

# 3C行业2025年H1趋势分析

# 趋势概览

2025年上半年，3C行业整体新增201个客户，流失213个客户；数码/电脑/办公用品类表现亮眼，客户数整体增长15%。

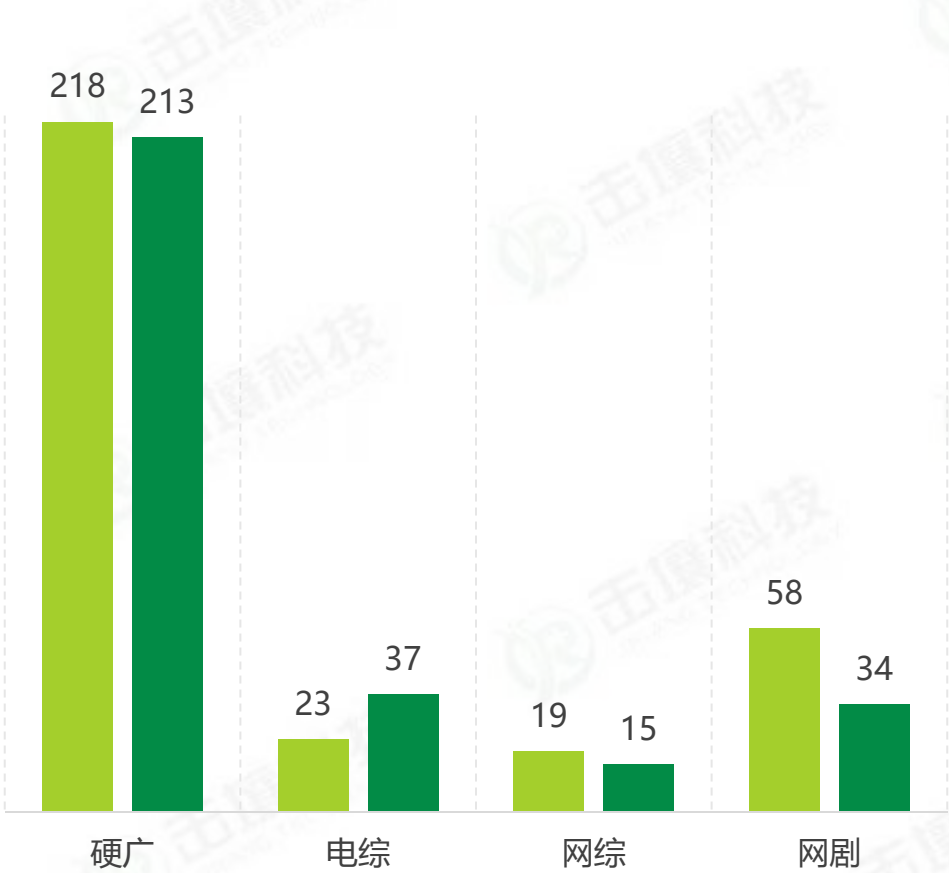
- 硬广方面，央视系列频道表现突出，客户数同比增长3%；CCTV-7客户数量及时长均领先，投放客户数量前5频道均为央视；五大卫视中，江苏卫视客户数量领先；手机品类投放时长降幅60%。
- 综艺方面，仅电综客户数增长；特约、赞助、定制客户等合作身份占比提升；电综晚会类节目受到客户青睐，多个地方卫视春晚吸引客户投放；手机品类偏好音综节目投放；电综上数码/电脑/办公用品细分品类招商上涨明显，厨房电器类客户投放网综居多。
- 网剧方面，客户数量整体下降，优酷平台投放客户数领先；合作方式主要以剧内植入为主；电脑、手机等品类客户投放网剧较多；罪案/悬疑类题材剧目受到客户偏爱。

本报告将围绕2025年上半年3C行业客户硬广、综艺、大剧投放三部分展开分析。

# 整体分布：3C行业整体节目数处下滑趋势；电综客户数小幅增长

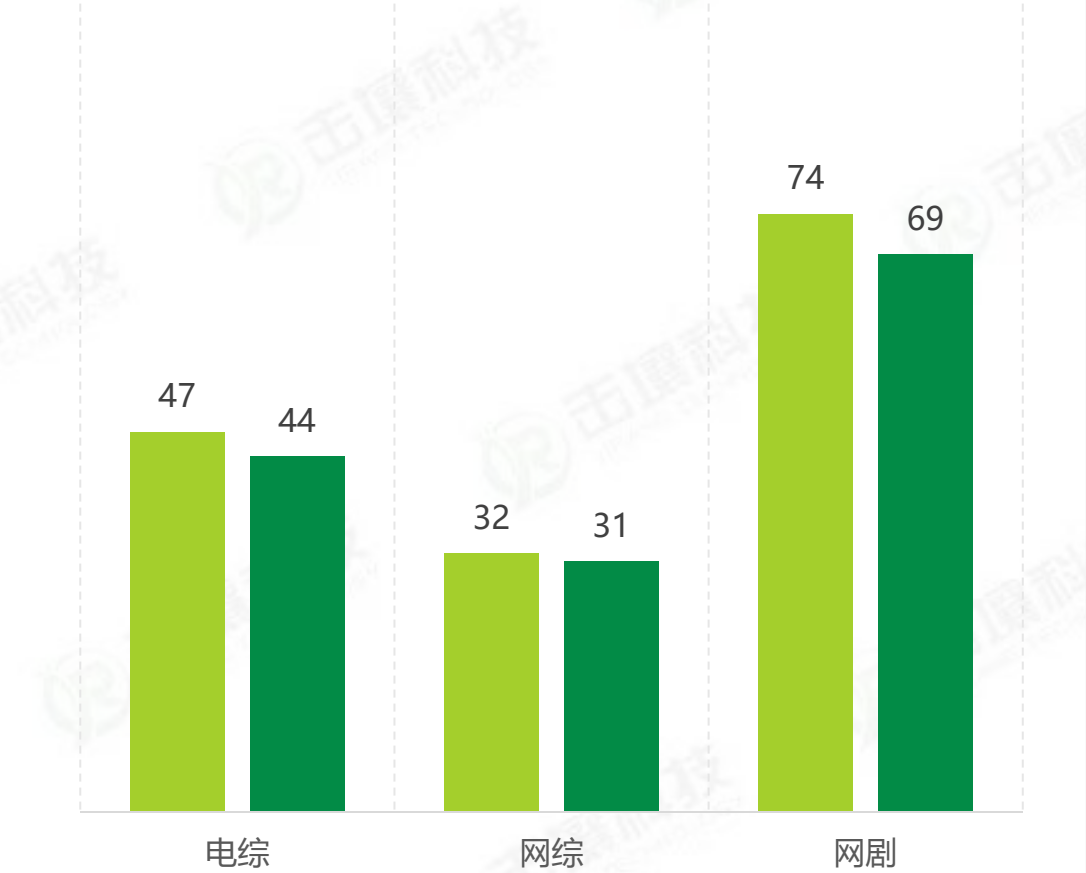
3C行业整体**厂商数**分布

2024年H1 2025年H1



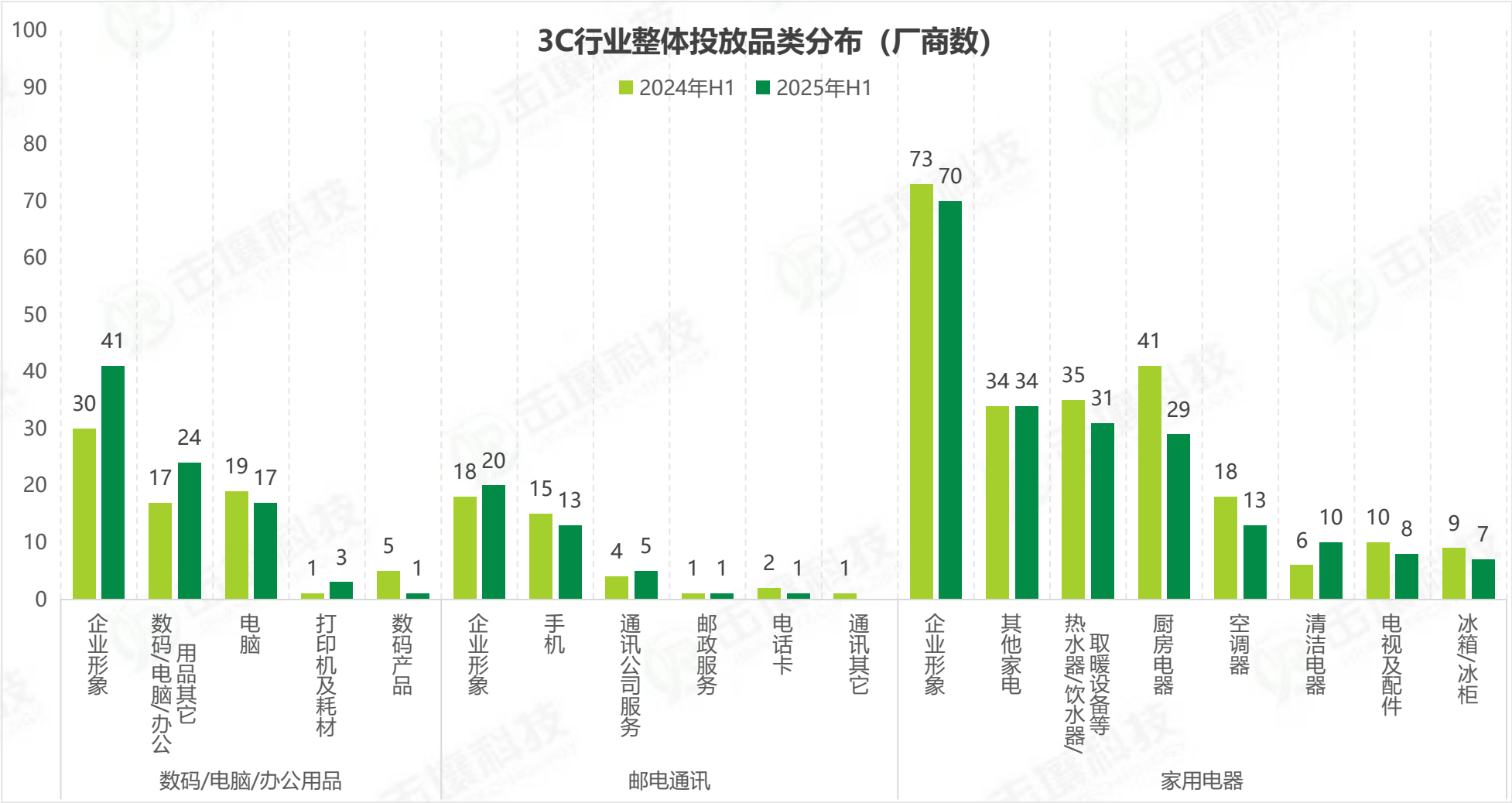
3C行业整体**节目数**分布

2024年H1 2025年H1



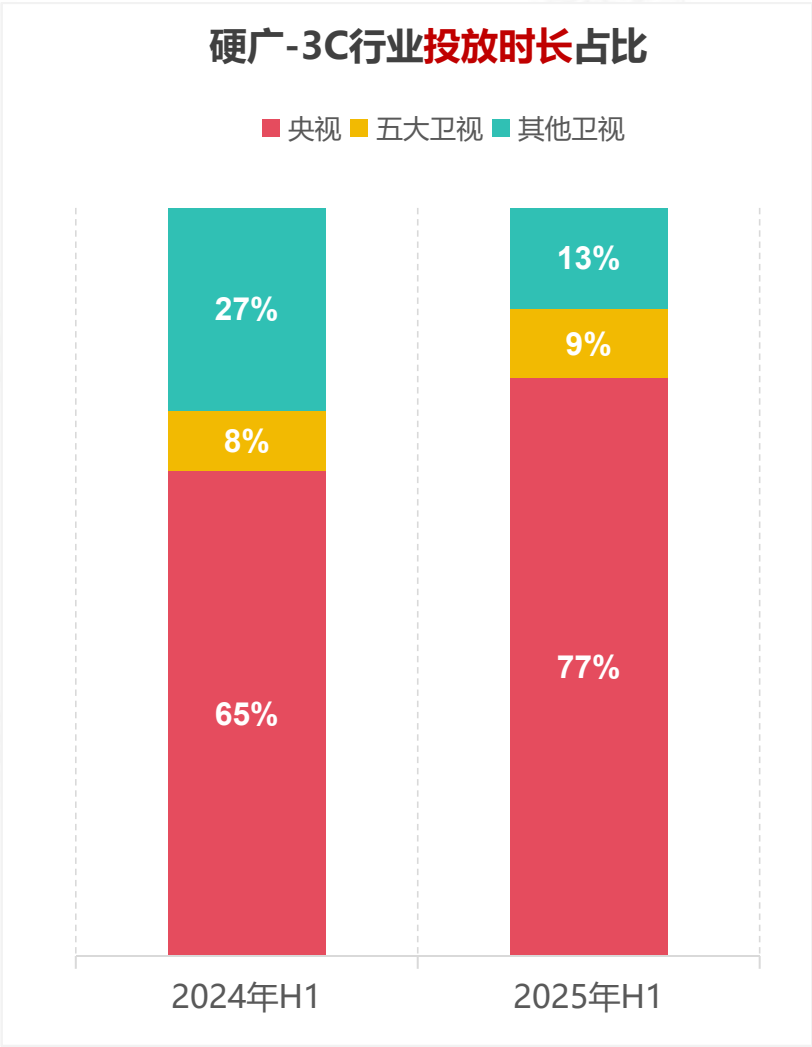
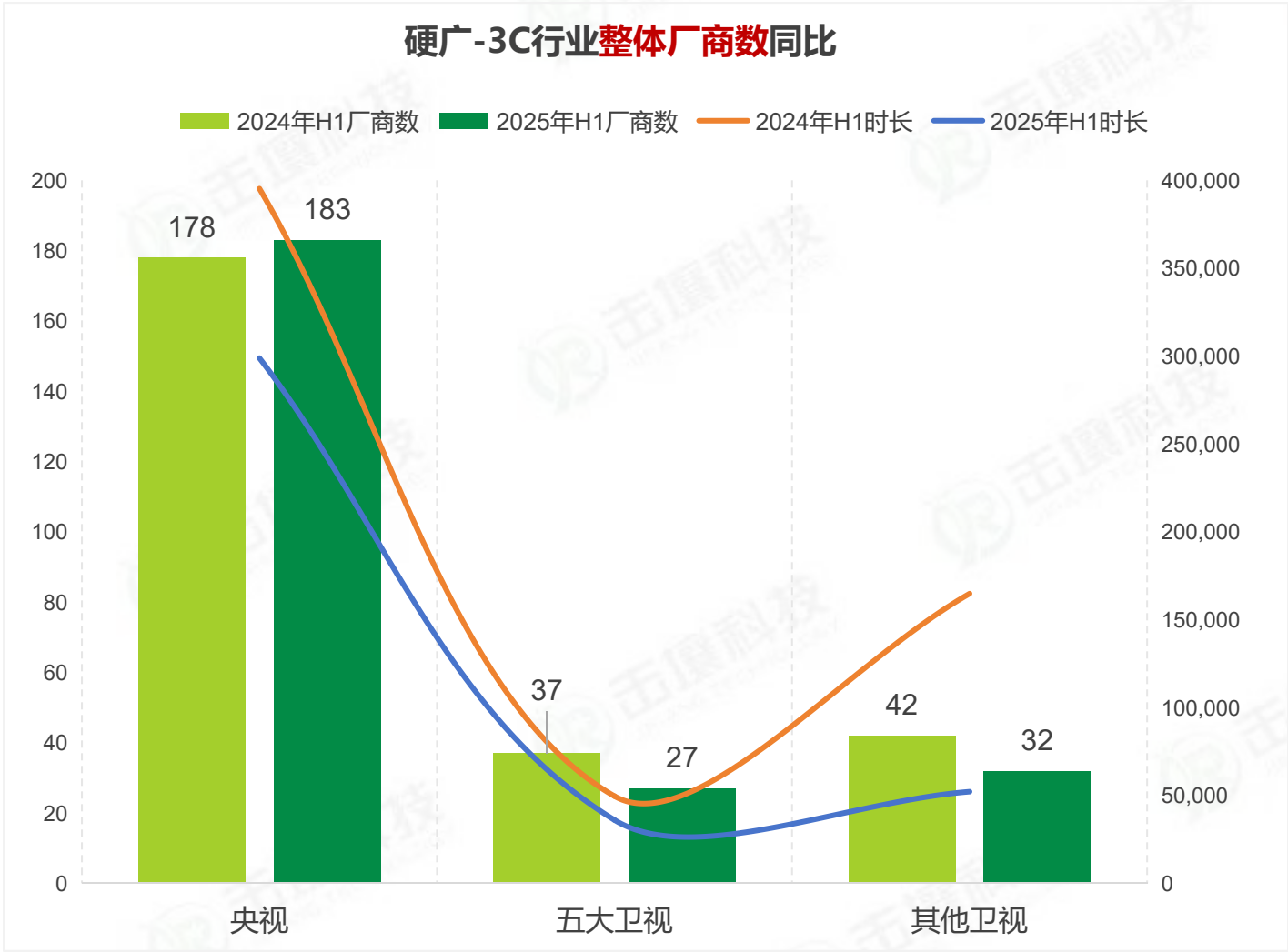
数据来源：击壤科技 硬广（央卫视49频道）、综艺（央卫视49频道+爱优腾芒等 1-6月

# 整体分布：整体新增201个客户；数码/电脑/办公用品类客户数整体增长15%



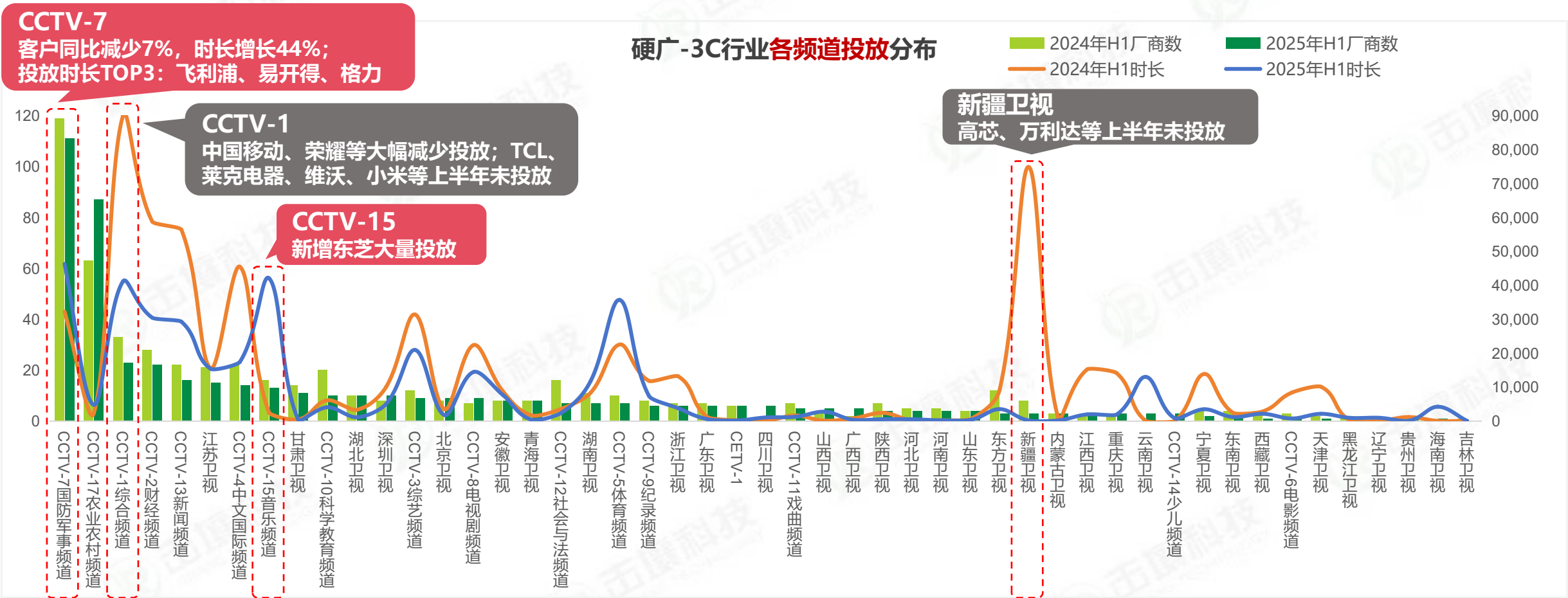
数据来源：击壤科技 硬广（央卫视49频道）、综艺（央卫视49频道+爱优腾芒等 1-6月

# 硬广：央视客户数同比增幅3%；其他地方卫视投放时长大幅下降

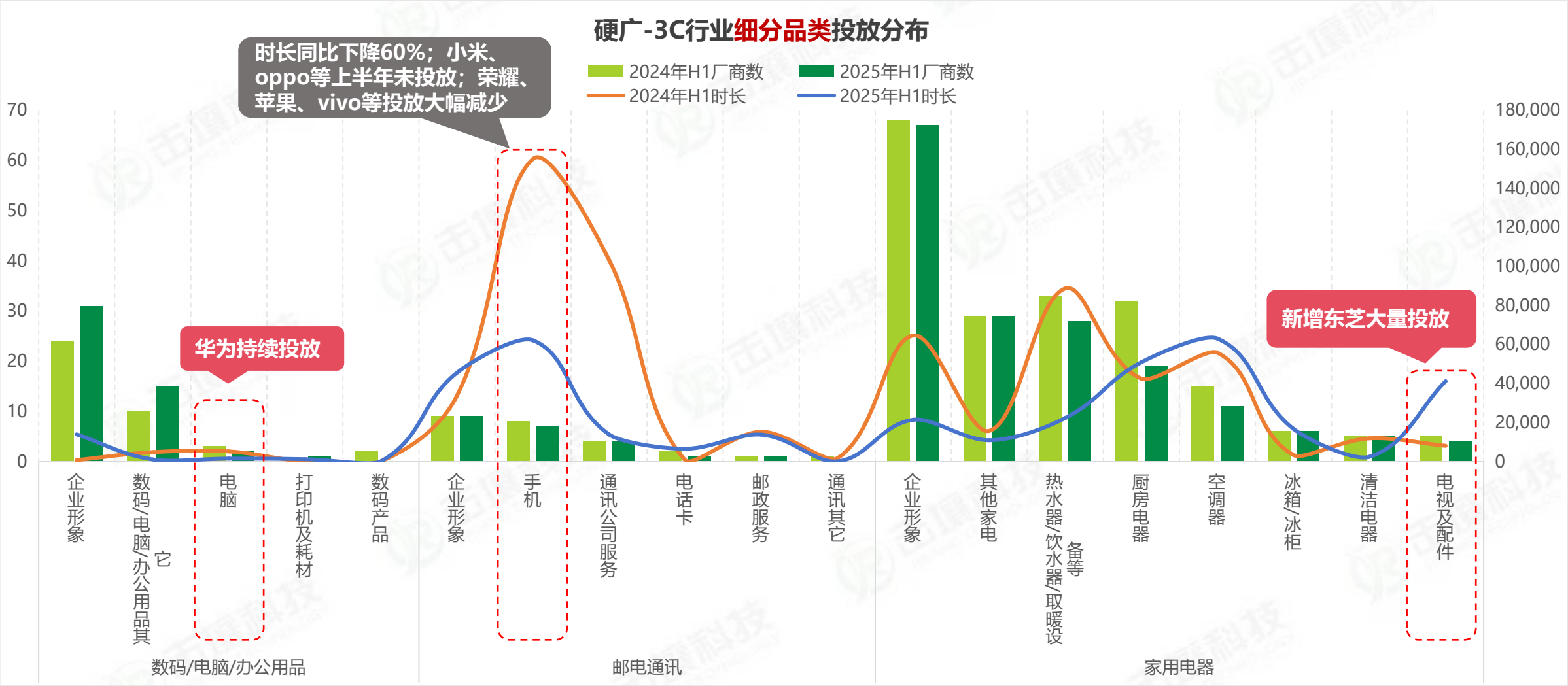


# 硬广：CCTV-7客户数量及时长均领先；CCTV-1投放时长降幅明显

- 上半年CCTV-7硬广投放客户数量及时长均领先，时长同比增长44%；3C行业投放客户数量前5频道均为央视；五大卫视中，江苏卫视客户数量领先。



# 硬广：手机品类投放时长降幅明显，同比降幅60%



数据来源：击壤科技 硬广（央视49频道） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

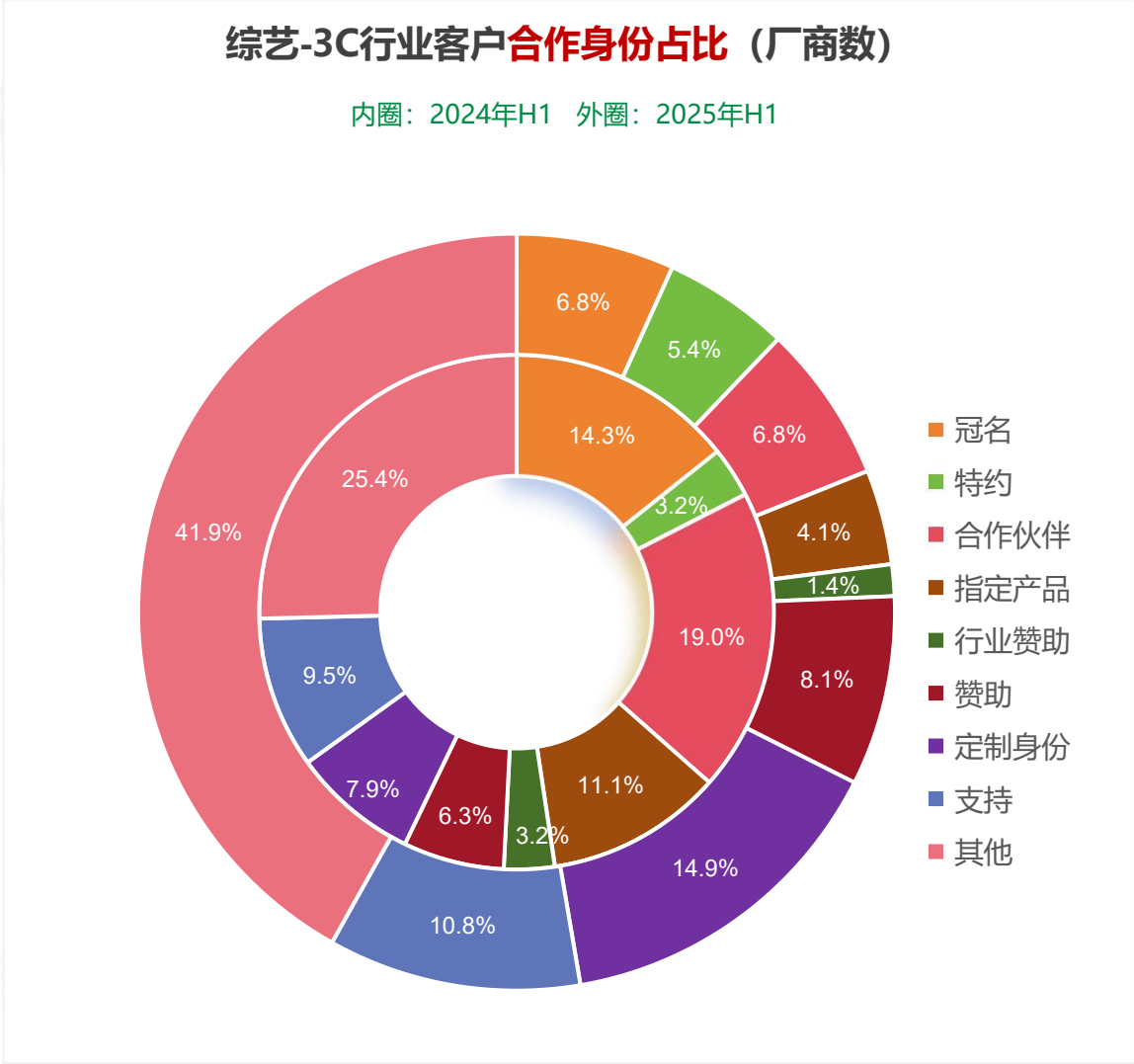
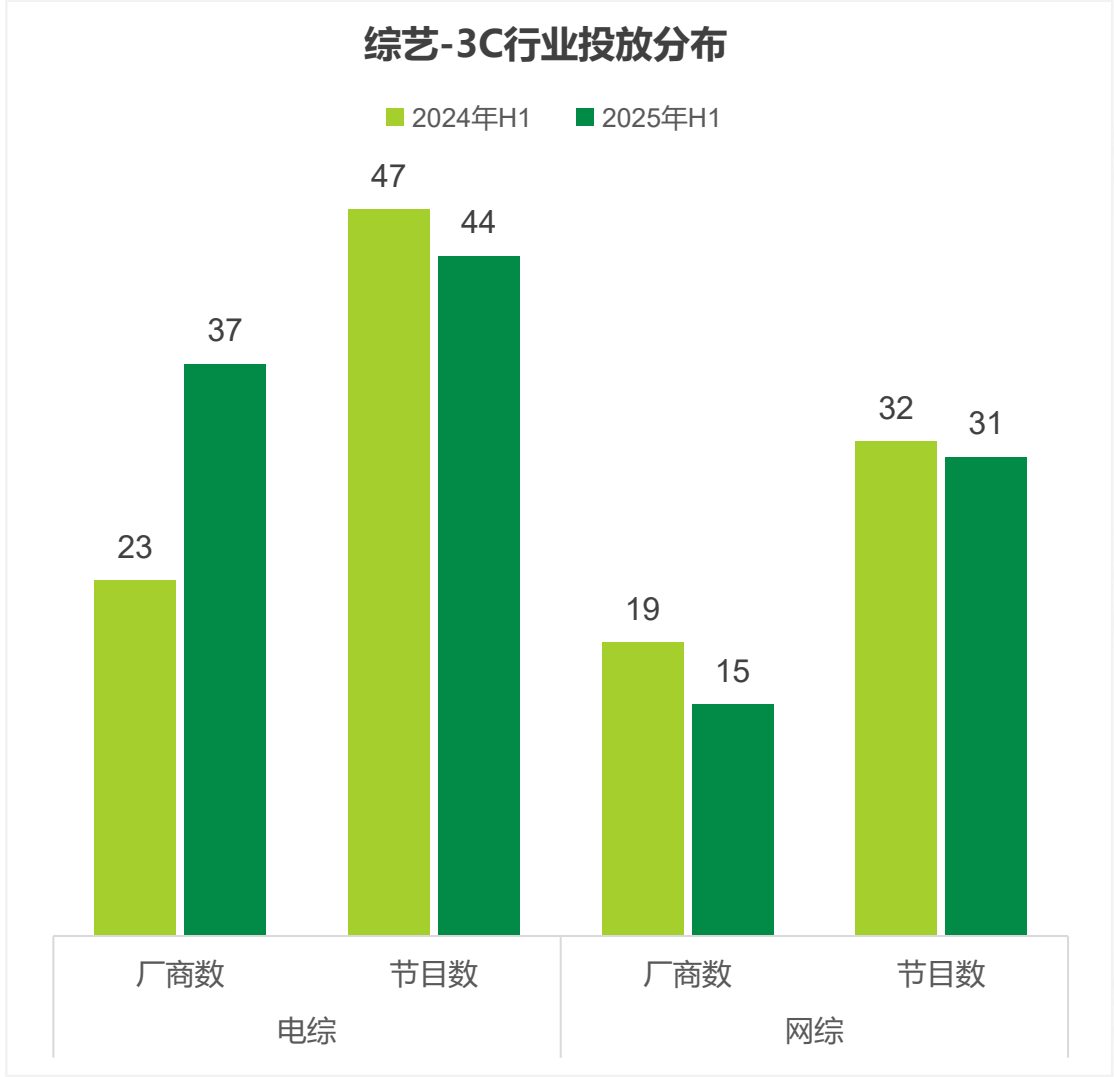
# 硬广：格力投放时长排名第一；新增东芝、锅圈食汇等品牌投放

25年H1新增品牌

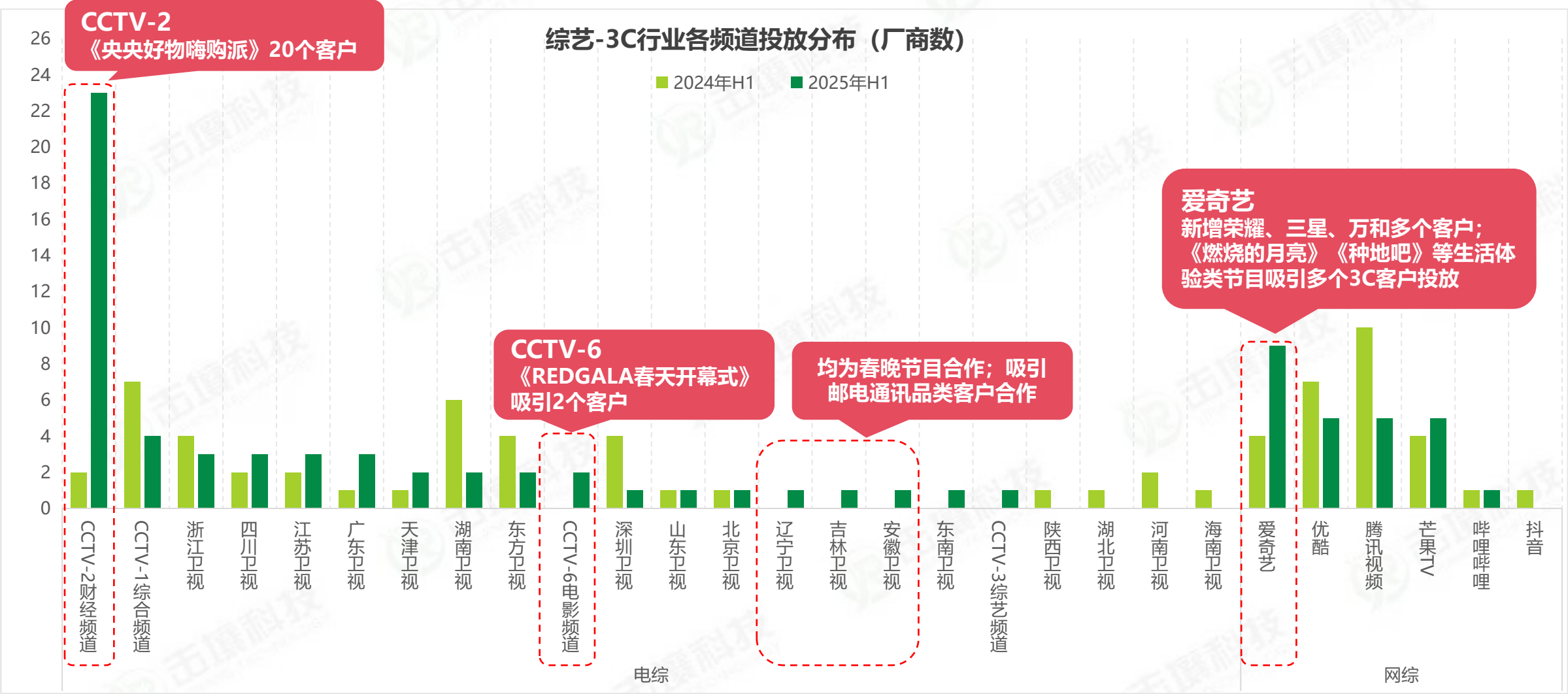
3C行业投放时长TOP10客户

| 序号 | 厂商             | 品牌         | 细分品类       | 2024年H1投放频道数 | 2025年H1投放频道数 | 2024年H1投放时长 | 2025年H1投放时长 |
|----|----------------|------------|------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| 1  | 珠海格力电器股份有限公司   | 格力         | 家用电器       | 14           | 21           | 39,347      | 49,570      |
| 2  | 株式会社东芝         | 东芝         | 家用电器       |              | 1（CCTV-15）   |             | 40,144      |
| 3  | 苹果公司           | 苹果         | 手机/电脑      | 10           | 12           | 37,384      | 30,971      |
| 4  | 皇家飞利浦有限公司      | 飞利浦        | 家用电器       | 14           | 12           | 23,869      | 29,879      |
| 5  | 河南锅圈供应链管理有限公司  | 锅圈食汇（电烧烤锅） | 家用电器       |              | 4（仅投放央视）     |             | 28,702      |
| 6  | 中国电信集团有限公司     | 中国电信       | 邮电通讯       | 13           | 13           | 27,425      | 21,978      |
| 7  | 东莞市万创电器科技有限公司  | 万创         | 家用电器       | 1            | 2（仅投放其他地方卫视） | 809         | 18,887      |
| 8  | 华为技术有限公司       | 华为         | 手机/电脑/家用电器 | 10           | 19           | 21,978      | 18,082      |
| 9  | 三星电子株式会社       | 三星         | 邮电通讯       | 7            | 6            | 24,706      | 17,117      |
| 10 | 中国联合网络通信集团有限公司 | 中国联通       | 邮电通讯/电脑    | 14           | 14           | 10,709      | 16,831      |

# 综艺：仅电综客户数有所增长；特约、赞助、定制身份客户占比上升

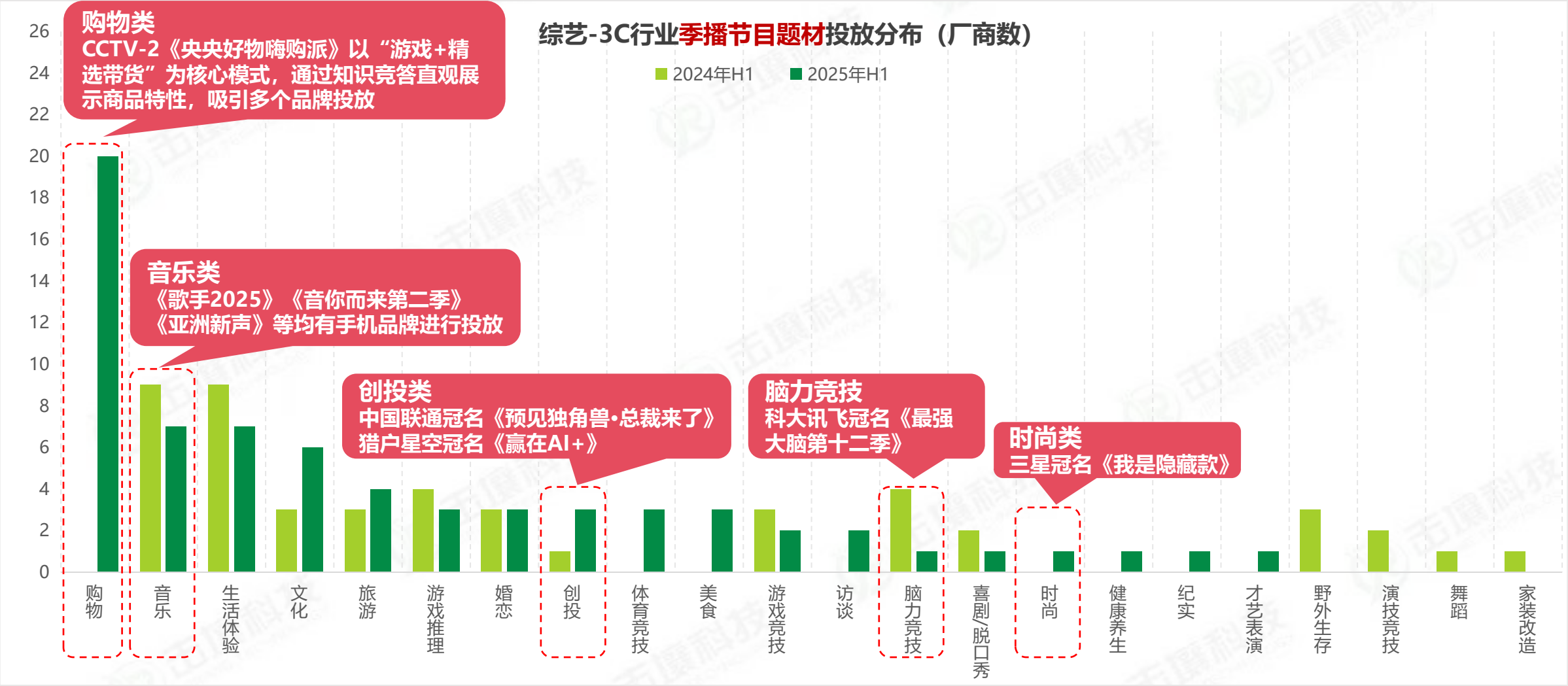


# 综艺：CCTV-2客户数量领先；地方春晚类节目吸引客户投放



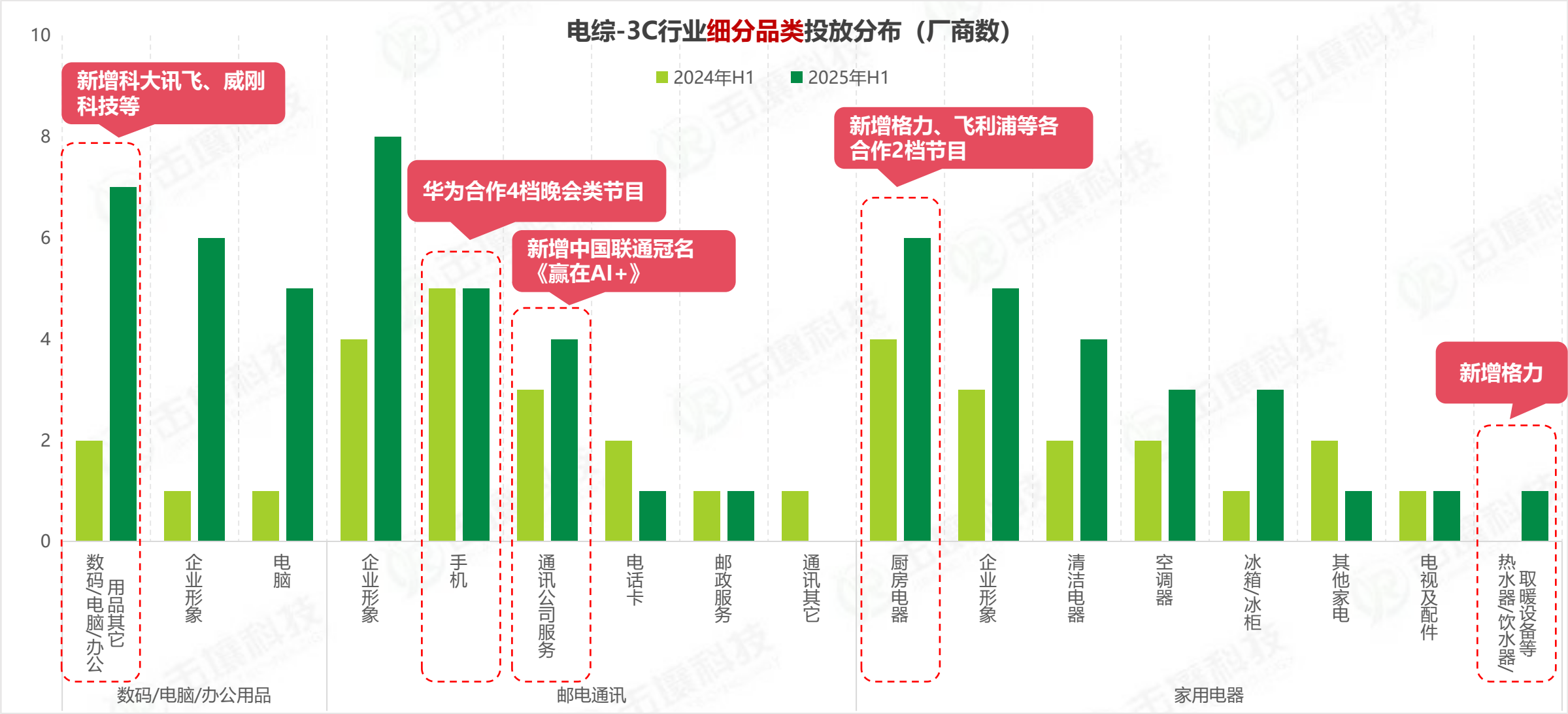
数据来源：综艺（央卫视49频道+爱优腾芒等主流视频平台） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

# 综艺：手机品类客户偏好投放音综；文化、创投类综艺客户数增长



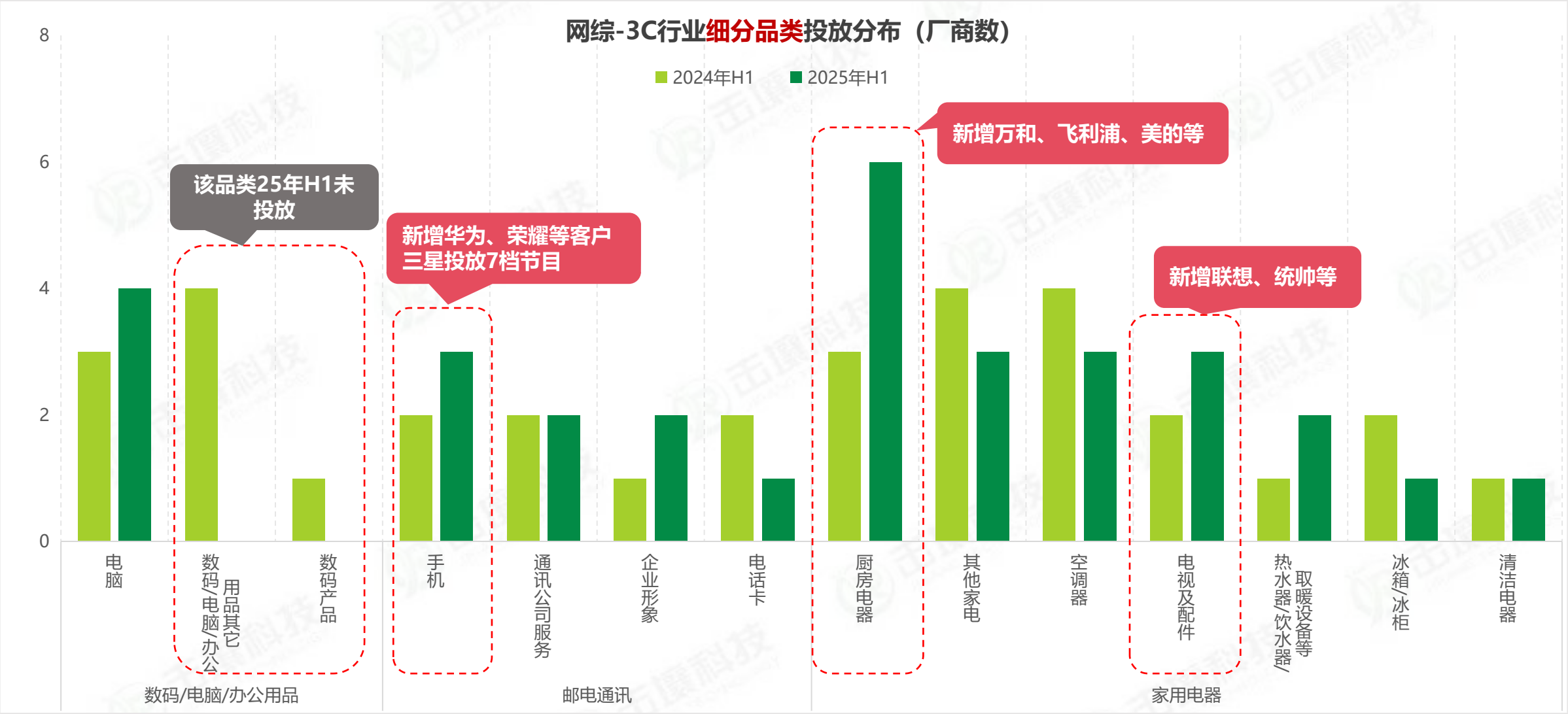
数据来源：综艺（央卫视49频道+爱优腾芒等主流视频平台） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

# 电综：数码/电脑/办公用品品类招商上涨明显；格力旗下多品类增加投放



数据来源：综艺（央视49频道+爱优腾芒等主流视频平台） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

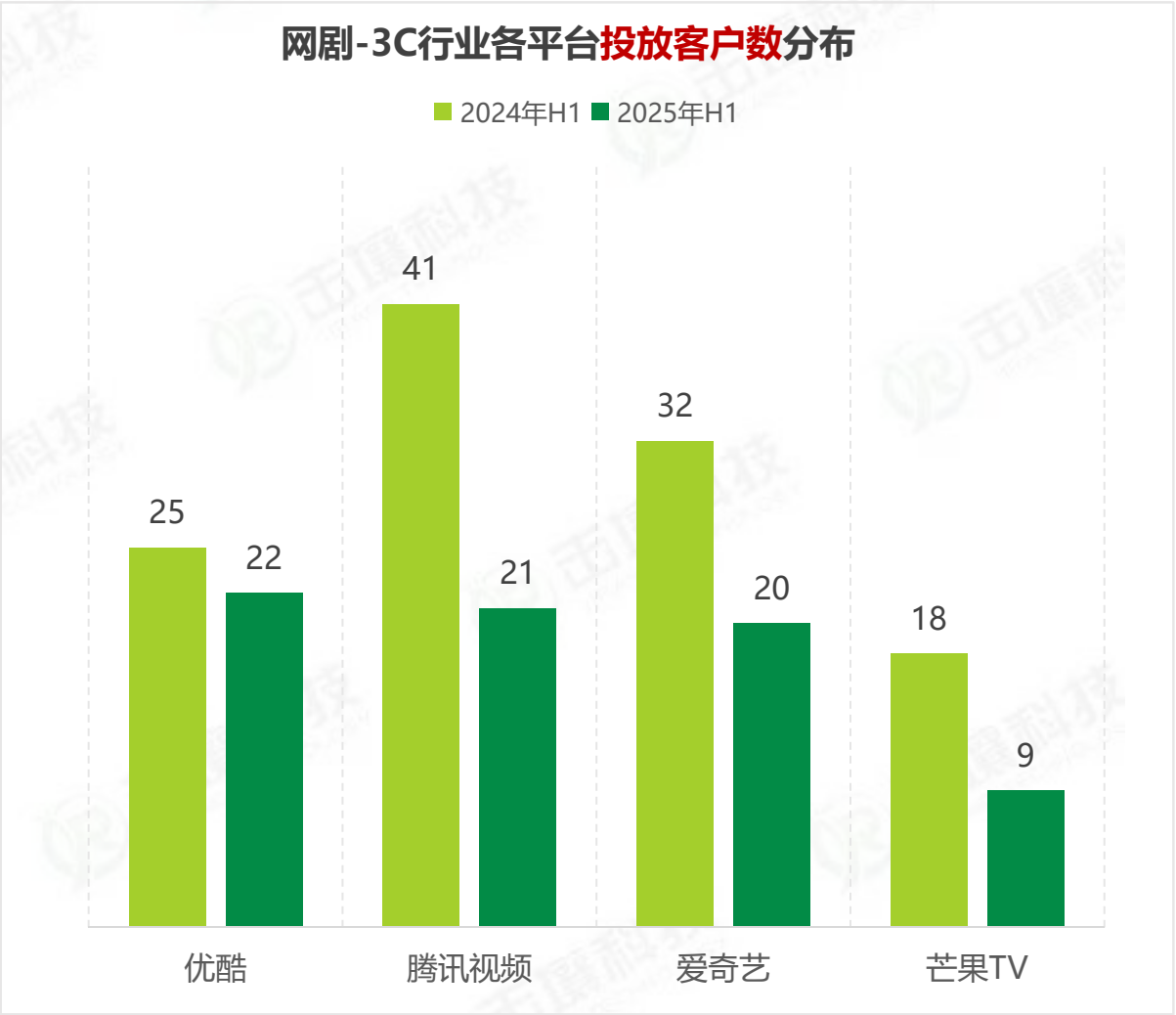
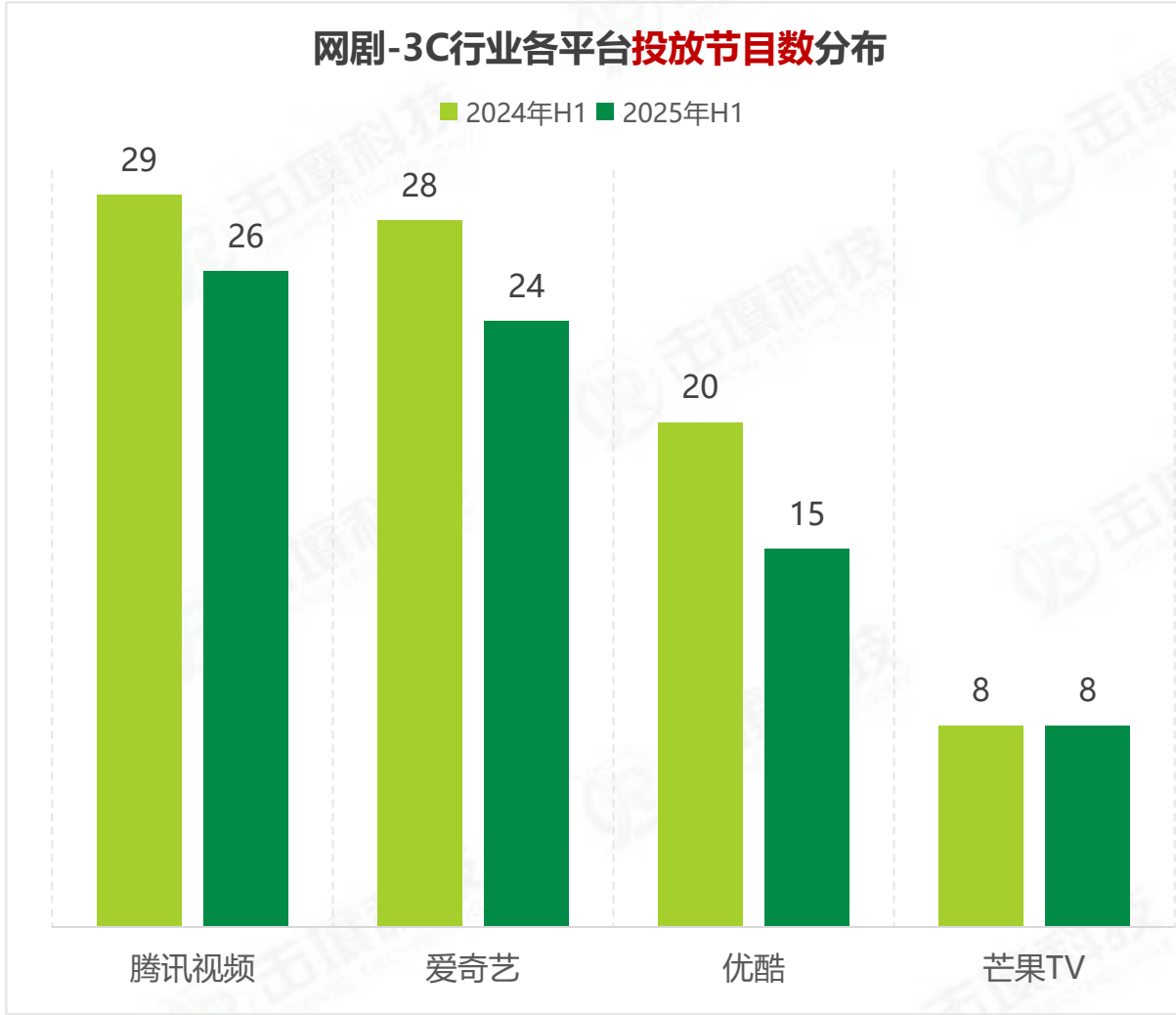
# 网综：厨房电器类客户居多；数码/电脑/办公用品客户有所流失



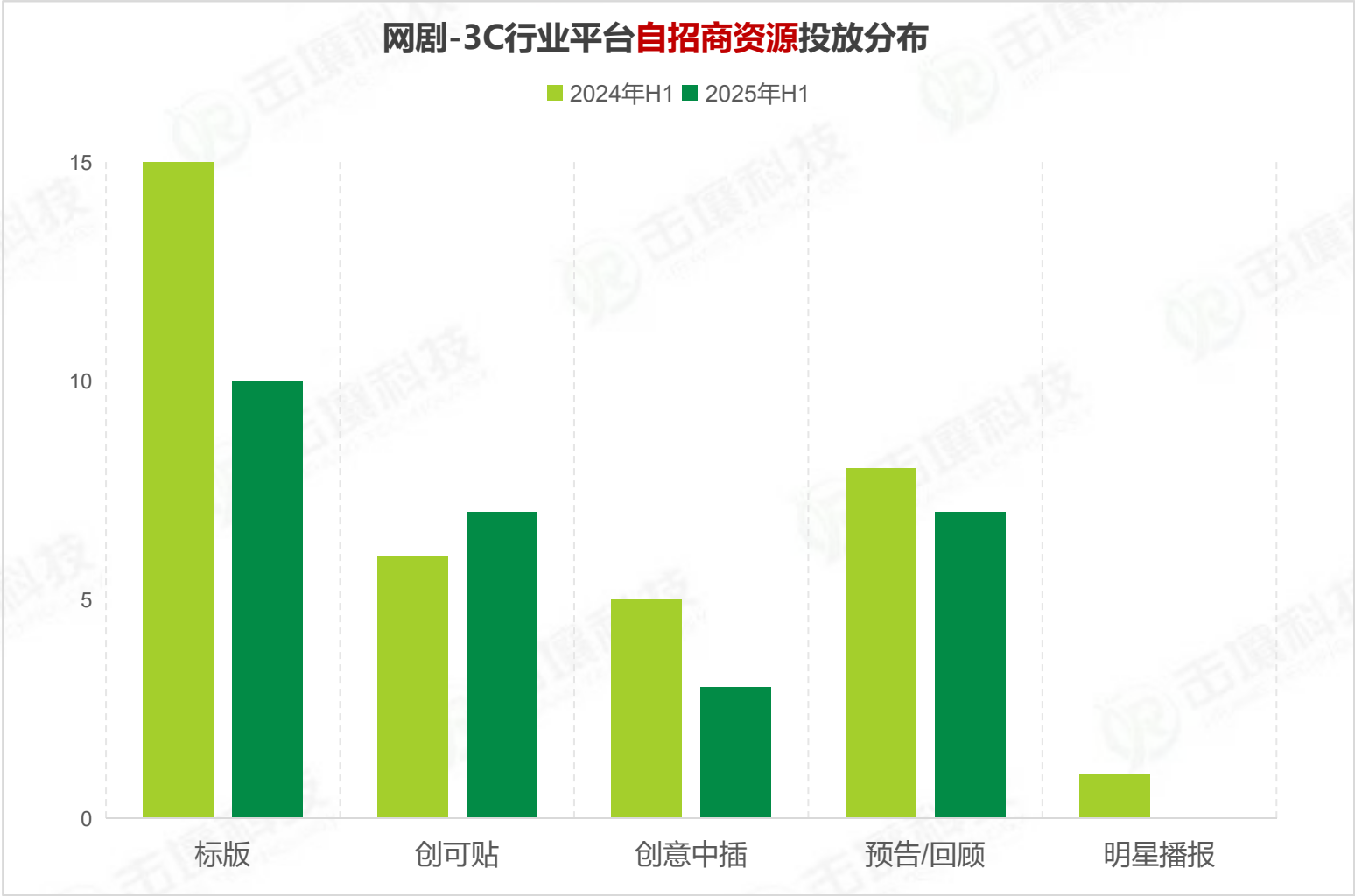
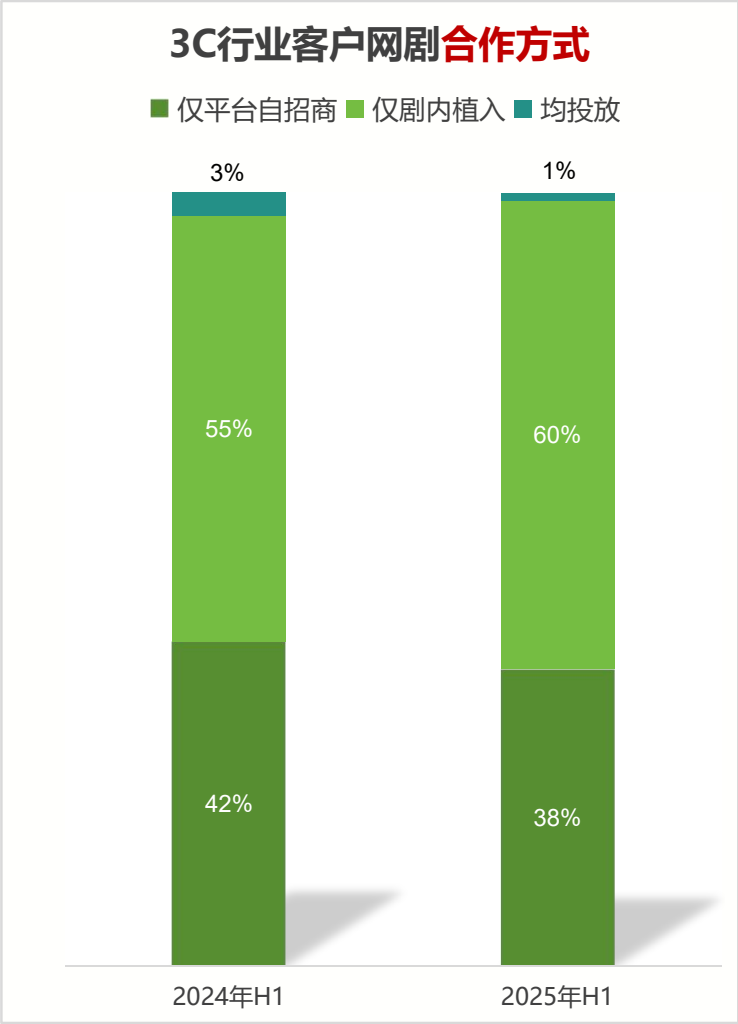
# 综艺：三星冠名2档科目；万和仅投放网综

| 序号 | 厂商<br>(合作2档及以上节目) | 投放品牌           | 投放节目数<br>汇总 | 投放节目数 |    |      |    |    |      |         |      |    |
|----|-------------------|----------------|-------------|-------|----|------|----|----|------|---------|------|----|
|    |                   |                |             | 节目类别  |    | 播放频率 |    |    | 合作身份 |         |      |    |
|    |                   |                |             | 电综    | 网综 | 常年播  | 季播 | 晚会 | 冠名   | 特约/合作伙伴 | 定制身份 | 其他 |
| 1  | 中国移动通信集团有限公司      | 中国移动、动感地带、移动爱家 | 28          | 15    | 13 | 3    | 21 | 4  |      | 1       | 1    | 27 |
| 2  | 三星电子株式会社          | 三星             | 10          | 3     | 8  | 1    | 9  |    | 2    | 4       | 1    | 3  |
| 3  | 华为技术有限公司          | 华为             | 10          | 6     | 4  |      | 6  | 4  |      |         | 2    | 9  |
| 4  | 珠海格力电器股份有限公司      | 格力             | 5           | 4     | 1  |      | 4  | 1  |      | 1       | 1    | 4  |
| 5  | 中国邮政集团公司          | 中国邮政           | 4           | 4     |    |      | 3  | 1  |      | 1       | 1    | 2  |
| 6  | 中国联合网络通信集团有限公司    | 中国联通、联通元景      | 4           | 3     | 1  |      | 3  | 1  | 1    | 1       |      | 3  |
| 7  | 中国广播电视网络集团有限公司    | 中国广电、广电慧家      | 3           | 3     |    | 1    |    | 2  | 1    |         |      | 3  |
| 8  | 荣耀终端有限公司          | 荣耀             | 3           | 1     | 2  |      | 3  |    |      |         | 1    | 2  |
| 9  | 联想集团有限公司          | 联想             | 2           | 1     | 1  |      | 2  |    |      |         |      | 2  |
| 10 | 皇家飞利浦有限公司         | 飞利浦            | 2           | 2     | 1  |      | 2  |    |      | 1       |      | 1  |
| 11 | 杭州老板电器股份有限公司      | 老板             | 2           | 2     |    |      | 2  |    |      |         | 1    | 1  |
| 13 | 海尔集团              | 海尔             | 2           | 2     |    |      | 2  |    |      |         |      | 2  |
| 14 | 广东万和新电气股份有限公司     | 万和             | 2           |       | 2  |      | 2  |    |      |         | 2    |    |

# 网剧：整体客户数量呈下降趋势；优酷平台投放客户数领先

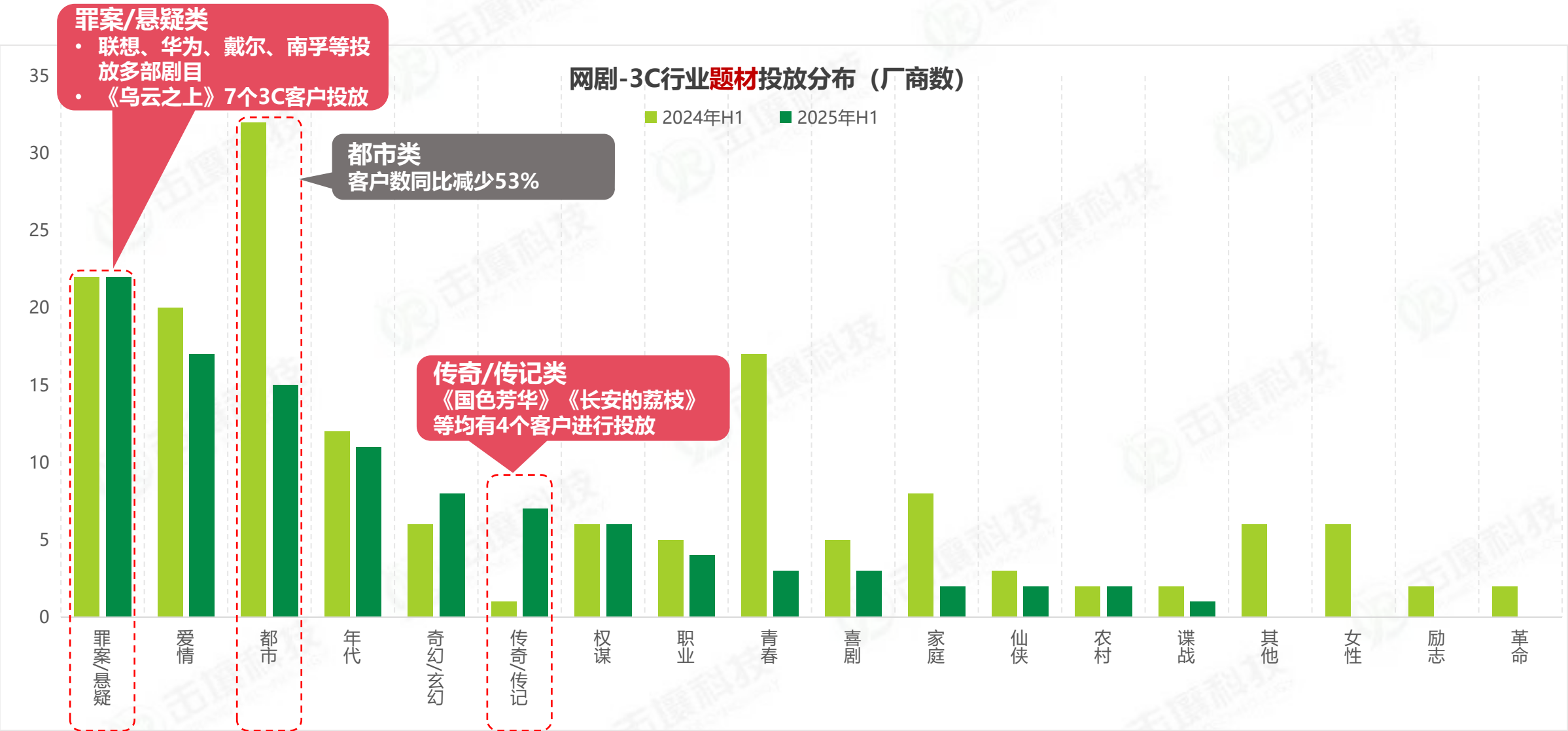


# 网剧：合作方式主要以剧内植入为主；平台招商资源占比下降

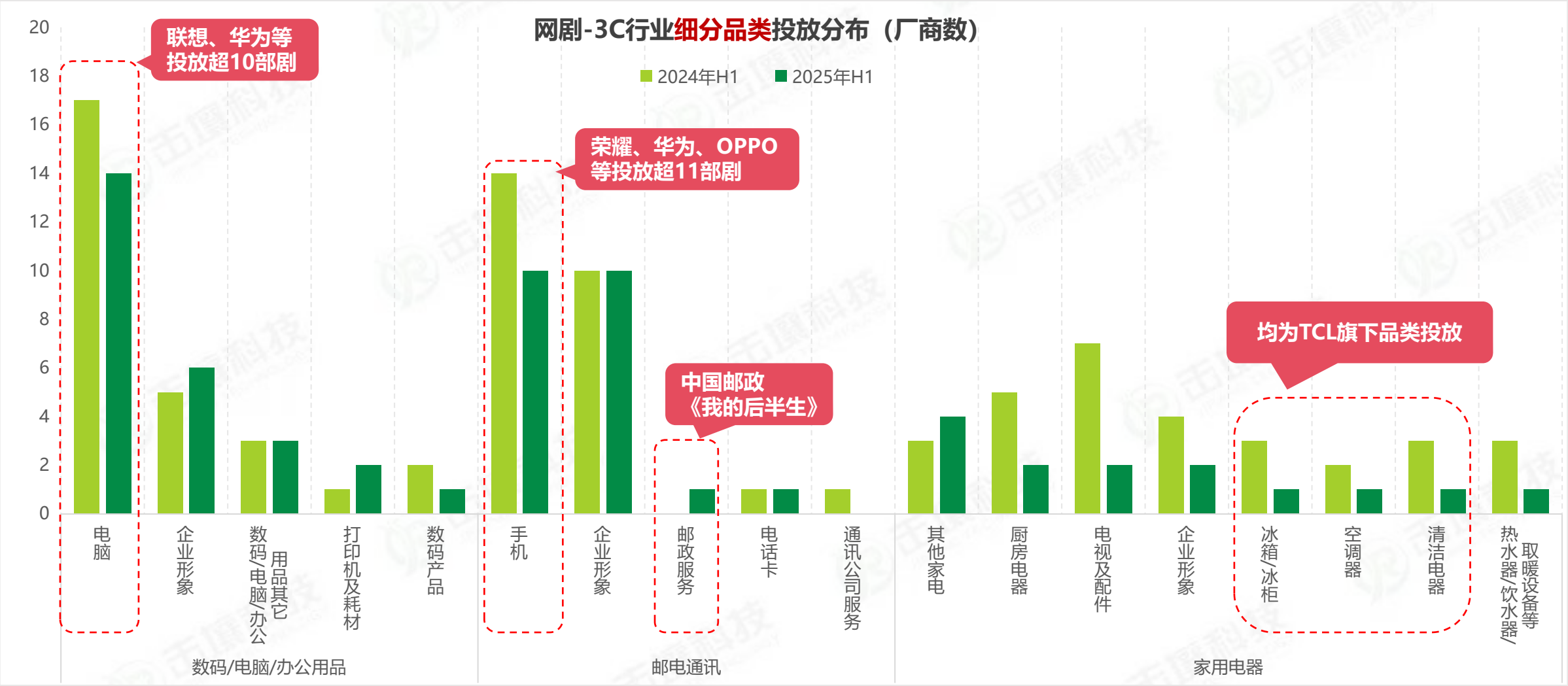


数据来源：击壤科技 网剧（爱优腾芒四大平台） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

# 网剧：罪案/悬疑类剧目受到客户偏爱；都市类题材剧目投放客户数大幅减少



# 网剧：3C行业中电脑、手机等产品客户较多；多个品类客户数量减少



数据来源：击壤科技 网剧（爱优腾芒四大平台） 2024年1-6月 VS 2025年1-6月

# 网剧：多为手机/电脑等品类客户，偏好标版、预报/回顾等资源

| 投放剧目数TOP10客户  |      |           |              |              |              |                            |
|---------------|------|-----------|--------------|--------------|--------------|----------------------------|
| 厂商            | 品牌   | 细分品类      | 2024年H1投放剧目数 | 2025年H1投放剧目数 | 合作项目         | 平台自招商合作类型                  |
| 华为技术有限公司      | 华为   | 手机/电脑/电视  | 32           | 21           | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板、创可贴、预报/回顾               |
| 联想集团有限公司      | 联想   | 电脑        | 13           | 17           | 剧内植入         | -                          |
|               | 摩托罗拉 | 手机        | 5            | 3            | 剧内植入         | -                          |
| 福建南平南孚电池有限公司  | 南孚   | 家庭用电池     | 18           | 16           | 平台自招商        | 标板、创可贴、预报/回顾               |
| 荣耀终端有限公司      | 荣耀   | 手机/电脑     | 10           | 15           | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板、预报/回顾                   |
| 广东欧珀移动通信有限公司  | OPPO | 手机        | 10           | 12           | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板、创可贴、明星播报、创意中插、<br>预报/回顾 |
| 苹果公司          | 苹果   | 手机/电脑/耳机  | 17           | 11           | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板                         |
| 诺基亚（中国）投资有限公司 | 诺基亚  | 手机        | 5            | 11           | 剧内植入         | -                          |
| 三星电子株式会社      | 三星   | 手机/电脑     | 9            | 10           | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板、预报/回顾                   |
| 戴尔计算机（中国）有限公司 | 戴尔   | 电脑        | 16           | 8            | 剧内植入         | -                          |
|               | 外星人  | 电脑        | 1            |              | 剧内植入         | -                          |
| 惠普公司          | 惠普   | 电脑/打印机及耗材 | 13           | 7            | 平台自招商 + 剧内植入 | 标板、创意中插                    |

# 网剧-投放形式一览

标板



预报/回顾



# 网剧-投放形式一览

## 创可贴



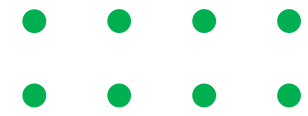
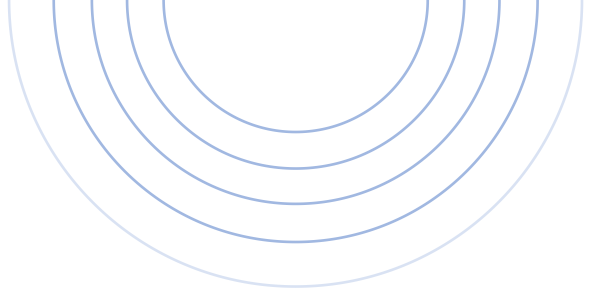
## 剧内植入



# 数据来源



- ❑ 3C行业数据来源于击壤科技邮电通讯、数码/电脑/办公用品、家用电器等行业
- ❑ 硬广统计平台：央卫视49频道（2024年4月1日起新增CCTV-17农业农村频道监测，共计49个央卫视频道）
- ❑ 综艺统计平台：电综：央卫视49频道（2024年4月1日起新增CCTV-17农业农村频道监测，共计49个央卫视频道）  
网综-爱优腾芒等主流视频平台
- ❑ 网剧统计平台：爱奇艺、优酷、腾讯视频、芒果TV等四大平台，剧集播出首轮品牌监测
- ❑ 网剧合作类型：剧内植入-影视剧剧内品牌植入，指口播、片尾鸣谢、置景道具、互动道具等资源；平台自招商：指  
标板、角标、预告/回顾、创可贴、创意中插、片尾彩蛋、明星播报、压屏条、内容提示等资源
- ❑ 报告中客户数量均按照厂商数统计；综艺部分去除非商业合作客户：音乐、视频、场地合作、新浪等
- ❑ 报告统计周期：2024年1-6月，2025年1月-6月



# THANKS!

