

央视2023年硬广白皮书

&2024年1-2月硬广趋势报告

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

2023年央视硬广要点概览

- 整体品牌数、时长均呈**增长趋势**。央7国防军事频道品牌数领先，央14少儿频道时长领先。
- 央视硬广**低于60秒**投放的客户高达3400+，同比持续**增长33.8%**。
- 家居行业客户数第一，但投放体量较低；**食品**行业投放时长第一。**广东**地区客户数第一，**北京**地区客户时长第一。
- 23年新增品牌数大于流失，新增&流失品牌中**超80%**为小体量投放品牌，投放**时长低于60秒**。
- 流失客户中有**82个**仍在卫视投放，央视新增客户中有**18个**由卫视流入。

2024年1-2月央视硬广要点概览

- 整体品牌数、时长均呈**增长趋势**。**60秒以下**小体量客户数量**同比增加60%**。
- TOP客户中，**倍力优**投放时长第一，**飞鹤**旗下4个品牌投放。
- 24年1-2月央视新增品牌数大于流失。其中，流失客户中**38个**仍在卫视有投放，新增客户中**10个**由卫视流入。

目录

▶ 23年央视硬广整体趋势分析

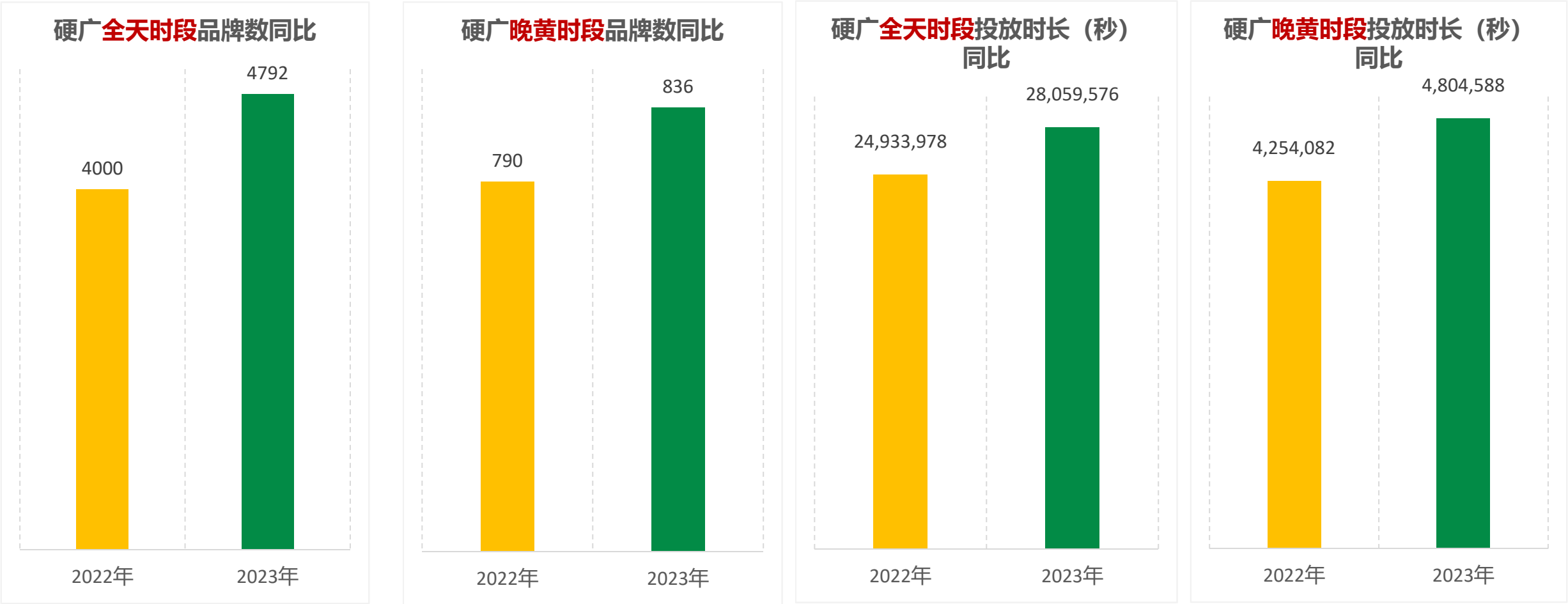
▪趋势分析 ▪客户分布 ▪新增流失分析 ▪重点频道简析

▶ 24年1-2月央视硬广情报速递

▪趋势对比 ▪频道分布 ▪投放TOP20客户速览 ▪新增流失分析

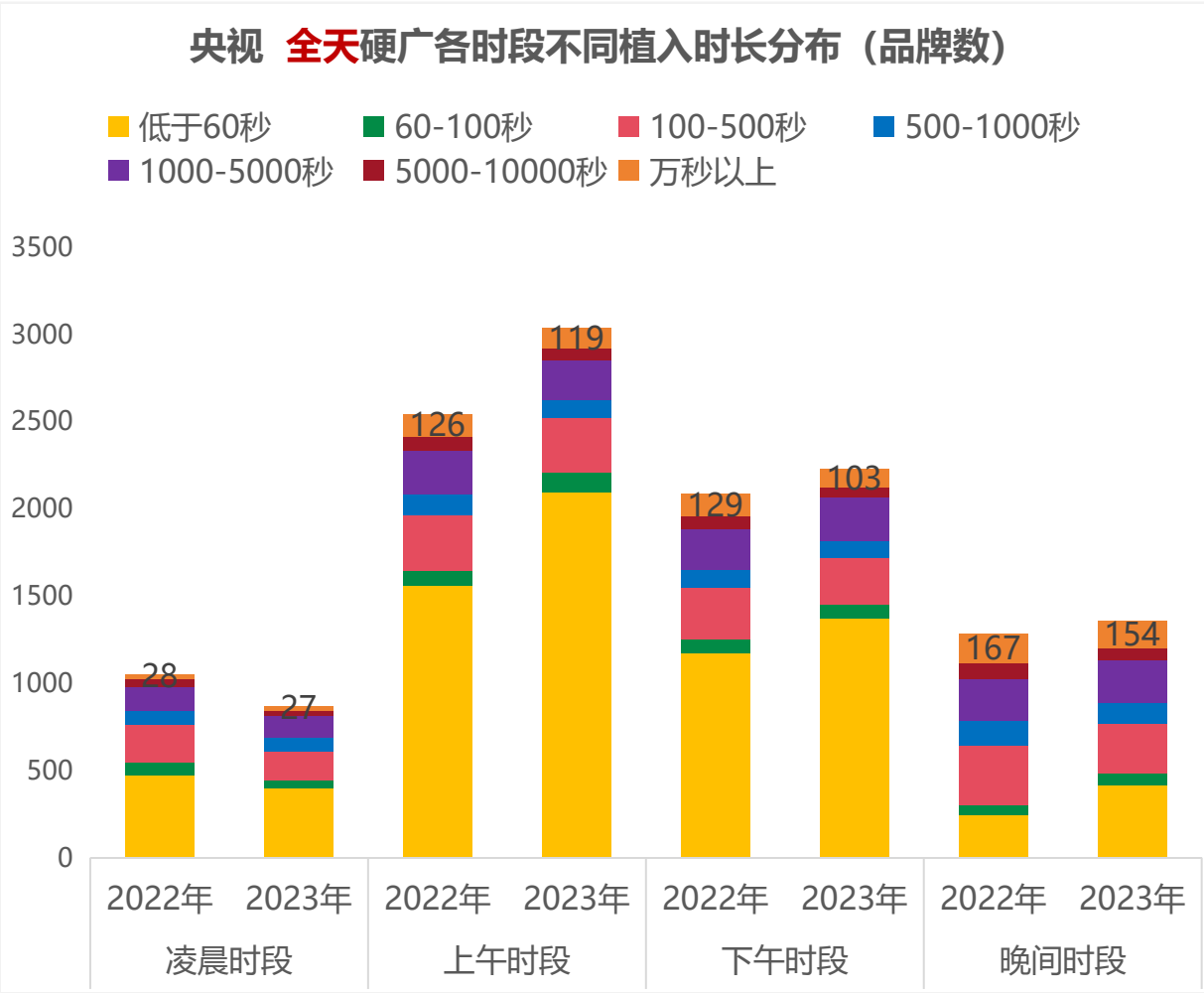
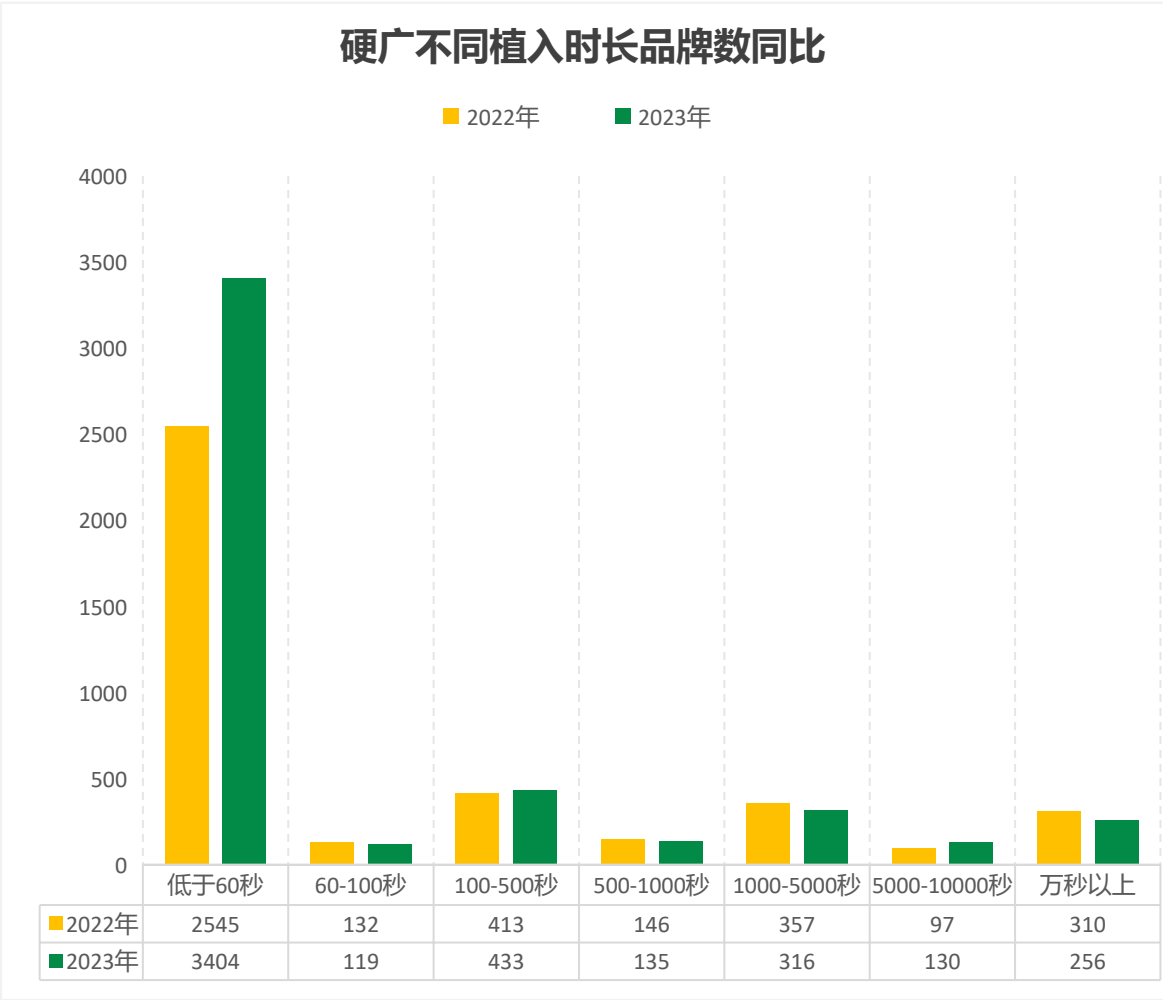
央视-整体趋势：央视硬广大盘整体呈上升趋势

- 硬广品牌数：全天时段品牌数同比增加19.8%，晚黄时段同比增加5.8%。
- 硬广时长：全天时段时长同比增加12.5%，晚黄时段同比增加12.9%。

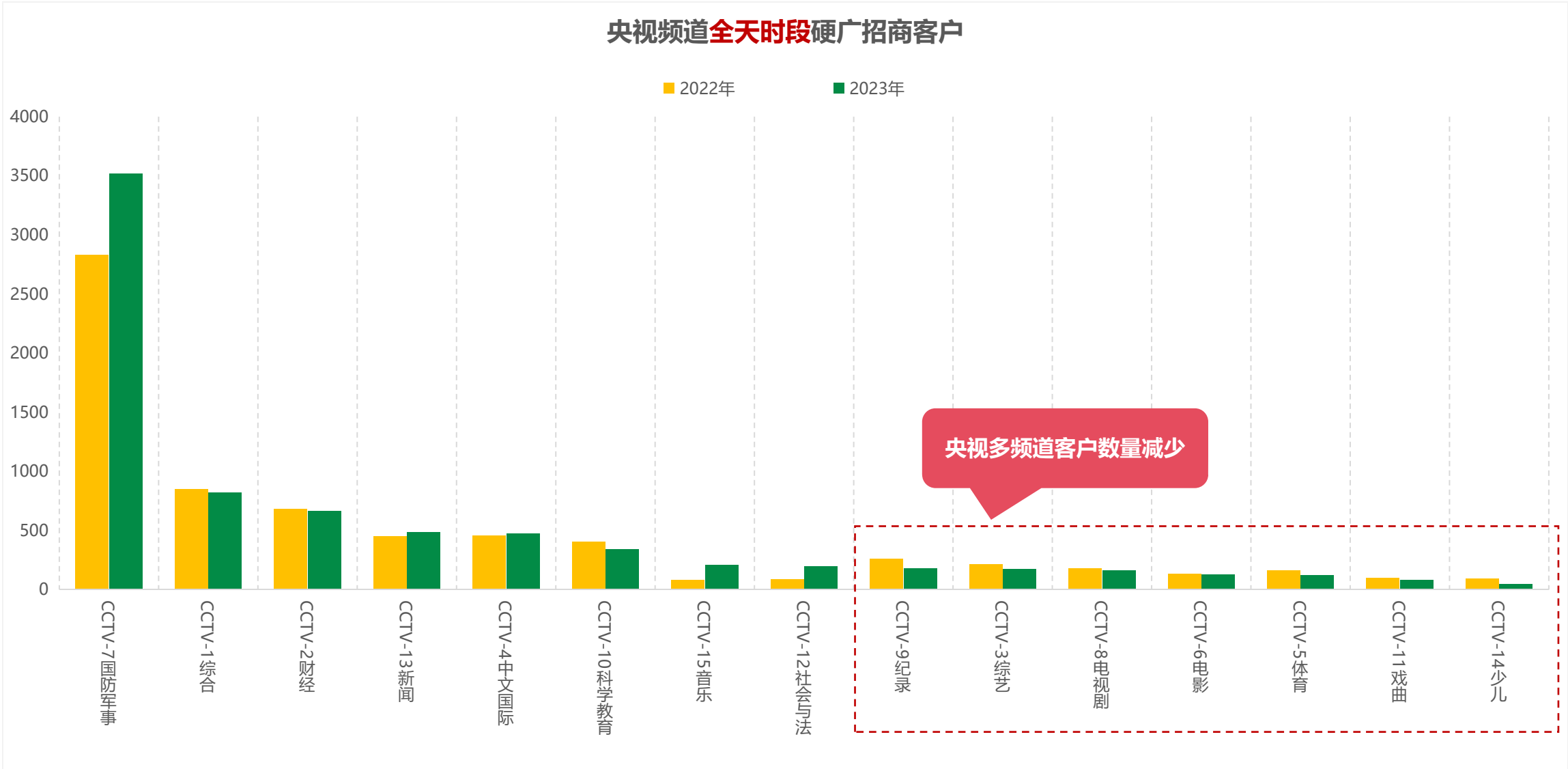


央视-各时段时长分布： 低于60秒投放小客户增长33.8%

- 低于60秒投放小客户品牌数超3400个， 同比增长33.8%。
- 凌晨时段广告投放较少， 白天（上午&下午时段）以60秒以下小体量广告投放品牌居多， 晚间小体量投放品牌数大幅减少， 投放超万秒的品牌数增加。

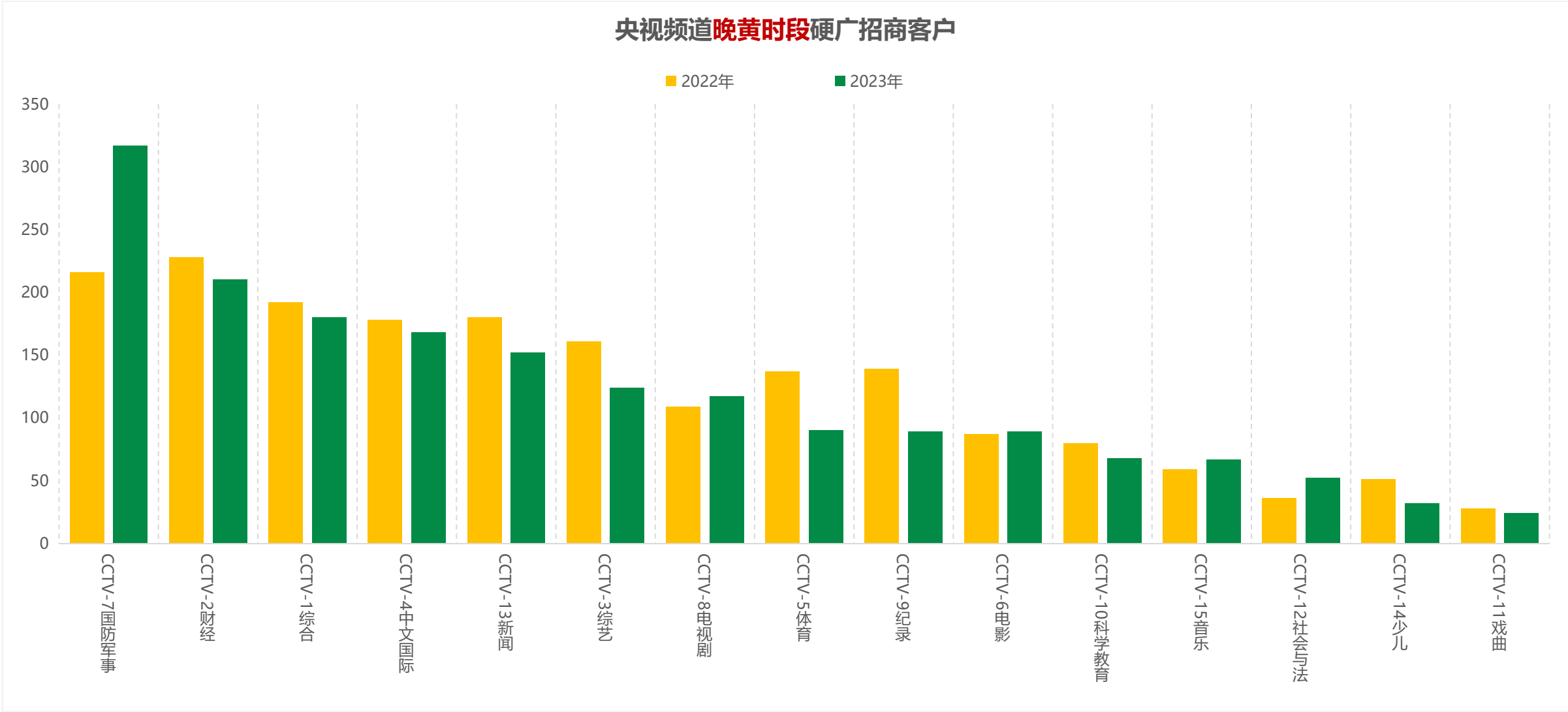


央视-全天时段品牌分布：央7品牌数领先，同比增加24.4%



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

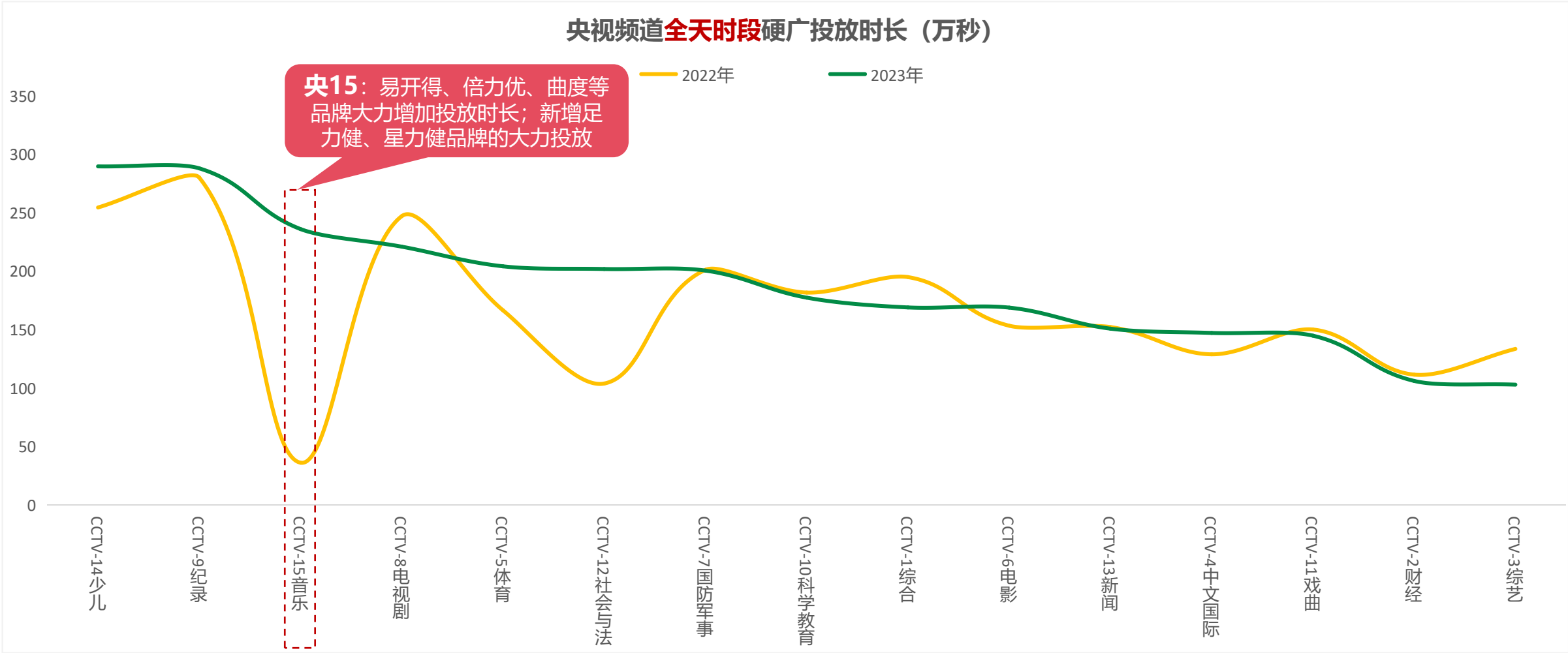
央视-晚黄时段品牌分布：央6、央7、央8、央12、央15客户增加，多频道客户减量



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测 晚黄时段：19:30-22:00

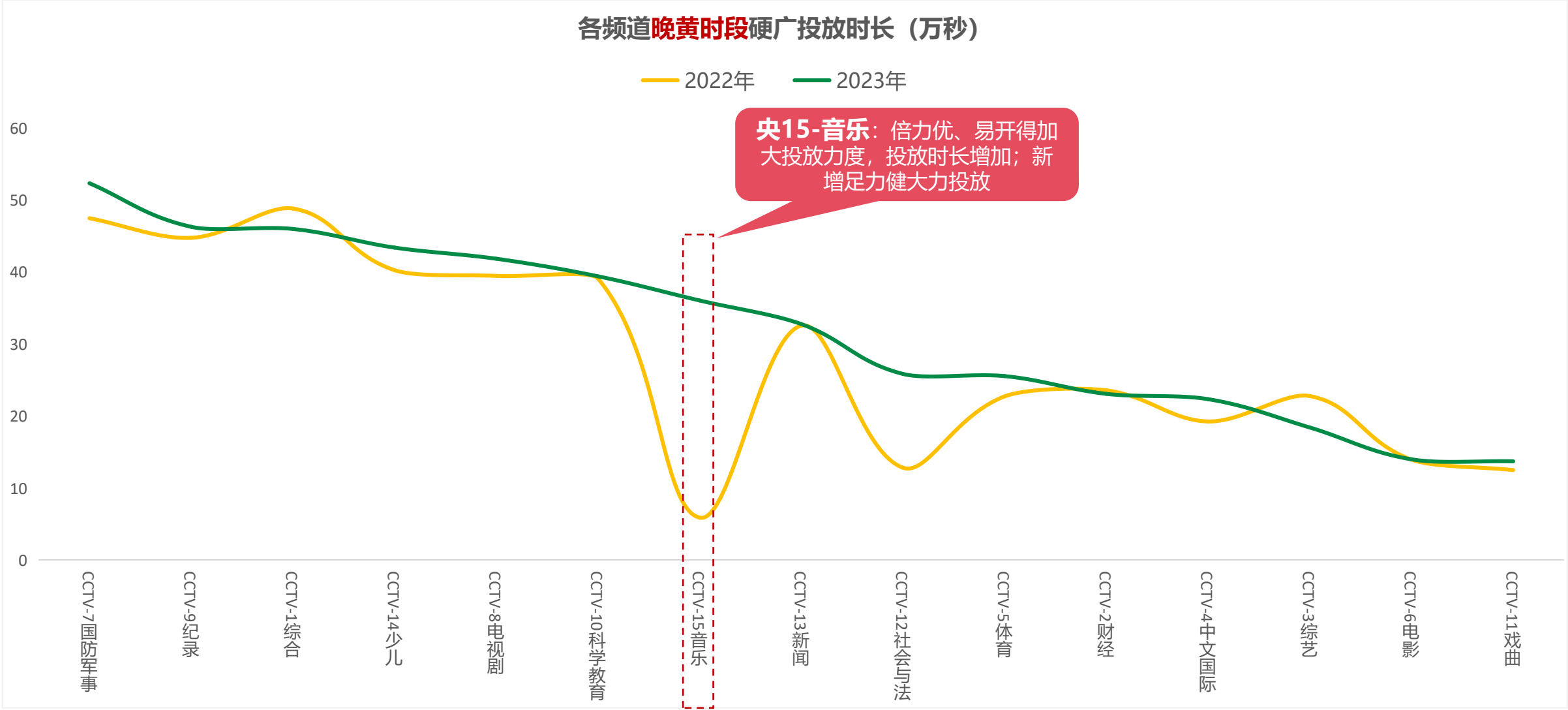
央视-全天时段时长分布：央视少儿、央9时长领先，央15时长增幅553%

- 央14少儿频道时长第一，其次为央9纪录频道，央15音乐频道因新增品牌足力健、星力健的大力投放，时长有较大增幅，达553.2%。



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

央视-晚黄时段时长分布：央7晚黄时段时长第一，多频道时长增长



目录

▶ 23年央视硬广整体趋势分析

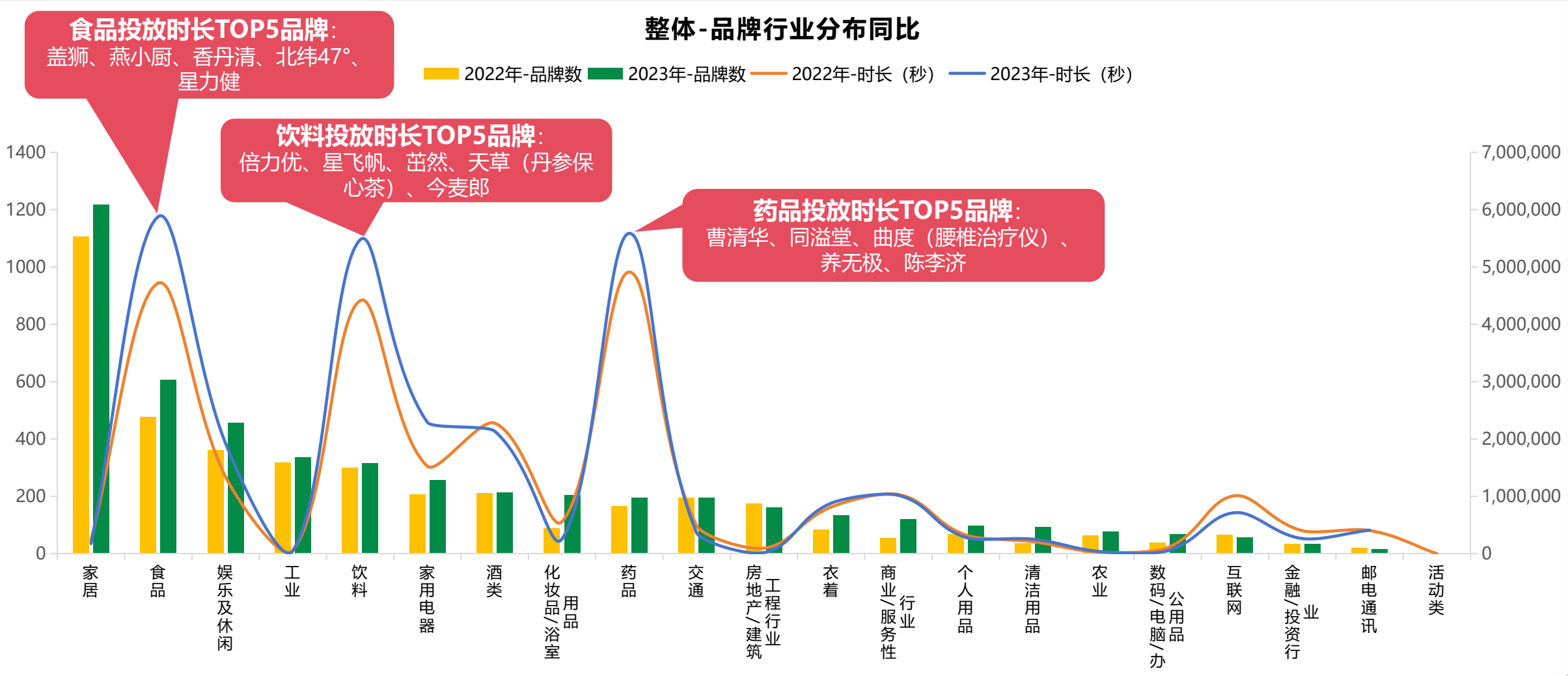
▪趋势分析 ▪客户分布 ▪新增流失分析 ▪重点频道简析

▶ 24年1-2月央视硬广情报速递

▪趋势对比 ▪频道分布 ▪投放TOP20客户速览 ▪新增流失分析

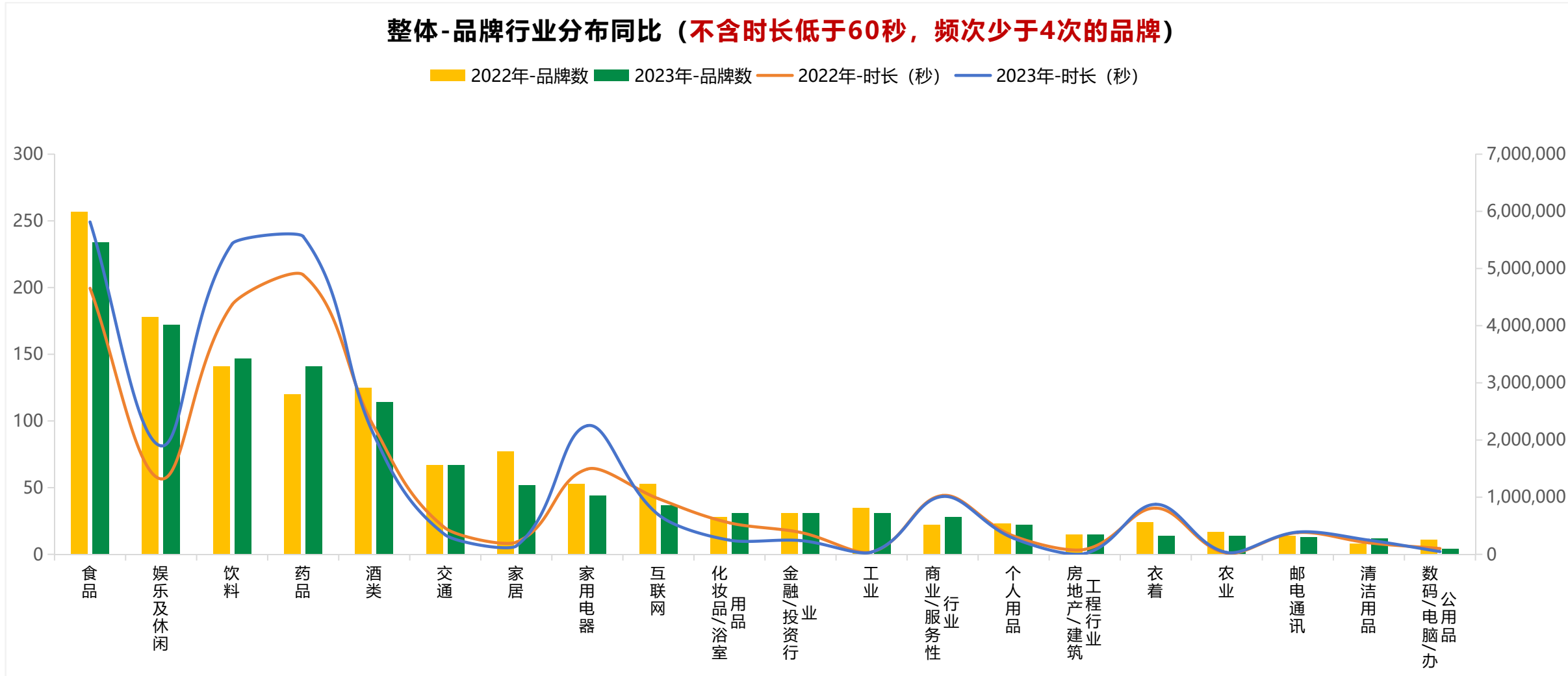
行业整体分布：家居行业客户数第一，食品时长第一，多行业品牌数增加

- 家居行业客户数第一，但多为60秒以下的小体量投放；食品行业客户数第二，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 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

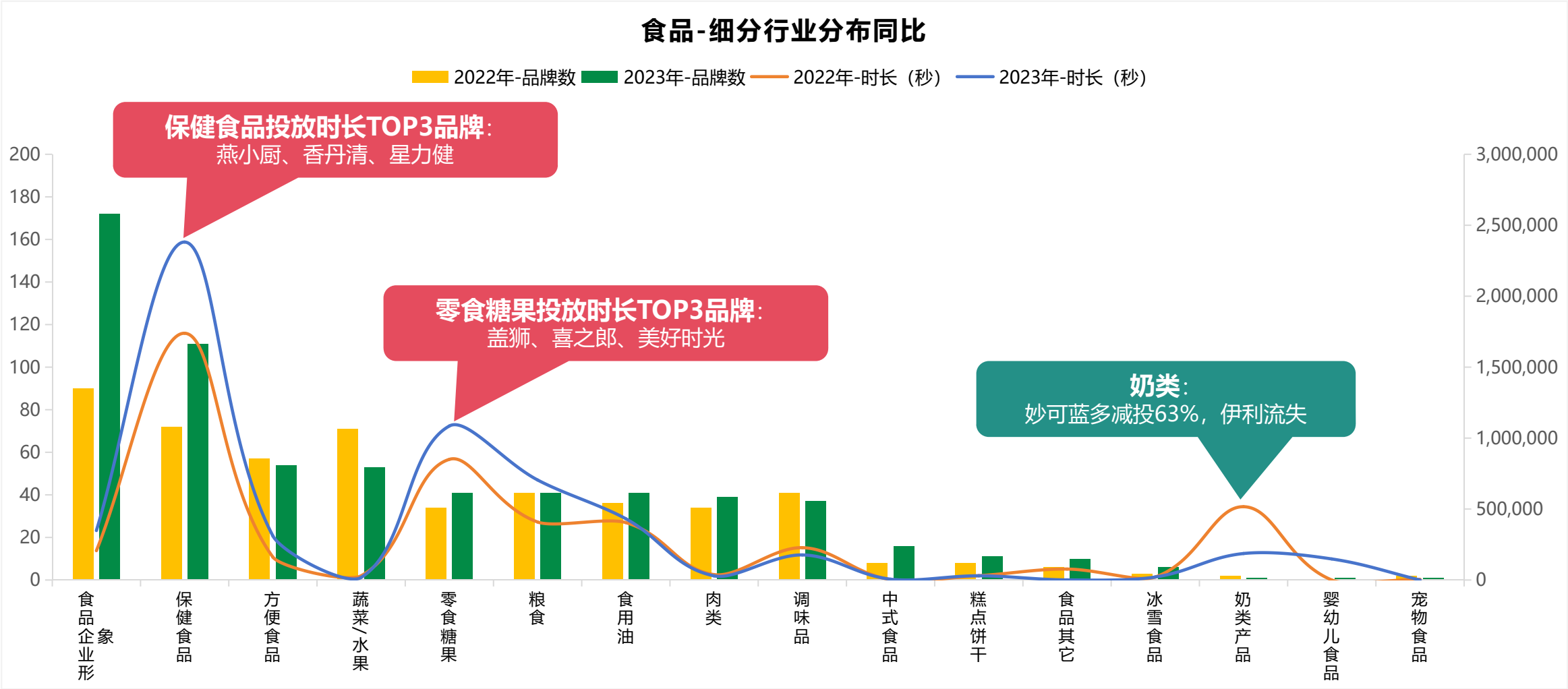
行业整体分布：食品行业客户数、时长均第一，饮料、药品、家电时长增幅较大



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测 不含时长低于60秒，频次少于4次的品牌

食品：以保健食品投放为主，零食糖果投放时长排名第二

- 保健食品客户数、投放时长均第一，且同比均增。零食糖果、粮食、食用油、肉类细分品类客户增加。奶类产品时长同比下降63.9%。



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

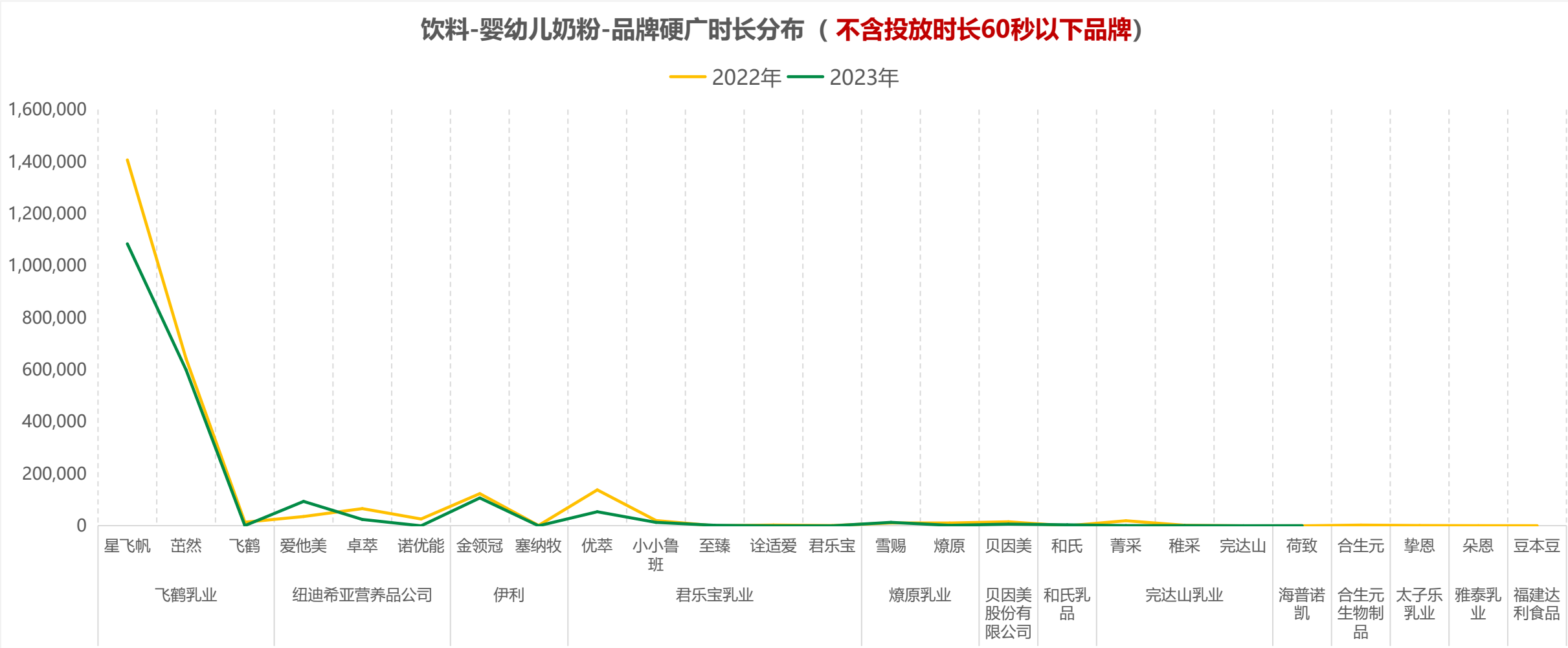
食品-时长TOP20品牌：盖狮投放时长第一，新增星力健投放，今麦郎加大投放力度

序号	品牌	厂商	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	盖狮	小小雄狮（北京）食品有限公司	4	4	401,860	843,067	441,207	110%
2	燕小厨	燕小厨（北京）生物科技有限公司	2	1	349,751	756,178	406,427	116%
3	香丹清	西安杨健药业有限公司	5	7	310,238	748,410	438,172	141%
4	北纬47°	黑龙江北纬四十七绿色有机食品有限公司	3	4	341,465	603,760	262,294	77%
5	星力健	河南星力健生物科技有限公司		4		248,343	248,343	新增
6	锅圈食汇	河南锅圈供应链管理有限公司	2	1	23,374	224,943	201,569	862%
7	变通	河北御芝林生物科技有限公司	5	5	183,427	224,916	41,489	23%
8	妙可蓝多	妙可蓝多（天津）食品科技有限公司	10	9	502,493	186,587	-315,905	-63%
9	喜之郎	广东喜之郎集团有限公司	2	3	124,850	172,869	48,019	38%
10	今麦郎	今麦郎食品有限公司	2	12	11,233	157,835	146,602	1305%
11	鲁花	山东鲁花集团有限公司	14	12	137,753	151,014	13,261	10%
12	胡姬花	嘉里粮油（青岛）有限公司	11	11	77,671	98,579	20,908	27%
13	碗燕	厦门燕之屋生物工程发展有限公司	7	4	61,176	88,308	27,132	44%
14	双汇	河南双汇投资发展股份有限公司	9	10	76,087	80,207	4,120	5%
15	健力多	汤臣倍健股份有限公司	2	3	43,076	76,143	33,067	77%
16	美好时光	广东喜之郎集团有限公司	2	3	96,010	75,250	-20,760	-22%
17	福临门	中粮集团有限公司	13	13	52,596	69,022	16,426	31%
18	金龙鱼	益海嘉里投资有限公司	10	10	47,762	67,981	20,219	42%
19	外婆乡小榨	益海嘉里投资有限公司	9	11	51,189	61,535	10,346	20%
20	波力	波力食品工业（昆山）有限公司	2	1	92,001	59,352	-32,649	-35%

数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

饮料-婴幼儿奶粉：飞鹤乳业星飞帆投放时长第一

- 飞鹤乳业整体投放时长第一，其中星飞帆投放最多；纽迪希亚公司减少卓萃投放，增加爱他美的投放时长；伊利金领冠品牌投放时长较多。



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测 不含投放时长60秒以下品牌

药品-投放时长TOP20品牌：神牡、江中加大投放力度；新增妙医生、太极、先阁品牌

序号	品牌	厂商	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	曹清华	广州康朝药业有限公司	5	6	771,135	1,027,617	256,482	33%
2	同溢堂	同溢堂药业有限公司	8	7	1,138,070	887,467	-250,603	-22%
3	曲度	河南凌云医药科技有限公司	7	7	671,725	629,975	-41,750	-6%
4	养无极	广州养无极文化传媒有限公司	7	8	549,305	551,403	2,098	0.4%
5	陈李济	广州白云山陈李济药厂有限公司	6	5	346,016	509,600	163,584	47%
6	神牡	年青保药业有限公司	1	5	15	466,018	466,003	3131740%
7	特一	特一药业集团股份有限公司	3	5	45,441	205,119	159,678	351%
8	亮甲	哈尔滨乐泰药业有限公司	5	6	191,665	166,394	-25,272	-13%
9	妙医生	河北亿邦易护医疗科技集团有限公司		7		164,547	164,547	新增
10	以岭	石家庄以岭药业股份有限公司	4	9	38,871	136,683	97,812	252%
11	敖东	吉林敖东药业集团股份有限公司	4	5	111,083	79,221	-31,861	-29%
12	江中	江中药业股份有限公司	2	4	569	69,560	68,991	12135%
13	南京同仁堂	南京同仁堂药业有限责任公司	5	4	60,876	56,087	-4,789	-8%
14	两只老虎	河南羚锐制药股份有限公司	3	3	5,060	49,066	44,005	870%
15	云南白药	云南白药集团股份有限公司	12	13	109,375	38,756	-70,619	-65%
16	太极	太极集团有限公司		3		31,803	31,803	新增
17	康缘	江苏康缘药业股份有限公司	3	4	48,603	30,168	-18,436	-38%
18	天益寿	深圳市长寿药业有限公司	2	2	8,957	30,067	21,110	236%
19	仙阁	山东润中药业有限公司		1		24,091	24,091	新增
20	金嗓子	广西金嗓子有限责任公司	4	5	21,090	21,018	-72	-0.3%

酒类-白酒品类-投放TOP20品牌：新增品牌元和盛

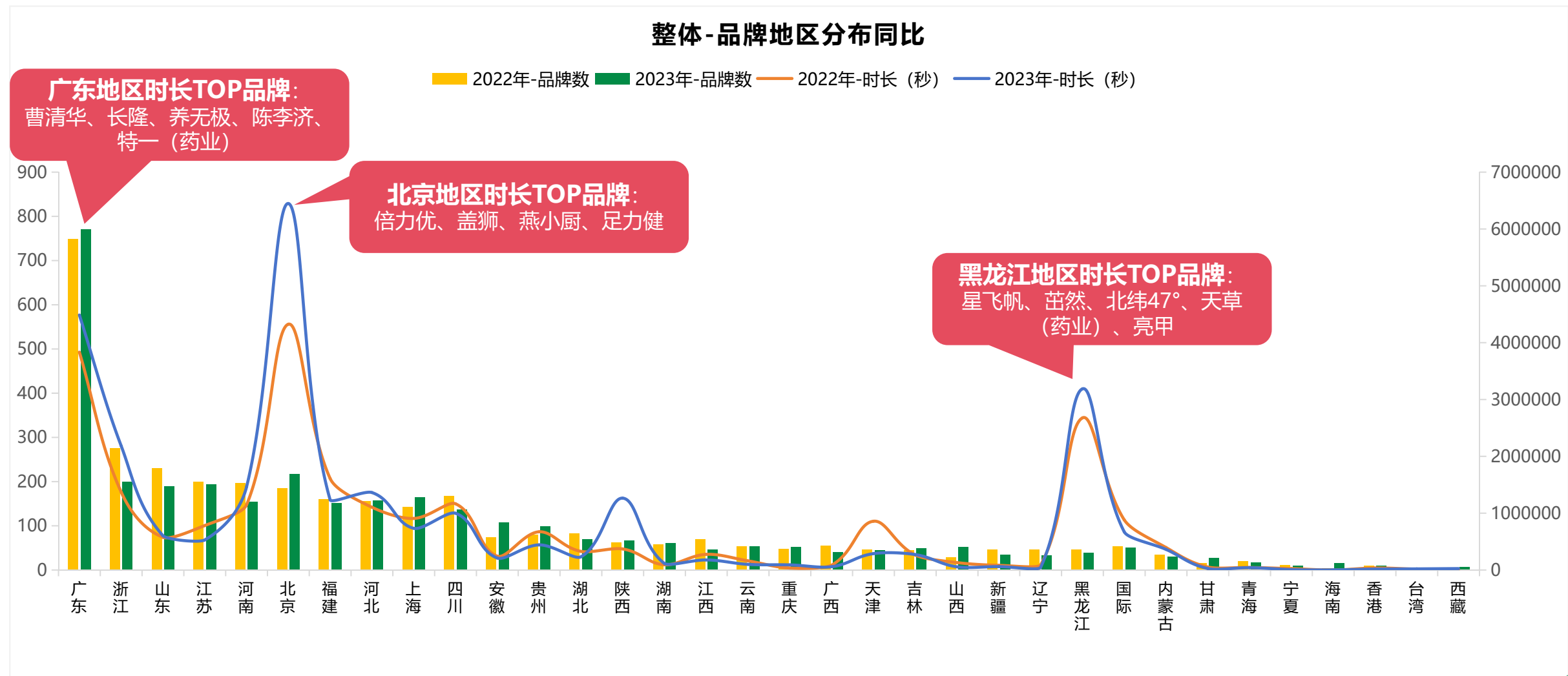
序号	品牌	厂商	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	郎	四川郎酒集团有限责任公司	10	12	150,817	202,090	51,274	34%
2	泸州老窖	泸州老窖股份有限公司	12	9	95,025	126,630	31,606	33%
3	国窖1573	泸州老窖股份有限公司	9	8	155,031	119,010	-36,021	-23%
4	习酒	贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司	11	13	54,431	97,089	42,659	78%
5	口子窖	安徽口子酒业股份有限公司	7	7	80,240	94,393	14,153	18%
6	听花	宜宾听花酒业发展有限责任公司	4	6	133,206	83,931	-49,275	-37%
7	国缘	江苏今世缘酒业股份有限公司	3	6	54,439	80,752	26,314	48%
8	小糊涂仙	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	4	1	73,218	78,232	5,014	7%
9	梦之蓝	江苏洋河酒厂股份有限公司	14	13	77,792	76,595	-1,197	-2%
10	牛栏山	北京顺鑫农业股份有限公司	2	4	43,160	75,084	31,924	74%
11	茅台	中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司	13	12	79,816	71,446	-8,370	-10%
12	五粮液	四川省宜宾五粮液集团有限公司	3	12	21,075	63,116	42,042	199%
13	红星	北京红星股份有限公司	4	3	43,258	53,045	9,787	23%
14	年份原浆	安徽古井贡酒股份有限公司	11	10	44,176	50,347	6,171	14%
15	国台	贵州国台酒业有限公司	8	10	76,456	48,575	-27,881	-36%
16	元和盛	黑龙江宁安元和盛酒业有限公司		1		48,449	48,449	新增
17	四特	四特酒有限责任公司	2	2	47,556	43,282	-4,274	-9%
18	唐庄	贵州唐庄酒业有限公司	6	5	153,533	35,061	-118,472	-77%
19	毛铺	劲牌有限公司	11	8	40,503	34,334	-6,169	-15%
20	酒鬼	酒鬼酒股份有限公司	6	9	39,115	33,788	-5,327	-14%

家用电器：TOP20品牌中3个为海尔旗下；新增3个家电品牌

• 23年华为新增旗下华为智慧屏、耳机品类硬广投放。

序号	品牌	厂商	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	易开得	宁波盛藩环保科技有限公司	8	6	830,168	1,745,993	915,825	110%
2	格力	珠海格力电器股份有限公司	12	12	89,657	150,094	60,437	67%
3	TCL	TCL集团股份有限公司	2	5	40,251	91,189	50,938	127%
4	莱克	莱克电气股份有限公司	2	10	13,423	64,261	50,837	379%
5	锅圈食汇	河南锅圈供应链管理有限公司	3	1	175,845	62,449	-113,397	-64%
6	海尔	海尔集团	7	11	15,845	36,101	20,256	128%
7	卡萨帝	海尔集团	12	12	29,731	30,676	945	3%
8	南孚	福建南平南孚电池有限公司	5	2	23,479	10,757	-12,722	-54%
9	方太	宁波方太厨具有限公司	2	4	5,460	9,182	3,722	68%
10	火星人的	浙江火星人的厨具有限公司	2	1	24,690	9,000	-15,690	-64%
11	飞利浦	皇家飞利浦有限公司	1	5	3,281	7,702	4,421	135%
12	安吉尔	深圳安吉尔饮水产业集团有限公司		4		7,039	7,039	新增
13	沃刻	沃刻（大连）科技有限公司	1	2	26,983	6,711	-20,272	-75%
14	老板	杭州老板电器股份有限公司	2	1	4,358	5,605	1,247	29%
15	华为	华为技术有限公司		7		5,193	5,193	新增
16	三翼鸟	海尔集团	8	8	10,266	4,565	-5,701	-56%
17	帅丰	浙江帅丰电器有限公司	4	4	480	4,500	4,020	837%
18	澳柯玛	澳柯玛股份有限公司	2	3	5,989	4,319	-1,671	-28%
19	中广欧特斯	浙江中广电器股份有限公司		1		3,779	3,779	新增
20	A·O史密斯	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司	2	1	12,069	3,672	-8,397	-70%

地区整体分布：广东地区客户数第一，北京地区客户投放时长第一



数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

北京地区TOP10客户： 客户行业丰富， 饮料品牌倍力优投放时长第一

序号	厂商	品牌	行业	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	倍力优（北京）健康产业科技有限公司	倍力优	饮料	4	7	216,771	1,496,393	1,279,622	590%
2	小小雄狮（北京）食品有限公司	盖狮	食品	4	4	401,860	843,067	441,207	110%
3	燕小厨（北京）生物科技有限公司	燕小厨	食品	2	1	349,751	756,178	406,427	116%
4	北京孝夕阳科技发展有限公司	足力健	衣着	4	6	492,319	726,385	234,066	48%
5	中粮集团有限公司	福临门	食品	13	13	52,596	69,022	16,426	31%
		家香味	食品	13	12	58,211	56,640	-1,571	-3%
		长城五星	酒类	4	4	25,923	34,621	8,698	34%
		长城	酒类	10	9	7,053	10,384	3,332	47%
		营养家	食品	5	6	1,350	4,075	2,725	202%
		中粮	食品		5		492	492	新增
6	北京三快科技有限公司	美团	互联网	12	11	104,529	124,150	19,621	19%
7	看个比赛体育科技（北京）有限公司	看个比赛	互联网		1		111,301	111,301	新增
8	中国移动通信集团有限公司	动感地带	邮电通讯		7		10,922	10,922	新增
		全球通	邮电通讯	8	8	12,098	9,010	-3,088	-26%
		神州行	邮电通讯	5	6	1,319	1,350	30	2%
		中国移动	邮电通讯	13	12	102,004	88,368	-13,636	-13%
9	中国电信集团有限公司	中国电信	邮电通讯	10	10	114,658	107,101	-7,557	-7%
10	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	京东	互联网	13	14	107,267	104,702	-2,565	-2%

广东地区TOP10客户：长隆、特一药业时长同比增幅较大

序号	厂商	品牌	行业	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	广州康朝药业有限公司	曹清华	药品	5	6	771,135	1,027,617	256,482	33%
2	广州长隆集团有限公司	长隆	娱乐及休闲	5	6	112,151	609,435	497,284	443%
3	广州养无极文化传媒有限公司	养无极	药品	7	8	549,305	551,403	2,098	0.38%
4	广州白云山陈李济药厂有限公司	陈李济	药品	6	5	346,016	509,600	163,584	47%
5	广东喜之郎集团有限公司	脆脆冰	食品	1	1	20,366	10,814	-9,552	-47%
		开心时间	食品	1	1	21,186	9,991	-11,195	-53%
		美好时光	食品	2	3	96,010	75,250	-20,760	-22%
		喜之郎	食品、饮料	2	3	124,850	194,884	70,034	56%
		优乐美	饮料	3	2	48,797	30,507	-18,289	-37%
6	特一药业集团股份有限公司	特一	药品	3	5	45,441	205,119	159,678	351%
7	珠海格力电器股份有限公司	大松	家用电器		6		997	997	新增
		董明珠的店	互联网	1		607		-607	不再投放
		格力	家用电器	12	12	124,177	153,252	29,076	23%
		臻净风	家用电器	9		15,128		-15,128	不再投放
8	汤臣倍健股份有限公司	健力多	食品	2	3	43,076	76,143	33,067	77%
		汤臣倍健	食品	4	2	106,012	51,136	-54,876	-52%
9	广州蓝月亮实业有限公司	蓝月亮	清洁用品	11	11	96,389	103,281	6,891	7%
10	TCL集团股份有限公司	TCL	家用电器	2	5	43,399	91,189	47,790	110%

黑龙江地区TOP10客户： 饮料厂商飞鹤、完达山旗下多个品牌投放较多

序号	厂商	品牌	行业	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	黑龙江飞鹤乳业有限公司	爱本	饮料		7		1,027,617	1,027,617	新增
		飞鹤	饮料	6	5	15,204	609,435	594,231	3908%
		星飞帆	饮料	11	11	1,406,449	551,403	-855,045	-61%
		茁然	饮料	1	3	641,899	509,600	-132,299	-21%
2	黑龙江北纬四十七绿色有机食品有限公司	北纬47°	食品	3	4	341,465	10,814	-330,652	-97%
3	黑龙江北奇神药业有限责任公司	天草	饮料		5		9,991	9,991	新增
4	哈尔滨乐泰药业有限公司	亮甲	药品	5	6	191,665	75,250	-116,415	-61%
5	黑龙江宁安元和盛酒业有限公司	元和盛	酒类		1		194,884	194,884	新增
6	黑龙江省老村长酒业有限公司	老村长	酒类	3	3	19,497	30,507	11,010	56%
7	黑龙江小康龙江农业科技有限公司	黑土优品	农业	2	2	910	205,119	204,209	22438%
8	中国黑龙江	中国黑龙江	娱乐及休闲	4	1	7,221	997	-6,223	-86%
9	黑龙江省完达山乳业股份有限公司	菁采	饮料	6	3	19,444	153,252	133,808	688%
		完达山	饮料	3	1	2,401	76,143	73,742	3072%
		稚采	饮料	3	3	2,036	51,136	49,099	2411%
		黑沃	饮料	6	3	6,253		-6,253	不再投放
		乳此新鲜	饮料	3	3	1,115		-1,115	不再投放
10	黑龙江珍宝岛药业股份有限公司	珍宝岛	药品		1		103,281	103,281	新增

整体-时长TOP20品牌：家电品牌易开得第一，其次是饮料品牌倍力优、星飞帆

序号	品牌	厂商	行业	厂商地	2022年频道数	2023年频道数	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	易开得	宁波盛藩环保科技有限公司	家用电器	浙江	8	6	830,168	1,745,993	915,825	110%
2	倍力优	倍力优（北京）健康产业科技有限公司	饮料	北京	4	7	216,771	1,496,393	1,279,622	590%
3	星飞帆	黑龙江飞鹤乳业有限公司	饮料	黑龙江	11	11	1,406,449	1,083,908	-322,541	-23%
4	曹清华	广州康朝药业有限公司	药品	广州	5	6	771,135	1,027,617	256,482	33%
5	同溢堂	同溢堂药业有限公司	药品	福建	8	7	1,138,070	887,467	-250,603	-22%
6	盖狮	小小雄狮（北京）食品有限公司	食品	北京	4	4	401,860	843,067	441,207	110%
7	燕小厨	燕小厨（北京）生物科技有限公司	食品	北京	2	1	349,751	756,178	406,427	116%
8	香丹清	西安杨健药业有限公司	食品	陕西	5	7	310,238	748,410	438,172	141%
9	茁然	黑龙江飞鹤乳业有限公司	饮料	黑龙江	1	3	641,899	739,984	98,085	15%
10	足力健	北京孝夕阳科技发展有限公司	衣着	北京	4	6	492,319	726,385	234,066	48%
11	曲度	河南凌云医药科技有限公司	药品	河南	7	7	671,725	629,975	-41,750	-6%
12	长隆	广州长隆集团有限公司	娱乐及休闲	广州	5	6	112,151	609,435	497,284	443%
13	北纬47°	黑龙江北纬四十七绿色有机食品有限公司	食品	黑龙江	3	4	341,465	603,760	262,294	77%
14	养无极	广州养无极文化传媒有限公司	药品	广州	7	8	549,305	551,403	2,098	0.4%
15	陈李济	广州白云山陈李济药厂有限公司	药品	广州	6	5	346,016	509,600	163,584	47%
16	神牡	年青保药业有限公司	药品	陕西	1	5	15	466,018	466,003	3131740%
17	天草	黑龙江北奇神药业有限责任公司	饮料	黑龙江		5		358,118	358,118	新增
18	今麦郎	今麦郎食品有限公司	食品、饮料	河北	4	13	44,879	351,603	306,725	683%
19	锅圈食汇	河南锅圈供应链管理有限公司	食品、家电	河南	3	1	199,219	287,391	88,172	44%
20	星力健	河南星力健生物科技有限公司	食品	河南		4		248,343	248,343	新增

数据来源：击壤科技 2022年-2023年 央视15个频道硬广监测

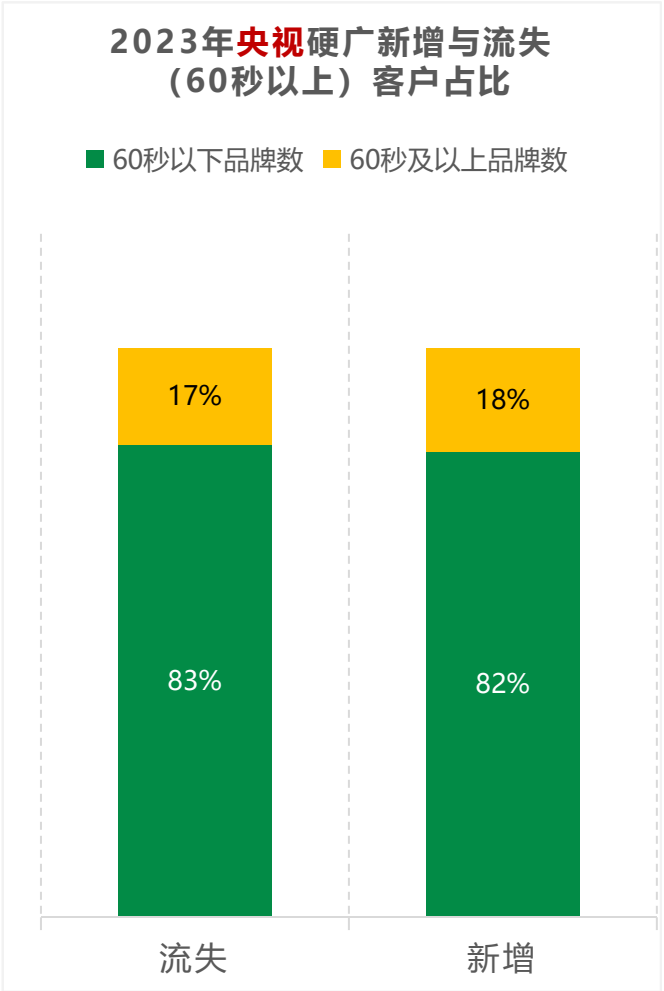
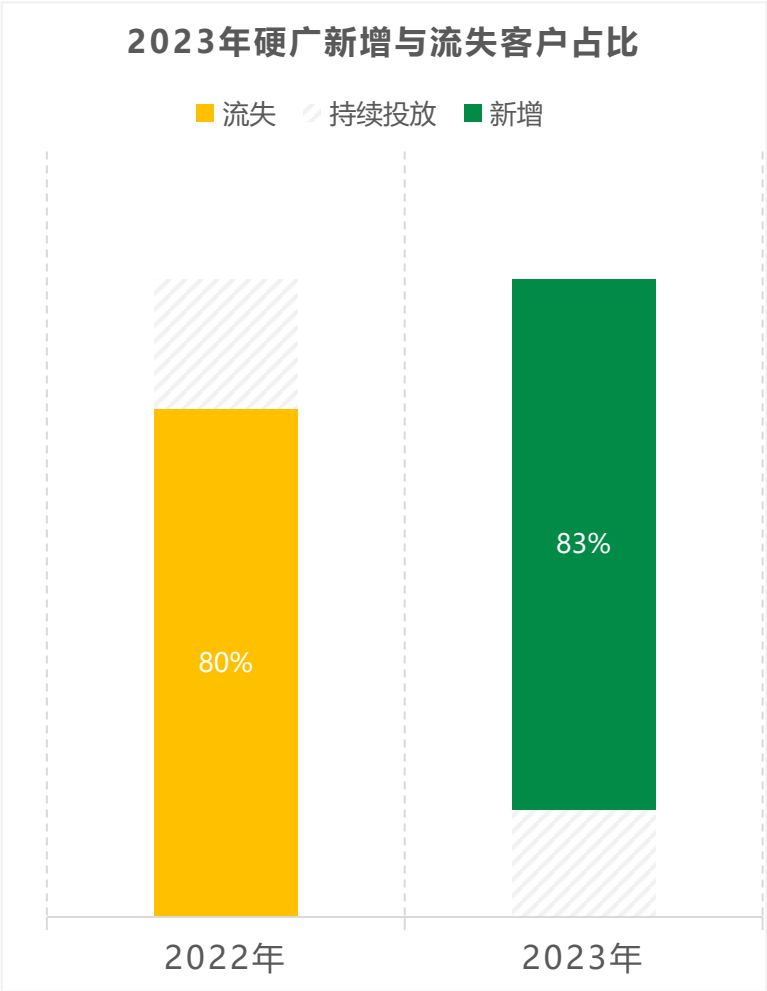
▶ 23年央视硬广整体趋势分析

▪趋势分析 ▪客户分布 ▪新增流失分析 ▪重点频道简析

▶ 24年1-2月央视硬广情报速递

▪趋势对比 ▪频道分布 ▪投放TOP20客户速览 ▪新增流失分析

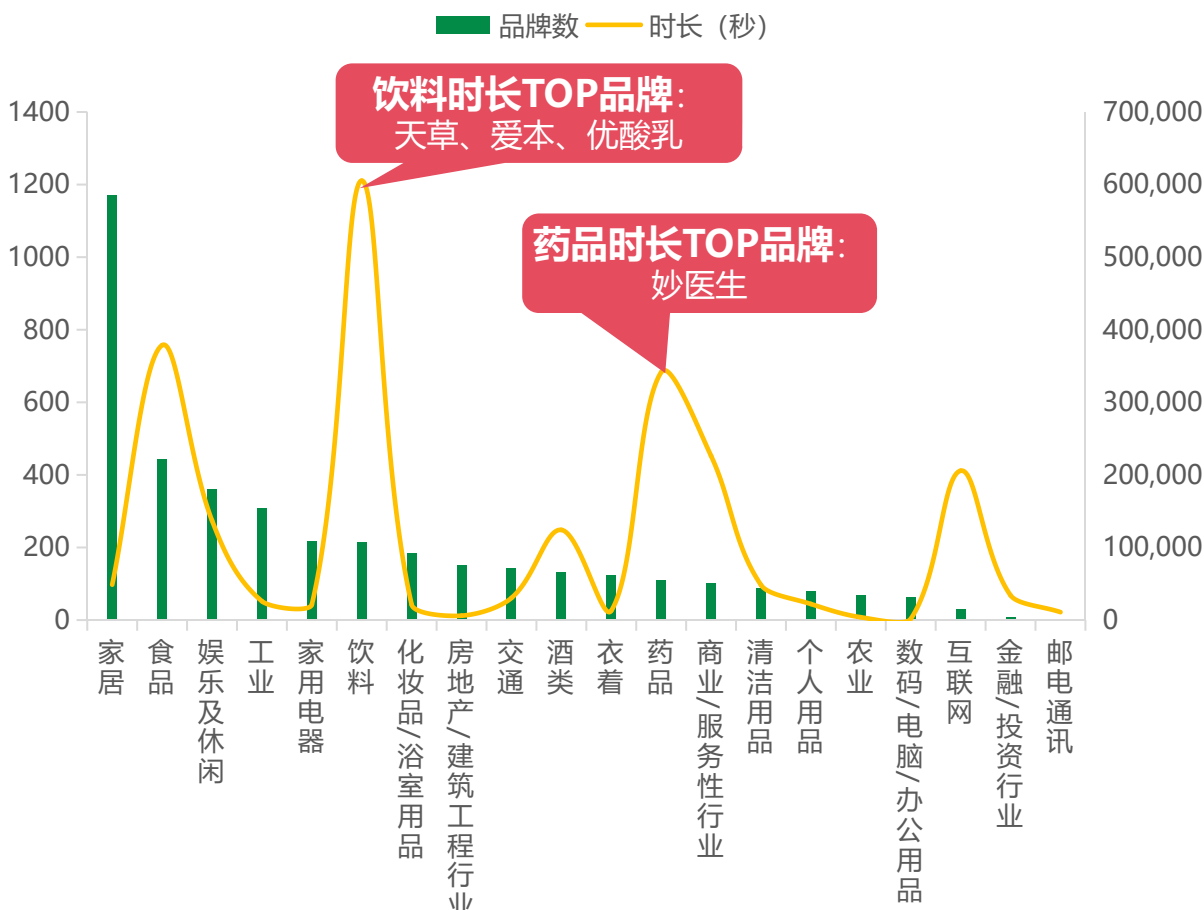
央视-客户变化：23年新增品牌数大于流失，新增&流失客户超80%时长低于60秒



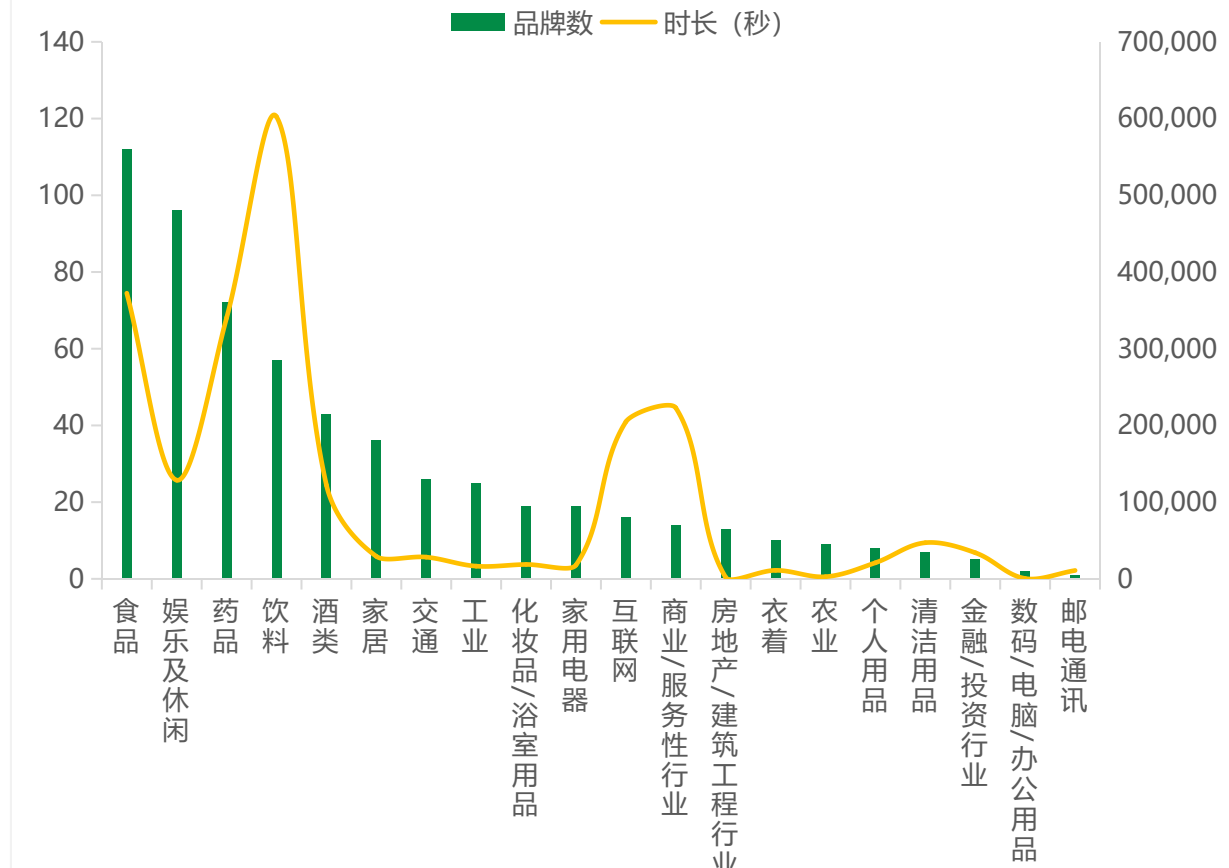
新增-行业分布：食品新增客户第一，饮料新增时长第一

- 家居行业新增客户多为60秒以下，投放次数低于4次的小客户。去除小体量投放品牌后，食品行业新增客户数第一，饮料行业新增品牌投放时长第一。

2023年硬广新增客户行业分布

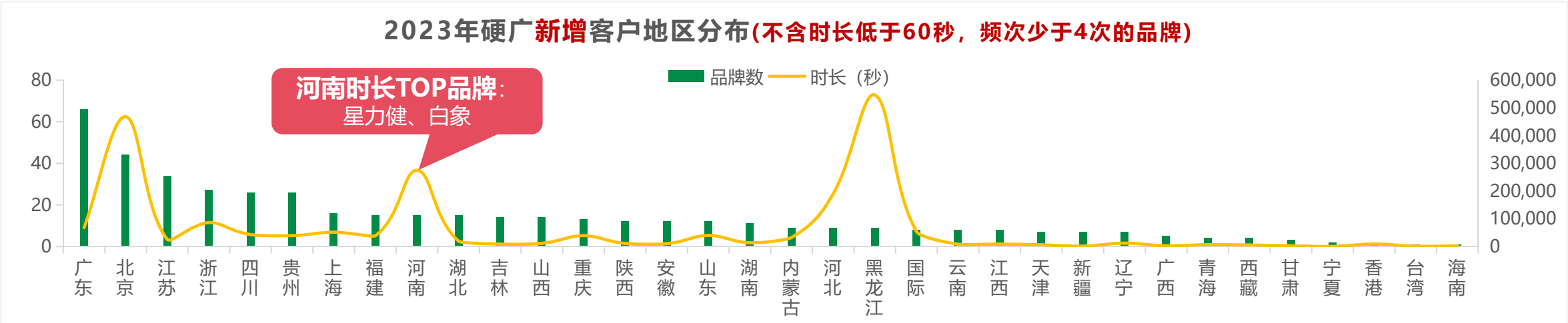
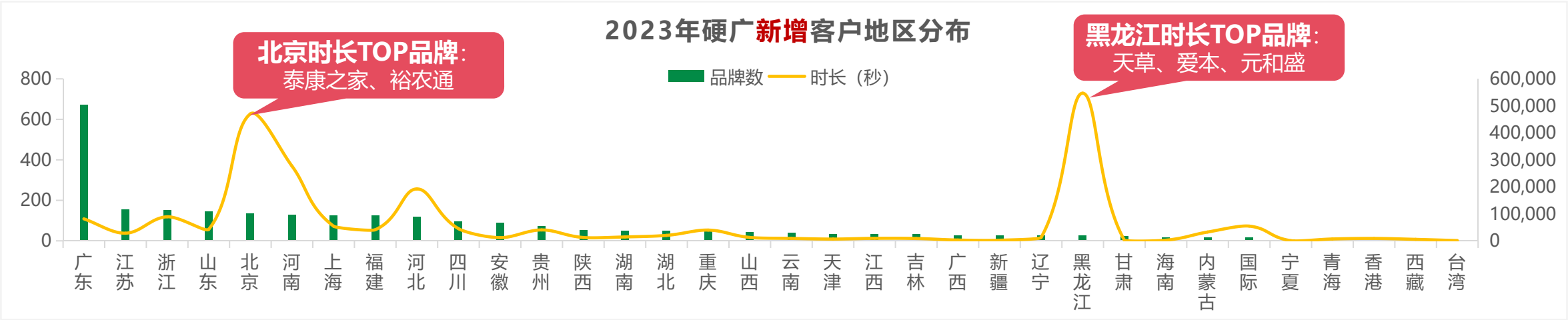


2023年硬广新增客户行业分布
(不含时长低于60秒，频次少于4次的品牌)



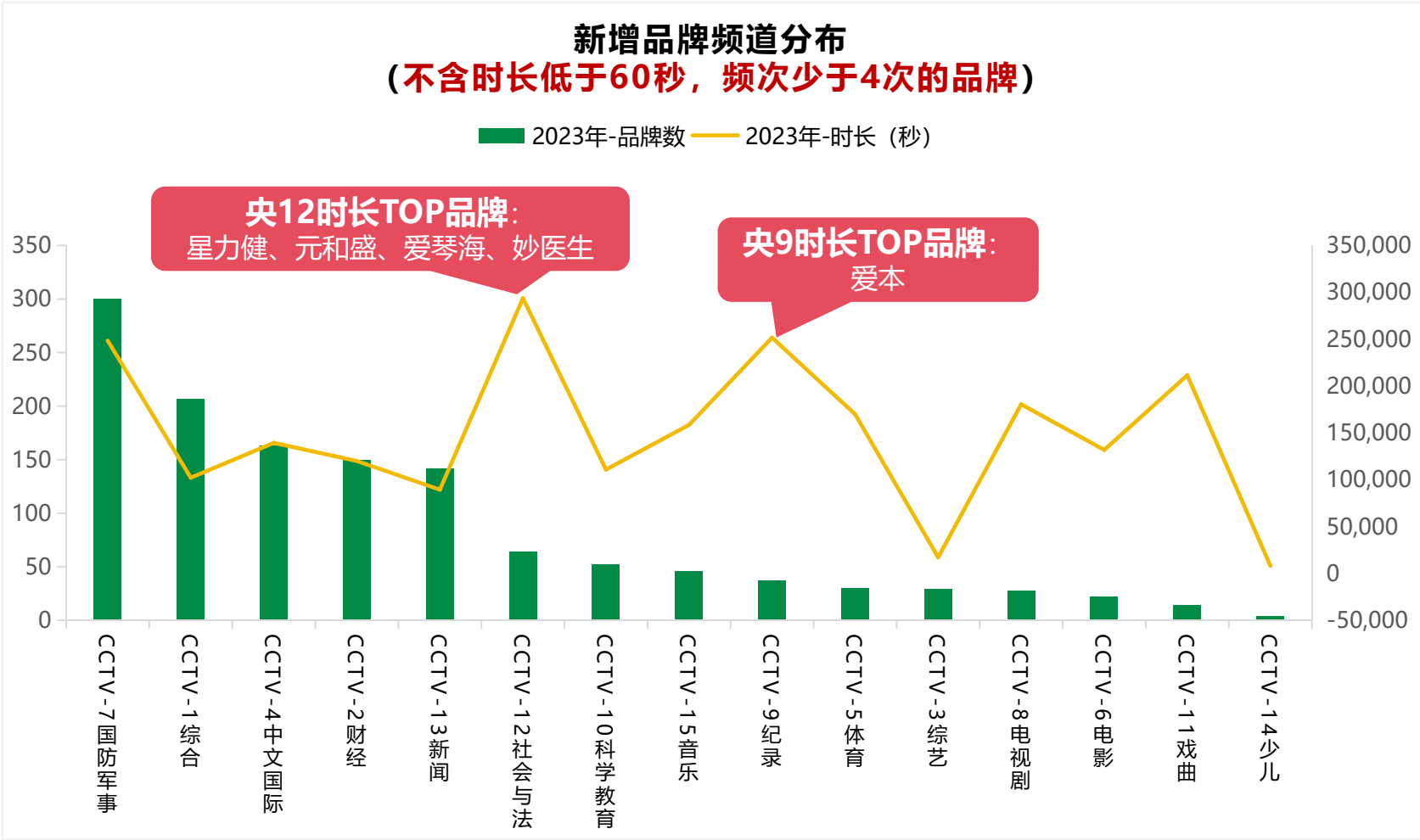
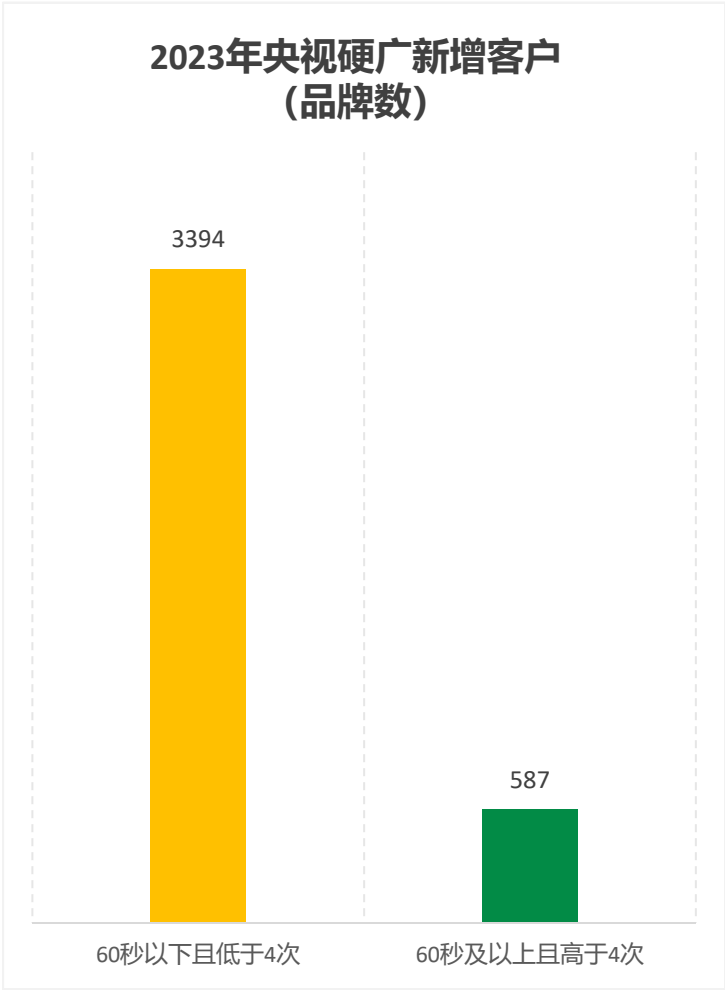
新增-地区分布：广东地区新增客户最多，黑龙江地区新增客户投放时长第一

- 广东地区新增客户数均第一，多为小体量投放客户。黑龙江地区新增品牌时长第一。

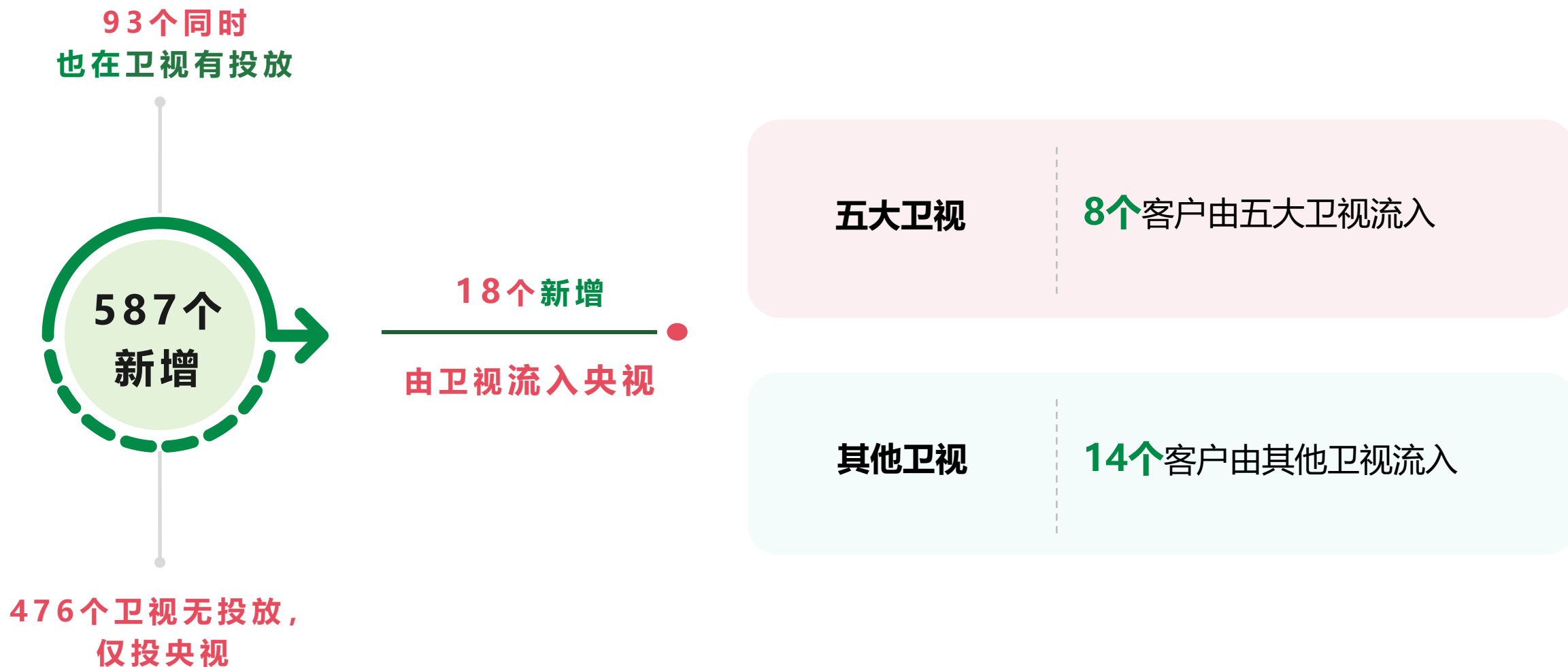


央视-新增客户：投放60秒以上&次数大于4次客户仅587个，占比15%

- 新增客户中时长60秒以上，次数高于4次客户仅587个，占15%，但时长占总新增时长的97%。



央视-硬广客户新增来源：23年18个央视新增客户由卫视流入



新增客户TOP20： 饮料、 药品品牌占比共50%； 天草投放时长第一

2023年新增品牌投放时长 TOP20

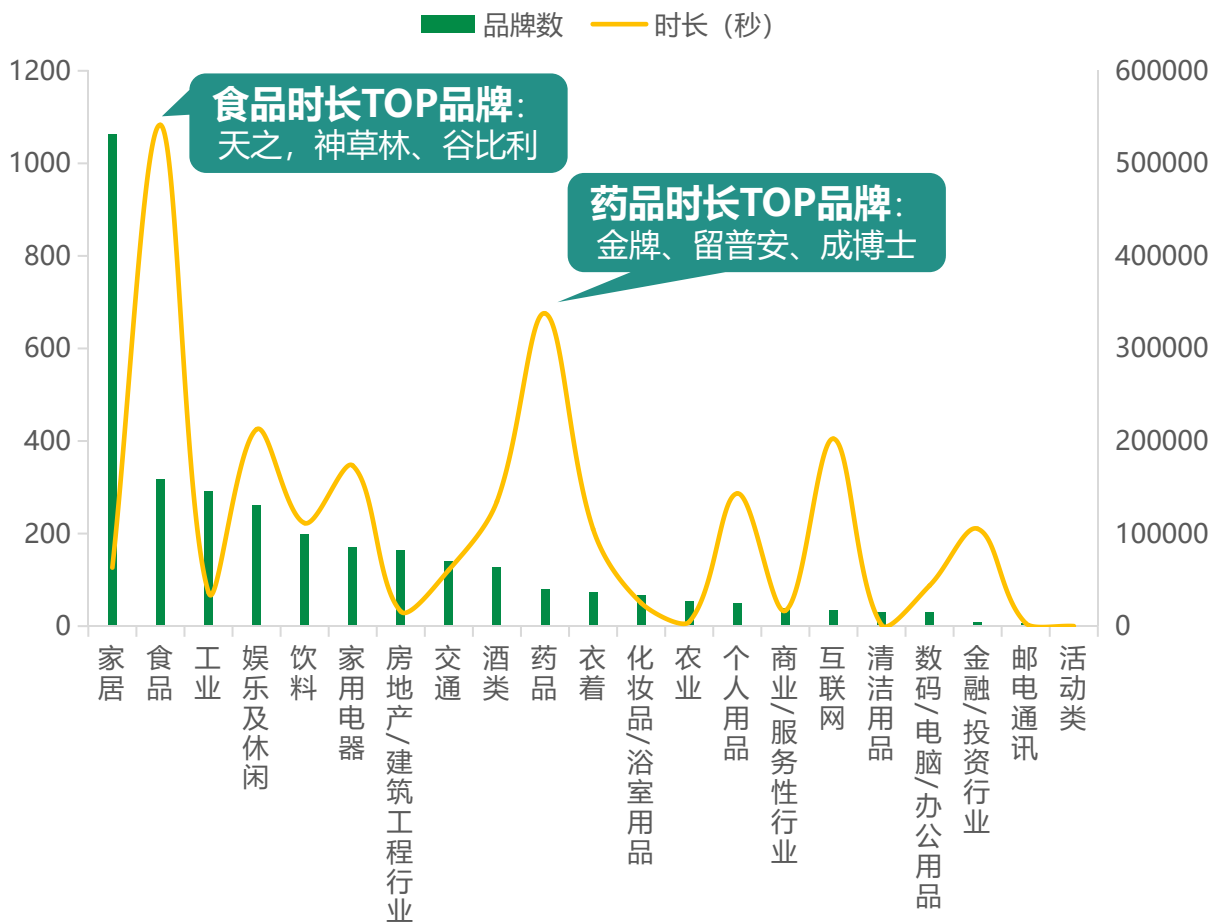
序号	品牌	厂商	大行业	频道数	刊例价(万元)	时长(秒)	频次
1	天草	黑龙江北奇神药业有限责任公司	饮料	5	45104.52	358,118	5670
2	星力健	河南星力健生物科技有限公司	食品	4	48916.63	248,343	4142
3	妙医生	河北亿邦易护医疗科技集团有限公司	药品	7	18261.45	164,547	2745
4	爱本	黑龙江飞鹤乳业有限公司	饮料	7	12622.67	136,886	4310
5	看个比赛	看个比赛体育科技（北京）有限公司	互联网	1	79149.56	111,301	21537
6	元和盛	黑龙江宁安元和盛酒业有限公司	酒类	1	6917.68	48,449	6458
7	泰康之家	泰康之家（北京）投资有限公司	商业/服务业	3	8086.45	47,911	1940
8	碧浪	宝洁公司	清洁用品	7	9165.96	43,962	2936
9	裕农通	中国建设银行股份有限公司	互联网	4	12446.15	39,697	2633
10	太极	太极集团有限公司	药品	3	11680.02	31,803	3225
11	泰康	泰康人寿保险股份有限公司	金融/投资行业	3	4317.3	27,151	1501
12	优酸乳	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	饮料	11	11949.02	26,390	2159
13	仙阁	山东润中药业有限公司	药品	1	1760.14	24,091	1607
14	烂石堆	福建奇古枝茶业有限公司	饮料	1	1547.59	21,448	1139
15	丹溪	义乌市丹溪酒业有限公司	酒类	1	2581.29	21,313	2846
16	健效达	上海健效达生物科技有限公司	食品	2	4669.83	19,266	3863
17	茶粹	今麦郎食品有限公司	饮料	7	8584.35	18,441	1262
18	动感地带	中国移动通信集团有限公司	邮电通讯	7	5667.17	10,922	824
19	好医生	好医生药业集团有限公司	药品	5	1220.47	10,274	2057
20	九泰	锦州九泰药业有限责任公司	药品	5	908.76	9,647	965



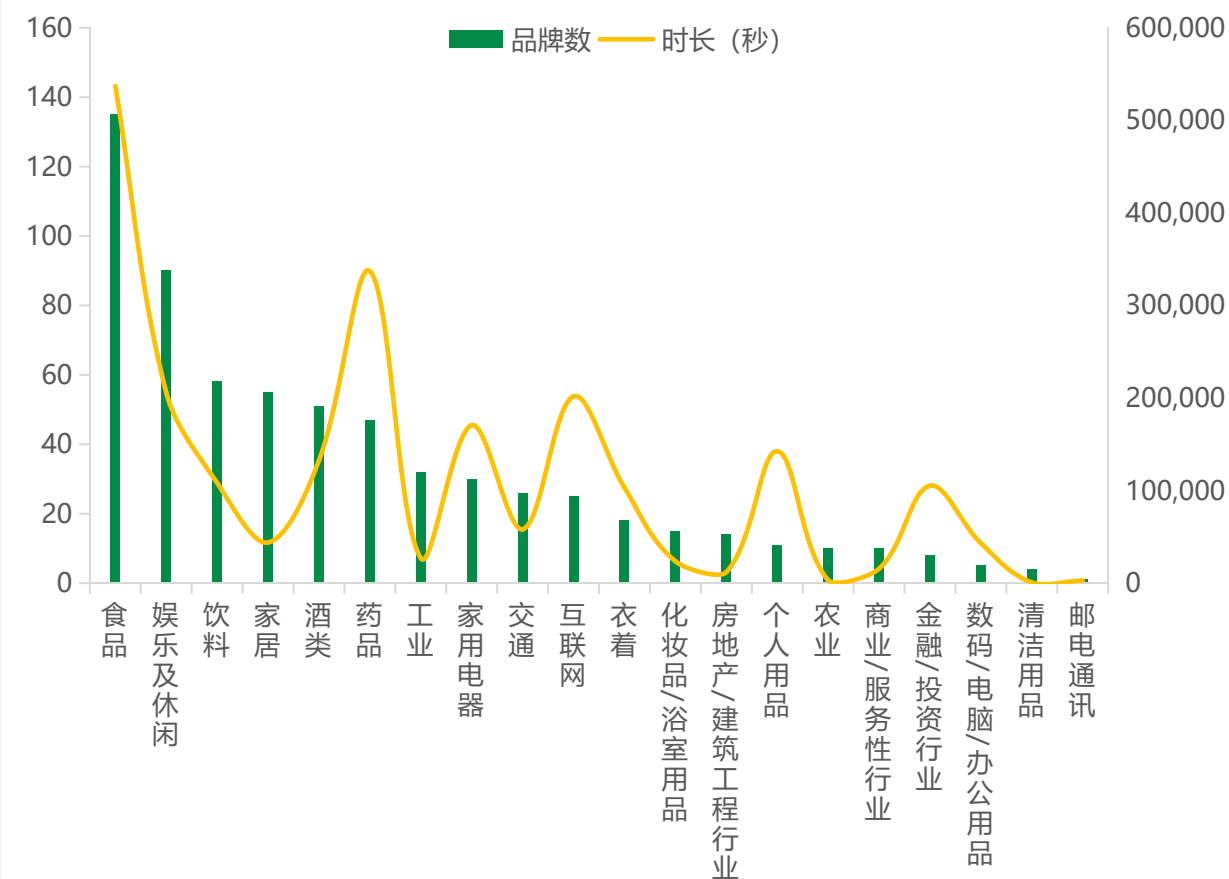
流失-行业分布：食品行业客户流失最多

- 家居行业流失客户多为60秒以下，投放次数低于4次的小客户。食品行业多为60秒以上客户流失，且流失客户最多。

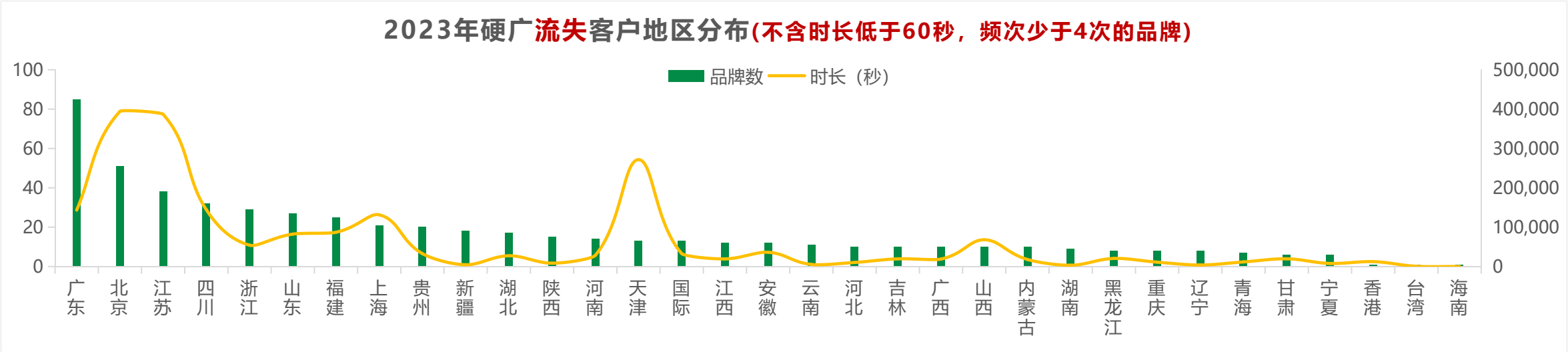
2023年硬广流失客户行业分布



2023年硬广流失客户行业分布
(不含时长低于60秒，频次少于4次的品牌)

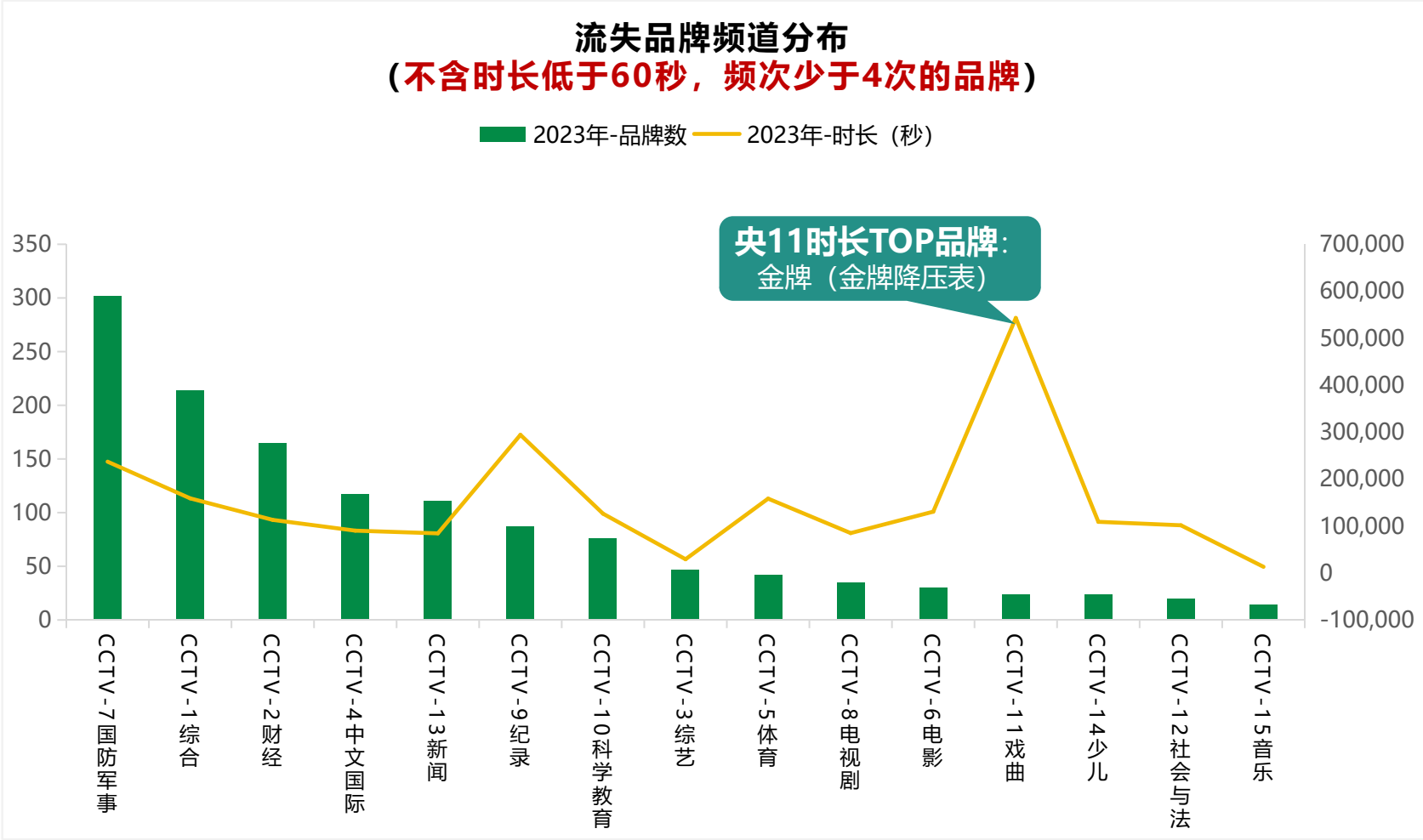
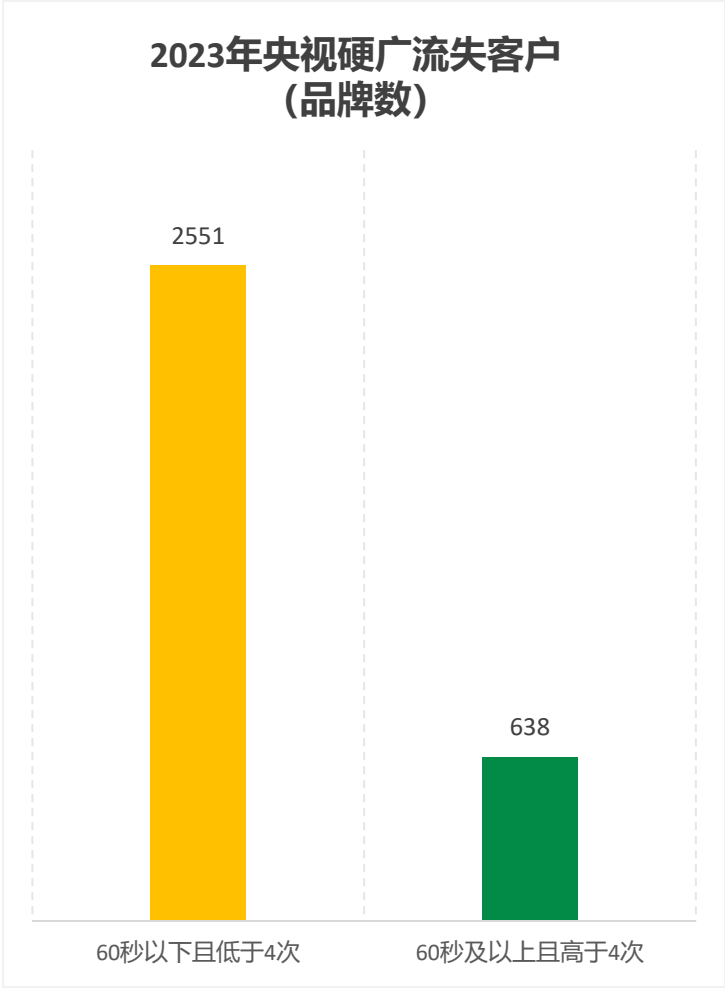


流失-地区分布：广东地区流失客户最多，北京地区客户流失时长第一



央视-流失客户：流失60秒以上&次数大于4次客户共638个，占比20%

- 流失客户中时长60秒以上，次数高于4次客户仅638个，占比20%，但时长占总流失时长的97%。



央视-硬广客户流失去向：23年82个央视客户流失后在卫视有投放



82个流失，但在

卫视仍有投放

556个流失后
未投卫视

五大卫视

33个客户在五大卫视有投放
其中12个客户直接流向五大卫视
(欧丽薇兰、美的直接流向五大卫视)

其他卫视

64个客户在其他卫视有投放
其中18个客户直接流向其他卫视
(斯强、云南怒江草果直接流向其他卫视)

央视-硬广流失客户在五大卫视投放的33个品牌一览：

央视23年流失客户，33个在五大卫视投放（表中标红部分为从央视直接流向卫视）

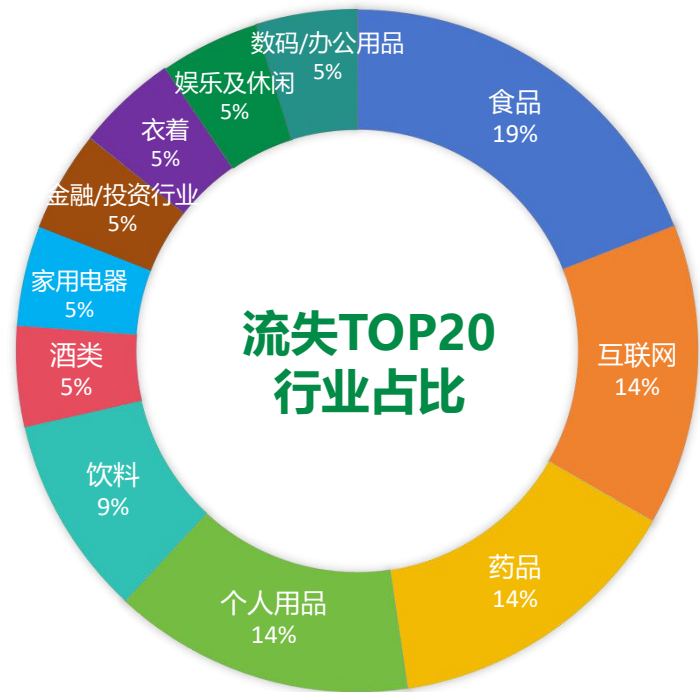
排名	品牌	总时长	湖南卫视		浙江卫视		江苏卫视		东方卫视		北京卫视	
			23年时长	22年是否有投放	23年时长	22年是否有投放	23年时长	22年是否有投放	23年时长	22年是否有投放	23年时长	22年是否有投放
1	力士	39,579	7,219	√	6,934	√	5,635	√	12,702	√	7,089	√
2	辉山	9,202				√			9,202	×		
3	QQ星	4,915					4,915	√				
4	欧丽薇兰	4,000	4,000	×								
5	抖音	3,501	1,145	√	431	√	1,921	√			5	√
6	快手	2,720			2,720	×		√		√		√
7	百威	2,110	105	√			822	√	1,183	√		
8	谷比利	1,079					1,079	√				
9	善存	1,070									1,070	√
10	优衣库	1,064	165	√					764	√	135	×
11	招商银行	628							628	√		
12	南山智尚	362							362	√		
13	三世源	330			180	√	150	√				
14	美的	289	45	×	35	×	209	×				
15	合生元	194	194	√								
16	耐克	120							120	×		
17	梅赛德斯-奔驰	109							109	√		
18	宿有千香	90					90	×				
19	唯意一号乐章	60			60	×		√				
20	现代	60							60	√		
21	阿里巴巴	56	56	×				√		√		√
22	金水宝	50				√	50	×				
23	白茶金库	35					35	×				
24	COLMO	30							30	×		
25	杜酱	25					25	√				
26	黄氏	25					25	×				
27	金牌	16					16	×				
28	优氧朗芬莱	15					15	×				
29	韩泰	10					10	×				
30	上海电气	10							10	×		
31	南山	5					5	×		√		
32	蓝菲	5					5	√				
33	福寿大街	5					5	×				

央视-硬广客户-直接流向其他卫视18个品牌一览：

直接流向其他卫视的18个品牌一览

序号	品牌	厂商	大行业	刊例价(万元)	时长(秒)	频次
1	斯强	西安斯强实业有限公司	食品	3512.95	14,457	87
2	云南怒江草果	怒江傈僳族自治州草果产业发展研究所	食品	5219.9	5,739	17
3	贵州六盘水	贵州六盘水	娱乐及休闲	1845.6	4,676	107
4	长武苹果	长武县果业服务中心	食品	372.64	2,987	55
5	阿尔法蛋	安徽淘云科技有限公司	数码/电脑/办公用品	1318.1	2,835	498
6	甘肃瓜州	甘肃瓜州	娱乐及休闲	154.4	2,156	36
7	五粮醇	四川省宜宾五粮液集团有限公司	酒类	329.44	1,454	51
8	川酒	四川省酒业集团有限责任公司	酒类	342	1,139	19
9	统帅	海尔集团	家用电器	230	299	10
10	广西香米	中国广西	食品	82.84	230	38
11	白茶金库	福建清铨茶业有限公司	饮料	11.06	71	14
12	河北保定	河北保定	娱乐及休闲	7.37	64	2
13	金赛	河南金赛种子有限公司	农业	23.1	34	7
14	连州菜心	广州联帮电子商务有限公司	食品	22.3	24	5
15	柳州钢铁集团	广西柳州钢铁集团有限公司	工业	3.71	23	1
16	认养1头牛	杭州认养一头牛生物科技有限公司	饮料	6.5	15	1
17	优氧朗芬莱	北京优氧朗芬莱环保科技有限公司	家用电器	1.8	10	2
18	金牌	金牌热电（苏州）有限公司	家用电器	1.8	10	2

流失客户TOP20：食品品牌流失最多，占比达19%



2023年流失品牌投放时长 TOP20

序号	品牌	厂商	大行业	频道数	刊例价(万元)	时长(秒)	频次
1	金牌	江苏金牌医疗器械制造有限公司	药品	3	31289.74	255,491	4266
2	天之	天津市津沈友缘科贸有限公司	食品	3	24680.83	210,386	3510
3	利仁	北京利仁科技股份有限公司	家用电器	2	13903.73	136,201	4015
4	神草林	镇江市智农食品有限公司	食品、 饮料	3	6866.46	77,423	1324
5	雪乐山	雪乐山（北京）体育文化有限公司	娱乐及休闲	1	37598.8	65,993	6141
6	银发无忧	上海银发无忧科技发展有限公司	个人用品	2	5750.43	65,886	895
7	谷比利	营养屋（成都）生物医药有限公司	食品	2	6714.63	64,764	1080
8	留普安	山西康宝生物制品股份有限公司	药品	2	9341.81	57,520	3839
9	1905电影网	一九零五（北京）网络科技有限公司	互联网	1	15462.61	46,137	1139
10	宝酝	宝酝（天津）商业管理有限公司	酒类	1	4230.61	43,781	3073
11	郎益欣	营养屋（成都）生物医药有限公司	食品	2	2682.57	39,093	652
12	安联	安联保险集团	金融/投资行业	8	10662.54	27,877	1124
13	诺优能	纽迪希亚生命早期营养品管理（上海）有限公司	饮料	3	15602.58	26,210	2198
14	阿尔法蛋	安徽淘云科技有限公司	数码/电脑/办公用品	2	11707.28	25,509	1753
15	成博士	辽宁德善药业股份有限公司	药品	1	4245.72	25,233	883
16	安踏	安踏体育用品有限公司	衣着	14	9475.94	23,815	1443
17	腾讯	腾讯科技（深圳）有限公司	互联网	5	5839.71	22,531	829
18	小天才	广东小天才科技有限公司	个人用品	2	12727.83	22,268	1485
19	阿里巴巴	阿里巴巴集团控股有限公司	互联网	14	7129.08	19,930	1111
20	全科	哈尔滨市全科医疗技术发展有限责任公司	个人用品	3	1609.3	17,641	885

▶ 23年央视硬广整体趋势分析

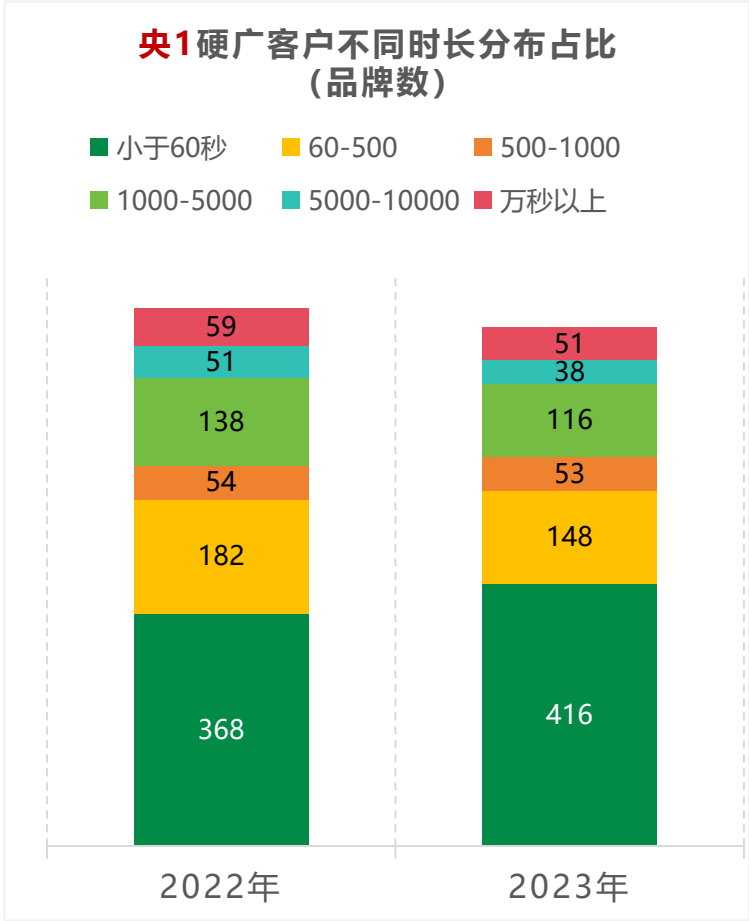
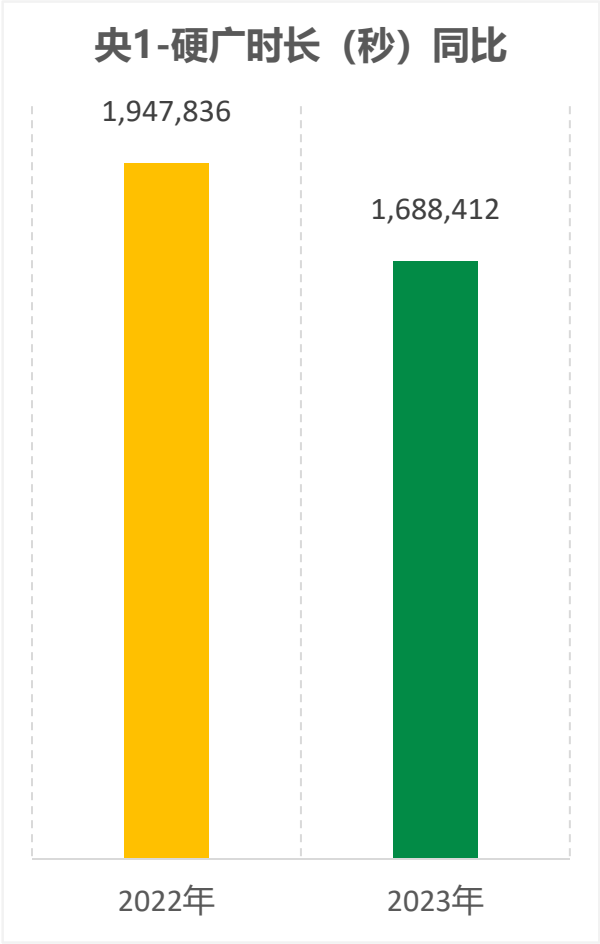
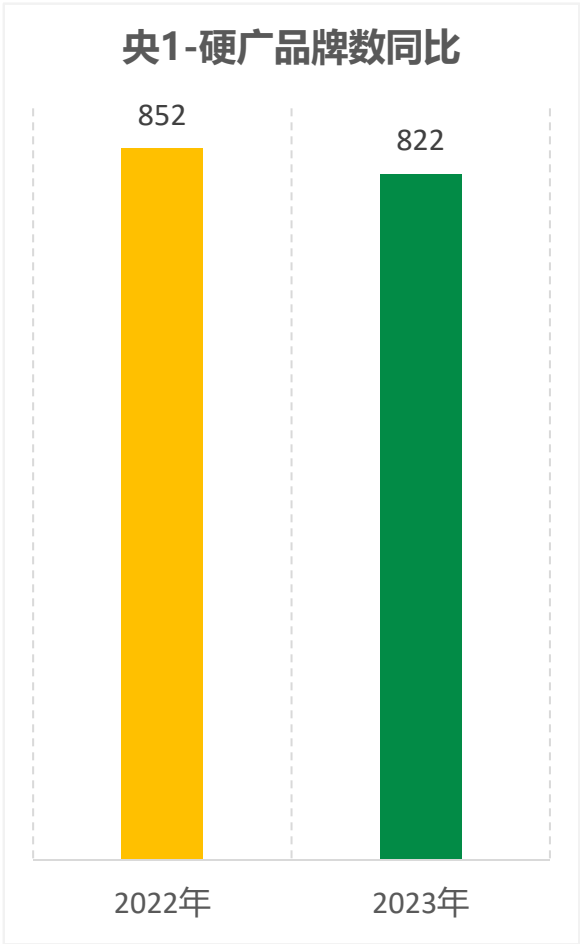
▪趋势分析 ▪客户分布 ▪新增流失分析 ▪重点频道简析

▶ 24年1-2月央视硬广情报速递

▪趋势对比 ▪频道分布 ▪投放TOP20客户速览 ▪新增流失分析

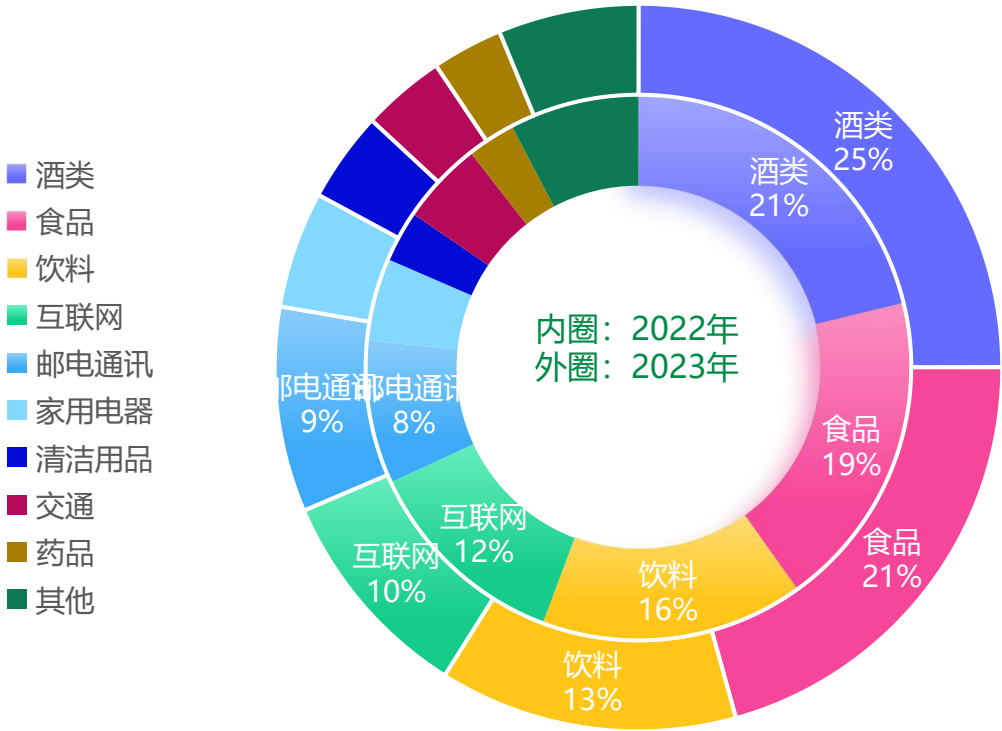
央1综合频道：整体呈下降趋势，60秒以上客户均减少

- 央1硬广整体呈下降趋势，品牌数同比下降3.5%，时长同比下降13.3%，主要由于投放60秒及以上客户减少导致。

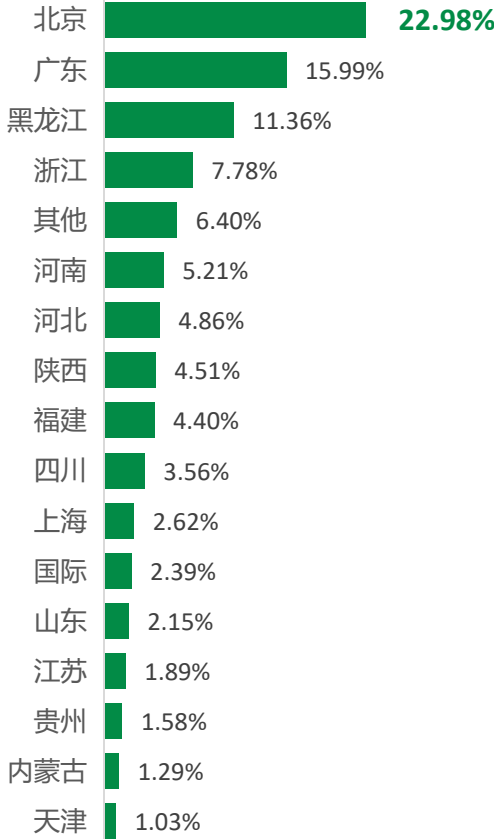


央1综合频道：前五行业占比78%；北京地区客户占比最多，超20%

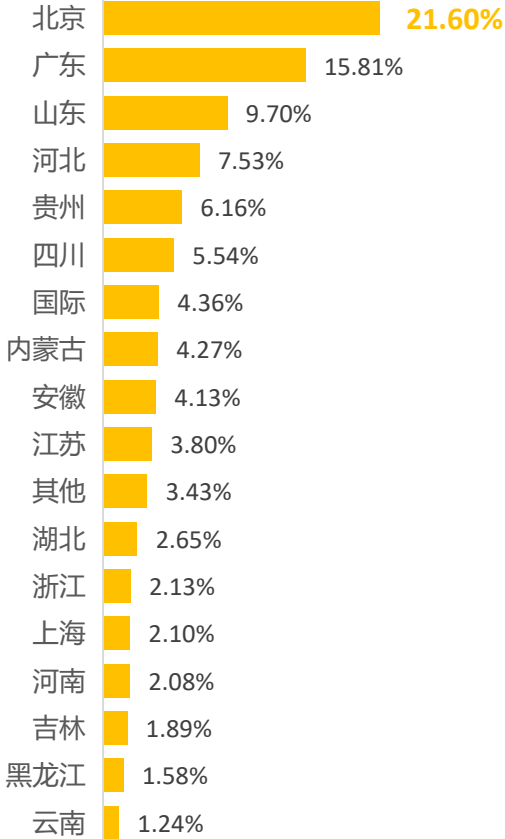
央1-晚黄时段-客户行业时长占比



央1-全天时段-客户地区占比
(品牌数)



央1-晚黄时段-客户地区占比
(品牌数)

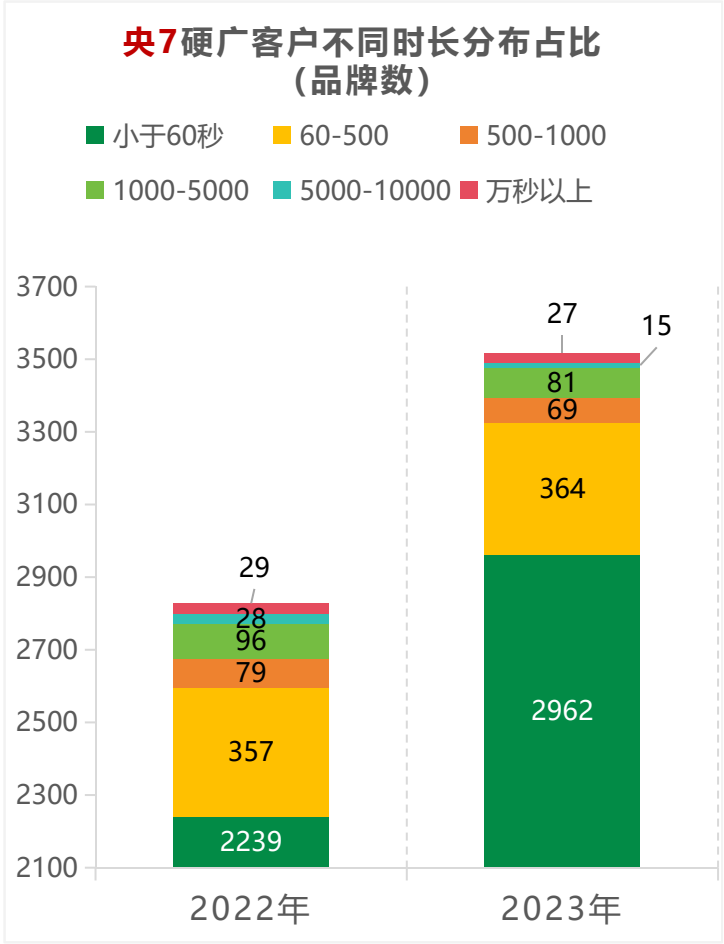
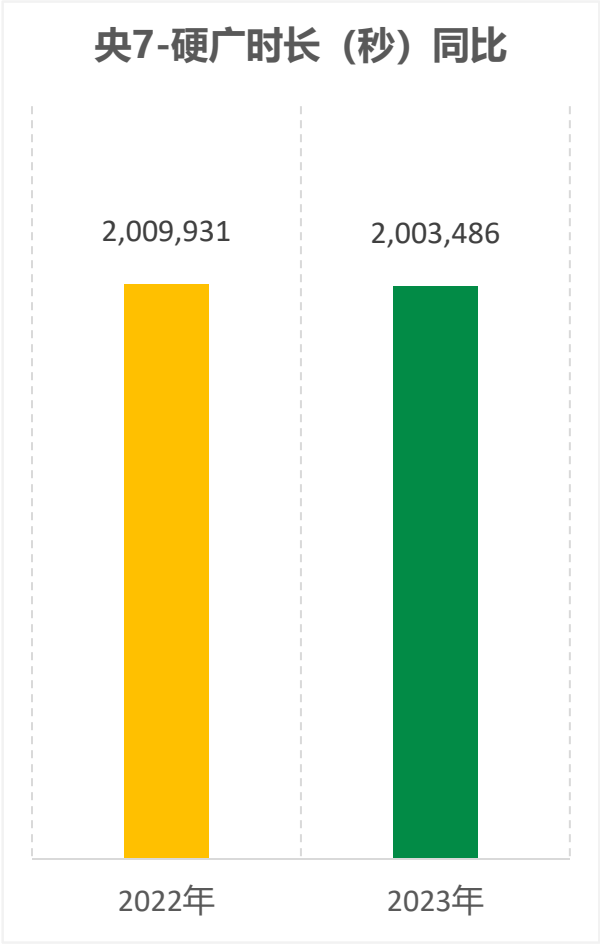
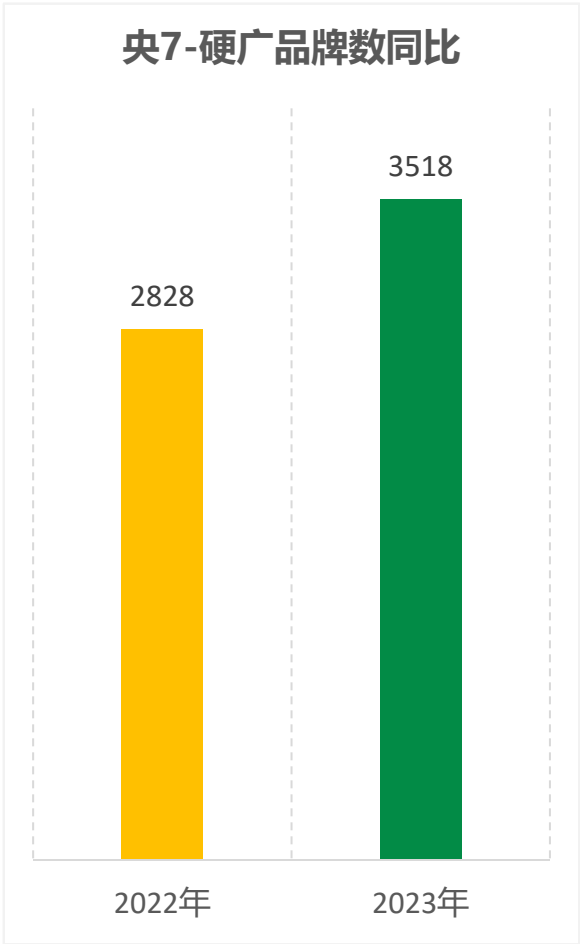


央1综合频道-TOP10厂商：家电品牌TCL投放时长最多

2023年央1综合频道-投放时长TOP10厂商一览								
序号	厂商	厂商地	品牌	行业	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	TCL集团股份有限公司	广东	TCL	家用电器	840	51,149	50,309	5992%
2	安徽口子酒业股份有限公司	安徽	口子窖	酒类	17,727	50,090	32,363	183%
3	山东鲁花集团有限公司	山东	鲁花 福花	食品 食品	38,838	44,890 119	6,052 119	16% 新增
4	中粮集团有限公司	北京	家香味	食品	17,284	21,252	3,968	23%
			福临门	食品	11,847	16,659	4,811	41%
			长城五星	酒类	2,663	2,930	267	10%
			长城	酒类	2,280	2,281	1	0.04%
			营养家	食品		1,155	1,155	新增
			中粮	食品		120	120	新增
5	珠海格力电器股份有限公司	广东	格力	家用电器		720	720	新增
			大松	家用电器		315	315	新增
			臻净风	家用电器	5,240		-5,240	不再投放
			茅台	酒类、食品	28,744	29,848	1,104	4%
6	中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司	贵州	台源	酒类		6,292	6,292	新增
			汉酱	酒类	415	1,881	1,466	354%
			悠蜜	酒类		726	726	新增
			茅台醇	酒类		599	599	新增
			茅鹿源	酒类	5,041	194	-4,847	-96%
			l茅台	互联网	129		-129	不再投放
7	北京顺鑫农业股份有限公司	北京	牛栏山	酒类	29,783	38,150	8,368	28%
8	江苏洋河酒厂股份有限公司	江苏	梦之蓝	酒类	34,221	35,447	1,225	4%
			洋河	酒类	231	963	732	316%
9	益海嘉里投资有限公司	国际	外婆乡小榨	食品	14,457	17,383	2,926	20%
			金龙鱼	食品	9,257	11,335	2,078	22%
			谷维多	食品	2,261	6,617	4,356	193%
10	中国移动通信集团有限公司	北京	动感地带	邮电通讯		3,926	3,926	新增
			全球通	邮电通讯	4,118	3,351	-766	-19%
			神州行	邮电通讯	120	450	330	275%
			中国移动	邮电通讯	130		-130	不再投放

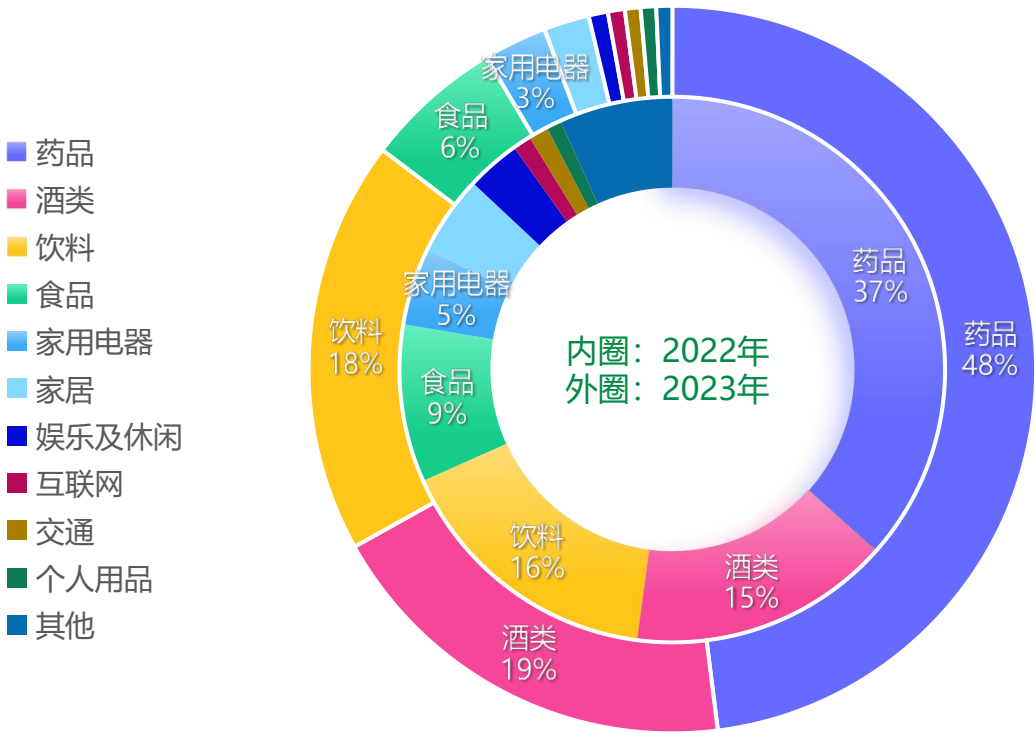
央7国防军事：整体呈上升趋势，投放60秒以下客户增加

- 央7硬广整体呈上升趋势，品牌数同比增加24.4%，主要因为投放60秒以下客户增加，时长同比略降0.3%。

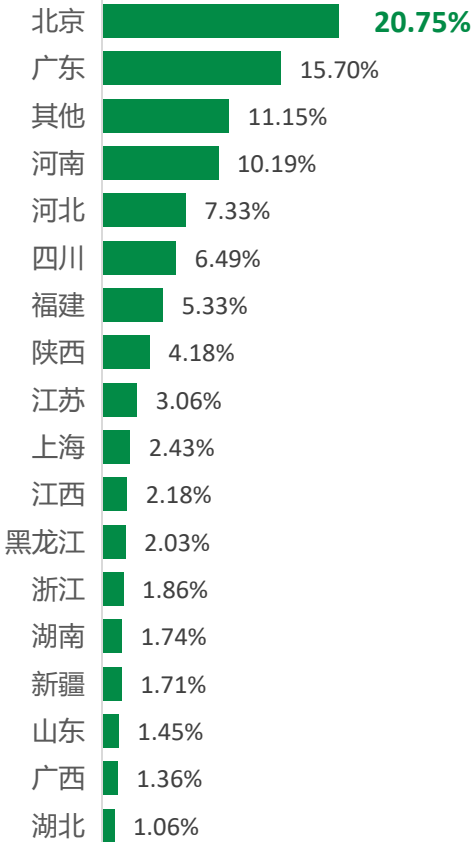


央7国防军事：药品、酒类、饮料客户均增，占比共85%

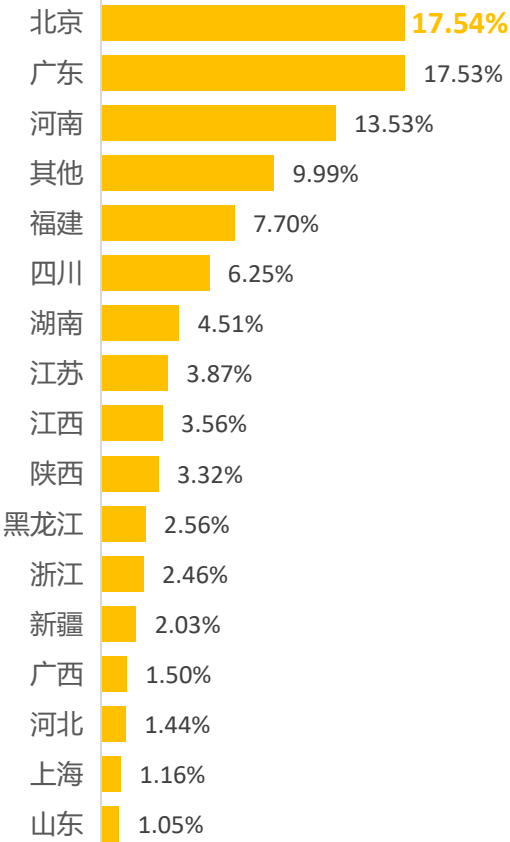
央7-晚黄时段-客户行业时长占比



央7-全天时段-客户地区占比
(品牌数)



央7-晚黄时段-客户地区占比
(品牌数)

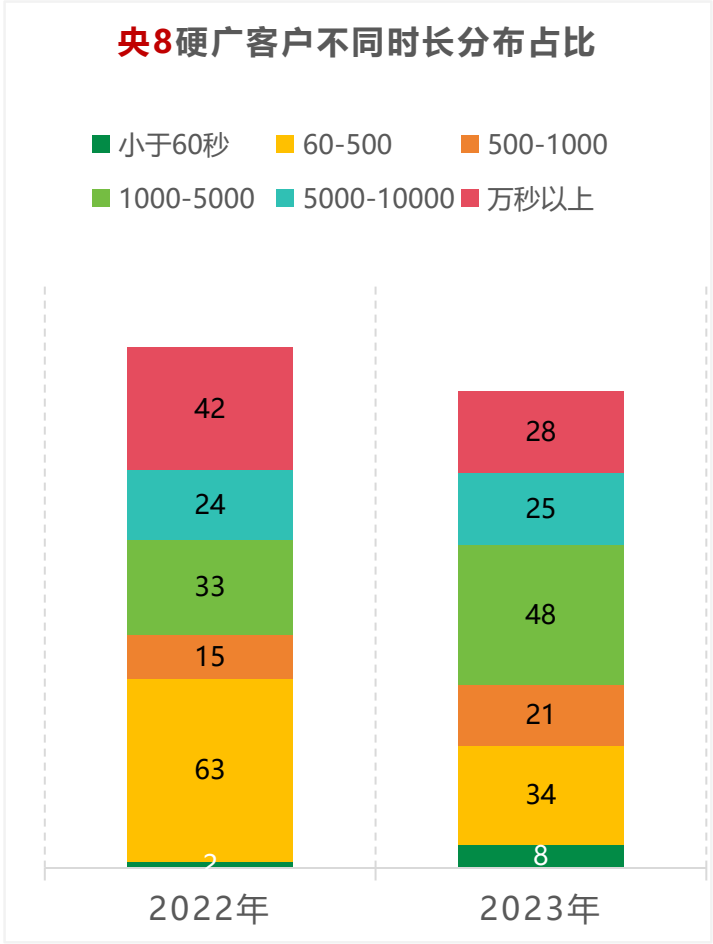
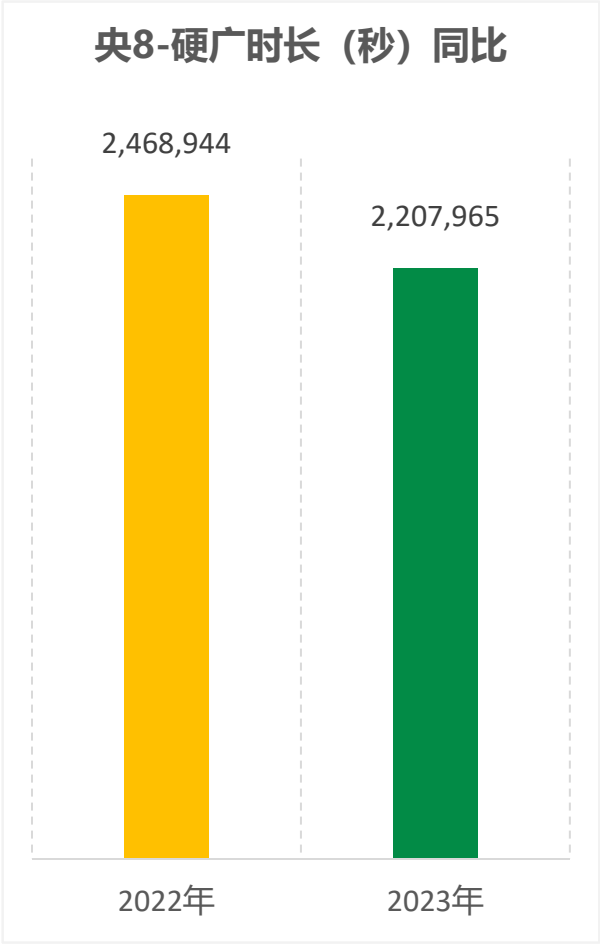
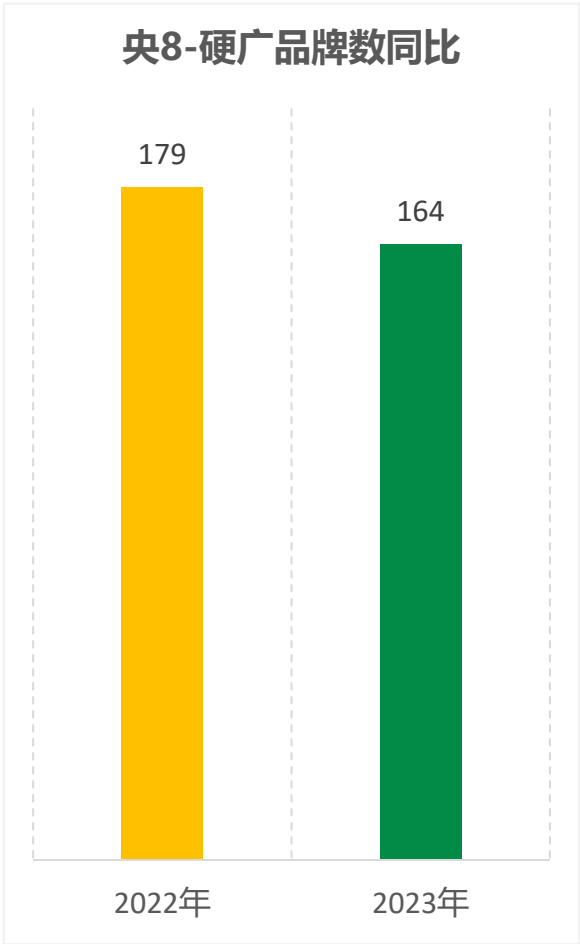


央7国防军事-TOP20厂商：倍力优投放时长最多，TOP20中7个是新增客户

2023年央7国防军事频道-投放时长TOP20厂商一览								
序号	厂商	厂商地	品牌	行业	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	倍力优（北京）健康产业科技有限公司	北京	倍力优	饮料	120,581	347,392	226,811	188%
2	河南凌云医药科技有限公司	河南	曲度	药品	224,414	160,974	-63,441	-28%
3	广州白云山陈李济药厂有限公司	广东	陈李济	药品		124,849	124,849	新增
4	同溢堂药业有限公司	福建	同溢堂	药品	140,416	99,157	-41,259	-29%
5	广州康朝药业有限公司	广东	曹清华	药品	116,547	95,229	-21,317	-18%
6	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	贵州	小糊涂仙	酒类	71,551	78,232	6,681	9%
7	西安杨健药业有限公司	陕西	香丹清	食品	19,997	72,178	52,181	261%
8	四川郎酒集团有限责任公司	四川	郎	酒类	28,351	67,703	39,352	139%
9	河北亿邦易护医疗科技集团有限公司	河北	妙医生	药品		64,984	64,984	新增
10	河北御芝林生物科技有限公司	河北	变通	食品	88,004	60,786	-27,218	-31%
			御芝林	食品	68,579	1,799	-66,780	-97%
11	四特酒有限责任公司	江西	四特	酒类	43,143	40,747	-2,396	-6%
12	特一药业集团股份有限公司	广东	特一	药品	35,976	32,863	-3,113	-9%
13	哈尔滨乐泰药业有限公司	黑龙江	亮甲	药品	51,423	32,000	-19,422	-38%
14	新疆伊力特实业股份有限公司	新疆	伊力	酒类	31,467	29,362	-2,105	-7%
15	江苏今世缘酒业股份有限公司	江苏	国缘	酒类		29,141	29,141	新增
16	成都八益家具股份有限公司	四川	八益	家居	27,330	27,817	487	2%
17	河南羚锐制药股份有限公司	河南	两只老虎	药品		24,683	24,683	新增
18	义乌市丹溪酒业有限公司	浙江	丹溪	酒类		21,313	21,313	新增
19	上海舒悦人生贸易有限公司	上海	舒悦	衣着		20,438	20,438	新增
20	莱克电气股份有限公司	江苏	莱克	家用电器		16,794	16,794	新增

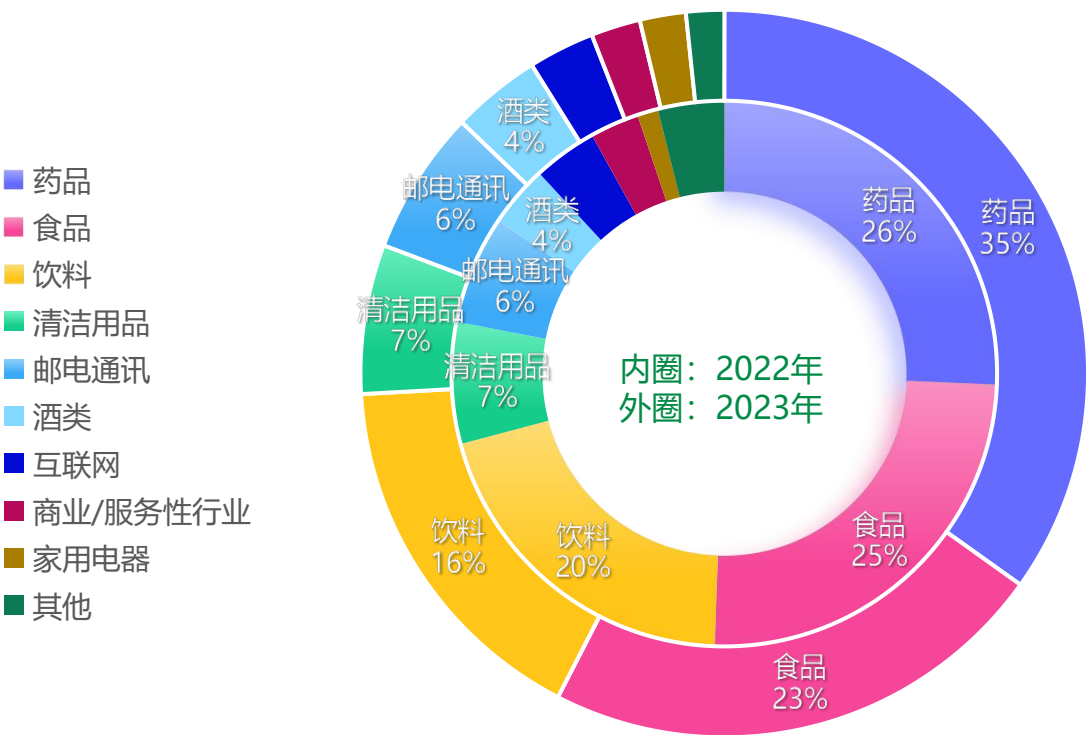
央8电视剧：整体呈下降趋势，投放60-500秒及万秒以上客户减少导致

- 央8硬广整体呈下降趋势，品牌数同比下降8.4%，时长同比下降10.6%，主要因为投放60-500秒及万秒以上客户减少导致。

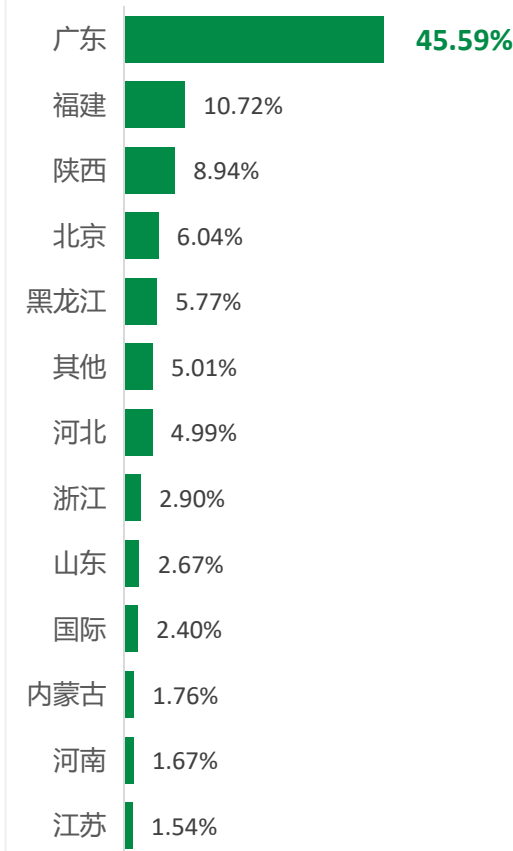


央8电视剧：以药品、食品投放为主，占比58%；广东客户最多

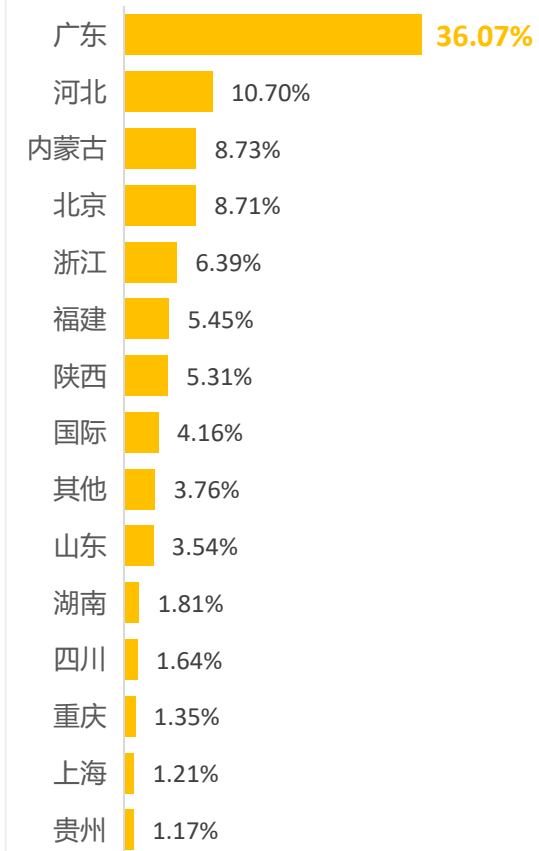
央8-晚黄时段-客户行业时长占比



央8-全天时段-客户地区占比



央8-晚黄时段-客户地区占比



央8电视剧-TOP10厂商：药品厂商占据前4位

2023年央8电视剧频道-投放时长TOP10厂商一览

序号	厂商	厂商地	品牌	行业	2022年时长	2023年时长	时长差值	时长同比
1	广州养无极文化传媒有限公司	广东	养无极	药品	312,044	346,853	34,809	11%
2	广州康朝药业有限公司	广东	曹清华	药品	206,251	253,350	47,099	23%
3	同溢堂药业有限公司	福建	同溢堂	药品	219,702	228,774	9,072	4%
4	广州白云山陈李济药厂有限公司	广东	陈李济	药品	180,412	218,373	37,961	21%
5	西安杨健药业有限公司	陕西	香丹清	食品	224,416	197,159	-27,257	-12%
6	黑龙江北奇神药业有限责任公司	黑龙江	天草	饮料		117,752	117,752	新增
7	汤臣倍健股份有限公司	广东	汤臣倍健	食品	100,709	45,387	-55,321	-55%
			健力多	食品	32,812	41,273	8,461	26%
8	今麦郎食品有限公司	河北	今麦郎	食品		28,164	28,164	新增
				饮料	7,938	23,032	15,095	190%
			茶粹	饮料		4,061	4,061	新增
9	广东美味鲜调味食品有限公司	广东	厨邦	食品	42,745	40,720	-2,025	-5%
10	纳爱斯集团股份有限公司	浙江	超能	清洁用品	20,787	11,959	-8,828	-42%
			雕	清洁用品	23,756	20,581	-3,175	-13%

▶ 23年央视硬广整体趋势分析

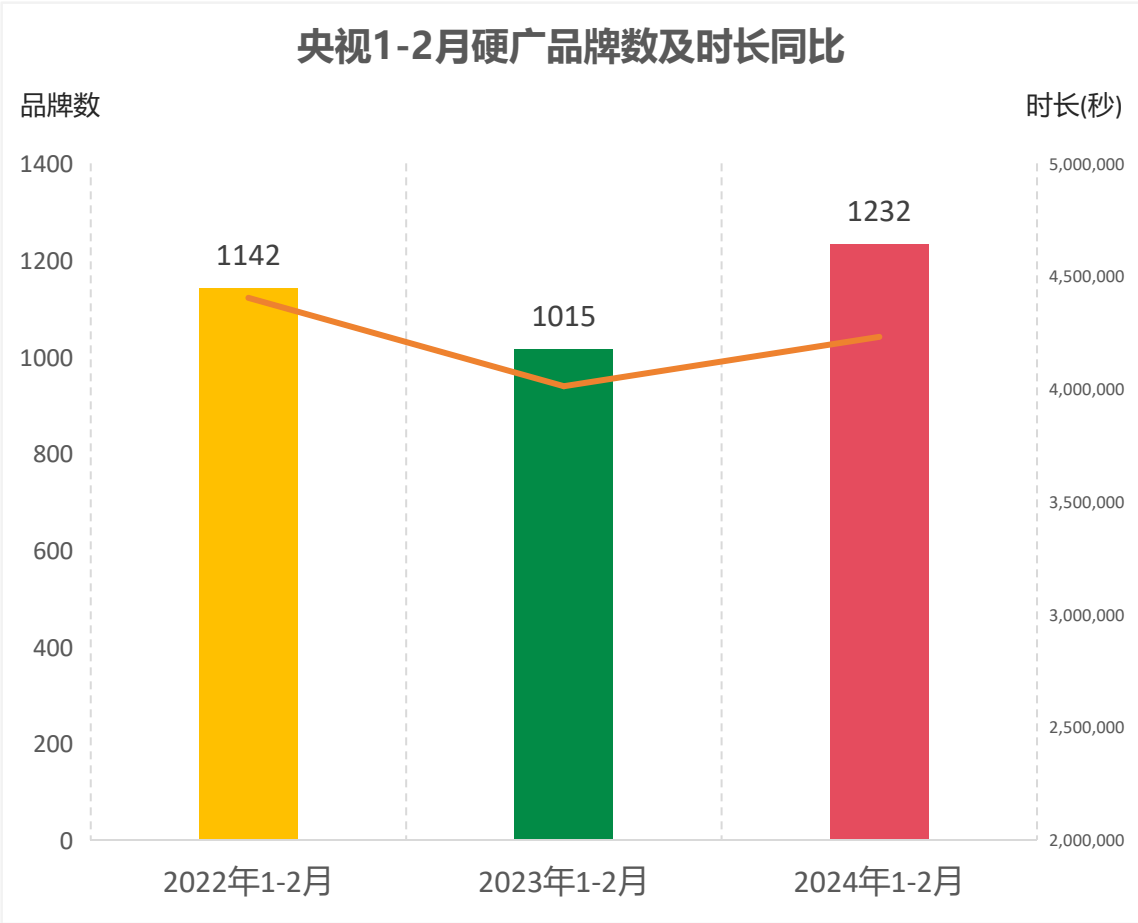
▪趋势分析 ▪客户分布 ▪新增流失分析 ▪重点频道简析

▶ 24年1-2月央视硬广情报速递

▪趋势对比 ▪频道分布 ▪投放TOP20客户速览 ▪新增流失分析

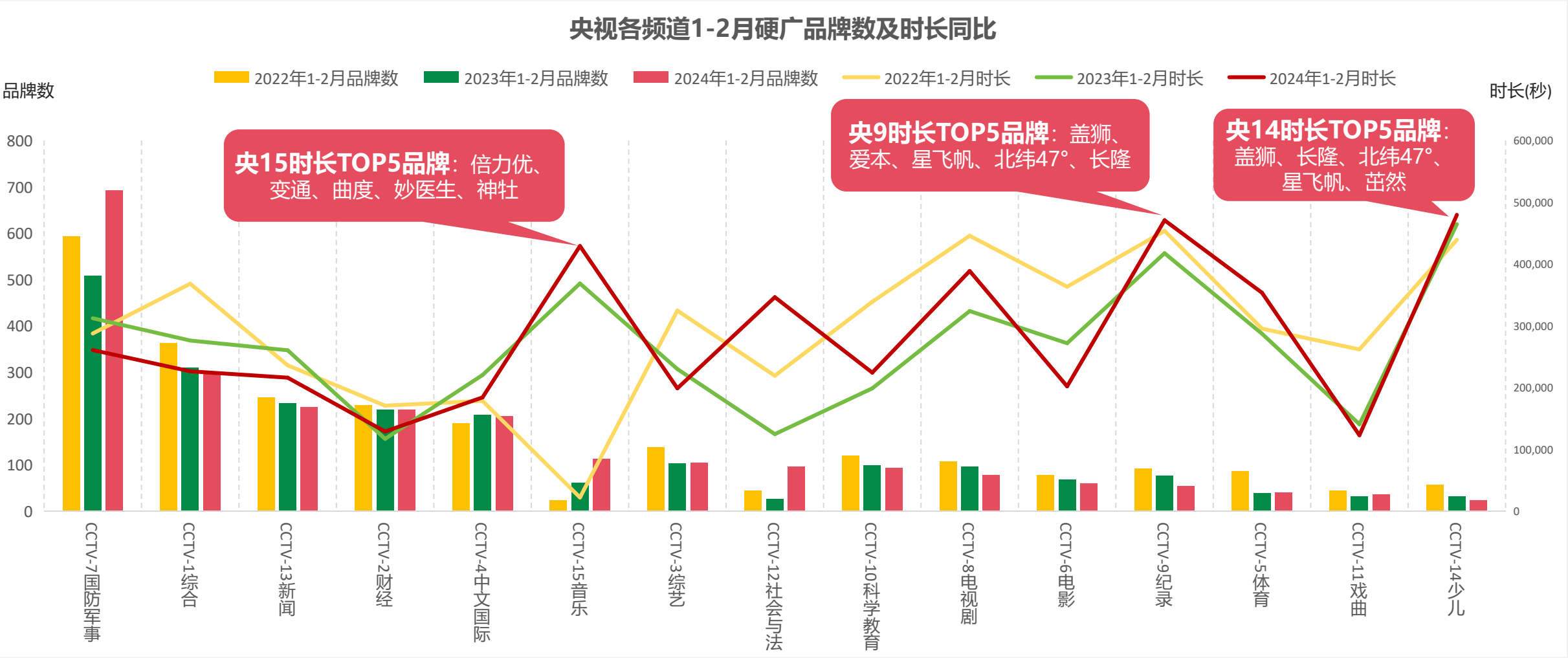
央视-24年1-2月：客户及时长均呈上升趋势，60秒以下小体量投放客户增加

- 央视24年1-2月硬广整体呈上升趋势，品牌数提升至超22年水平，时长略低于22年，24年增加的多为60秒以下时长的植入品牌。



央视-24年1-2月：央7客户数第一，央14客户数最少，但时长第一

- 央7国防军事频道客户数第一，但时长略降。央14少儿频道客户数最少，但时长整体第一。央15音乐频道客户数逐年翻倍递增，时长较22年有较大增长。



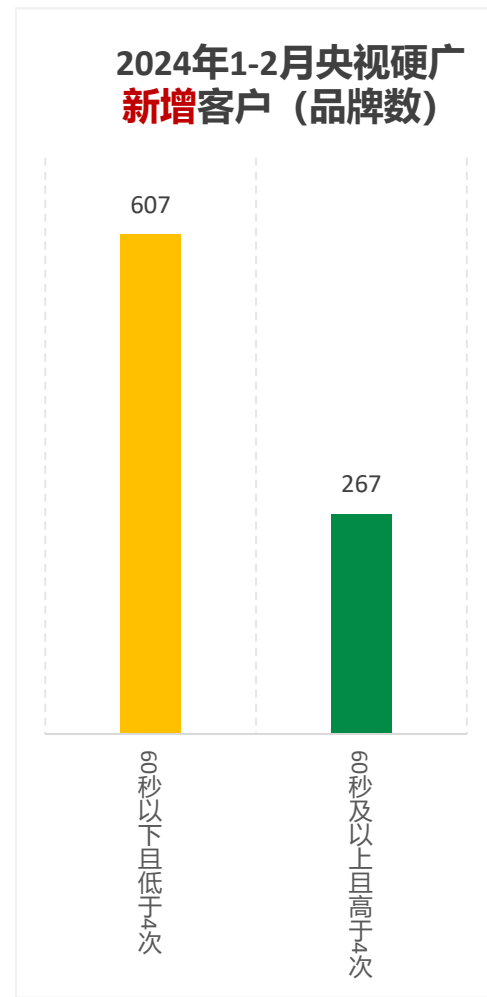
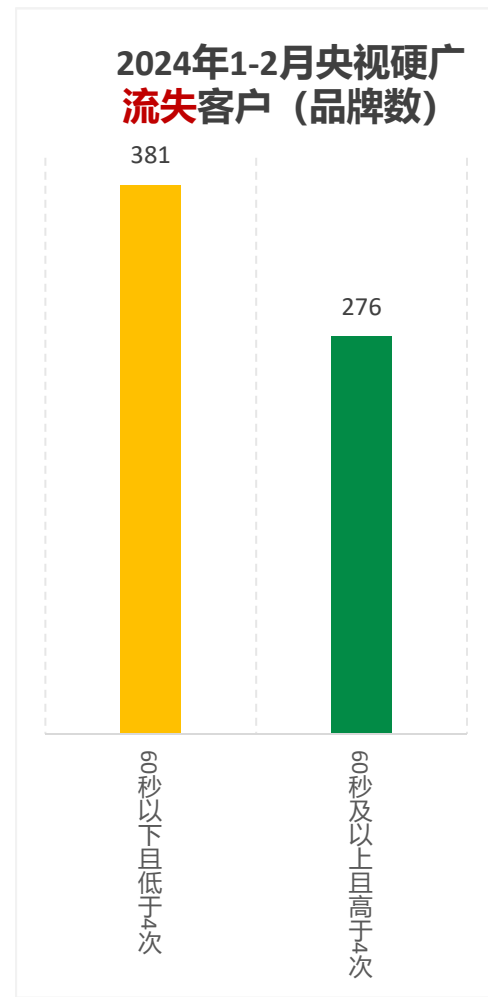
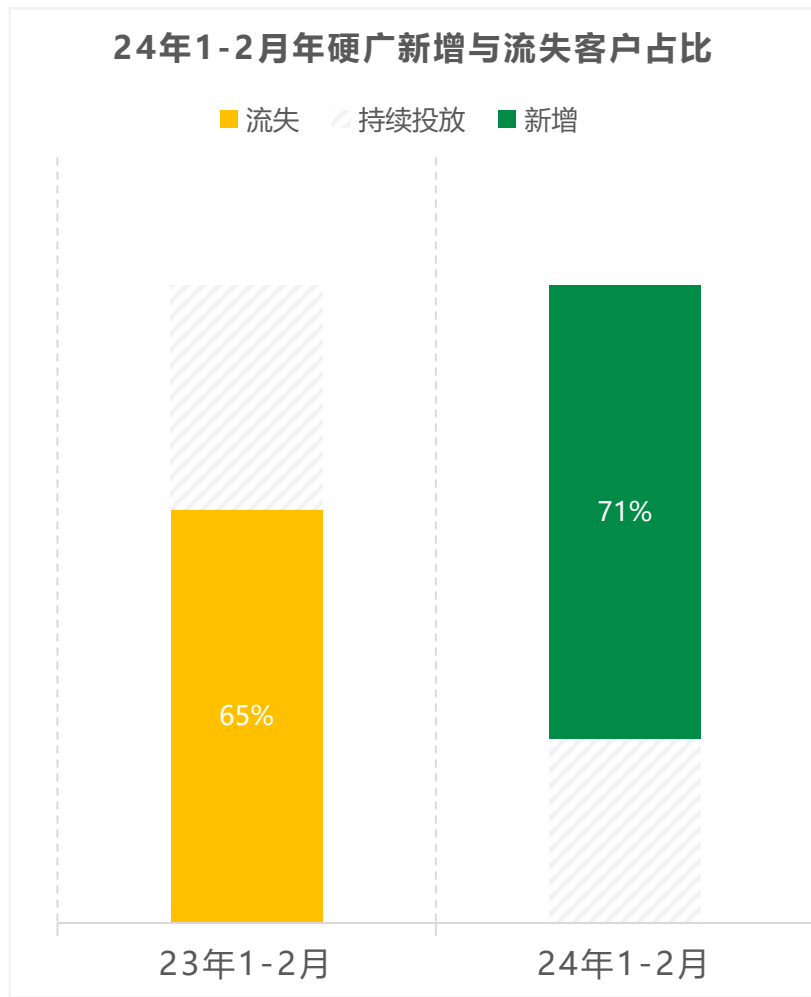
央视-24年1-2月TOP10客户：倍力优投放时长第一，飞鹤旗下4个品牌投放



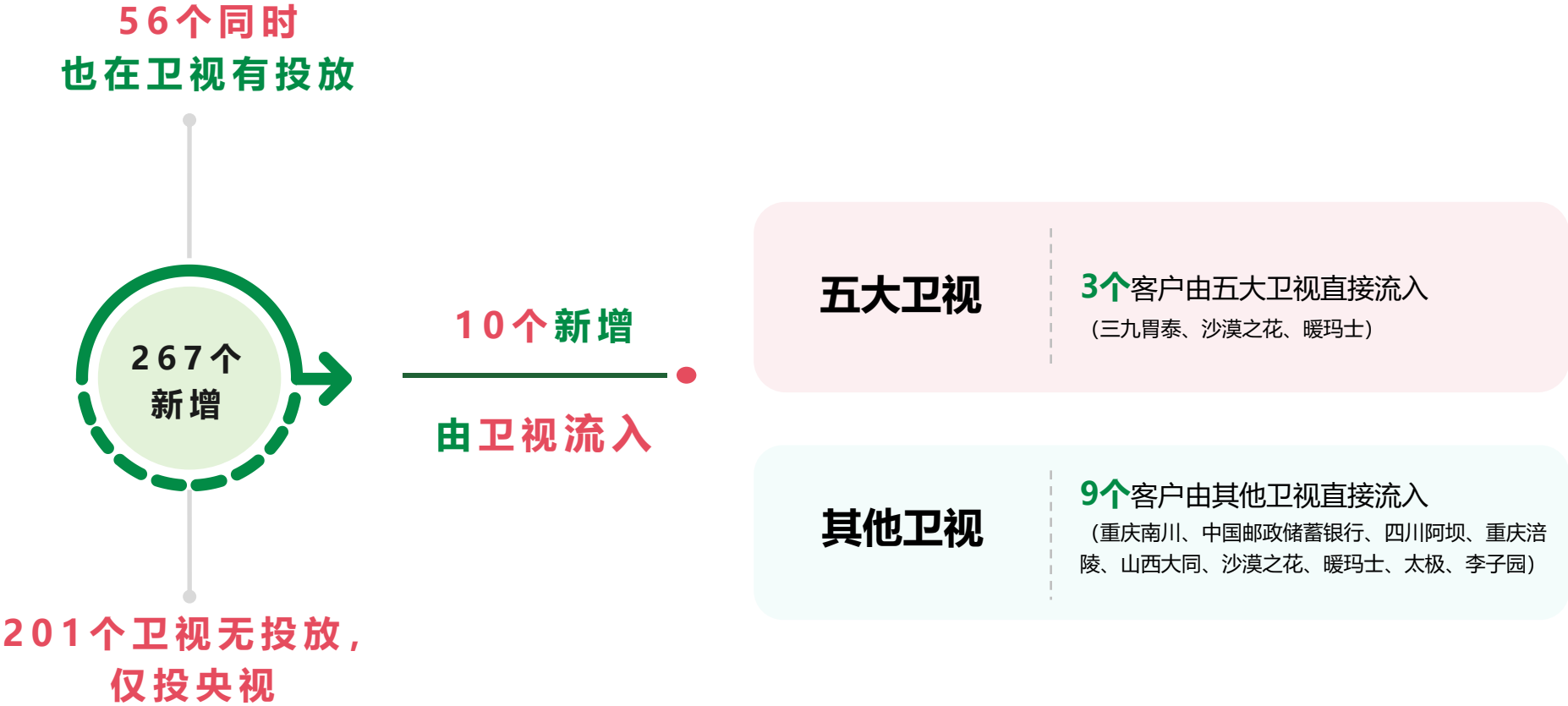
2024年1-2月投放时长 TOP10厂商

序号	厂商	品牌	大行业	频道数	刊例价(万元)	时长(秒)	频次
1	倍力优（北京）健康产业科技有限公司	倍力优	饮料	4	47098.79	257,118	4358
2	黑龙江飞鹤乳业有限公司	星飞帆	饮料	7	33608.15	120,856	4669
		爱本	饮料	2	4725.18	62,734	2262
		茁然	饮料	1	26977.9	51,752	2254
		飞鹤	饮料	1	434.86	2,075	420
3	广州养无极文化传媒有限公司	养无极	药品	8	32454.64	183,247	4874
4	小小雄狮（北京）食品有限公司	盖狮	食品	3	41277.19	138,576	4685
5	河南凌云医药科技有限公司	曲度	药品	6	27672.66	137,255	2287
6	年青保药业有限公司	神牡	药品	5	21465.07	126,340	2405
7	广州长隆集团有限公司	长隆	娱乐及休闲	5	38473.76	126,195	5712
8	广州康朝药业有限公司	曹清华	药品	7	20095.79	124,405	2131
9	黑龙江北纬四十七绿色有机食品有限公司	北纬47°	食品	3	36614.34	122,010	4799
10	同溢堂药业有限公司	同溢堂	药品	9	17573.25	119,531	2166

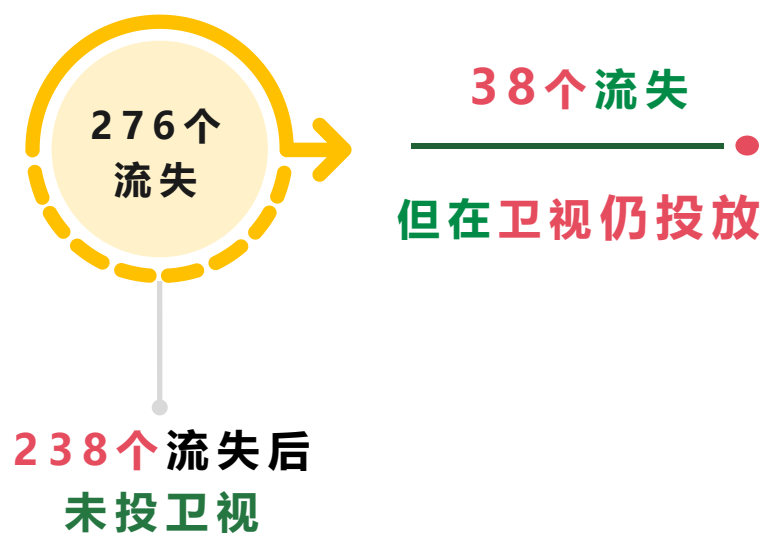
24年1-2月央视-客户变化：新增品牌数大于流失



央视-24年1-2月新增客户：10个新增客户由卫视直接流入央视



央视-24年1-2月流失客户：38个流失客户在卫视仍有投放



五大卫视

16个客户在五大卫视有投放

均为由央视直接流向五大卫视

(TOP5: 可口可乐、汤臣倍健、光明、北冰洋、华夏银行)

其他卫视

26个客户在其他卫视有投放

均为由央视直接流向其他卫视

(TOP5: 御芝林、加多宝、六个核桃、金辛金巧特、东鹏特饮)

央视-24年1-2月硬广流失客户在五大卫视投放的16个品牌一览：

央视24年1-2月流失客户，16个在五大卫视投放（从央视直接流向五大卫视）

排名	品牌	厂商	行业	总时长(秒)	湖南卫视-时长	浙江卫视-时长	江苏卫视-时长	东方卫视-时长	北京卫视-时长
1	可口可乐	可口可乐公司	饮料	6,432	1,245	1,170	2,100	1,468	449
2	汤臣倍健	汤臣倍健股份有限公司	食品	5,671	5,671				
3	光明	光明乳业股份有限公司	饮料	2,750		1,277		1,473	
4	北冰洋	北京市北冰洋食品公司	饮料	1,635					1,635
5	华夏银行	华夏银行股份有限公司	金融/投资行业	1,596					1,596
6	优加	光明乳业股份有限公司	饮料	1,554		90		1,464	
7	同仁堂	北京同仁堂（集团）有限责任公司	食品、药品	1,407					1,407
8	燕京	北京燕京啤酒集团公司	酒类	941					941
9	优倍	光明乳业股份有限公司	饮料	640		30	40	571	
10	六个核桃	河北养元智汇饮品股份有限公司	饮料	466				466	
11	小小鲁班	石家庄君乐宝乳业有限公司	饮料	425		425			
12	汤沟	江苏汤沟两相和酒业有限公司	酒类	323			323		
13	天猫	阿里巴巴集团控股有限公司	互联网	294	294				
14	BOSS直聘	北京华品博睿网络技术有限公司	互联网	135					135
15	老凤祥	上海老凤祥有限公司	个人用品	110				110	
16	中华	北京龙徽酿酒有限公司	酒类	75			75		

央视-24年1-2月硬广流失客户在其他卫视投放的26个品牌一览：

央视24年1-2月流失客户，26个在其他卫视投放（从央视直接流向其他卫视）

序号	品牌	厂商	大行业	刊例价(万元)	时长(秒)	频次
1	御芝林	河北御芝林生物科技有限公司	食品	28515.4	78,748	1,320
2	中国内蒙古	中国内蒙古	娱乐及休闲	3560.3	24,433	291
3	中国西藏	中国西藏	娱乐及休闲	1032.86	18,140	134
4	加多宝	广东加多宝饮料食品有限公司	饮料	2785.57	15,496	861
5	六个核桃	河北养元智汇饮品股份有限公司	饮料	6748.46	15,255	1,211
6	金辛金巧特	澳诺（中国）制药有限公司	药品	4375.45	8,511	758
7	东鹏特饮	东鹏饮料（集团）股份有限公司	饮料	3472.96	6,725	533
8	冷酸灵	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	化妆品/浴室用品	2000.6	5,410	389
9	健力宝	广东健力宝集团有限公司	饮料	1881.5	4,217	324
10	可口可乐	可口可乐公司	饮料	2348.35	3,976	188
11	中国黑龙江	中国黑龙江	娱乐及休闲	1295.1	3,196	71
12	中华	联合利华有限公司	化妆品/浴室用品	1917.47	2,516	168
13	中国安徽	中国安徽	娱乐及休闲	1016.4	2,122	60
14	黑沃	黑龙江省完达山乳业股份有限公司	饮料	675.84	1,798	120
15	交通银行	交通银行股份有限公司	金融/投资行业	617.33	1,794	215
16	伊利	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	饮料	348.17	1,088	222
17	蒙牛	内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司	饮料	182.63	759	18
18	重庆开州	重庆开州	娱乐及休闲	402.8	599	60
19	湖北襄阳	湖北襄阳	娱乐及休闲	272.58	509	34
20	汤臣倍健	汤臣倍健股份有限公司	食品	199.79	481	81
21	中国体育彩票	国家体育总局体育彩票管理中心	金融/投资行业	136.2	449	30
22	黑土优品	黑龙江小康龙江农业科技有限公司	农业	112	198	20
23	燎原	甘南藏族自治州燎原乳业有限责任公司	饮料	6.86	69	7
24	剑南春	四川剑南春（集团）有限责任公司	酒类	24	60	4
25	绿箭	箭牌糖类有限公司	食品	7.1	15	1
26	中国青海	中国青海	娱乐及休闲	2.39	10	1

数据说明

- ❑ 统计平台：央视15个频道。
- ❑ 统计时段1：全天时段（00:00-24:00）、晚间黄金时段（19:30-22:00）。
- ❑ 统计时段2：凌晨(00:00-06:00)、上午(06:00-12:00)、下午(12:00-18:00)、晚间（18:00-24:00）。
- ❑ 23年新增与流失：22年未投放，23年有投放的客户为新增客户；22年有投放，23年未投放的客户为流失客户。
- ❑ 24年1-2月新增与流失：23年1-2月未投放，24年1-2月投放为新增客户；23年1-2月投放，24年1-2月未投放为流失客户。
- ❑ 报告中客户数均以品牌数统计。
- ❑ 统计周期：2022年1-12月，2023年1-12月，2024年1-2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~

