

# 2024年央卫视硬广 分析报告

---

击壤科技 内容营销数据专家

剧综植入监测/剧综价值研究/植入效果研究/硬广监测

- 近年来，由于市场环境的变化和消费者行为的变化，电视**硬广**市场呈现**下降**趋势。全天时段、晚黄时段的电视硬广品牌数、硬广投放时长均呈下降趋势，这表明越来越多的品牌选择减少在电视上的广告投放，也揭示了硬广投放市场正在经历某种程度的缩减或转型
- 在媒体分布方面，**五大卫视**的整体**品牌数量**和**曝光时长**均呈现出**下滑**趋势
- 在频道分布方面，**央视**以其庞大的品牌阵容占据显著优势，整体**品牌数量遥遥领先**；紧接着，湖南卫视与江苏卫视等频道也展现出强劲实力，位列其后
  
- 行业整体分布：在**客户数量**方面，**娱乐及休闲行业**位居首位；而在**曝光时长**上，**食品行业**则以显著优势领先，其中**保健食品**的投放尤为**突出**
- **家居、娱乐休闲**以及**食品**行业中，客户的**流动性**呈现出**显著**较高的特征，与其特有的市场属性、消费者需求特征有很大关系

# 目录

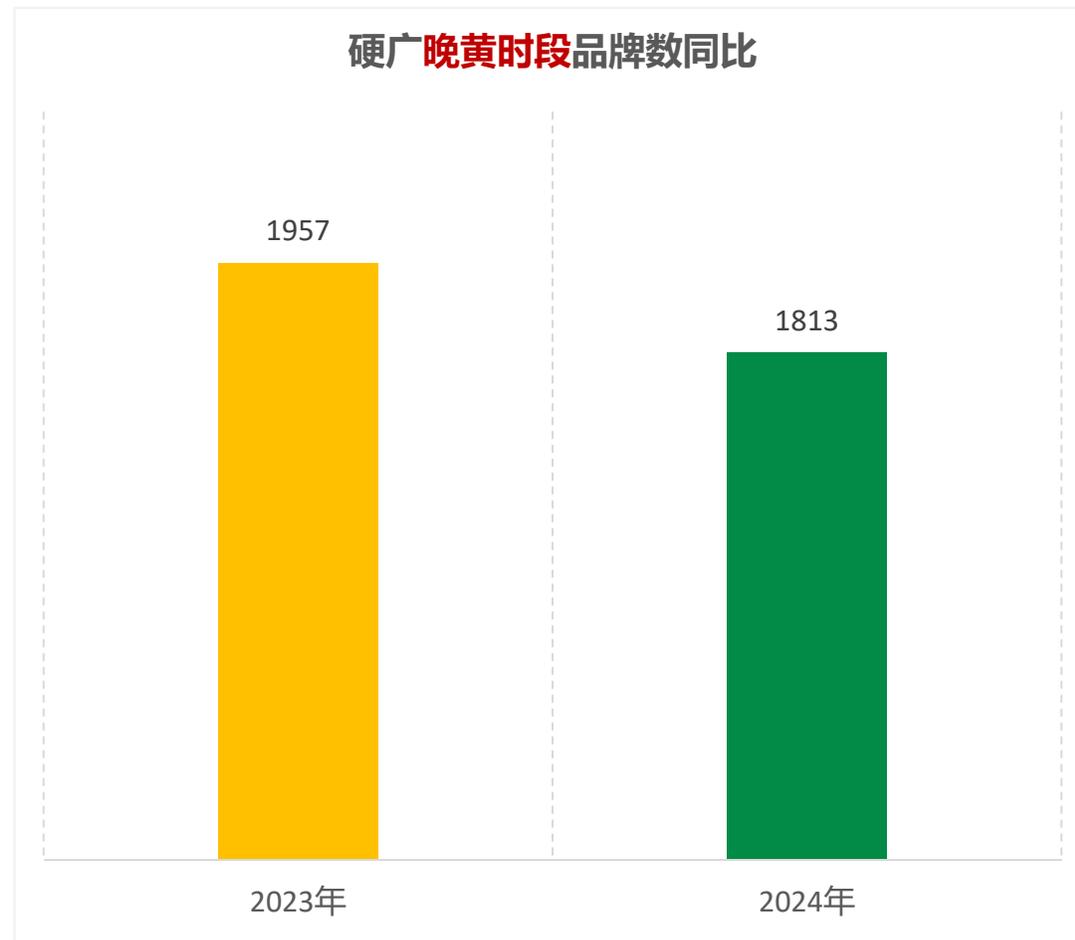
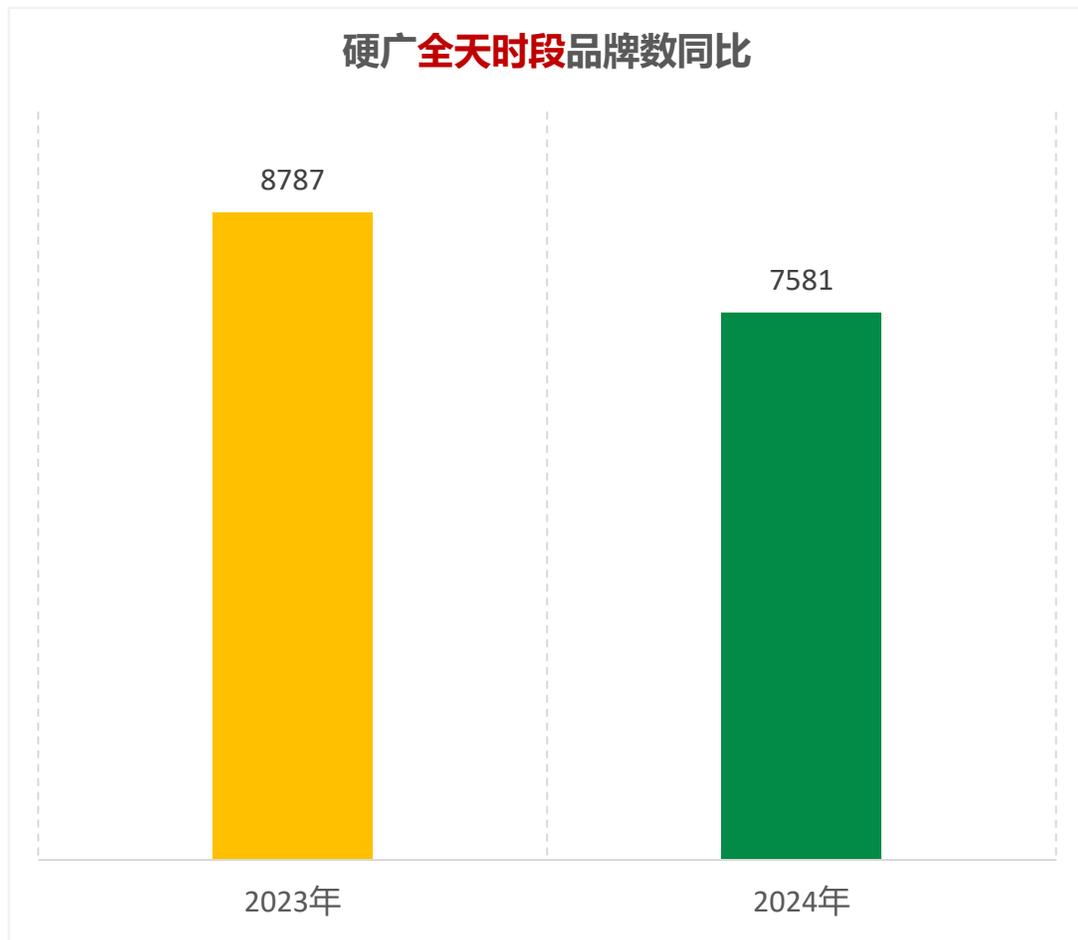
□ 电视硬广整体趋势分析

□ 电视硬广客户行业分布

□ 电视硬广新增流失分析

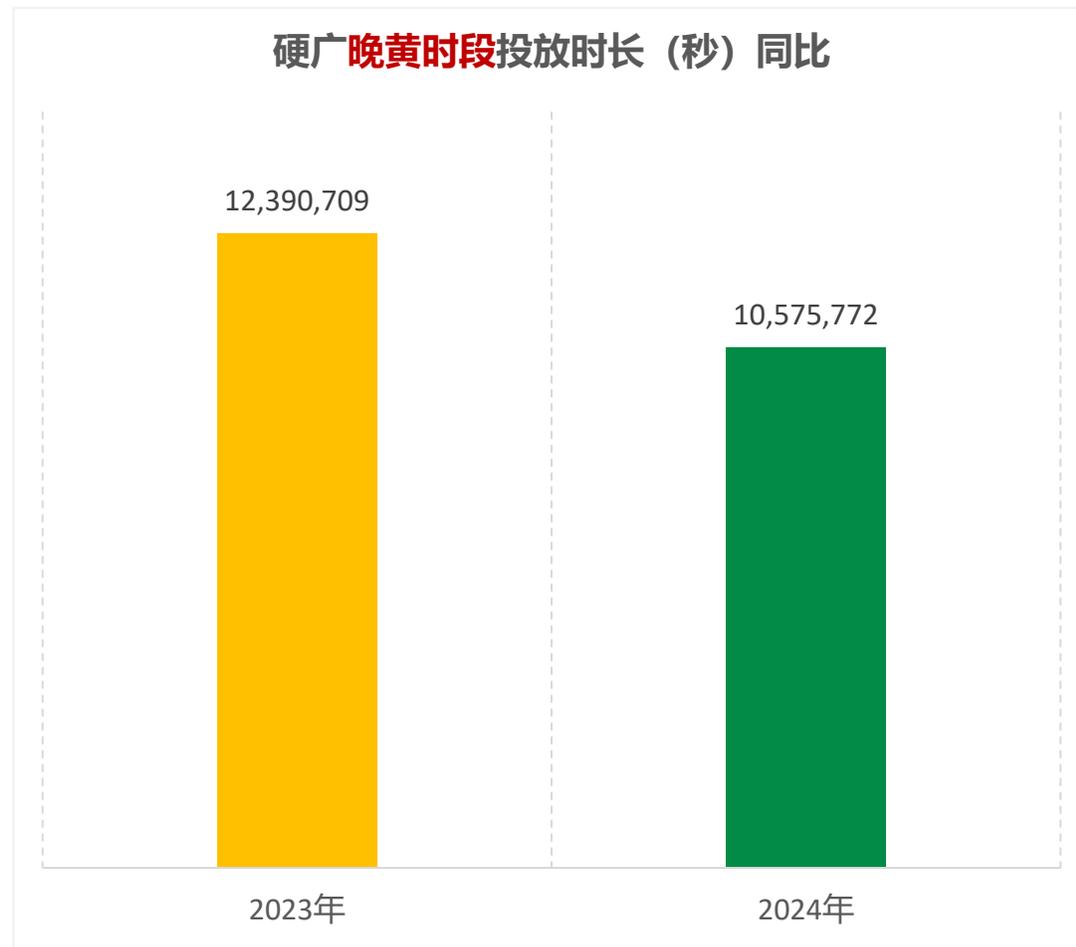
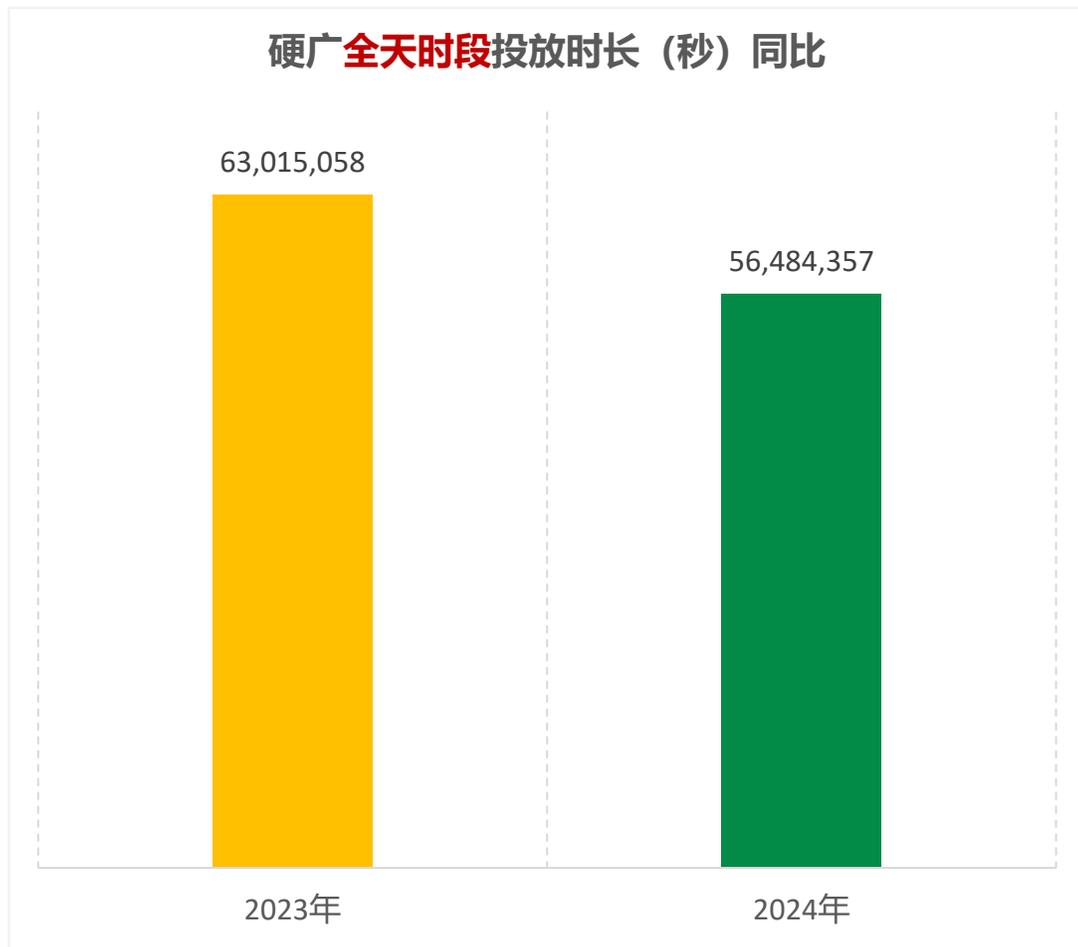
# 整体趋势-品牌：电视硬广品牌数呈下降趋势，全天时段同比降低13.7%

- 硬广投放品牌数呈下降趋势，全天时段品牌数同比降低13.7%，晚黄时段同比下降7.4%。



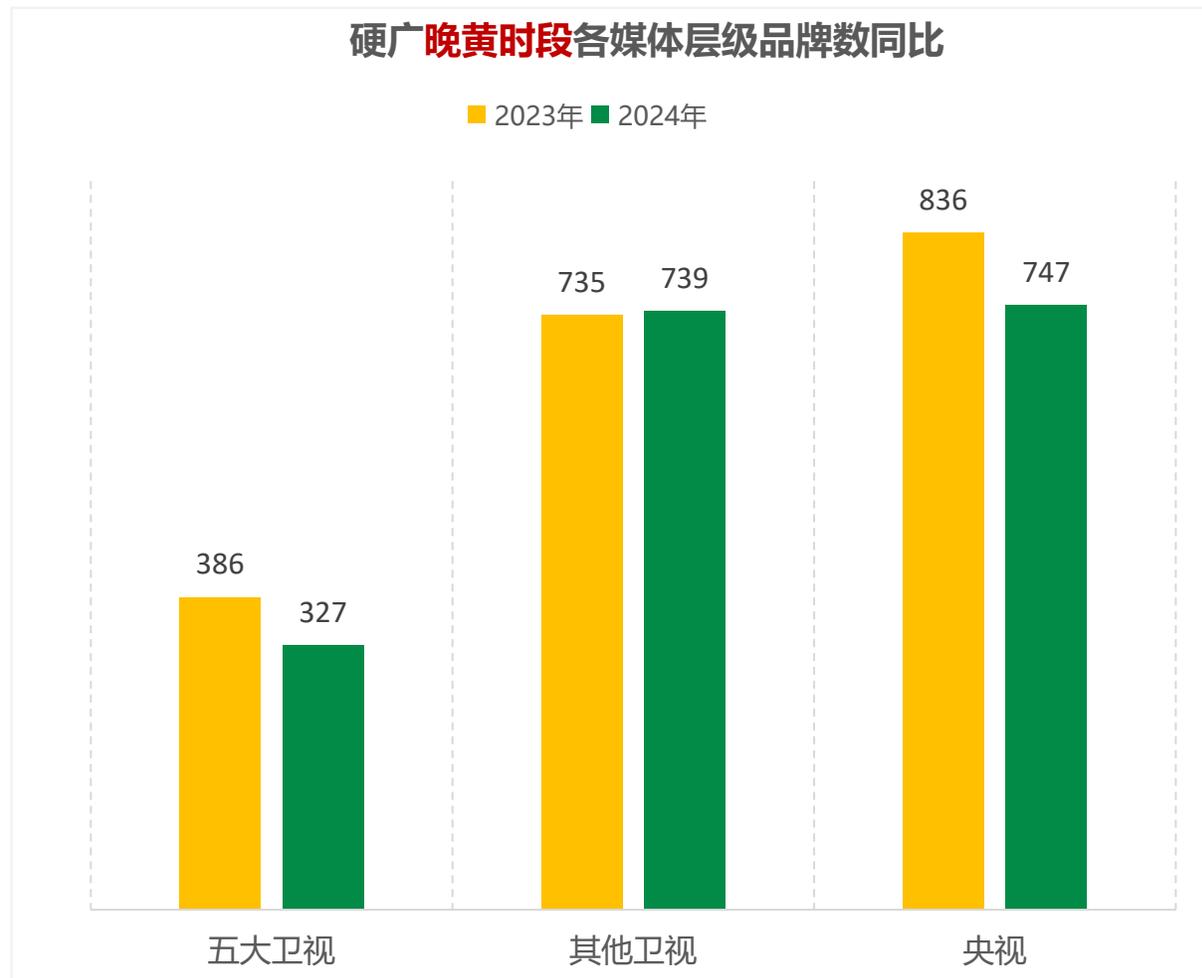
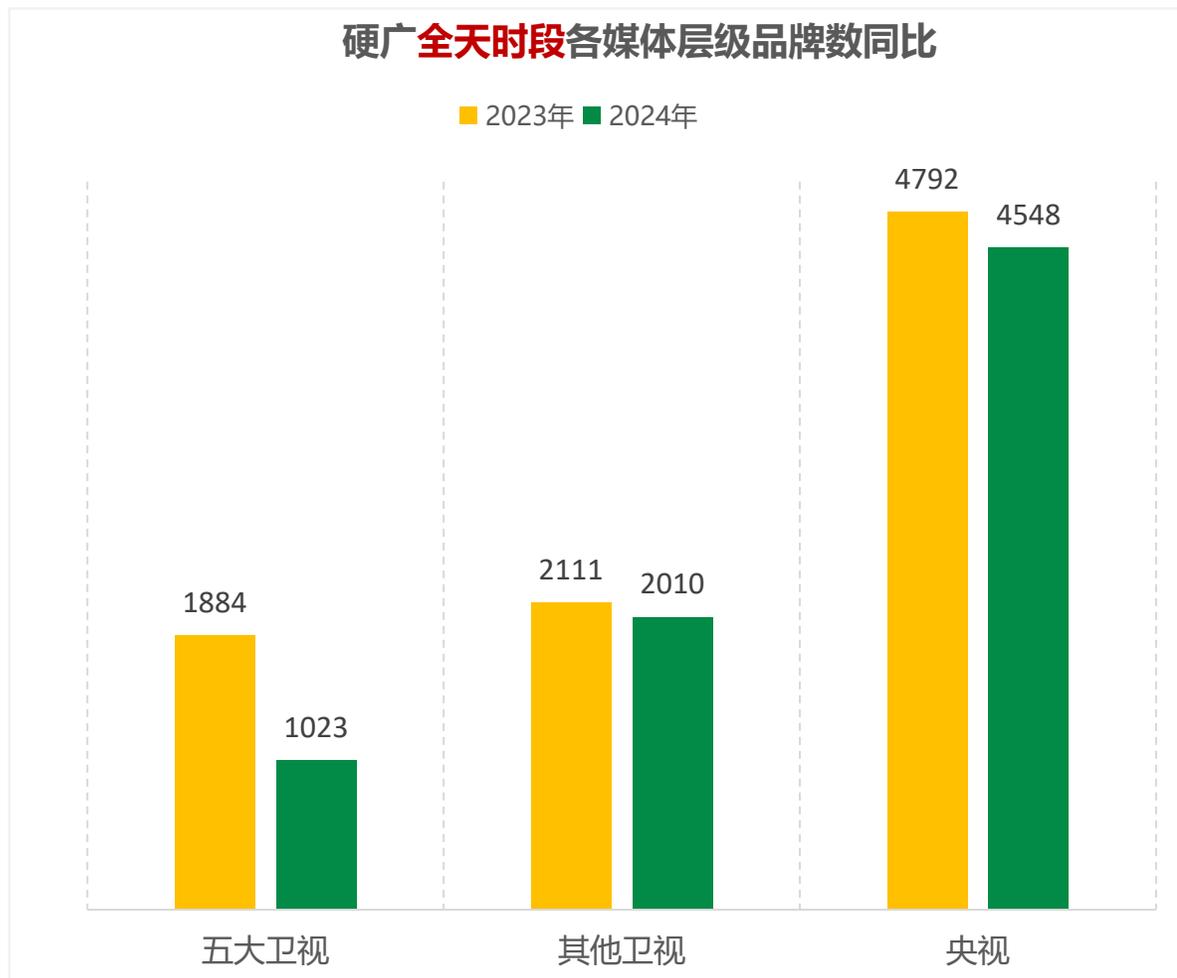
# 整体趋势-时长：硬广投放时长呈下降趋势，全天时段同比下降10.4%

- 硬广投放时长呈下降趋势，全天时段品牌数同比降低10.4%，晚黄时段同比下降14.6%。

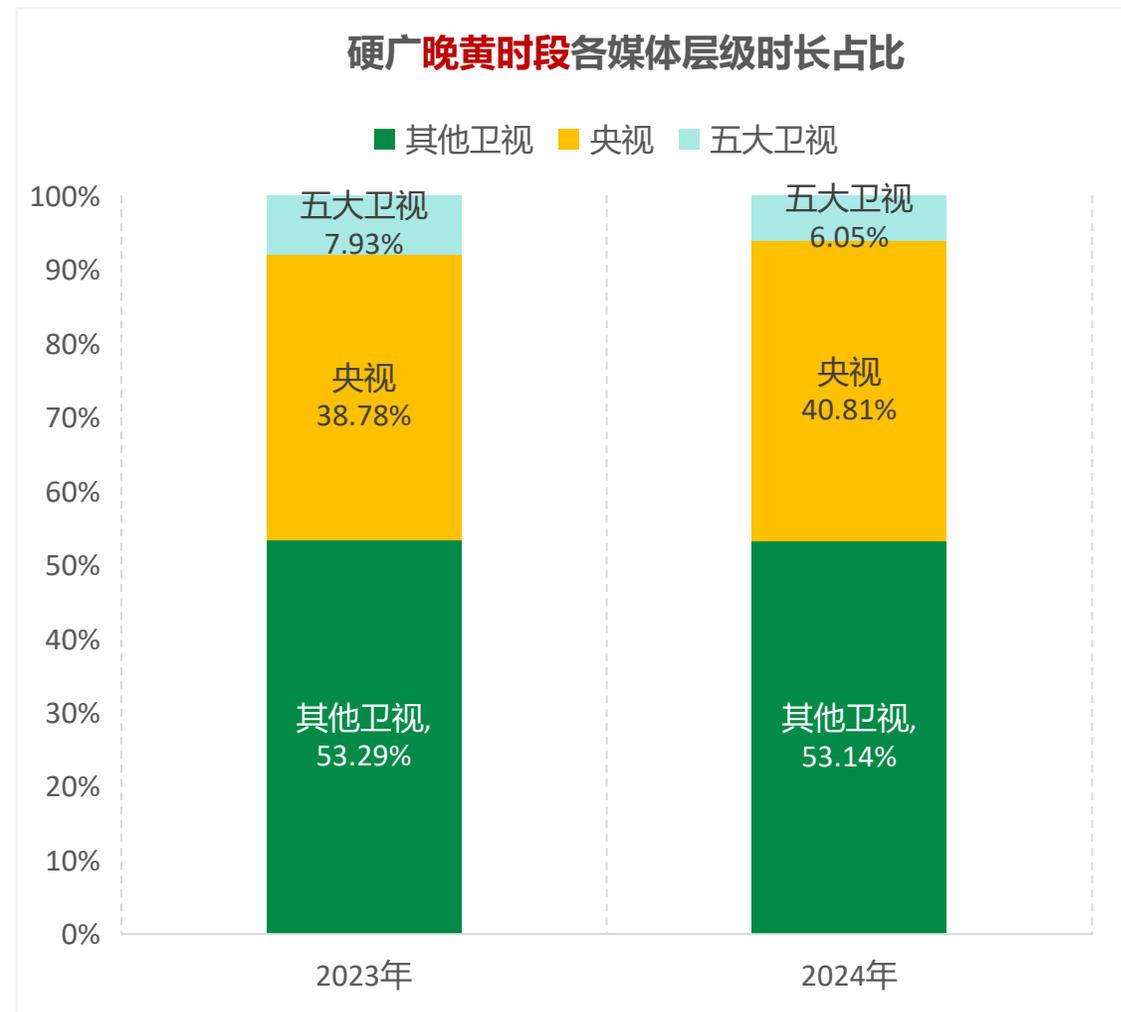
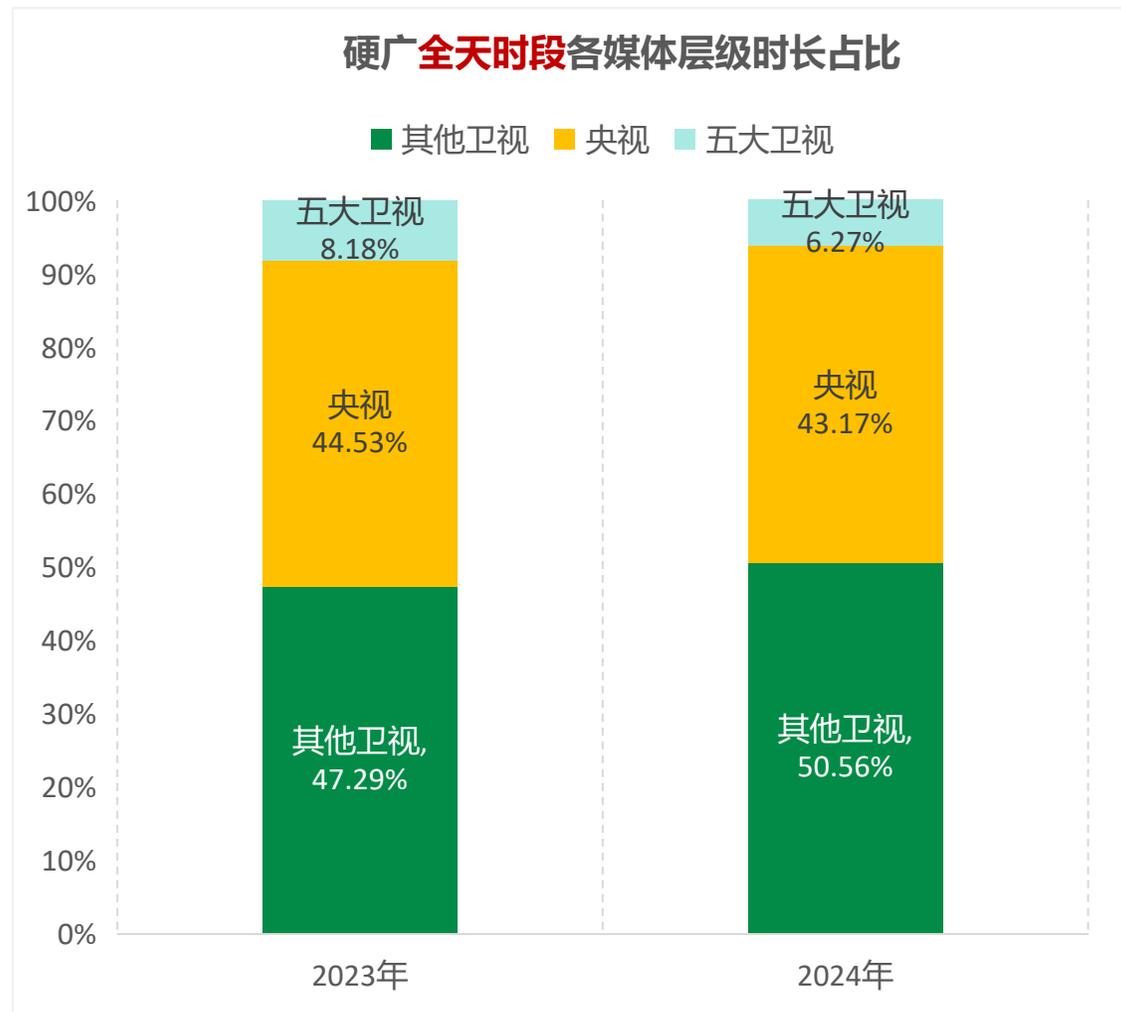


# 媒体层级-品牌分布：五大卫视客户数量降幅最大，央视全天客户减少、晚黄减少

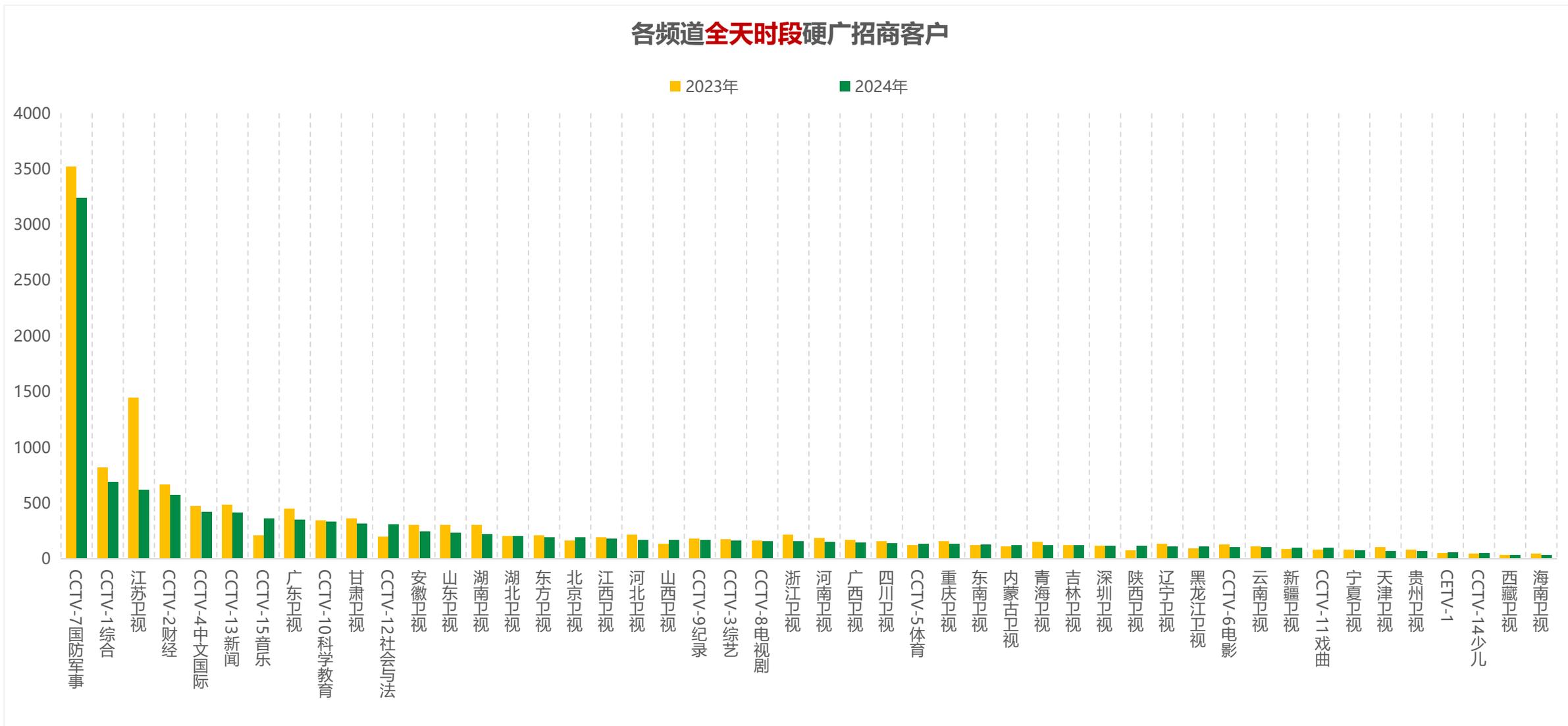
- 全天时段五大卫视降幅最大，下降45.7%，央视下降5.1%；晚黄时段仅其他卫视品牌增加。



# 媒体层级-时长分布：五大卫视频道时长均减少，向央视、其他卫视转移

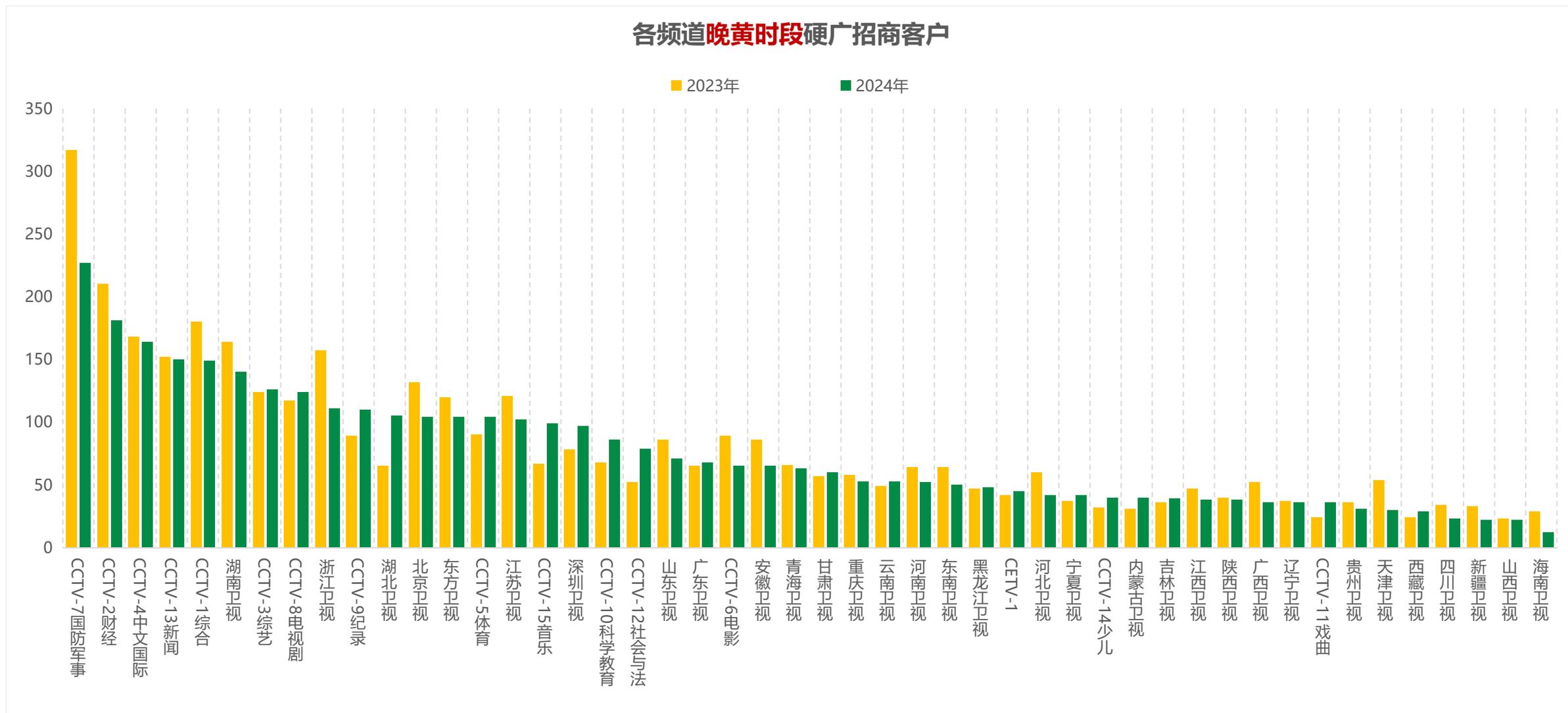


# 频道-全天时段品牌分布：央7品牌数领先；CCTV-1排名第二



数据来源：击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

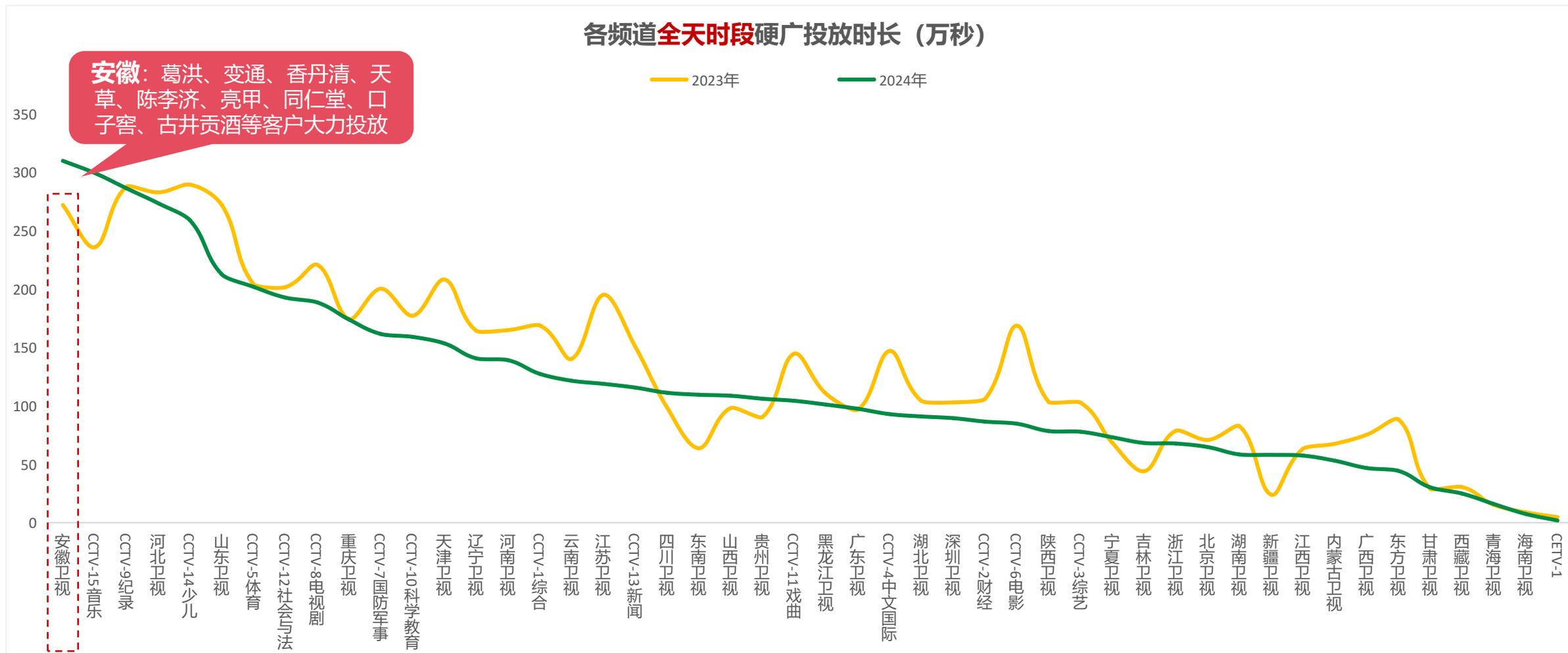
# 频道-晚黄时段品牌分布：央视整体频道客户数领先，卫视中湖南卫视第一



数据来源：击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

# 频道-全天时段时长分布：安徽卫视时长领先，央视中CCTV-15、CCTV-9投放时长高

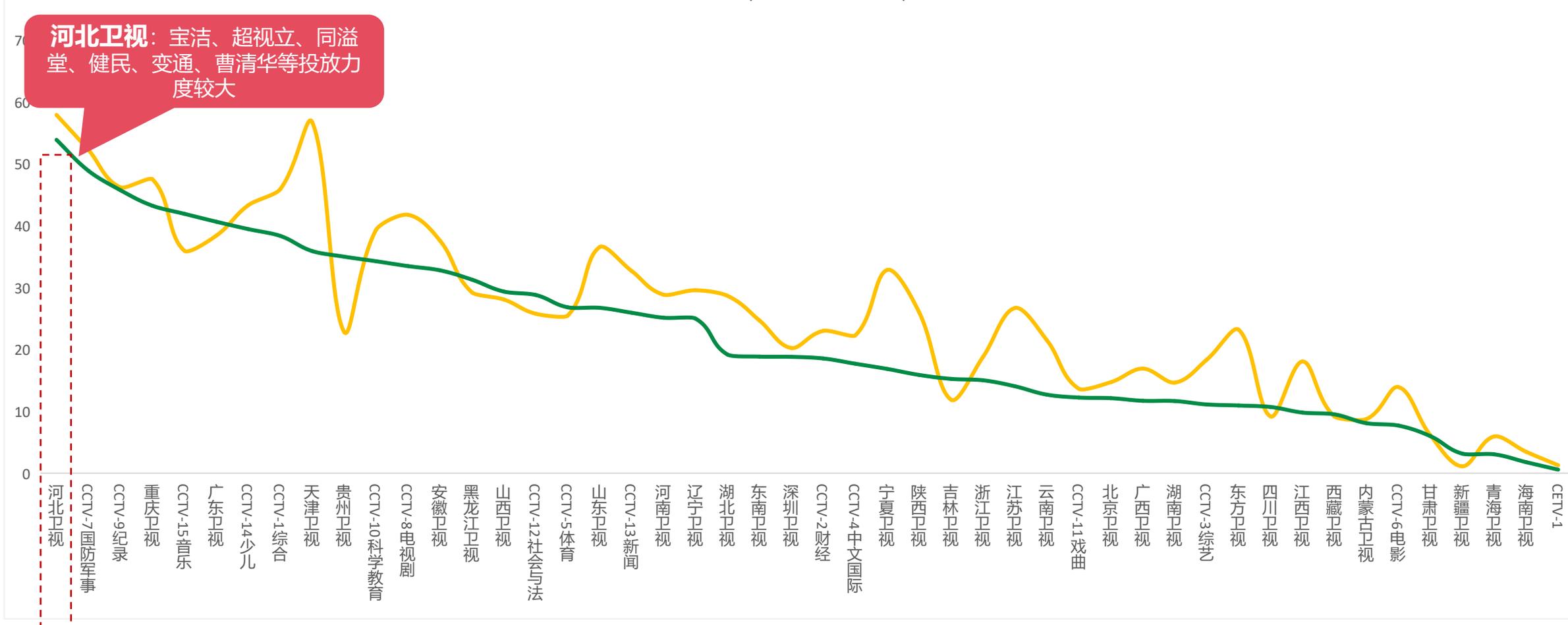
- 央15音乐频道时长第一，其次为央9纪录频道；其他卫视中，安徽、河北、山东卫视时长排在前列。



# 频道-晚黄时段时长分布：二线卫视晚黄时段投放高于五大卫视，河北卫视时长第一

各频道晚黄时段硬广投放时长（万秒）

— 2023年 — 2024年



数据来源：击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

# 目录

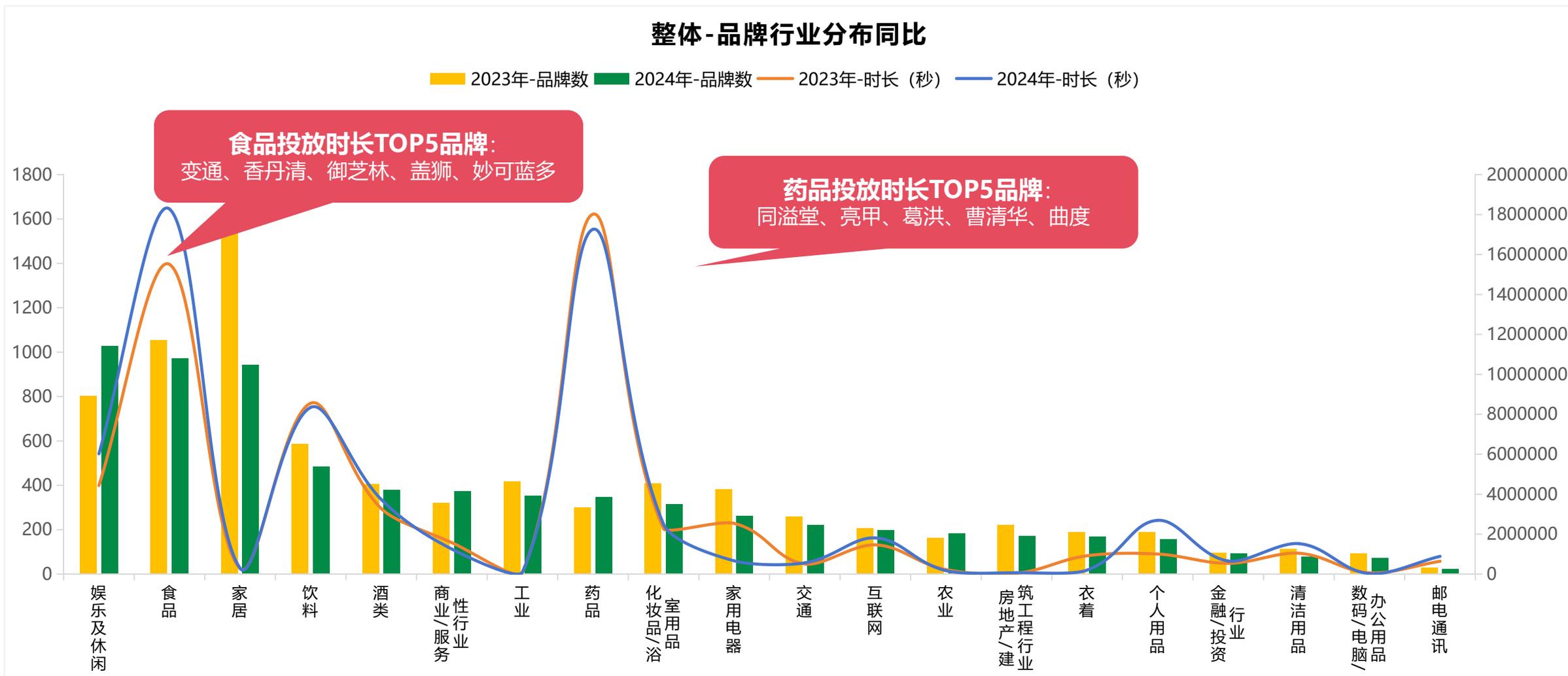
□ 电视硬广整体趋势分析

□ 电视硬广客户行业分布

□ 电视硬广新增流失分析

# 行业整体分布：娱乐及休闲行业客户数第一，食品时长第一

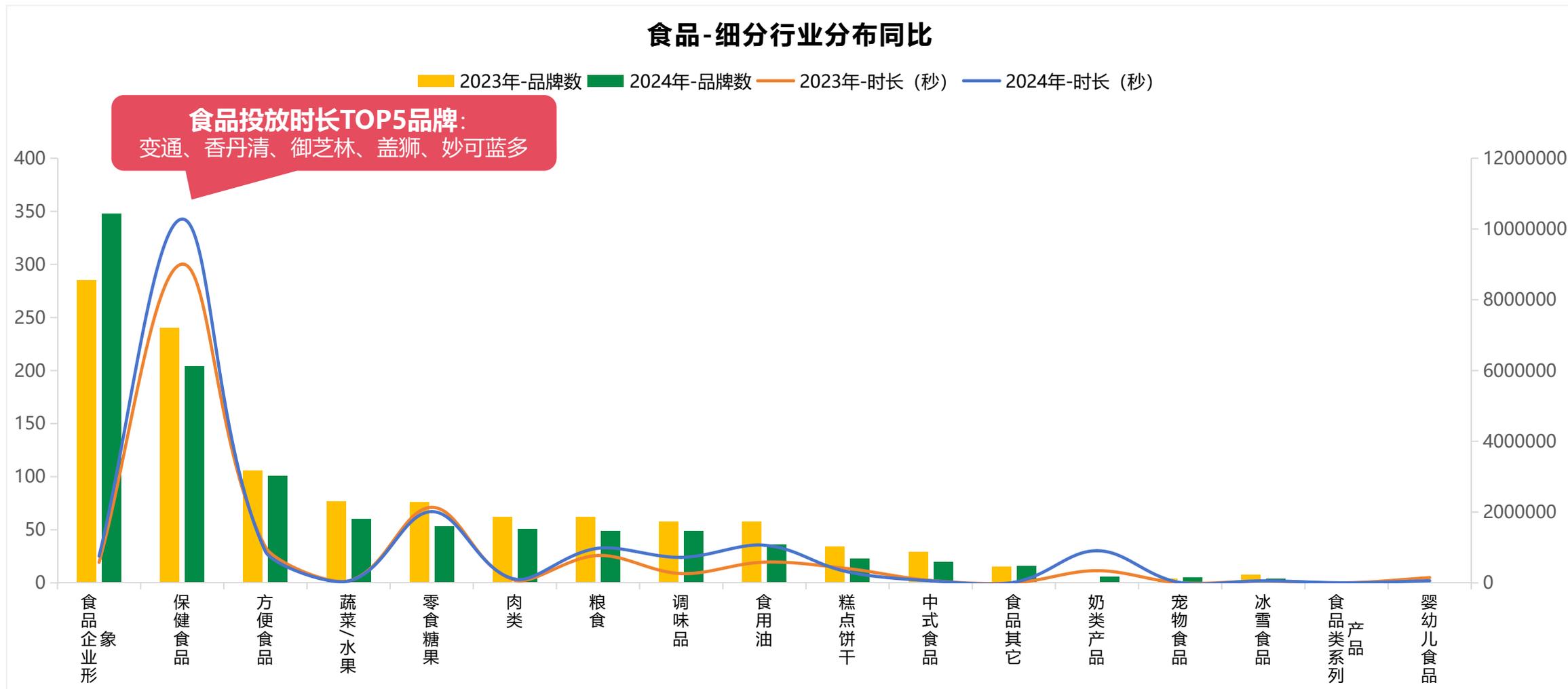
- 娱乐及休闲行业客户数第一，但多为小体量投放，投放时长较低；食品行业客户投放时长第一，其次是药品、饮料行业。



数据来源：击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

# 食品行业：以保健食品投放为主，零食糖果投放时长排名第二

- 保健食品投放时长第一，且同比增长；奶类、宠物食品细分品类客户增加。



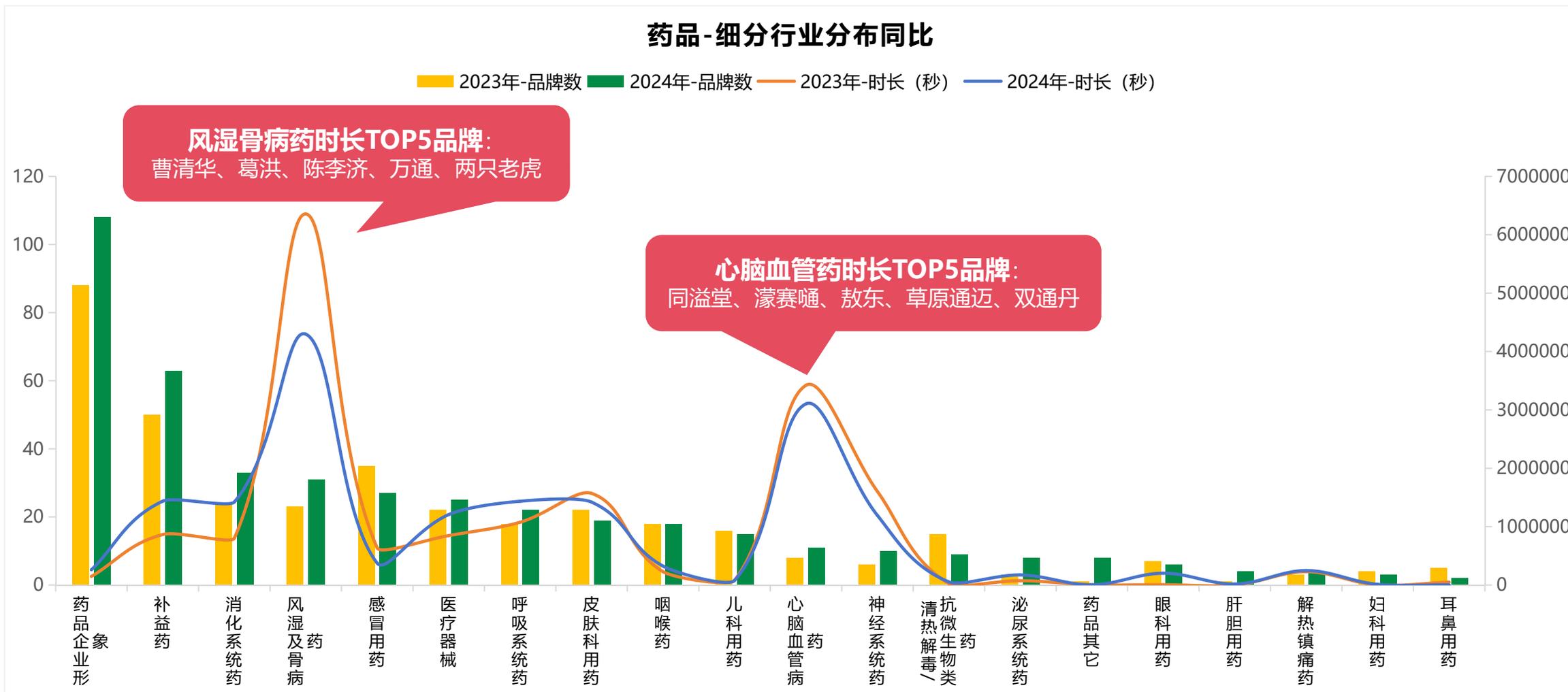
# 食品-时长TOP20品牌：变通投放时长第一，新增喀丰、芝正元、国药品牌投放

序号	品牌	2023年频道数	2024年频道数	频道数差值	2023年时长	2024年时长	时长差值	时长同比
1	变通	12	16	4	2,920,970	3,804,142	883,172	30%
2	香丹清	18	16	-2	2,347,924	2,035,868	-312,055	-13%
3	御芝林	9	13	4	394,214	1,356,999	962,785	244%
4	盖狮	4	4	0	952,969	1,038,511	85,542	9%
5	妙可蓝多	12	13	1	409,977	903,735	493,758	120%
6	北纬47°	4	4	0	707,039	786,807	79,769	11%
7	北京同仁堂	2	12	10	2,189	566,429	564,240	25776%
8	燕小厨	1	1	0	822,676	455,494	-367,181	-45%
9	谷比利	8	5	-3	365,496	397,222	31,726	9%
10	鲁花	21	20	-1	307,392	356,017	48,625	16%
11	喀丰	-	11	-	-	350,706	-	新增
12	旺旺	7	11	4	212,135	318,956	106,821	50%
13	德芙	12	12	0	273,587	299,299	25,712	9%
14	臻通集	5	7	2	103,057	205,530	102,473	99%
15	锅圈食汇	2	2	0	255,599	204,518	-51,082	-20%
16	芝正元	-	1	-	-	201,549	-	新增
17	国药	-	8	-	-	195,888	-	新增
18	阿尔卑斯	8	9	1	75,069	190,510	115,442	154%
19	喜之郎	4	3	-1	179,724	186,502	6,777	4%
20	百合康	12	10	-2	115,594	179,797	64,203	56%

数据来源：击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

# 药品行业：风湿骨病、心脑血管药投放时长较高，眼科、肝胆药加大投放力度

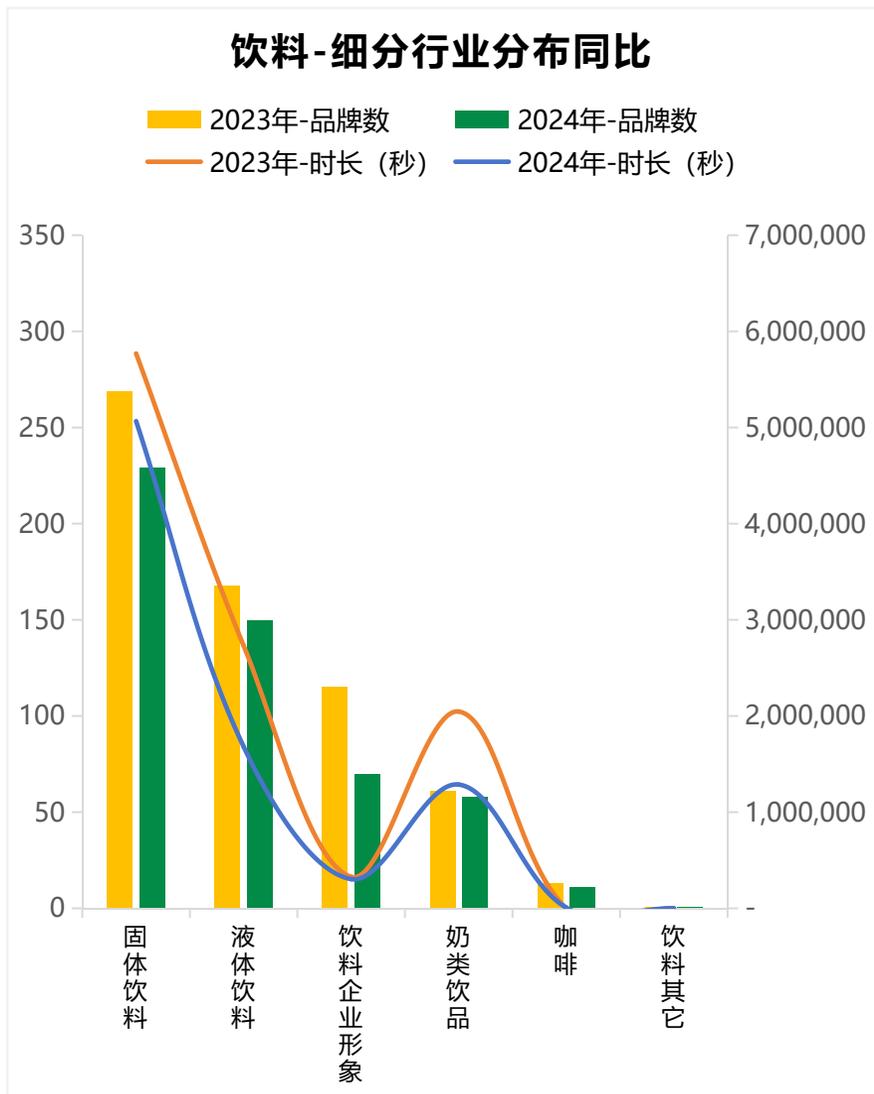
- 补益药客户数第一，同比增加26%，投放时长同比增加66%；风湿骨病药投放时长第一，但同比减少32%。



# 药品-投放时长TOP20品牌：海露加大投放力度；新增盛京鹿苑、邦琪品牌投放

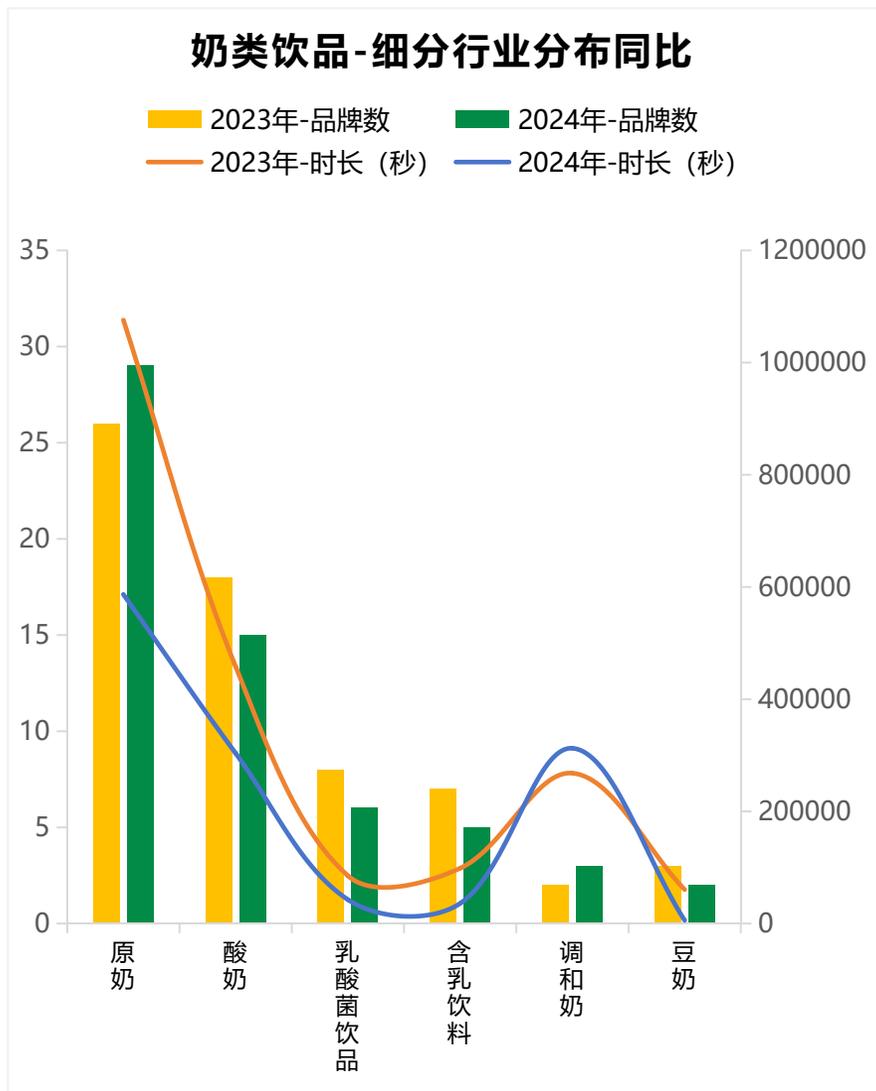
序号	品牌	2023年频道数	2024年频道数	频道数差值	2023年时长	2024年时长	时长差值	时长同比
1	同溢堂	26	26	0	3,750,326	3,039,560	-710,766	-19%
2	曹清华	21	19	-2	3,651,715	1,464,741	-2,186,974	-60%
3	葛洪	13	7	-6	1,691,739	1,337,620	-354,118	-21%
4	亮甲	26	19	-7	1,251,364	1,183,088	-68,275	-5%
5	神牡	19	13	-6	1,569,318	1,088,658	-480,660	-31%
6	陈李济	11	9	-2	1,241,917	1,079,518	-162,400	-13%
7	健民	5	8	3	694,159	1,009,053	314,894	45%
8	曲度	12	6	-6	789,146	988,989	199,843	25%
9	养无极	12	15	3	709,088	927,400	218,313	31%
10	南京同仁堂	8	10	2	470,317	771,655	301,338	64%
11	万通	15	16	1	391,252	431,280	40,028	10%
12	特一	6	5	-1	221,690	313,573	91,883	41%
13	三金	9	11	2	180,112	260,688	80,576	45%
14	江中	5	7	2	80,002	211,488	131,487	164%
15	妙医生	11	8	-3	197,809	197,511	-298	0%
16	盛京鹿苑	-	11	-	-	196,807	-	新增
17	海露	1	9	8	1,405	168,714	167,309	11906%
18	东阿阿胶	16	9	-7	207,317	163,743	-43,574	-21%
19	邦琪	-	10	-	-	150,214	-	新增
20	何济公	2	2	0	139,575	131,877	-7,698	-6%

# 饮料行业-固体饮料投放第一，其次是液体饮料



序号	品牌	2023年 频道数	2024年 频道数	2023年时长	2024年时长	时长差值	时长同比
1	倍力优	8	11	1,796,599	2,105,046	308,447	17%
2	星飞帆	29	22	1,260,857	991,258	-269,599	-21%
3	天草	7	7	383,909	465,344	81,435	21%
4	爱本	9	5	190,537	420,423	229,886	121%
5	茁然	3	1	876,156	301,800	-574,356	-66%
6	旺仔	7	9	262,957	267,123	4,166	2%
7	小洋人	1	1	5,095	180,059	174,964	3434%
8	金典	18	21	255,152	175,891	-79,261	-31%
9	简醇	11	10	174,609	171,672	-2,938	-2%
10	百岁山	7	8	221,656	149,988	-71,669	-32%
11	特仑苏	19	14	211,650	127,246	-84,403	-40%
12	怡宝	6	6	45,367	127,203	81,837	180%
13	辉山	2	2	72,468	123,059	50,591	70%
14	君乐宝	16	18	147,137	122,551	-24,586	-17%
15	脉动	7	10	145,425	121,296	-24,129	-17%
16	六个核桃	9	6	145,441	120,752	-24,689	-17%
17	山楂树下	8	6	204,279	113,896	-90,382	-44%
18	金领冠	21	19	190,621	103,421	-87,200	-46%
19	昆仑山	3	3	119,918	89,671	-30,247	-25%
20	正山堂	3	3	84,338	84,141	-197	0%

# 奶类饮品-原奶品类投放第一， 旺仔投放时长第一， 安慕希、 金典投放超20个频道



序号	品牌	2023年频道数	2024年频道数	2023年时长	2024年时长	时长差值	时长同比
1	旺仔	7	9	262,957	267,123	4,166	2%
2	金典	18	21	255,152	175,891	-79,261	-31%
3	简醇	11	10	174,609	171,672	-2,938	-2%
4	特仑苏	19	14	211,650	126,465	-85,185	-40%
5	安慕希	21	24	194,213	81,822	-112,392	-58%
6	旺旺	6	4	36,898	58,991	22,094	60%
7	鲜博士	2	1	19,335	54,083	34,748	180%
8	悦鲜活	12	2	197,584	39,422	-158,162	-80%
9	优酸乳	14	8	46,962	30,054	-16,908	-36%
10	茁然	2	1	162,497	29,237	-133,260	-82%
11	三元	2	4	10,223	22,054	11,831	116%
12	臻浓	2	3	5,130	21,267	16,137	315%
13	蒙牛	5	11	24,510	20,858	-3,652	-15%
14	辉山	-	1	-	20,052	-	新增
15	极致	1	2	13,352	19,525	6,173	46%
16	优倍	3	3	74,543	16,612	-57,931	-78%
17	纯甄	7	4	54,118	14,546	-39,572	-73%
18	纯享	1	6	2,900	13,373	10,474	361%
19	每日鲜语	-	4	-	13,129	-	新增
20	完达山	1	1	2,464	11,756	9,292	377%

数据来源: 击壤科技 2023年-2024年 央卫视48个频道硬广监测

# 整体-时长TOP20品牌：TOP1为变通品牌，其次是同溢堂、倍力优

序号	品牌	行业	2023年频道数	2024年频道数	2023年时长	2024年时长	时长差值	时长同比
1	变通	食品	12	16	2,920,970	3,804,142	883,172	30%
2	同溢堂	药品	26	26	3,750,326	3,039,560	-710,766	-19%
3	倍力优	饮料	8	11	1,796,599	2,105,046	308,447	17%
4	香丹清	食品	18	16	2,347,924	2,035,868	-312,055	-13%
5	超视立	个人用品	8	11	741,022	1,800,054	1,059,032	143%
6	曹清华	药品	21	19	3,651,715	1,464,741	-2,186,974	-60%
7	御芝林	食品	9	13	394,214	1,356,999	962,785	244%
8	葛洪	药品	13	7	1,691,739	1,337,620	-354,118	-21%
9	亮甲	药品	26	19	1,251,364	1,183,088	-68,275	-5%
10	神牡	药品	19	13	1,569,318	1,088,658	-480,660	-31%
11	陈李济	药品	11	9	1,241,917	1,079,518	-162,400	-13%
12	盖狮	食品	4	4	952,969	1,038,511	85,542	9%
13	健民	药品	5	8	694,159	1,009,053	314,894	45%
14	星飞帆	饮料	29	22	1,260,857	991,258	-269,599	-21%
15	曲度	药品	12	6	789,146	988,989	199,843	25%
16	长隆	娱乐及休闲	7	7	729,067	936,605	207,538	28%
17	养无极	药品	12	15	709,088	927,400	218,313	31%
18	妙可蓝多	食品	12	13	409,977	903,735	493,758	120%
19	北纬47°	食品	4	4	707,039	786,807	79,769	11%
20	南京同仁堂	药品	8	10	470,317	771,655	301,338	64%

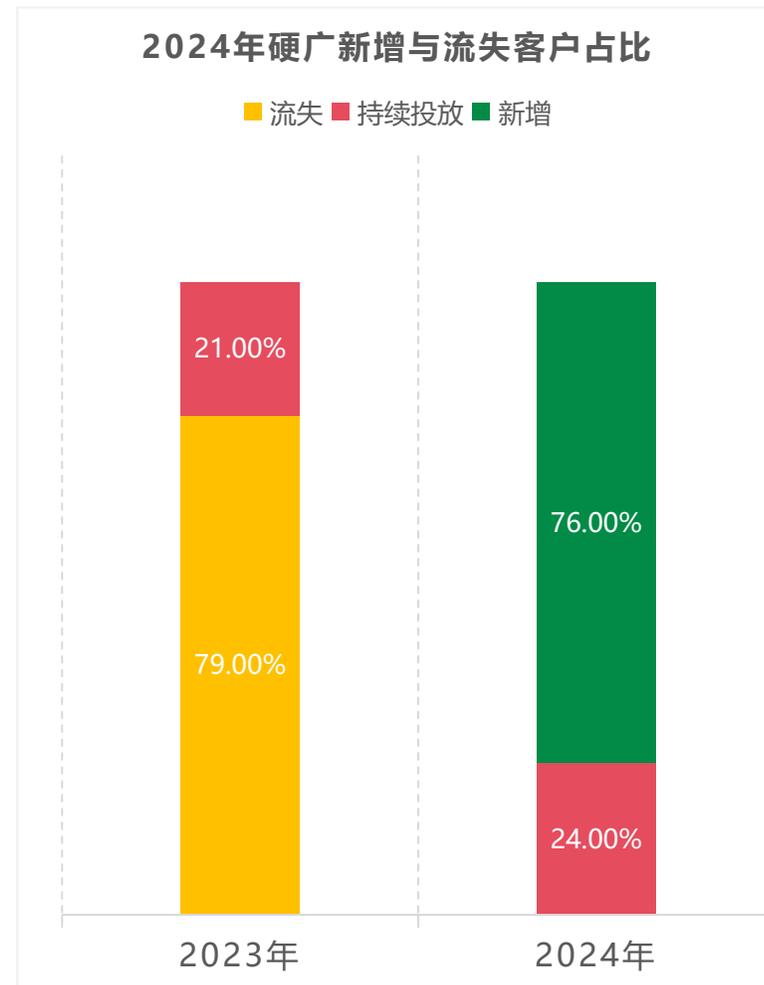
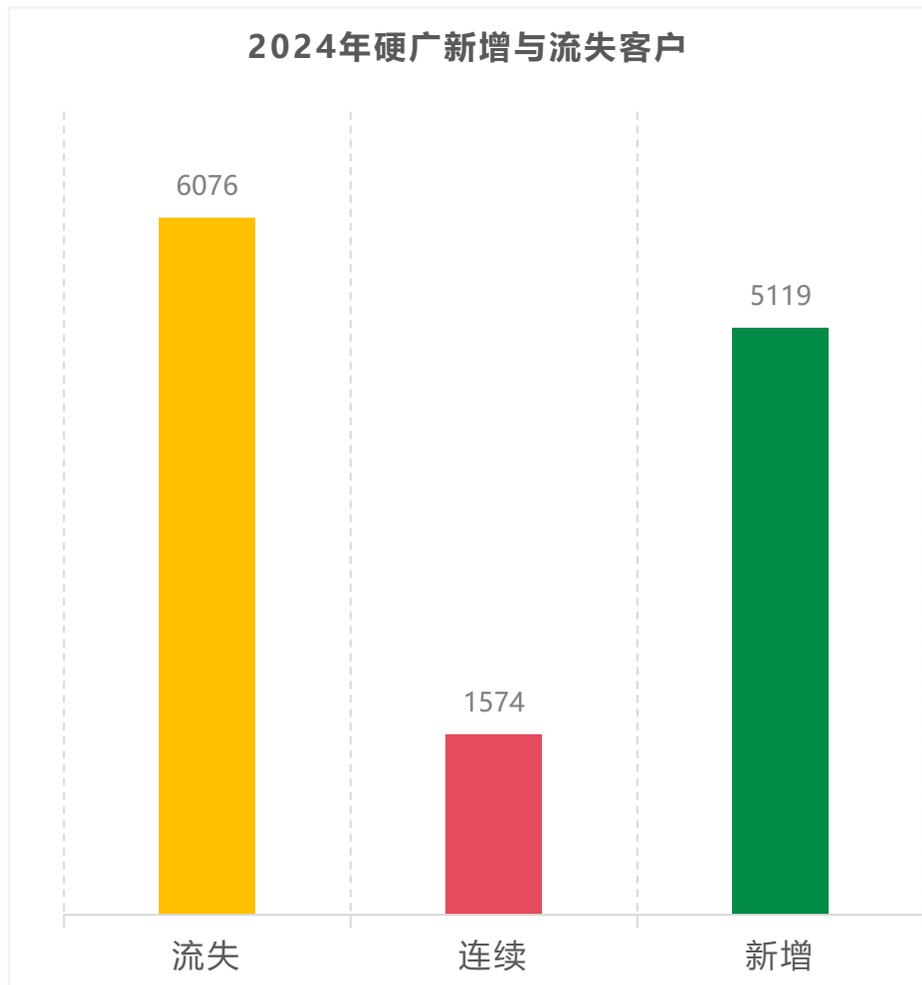
# 目录

□ 电视硬广整体趋势分析

□ 电视硬广客户行业分布

□ 电视硬广新增流失分析

# 客户变化：24年流失品牌数大于新增数

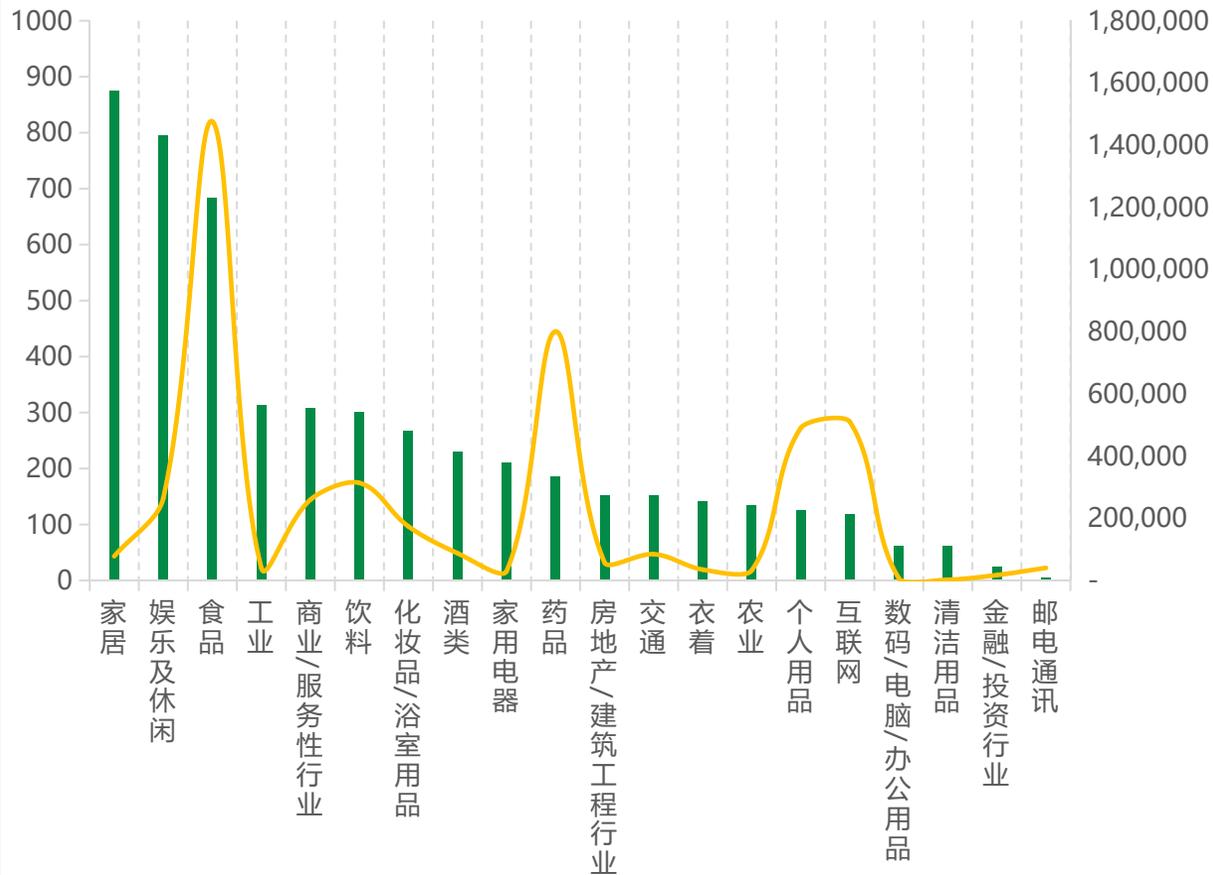


# 行业新增与流失：家居与娱乐休闲、食品行业客户流动性较大

- 家居与娱乐休闲、食品行业新增客户较多，同时流失客户均较高，行业投放客户变化较大。

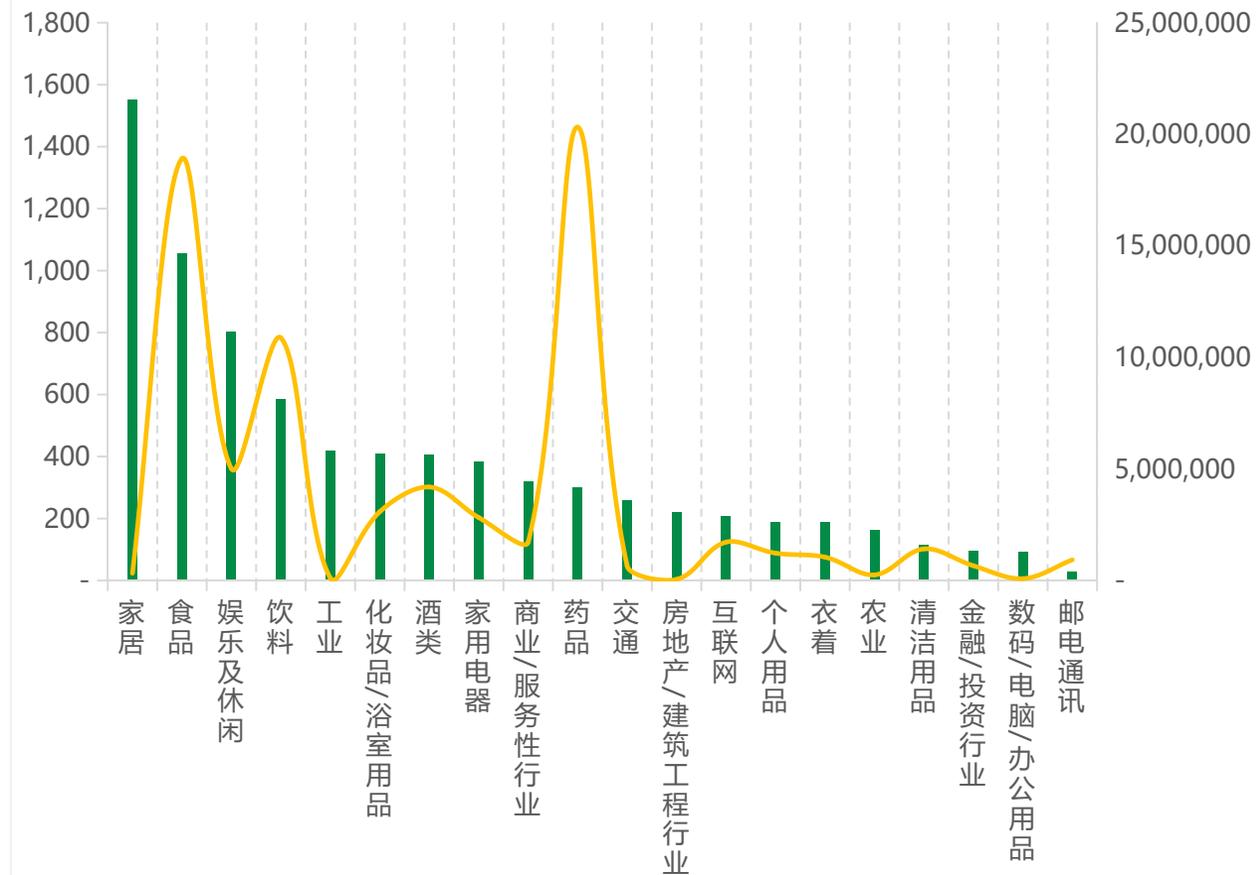
## 2024年硬广新增客户行业分布

■ 品牌数 — 时长 (秒)



## 2024年硬广流失客户行业分布

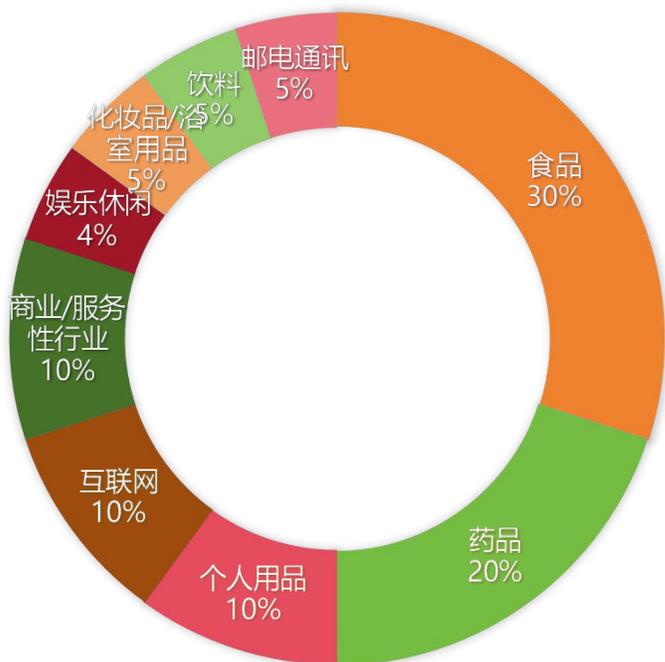
■ 品牌数 — 时长 (秒)



# 新增客户TOP20：食品品牌最多，占比30%；喀丰投放时长第一

2024年新增品牌投放时长 TOP20

24年新增品牌TOP20行业占比



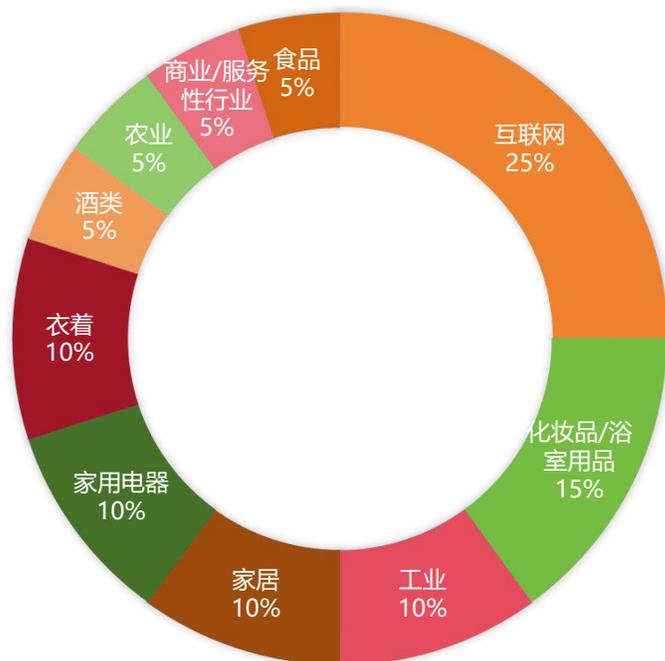
序号	品牌	大行业	频道数	时长(秒)	频次
1	喀丰	食品	11	350,706	3,110
2	吉列	个人用品	20	324,209	21,622
3	芝正元	食品	1	201,549	19,638
4	盛京鹿苑	药品	11	196,807	12,746
5	国药	食品	8	195,888	1,540
6	邦琪	药品	10	150,214	5,542
7	鲁视优选	互联网	1	130,722	859
8	央小满	互联网	1	108,785	10,811
9	北京中视志合文化传媒有限公司	商业/服务性行业	1	106,610	11,789
10	顺	饮料	1	72,001	7,185
11	奎龙丹	药品	1	64,796	2,340
12	福睿坊	食品	4	60,219	417
13	丽珠	药品	4	58,557	3,528
14	SK-II	化妆品/浴室用品	6	58,265	3,896
15	长白山人参	食品	1	57,287	639
16	北京中视晶灵文化传媒有限公司	商业/服务性行业	1	53,710	4,628
17	小米	邮电通讯	6	39,317	3,132
18	树酢植萃	个人用品	6	37,489	235
19	荆师傅	食品	3	35,824	1,459
20	华源	房地产/建筑工程行业	1	35,792	959

# 流失客户TOP20: 互联网品牌流失占比25%，HEALTHY CARE软胶囊流失时长第一

2024年流失品牌投放时长 TOP20

序号	品牌	大行业	频道数	时长(秒)	频次
1	HEALTHY CARE辅酶Q10软胶囊	食品	12	500,804	3,993
2	ARAMCO	工业	1	23,274	1,122
3	58同城	互联网	8	22,678	2,378
4	361°	衣着	1	5,433	336
5	A·O史密斯	家用电器	1	4,971	501
6	AHC	化妆品/浴室用品	1	3,662	259
7	H555	农业	1	1,430	131
8	“创意至上, 创新龙江”云展馆	互联网	1	897	30
9	NBA	互联网	1	749	50
10	CMP	酒类	1	493	33
11	BKT	家居	1	239	16
12	BEBECAR NEO	化妆品/浴室用品	7	189	38
13	DOPAI元宇宙	互联网	4	118	24
14	3X	商业/服务性行业	5	110	22
15	ANYWELL	衣着	2	94	19
16	LOCC	家居	2	85	17
17	IVY QUEEN	化妆品/浴室用品	3	84	17
18	HPEB	工业	4	72	14
19	AURARO	家用电器	2	65	13
20	HOTDOG	互联网	1	60	1

24年流失品牌TOP20行业占比:



# 数据说明

- 统计平台：央卫视48个频道。
- 统计时段：全天时段（00:00-24:00）、晚间黄金时段（19:30-22:00）。
- 新增与流失：23年未投放，24年有投放的客户为新增客户；23年有投放，24年未投放的客户为流失客户。
- 报告中客户数均以品牌数统计。
- 统计周期：2023年1-12月，2024年1-12月

# THANKS

击壤科技 出品

更多热门节目、品牌剧综信息  
可在击壤小程序【软广通】查询~

