



QuestMobile2020泛娱乐消费营销洞察

2020-11-11

本报告研究说明

1) 数据选取时间：2020年1-9月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

2020年Q3“吃喝玩乐”等线下场景休闲娱乐消费在上扬，带动消费市场增长，本期报告将关注和洞察相应领域的营销动作和广告投放分析。

核心观点



01

餐饮食品行业广告逐渐恢复，并带动
门店消费

1.1

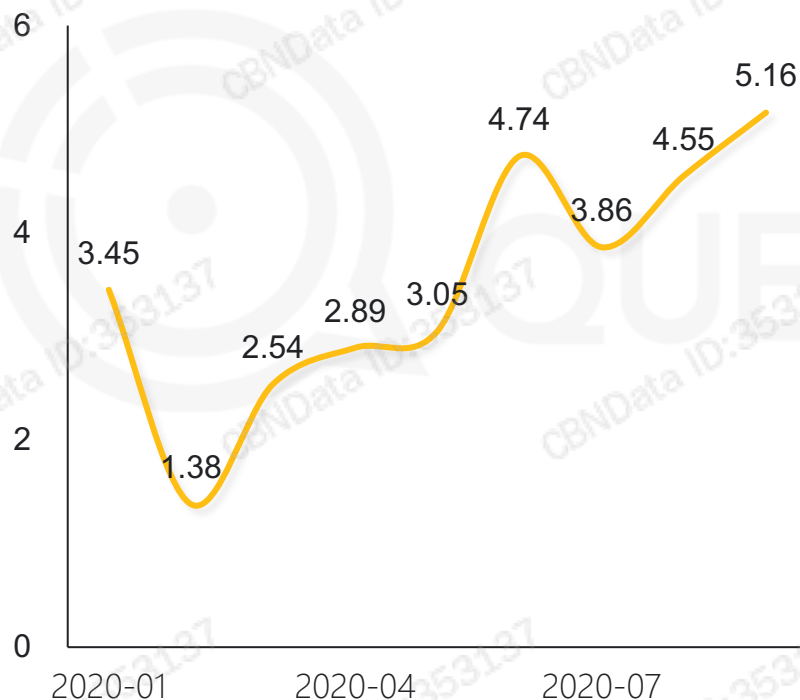
饮料冲调行业广告投放持续增长

食品饮料广告投放逐渐恢复，但可口可乐、百事可乐等头部品牌投放减少

2020年1-9月饮料冲调行业广告投放趋势

单位：亿元

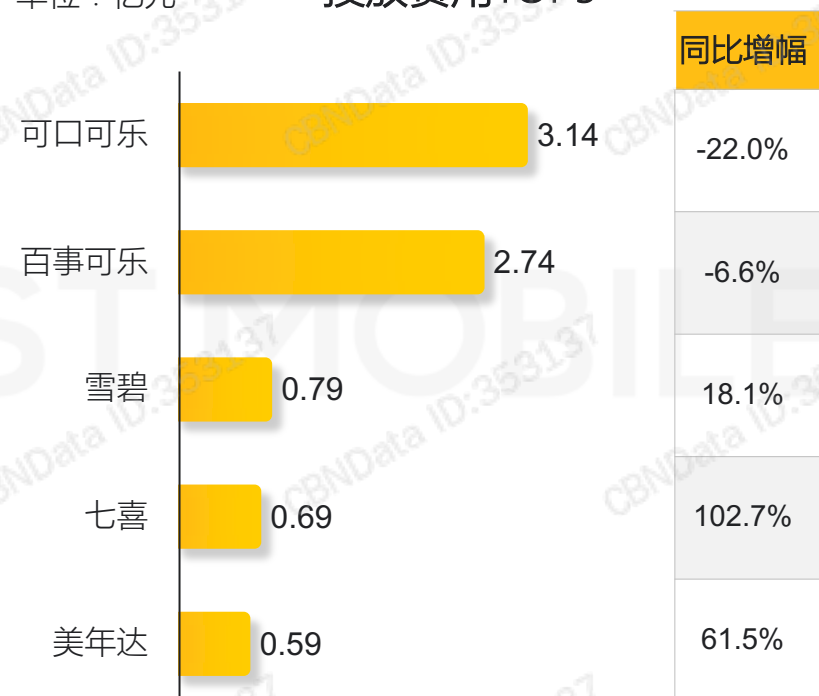
— 投放费用



2020Q3饮料冲调行业子品牌广告投放费用TOP5

单位：亿元

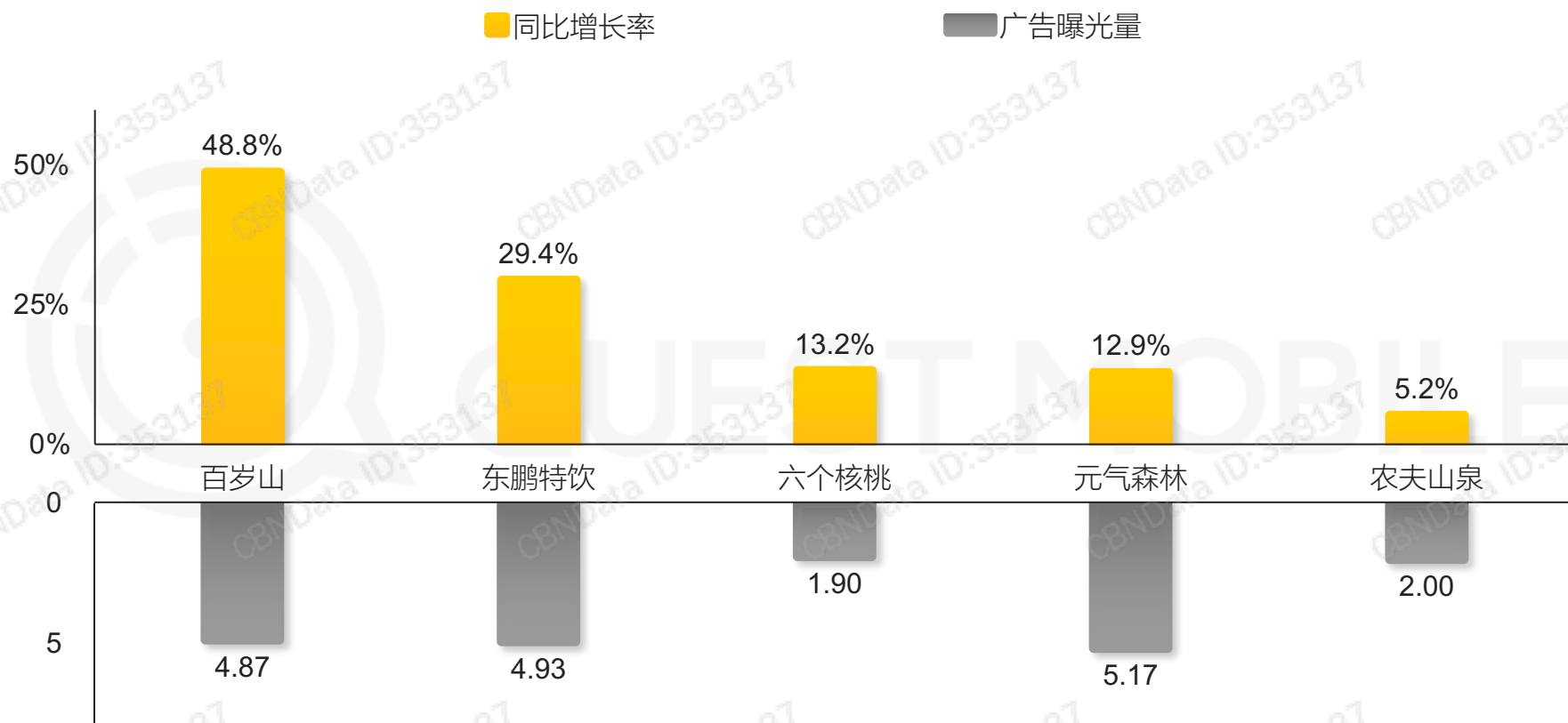
投放费用TOP5



注：1、饮料冲调行业包含碳酸饮料，矿泉水，咖啡，奶茶等品类；2、筛选饮料冲调行业子品牌广告主，并按照投放费用降序排列。

在国内饮料冲调品牌商中，传统品牌和网红品牌广告投放都呈增长趋势

2020Q3饮料冲调行业国内子品牌的投放费用增长率与广告曝光量



单位：亿人次

注：1、饮料冲调行业包含碳酸饮料，矿泉水，咖啡，奶茶等品类；2、筛选国内饮料冲调品牌在Q3互联网广告投放费用>200万的广告主，并按照同比增长率降序排列。

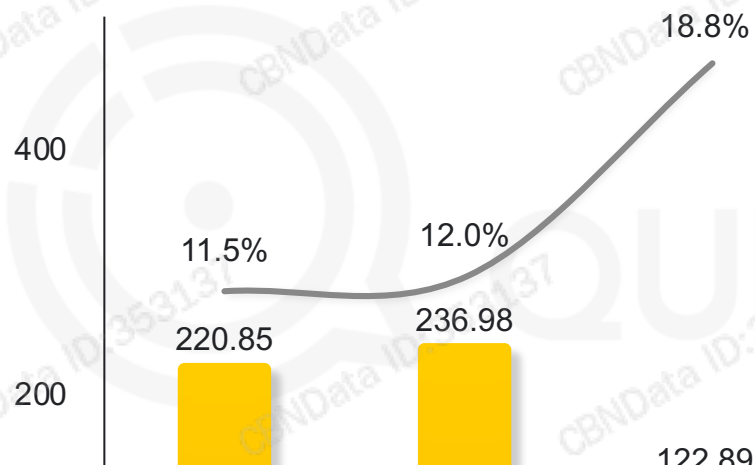
典型新进品牌元气森林通过多媒介以及综艺冠名触达与品牌契合的年轻消费者



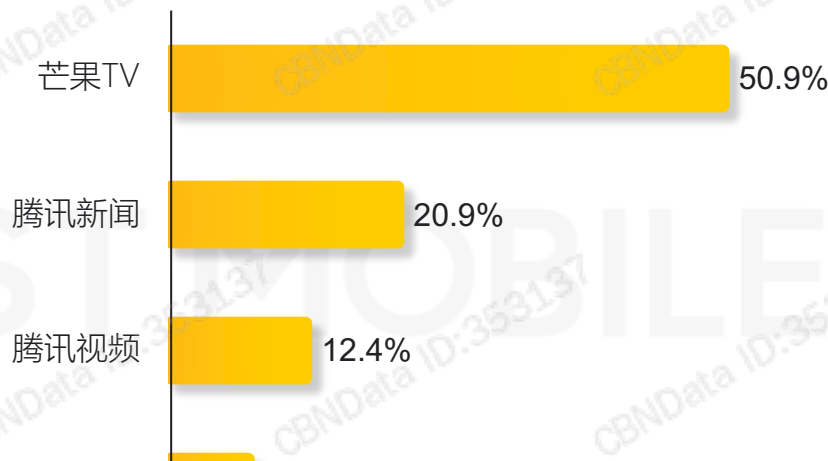
元气森林接连冠名《运动吧！少年》、《元气满满的哥哥》等芒果TV多部热播综艺节目，通过节目内容及形式贴合年轻的互联网人群。

2020Q3元气森林在互联网广告投放情况

单位：万元 ■ 投放费用 — 联合电商平台投放占比



2020年9月元气森林投放费用媒介占比TOP5



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16779

