

爱奇艺出品

帧绮映画

华语青年说唱音乐真人秀

爱桃综



《新说唱2025》节目热度及植入简析

■概览

《中国新说唱2025》作为国内现象级说唱竞演综艺，凭借深厚的文化积淀、创新的节目模式和成熟的商业运营体系，持续领跑音乐类综艺赛道。节目开播以来表现亮眼，在爱奇艺平台**播放量登顶**，全网热搜上榜**286次**，其中艺人**黄子韬、万妮达**表现尤为突出，成为节目话题担当。在招商方面，节目吸引**5大行业**品牌合作，通过将品牌诉求与说唱文化深度融合，实现了内容价值与商业价值的完美共赢。

□ 《新说唱2025》 节目热度

□ 《新说唱2025》 刊例价、植入品牌

□ 部分品牌植入权益展示

节目热度：自开播以来，爱奇艺站内热度排名第一

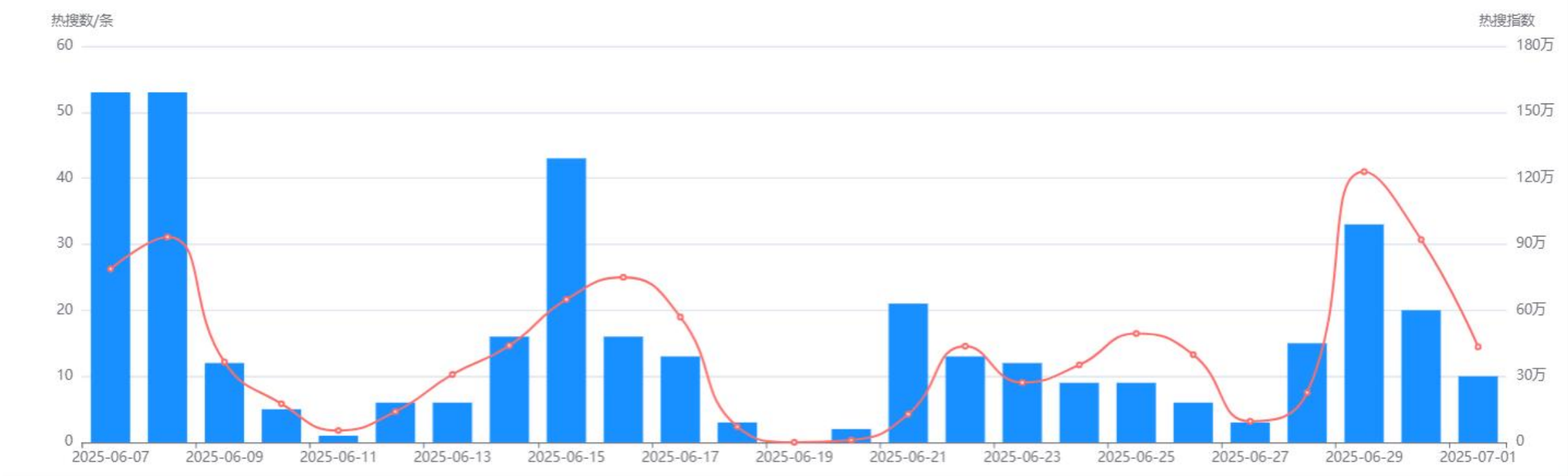
- 《新说唱2025》6月7日播出以后，在爱奇艺播放量排名第一，播放量达4500万+。领先同期在播节目《哈哈哈哈哈第五季》、《亚洲新声》等。



节目热度：热搜上榜达278次

- 截止7月1日，累计热搜上榜286次。
- 最新一期（第4期）播出后隔天热搜指数达120万+。

热搜趋势



数据来源：击壤科技《新说唱2025》舆情监测 6月7日-7月1日

热搜艺人与热搜词条：黄子韬、万妮达相关词条热度较高

- 艺人方面：黄子韬、万妮达上榜次数较多。“万妮达为女Rapper撑腰”、“黄子韬到处签约选手”等热词引起了广泛讨论。
- 词条方面：“新说唱定档”、“万妮达眼神警告Lil Asian”、“新说唱OG回归”等词条热度排名靠前。

序号	平台	热词	最高热度 ↓	热度均值 ↓	在榜时长 ↓
1		万妮达为女Rapper撑腰	961W	926W	01小时10分钟
2	 文娱	万妮达为女Rapper撑腰	805W	786W	21小时30分钟
3	 热榜	万妮达为女Rapper撑腰	775W	771W	12小时00分钟
4	 文娱	万妮达舞台绝对掌控力	764W	762W	01小时00分钟

序号	平台	热词	最高热度 ↓	热度均值 ↓	在榜时长 ↓
1	 文娱	黄子韬到处签约选手	808W	786W	14小时30分钟
2	 热榜	黄子韬到处签约选手	778W	773W	07小时40分钟
3	 文娱	黄子韬新说唱公演舞台	769W	762W	01小时50分钟
4	 文娱	黄子韬对Rage的执着	765W	757W	06小时40分钟
5	 热搜	李佳隆是黄子韬的制作人	14W	13W	20分钟

 新说唱2025定档0607

最高排名: 1

首次上榜: 2025-06-06 18:00 累计在榜时间: 09小时00分钟 最高热度: 1192W 🔥

 文娱 万妮达眼神警告Lil Asian

最高排名: 1

首次上榜: 2025-06-16 10:20 累计在榜时间: 22小时40分钟 最高热度: 1159W 🔥

 文娱 新说唱OG回归

最高排名: 1

首次上榜: 2025-06-21 14:30 累计在榜时间: 23小时10分钟 最高热度: 1151W 🔥

 热搜 黄子韬现场发火中断考核

最高排名: 1

首次上榜: 2025-06-14 20:40 累计在榜时间: 14小时10分钟 最高热度: 154W 🔥

节目有效播放量：JR综艺有效播放量累计高达8685万+；集均播放量达1085万+



新说唱2025

音乐,选秀

首播日期: 2025-06-07

上线天数: 26天

集均播放量: 1085.66万

统计截止至2025-07-01

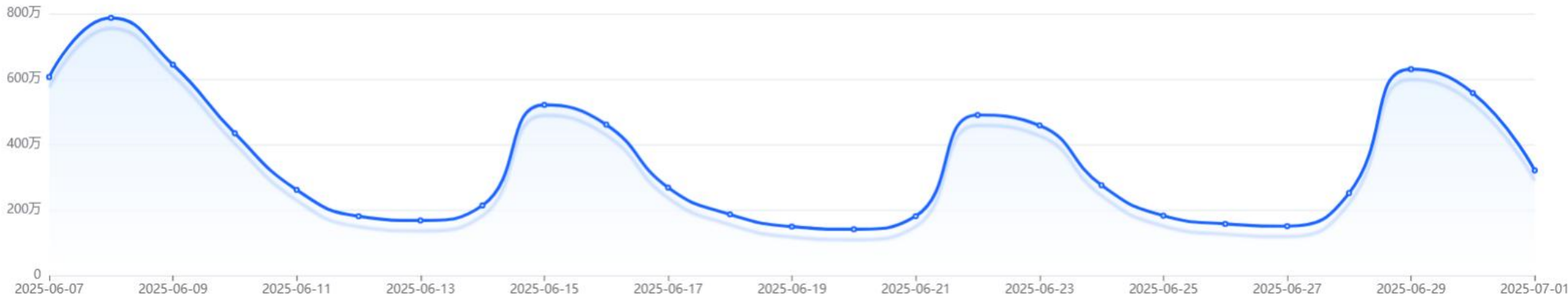
累计播放量: 8685.25万

统计截止至2025-07-01

播出平台: 爱奇艺

有效播放量

数据统计时间: 2025-06-07 至 2025-07-01



- 《新说唱2025》 节目热度
- 《新说唱2025》 刊例价、植入品牌
- 部分品牌植入权益展示

刊例价-按期数：集均刊例价262万元

期数	播出日期	植入时长（s）	刊例价（万元）
集结篇	2025-06-07	1054.26	87.62
第1期（上）	2025-06-07	4120.43	259.71
第1期（下）	2025-06-07	4611.76	253.21
第2期（上）	2025-06-14	2771.05	181.4
第2期（下）	2025-06-14	4592.79	270.83
第3期（上）	2025-06-21	5958.71	361.7
第3期（下）	2025-06-21	6717.54	421.25

数据来源：击壤科技《新说唱2025》软广监测 第1-3期
软广刊例价由击壤科技独家研发，基于投放平台、节目类型、植入权益及投放时长等多维度数据，通过海量数据和Ai算法综合计算得出。

刊例价-按品牌：冠名客户刊例价及植入时长领先

- 五个身份客户分布在不同行业，其中饮料行业的冠名客户在刊例价、广告投放时长方面表现最为突出，显著高于其他客户。

品牌	厂商	合作项目	所属行业	时长	刊例价	频次
统一冰红茶	统一企业股份有限公司	冠名	饮料	26,145	1449.34	4,242
劲仔	劲仔食品集团股份有限公司	赞助	食品	1,290	143.27	231
哈尔滨啤酒	百威英博哈尔滨啤酒有限公司	特约	酒类	1,036	107.7	312
螃蟹账号	金华市博淳网络科技有限公司	行业赞助	互联网	204	19.61	56
HOLDOUMEN	蓝天下（浙江）传媒集团有限公司	自在潮流官	衣着	177	36.83	40

数据来源：击壤科技《新说唱2025》软广监测 第1-3期（不含音乐类客户）
软广刊例价由击壤科技独家研发，基于投放平台、节目类型、植入权益及投放时长等多维度数据，通过海量数据和Ai算法综合计算得出。

- 《新说唱2025》 节目热度
- 《新说唱2025》 刊例价、植入品牌
- 部分品牌植入权益展示

统一冰红茶：结合品牌调性与节目潮流文化

- **情景对话-1**：将统一冰红茶融入选手后台互动场景中，自然带出产品功能（解渴、提神）。
- **情景对话-2**：结合品牌调性与节目潮流文化，用年轻化、潮流化的语言突出品牌特点。
- **花字**：结合节目画面、将品牌植入转化为态度表达。



情景对话



花字

劲仔：通过选手的个性化表达传递品牌信息，更易引发共鸣

- **情景对话：**设计魔性对话、借力说唱文化的“街头”属性，传递劲仔“炸”“一秒上头”的品牌特点。
- **产品使用：**在对话中突出“鲜香”“上头”等卖点、直观传递使用场景。



情景对话



产品使用

爱奇艺出品

帧绮映画

华 语 青 年 说 唱 音 乐 真 人 秀

爱桃综



THANKS!