



2025美食综艺题材与招商热度简析



引言

2025年，中国美食综艺市场呈现出多元创新与格局演进的蓬勃态势。题材版图持续扩容，进一步呈现出“美食+”竞技、文旅、文化等多元场景深度融合，推动品类向细分化、场景化演进。1-11月，共有19档节目吸引52个品牌投放，招商较去年同期增长13%。本报告将从节目题材、品牌投放总览、重点项目招商及舆情表现等维度，进行简要梳理和概述。

题材版图：美食综艺新分类

竞技生存类成头号赛道



节目以淘汰制、限时烹饪、战队比拼为核心的竞演生存类综艺，成功将厨房变为赛场。该模式通过**强冲突、强人设**快速聚拢注意力，适配多元化场景。

代表节目《炙热游戏：百厨大战》、《一饭封神》

旅行融合类激活在地消费

节目以食物为线索，系统性探索地域文化。核心价值在于成为动态的地方文化名片与旅游指南，将线上内容直接转化为线下消费动力。节目通常深入食材原产地，结合人文故事与全景拍摄，诠释“一方水土养一方人”。

代表节目《去“湘”当有味的地方》《三餐四季》



文化叙事类巩固价值高地

以“中华美食”“非遗技艺”为宏大母题，代表项目《中国美食大会》获央视与主流党媒背书。节目节奏舒缓、镜头考究，通过地域风物、历史典故传递文化自信。



2025美食综艺品牌投放总盘

19档

综艺节目
(新节目7档, 综N代12档)

52个

品牌入局 (同比+13%)

13个

行业投放

节目招商TOP10排名

一方面，《大使的宝藏家宴第二季》《三餐四季第二季》等综N代节目凭借其稳定的口碑与受众基础，持续为市场输送高品质内容，招商表现稳健。另一方面，《一饭封神》《炙热游戏：百厨大战》等美食竞技类新IP强势破局，凭借创新的节目形式和内容，获得客户青睐。

节目	平台	节目代	播出频率	节目首播时间	客户数
炙热游戏：百厨大战	优酷	新节目	季播	2025-08-27	8
一饭封神	腾讯视频	新节目	季播	2025-07-17	8
大使的宝藏家宴第二季	北京卫视	综N代	季播	2025-05-10	7
三餐四季第二季	CCTV-1综合频道	综N代	季播	2024-12-29	5
中国美食大会	CCTV-2财经频道	新节目	季播	2025-02-03	4
舌尖上的中国第四季	CCTV-1综合频道	综N代	季播	2025-02-03	3
去“湘”当有味的地方第三季	湖南卫视	综N代	季播	2025-09-08	3
姜姜好	芒果TV	新节目	季播	2024-12-31	3
加康加年味第三季	浙江卫视	综N代	季播	2025-01-01	3
飞常大排档第二季	东南卫视/芒果TV	综N代	季播	2025-04-01	3

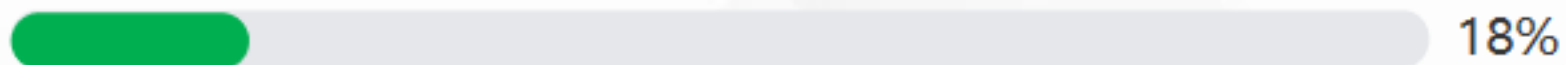
品牌行业分布与跨界新玩家

传统行业仍占主力

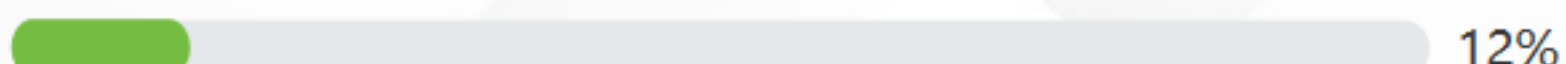
食品饮料 (方便食品/调味品/液体饮料等)



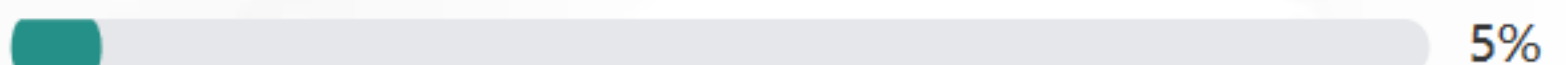
互联网 (电子商务/金融/生活服务等)



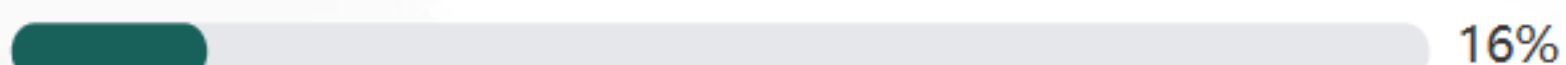
酒类 (白酒/黄酒/葡萄酒等)



家居/家电 (厨房电器/用品等)



其他



跨界新玩家入局

互联网行业占比 **18%**

淘宝闪购、京东、度小满、美团等品牌纷纷入局



热搜TOP3节目

当前美食类题材节目热搜TOP3均被网综包揽；其中2档新节目《炙热游戏：百厨大战》《一饭封神》以创新内容强势领跑；《朋友请吃饭第三季》以“美食+友情”内容模式稳定输出，位列第三。

1



炙热游戏：百厨大战

优酷 美食竞技类 新节目

上榜热搜 **114**个

2



一饭封神

腾讯视频 美食竞技类 新节目

上榜热搜 **79**个

3



朋友请吃饭第三季

腾讯视频 美食社交类 综N代

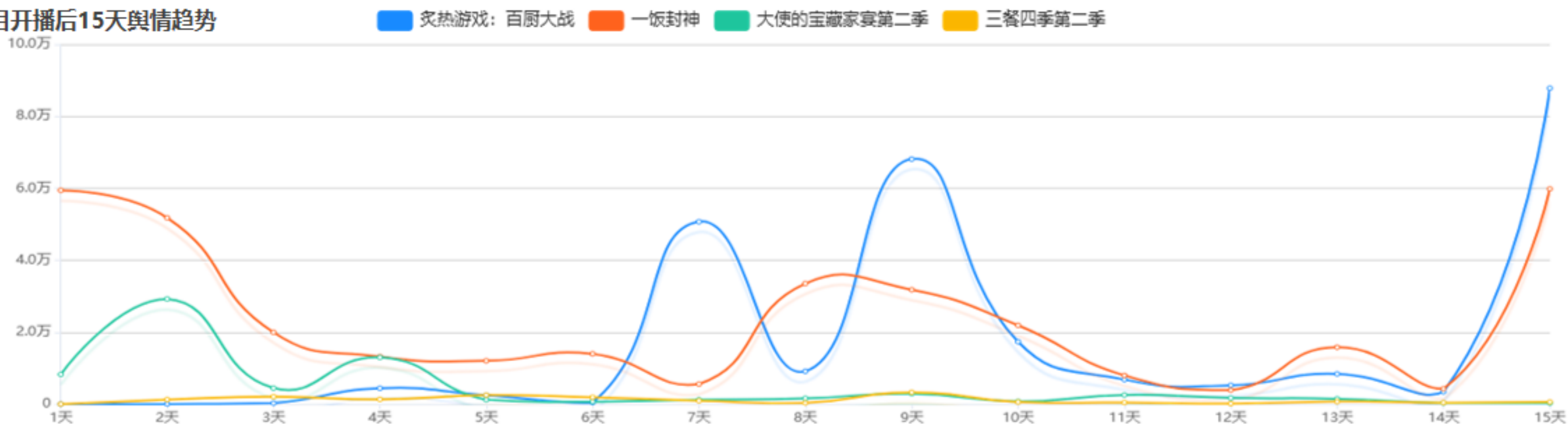
上榜热搜 **73**个

重点节目概览

在招商排名TOP4节目中，网综节目在商业吸引力与用户讨论度上有双重优势；电综延续文化叙事，但在舆情声量传播上受到一定限制。

节目名称	炙热游戏：百厨大战	一饭封神	大使的宝藏家宴第二季	三餐四季第二季
播出平台	优酷	腾讯视频	北京卫视	CCTV-1综合频道
首播时间	2025-08-27	2025-07-17	2025-05-10	2024-12-29
节目题材	美食竞技	美食竞技	美食文化	美食文旅
招商品牌数	8	8	7	5
上榜热搜	114	79	4	8
日均舆情	1.31万	1.68万	3,718	1,423

节目开播后15天舆情趋势



数据来源：击壤科技 报告中去除非商业合作客户：音乐、视频、场地合作、新浪等非商业客户
 热搜统计维度：（节目播出期间）微博主榜及文娱榜、抖音主榜及文娱榜，快手、微视及头条平台热搜主榜监测

三餐四季第二季



《三餐四季》第二季是由中央广播电视总台与商务部联合制作的美食文旅节目。节目以中华饮食文化为主线，每期探访一省两城，通过美食体验与人文叙事融合，展现当代中国城乡的生活图景。该节目成功吸引了习酒、福临门等多家国民消费品牌的合作；在传播中，话题主要围绕地域文化、饮食人文故事及嘉宾互动内容展开。

节目	频道	品牌	合作项目	行业
三餐四季第二季	CCTV-1综合频道	习酒	冠名	酒类
		福临门	特约	食品
		家香味	无明确身份	食品
		长城	无明确身份	酒类
		中茶	无明确身份	饮料





THANKS

击壤科技 出品

扫码关注击壤洞察微信公众号，
获取更多综艺、剧集广告植入信息~

