

春节营销盘点

2021年



研究范围及数据说明

研究范围

- 2021年春节期间，品牌节日营销事件盘点

数据说明

1. 数据来源：

- 艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）

2. 数据统计时间：

- 2020年1月-2021年2月

3. 重要指标说明

- AdTracker广告投入指数：本报告中网络广告投入指数是对广告主在展示类广告及信息流广告的投入进行推算获得，不包括搜索、内容营销等其他方式的广告投放规模，并区别与媒体收入口径核算的市场规模。

01

2021年春节期间广告投放监测：

- 1) 节前**3-4周**为广告创意投放高峰期；
- 2) **行业整体投放回暖**但**TOP5整体略有缩投**，投入指数占比略有下降4.3个百分点；
- 3) 网络服务类广告主在3年春节连续增长，其中**网络购物类投入增长最多**；
- 4) 疫情催发下**清洁剂品类大爆发**，广告投入指数**增长近7倍**；
- 5) **教育/学校行业两年TOP上榜品牌变化较大**，广告投放竞争市场激烈。

02

春节营销类型关键词：

- 1) **新年TV广告**：品牌多选择与情感维系关系更加密切的视频广告形式，主要主题方向为合家欢、文化传承、思乡、正能量和开年鸿运五大类；
- 2) **互动红包营销**：春节红包营销陷入疯狂撒金的内卷状态，除了红包金额上的比拼，巨头们红包营销玩法和目的更加多元，红包封皮则在社交场上一支独秀；
- 3) **贺岁档联合营销**：品牌与贺岁电影的主要联动形式为发布短片、影游联动、APP功能定制、产品定制四类，其中影游联动越来越频繁；
- 4) **新年限定款**：美妆品牌新年限定花样多，食品饮料多在产品包装上下功夫，奢侈品牌不约而同的围绕生肖牛年元素创作。

春节期间广告投放监测

1

热门春节营销事件盘点

2

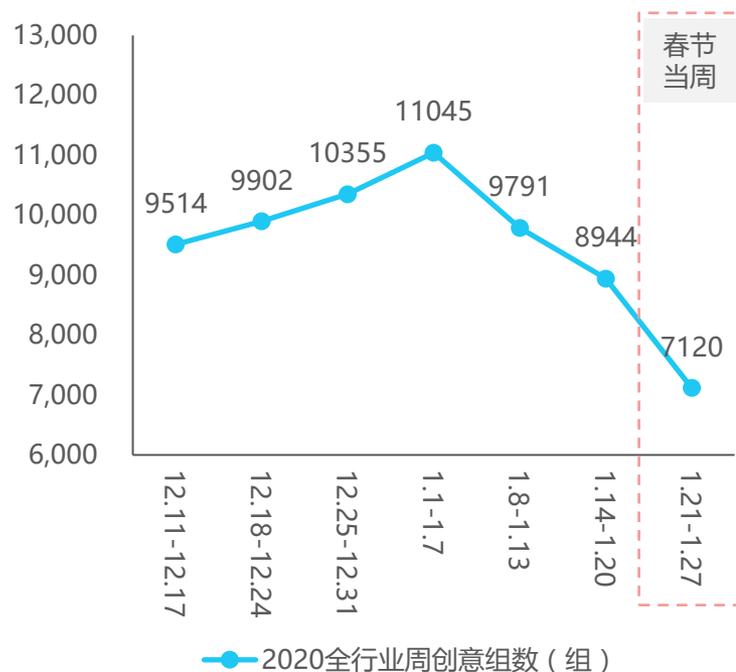
节前3-4周为广告创意投放高峰期

从春节期间全行业广告创意组数的变化趋势来看，创意组数在节前3-4周最高，春节当周落至最低点，广告主在春节预热期选择大规模海投的方式来筛选吸引受众的广告创意，在后期则集中投放

AdTracker-2020.12.28-2.14期间 全行业周创意组数变化趋势



AdTracker-2019.12.11-1.27期间 全行业周创意组数变化趋势



来源：艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

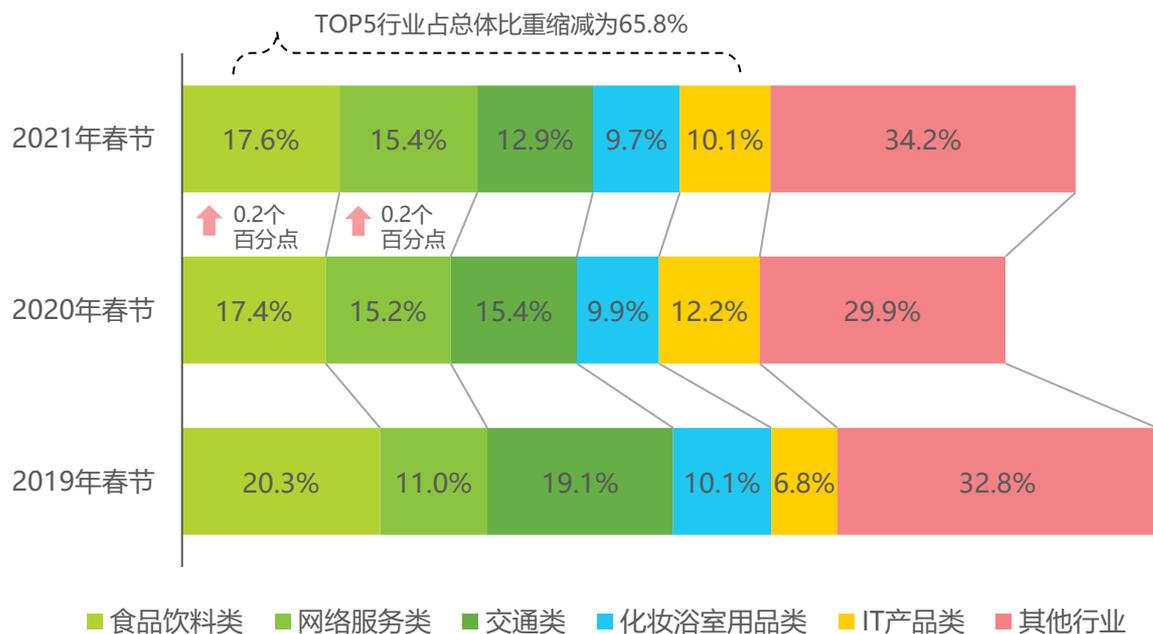
来源：艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

行业整体投放回暖但TOP5整体略有缩投

2020年春节因疫情造成的广告投放量的减少在2021年有所回升，但TOP5行业投入指数占比略有下降4.3个百分点

根据艾瑞多平台网络广告监测数据库 AdTracker，TOP5行业广告主在2021年春节期间的整体展示类广告投入指数占比呈缩减状态，仅食品饮料类和网络服务类略有上涨。以互联网网站和APP为主的网络服务类广告主在3年春节连续增投，这与资本市场资金支持以及流量殆尽情况下互联网平台存量用户争夺激烈期望通过广告营销吸引用户有一定关系。

AdTracker-2019&2020&2021春节期间广告投入指数TOP5大行业占比

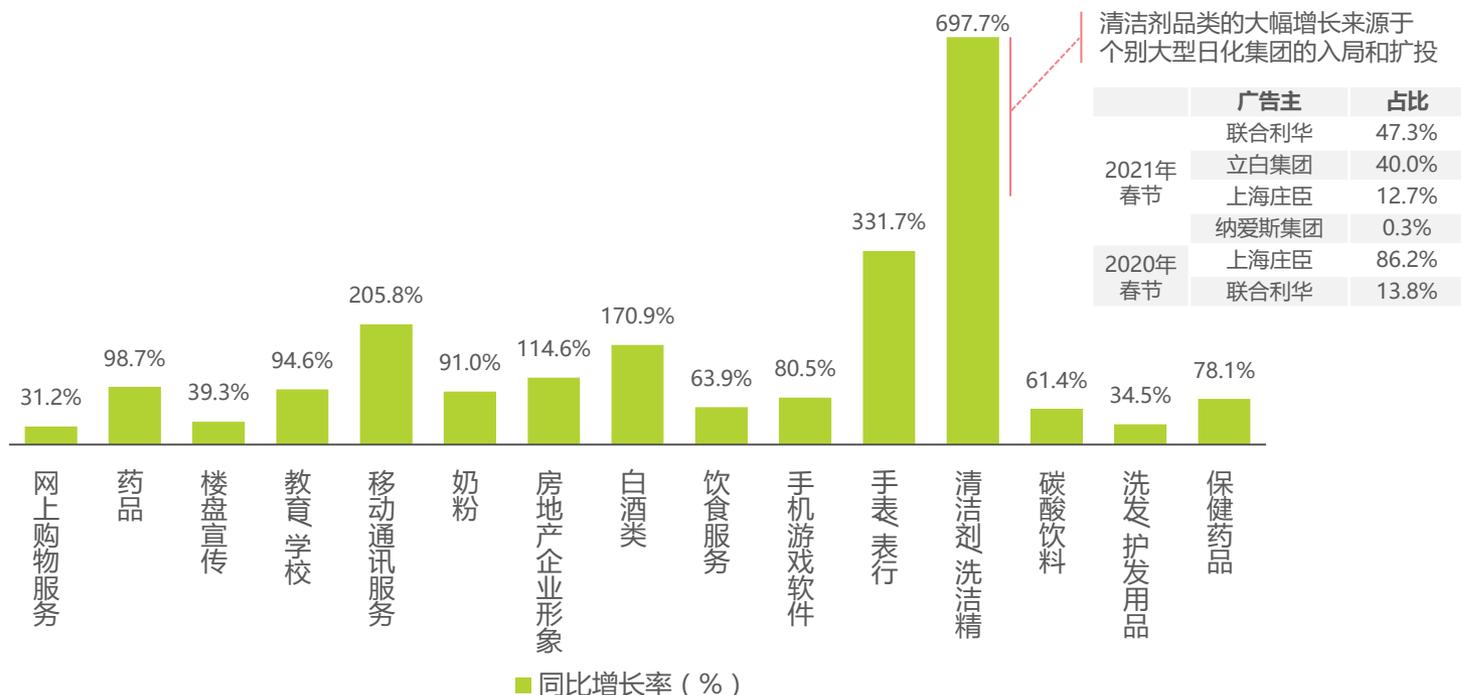


注释：2021年春节选取2021.1.25-2.14数据，2020年春节选取2020.1.7-1.27数据，2019年春节选取2019.1.18-2.7数据。
来源：艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

网上购物类投入指数增长最多, 清洁剂/洗洁精投入指数增幅最大

在具体分析2021春节期间广告增投的TOP15细分行业发现, 较去年, 疫情催发清洁剂品类大爆发, 广告投入指数增长近7倍, 手表品类增长超3倍, 移动通信、白酒、房地产回温明显, 药品、教育、奶粉、手游增长近一倍

AdTracker-2021春节期间广告投入指数增长TOP15细分行业同比增长率



注释: 同比增长率选取2021.1.25-2.14 春节期间和2020.1.7-1.27春节期间广告投入指数计算得出。细分品类筛选范围为2021年广告投放指数TOP50细分行业中同期增长绝对值TOP15行业。

来源: 艾瑞咨询 AdTracker多平台网络广告监测数据库(桌面及智能终端)。

教育/学校行业广告投放竞争市场激烈

进一步分析上述细分品类在2021和2020年的TOP5品牌主发现，仅教育/学校行业两年上榜品牌变化较大，其他行业格局稳定

在线教育行业作为热门赛道受到创业者和资本的共同青睐，而新冠疫情促使用户对在线教育产生更高需求这一背景也使得教育行业（尤其是K12）不断加大广告投入以达到快速提升市场用户量、品牌形象和产品/服务收入的目标。

AdTracker-2021春节期间教育/学校行业广告投放TOP 5 品牌主广告投入指数占比



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_20780

