



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight



2019年第一季度中国广告市场回顾

CTR 媒介智讯

更多营销市场信息，请关注

CTR媒介智讯微信公众号

“CTR媒介动量”



数据背景

- 广告花费\面积等绝对量数据均以当年1月监测范围为基准，增幅均以前一年1月监测范围为基准；
- 媒体范围：电视、广播、报纸、杂志、传统户外、电梯电视、影院视频、电梯海报、互联网（非移动端）
- 电视、广播、报纸、杂志、传统户外、互联网（非移动端）广告不含以下项目：
 - a. 不含软性广告和植入式广告；
 - b. 不含杂类；
 - c. 不含“商业及服务性行业”的“传媒业”；
 - d. 不含“商业及服务性行业”的“市场研究及咨询服务”
- 广告费以媒体公开报价（刊例花费）为统计标准，不含折扣；
- 除特殊说明外，电视频道广告监测时间为17:00—24:00

2019年第一季度广告市场简述

总体

- 2019年第一季度中国整体广告市场下降11.2%
- 其中，传统广告市场下降16.2%

媒体

- 电视广告刊例收入减少16.5%，广告时长减少22.2%
- 广播广告刊例收入减少9.8%，广告时长减少13.1%
- 报纸和杂志的广告刊例收入分别下降29.7%、5.7%
- 传统户外广告刊例收入减少17.9%，广告面积减少17.5%
- 电梯电视广告刊例收入增加7.3%
- 电梯海报广告刊例收入增加11.7%
- 影院视频广告刊例收入增加5.6%
- 互联网广告刊例收入减少5.6%

2019年第一季度广告市场总结·媒体篇

- 2019年，广告主对整体经济市场的信心波动致使中国广告市场重新进入调整期，第一季度中国广告市场整体下滑11.2%，传统媒体下滑更为严重，同比降幅达到16.2%。
- 分媒体来看，不论是传统媒体还是生活圈媒体，在2019年第一季度的表现都不容乐观。传统媒体迎来全线下滑，电视、报纸、传统户外媒体的降幅超过10%。电视各级频道中，除中央级频道外，其他各级频道的广告花费均下滑明显。
- 生活圈媒体方面，虽然电梯媒体和影院视频依旧保持着增长，但涨幅已经回落至10%左右，与此前20%-30%的涨幅相去甚远。
- 互联网媒体在一季度的广告花费同比下滑5.6%。

蜜蜂内参

不要错过**让你洞察**整个商业世界的蜜蜂内参

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码免费入群

蜜蜂学堂



2019年第一季度广告市场总结·行业篇

- 2019年第一季度全媒体广告花费的前五行业由食品、邮电通讯、药品、饮料、商业及服务性行业组成，其中食品行业的广告花费同比上涨11.8%，其他几个行业均有不同程度的下滑。
- 食品行业在多个媒体的广告花费都呈现增长，其中在电视媒体的广告花费增幅主要源于零食糖果、糕点饼干以及食用油品类的增长，其在电梯电视媒体的广告花费增长254.7%，与食品类系列产品、奶类产品的大量投放有关。
- 以网站和手机产品为主的邮电通讯行业在2019年第一季度的全媒体广告花费下滑，但其投放总量仍旧可观，在传统户外媒体、生活圈媒体以及互联网媒体的广告投放量较大，均处在这些媒体的前五行业中。
- 原奶、酸奶、碳酸饮料、茶饮料的减投影响了饮料行业在一季度的整体表现，原奶大品牌蒙牛、伊利、光明在第一季度的广告花费有所减少，碳酸饮料中可口可乐、雪碧的广告花费缩减，茶饮料中王老吉和加多宝都有不同程度的减投。



2019年第一季度广告市场总结·品牌篇

- 2019年第一季度的全媒体广告投放TOP20品牌榜单中，药品和保健品的品牌数量明显减少，广告投放量下滑。榜单中出现几个新面孔，如铂爵旅拍、良品铺子、BOSS直聘等。
- 铂爵旅拍是婚纱摄影服务商，其在今年一季度大量投放生活圈媒体广告，电梯电视媒体是其投放的主要渠道，影院和电梯海报也有涉及。
- 正处于IPO上市冲刺阶段的良品铺子，在2019年第一季度加大了广告宣传，其在全媒体的广告花费增长迅猛，广告主要投放在电视媒体以及生活圈媒体，其中，电视媒体的广告花费增长134.0%，同时新增了影院视频和电梯海报媒体两个投放渠道。
- 康师傅在今年一季度增加了广告投放，首次进入全媒体TOP20品牌榜单。旗下方便面和茶饮料在传统媒体的花费增幅都超一倍，并且增加了电梯电视媒体作为主要的宣传渠道之一。此前，康师傅2018年的财报显示，旗下两个产品线即方便面和饮料业务营收利润同比上涨5.7%和1.6%，估计今年一季度的增投会为品牌销量带了不错的成绩。

市场总览



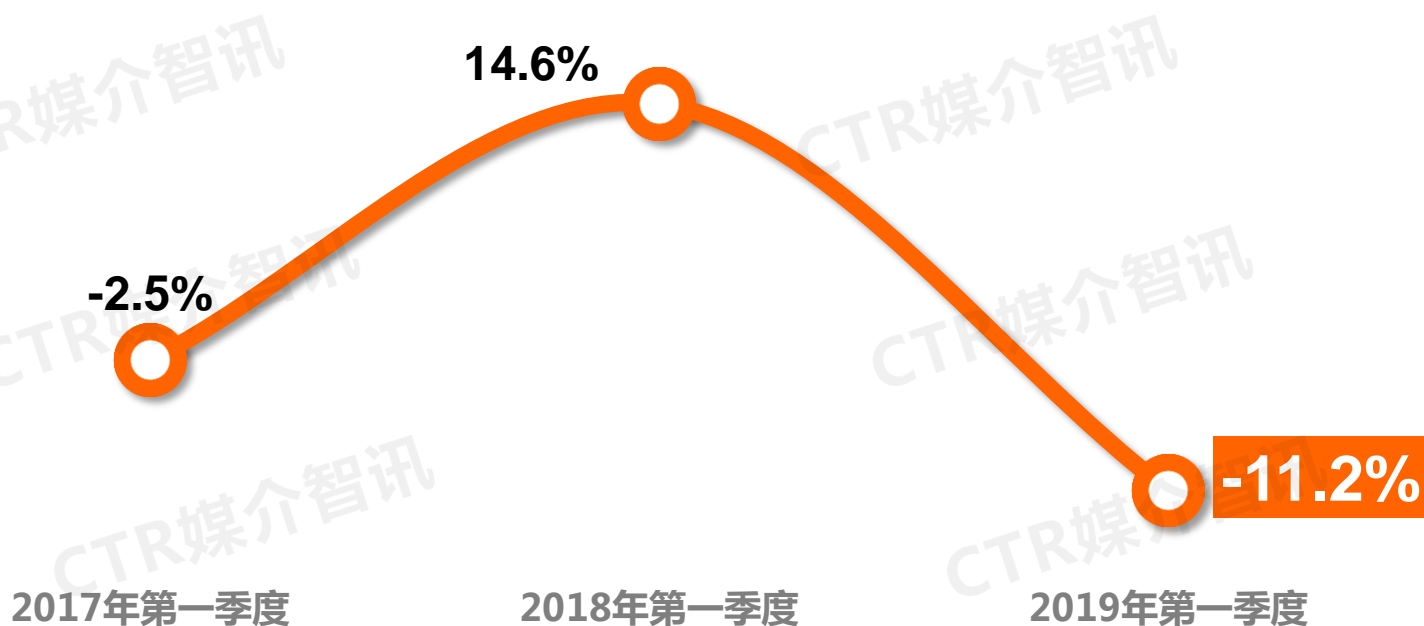
P 7

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



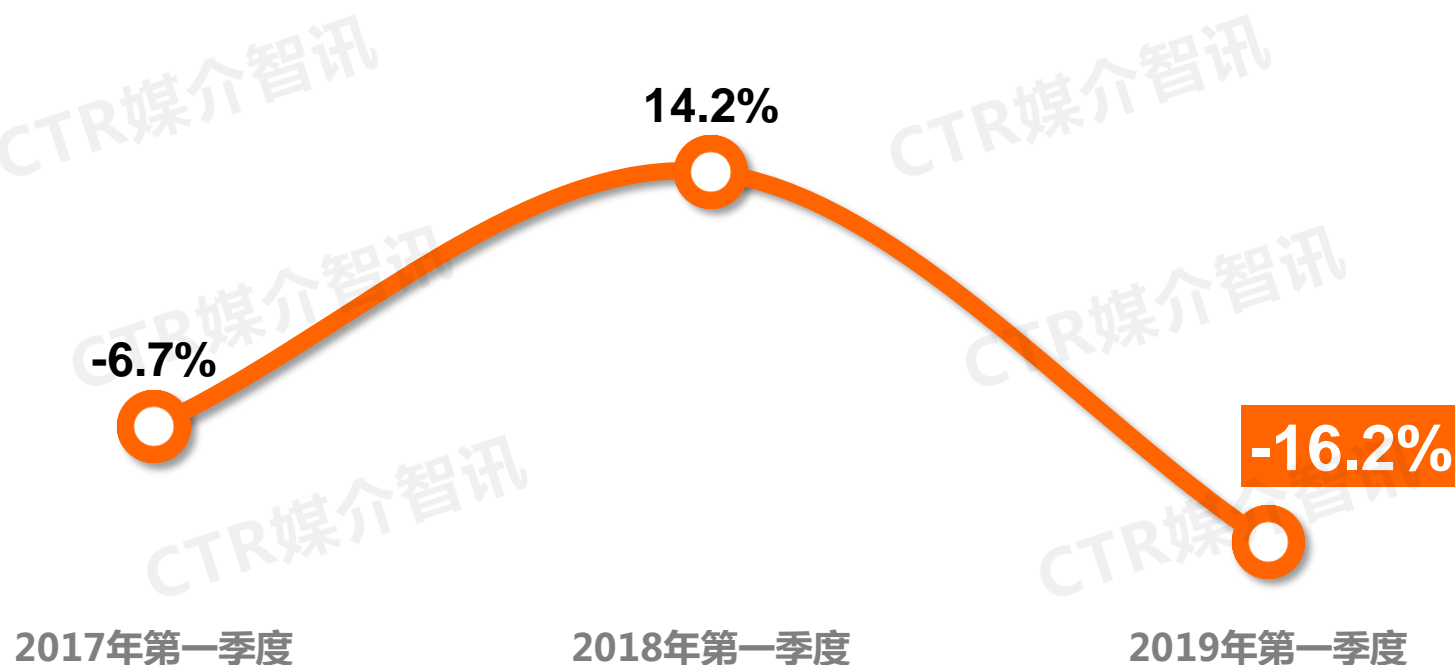
2019年第一季度中国广告市场下降11.2%

2017-2019年第一季度全媒体广告刊例花费同比增幅



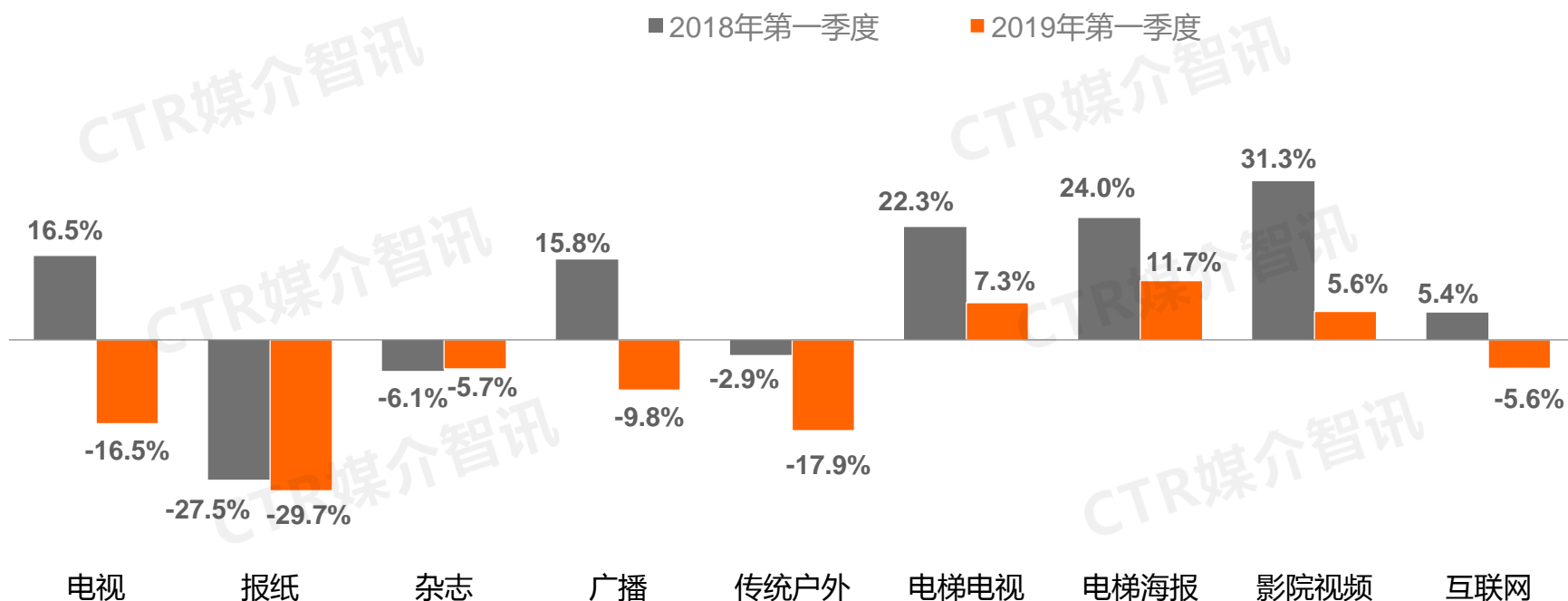
2019年第一季度传统广告刊例花费同比下降16.2%

2017-2019年第一季度传统广告刊例花费同比增幅



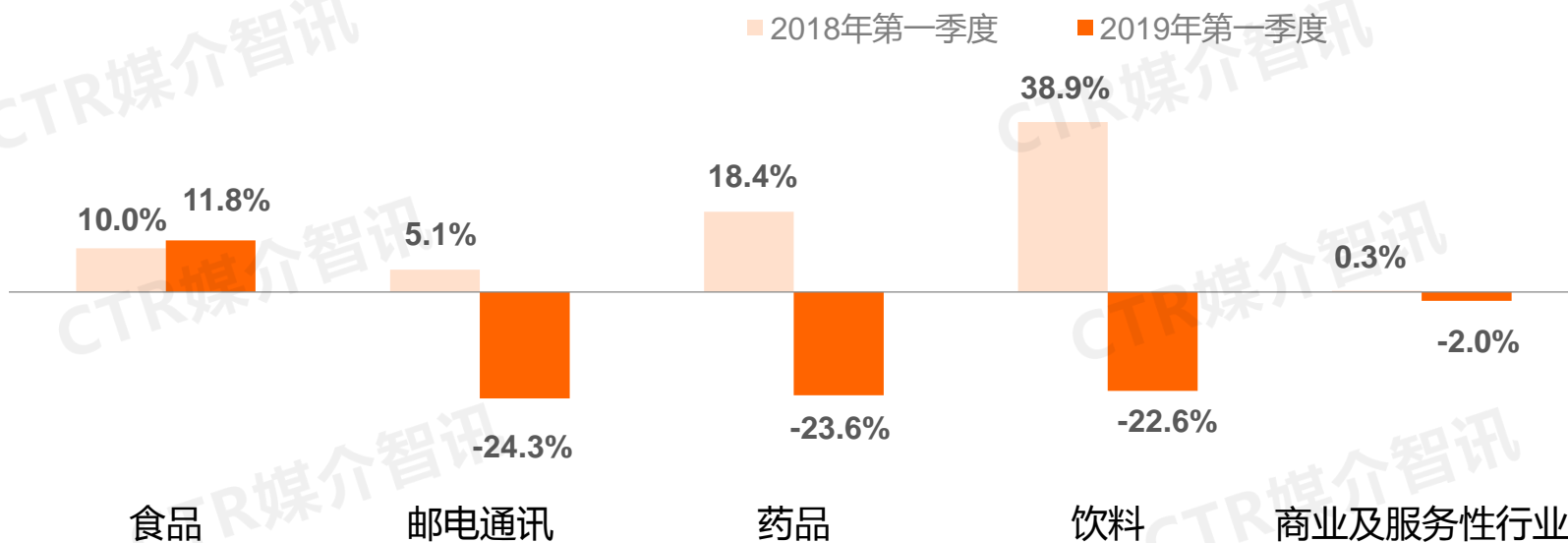
2019年第一季度各媒介广告刊例花费变化

2018-2019年第一季度各媒介广告刊例花费变化



2019年第一季度全媒体广告花费TOP5行业

2019年第一季度全媒体广告刊例花费TOP5行业的增幅



2019年第一季度全媒介花费TOP20厂商

2019年第一季度
广告刊例花费Top20厂商
占全媒体市场比重：
23.4%

| 排名 | 厂商 | 同比增幅 |
|----|-------------------|--------|
| 1 | 玛氏中国爱芬食品(北京)有限公司 | 71.0% |
| 2 | 欧莱雅集团 | -8.8% |
| 3 | 广州医药集团有限公司 | -40.2% |
| 4 | 宝洁(中国)有限公司 | -56.9% |
| 5 | 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 | 7.8% |
| 6 | 铂爵旅拍婚纱摄影 | New |
| 7 | 甘肃西峰制药有限责任公司 | -21.2% |
| 8 | 阿里巴巴集团 | 2.6% |
| 9 | 顶新国际集团 | 159.8% |
| 10 | 良品铺子食品有限公司 | >1000% |
| 11 | 雅诗兰黛集团 | 44.2% |
| 12 | 意大利费列罗公司 | 15.0% |
| 13 | 鞍山德善药业有限公司 | New |
| 14 | 百胜中国投资有限公司 | -13.6% |
| 15 | 石家庄君乐宝乳业有限公司 | 135.2% |
| 16 | 内蒙古鸿茅实业股份有限公司 | -78.2% |
| 17 | 联合利华(中国)有限公司 | -1.0% |
| 18 | 康朝药业有限公司 | -40.1% |
| 19 | 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司 | -48.4% |
| 20 | 箭牌糖果(中国)有限公司 | -0.8% |

2019年第一季度全媒介花费TOP20品牌

2019年第一季度
广告刊例花费Top20品牌
占全媒介市场比重：
18.9%

| 品牌 | 同比增幅 |
|--------|--------|
| 伊利 | 7.8% |
| 铂爵旅拍 | New |
| 养无极 | -20.7% |
| 兰蔻 | 16.8% |
| 德芙 | 54.4% |
| 良品铺子 | >1000% |
| 陈李济 | -39.6% |
| 雅诗兰黛 | 45.8% |
| 成博士 | New |
| 君乐宝 | 161.5% |
| 康师傅 | 236.0% |
| 鸿茅 | -78.1% |
| 士力架 | 66.3% |
| 同溢堂 | -40.3% |
| 葛洪 | -51.1% |
| 蒙牛 | -51.5% |
| 天猫 | -20.0% |
| BOSS直聘 | >1000% |
| 欧莱雅 | -33.5% |
| 温尔缦 | >1000% |

数据来源：CTR媒介智讯



P 13

国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight



电视广告



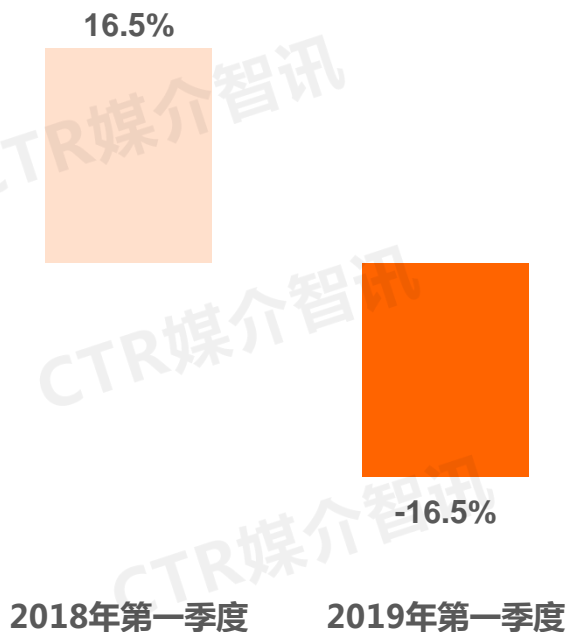
P 14

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight

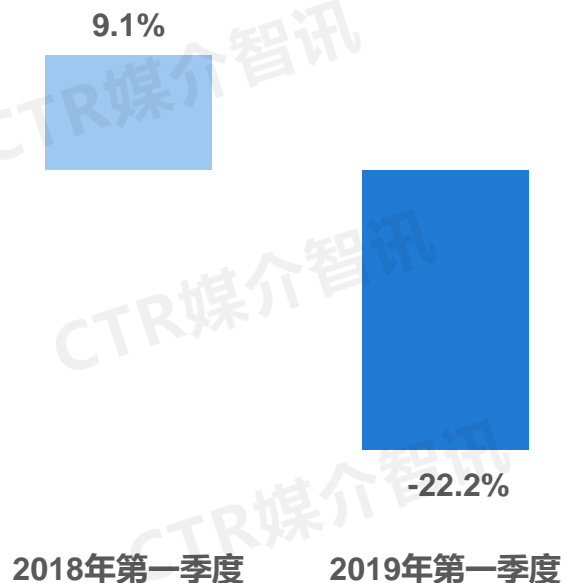


2019年第一季度电视广告花费和时长

2018-2019年第一季度电视广告刊例收入变化

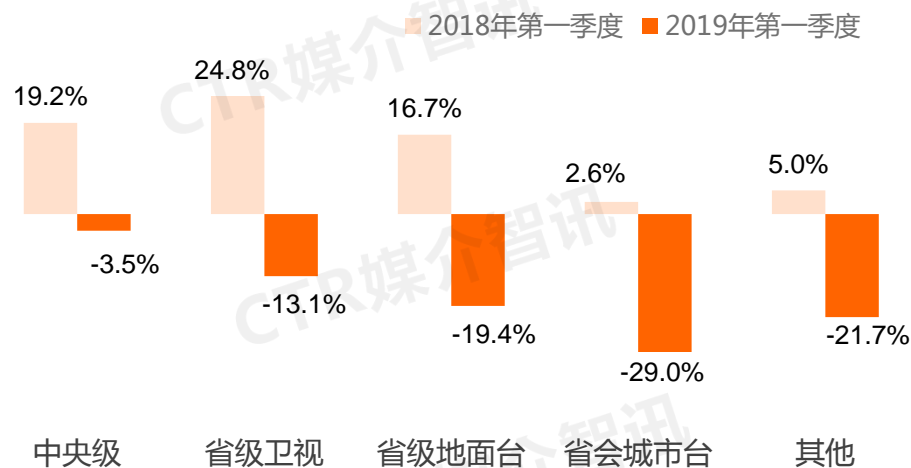


2018-2019年第一季度电视广告时长变化



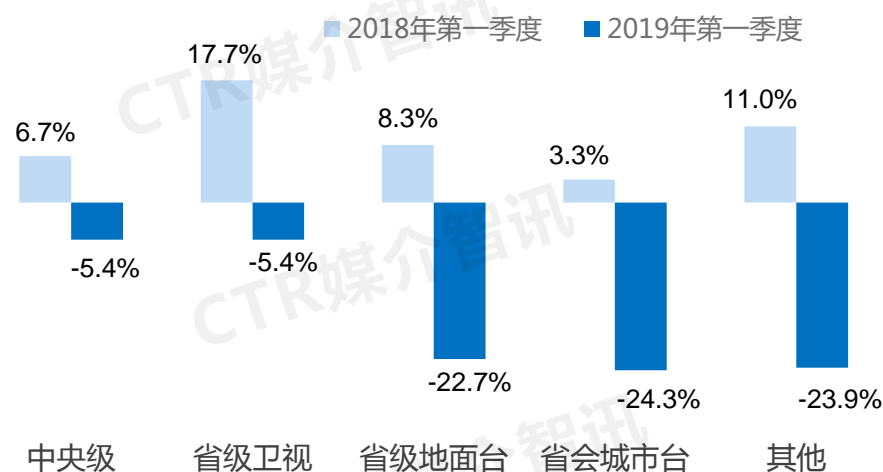
2019年第一季度电视广告花费和时长-分级别

2018-2019年第一季度电视各级频道
广告刊例收入增幅



2019年第一季度电视刊例收入 -16.5%

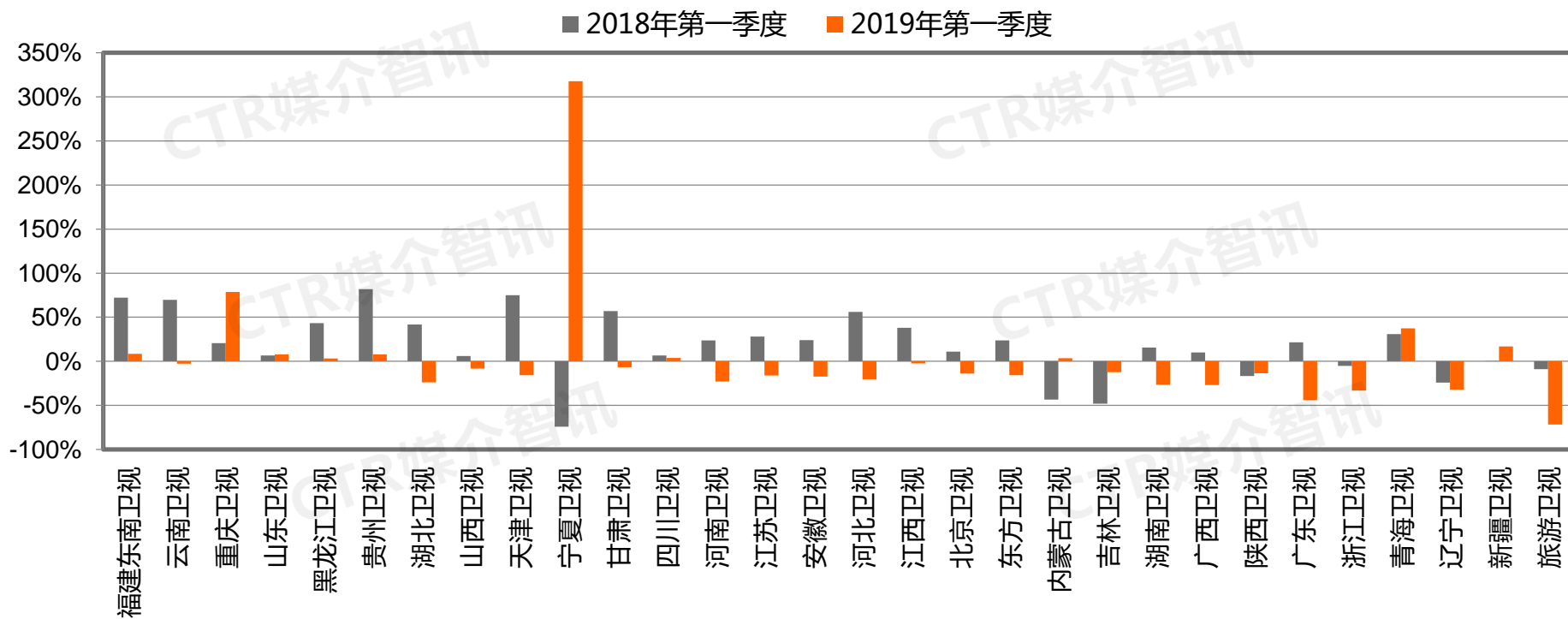
2018-2019年第一季度电视各级频道
广告总时长变化



2019年第一季度电视广告时长 -22.2%

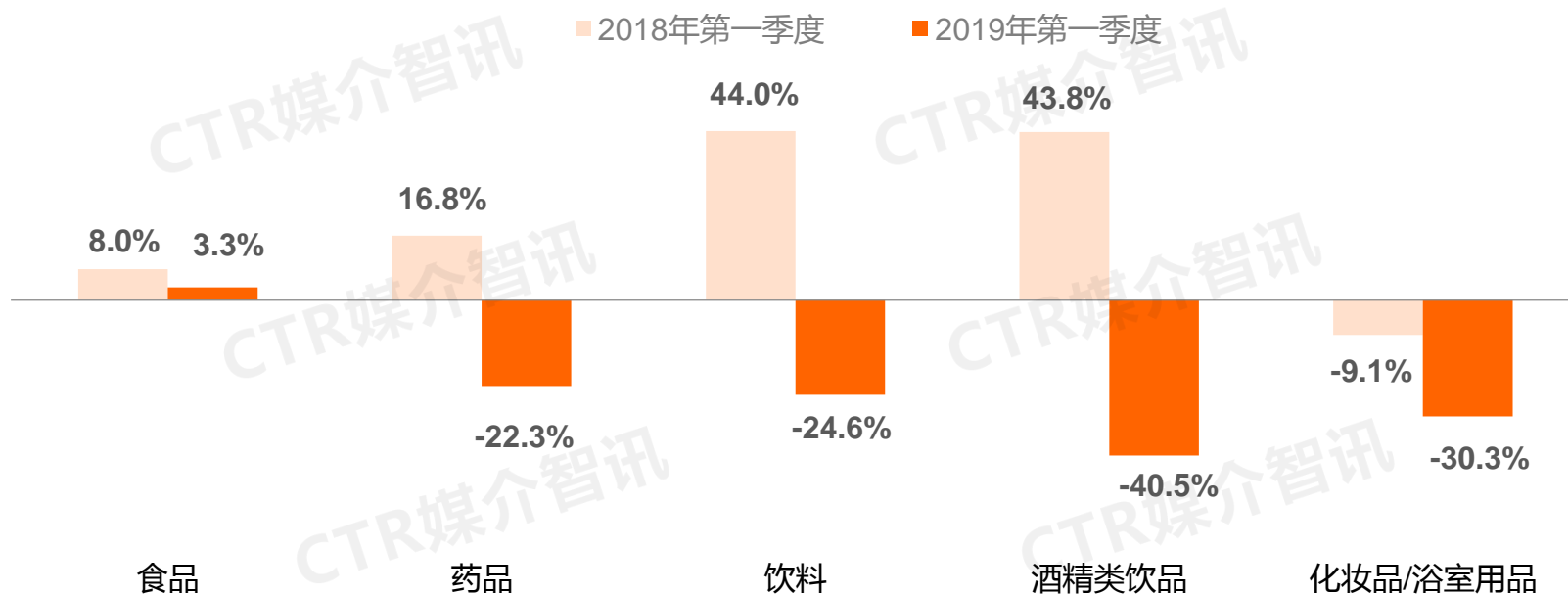
2019年第一季度省级卫视的广告时长变化

2018-2019年第一季度省级卫视的广告时长变化



2019年第一季度电视广告花费TOP5行业

2019年第一季度电视广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度电视主要行业花费前五品类的增幅

食品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|------|-------------|
| 零食糖果 | 23.9% |
| 保健食品 | -45.6% |
| 方便食品 | -4.3% |
| 糕点饼干 | 90.8% |
| 食用油 | 5.8% |

饮料

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-------|-------------|
| 婴幼儿奶粉 | 2.7% |
| 原奶 | -14.9% |
| 酸奶 | -10.7% |
| 茶 | 0.1% |
| 碳酸饮料 | -41.9% |

酒精类饮品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 中国餐酒 | -16.3% |
| 药酒/补酒 | -67.0% |
| 啤酒 | 0.0% |
| 葡萄酒/果酒 | 62.6% |
| 酒类-企业形象 | -24.8% |

化妆品/浴室用品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|------------|-------------|
| 护肤用品 | -17.9% |
| 洗发/美发/护发 | -58.2% |
| 浴室用品 | 69.3% |
| 化妆品/浴室系列用品 | 23.7% |
| 口腔清洁用品/牙膏 | -52.6% |

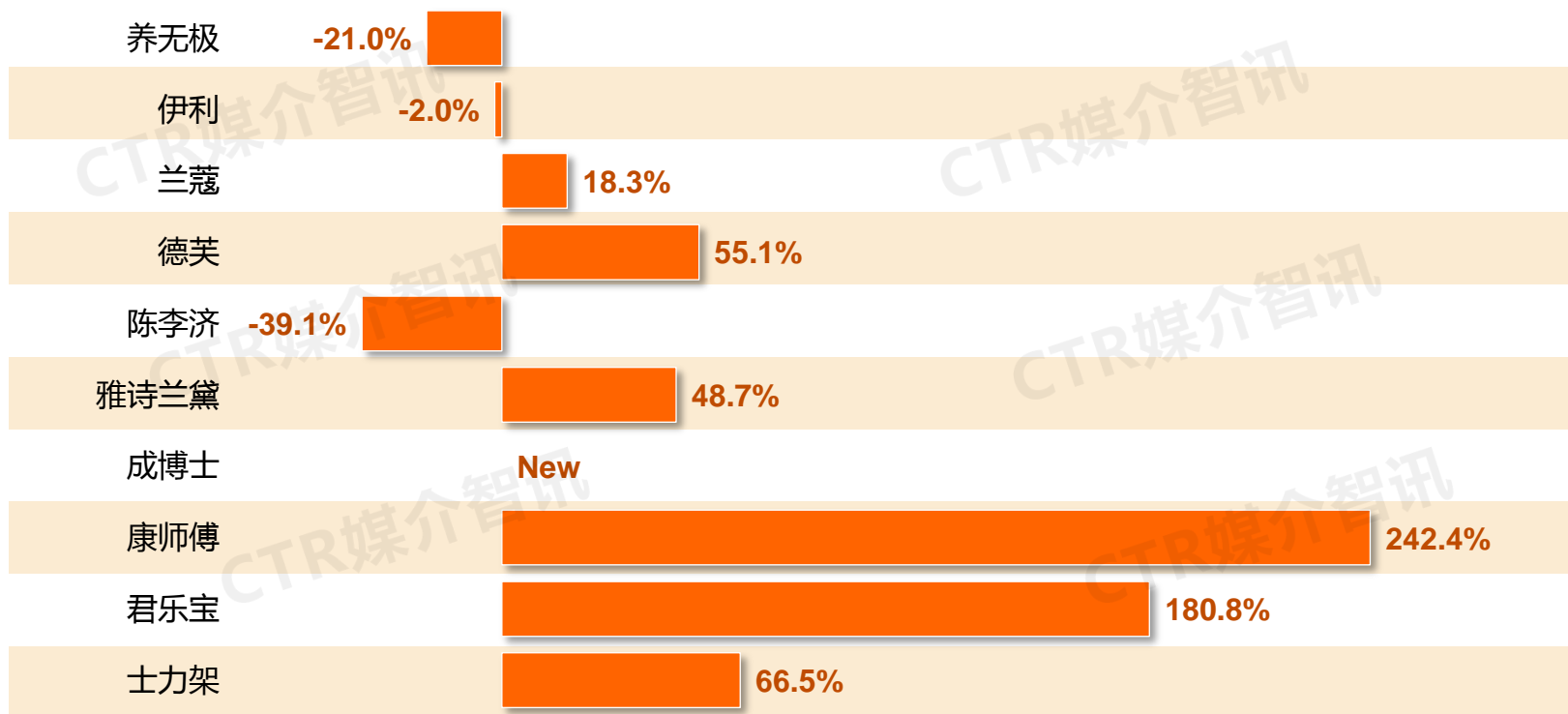
2019年第一季度电视广告花费TOP5行业-分级别

2019年第一季度电视广告刊例花费TOP5行业的花费变化

| 2019年 第一季度 花费排名 | 中央台 | | | 省级卫视 | | | 省级地面台 | | | 省会城市台 | | |
|-----------------------|-----------|---------------------|---------------------|--------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------------|---------------------|
| | 行业 | 2018年 第一季度 增幅 | 2019年 第一季度 增幅 | 行业 | 2018年 第一季度 增幅 | 2019年 第一季度 增幅 | 行业 | 2018年 第一季度 增幅 | 2019年 第一季度 增幅 | 行业 | 2018年 第一季度 增幅 | 2019年 第一季度 增幅 |
| 1 | 饮料 | 109% | 28% | 食品 | 27% | 8% | 药品 | 11% | -26% | 娱乐及休闲 | 44% | -11% |
| 2 | 食品 | -24% | 36% | 饮料 | 57% | -32% | 食品 | 3% | -2% | 活动类 | -1% | 4% |
| 3 | 药品 | -7% | 6% | 药品 | 53% | -21% | 饮料 | 26% | -34% | 化妆品/ 浴室用品 | 0% | -43% |
| 4 | 邮电 通讯 | 6% | -1% | 化妆品/ 浴室用品 | -15% | -25% | 酒精类饮 品 | 34% | -50% | 家居用品 | 30% | -36% |
| 5 | 酒精类 饮品 | 49% | -30% | 酒精类饮 品 | 87% | -26% | 化妆品/浴 室用品 | -3% | -18% | 商业及服 务性行业 | -15% | -50% |

2019年第一季度电视广告花费TOP10品牌

2019年第一季度电视广告花费TOP10品牌增幅



2019年第一季度电视广告花费TOP10品牌-分级别

2019年第一季度各级电视频道广告花费TOP10品牌及增幅

| 中央台 | | 省级卫视 | | 省级地面台 | | 省会城市台 | |
|------|------|------|--------|-------|------|-------------------|--------|
| 飞鹤 | 309% | 德芙 | 106% | 成博士 | New | 雅诗兰黛 | 118% |
| 小罐 | 7% | 士力架 | 156% | 养无极 | -43% | 云南昆明 | >1000% |
| 君乐宝 | 68% | 温尔缦 | >1000% | 陈李济 | -42% | 天地和 | 6% |
| 足力健 | -7% | 益达 | 32% | 雅诗兰黛 | 113% | 兰蔻 | -9% |
| 蒙牛 | 181% | 伊利 | -6% | 伊利 | -7% | 功夫掌门 | New |
| 同溢堂 | 88% | 王老吉 | -38% | 鸿茅 | -80% | 欧莱雅 | -56% |
| 伊利 | 51% | 兰蔻 | 10% | 兰蔻 | 25% | 2019首届南京国际皮草裘皮博览会 | New |
| 鲁花 | 12% | 旺旺 | -42% | 康师傅 | 469% | 立白 | >1000% |
| 华为 | 12% | 康师傅 | 188% | 葛洪 | -56% | 固升 | 604% |
| 8848 | 12% | 达利 | New | 百威 | 62% | 费列罗 | -6% |

广播广告



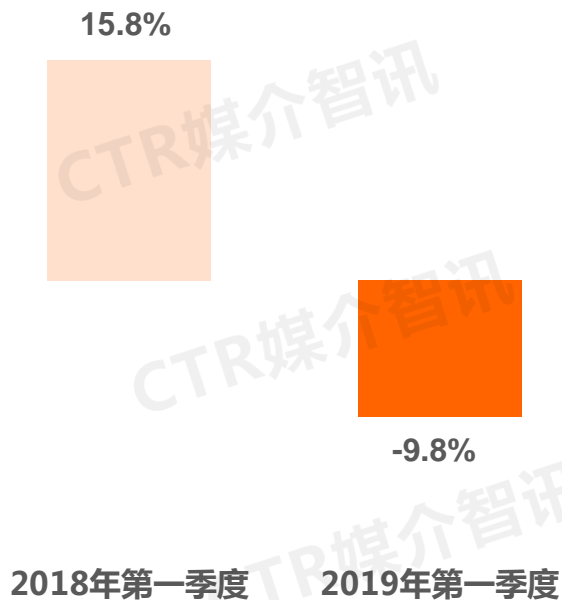
P 23

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight

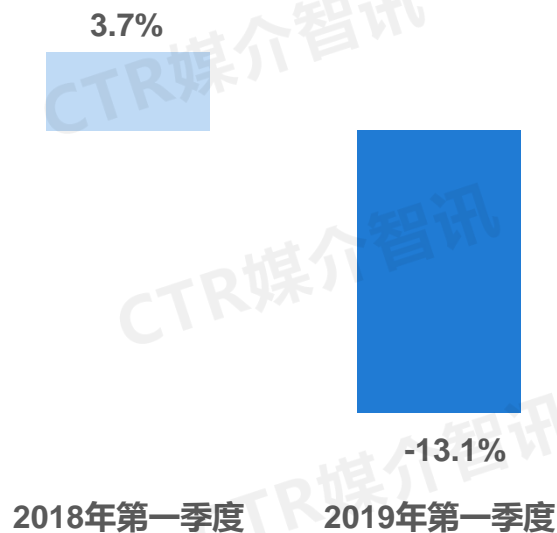


2019年第一季度广播广告的花费与时长

2018-2019年第一季度广播广告刊例收入变化

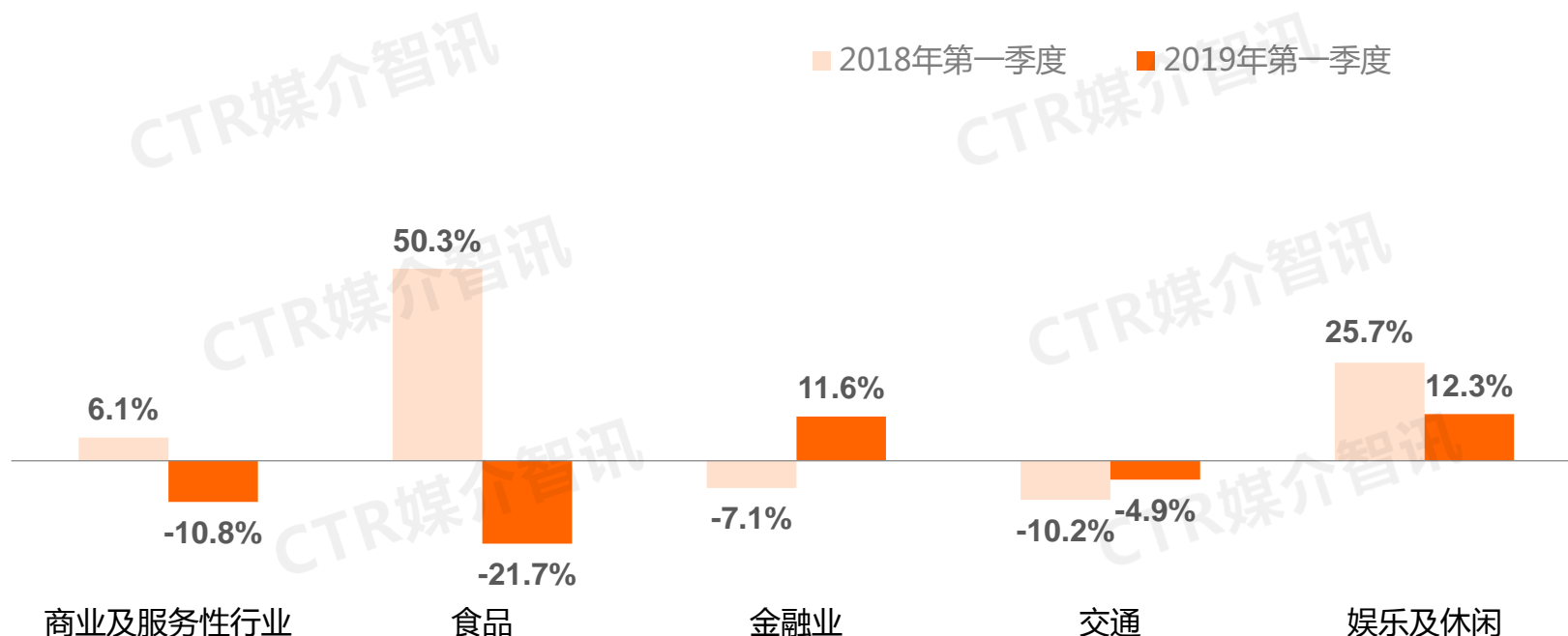


2018-2019年第一季度广播广告时长变化



2019年第一季度广播广告花费TOP5行业

2019年第一季度广播广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度广播主要行业花费前五品类的增幅

商业及服务性行业

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-------------|-------------|
| 零售服务 | -11.7% |
| 医疗/保健机构 | -31.6% |
| 教育/培训 | 14.5% |
| 商业及服务性行业-其它 | 81.9% |
| 殡葬产品及服务 | 60.0% |

食品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 保健食品 | -29.9% |
| 肉类 | -19.2% |
| 食品-企业形象 | 9.7% |
| 调味品 | 102.0% |
| 方便食品 | -25.7% |

金融业

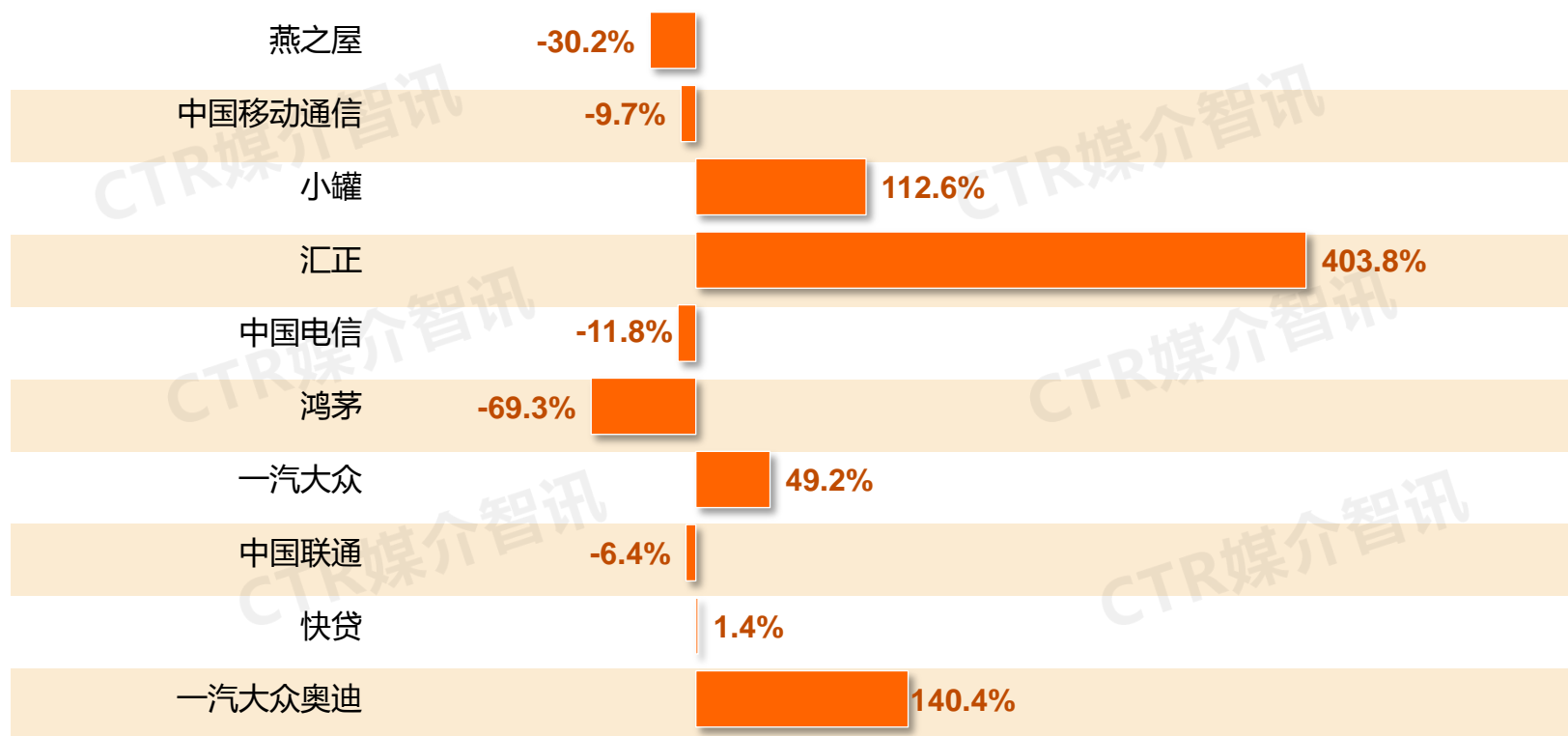
| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|----------|-------------|
| 银行业务 | 37.2% |
| 金融业-企业形象 | 164.7% |
| 保险 | -20.7% |
| 银行 | -3.0% |
| 博彩 | -13.8% |

交通

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 交通工具 | 2.2% |
| 交通-企业形象 | -16.2% |
| 机动车相关服务 | -36.2% |
| 交通-其它 | -4.2% |
| 交通运输服务 | -77.7% |

2019年第一季度广播广告花费TOP10品牌

2019年第一季度广播广告花费TOP10品牌增幅



报纸广告



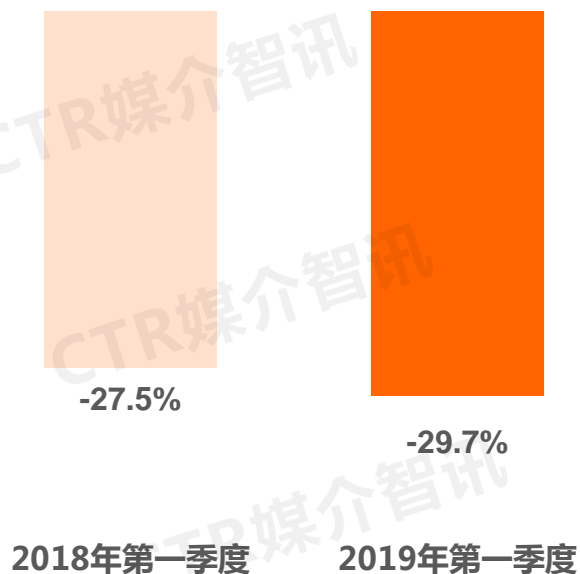
P 28

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight

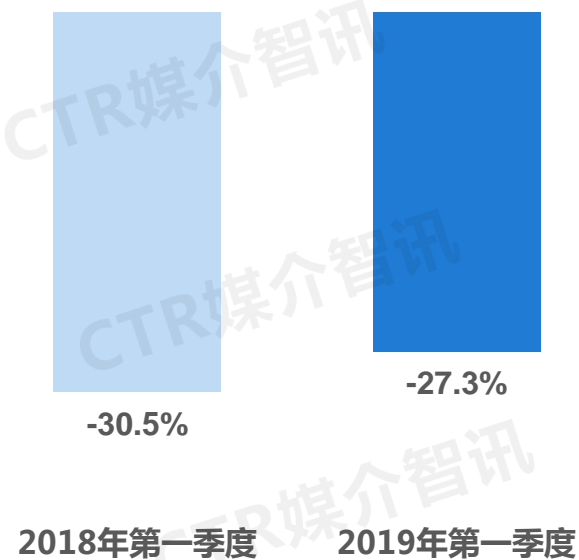


2019年第一季度报纸广告花费和面积

2018-2019年第一季度报纸广告刊例收入变化

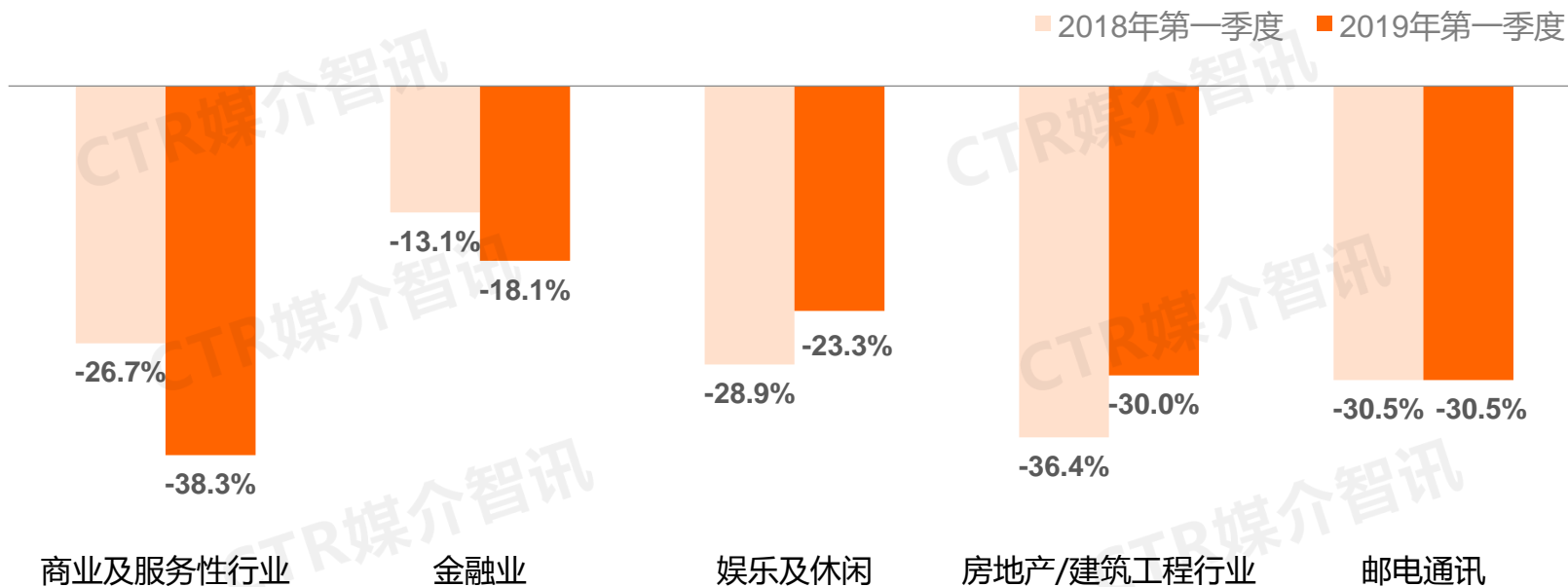


2018-2019年第一季度报纸广告面积变化



2019年第一季度报纸广告花费TOP5行业

2019年第一季度报纸广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度报纸主要行业花费前五品类的增幅

商业及服务性行业

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-------------|-------------|
| 零售服务 | -47.4% |
| 医疗/保健机构 | -31.4% |
| 教育/培训 | -28.0% |
| 商业及服务性行业-其它 | -31.0% |
| 美容美发美体服务 | -12.6% |

金融业

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|----------|-------------|
| 银行 | -32.3% |
| 银行业务 | -18.0% |
| 金融业-企业形象 | 5.1% |
| 保险 | -12.3% |
| 博彩 | -0.8% |

娱乐及休闲

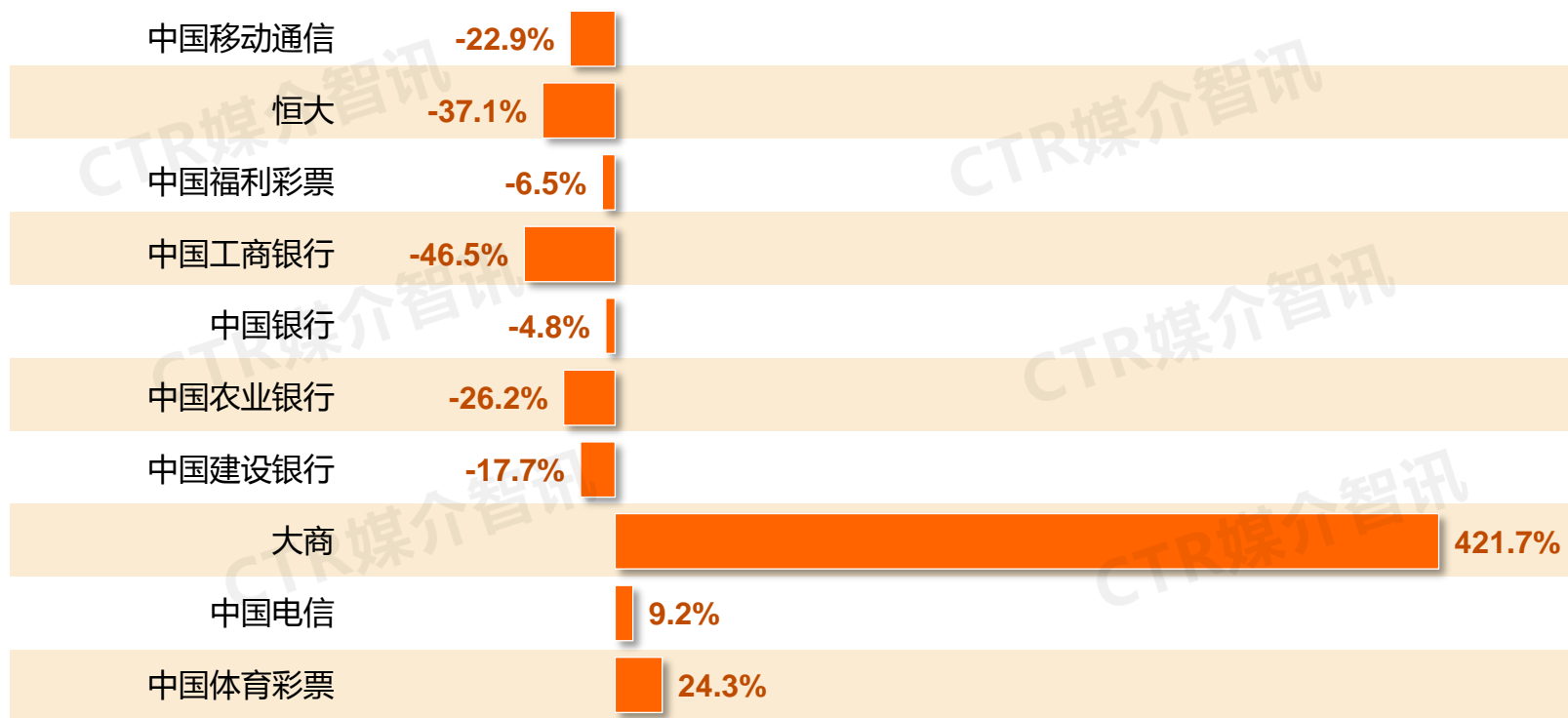
| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|------------|-------------|
| 旅游/区域形象 | -21.8% |
| 娱乐休闲服务 | -28.2% |
| 体育用品及服务 | -61.4% |
| 玩具/电子游戏机 | New |
| 娱乐及休闲-企业形象 | 69.3% |

邮电通讯

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-----------|-------------|
| 网络服务 | -40.7% |
| 电信运营商企业形象 | 57.9% |
| 移动网络服务 | 8.6% |
| 全网服务 | -67.3% |
| 数据多媒体服务 | 57.9% |

2019年第一季度报纸广告花费TOP10品牌

2019年第一季度报纸广告花费TOP10品牌增幅



杂志广告



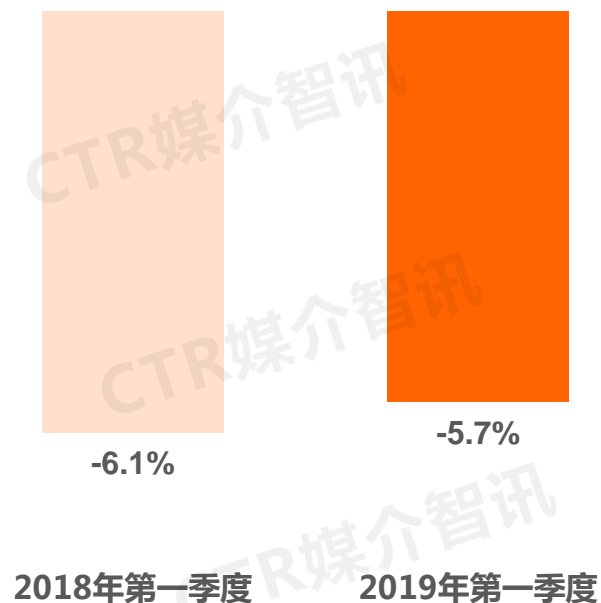
P 33

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight

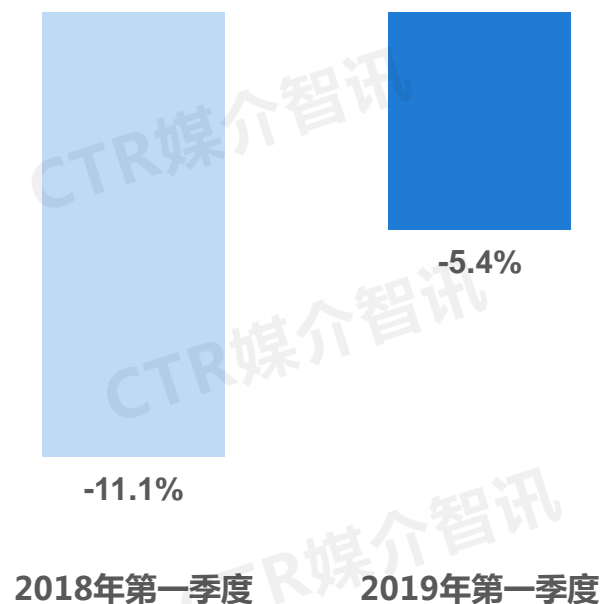


2019年第一季度杂志广告花费和面积

2018-2019年第一季度杂志广告刊例收入变化

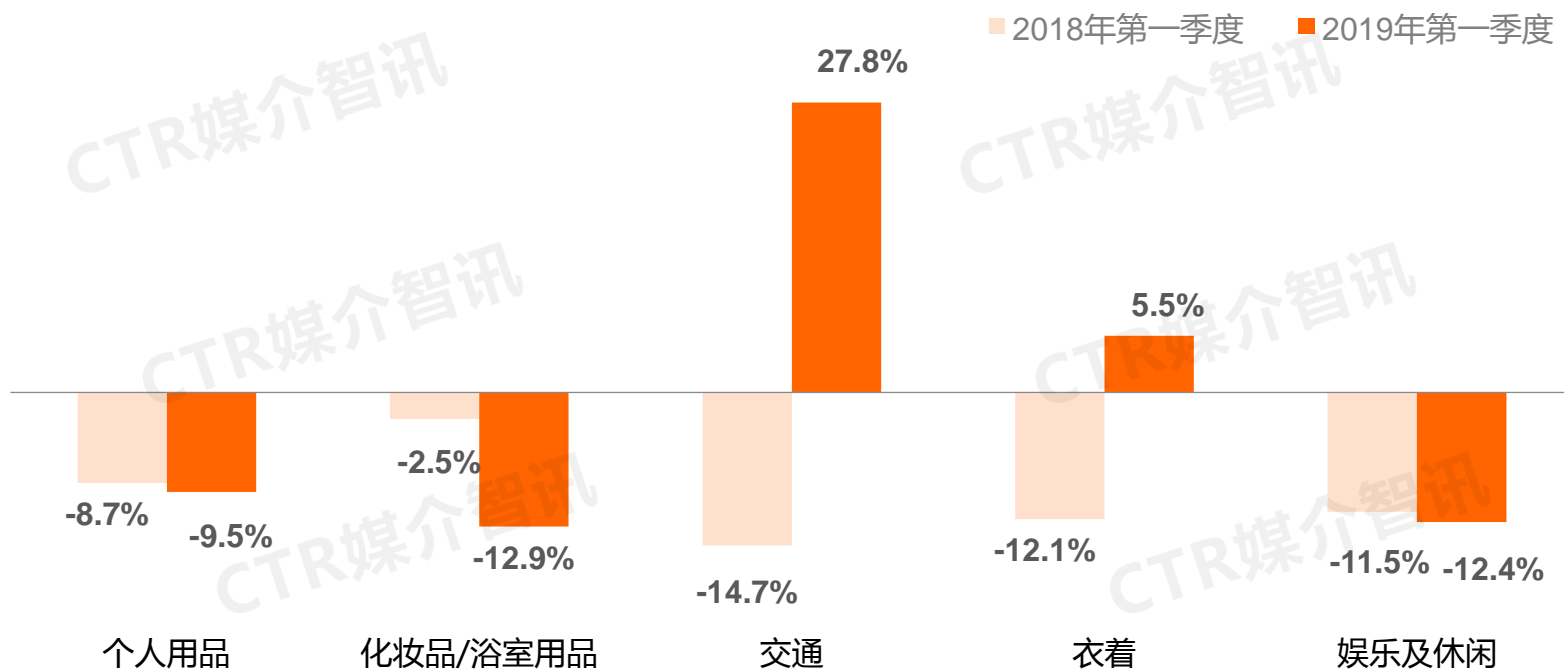


2018-2019年第一季度杂志广告面积变化



2019年第一季度杂志广告花费TOP5行业

2019年第一季度杂志广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度杂志主要行业花费前五品类的增幅

个人用品

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|---------|-----------------|
| 个人系列用品 | -24.7% |
| 钟表 | 4.6% |
| 珠宝/首饰 | 5.4% |
| 箱包 | 30.6% |
| 个人用品-其它 | 54.4% |

化妆品/浴室用品

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|------------|-----------------|
| 护肤用品 | -23.4% |
| 彩妆 | 1.2% |
| 香水 | 15.4% |
| 化妆品/浴室系列用品 | -11.0% |
| 洗发/美发/护发 | -18.2% |

交通

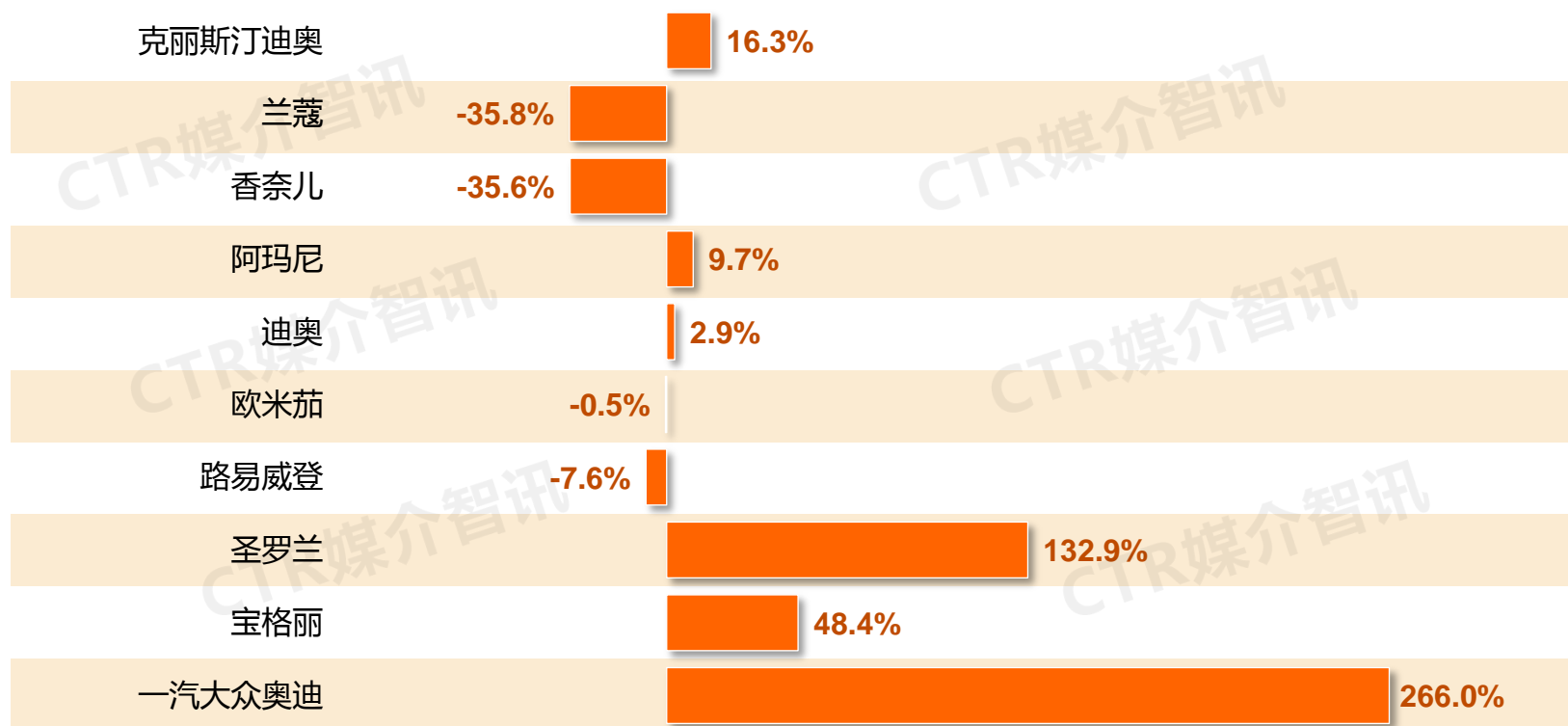
| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|---------|-----------------|
| 交通工具 | 33.4% |
| 机动车相关服务 | -0.2% |
| 交通运输服务 | -28.2% |
| 交通-企业形象 | 245.5% |
| 交通-其它 | >1000% |

衣着

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|---------|-----------------|
| 衣着系列产品 | 13.3% |
| 服装 | 6.9% |
| 鞋 | -48.2% |
| 衣着配饰 | -43.6% |
| 衣着-企业形象 | 27.1% |

2019年第一季度杂志广告花费TOP10品牌

2019年第一季度杂志广告花费TOP10品牌增幅



传统户外广告



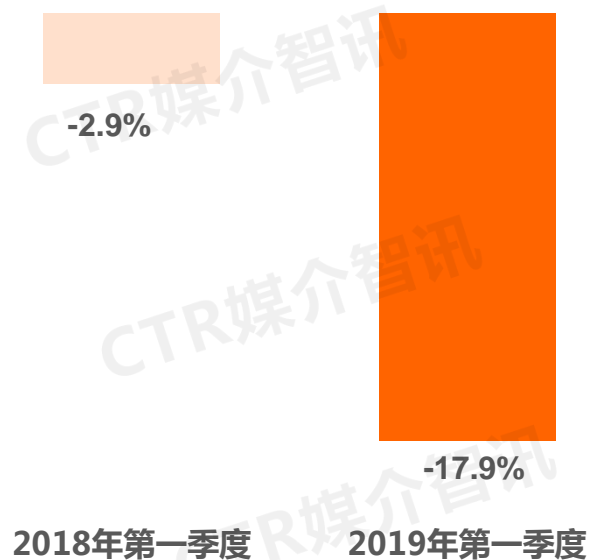
P 38

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight

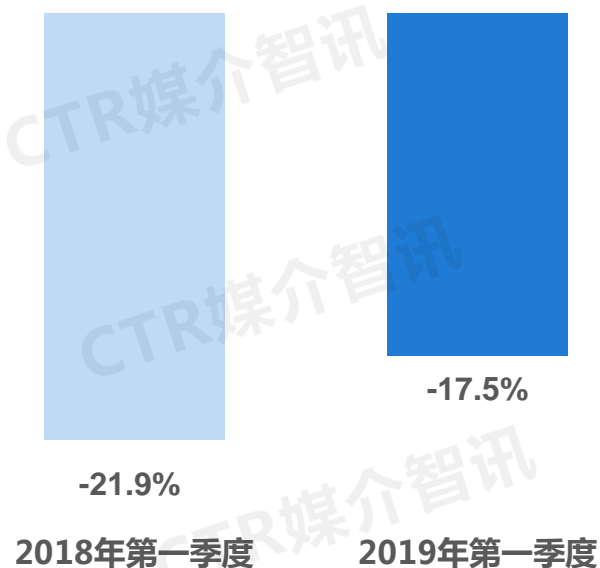


2019年第一季度传统户外广告的花费和面积

2018-2019年第一季度传统户外广告刊例收入变化

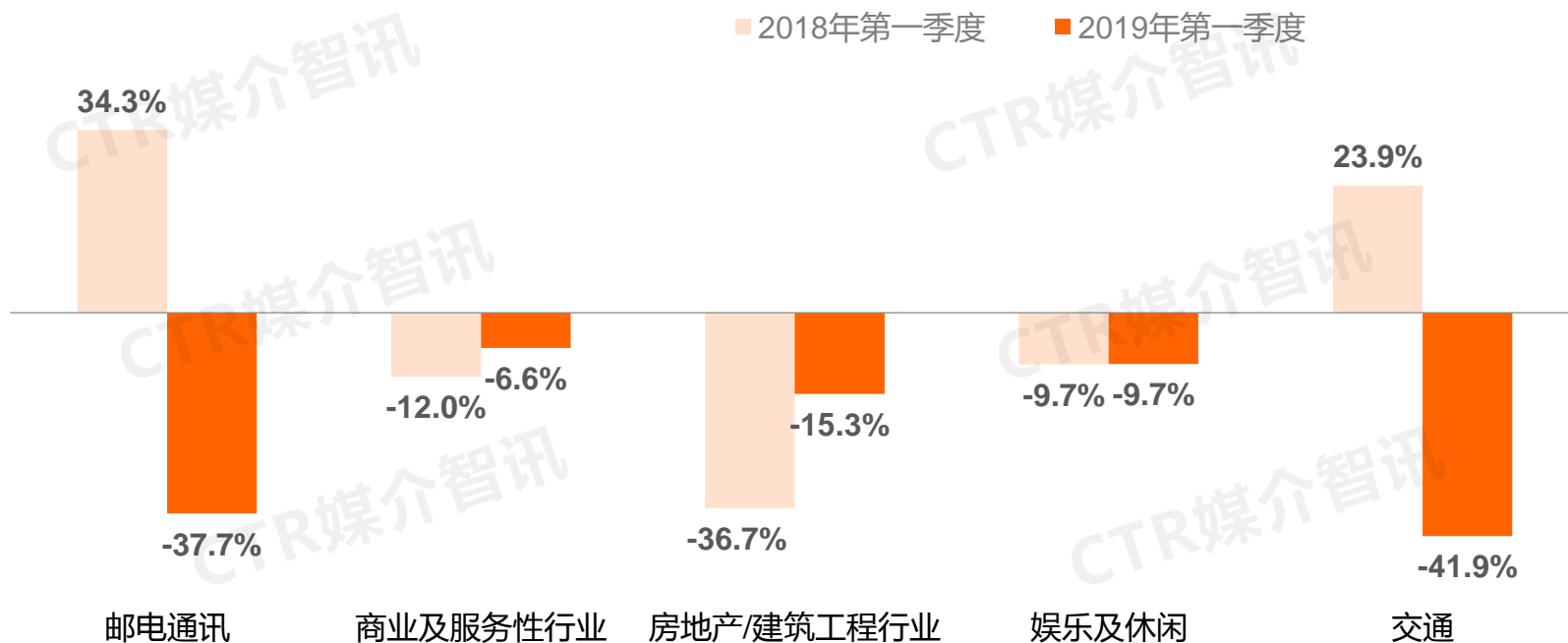


2018-2019年第一季度传统户外广告面积变化



2019年第一季度传统户外广告花费TOP5行业

2019年第一季度传统户外广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度传统户外主要行业花费前五品类的增幅

邮电通讯

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|---------|-----------------|
| 网络服务 | -38.3% |
| 通讯产品 | -46.8% |
| 全网服务 | -54.8% |
| 移动网络服务 | 160.0% |
| 数据多媒体服务 | 52.1% |

商业及服务性行业

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|-------------|-----------------|
| 零售服务 | -4.8% |
| 医疗/保健机构 | -13.1% |
| 教育/培训 | -1.3% |
| 商业及服务性行业-其它 | 85.7% |
| 美容美发美体服务 | -30.0% |

娱乐及休闲

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|------------|-----------------|
| 娱乐休闲服务 | -15.8% |
| 旅游/区域形象 | 17.7% |
| 体育用品及服务 | -20.1% |
| 娱乐及休闲-企业形象 | -46.2% |
| 娱乐及休闲系列产品 | -33.4% |

交通

| 品类 | 2019年 第一季度增幅 |
|---------|-----------------|
| 交通-其它 | -67.1% |
| 交通工具 | 2.9% |
| 交通-企业形象 | 209.9% |
| 机动车相关服务 | -11.4% |
| 交通运输服务 | -76.0% |



P 41

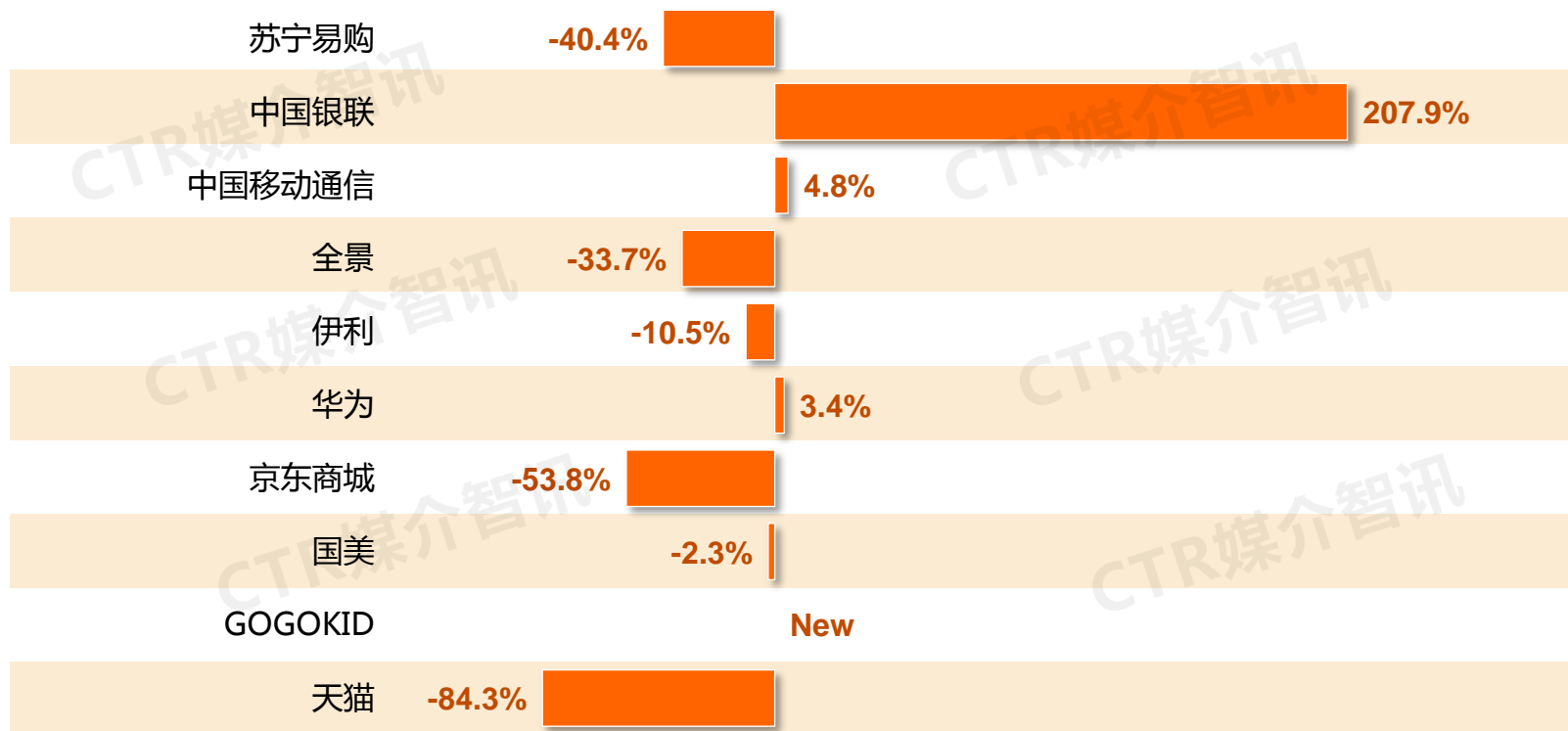
国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight

数据来源：CTR媒介智讯



2019年第一季度传统户外广告花费TOP10品牌

2019年第一季度传统户外广告花费TOP10品牌增幅



电梯电视广告



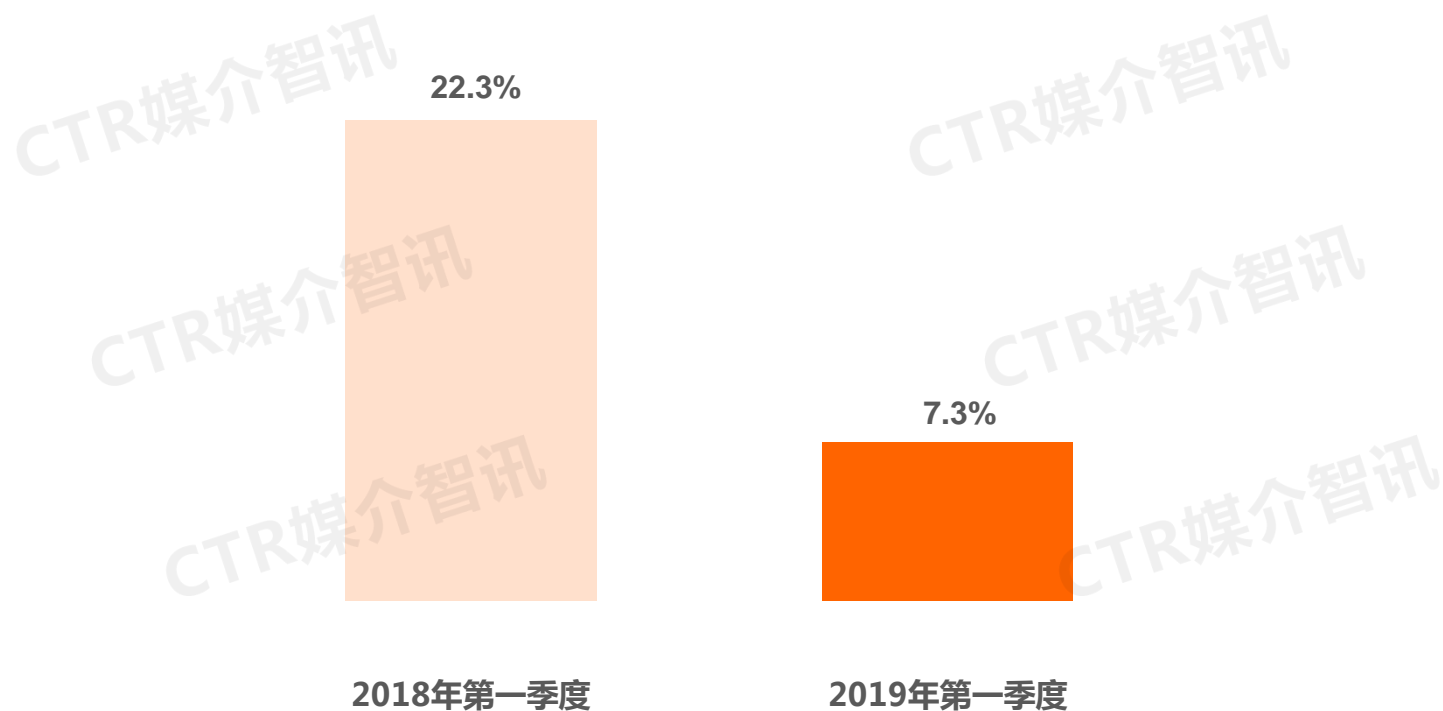
P 43

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



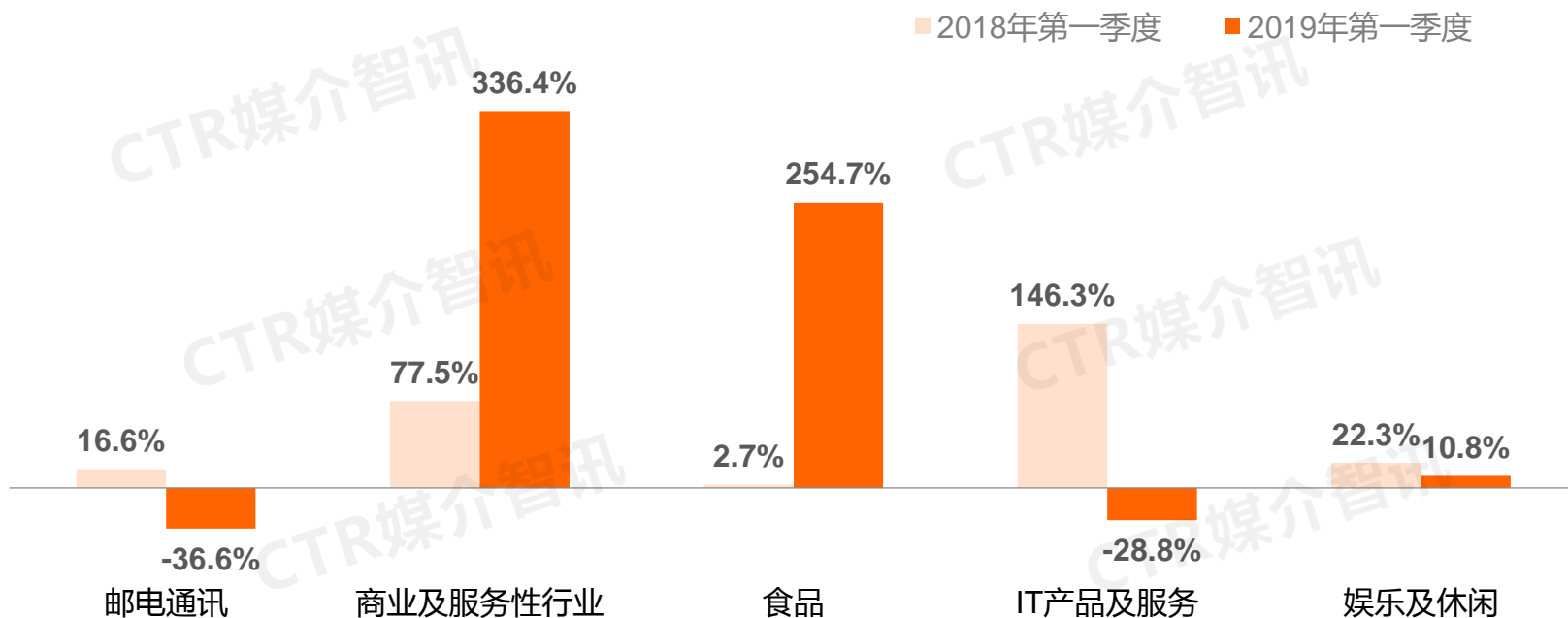
2019年第一季度电梯电视广告花费

2018-2019年第一季度电梯电视广告刊例收入变化



2019年第一季度电梯电视广告花费TOP5行业

2019年第一季度电梯电视广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度电梯电视主要行业花费前五品类的增幅

邮电通讯

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-----------|-------------|
| 网络服务 | -37.2% |
| 通讯产品 | -44.7% |
| 通讯类系列产品 | 650.8% |
| 电信运营商企业形象 | 40.1% |
| 数据多媒体服务 | 363.3% |

商业及服务性行业

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|--------------|-------------|
| 照相馆/婚纱照/冲印服务 | >1000% |
| 医疗/保健机构 | 428.4% |
| 零售服务 | -37.4% |
| 商业及服务性行业-其它 | 52.5% |
| 美容美发美体服务 | -82.2% |

食品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 食品类系列产品 | >1000% |
| 奶类产品 | New |
| 食品-企业形象 | >1000% |
| 食用油 | -62.8% |
| 保健食品 | -19.9% |

IT产品及服务

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|--------------|-------------|
| 移动客户端应用软件及服务 | -28.8% |
| 电脑软件与顾问服务 | -13.3% |
| IT产品及服务-企业形象 | 86.8% |
| IT产品及服务-其它 | -100.0% |
| 电脑外围设备 | -100.0% |



P 46

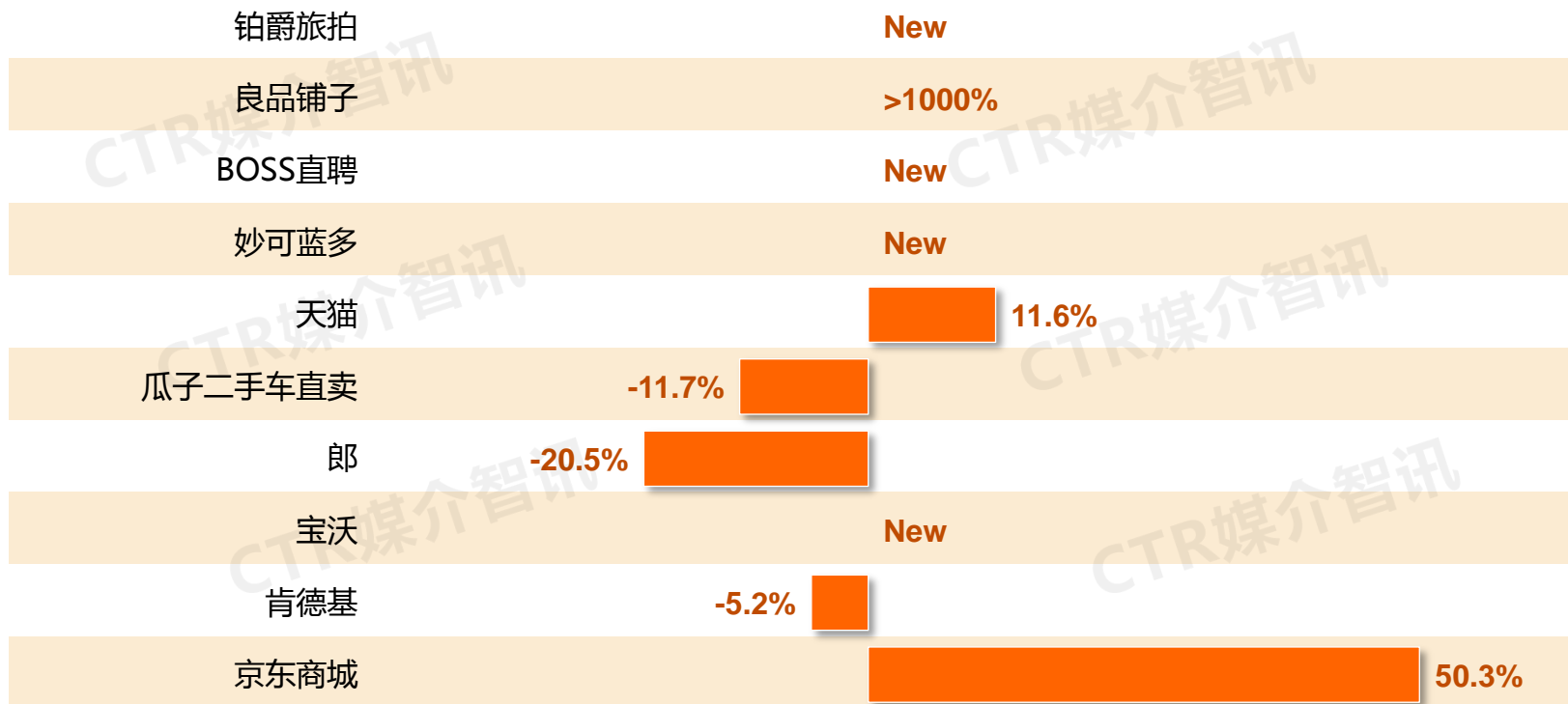
国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight

数据来源：CTR媒介智讯



2019年第一季度电梯电视广告花费TOP10品牌

2019年第一季度电梯电视广告花费TOP10品牌增幅



电梯海报广告



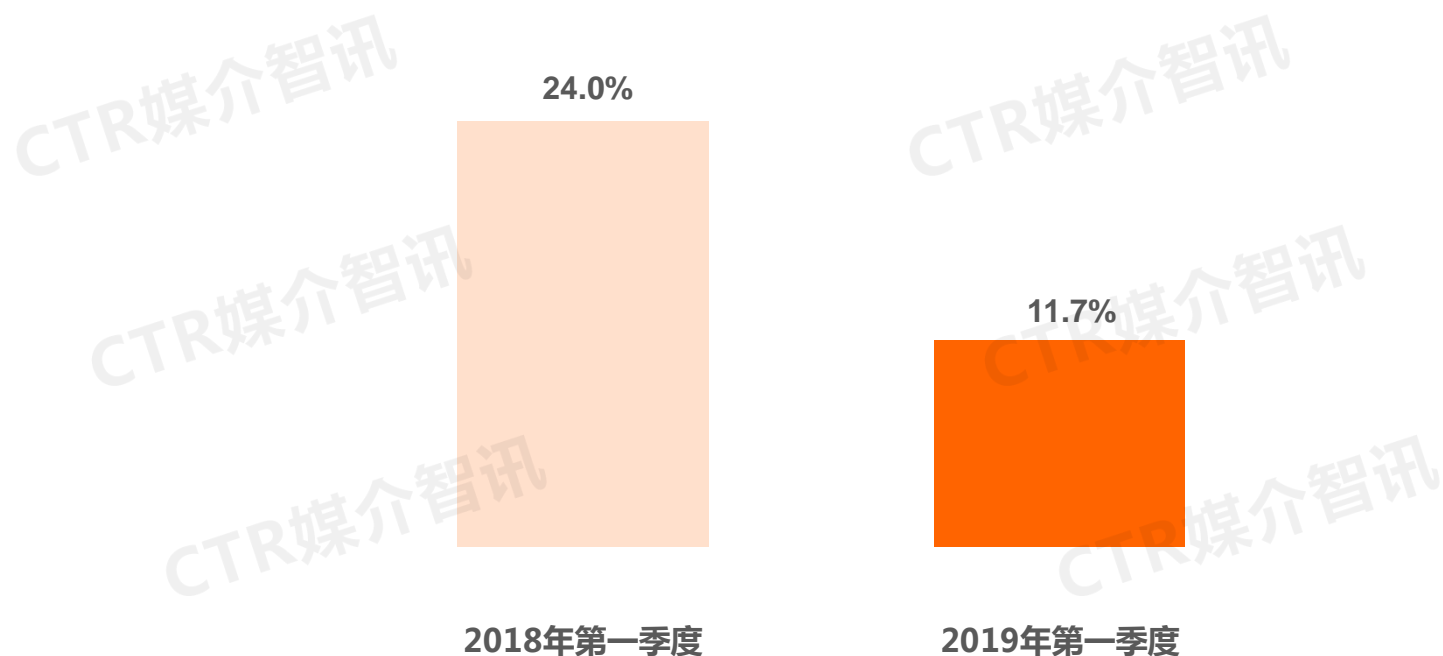
P 48

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



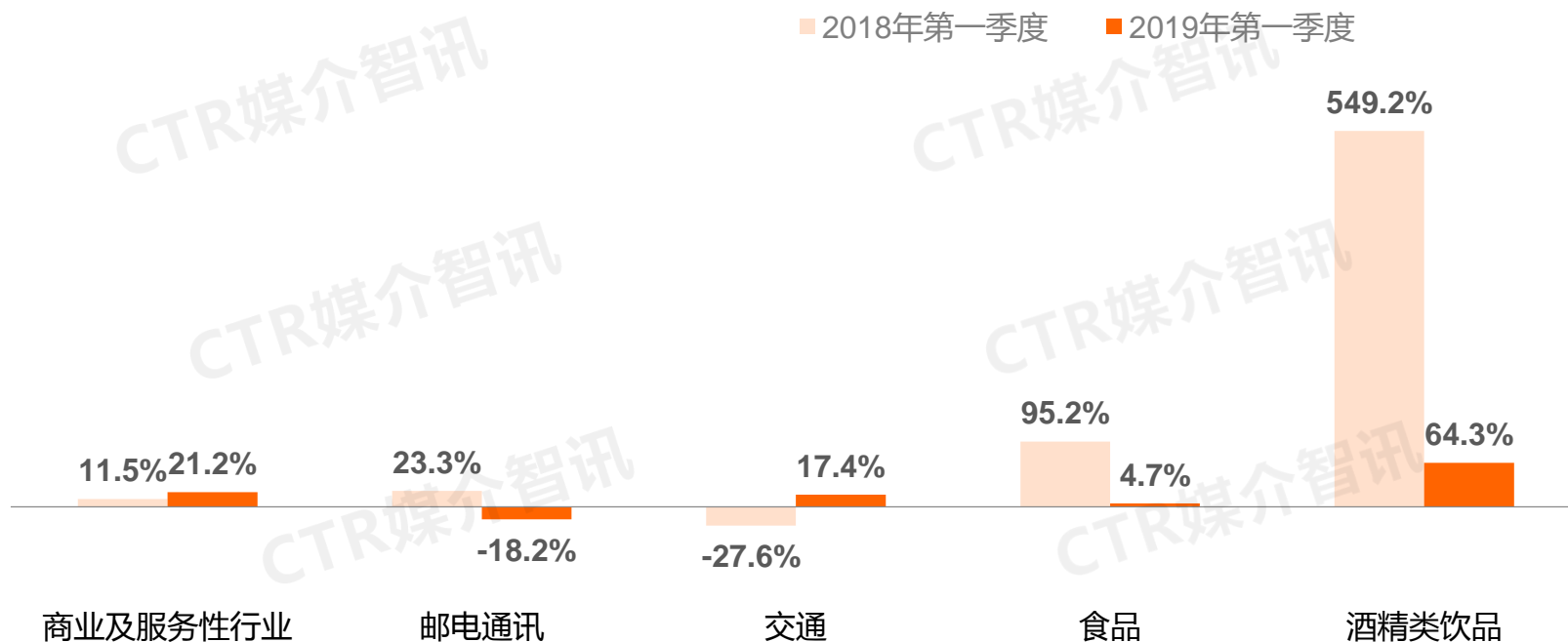
2019年第一季度电梯海报广告花费

2018-2019年第一季度电梯海报广告刊例收入变化



2019年第一季度电梯海报广告花费TOP5行业

2019年第一季度电梯海报广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度电梯海报主要行业花费前五品类的增幅

商业及服务性行业

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|--------------|-------------|
| 医疗/保健机构 | 45.5% |
| 零售服务 | -25.7% |
| 照相馆/婚纱照/冲印服务 | 950.4% |
| 美容美发美体服务 | 0.0% |
| 教育/培训 | -9.9% |

邮电通讯

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-----------|-------------|
| 网络服务 | -24.9% |
| 电信运营商企业形象 | 120.5% |
| 移动网络服务 | 64.9% |
| 全网服务 | >1000% |
| 数据多媒体服务 | 100.6% |

交通

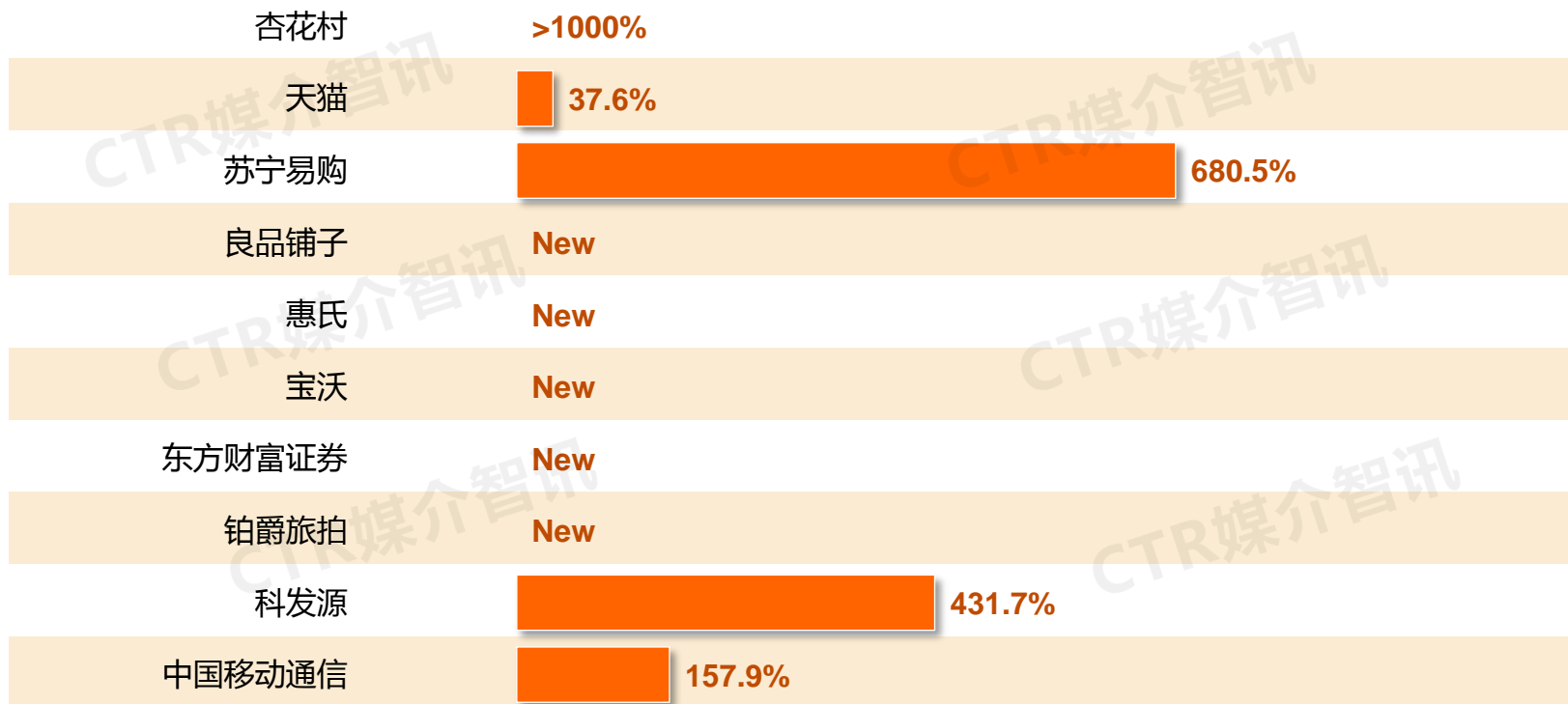
| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 交通工具 | 52.6% |
| 机动车相关服务 | -70.2% |
| 交通-企业形象 | -61.4% |
| 交通运输服务 | -76.4% |
| 交通-其它 | New |

食品

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 食品类系列产品 | >1000% |
| 保健食品 | 118.8% |
| 食品-企业形象 | 757.4% |
| 糕点饼干 | -79.1% |
| 零食糖果 | 189.9% |

2019年第一季度电梯海报广告花费TOP10品牌

2019年第一季度电梯海报广告花费TOP10品牌增幅



影院视频广告



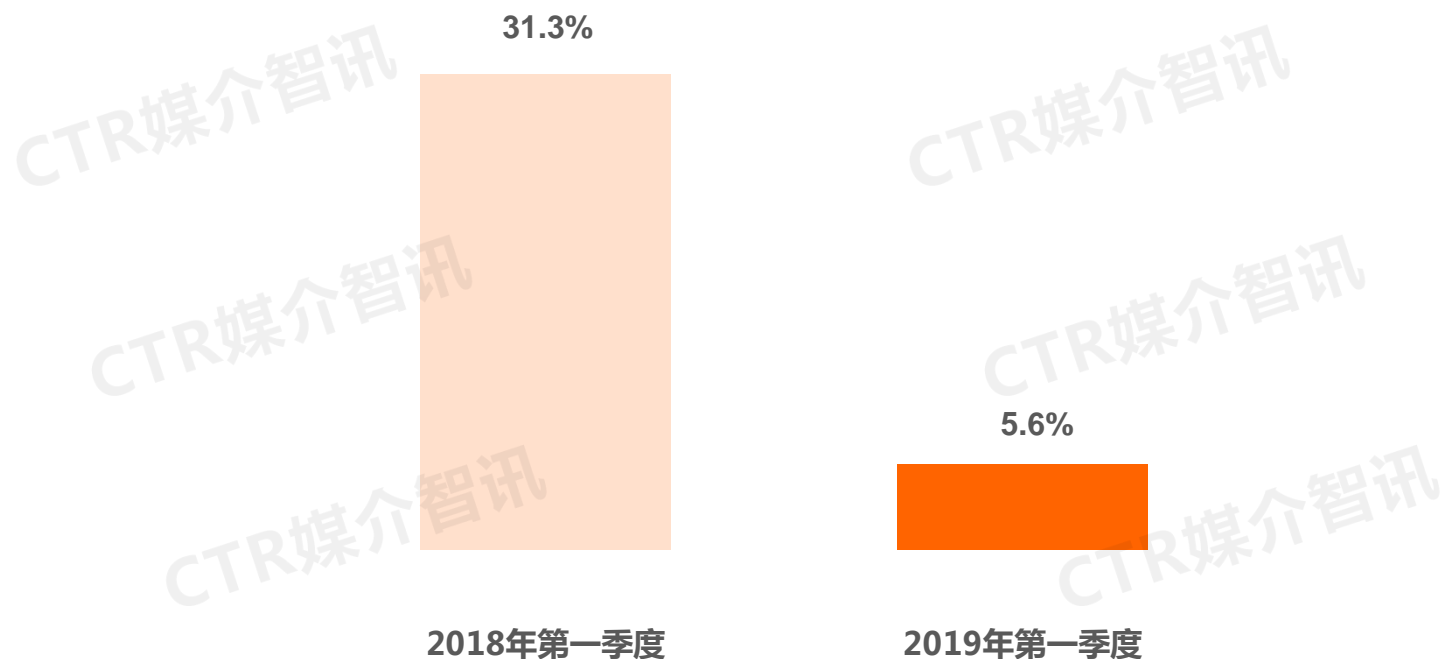
P 53

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



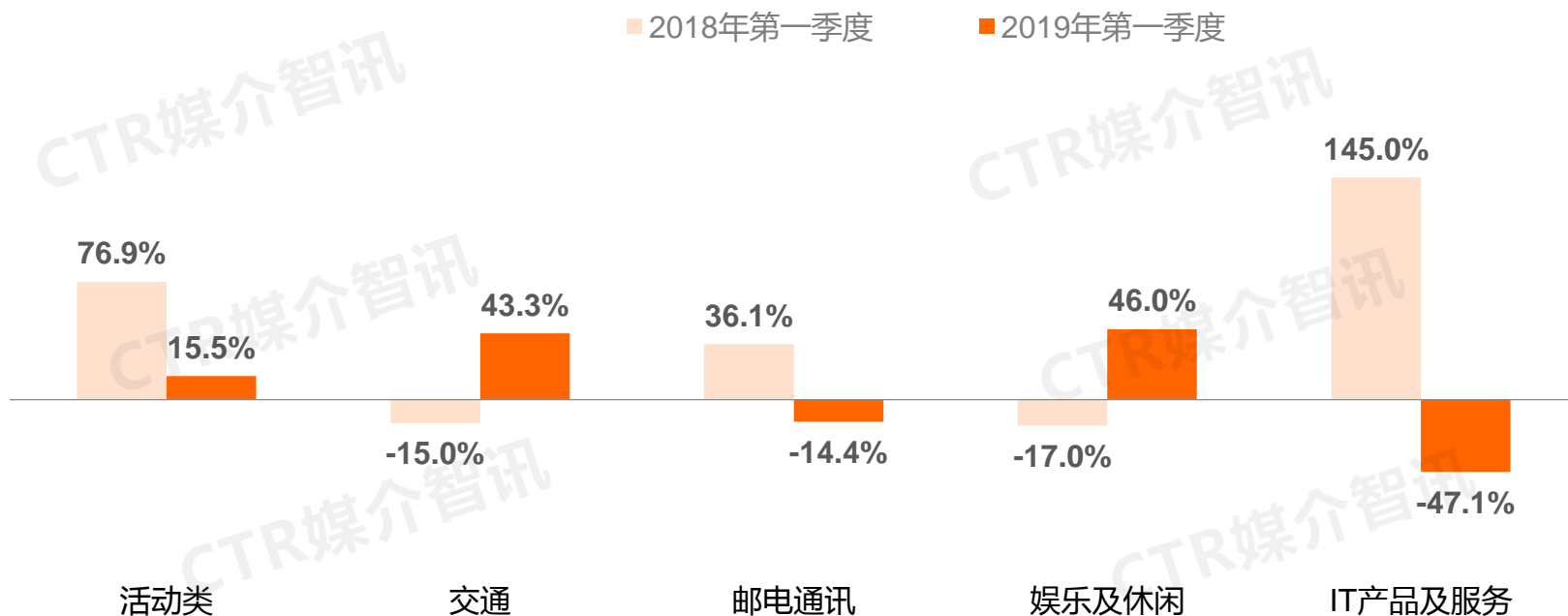
2019年第一季度影院视频广告花费

2018-2019年第一季度影院视频广告刊例收入变化



2019年第一季度影院视频广告花费TOP5行业

2019年第一季度影院视频广告刊例花费TOP5行业增幅



2019年第一季度影院视频主要行业花费前五品类的增幅

交通

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|---------|-------------|
| 交通工具 | 52.6% |
| 交通运输服务 | 34.9% |
| 交通-企业形象 | 630.1% |
| 机动车相关服务 | 64.8% |
| 交通系列产品 | -98.8% |

邮电通讯

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|-----------|-------------|
| 网络服务 | -30.2% |
| 通讯产品 | 63.2% |
| 电信运营商企业形象 | -16.6% |
| 通讯-企业形象 | New |
| 全网服务 | -42.7% |

娱乐及休闲

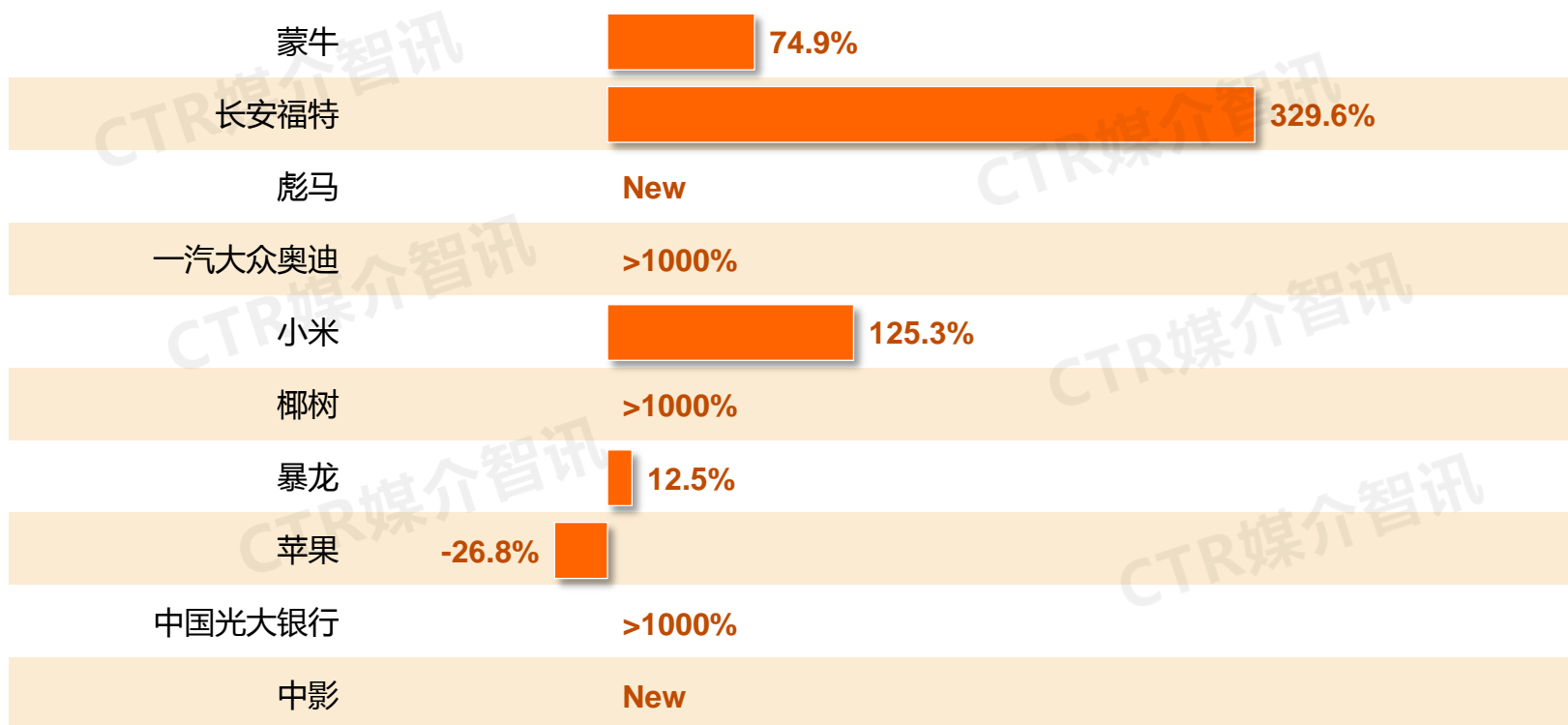
| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|------------|-------------|
| 娱乐及休闲-企业形象 | 145.7% |
| 娱乐休闲服务 | 31.0% |
| 体育用品及服务 | -24.8% |
| 旅游/区域形象 | 47.8% |
| 玩具/电子游戏机 | 75.5% |

IT产品及服务

| 品类 | 2019年第一季度增幅 |
|--------------|-------------|
| 移动客户端应用程序及服务 | -52.2% |
| IT产品及服务-企业形象 | 16.6% |
| 电脑 | -45.5% |
| 数码产品 | 68.9% |
| 电脑软件与顾问服务 | -59.4% |

2019年第一季度影院视频广告花费TOP10品牌

2019年第一季度影院视频广告花费TOP10品牌增幅



互联网广告



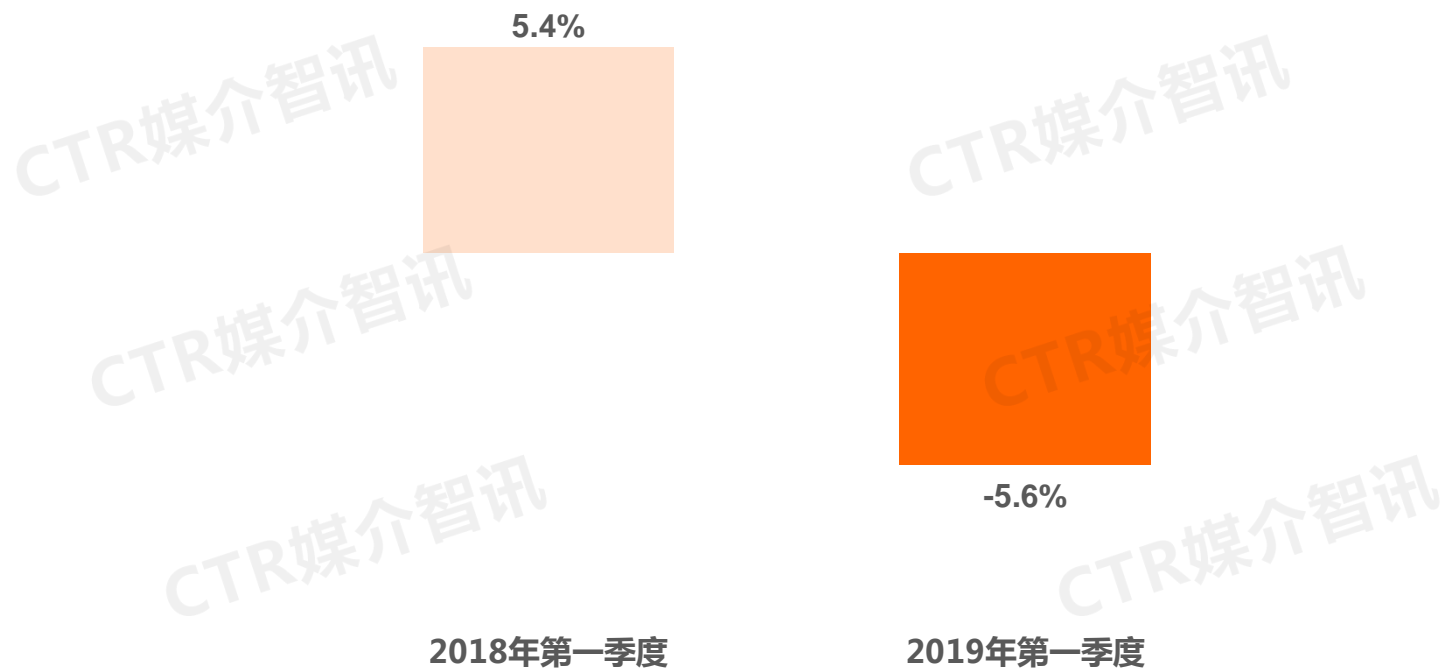
P 58

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



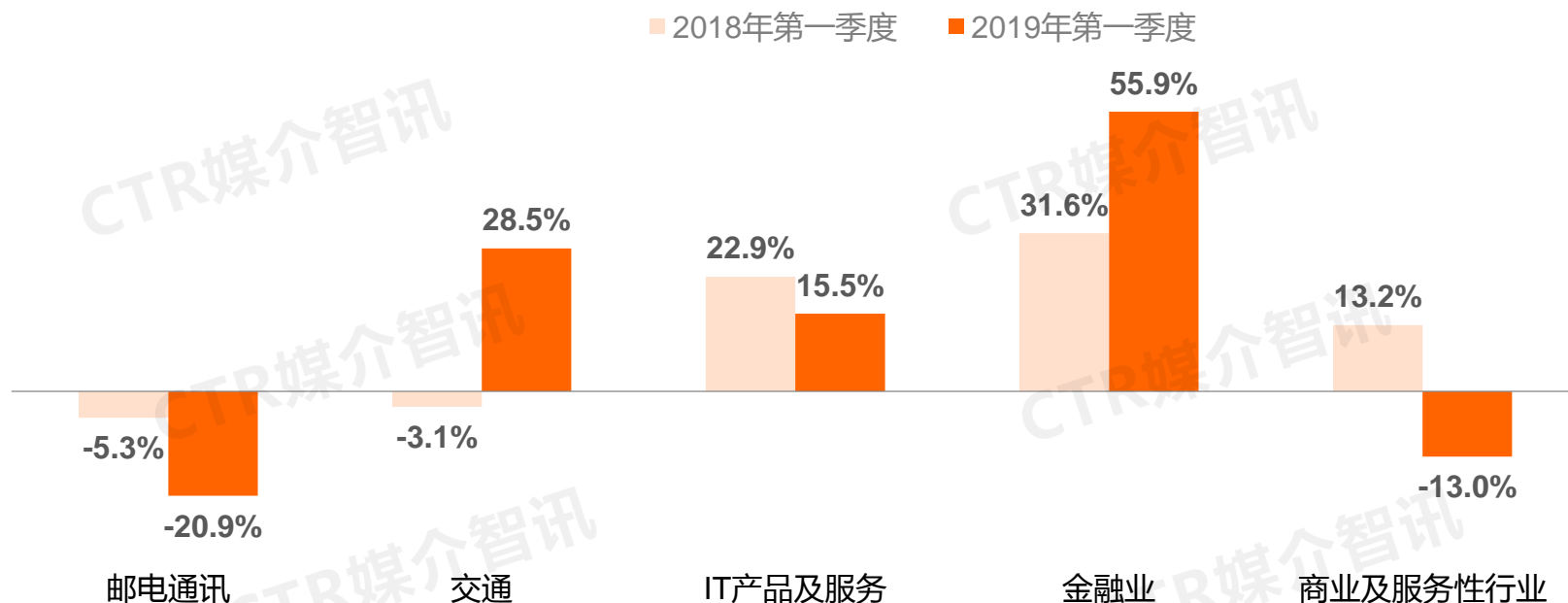
2019年第一季度互联网广告花费

2018-2019年第一季度互联网广告刊例收入变化



2019年第一季度互联网广告花费TOP5行业

2019年第一季度互联网广告刊例花费TOP5行业增幅



关于CTR媒介智讯



P 61

国际视野 洞察中国 | Global Perception , China Insight



360°营销传播监测

Tracking of all kinds of contents across all touchpoints

始于1995年

全媒体广告监测

- 第三方广告监测报告
- 广告监测数据库
- 广告创意素材库

全媒体舆情监测

- 新闻与公关监控
- 口碑与社交分析
- 品牌态度追踪

品效分析与评估

- 广告策略与效果研究
- 植入式广告效果评估
- 媒体测量与评估
- 媒体印象研究

数据化解决方案

- 广告投放考核与管理
- 户外媒体资源管理
- 内容营销控制与管理

拥有完全自主的覆盖网络

统一管理

标准化执行

节约客户成本

一线城市：北京.上海.广州

华北：天津.石家庄.太原

东北：沈阳.哈尔滨.长春.大连

华东：南京.杭州.福州.合肥.济南.青岛.南昌.温州

中南：武汉.郑州.厦门.南宁.海口.深圳.佛山

西北：西安.兰州.乌鲁木齐.呼和浩特

西南：成都.重庆.贵阳



分公司

办事处



便捷的数据服务平台

Ctrmi.com

客户服务在线平台

AD Bank

广告版本素材库



AD Search 电视广告串播查询系统



AdEx® Power 广告监测数据统计分析软件



Infosys OOH 户外视频媒体收视测量体系

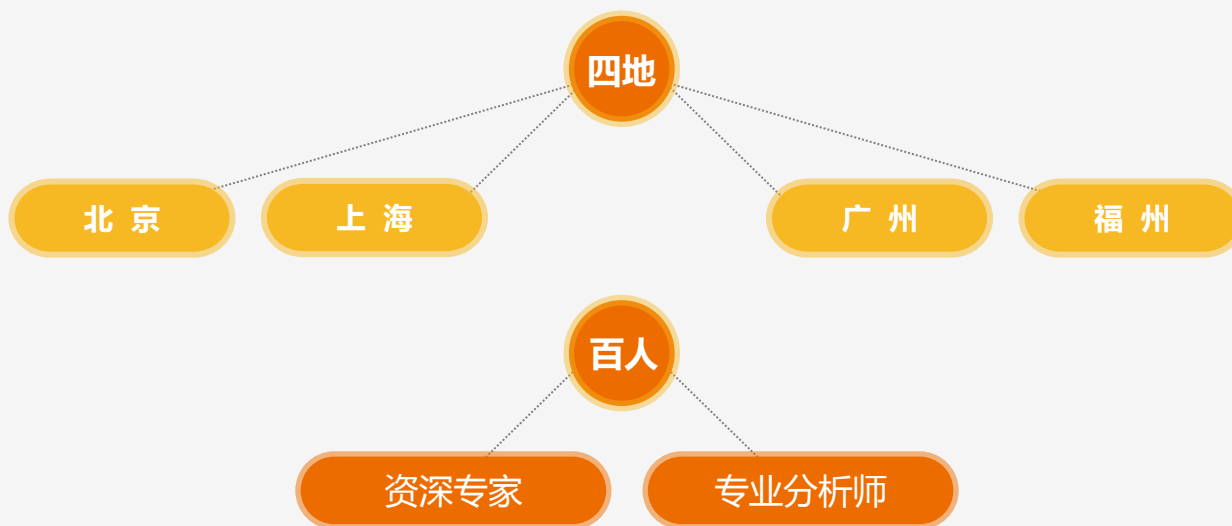


65

国际视野 洞察中国 | Global Perception, China Insight



专家智囊团的支持



- ✓ • 传播学、广告学、社会学、心理学、统计学、市场营销等专业背景
- ✓ • 70%：硕士及以上学历
- ✓ • 30%：海外学习经历
- ✓ • 丰富的实战经验

我们的客户





Thank you !



国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight

www.ctrchina.cn

