析、网络收视、数据导出、后台管理、月度汇总、在线褒贬打分七个功能模块组成^①。

浙江传媒学院视频监测与分析系统



图 1-2 登录界面

（一）热点趋势

热点趋势主要用于反映监测对象的行为指标。例如，图 1-3 是湖南卫视《真正男子汉第 2 季》2016 年 11 月 20 日到 12 月 20 日的热点趋势。系统可以显示“10 天”“1 个月”“3 个月”“今年”“全部”等不同时间段，也能任意设定开始和结束的时间，每天的信息量由折线连接起来；鼠标悬停在折线上，将显示所在日期的新闻、论坛、微博、弹幕、微信、视频网站评论的数量和总条数；允许以 excel 数据文件格式

^① 欢迎使用“浙江传媒学院视频监测与分析系统”，网址是 <http://112.11.126.99/event.html>，用户名和密码相同，为 cmxy001 或 cmxy002。

导出每天的具体数据。

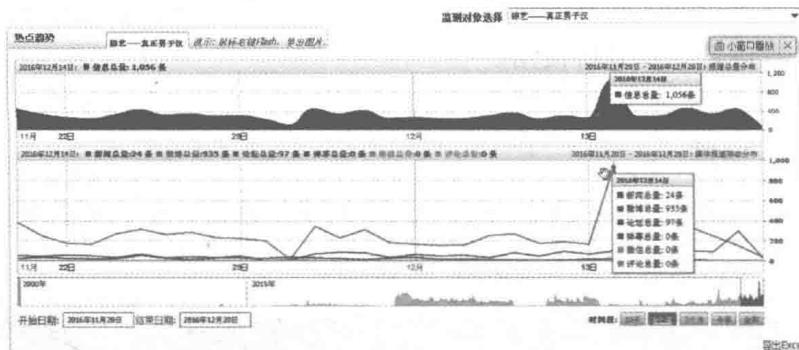


图 1-3 《真正男子汉第 2 季》热点趋势 (2016 年 12 月 20 日截图)

图 1-3 显示, 2016 年 11 月 20 日到 12 月 20 日, 每天同《真正男子汉第 2 季》相关的网络信息的数量变化不大, 为 300 条左右, 除了 12 月 14 日高达 1056 条, 其原因读者有兴趣可以单独分析。系统还提供信息来源结构拼图, 具有 24 小时显示 10 个实时热词等功能。

(二) 褒贬分析

褒贬分析是系统最具特色的功能, 基于监测对象的态度指标, 方便进一步对监测对象满意度的分析。褒贬值的获取是利用语义分析技术, 对收集到的新闻、论坛、微博、弹幕、微信、视频网站的评论等数据进行评分, 赋值在正负 5 之间, 正数、零、负数分别对应正面、中性、负面。

图 1-4 是浙江卫视和安徽卫视播出的电视剧《美人私房菜之玉蝶传奇》2016 年 11 月 20 日到 12 月 20 日的监测数据。

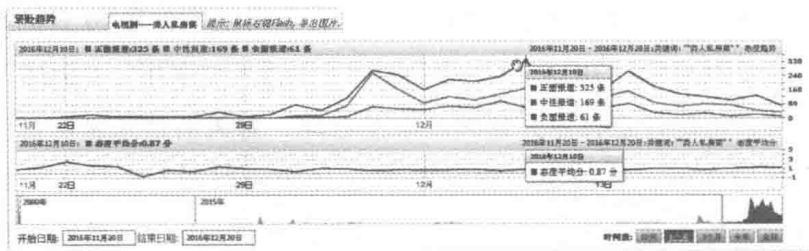


图 1-4 《美人私房菜之玉蝶传奇》褒贬分析 (2016 年 12 月 20 日截图)