

饮料行业2025年趋势分析

概览

硬广

饮料行业在央视及五大卫视的投放规模有所收缩，而在其他卫视的投放时长与份额同步提升；
从频道表现看，CCTV-17等央视频道品牌投放时长增幅显著、卫视中，江苏卫视品牌数量居首；
倍力优以近九成的同比增幅位居投放时长榜首。

综艺

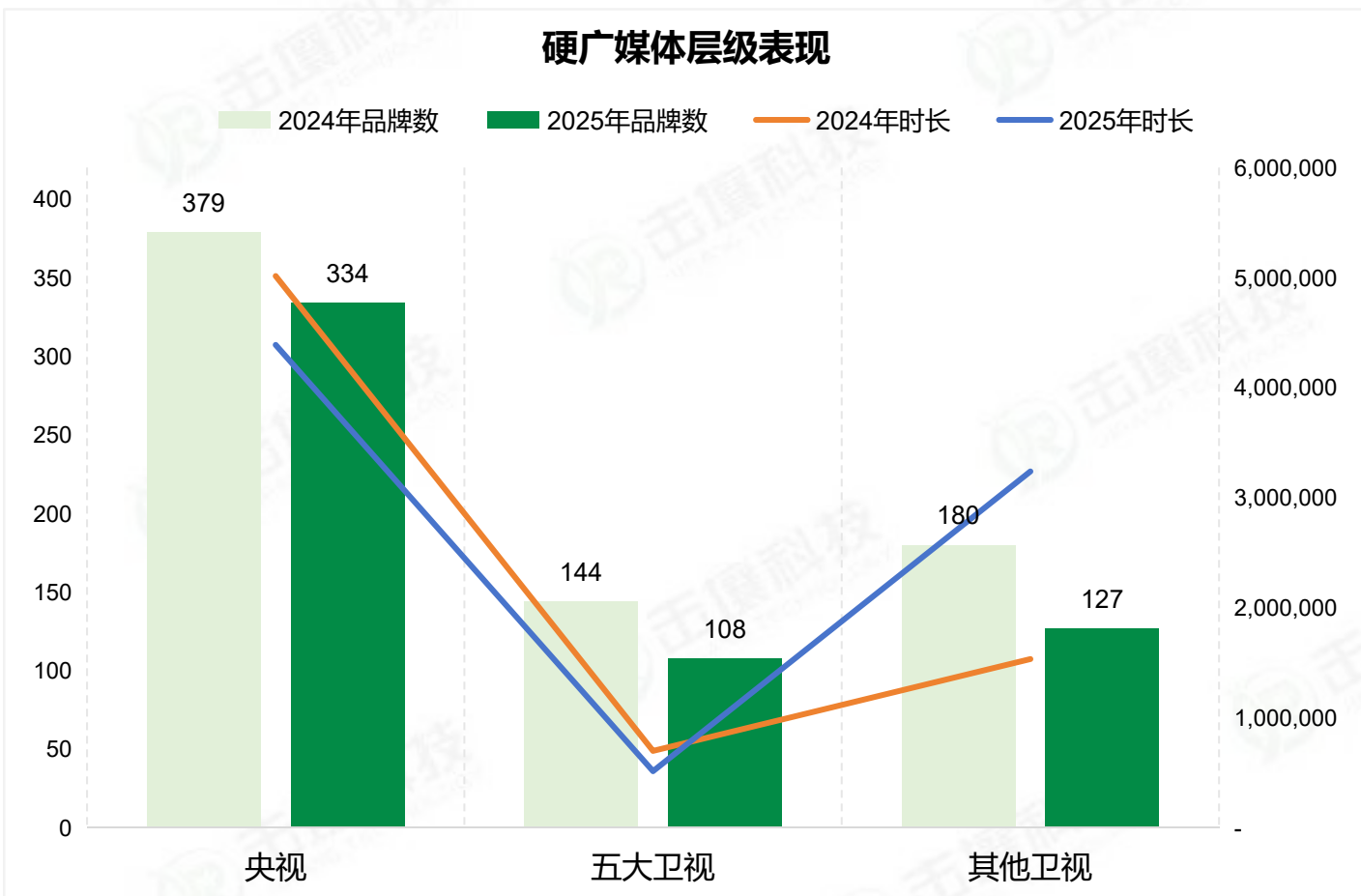
电综：市场整体收缩、广告主预算向头部平台集中，音乐类节目备受广告主青睐；
网综：市场增量不增收、芒果TV招商领先、旅游、生活体验类节目商业表现亮眼。

网剧

大盘整体下滑、各平台广告投放普遍收缩。招商模式以平台自招商高曝光标版、创可贴等资源为主，题材方面，爱情、都市等题材领跑招商热度。

硬广：央视、五大卫视投放收缩，其他卫视时长与份额双增

- 饮料行业央视投放遥遥领先，各媒体层级品牌数收缩、而其他卫视投放时长出现明显增长；
- 在投放时长占比上，2025年央视及五大卫视同步收缩，其他卫视份额持续攀升。

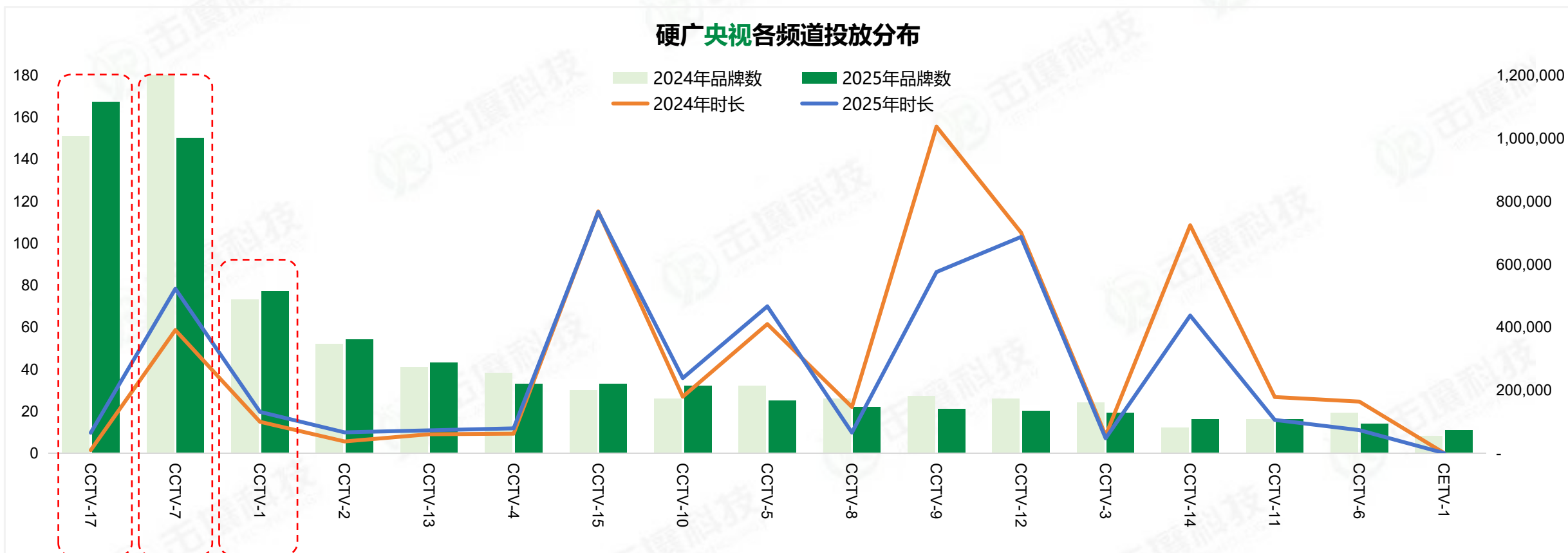


时长占比

媒体层级	2024年	2025年
央视	69%	54%
五大卫视	10%	6%
其他卫视	21%	40%

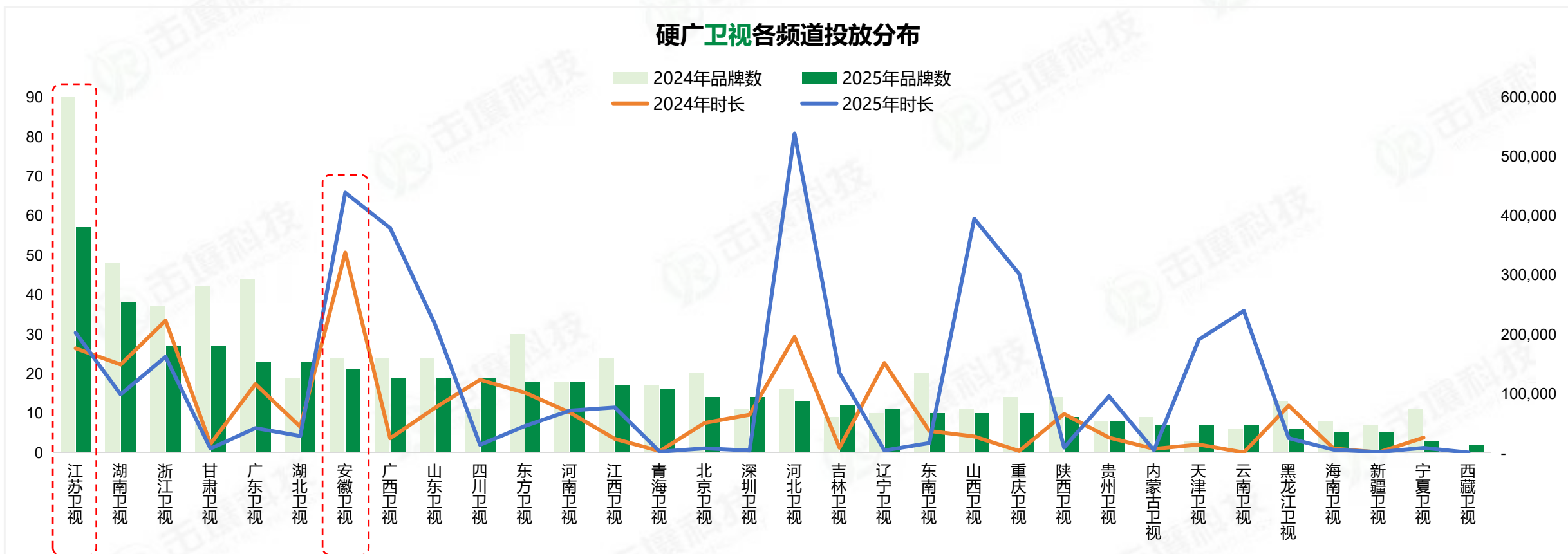
硬广：CCTV-17、7、1等多频道品牌投放时长显著增长

- CCTV-17：品牌数领先，整体投放时长增长显著；其中，鲜牧悠、宁夏贺兰山东麓牛奶、王老吉等品牌投放时长领先；
- CCTV-7：投放时长增幅突出，疯狂爆破V8、奇古枝、特仑苏等为新增品牌、倍力优、天草等加大投放力度；
- CCTV-1：品牌数及投放时长均增长，优萃、椰树等为新增品牌；特仑苏、王老吉等增量投放。



硬广：江苏卫视品牌数量领跑；安徽卫视投放时长增幅明显

- 江苏卫视：品牌数大幅领先，新增倍力优、天草、悠瑞等品牌投放；
- 安徽卫视：投放时长增幅显著，倍力优、旺仔等品牌增投；众驼、美赞恩等为新晋品牌。



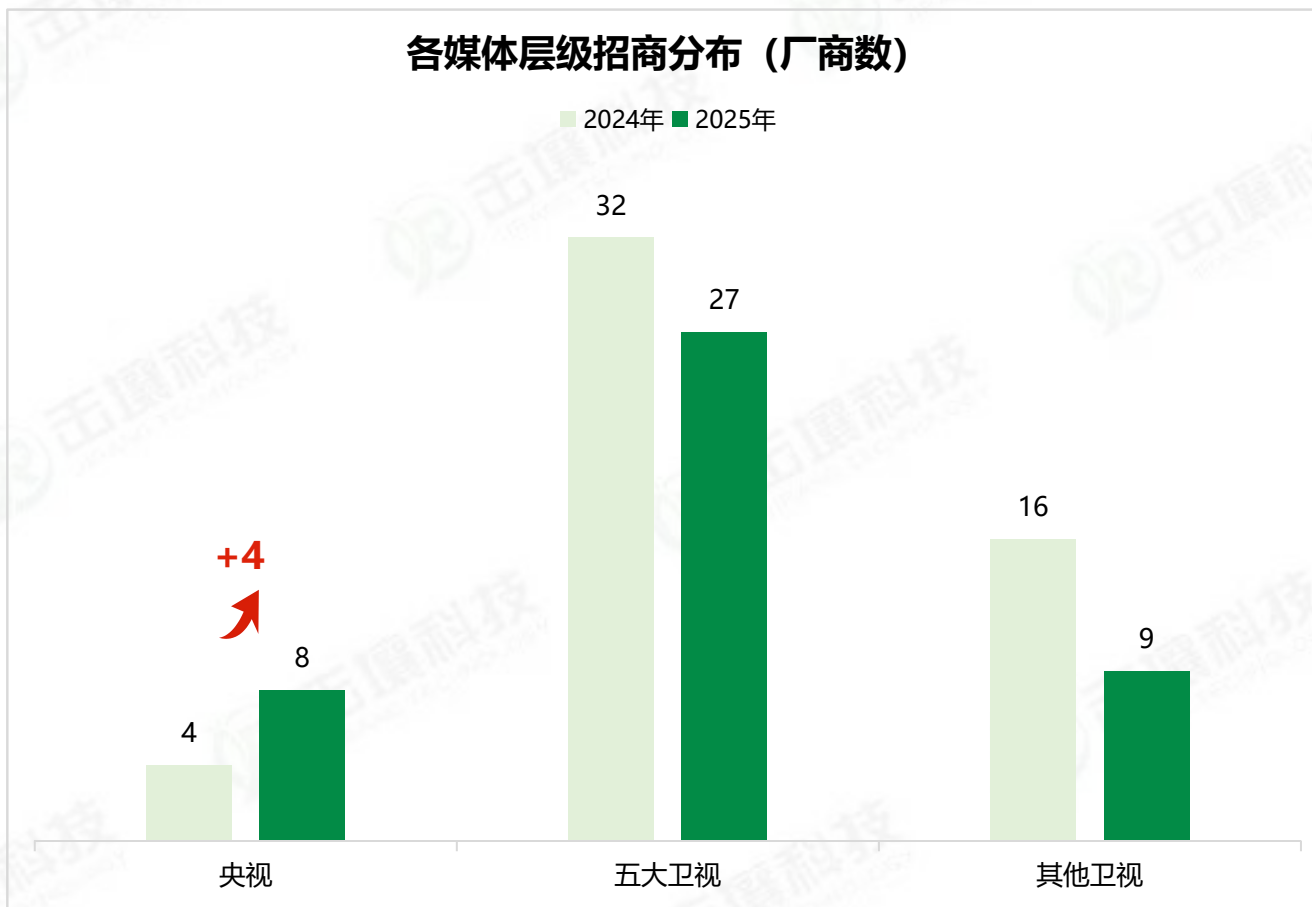
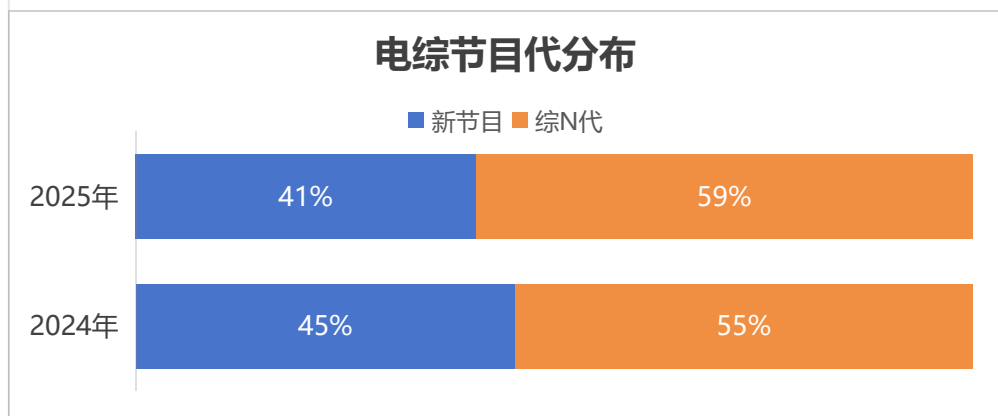
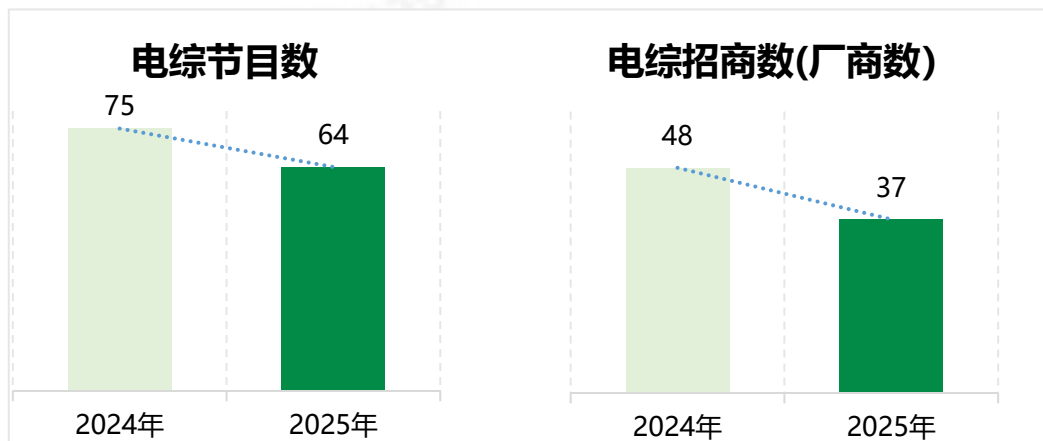
硬广TOP20：倍力优投放时长领跑，同比增幅近九成

饮料行业投放时长TOP20品牌

序号	品牌	2024年投放频道数	2025年投放频道数	2024年投放时长	2025年投放时长	投放时长同比
1	倍力优	12	19	1,951,056	3,687,510	89%
2	星飞帆	23	24	926,169	617,422	-33%
3	小洋人	1	1	192,675	535,317	178%
4	天草	7	9	456,329	455,134	-0.3%
5	鲜牧悠	-	4	-	232,814	新增
6	旺仔	9	13	171,459	154,702	-10%
7	爱本	5	2	409,688	153,093	-63%
8	特仑苏	16	48	93,972	143,112	52%
9	山楂树下	6	8	91,332	123,354	35%
10	顺	1	1	73,694	116,991	59%
11	汇源	1	2	4,367	104,319	2289%
12	六个核桃	6	8	104,592	101,279	-3%
13	每日鲜语	4	44	6,936	99,864	1340%
14	今麦郎	1	1	65,134	99,168	52%
15	百岁山	8	8	114,077	85,629	-25%
16	茁然	1	1	271,543	84,967	-69%
17	简醇	20	22	143,324	79,938	-44%
18	东鹏	1	5	225	74,777	33133%
19	正山堂	3	3	71,985	70,989	-1%
20	金领冠	20	24	69,726	64,089	-8%

电综：招商承压、2025年综N代占比攀升，饮料投放向头部卫视集中

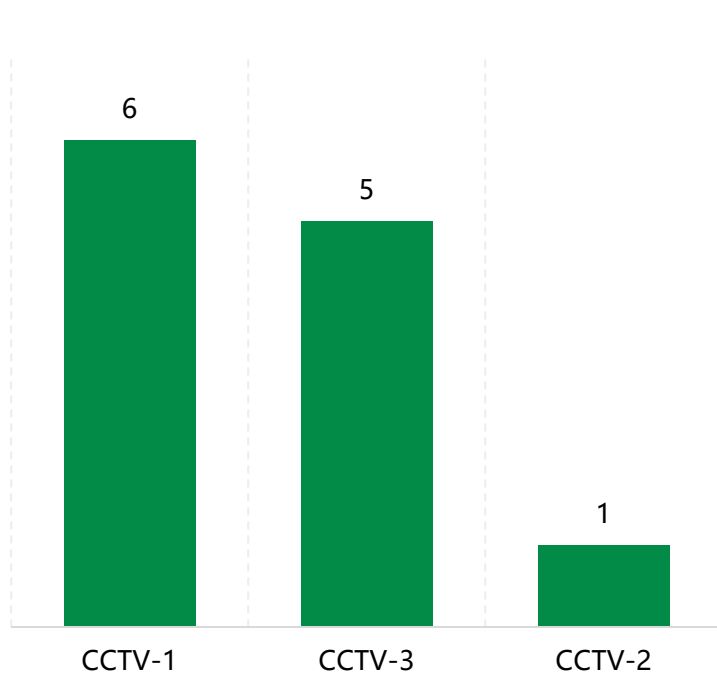
- 节目总量与招商数均下滑，2025年综N代占比攀升至59%，相较2024年提高了4%；
- 在媒体投放策略上，饮料行业集中投放五大卫视头部资源，央视的招商表现有所提升。



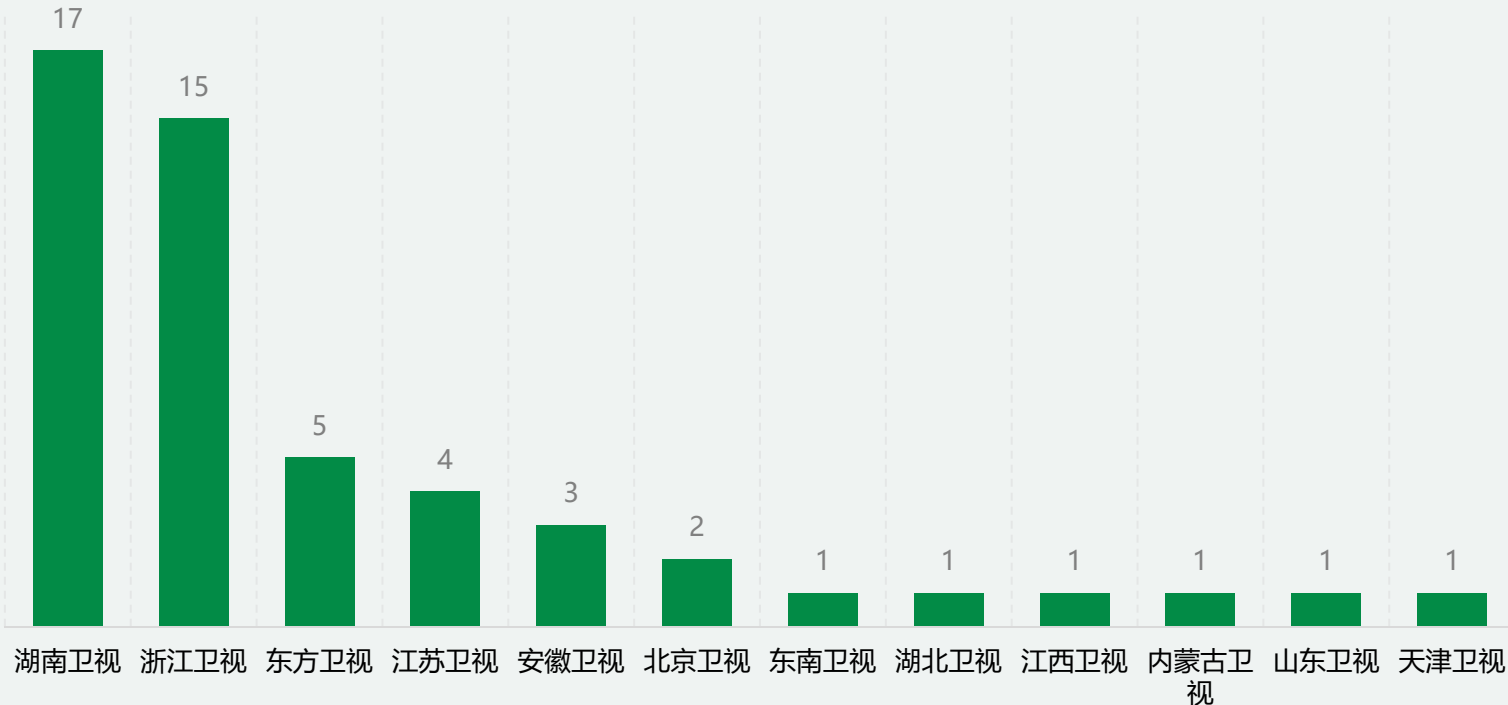
电综：投放聚焦头部频道、CCTV-1、3成央视首选、湖南、浙江领跑卫视

- 央视平台中，CCTV-1、CCTV-3成为饮料行业节目布局的重要阵地；
- 卫视方面，节目投放高度集中于头部卫视，湖南卫视遥遥领先，浙江卫视紧随其后。

2025年央视各平台节目数同比



2025年卫视各平台节目数同比



电综：音乐类节目招商表现亮眼，受广告主青睐

2025年电综季播题材招商分布（厂商数）

音乐类：招商领先

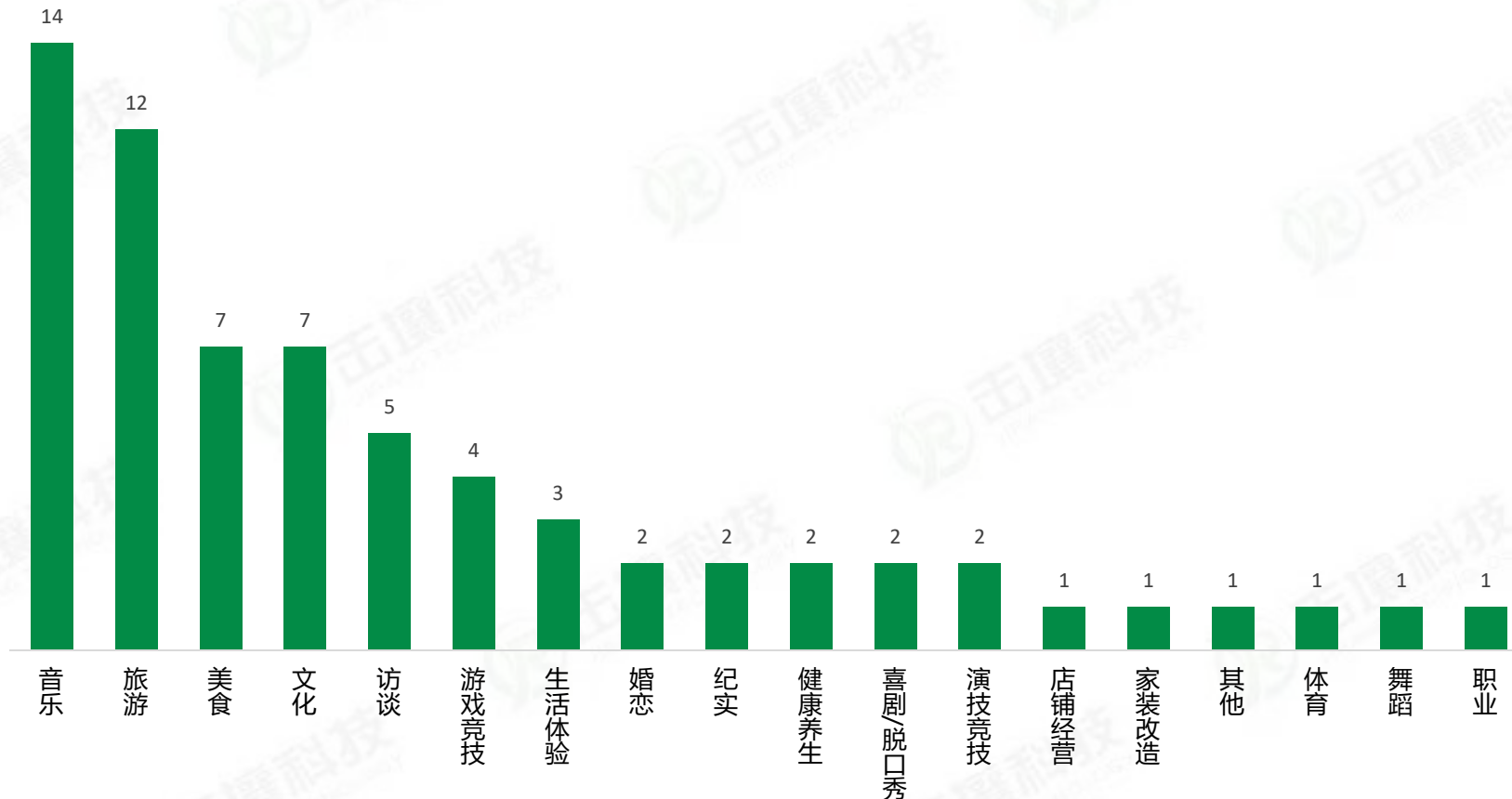
倾向于选择音乐类综艺节目进行广告投放，百岁山/景田、蒙牛集团、君乐宝乳业等均有所投放

旅游类：招商靠前

宜兰、贝因美、辽宁辉山乳业等投放旅游类综艺节目

美食类：招商靠前

中茶、景田、蒙牛集团等投放美食类综艺节目



电综：景田、蒙牛、君乐宝等旗下多品牌冠名头部IP项目

2025年饮料行业投放节目TOP10（一）

厂商	品牌	投放节目	合作身份
深圳市景田食品饮料有限公司	百岁山	今晚不加班	冠名
		你好时光	冠名
		大使的宝藏家宴第二季	指定产品
		歌手2025	品质好声见证官
		天赐的声音第六季	百岁好声推荐官
	听，谁在唱歌	天然好声官	
	景田	17号音乐仓库第三季	冠名
内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司	每日鲜语	一路前行第二季	冠名
		音你而来第二季	指定产品
		悠瑞	劲舞开跳吧！
	酸酸乳	歌手2025	冠名
	纯甄	舌尖上的中国第四季	冠名
蒙牛	2025中国乡村音乐大会	特约	
石家庄君乐宝乳业有限公司	君乐宝	王牌对王牌第九季	冠名
		我们的爸爸	冠名
	简醇	无限超越班第三季	冠名
		中国唱将	冠名
	悦鲜活	三个少年第三季	冠名
顶新国际集团	康师傅	闪光的夏天第二季	冠名
		向山海出发第三季	冠名
		加康加年味第三季	冠名
		国医少年志第二季	指定产品
		芒果新生班·搭档季	合作伙伴

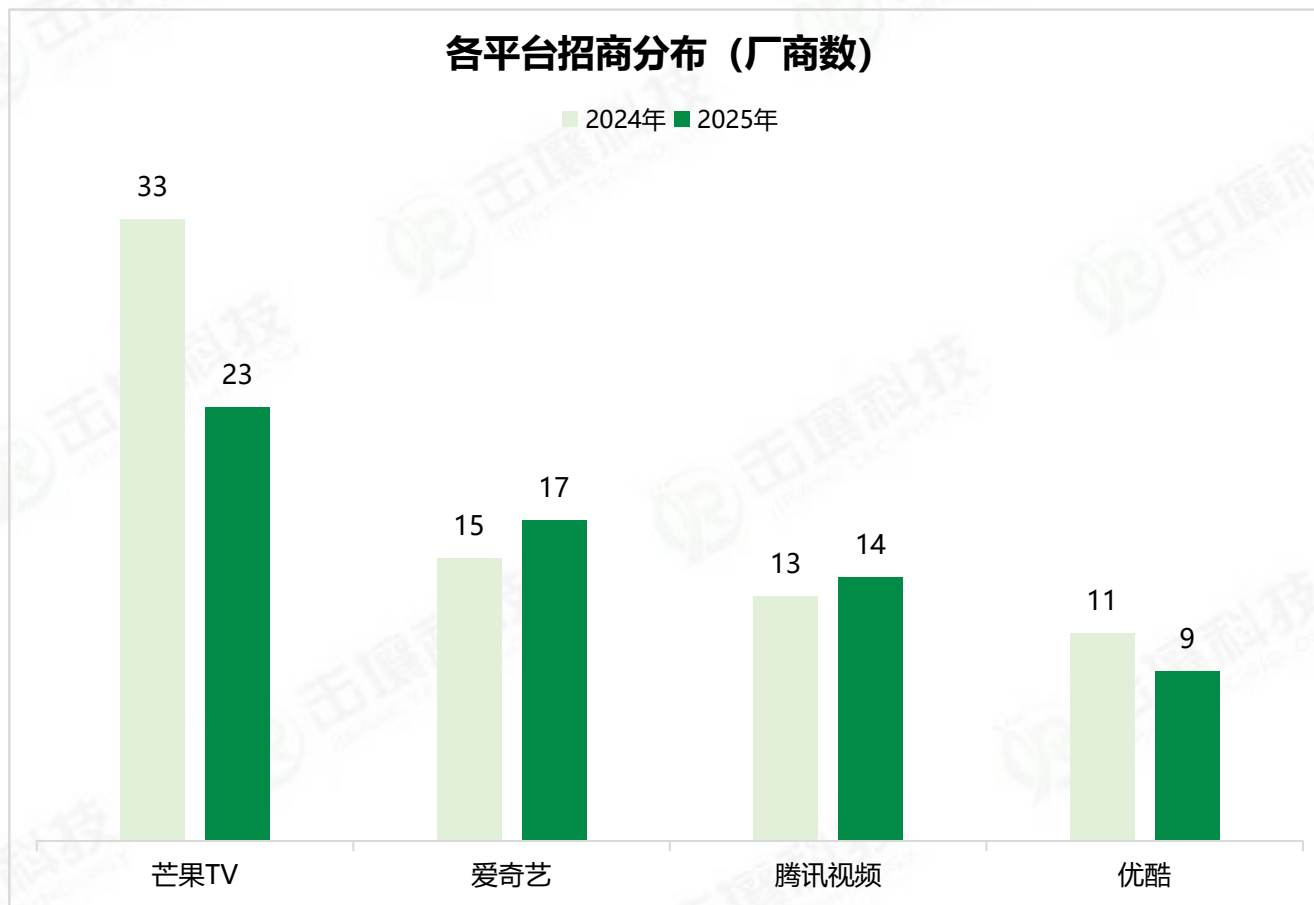
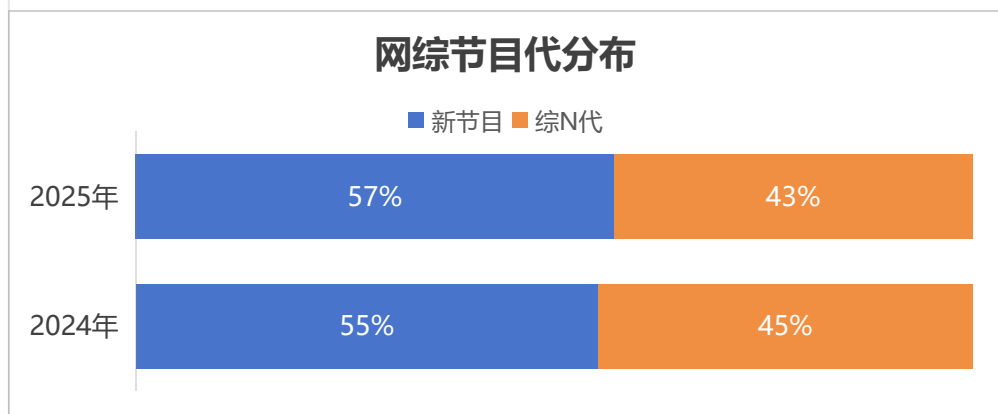
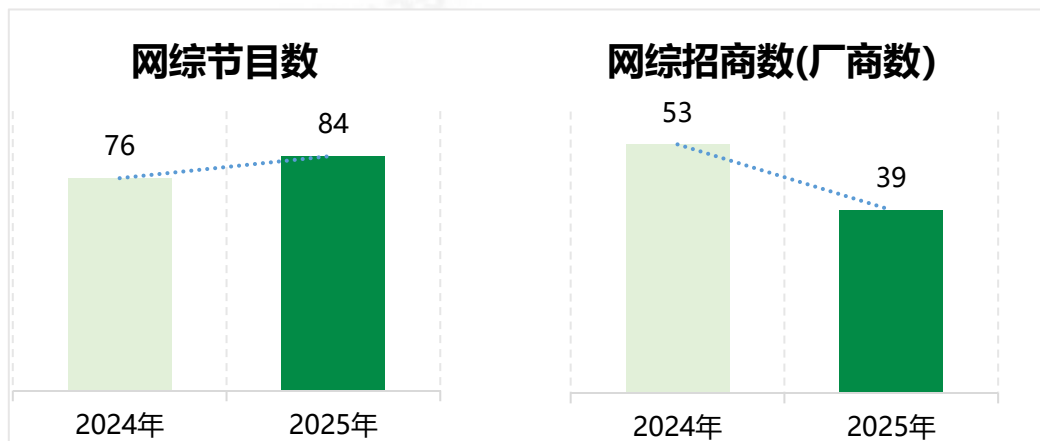
2025年饮料行业投放节目TOP10（二）

厂商	品牌	投放节目	合作身份
纽迪希亚生命早期营养品管理（上海）有限公司	爱他美	宝妈时光里	冠名
		声生不息第四季	合作伙伴
		向往的生活第八季	合作伙伴
		麻花特开心第二季	指定产品
广州王老吉药业股份有限公司	王老吉	哈哈！请上车	冠名
		歌手2025	合作伙伴
		少年书院行	合作伙伴
		这里很好吃	合作伙伴
宜兰食品工业股份有限公司	旺旺	出发吧去露营第二季	特约
		行进中国山海篇	特约
	邦德	百花盛放	指定产品
辽宁辉山乳业集团有限公司	谢添地	妻子的浪漫旅行第七季	冠名
		声生不息第四季	冠名
	鲜博士	是女儿是妈妈第二季	指定产品
光明乳业股份有限公司	畅优	未来中国第三季	冠名
		优倍	天声一对
			国医少年志第二季
菲仕兰产品有限公司	皇家美素佳儿	花儿与少年第七季	合作伙伴
		亚洲新声	赞助
		音乐缘计划第二季	特约

数据来源：击壤科技 2024年-2025年 央卫视频道 季播综艺监测（不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户、无明确身份客户）

网综：节目增量招商减量，芒果TV领跑招商，爱腾逆势微增优酷下滑

- 节目数增加、投放厂商数减少；节目代投放趋于稳定，新节目占比有所上升；
- 在媒体选择上，芒果TV领跑招商但相比去年有所减弱，同比下滑；爱奇艺、腾讯视频逆势微增；优酷小幅下滑。



网综：旅游、生活体验类节目招商表现优势凸显，市场竞争力强劲

旅游类：招商领先

饮料行业倾向于选择旅游类综艺节目进行广告投放，真果粒、谢添地、维他等均有所投放；

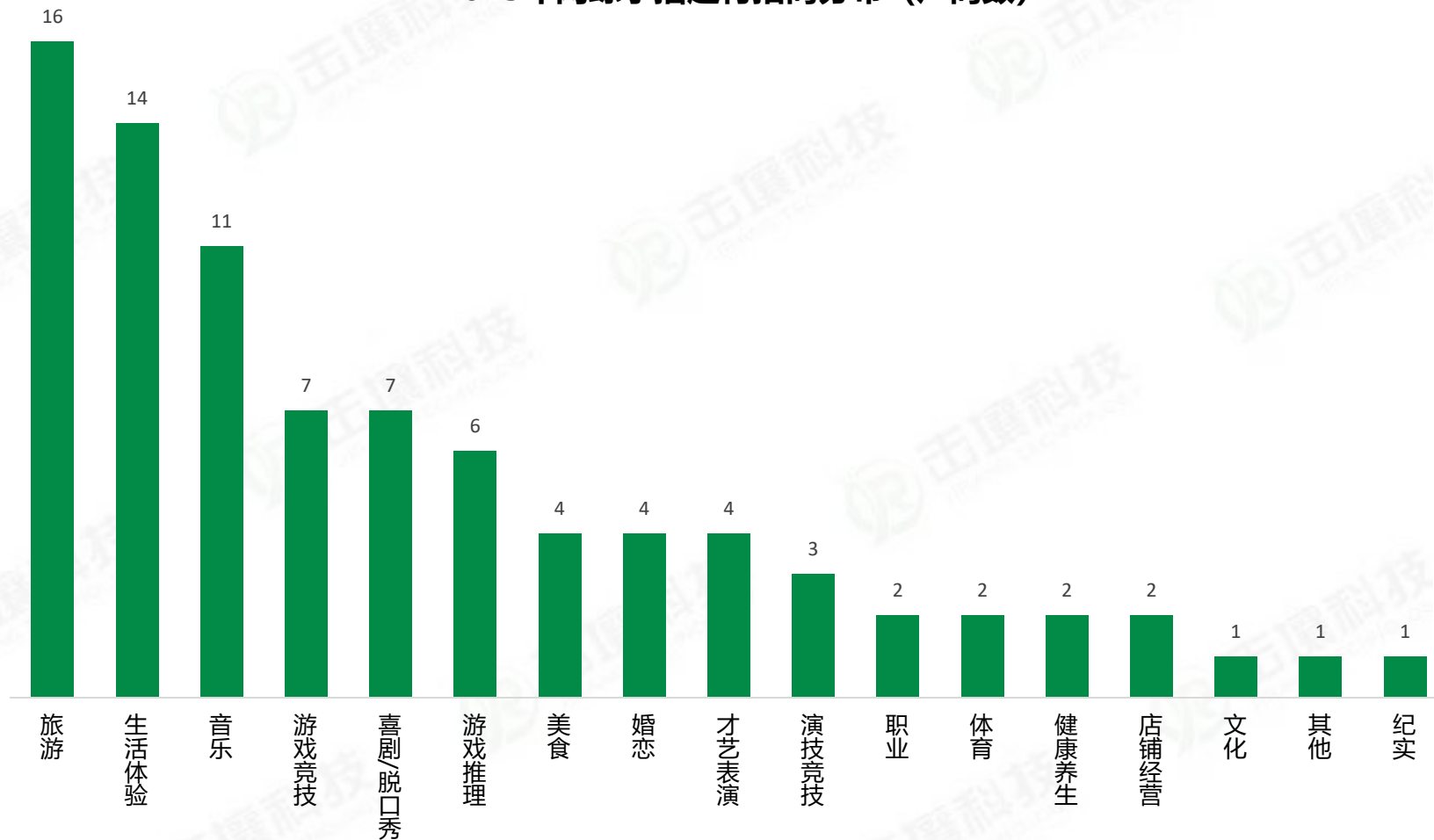
生活体验类：招商靠前

可口可乐、百事、维他奶等投放生活体验类综艺节目

新增题材

才艺表演、店铺经营等题材为2025年新增节目题材

2025年网综季播题材招商分布（厂商数）



网综：爱他美、可口可乐、伊利节目投放量领跑

2025年饮料行业投放节目TOP10 (一)

厂商	品牌	投放节目	合作身份
纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司	爱他美	宝妈时光里	冠名
		你们说了算-里院来福战	冠名
		现在就开麦-妈妈请就位!	冠名
		声生不息第四季	合作伙伴
		哈哈哈哈哈第五季	特约
		地球超新鲜	赞助
		风驰赛车手	赞助
		恰好去远方第二季	赞助
		宇宙闪烁请注意	赞助
		老板别听	行业赞助
		麻花特开心第二季	指定产品
		喜人奇妙夜第二季	指定产品
		再见爱人第五季	指定产品
		一路繁花第二季	自护成长官
		可口可乐公司	可口可乐
桃花坞开放中第四季	冠名		
毛雪汪	合作伙伴		
开始推理吧第三季	赞助		
纯悦	推市万事屋		赞助
	种地吧第三季		特约
	哈哈哈哈哈第五季		指定产品
芬达	这是我的西游	赞助	
内蒙古伊利实业集团股份有限公司	金典	乘风2025	冠名
		乘风2025训练室全纪录	冠名
		五十公里桃花坞第五季	冠名
	金领冠	萌探奇遇记	冠名
	舒化	宇宙闪烁请注意	特约
	安慕希	喜人奇妙夜第二季	赞助

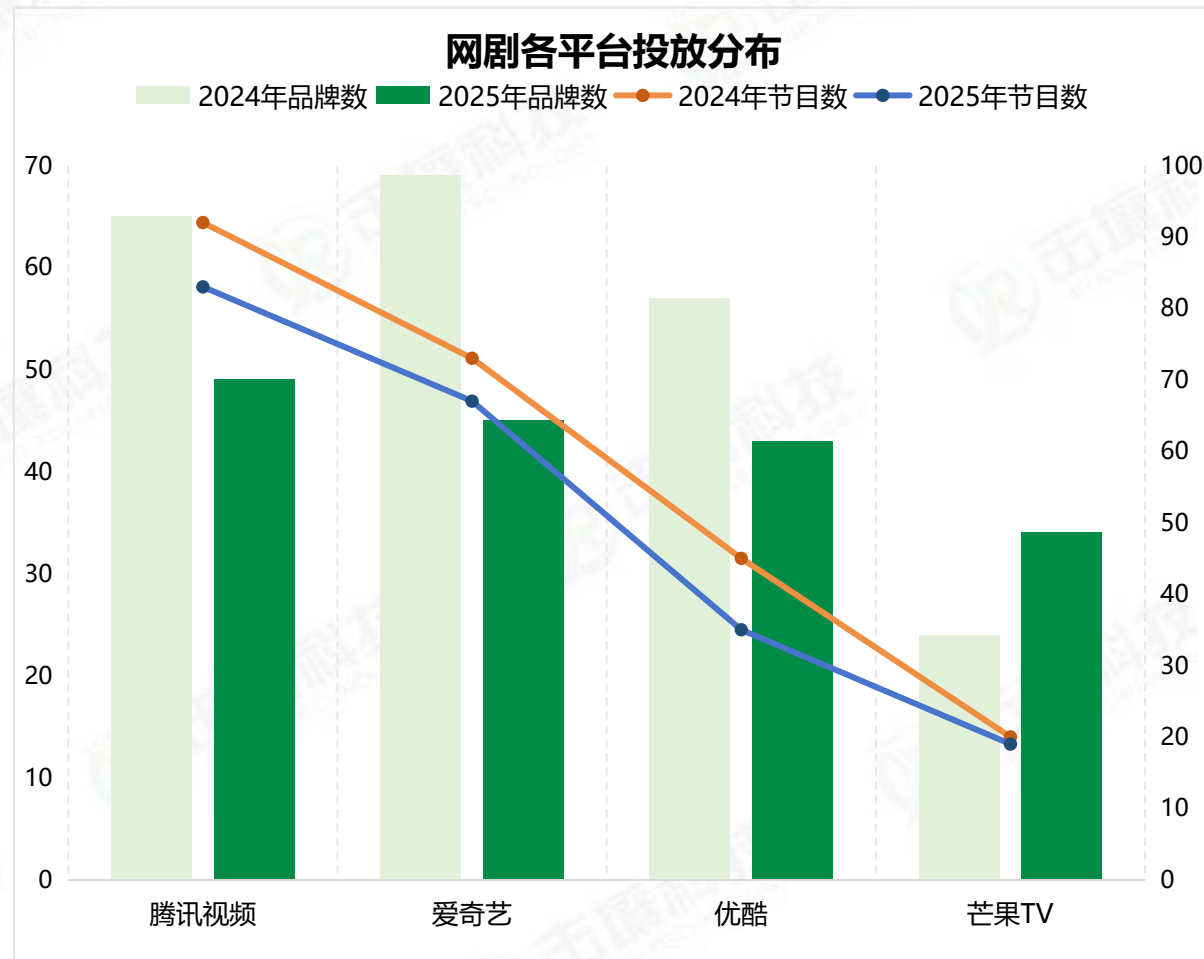
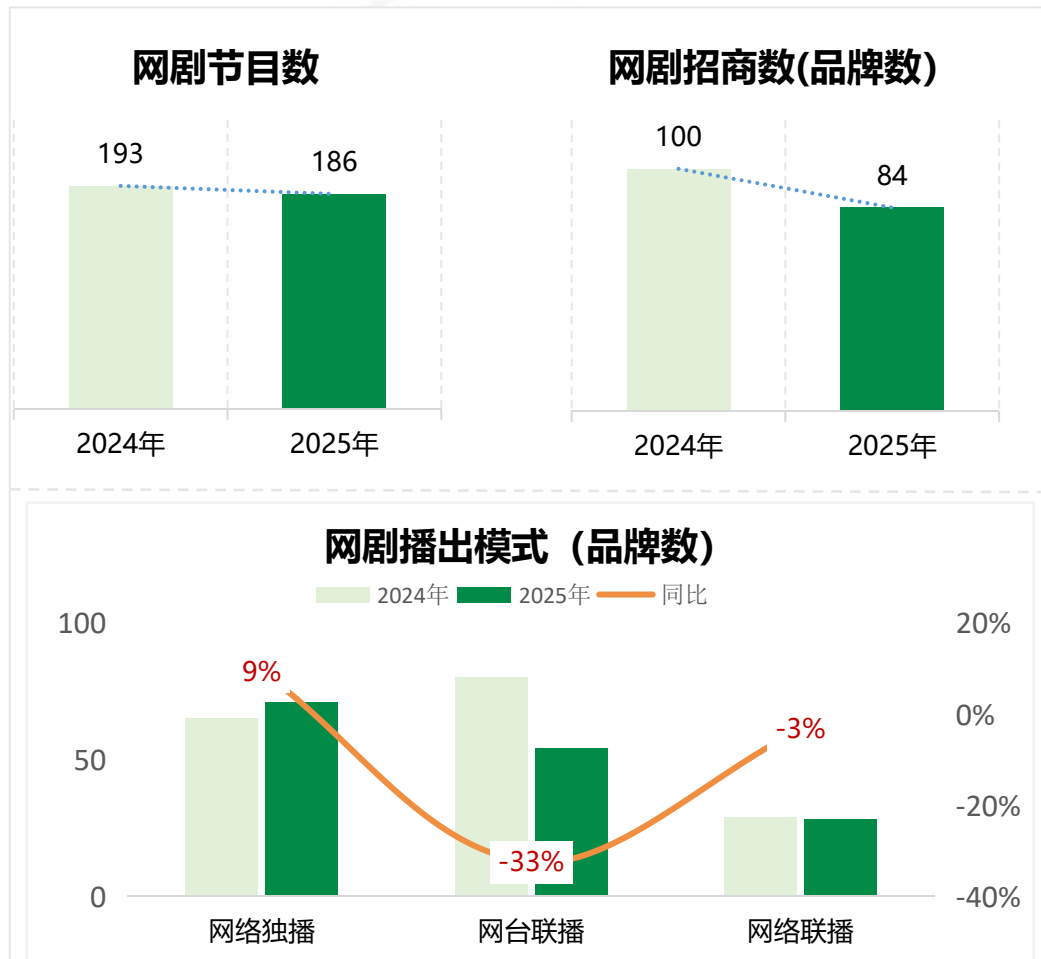
2025年饮料行业投放节目TOP10 (二)

厂商	品牌	投放节目	合作身份
菲仕兰产品有限公司	美素佳儿	火星情报局第七季	冠名
		现在就出发第三季	特约
		燃烧的月亮	赞助
	皇家美素佳儿	花儿与少年第七季	合作伙伴
		盒子猫的猫第二季	赞助
		亚洲新声	赞助
广州王老吉药业股份有限公司	王老吉	披荆斩棘第五季	冠名
		让我来唱	合作伙伴
		这里很好吃	合作伙伴
		正反调联盟	合作伙伴
		宇宙闪烁请注意	特约
		你好种地少年第三季	冠名
统一企业股份有限公司	阿萨姆	喜剧之王单口季第二季	冠名
	统一	新说唱2025	冠名
		下班啦2024	新年红运官
		大侦探第十季	冠名
北京元气森林饮料有限公司	外星人	名侦探俱乐部第十季	冠名
		超棒的我们	指定产品
		一路繁花第二季	赞助
	好自在	旷野星球	冠名
百事公司	百事	纯净水乐	冠名
		令人心动的OFFER第七季	冠名
		我们的宿舍	合作伙伴
		现在就出发第三季	赞助
艾图牛奶有限公司	A2	劲勇飞侠	合作伙伴
		脱口秀和TA的朋友们第二季	行业赞助
		女子推理社第二季	指定产品
		一路繁花	指定产品
维他奶国际集团有限公司	维他奶	友间合租屋	合作伙伴
		声生不息第五季	合作伙伴
	维他	旅行2+N	指定产品

数据来源：： 击壤科技 2024年-2025年 爱优腾芒四大长视频平台 季播综艺监测 (不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户、无明确身份客户)

网剧：大盘节目与招商双降、独播剧招商逆势增长、各平台投放普遍下滑

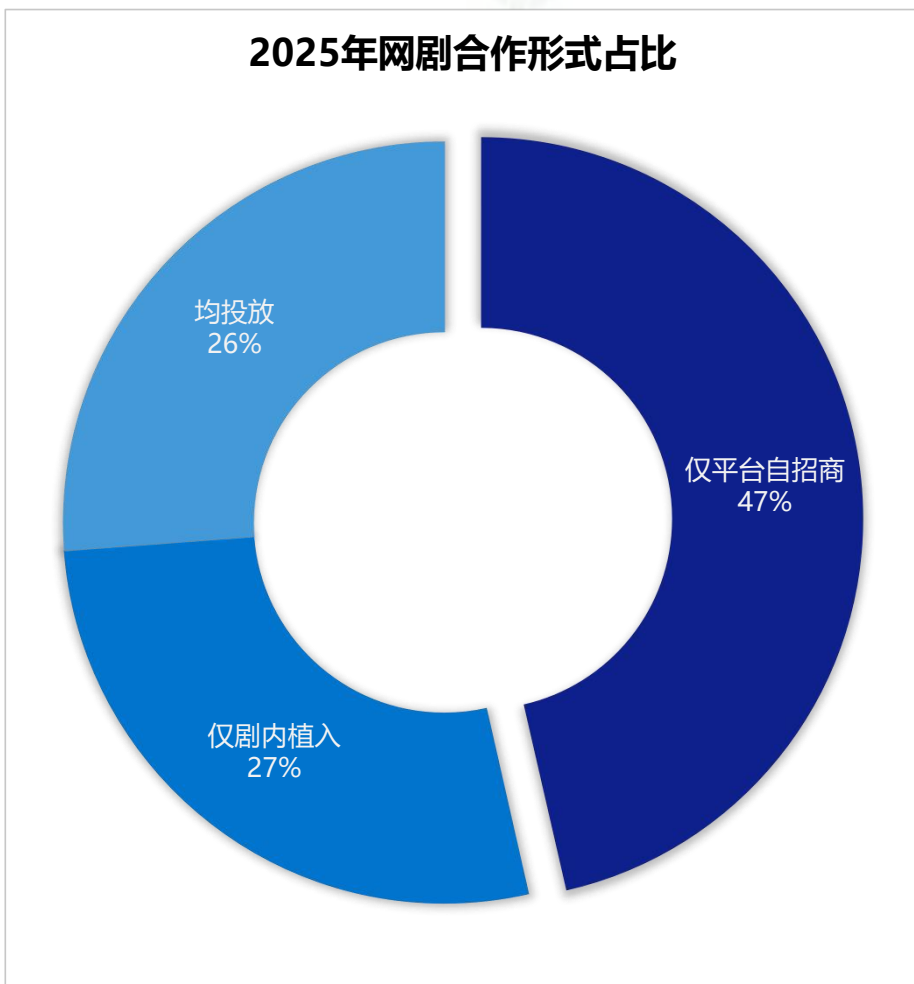
- 节目数及招商数均有所下滑；品牌投放独播剧仍占据主导地位，逆势增长9%，网台联播剧的投放则下降显著；
- 在媒体投放方面，芒果TV的品牌数逆势增长，而其他三个平台的广告主数量及其投放的节目数量则普遍下降。



网剧：平台自招商主导，融合高曝光的标版创可贴与剧情化的置景互动植入

- 合作形式以平台自招商为主，投放形式主要集中在标版、创可贴等高曝光权益；剧内植入侧重通过置景与互动道具实现品牌与剧情的自然融合。

2025年网剧合作形式占比



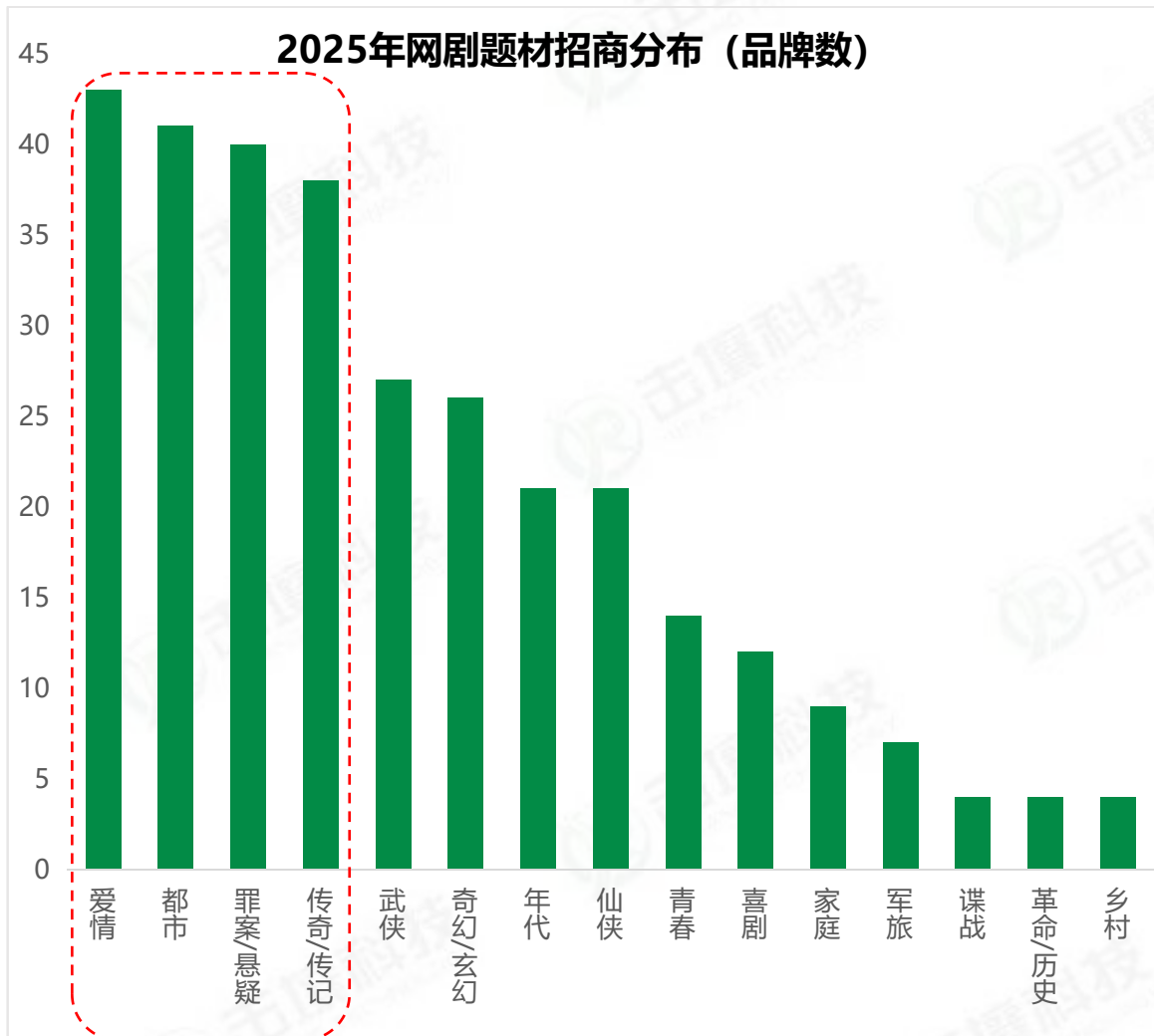
平台自招商植入形式

排名	软广类型	2025年品牌数	2025年节目数
1	标版	61	179
2	创可贴	27	50
3	创意中插	22	29
4	角标	1	17
5	预告/回顾	4	6
6	明星播报	5	4
7	压屏条	1	1

剧内植入形式

排名	软广类型	2025年品牌数	2025年节目数
1	置景道具	39	40
2	互动道具	36	37
3	片尾鸣谢	26	27
4	口播	4	4

网剧：爱情、都市题材领跑品牌招商，爱他美霸榜多题材投放节目数榜首



爱情TOP5品牌

排名	品牌名称	投放节目数
1	爱他美	25
2	百岁山	13
3	星飞帆	10
4	可口可乐	9
5	雪碧	8

都市TOP5品牌

排名	品牌名称	投放节目数
1	爱他美	17
2	可口可乐	9
3	雪碧	8
4	美汁源	7
5	特仑苏	6

罪案/悬疑TOP5品牌

排名	品牌名称	投放节目数
1	爱他美	26
2	雪碧	16
3	可口可乐	14
4	百岁山	12
5	星飞帆	9

传奇/传记TOP5品牌

排名	品牌名称	投放节目数
1	爱他美	5
2	战马	4
3	百事	4
4	雪碧	3
5	星飞帆	3

网剧：标版、创可贴等自招商资源，受众多品牌的青睐

2025年饮料行业投放TOP10 (一)

品牌	合作形式	软广类型	合作节目数
爱他美	平台自招商	标版	109
		创意中插	1
		创可贴	1
百岁山	平台自招商	标版	54
		创可贴	12
雪碧	平台自招商	标版	48
	剧内植入	置景道具	1
可口可乐	平台自招商	标版	38
		明星播报	1
		创意中插	1
	剧内植入	置景道具	7
		互动道具	5
		片尾鸣谢	1
星飞帆	平台自招商	标版	38
		创意中插	2
		创可贴	2

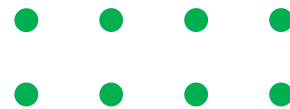
2025年饮料行业投放TOP10 (二)

品牌	合作形式	软广类型	合作节目数
金领冠	平台自招商	标版	33
		创意中插	2
皇家美素佳儿	平台自招商	标版	27
		创可贴	3
美汁源	平台自招商	标版	21
	剧内植入	置景道具	3
		片尾鸣谢	2
		互动道具	2
百事	平台自招商	标版	20
	剧内植入	置景道具	1
		互动道具	1
东鹏	平台自招商	标版	16
	剧内植入	置景道具	5
		片尾鸣谢	5
		互动道具	5

数据来源



- 统计周期：2024年-2025年
- 硬广统计平台：央卫视49频道
- 综艺统计平台：电综-央卫视频道；网综-爱优腾芒四大长视频平台（季播综艺）
- 网剧统计平台：爱优腾芒四大长视频平台



THANKS!

