

# 中国网络广告营销系列报告

食品饮料类篇

2019年



## 软性植入广告篇

- **数据来源** 艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库 AdTracker-软广监测专用版
- **时间范围** 节目首播时间2018.7-2019.6
- **节目范围** Mobile端播放的热播网络综艺、热播网络电视剧及热播动漫
- **平台覆盖** 爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV
- **重要说明** 所有视频内容都Mobile端下载分拣，如果影片PC、Mobile、OTT端赞助权益不同，艾瑞以Mobile端监测为准；所有植入广告都由人工审核完成，可能产生广告遗漏，艾瑞提供补录服务；部分赞助广告形式可能随机出现在剧集中，艾瑞以下载片源分拣结果为准。

## 展示类广告篇

- **数据来源** 艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库 AdTracker-标准版\信息流专用版
- **时间范围** 2017Q1 至 2019Q2
- **重要说明** 本报告中信息流广告在2018Q4及2019Q1的统计口径与之前发生变化，为经过AdTracker信息流专用版校对调整后的数据。2018年9月艾瑞咨询上线AdTracker信息流专用版，抓取的广告主数量更多，城市覆盖范围更广，因此导致投入指数及广告主数量在2018Q4出现突增的现象。

01

食品饮料行业作为基础性消费产业，其发展与宏观经济形势联系密切。近年来，得益于国民可支配收入的稳步提升，食品饮料行业一直保持着持续增长态势，这一趋势也反映在食品饮料行业广告主的营销投入上。根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker显示，2018年食品饮料行业在展示类网络广告营销投入指数中位列第三位，同时保持着高达37.4%的环比增长率，上行态势明显。

02

在软性广告植入上，根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker软广版显示，食品饮料行业以9.1亿的营销投入位列全行业榜首，在总体投入中占比近三成，覆盖2018.7-2019.9期间首播的八成热播网剧、网综和动漫，成为软广植入领域当之无愧的重量级玩家。

03

展示类网络广告营销中，伴随着优质媒体资源，尤其视频内容的争夺日趋激烈，以视频贴片广告作为主要投入形式的食品饮料行业在2019上半年投放天次有所下降，但季节周期性波动依旧明显，优化调整营销资源分配，收缩创意资源、创意精致化成为趋势。

04

具体到行业内部格局而言，伴随着“二胎热”的退潮，乳品尤其奶粉作为小行业营销投入头名的优势逐渐削减，而茶饮因其健康和功能标签收到消费者追捧，成为近年来迅速崛起的小行业之一。经历了销量连续不佳，碳酸饮料在加持“无糖”、“纤维”概念后重新加码营销投入，意欲夺回年轻人市场。

# 目录 Contents

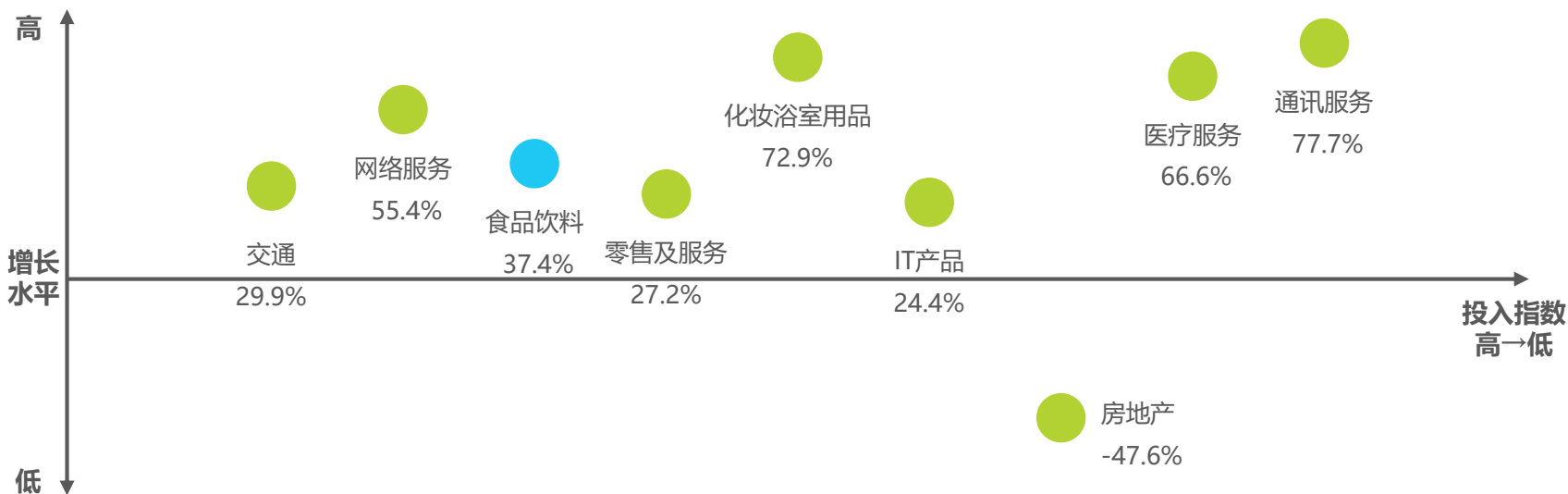


	前言 .....	05
	软性植入广告篇 .....	06
	展示类广告篇 .....	29

## 食品饮料行业发展稳定，广告投入增量明显

作为最基础的国民消费产业之一，近年来我国人均可支配收入的稳步提高带动了中国食品饮料产业的持续增长，根据凯度消费者指数显示，2018年中国食品类消费品销售额增长率为4.7%，饮料类消费品销售额增长率为1.5%，继续保持平稳增长态势。食品饮料行业的持续发展离不开营销投入的支持，而增长也将反馈于营销投入的攀升。根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker显示，2018年食品饮料行业在展示类网络广告营销投入指数中位列第三位，同时保持着高达37.4%的环比增长率；软性广告上，在首播时间（手机端播放）在2018年7月至2019年6月的网综、网剧、动漫中，食品饮料行业广告主以接近9亿的植入总额位居所有行业榜首，是中国网络广告营销市场中当之无愧的重量级玩家。本报告中，艾瑞咨询将从软性植入广告和展示类广告两部分来展示食品饮料行业网络广告营销概况。

### AdTracker-2018年中国展示类网络广告营销各行业投入指数及环比增长率



来源：AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

# 软性植入广告篇

- I. 食品饮料行业软广营销概览
- II. 食品饮料行业软广营销广告形式
- III. 食品饮料行业剧目投入分析
- IV. 投放爆款剧目案例分析《少年派》

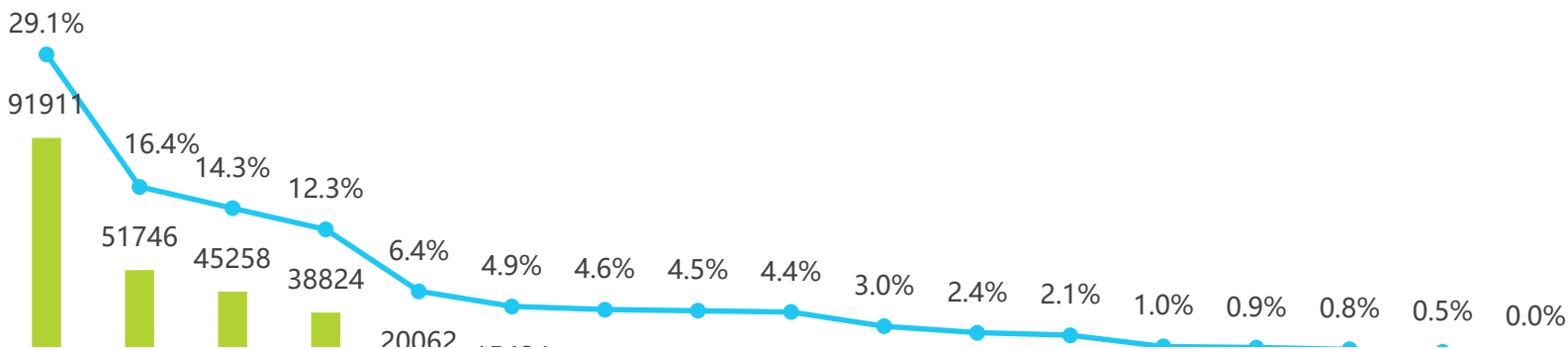


# 全行业软广投入情况

## 食品饮料类高居榜首，占比近三成

根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker软植版显示，在2018年7月至2019年6月所有首播节目中，食品饮料类、IT产品类和化妆浴室用品类行业成为软性广告植入的TOP3。纵观这几类行业，多经营日常消费品，强曝光的营销需求驱动其投入软性广告。这其中，尤以占据榜首的食品饮料行业投入最为突出，其投入在全行业占比近三成，接近排名第二、三行业的支出之和。

AdTracker-2018年7月至2019年6月首播的节目中  
各行业软性广告投入指数情况



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\\_21077](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21077)

