

《咱们结婚吧》问鼎 12 月收视 获业内外一直好评

2014 年 01 月 14 日 11:10:42 来源： 新华娱乐

分享到： 2



电影收视 TOP5	电视剧收视 TOP5	综艺节目收视 TOP5
冲锋战警	咱们结婚吧	爸爸去哪儿
狄仁杰之神都龙王	最美的时光	快乐大本营
速度与激情 6	花开半夏	非诚勿扰
全民目击	新天龙八部	全能星战
私人定制专辑	女人帮	天天向上

由导演刘江执导，高圆圆、黄海波、王彤、张凯丽、大左等实力演员联袂主演的都市情感大戏《咱们结婚吧》去年在湖南卫视、央视一套与乐视 TV 超级电视、

乐视网等多平台同步火热播出，赢得了诸多好评，更是被网友封为“大龄剩女教科书”，掀起全民结婚热潮。在乐视 TV 超级电视 2013 年 12 月运营报告中，超级电视日均开机率 67.54%，周均开机率 92.09%，而日均开机时长达到 6.96 小时，成为最受用户欢迎的智能电视品牌。同时，《冲锋战警》、《咱们结婚吧》和《爸爸去哪儿》分列电影、电视剧、综艺排行榜首。

求共鸣 “结婚吧”紧抓时代脉搏

在《媳妇的美好时代》广受好评后，刘江已经在婚恋题材创作上蛰伏多年。如何能在新时代再次展现引起观众有共鸣的东西是最为重要的。虽说荧屏上不乏婚姻题材的作品，但真正能够像《咱们结婚吧》一样落地而真实的展现“恐婚”、“恨嫁”、“剩男剩女”这类人群生活现状的好剧寥寥无几。刘江在采访中也曾表示，“如今内地影视创作的文艺导演太多，相反类型化的导演则太少了，《咱们结婚吧》恰恰就是这样一部追求类型化精品的尝试。不论电视剧还是电影，从业者必须保持清醒，既要考虑市场需求，也要考虑投资人的资金安全，要做大众化的东西、专业化的作品，要舍‘小我’，取‘大我’”。《咱们结婚吧》播出后，不出意外得到了业内外人士的一致好评。

正能量 艺术的展现民族精神

《咱们结婚吧》在各大卫视热播期间，以青年人为主要人群的论坛平台都有关于“结婚吧”的热烈讨论。随着《咱们结婚吧》的热播，一些对于爱情、婚姻持怀疑态度的年轻人也逐渐改变着旧有的看法，以积极的态度面对自我。文艺评论家仲呈祥认为，此剧通过表现几位年轻人的恋爱、婚姻、家庭生活，真实再现了一代青年人的生活情状、精神生态。播出反响给人重要启示：作为中国“最”大众化的电视剧，其神圣的职责，就是帮助一个民族用审美方式对本民族精神现状进行艺术呈现。

大数据 观众喜欢的就是主流

在《咱们结婚吧》播出后，关于此类题材电视剧的讨论与研究始终没有停止。无论对电视剧创作者、新闻传播者以及普通老百姓来说，从来没有停止对“真实的声音”的追求。这种“真实的声音”，必须基于大数据的收集。日前，乐视TV研究院发布了2013年12月超级电视报告，根据点击量，超级电视12月运营数据显示，《冲锋战警》、《狄仁杰之神都龙王》、《速度与激情6》、《全民目击》、《私人定制专辑》位列电影收视TOP5；《咱们结婚吧》、《最美的时光》、《花开半夏》、《新天龙八部》、《女人帮》获电视剧收视TOP5；《爸爸去哪儿》、《快乐大本营》、《非诚勿扰》、《全能星战》、《天天向上》成为综艺节目收视TOP5。知道观众喜欢什么，才能提供更贴近观众的内容。2014年，乐视网TV版在电影、电视剧、综艺节目、自制剧等方面将持续发力，持续为用户提供丰富的内容资源。

新年伊始，据央视-索福瑞媒介研究有限公司提供的数据表明，2010年至2012年全国电视市场的开机率分别是22.97%、24.64%和23.74%。而乐视TV超级电视日均开机率67.54%，周均开机率92.09%，日均开机时长达到6.96小时，轮播频道中丰富的娱乐内容绝对是用户最为关注的部分。乐视TV超级电视作为一套完整的大屏生态系统，依托“平台+内容+终端+应用”的乐视生态体系，知道用户想要什么，看什么，打造“内容+终端+数据+服务”的价值链闭环。相信在未来，传统影视文化的传播方式定会随着智能电视的发展而起到颠覆性的变化。