

2025年综艺市场 洞察报告



击壤科技出品

content

目录

01 电综市场洞察

02 网综市场洞察

电综市场洞察

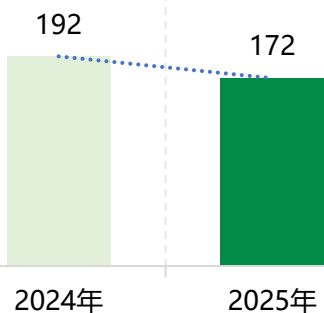
01

1

电综市场收缩，新节目份额较高，第三季度上新逆势增长

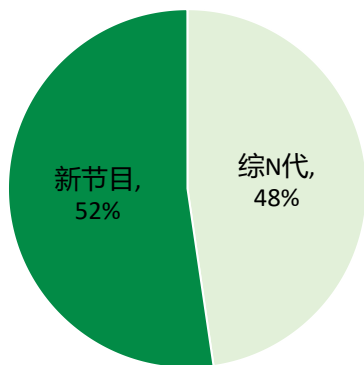
电综整体规模有所缩减，相较于综N代，新节目在整体占比上较为突出

在播电综总量



- 2025年在播电综总量为172部，较2024年减少20部，同比下降约10.4%，整体呈“减量”趋势。

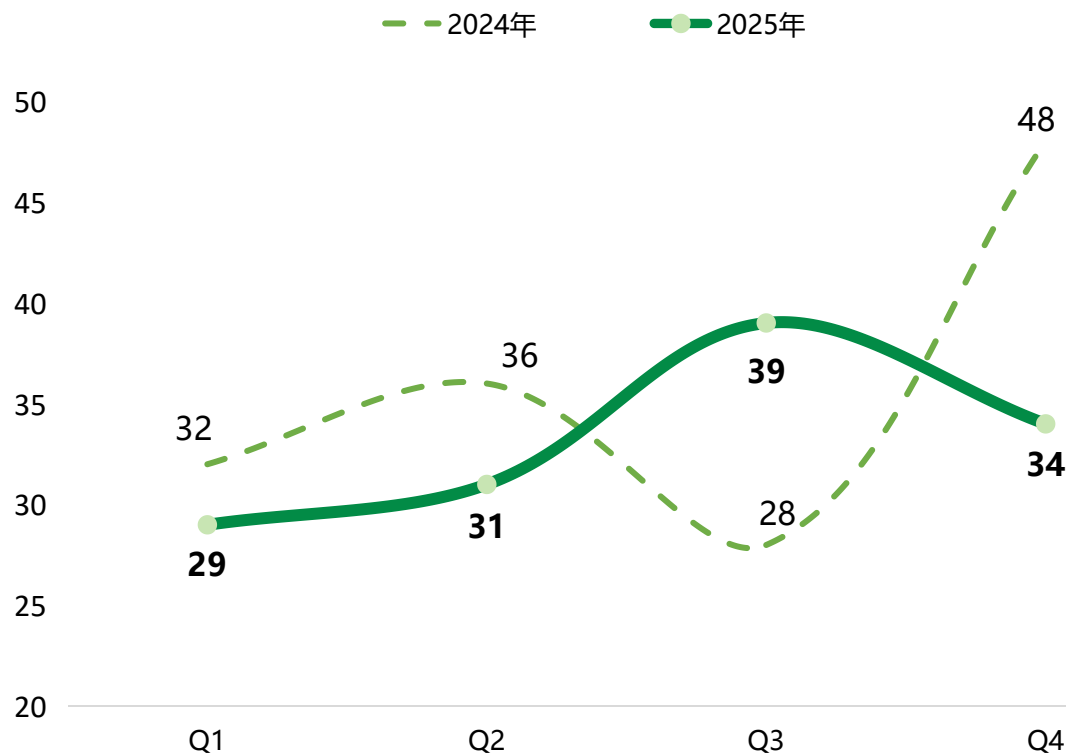
2025年节目代占比



- 2025年电综市场新节目与综N代并存，新节目占比超52%，可以看出节目从“延续”向“创新”转移，但新节目突破仍面临挑战。

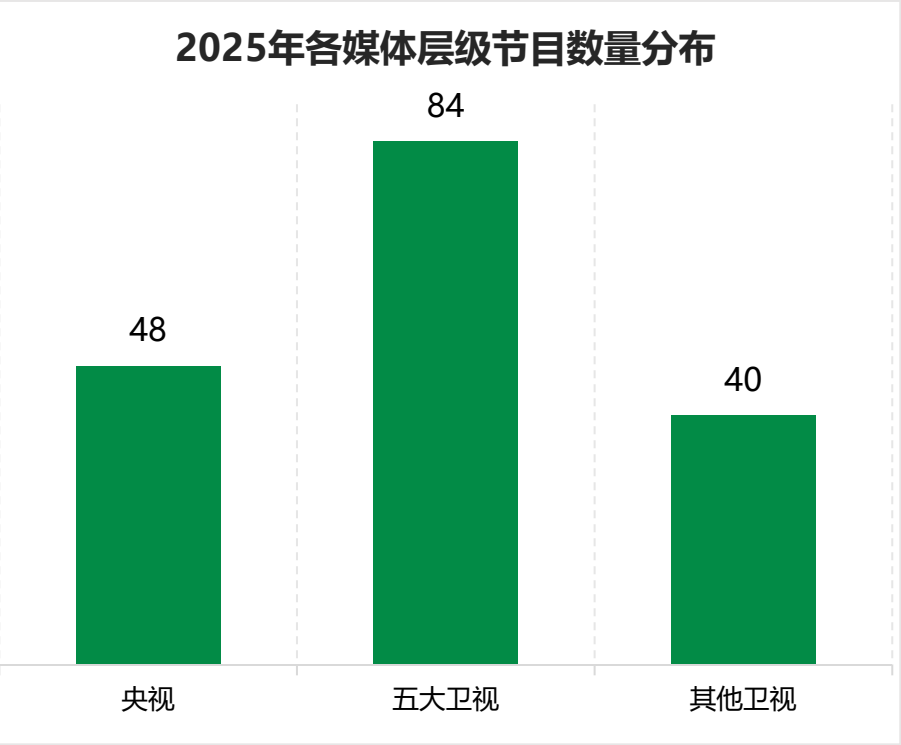
2025年各季度上新节目，仅第三季度实现同比增长，其余三个季度均较2024年同期有所下滑

Q1-Q4新上线电综数量分布



五大卫视节目数领先，各媒体层级节目代策略分化明显

媒体层级的节目数量分布上，五大卫视以84部的节目数量领跑



2025年各媒体层级节目代占比		
媒体层级	新节目	综N代
央视	60%	40%
五大卫视	48%	52%
其他卫视	52.5%	47.5%

各媒体层级的节目策略形成鲜明对比：

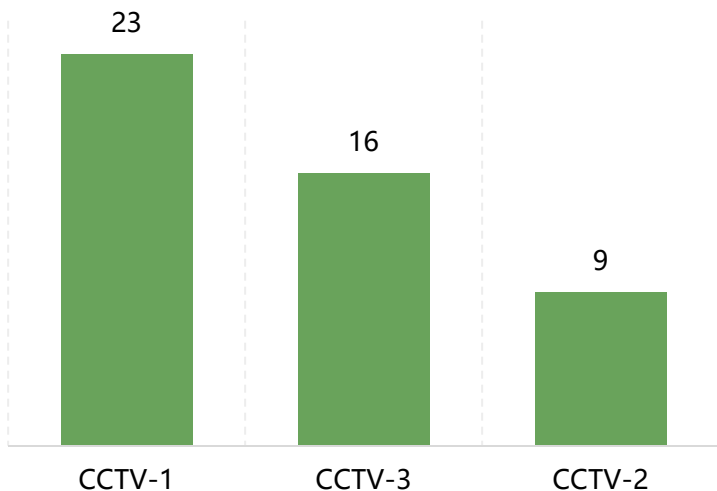
- 央视：** 向新节目（60%）倾斜，更侧重于孵化新IP、内容布局具有前瞻性。
- 五大卫视：** 作为IP深耕者，综N代（52%）是基本盘，继续延续成熟IP。
- 其他卫视：** 在资源相对有限的情况下，通过适度创新寻找机会点，同时借助综N代维持一定稳定性。

央视与卫视综艺竞逐：头部频道节目储备占优

央视

仅三个频道有季播节目播出，CCTV-1以23部节目数优势显著，播出节目《舌尖上的中国第四季》、《礼仪中国》《踏歌行》等

2025年央视-各平台节目数同比



五大卫视

湖南卫视以24部节目数持续领跑，《歌手2025》、《声生不息第五季》、《花儿与少年第七季》等王牌综艺已领衔播出

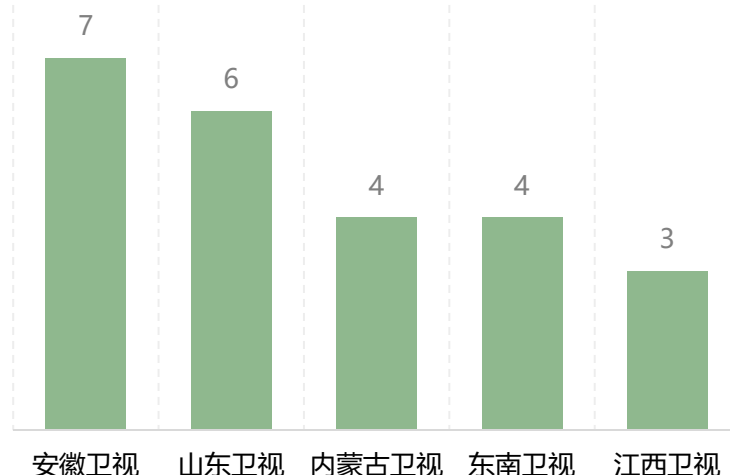
2025年五大卫视-各平台节目数同比



其他卫视

安徽卫视以7部节目数于同层级频道中领跑，播出节目《宝妈时光里》、《如歌的远方》等

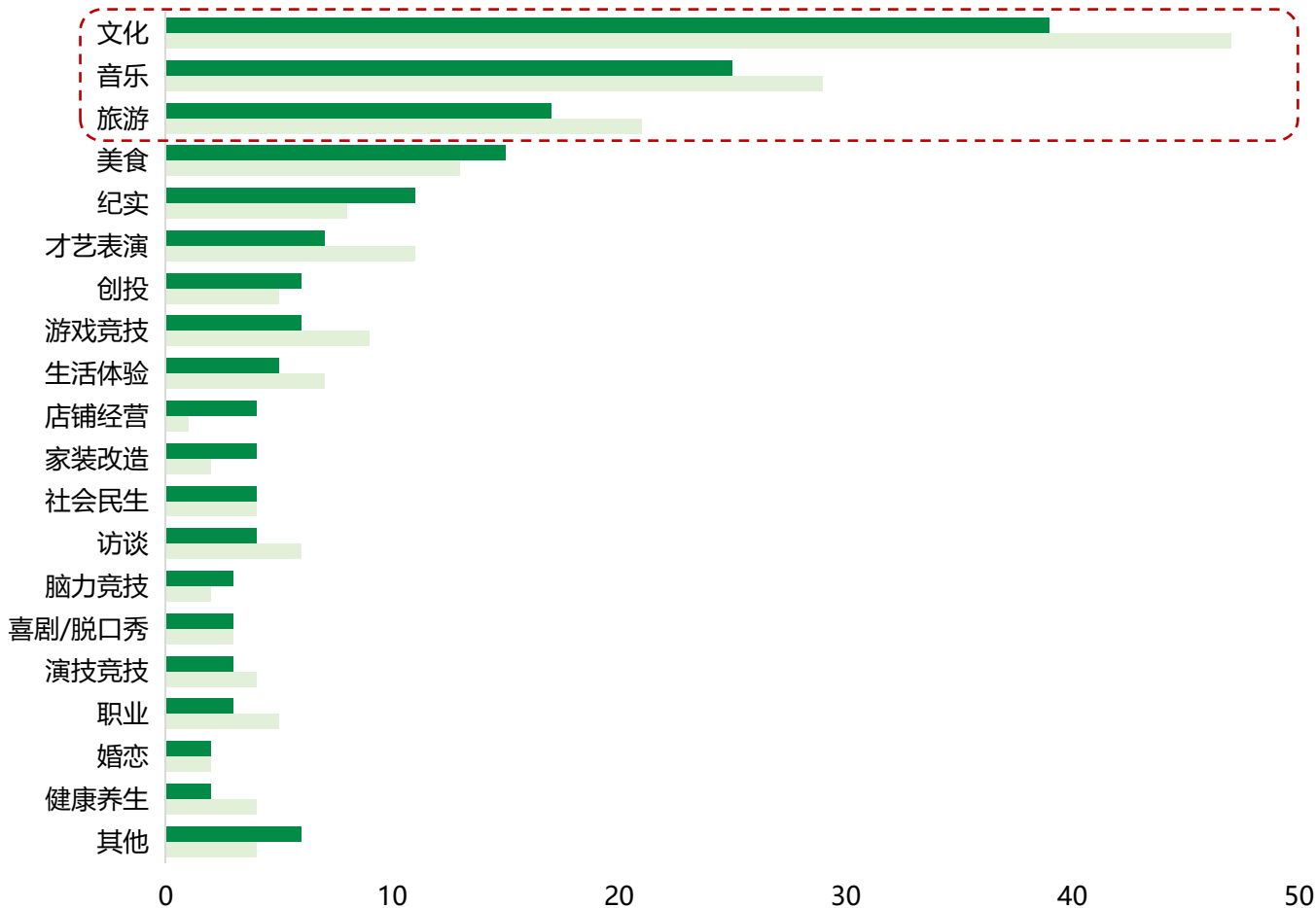
2025年其他卫视-各平台节目数同比 (TOP5)



文化类题材引领电综风潮，多元化内容供给丰富市场生态

电综题材数量分布 (TOP20)

■ 2025年 ■ 2024年



🏆 2025年TOP3节目题材

文化类	39档
音乐类	25档
旅游类	17档

📈 同比增长热门题材

纪实类	+38%
创投类	+20%
美食类	+15%

📊 同比持平题材

社会民生类	4档
喜剧/脱口秀类	3档
婚恋类	2档

《歌手2025》登顶热搜，综N代节目持续霸屏

2025年季播电综热搜排名TOP10

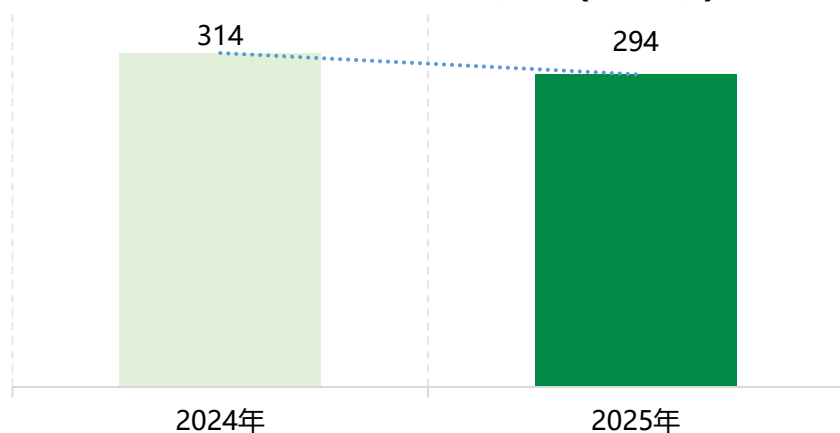
排名	节目	平台	热搜数
1	 歌手2025	湖南卫视	3634
2	 奔跑吧第九季	浙江卫视	1545
3	 花儿与少年第七季	湖南卫视	1324
4	 无限超越班第三季	浙江卫视	1132
5	 王牌对王牌第九季	浙江卫视	773

排名	节目	平台	热搜数
6	 天声一对	浙江卫视	473
7	 天赐的声音第六季	浙江卫视	444
8	 是女儿是妈妈第二季	湖南卫视	442
9	 妻子的浪漫旅行第七季	湖南卫视	442
10	 声鸣远扬2025	湖南卫视	390

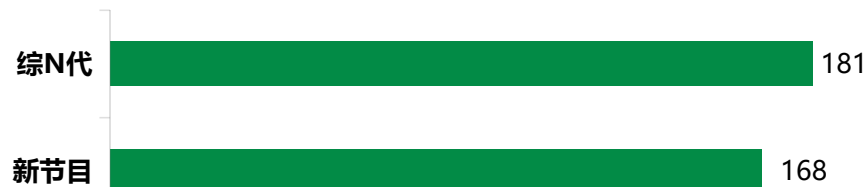
招商整体呈下行趋势；头部卫视表现强势，格局分化明显

- **整体招商：**2025年电综市场整体招商厂商数294个，较同期下滑约6.4%；
- **节目代招商分布：**2025年综N代厂商数181个，品牌投放正愈发向成熟、稳定的综艺IP集中；
- **各媒体层级招商：**央视招商热度有所上升，卫视呈现分化态势：头部卫视招商规模有所上升，而其他卫视则出现明显下滑。

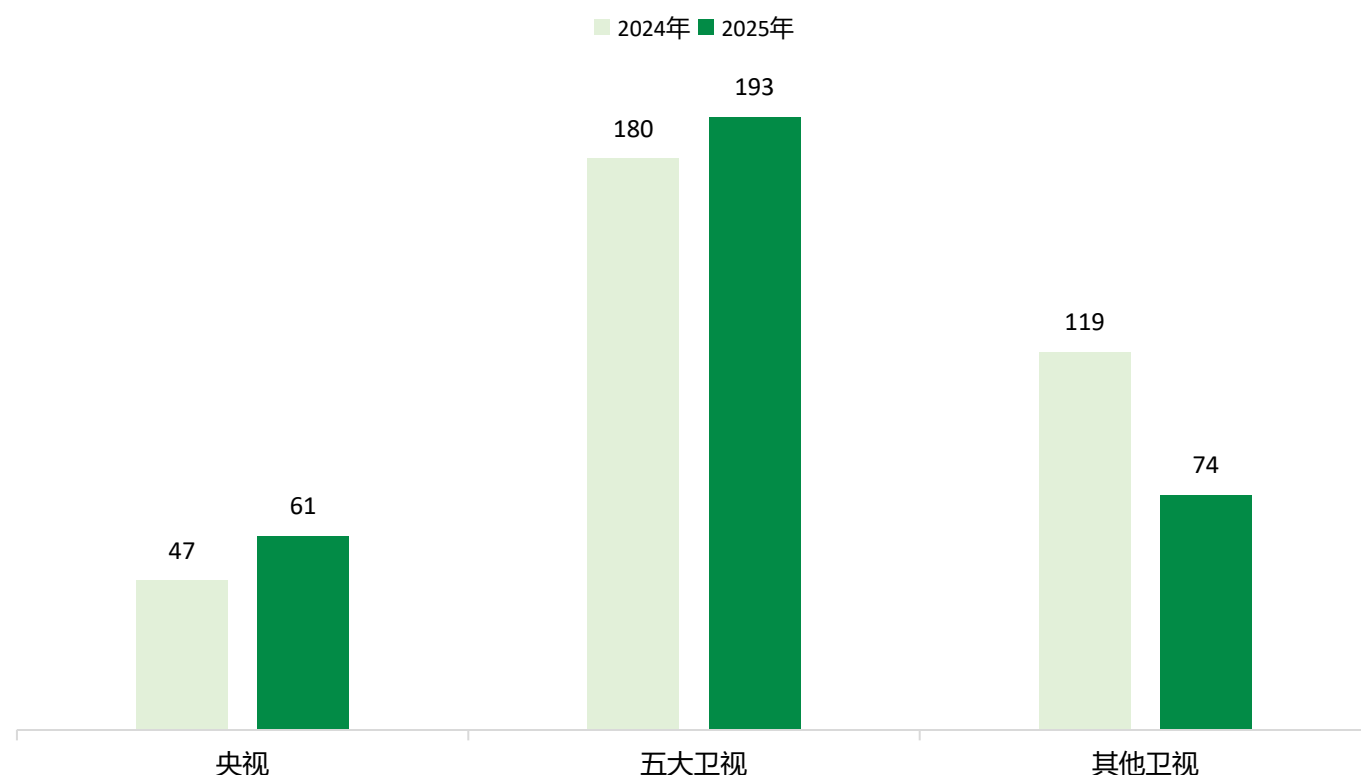
电综市场整体招商数量（厂商数）



2025年节目代招商分布（厂商数）



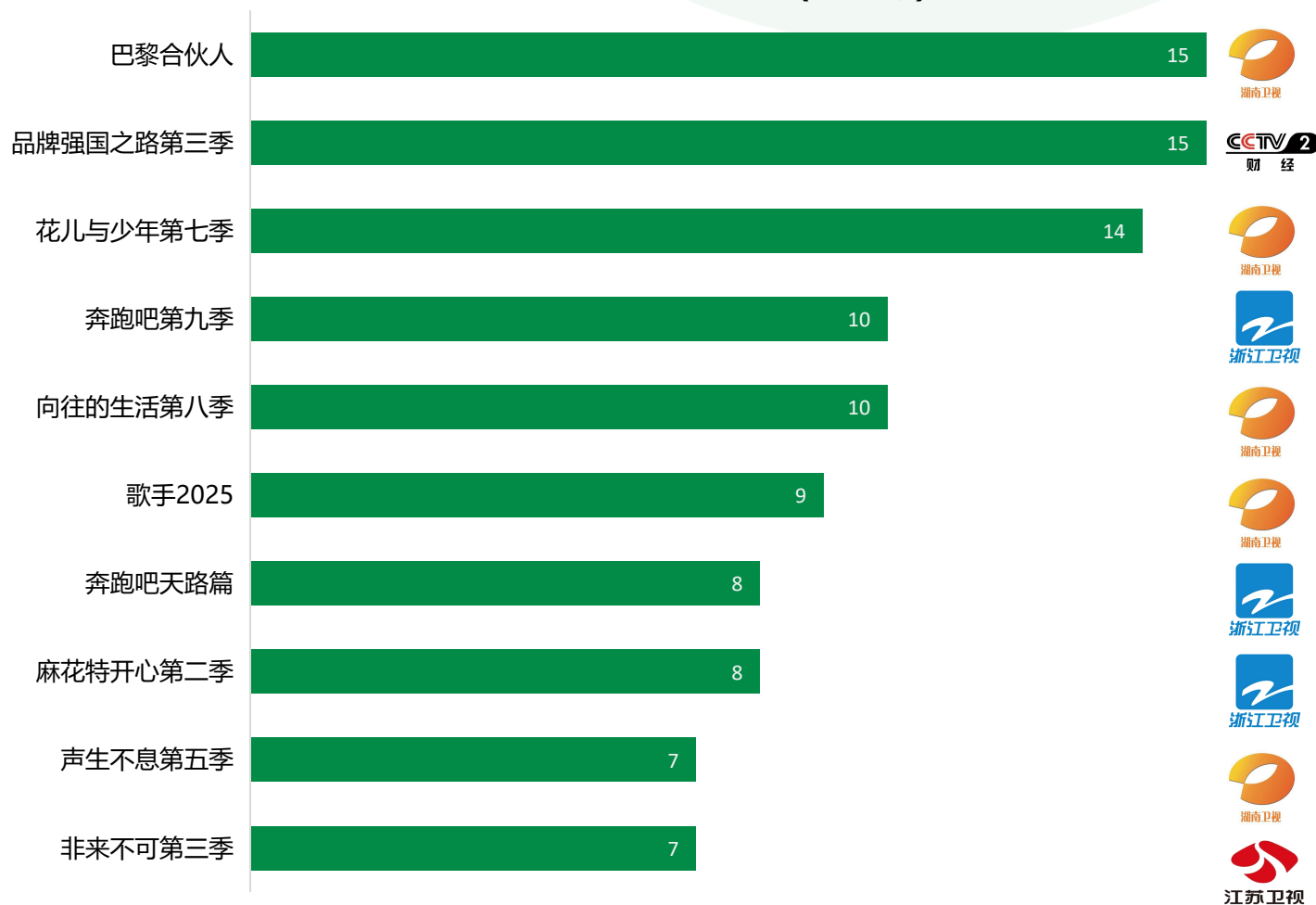
各媒体层级招商分布（厂商数）



招商分布上，湖南卫视与浙江卫视分获5席和3席



2025年TOP10电综（厂商数）

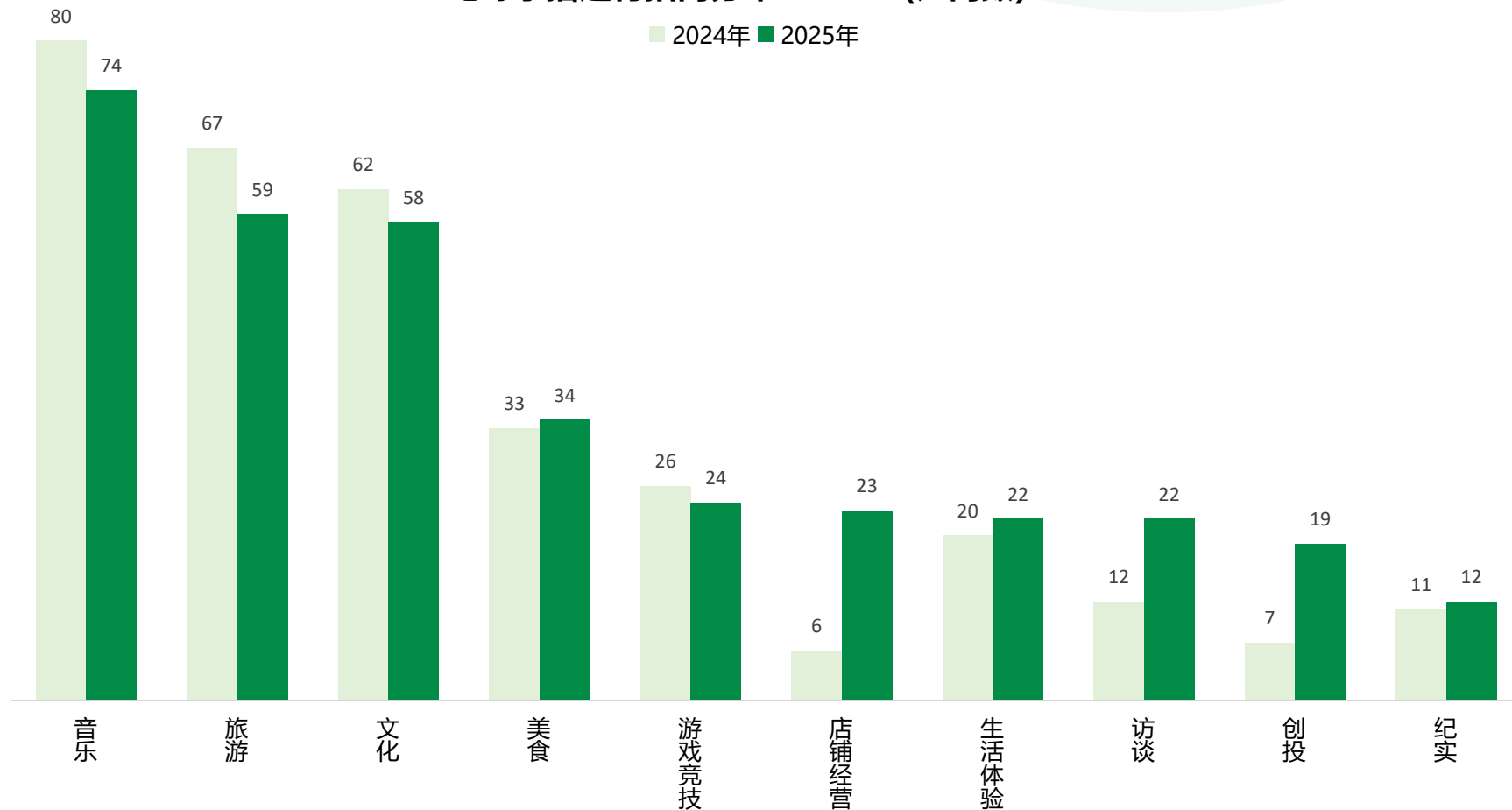


注：节目《央央好物嗨购派》未纳入TOP招商统计

音综招商领先，多元题材增长显著，文游类虽居前仍面临挑战

电综季播题材招商分布TOP10（厂商数）

■ 2024年 ■ 2025年



注：节目《央央好物嗨购派》未纳入招商统计

TOP1题材招商

音乐类节目招商持续领先，依然是广告主投放的重要选择

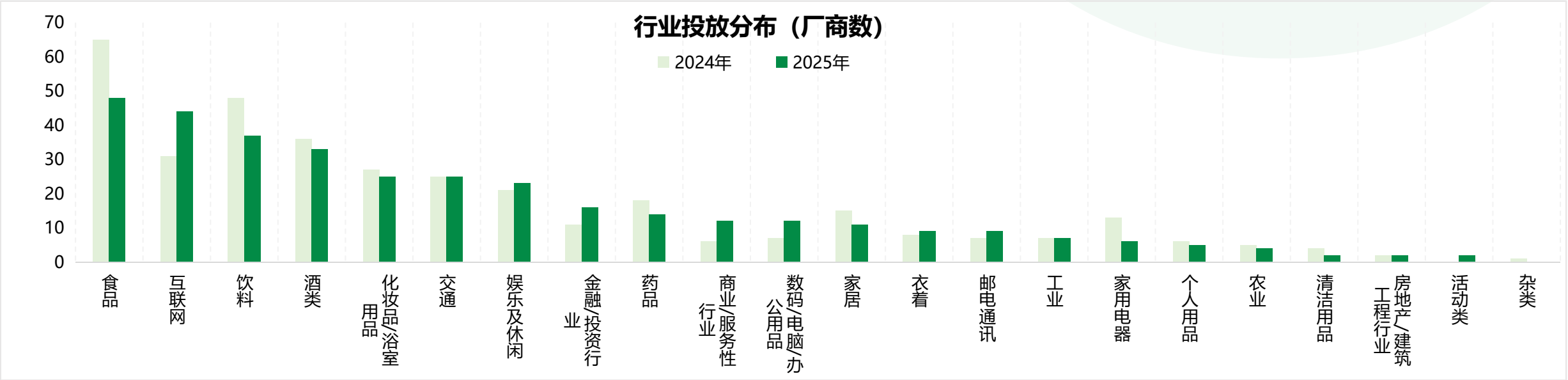
招商同比增长

美食、店铺经营、生活体验等题材招商均有不同程度的增长

招商同比下滑

音乐、旅游、文化题材招商虽排名居前，却共同面临着下滑的挑战

行业招商亮点纷呈：互联网增幅明显、食品饮料出现下滑



2025年食品TOP5	投放节目数
中粮集团（福临门等）	6
深圳市东阳光	5
玛氏（M&M'S、德芙）	4
海天（高明）调味食品	4
厦门银鹭（银鹭、好粥道）	3

2025年互联网TOP5	投放节目数
阿里巴巴（淘宝等）	5
中国移动	3
支付宝	3
行吟信息科技有限公司（小红书）	3
上海七猫（七猫）	3

2025年饮料TOP5	投放节目数
君乐宝乳业（简醇、君乐宝等）	7
景田（百岁山等）	7
蒙牛乳业（蒙牛、每日鲜语等）	6
中国茶叶（中茶）	5
顶新国际（康师傅）	5

数据来源：节目《央央好物嗨购派》未纳入招商统计、行业TOP5仅展示5席
击壤科技 2024年-2025年 央卫视频道 季播综艺监测（不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户）

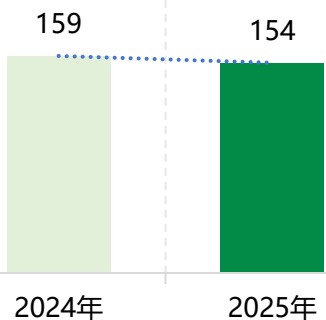
网综市场洞察

02

网综节目总量收缩，新节目驱动创新，上新节奏趋缓

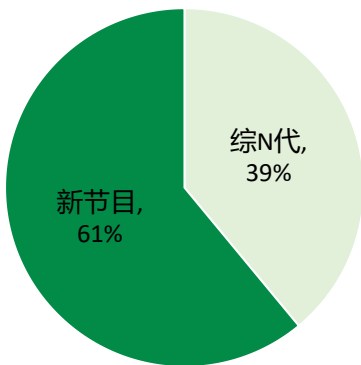
网综节目总量小幅缩减，新节目占比超六成驱动内容创新

在播网综总量



- 2025年在播网综总量为154部，较2024年减少5部，同比下降约3.1%，整体来看，网综市场出现小幅收缩，进入“存量竞争”阶段。

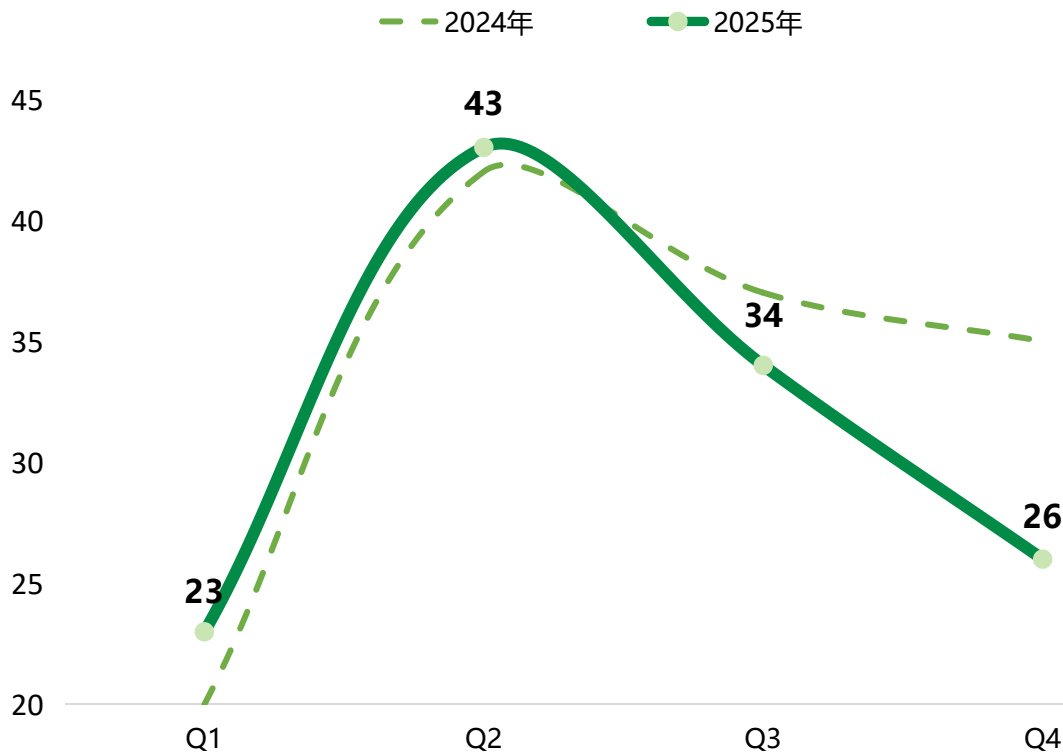
2025年节目代占比



- 2025年网综市场新节目与综N代并存，新节目市场份超过6成，各平台致力于打造全新的内容增长点，减少对传统IP的依赖。

2025年节目上新呈现上半年增长态势，并于Q2度达到顶峰，而下半年，尤其Q4上新则出现显著回落

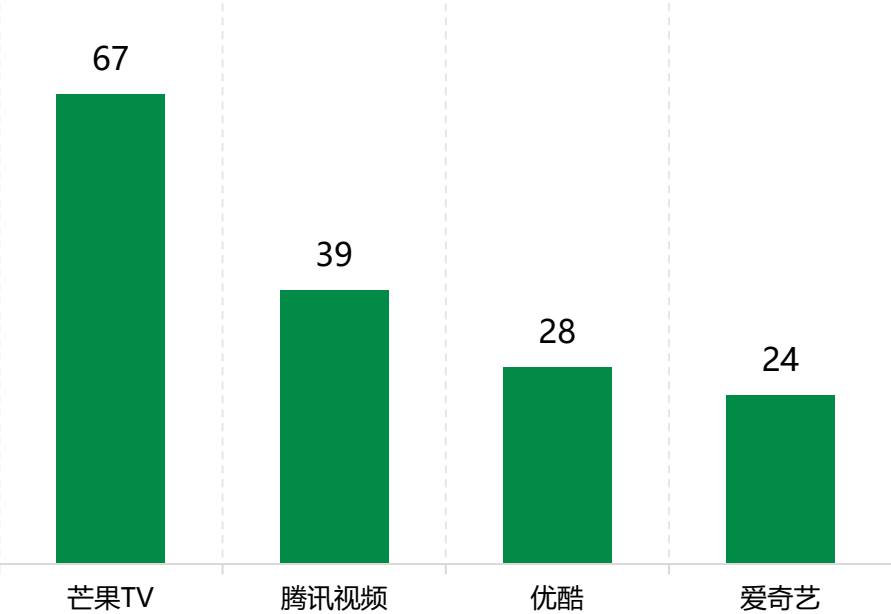
Q1-Q4新上线网综数量分布



芒果TV领跑网综数量，长视频平台共拓“创新+延续”内容生态

在网综节目数量方面，芒果TV以67部显著领先

2025年各平台节目数量分布



2025年各平台节目代占比

媒体平台	新节目	综N代
芒果TV	55%	45%
腾讯视频	51%	49%
优酷	75%	25%
爱奇艺	67%	33%

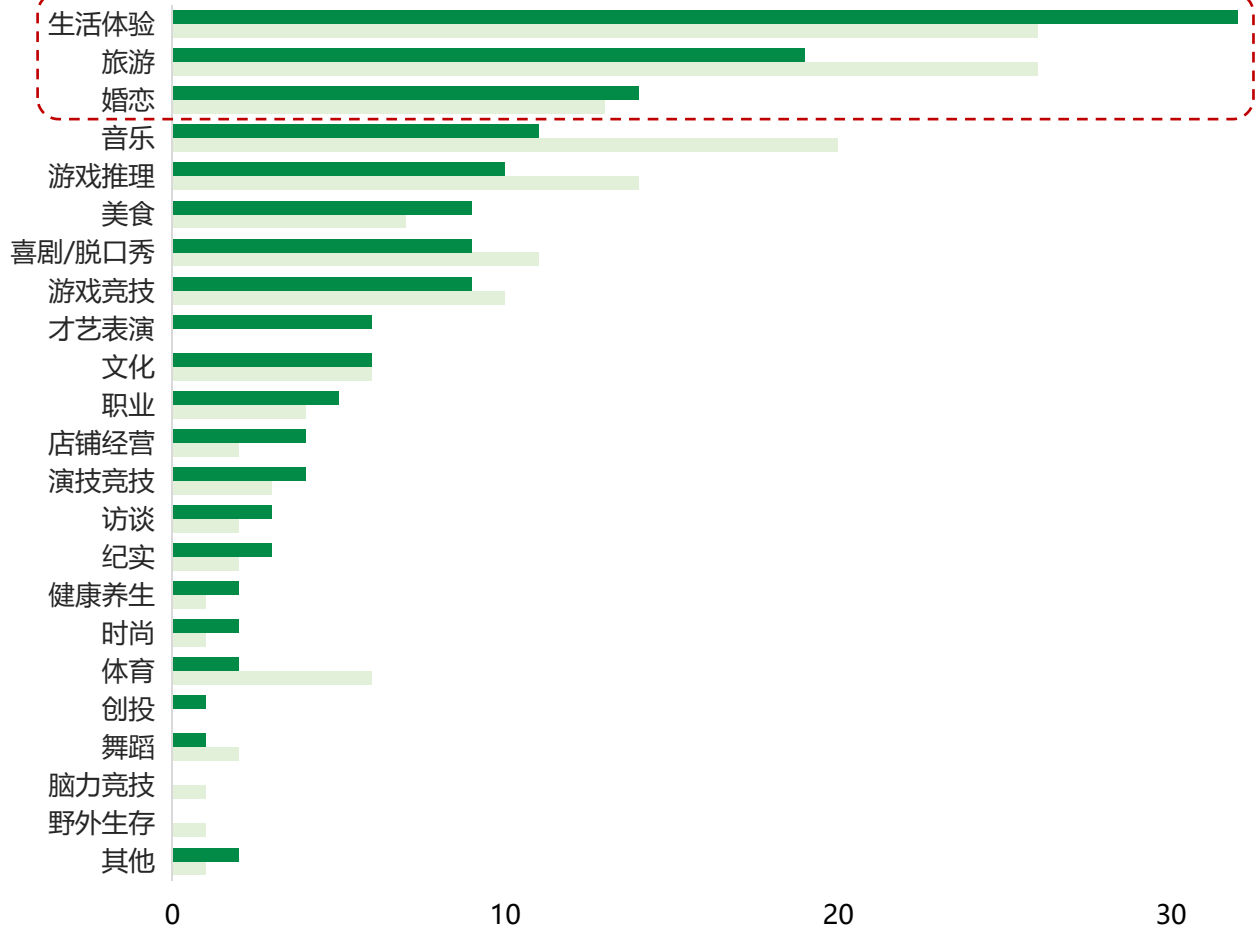
各平台的节目策略形成鲜明对比：

- 芒果TV：在持续推出新节目的同时，也保持了经典IP的延续性，新老节目均衡发展。
- 腾讯视频：新节目已成为平台的主要部分，同时综N代仍保持重要地位，新旧节目并重。
- 优酷：新节目在整体节目中占据主导地位，同时延续部分经典IP作为补充。
- 爱奇艺：侧重于推动新节目的开发，同时保持对已有成熟IP的延续。

生活体验类节目领跑网综赛道，题材丰富趋向多元

网综题材数量分布

■ 2025年 ■ 2024年



🏆 2025年TOP3节目题材

生活体验类	32档
旅游类	19档
婚恋类	14档

📈 同比增长热门题材

美食类	+29%
生活体验类	+23%
婚恋类	+8%

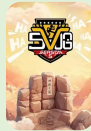
📉 同比下降热门题材

音乐类	-45%
游戏推理类	-29%
旅游类	-27%

《乘风2025》登顶热搜，多档综N代节目上榜

2025年季播网综热搜排名TOP10

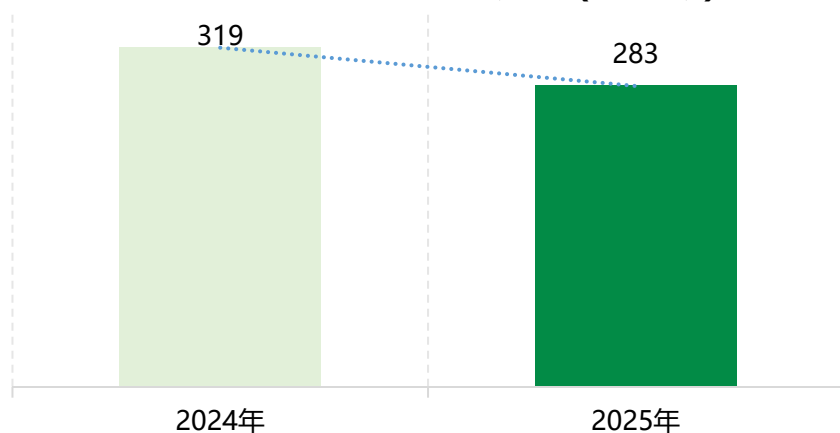
排名	节目	平台	热搜数
1	 乘风2025	芒果TV	3465
2	 现在就出发第三季	腾讯视频	1045
3	 披荆斩棘第五季	芒果TV	933
4	 新说唱2025	爱奇艺	845
5	 地球超新鲜	腾讯视频	790

排名	节目	平台	热搜数
6	 一路繁花第二季	爱奇艺	699
7	 哈哈哈哈哈第五季	爱奇艺/腾讯视频	668
8	 开始推理吧第三季	腾讯视频	651
9	 一路繁花	爱奇艺	634
10	 种地吧第三季	爱奇艺	609

招商整体微降，平台分化显著，芒果TV招商强势领跑

- **整体招商：**电综市场整体招商品牌数283个，较同期下滑约11.3%；
- **节目代招商：**2025年新节目厂商数181个，超越综N代；
- **各平台招商：**2025年芒果TV招商规模远超其他长视频平台，爱奇艺与去年持平，而腾讯视频和优酷招商出现下滑。

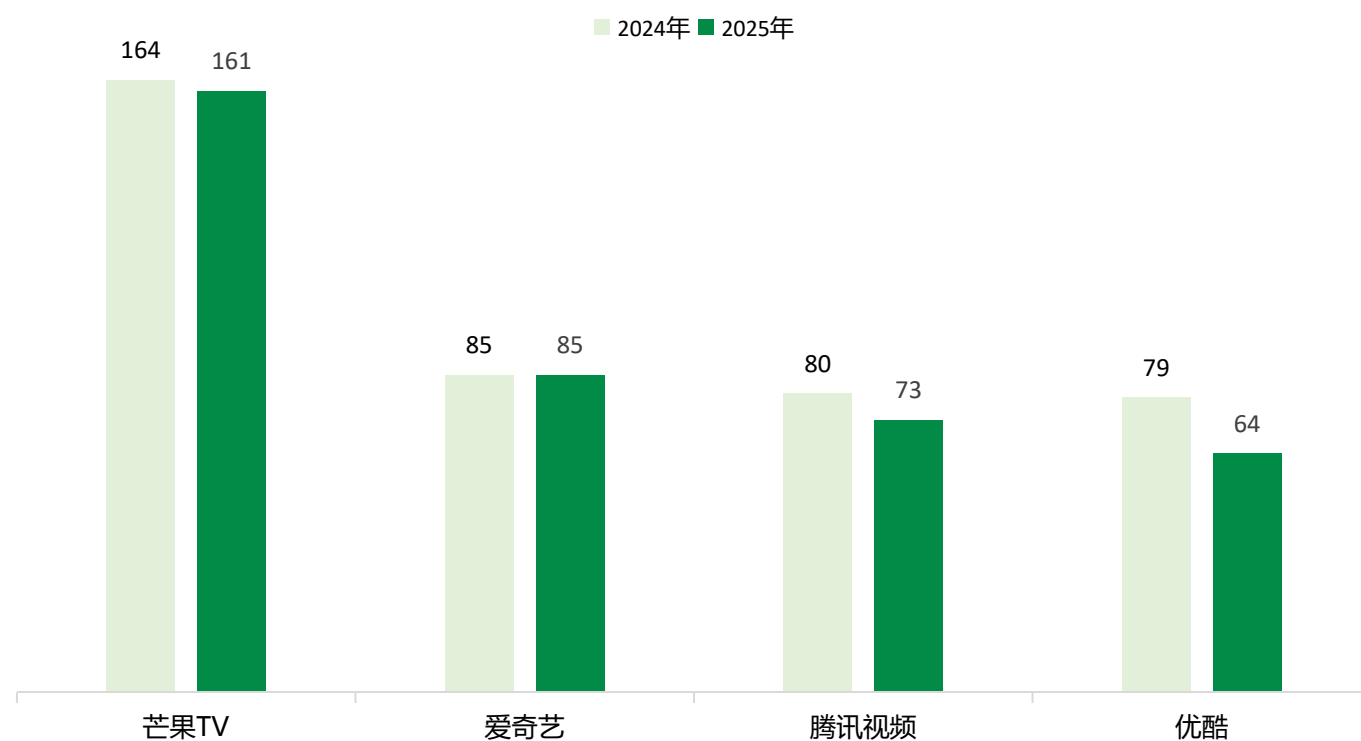
网综市场整体招商数量（厂商数）



2025年节目代招商分布（厂商数）



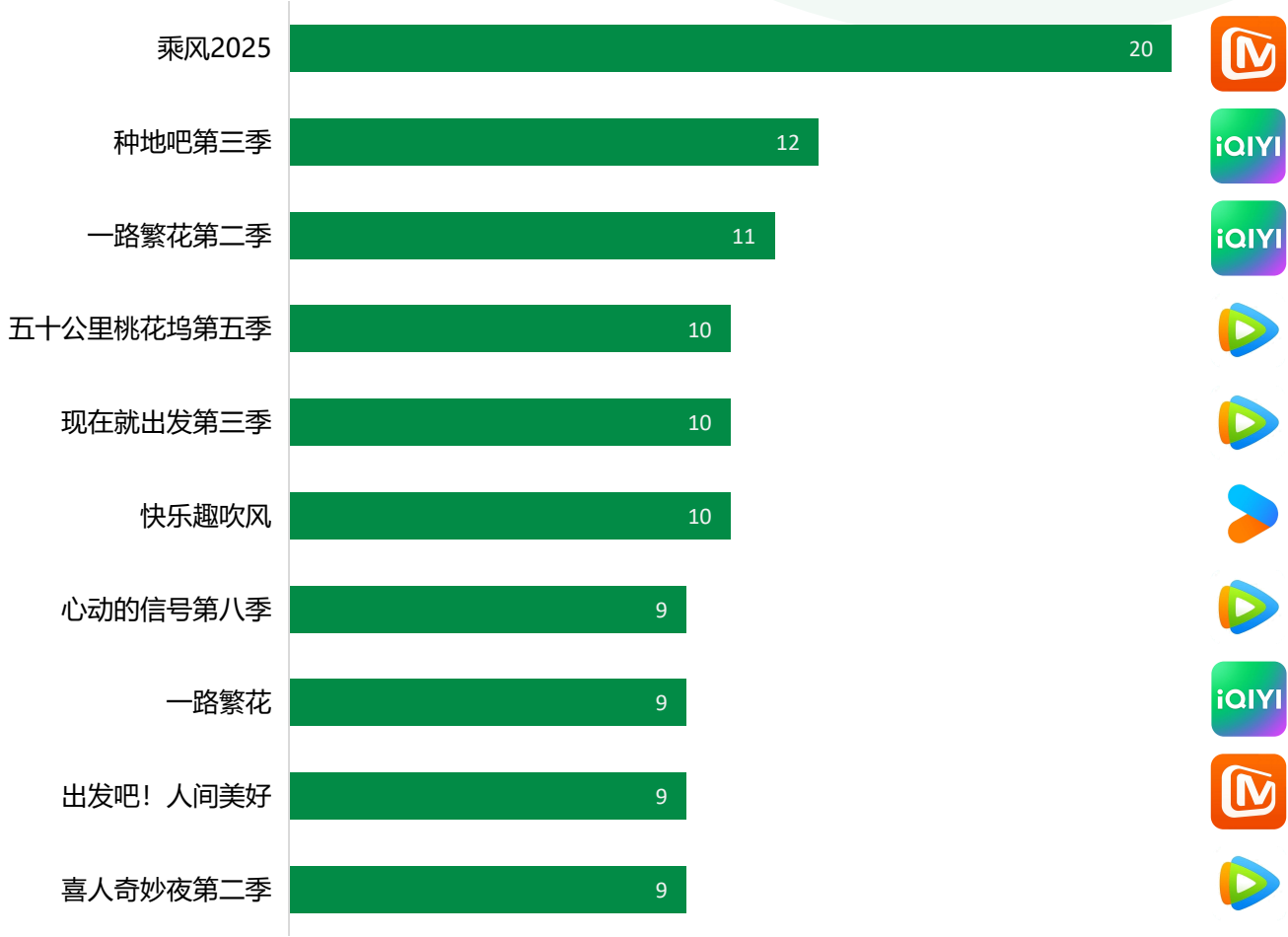
各平台招商分布（厂商数）



芒果TV《乘风2025》招商表现遥遥领先



2025年TOP10网综（厂商数）

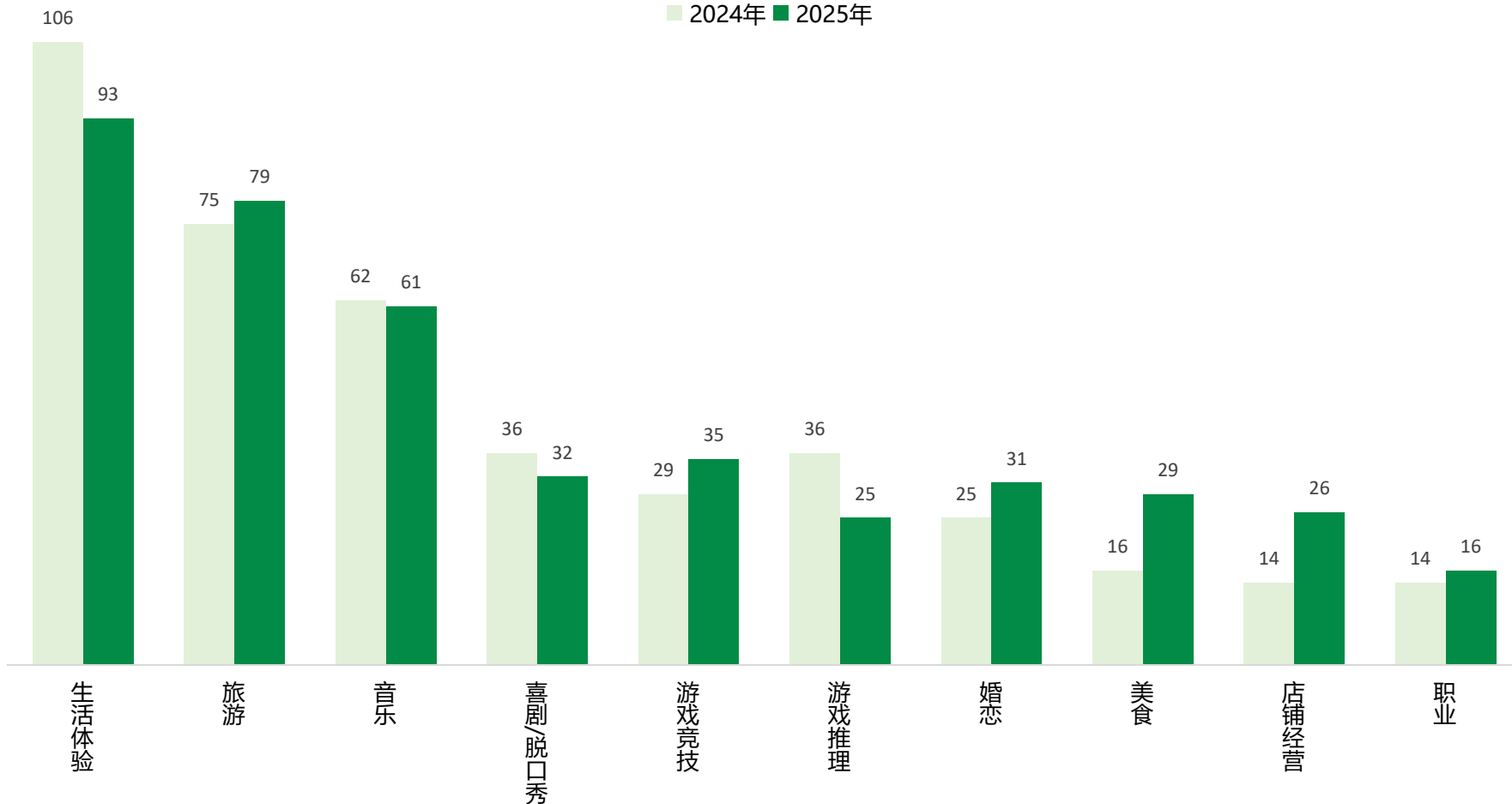


数据来源：击壤科技 2024年-2025年 爱优腾芒四大长视频平台 季播综艺监测（不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户）

生活体验类招商势头放缓，旅游、美食、店铺经营逆势增长成新亮点

网综季播题材招商分布TOP10（厂商数）

2024年 2025年



TOP1题材招商

生活体验类题材招商热度虽略有下滑，但仍是
最具吸引力的题材

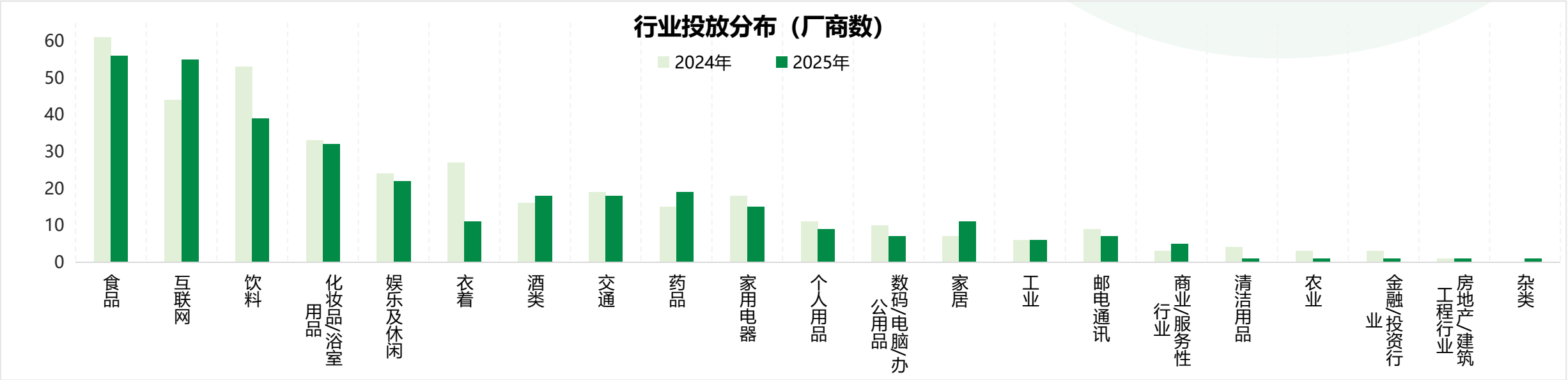
招商同比增长

旅游、游戏竞技及婚恋
等题材呈现出良好的增
长态势，关注度提升

招商同比下滑

生活体验、音乐、喜剧
脱口秀及游戏推理题材
节目招商呈下滑趋势

食品、饮料、互联网行业招商位居前列，互联网增幅显著



2025年食品TOP5	投放节目数
亿滋国际食品 (奥利奥、趣多多)	11
玛氏 (M&M'S、德芙)	9
益海嘉里 (金龙鱼、外婆乡小榨)	5
一米八海洋科技 (一米八)	4
伊利 (巧乐兹、甄稀)	4

2025年互联网TOP5	投放节目数
阿里巴巴 (淘宝、闲鱼等)	19
北京三快 (美团)	15
湖南快乐阳光 (小芒)	10
重庆度小满	7
上海任意门 (SOUL)	5

2025年饮料TOP5	投放节目数
纽迪希亚 (爱他美)	16
可口可乐 (纯悦、芬达等)	9
伊利 (安慕希、金典等)	7
菲仕兰 (皇家美素佳儿等)	6
王老吉 (刺柠吉)	5

数据来源：行业TOP5仅展示5席
击壤科技 2024年-2025年 爱优腾芒四大长视频平台 季播综艺监测（不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户）

数据来源

- 统计平台：央卫视频道、爱优腾芒四大长视频平台
- 统计周期：2024年-2025年
- 电综、网综统计：季播综艺节目、不含常年播、晚会、版权综艺节目
- 报告中不含新浪、音乐播放器类、场地合作等非商客户
- 报告中招商数量均按照厂商数统计

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~

