

## 一部改变中国2015年夏天的网络剧



**SARA LI**  
Planner

《盗墓笔记》自2015年6月12日开播以来，它在爱奇艺视频网站的在线点击量以首周破三亿、次周破五亿、第三周破七亿的数据稳步增长，而其周播模式也吊足剧迷们的胃口。它改编自热门同名小说，讲述以三个年轻人为主的墓地探险故事。

然而，爱奇艺在7月3日推出会员可观看《盗墓笔记》全集，尽情刷刷。这在中国还是首次一次性剧集全播出，而非会员则可以依然可以等每周更新。一直以来，国内视频网站的盈利主要依靠广告+会员，但由于长期以来中国网民群体版权意识缺乏、“免费心理”根深蒂固，会员盈利还在起步阶段。而《盗墓笔记》7月3日的全集上线，由于点播人数和会员开通申请人数太多，导致爱奇艺网站的服务器过热瘫痪。其中微博数据显示，参与“一晚追完盗墓笔记”刷刷的女性粉丝占据88.61%，20岁以下粉丝共占据55.52%

刷刷播放模式带动“会员看全集”的付费观看习惯的养成，而在会员无广告（贴片和横幅广告）的环境中，对于以女性受众为主的视频网站的广告本身会如何发展呢？

**视频网站广告会越来越精准：**随着追踪技术的出现，未来广告商可能不会再纠结于覆盖尽可能多的人群，而选择支付更高的费投放精准的人群。

**视频网站广告形式互动化：**从Niconico的建站发明了弹幕，AcFun、Bilibili将弹幕引入国内并升级颜色弹幕，再到“玩tv”（by云视链）最新开发出的高级跟踪弹幕，可以观察到视频行业整体向更加丰富的交互体验的路径进化着。其中，“玩tv”作为全球第一个“视频社交”平台，能让观众能直接点击视频中感兴趣的事物或人，进行评论吐槽或购买，满足女性受众爱八卦，爱追剧中同款的服饰、化妆品的行为习惯。