

国际视野 洞察中国

Global Perception, China Insight

CTR媒介智讯： 2023年广告市场观察（半年报）

微信关注“CTR媒介动量”，了解更多广告营销信息





广告营销市场新闻快报





01

CTR动态

1. CTR深度参与2023中国广电媒体融合发展大会

6月28-29日，第三届中国广电媒体融合发展大会在京举办，CTR总经理赵梅受邀出席省级媒体容媒体平台创新传播论坛并做主题演讲，提出了深化公共职能、拓展服务范围、创新经营模式等“新闻+服务”的价值创新路径等洞察。同时，CTR主办融媒创新营销：重构与整合分论坛，论坛围绕主流媒体融合创新营销模式、媒体服务新业态等话题CTR总经理助理姜涛以《主流媒体融合创新经营模式》为题发表主旨演讲。

多位融媒机构一线负责人及业内专家学者，从IP营销、媒体智库、“媒体+生活”、数字技术、全案服务等角度进行了分享和研讨。

2. CTR凯度消费指数发布2023品牌足迹中国市场之五大类别增长最快的前五品牌榜单

近日，CTR凯度消费指数发布2023品牌足迹中国市场之五大类别增长最快的前五品牌榜单，报告指出各细分品类，名列前五增长最快的品牌中，中型品牌占主导。在乳类制品和家居护理类中，小型品牌（渗透率不到10%）凭借获得新消费者占据一席之地。

3. CTR凯度消费指数发布中国快速消费品市场品牌排名

近日，CTR凯度消费指数发布了2023年全球品牌足迹报告的中国快速消费品市场品牌排名。伊利、蒙牛、康师傅、海天在2022年稳居前四，充分显示头部品牌在中国消费家庭的核心渗透能力和韧性。这些品牌凭借其不断提升的品牌力、渠道力和产品创新能力，持续保持着与消费者深入的心智连结。与此同时，食品类品牌金龙鱼，与生活用纸品牌心相印进入前十榜单。其中，维达和心相印也同时进入2022年增长最快的前十品牌之列。CTR认为随着疫情后生活常态的回归，消费者对于刚需类产品以及囤货需求势必减量，但他们对健康，悦己、便利的需求仍然会持续。无论是头部品牌，还是新兴品牌，都需要考虑如何在经济承压、人口结构变化和快速变化的零售环境下，实现营销投资最大化，持续获得向上的品牌增长动力。



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯



02

广电及媒体动态

1. 互联网广告标准联合工作组第十一次会议成功召开

2023年6月28至6月29日，由中国广告协会（CAA）和中国通信标准化协会（CCSA）联合举办的互联网广告联合工作组（CAA/CCSA JWG）第十一次会议在青海西宁成功召开。本次会议围绕互联网广告业务中投放监测、数据分类分级、个人信息保护等多个方向，对《互联网广告 投放监测及验证要求》《互联网广告 个人信息告知同意指南》《数字户外联网屏广告投放监测技术要求》等21项标准项目及《互联网广告 生成式人工智能创意素材溯源元数据管理指南》等2项立项进行了充分讨论。

根据讨论结果，通过了《互联网广告投放监测及验证要求》《互联网广告 数据分类分级指南》2项标准进入报批稿；通过了《互联网广告 第三方监测数据传输接口技术规范》协会标准征求意见稿，进入了送审稿，以及其他意见稿形成、项目和课题立项。

<https://mp.weixin.qq.com/s/FcAcnpmxULFqbQT2Rhp3cg>

2. 中央广播电视总台亚太总站新址启用

在习近平主席视察香港一周年和香港特别行政区即将迎来成立26周年之际，中央广播电视总台亚太总站新址6月30日在香港正式启用。中宣部副部长、中央广播电视总台台长慎海雄出席启用仪式。香港特别行政区商务及经济发展局局长丘应桦、中央人民政府驻香港特别行政区联络办公室宣传文体部副部长张国义以及香港各界有关人士出席。

新启用的亚太总站新址总面积约1770平方米，位于香港九龙红磡海滨，具备包括电视、广播、新媒体等多业态融媒体节目生产能力，灵活适配新闻发布及媒体活动的场所使用需求。

<https://mp.weixin.qq.com/s/6pHUIRsTktc2MbqaJxRX1g>

3. 全面解析湖南广电双平台深度融合1+1 > 2

6月下旬，时隔7年的综艺节目《全员加速中2023》上线，首期节目播出即霸屏。这些现象级的新节目、新技术，都出自湖南卫视、芒果TV融合后的手笔，更深度融合了集团布局数年的虚拟制作厂牌芒果幻视的能力。湖南卫视、芒果TV深度融合取得实质性进展，打造了全行业独一无二的双平台。

https://mp.weixin.qq.com/s/b7MuPfmPZ_DvgXdJsKbQBw



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

4. 中央广播电视总台CGTN英语频道将正式在香港落播

7月1日起，中央广播电视总台CGTN英语频道将正式在香港电台公共数字电视平台落播，并与总台央视综合频道、CGTN纪录频道同步上线香港电台新媒体平台，为香港同胞带来更多丰富贴近的新闻报道和视听精品内容，传递祖国发展和新时代脉搏的最强音。

<https://mp.weixin.qq.com/s/uyn2gojpE8Y4kA-Cf7T4uw>

5. 快手成为杭州亚运会赛事点播持权机构、杭州亚组委指定短视频分享平台

7月17日，快手宣布与中央广播电视总台达成合作，获得杭州2022年第19届亚运会视频点播及短视频权利，成为总台杭州亚运会赛事持权转播商，并与杭州亚组委签约，成为杭州亚运会官方指定短视频分享平台。这是继成为“双奥”持权转播商后，快手再次拿下国际体育赛事版权。亚运会期间，快手将从赛事内容、运动员报道、互动玩法等多维度发力，全景呈现赛场内外精彩瞬间。

<https://mp.weixin.qq.com/s/QEdEzMmezXpCvPBfeXMeLw>

6. B站新动作：用播放“时长”取代“次数”

前不久的B站14周年庆上，B站董事长兼CEO陈睿对外宣布：B站未来将以播放分钟数代替播放次数，以作为站内视频的主要外显数字。预计在7月6日左右完成更新，届时代表播放次数的图标将会改为一个时钟。播放时长指的是观众累计观看该视频的时间。在国内，将“播放分钟数”作为外显数据属于首创。

https://mp.weixin.qq.com/s/b7MuPfmPZ_DvgXdJsKbQBw

7. 微信广告上线看一看焦点卡片广告

微信广告上线看一看焦点卡片广告，新增阅读人群触达场景。从微信发现页进入“看一看”后，“在看”页置顶焦点图位置全天展示品牌广告。同时，看一看场景原生的品牌内容集合落地页支持一站式展示品牌视频号、公众号、小程序等内容，并支持用户对品牌进行“在看”表态，提升广告分享和传播，为品牌提供营销新选择。

<https://mp.weixin.qq.com/s/0sHlhppuRdFZuHeWfBdl1Q>



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯



03

广告营销动态

1. 蒙牛打造个性化营养生活服务平台



随着数字化技术的迅速发展，品牌和消费者的对话路径日渐多元化，数字化成为了品牌营销中的关键词。如何利用数字化技术提高品牌营销效果转化，成了品牌营销升级的重点方向。全新上线的蒙牛生活家会员中心，蒙牛旗下七大品牌（蒙牛纯牛奶、纯甄、真果粒、未来星、早餐奶、新养道、酸酸乳）消费一站式累计积分，用户通过参与品牌活动，玩游戏、阅读相关内容来获取营养值。积分和营养值可在「礼兑乐园」兑换心仪好物，实现全链路闭环。

<https://mp.weixin.qq.com/s/pkFqCluIVzLxJbNdKnI>

qx4

2. “多巴胺”火成现象级营销，茶饮和咖啡品牌都坐不住了？

微信指数显示，从5月份开始，“多巴胺”词条热度一路走高，数次破亿。小红书相关笔记378万+，抖音话题“多巴胺女孩穿搭”数据近百亿。饮品圈也不例外，瑞幸、益禾堂、库迪、书亦烧仙草、眷茶……有推出多巴胺限定产品，有的做多巴胺营销，从多巴胺咖啡、多巴胺茶饮，到多巴胺推荐菜单、多巴胺周边，调动起所有的玩法。

后疫情时代，人们需要情绪出口。多巴胺风格营造出的“自由、勇敢做自己”的氛围，满足了这种情绪需求。更重要的是，多巴胺与茶饮、咖啡存在天然的适配度。

https://mp.weixin.qq.com/s/MivEpycyhyW77ILLa_ObaA



3. 东风日产推文创白酒

东风日产近日推出了二十周年限定白酒——热爱二十，长长久酒”，以全新的视角，去探寻用户的需求，与用户共同举杯同贺过去二十年的精彩。

这款文创白酒以独特的造型设计，为用户带来了惊喜。瓶身造型创意取自“东风日产舒适大沙发”，以等比缩小的沙发造型，展现出了东风日产的创意和匠心。磨砂的玻璃瓶身、汽车座椅同色的菱形网格设计、真皮包裹，处处都彰显出了东风日产的用心。无论是在外观还是造型上，都让人大为赞叹。

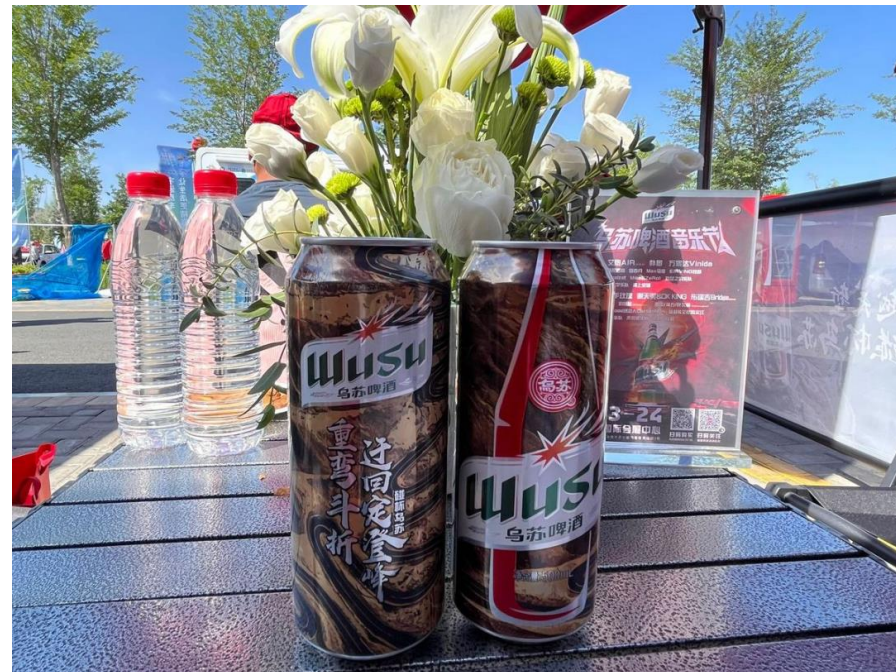
<https://www.163.com/dy/article/I9H79D8105522T8A.html>



4. 乌苏啤酒发布风景罐

近日，在2023年独库公路通车节活动上，乌苏啤酒举行新品上市发布仪式，推出乌苏啤酒风景罐系列产品，罐身为“独库公路”和“盘龙古道”美景。作为乌苏啤酒助推新疆旅游的举措之一，风景罐将在全国销售，助力新疆美景“硬核”出圈。

<https://mp.weixin.qq.com/s/RERRjzRBgklUBUwJsIOSQA>





04

行业动态

1. 6月全国白酒价格指数上涨

全国白酒价格调查资料显示，6月份全国白酒月环比价格指数为100.07，上涨0.07%。其中名酒环比价格指数为100.07，上涨0.07%；地方酒环比价格指数为100.15，上涨0.15%；基酒环比价格指数为99.92，下跌0.08%。

从月定基价格指数看，6月份全国白酒月定基价格指数为110.68，上涨10.68%。其中，名酒定基价格指数为114.20，上涨14.20%；地方酒定基价格指数为106.24，上涨6.24%；基酒定基价格指数为108.09，上涨8.09%。

<https://mp.weixin.qq.com/s/so3sitVNCLdX0Hi7tOUsQA>

2. 酒企频跨界，扩大消费群体

近日，舍得酒业联合圣悠活共同推出的冰淇淋产品在盒马APP上市，引发市场关注。同时，洋河股份、泸州老窖等酒企纷纷跨界进入冰淇淋赛道。此外，多个酒企跨界文旅行业，探索打造“白酒+旅游”IP。业内人士表示，白酒产业从增量发展进入存量竞争时代，酒企通过文化引领、消费体验提升等跨界融合动作，扩大消费群体。

<https://mp.weixin.qq.com/s/gOBncB1PlXztI0eaUszbpQ>

3. 五粮液“和美全球行”启动仪式暨法国站活动举行

7月10日，五粮液“和美全球行”启动仪式暨法国站活动在巴黎开启。五粮液“和美全球行”，是以“和美”为主题的跨国文化交流活动，旨在通过文化、艺术、时尚等多元形式，向世界展示白酒文化，推动以白酒为代表的中华优秀传统文化走向世界，助力全球不同文明交流融合、和美共生。未来，“五粮液和美全球行”还将奔赴澳洲、美洲、东南亚等地，以美酒这一穿越历史、跨越国界的世界语言，探索与不同文明互鉴互赏的更多创新表达方式，为不同国度、不同文明架起醇香之桥，让全球消费者在美酒的浓香中相融相通，共同体验和美、创造和美、共享和美。

<https://mp.weixin.qq.com/s/yrlU9umJBfPBLbPmyGtzVQ>



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

4. 西藏年产30万吨啤酒建设项目奠基

7月5日，一年产30万吨啤酒建设项目奠基仪式在西藏拉萨经开区举行，标志着该项目进入实质性建设阶段，对推动西藏传统食品业快速发展、帮助农牧民增加收入及推动拉萨经开区的经济社会发展具有重要意义。

据了解，该啤酒建设项目总投资额近14亿元，预计项目投产后，每年产值将接近20亿元，税收将达到近两亿元，直接解决就业人口近300人。项目将整合高原特色啤酒、威士忌生产、时尚酒吧、工业文化观光旅游等多个业态，打造一流的高端、智能、绿色生产和文化旅游体验基地，使其成为拉萨市的一张新名片。

<https://mp.weixin.qq.com/s/so3sitVNCLdX0Hi7tOUUsQA>

5. 中国啤酒行业首个人文艺术展将登场

据华润雪花近日介绍，7月7日-9日，由其跨界携手中国酒业协会及青年艺术100打造的中国啤酒行业首个人文艺术展将在2023中国“乐啤派对”啤酒文化节上闪亮登场。华润啤酒高端品牌将在活动上集中亮相。

<https://mp.weixin.qq.com/s/gOBNcB1PIXztl0eaUszbpQ>

6. 小红书联合德勤发布白皮书《2023汽车行业营销新增量探索》

在7月7日由中国汽车工业协会主办的「2023中国汽车论坛」上，小红书联合德勤发布白皮书《2023汽车行业营销新增量探索》（下文简称「白皮书」），小红书商业耐消行业群总经理昂扬分享了小红书在汽车行业的营销思考与实践。

通过深度分析当前汽车行业的营销困境和增量机会，提出车企直面用户「三步法」，并呼吁车企与平台共建更深层次、更长周期的用户关系，共同探索互信互联模式下巨大的商业潜力与营销新增量。

<https://mp.weixin.qq.com/s/dEK3BeWv-z-sJ6wCfZ0MLA>

7. 1-6月汽车产销同比分别增长9.3%和9.8%

1-6月，汽车产销分别完成1324.8万辆和1323.9万辆，同比分别增长9.3%和9.8%。乘用车产销分别完成1128.1万辆和1126.8万辆，同比分别增长8.1%和8.8%。新能源汽车产销分别完成378.8万辆和374.7万辆，同比分别增长42.4%和44.1%，市场占有率达到28.3%。

<https://mp.weixin.qq.com/s/Yd5sCSupLtvFQe1FPEmeRA>



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

8. 吉利与雷诺集团签署合资协议，共同打造动力总成技术公司

7月11日，据吉利控股集团消息，吉利控股集团和吉利汽车控股有限公司与雷诺集团签署了一项50:50的约束性合资协议，成立一家新公司，在全球范围内研发、制造和供应混合动力总成和燃油动力总成。沙特阿美于2023年3月2日与吉利和雷诺集团签署了投资意向书，目前正在评估于2023年下半年对这家新动力总成技术公司进行战略投资。

<https://mp.weixin.qq.com/s/Tr3nJEA5xzXXyx4fuVhBAw>

9. 长安汽车与腾讯签署深化战略合作协议

7月11日，长安汽车与腾讯在重庆签署深化战略合作协议。双方将在此前合作基础之上，围绕智能座舱、导航及地图、自动驾驶、海外生态、企业数字化转型等多领域加强合作，共同推动更高质量的数字化转型，助力长安汽车拓展海外市场。

<https://mp.weixin.qq.com/s/Tr3nJEA5xzXXyx4fuVhBAw>

10. 深蓝汽车加入“品牌强国工程”，领跑新能源汽车产业发展

6月27日，深蓝汽车首次加入中央广播电视总台“品牌强国工程”，荣膺“民族新能源汽车领跑品牌”，为民族新能源汽车品牌突破向上强劲赋能，共同奏响品牌强国交响曲。此次深蓝汽车加入中央广播电视总台“品牌强国工程”，将在爆款IP内容共创、黄金媒体资源传播等层面深度合作，全面提升深蓝汽车认知度并夯实口碑，引领品牌持续向上。

https://mp.weixin.qq.com/s/sy8FJ--EX_wXnad3KuR2Hw

11. 中国移动宣布打造全球最大规模云终端产品体系

6月29日，以“繁星璀璨，智算未来”为主题的中国移动云算终端产业合作论坛在上海举行。会上，中国移动首次全面阐释“3+2+1”云算业务产品体系和算力套餐，“3”是打造云手机、云电脑、移动云高清三款瘦终端产品。“2”是打造旺铺算力主机、家庭算力主机两类胖终端。“1”是实现算力纳管调度和支撑业务运营的统一底座。

<https://mp.weixin.qq.com/s/Kug0mDJT6IMBKihINAgVAq>



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

12. 中国移动升级全家Wi-Fi服务

近日，中国移动率先推出“智能组网”服务，通过专业的家庭Wi-Fi环境测评、组网方案设计、专业终端适配、调测部署服务，以实现Wi-Fi覆盖更优、上网更稳更快，解决用户“最后10米”上网问题，确保用户随时随地拥有高品质的上网体验。

<https://mp.weixin.qq.com/s/-7zyBH1INPwmQ2PkvB0Vlw>

13. 中国联通发布图文大模型，可实现以文生图、视频剪辑

上海世界移动通信大会期间，中国联通发布图文大模型“鸿湖图文大模型1.0”。中国联通称，鸿湖图文大模型是首个面向运营商增值业务的大模型。据了解，鸿湖图文大模型目前拥有8亿训练参数和20亿训练参数两个版本，可以实现以文生图、视频剪辑、以图生图等功能。

<https://mp.weixin.qq.com/s/uyn2gojpE8Y4kA-Cf7T4uw>

14. 暑期游消费新风尚：跟着课本去旅行

日前，美团、大众点评发布数据显示，暑期旅游热潮拉开序幕，学生群体的长线游玩出了新花样，高中毕业生带火了“跟着课本去旅行”的消费新风尚。包括滕王阁、岳阳楼等景区在内，文化类景点、研学线路热度居各类旅游产品前列。

https://mp.weixin.qq.com/s/PDhtTzrzY8Elo1_s6nB3KQ

15. 我国文化产业实现营收16.55万亿元 同比增加1698亿元

6月29日，国家统计局发布2022年全国文化及相关产业发展情况报告。报告显示，2022年，我国文化产业实现营业收入165502亿元，比上年增加1698亿元，增长1.0%。分产业类型看，文化批发和零售业、文化服务业分别实现营业收入29169亿元和84401亿元，比上年增长3.0%和1.7%；文化制造业实现营业收入51932亿元，比上年下降1.1%。

https://mp.weixin.qq.com/s/h96O02QIIYFk8WVMi_NaQg



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

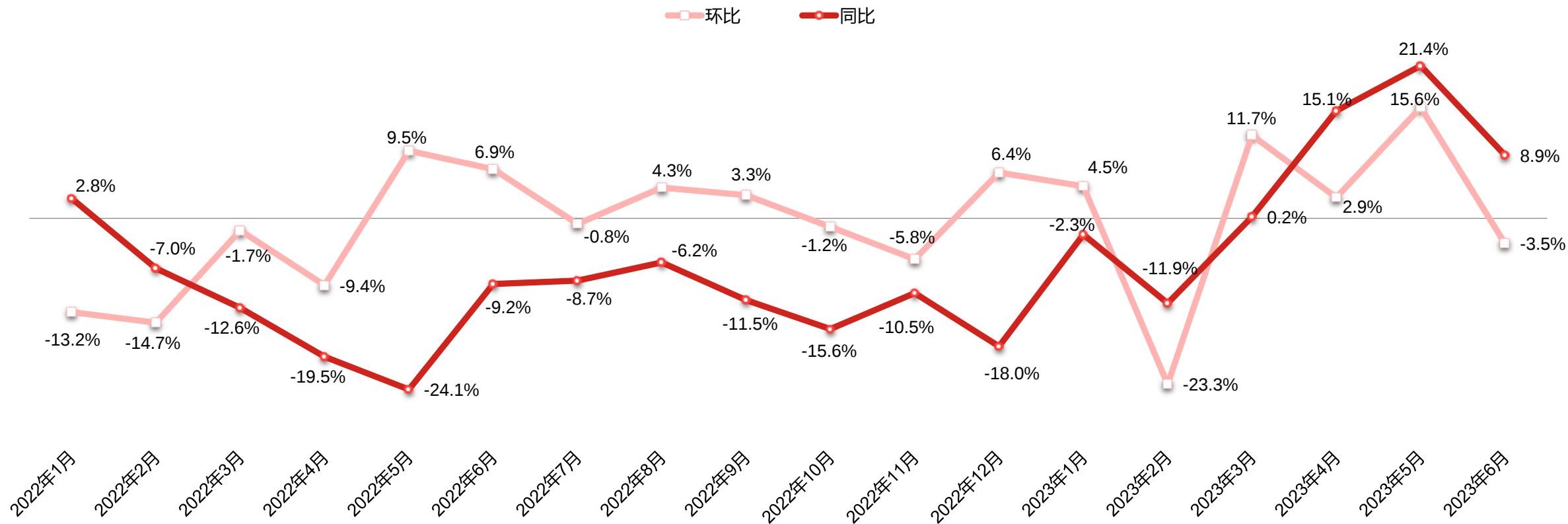


广告市场数据概览



整体市场：2023年6月广告同比**上涨8.9%**

2022年1月-2023年6月分月广告花费变化

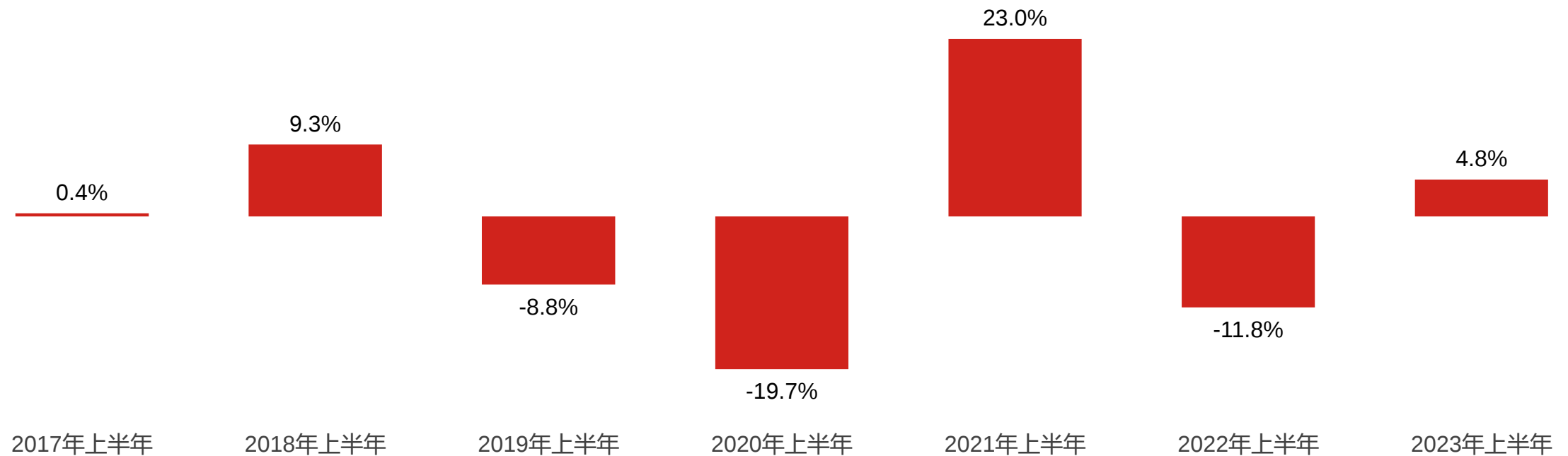


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

整体市场：2023年上半年广告花费同比**上涨4.8%**

2017年-2023年上半年同期广告市场整体花费同比变化



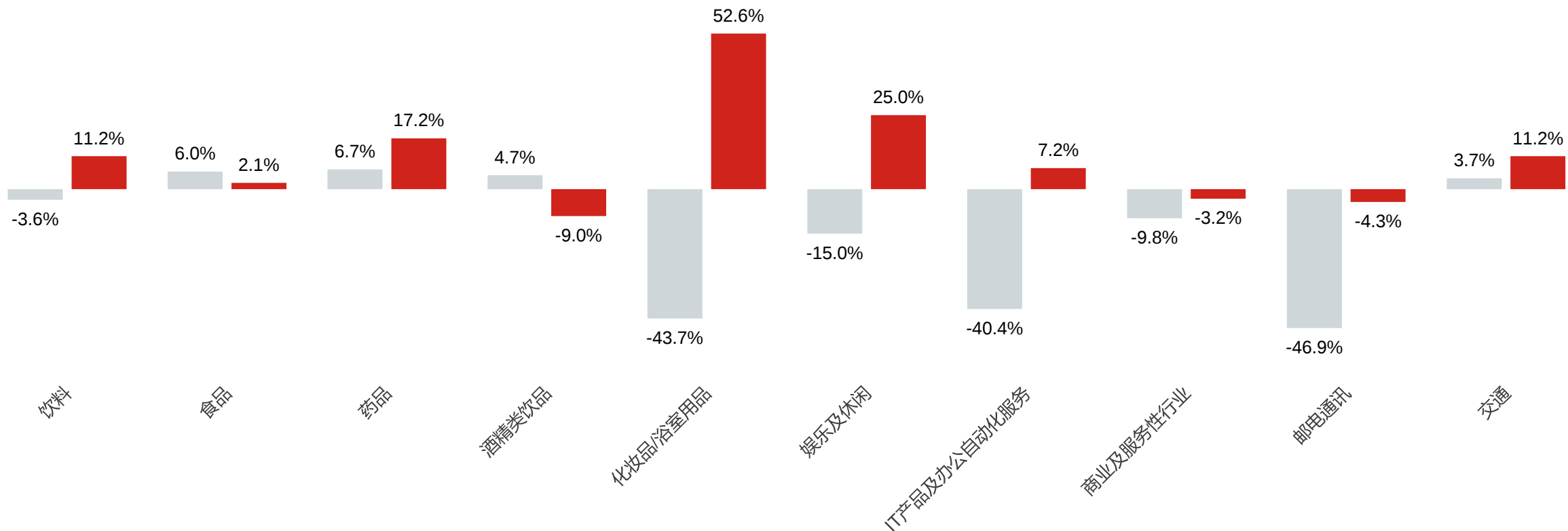
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

整体市场： 行业（大类） 广告花费变化

2023年上半年广告市场整体TOP10行业（大类） 广告花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

整体市场：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年整体广告市场广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	保健食品	36.6%	16	方便食品	1.5%
2	液体饮料	64.5%	17	零售服务	-8.3%
3	固体饮料	12.3%	18	零食糖果	-36.5%
4	奶类饮品	-18.4%	19	娱乐休闲服务	69.2%
5	中国餐酒	-2.7%	20	皮肤科用药	206.9%
6	交通工具	21.7%	21	洗发/美发/护发	10.1%
7	风湿及骨病药	-1.2%	22	饮料-企业形象	4.2%
8	移动客户端应用软件及服务	20.1%	23	电脑软件与顾问服务	-2.4%
9	心脑血管病药	1.5%	24	奶类产品	-47.4%
10	旅游/区域形象	15.3%	25	饮水机/家用净水器	95.5%
11	网络服务	-1.3%	26	补益药	-24.7%
12	装修装饰服务	-16.1%	27	眼镜/隐形眼镜	29.1%
13	医疗/保健机构	14.2%	28	教学用品及服务	143.1%
14	生活用纸	>1000%	29	消化系统药	15.2%
15	呼吸系统药	103.5%	30	银行	-9.5%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

整体市场：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年整体广告市场广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	金融业系列产品	11	呼吸系统药	21	数据多媒体服务
2	计生用品	12	神经系统药	22	药品-企业形象
3	生活用纸	13	饮水机/家用净水器	23	糕点饼干
4	南北干货	14	商业演出/电影宣传	24	活动-商业赞助类
5	交通运输服务	15	口腔清洁/护理用品	25	鞋
6	工业用品及服务	16	蔬菜/水果	26	清热解毒/抗微生物类药
7	宠物食品	17	娱乐休闲服务	27	保健食品
8	皮肤科用药	18	液体饮料	28	交通-企业形象
9	教学用品及服务	19	医疗器械	29	浴室用品
10	咽喉药	20	衣着-企业形象	30	眼镜/隐形眼镜



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

整体市场：广告花费品牌榜单

2023年上半年整体广告市场广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	伊利	-8.4%	11	易开得	152.6%	21	认养一头牛	-17.1%	31	猫人	>1000%	41	杜蕾斯	>1000%
2	德佑	>1000%	12	同溢堂	-4.9%	22	元气森林	>1000%	32	鸿茅	-14.1%	42	顽皮	New
3	飞鹤	196.2%	13	外星人	>1000%	23	幸福	>1000%	33	肯德基	311.2%	43	福临门	22.7%
4	陈李济	-2.7%	14	超视立	60.4%	24	中国移动通信	0.3%	34	红旗	179.6%	44	空刻	152.0%
5	养无极	132.9%	15	蔓迪	New	25	京东商城	-0.5%	35	美团	154.1%	45	薇诺娜	>1000%
6	蒙牛	-31.0%	16	蒙奇	16.0%	26	海飞丝	102.7%	36	舒肤佳	-9.4%	46	IM智己	389.1%
7	君乐宝	-32.8%	17	农夫山泉	271.7%	27	燕小厨	128.2%	37	香丹清	100.7%	47	鲁花	23.9%
8	汤臣倍健	84.6%	18	变通	431.5%	28	今麦郎	-37.5%	38	啄木鸟	-33.9%	48	全景	77.6%
9	妙可蓝多	-38.9%	19	天草	12.6%	29	康恩贝	-7.6%	39	泸州老窖	-4.3%	49	中国电信	17.2%
10	曹清华	74.8%	20	小猿	New	30	旺旺	-14.5%	40	倍力优	726.1%	50	天猫	-19.6%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

整体市场：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年整体广告市场广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	当当	当当网	11	正肤堂	正肤堂皮肤健康服务中心	21	薇诺娜	薇诺娜舒敏保湿特护霜
2	汇川	汇川商贸城	12	颐和	厦门颐和五星家园康养社区	22	绝味	绝味鸭脖
3	中免	中免日上手机软件	13	悦康	悦康感快好复方氨酚烷胺胶囊	23	丽达	丽达制衣有限公司
4	责康	责康羊奶粉	14	丰盛	丰盛集团	24	蓝帆	蓝帆医疗股份有限公司
5	顺成	顺成陶瓷集团	15	GE	GE通用电器公司	25	同元	兰州老街
6	七波辉	七波辉系列产品	16	金桥	金桥集团有限公司	26	连花	连花清瘟胶囊
7	天农	天农168清远鸡系列	17	郁金香	郁金香家居建材广场	27	BALENCIAGA	BALENCIAGA服饰
8	禧龙	禧龙国际家居建材博览中心	18	天桥	西宁天桥中心	28	京科	石家庄京科中医皮肤病医院
9	三菱	三菱铅笔	19	兰格格	兰格格酸奶	29	采芝林	采芝林御洛舒舒筋活络保健贴
10	金鑫	金鑫优配公司	20	很久以前	很久以前串店	30	北京环球影城度假区	北京环球影城度假区

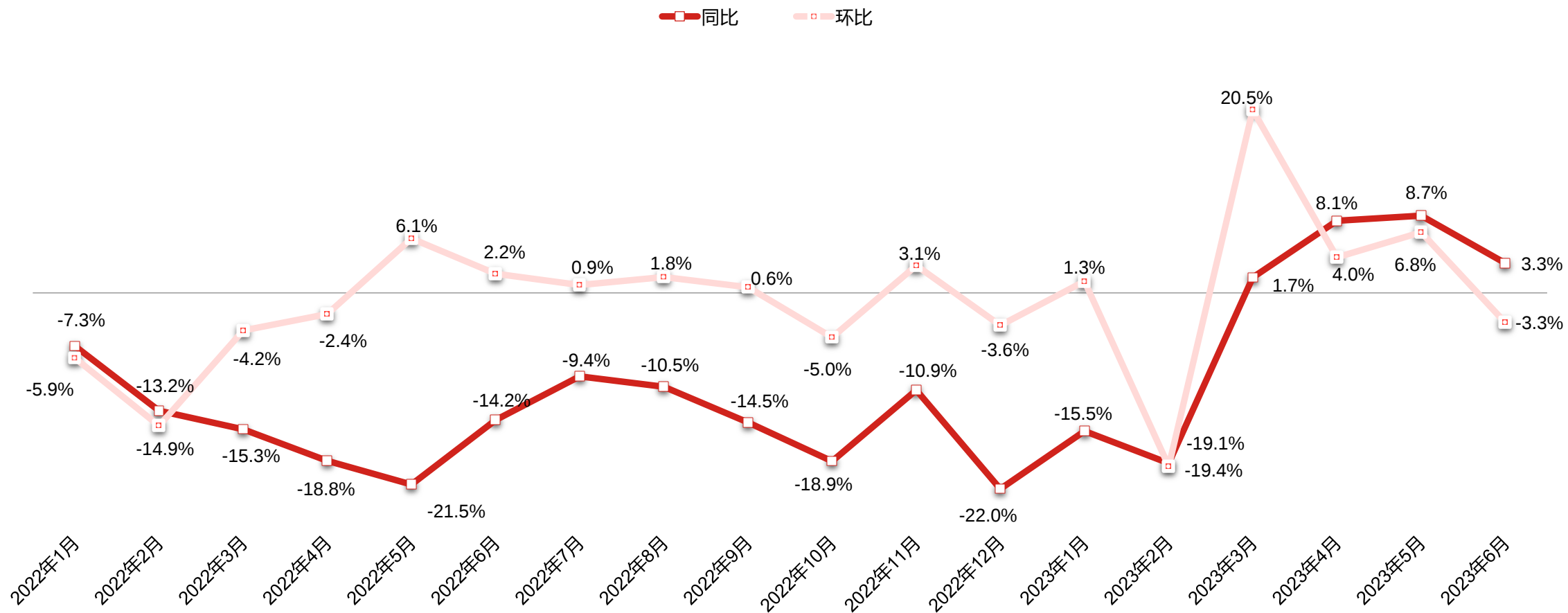


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

电视：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月电视广告月度花费变化

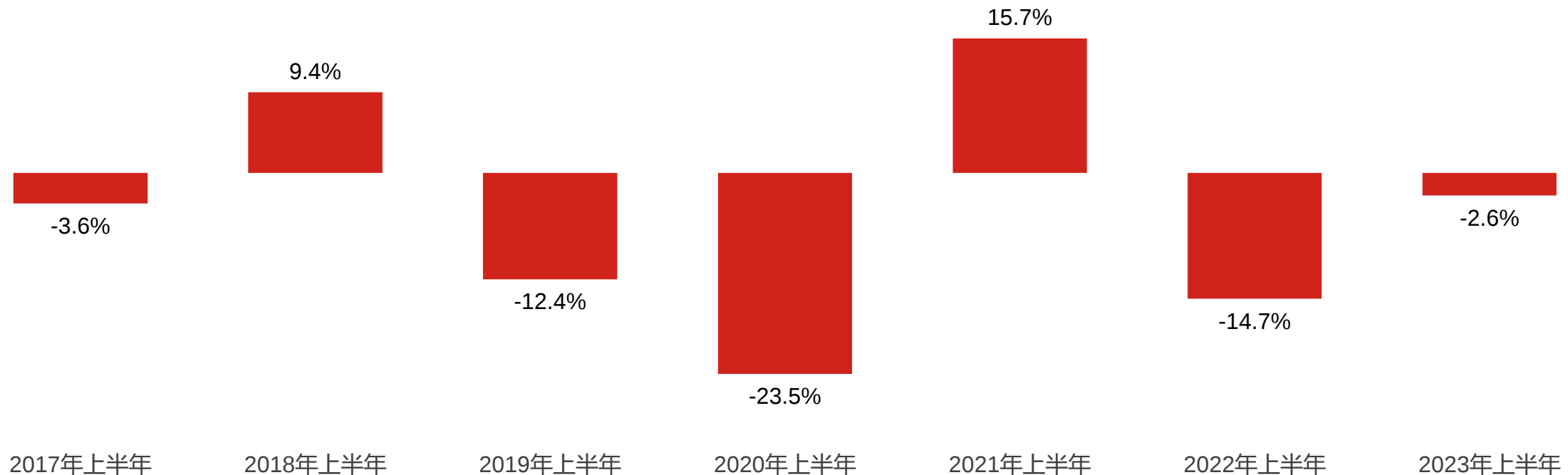


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

电视：2023年上半年广告花费同比下跌2.6%

2017年-2023年上半年同期电视广告花费同比变化

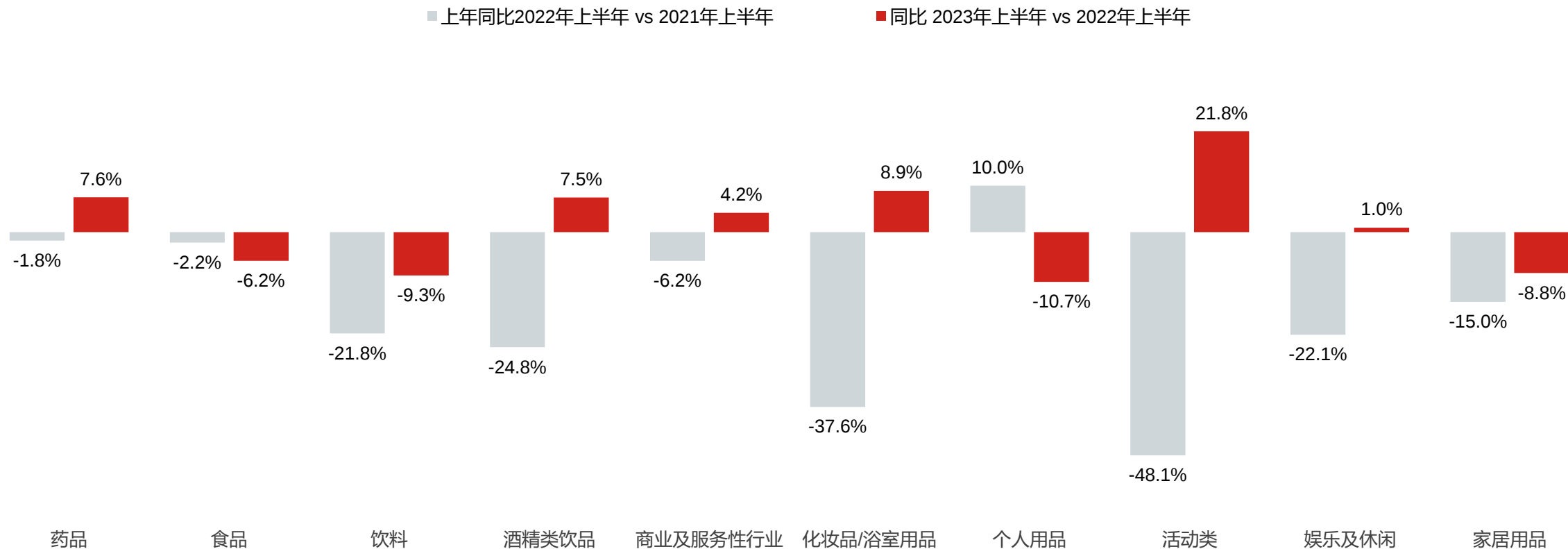


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

电视：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年电视广告TOP10行业（大类）



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

电视：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年电视广告广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	保健食品	22.0%	16	零售服务	11.8%
2	风湿及骨病药	2.9%	17	个人健康/护理产品	-32.7%
3	中国餐酒	6.3%	18	补益药	-43.2%
4	心脑血管病药	-0.4%	19	食用油	2.6%
5	固体饮料	0.1%	20	移动客户端应用软件及服...	-32.8%
6	奶类饮品	-6.4%	21	饮水机/家用净水器	16.1%
7	呼吸系统药	93.4%	22	皮肤科用药	36.5%
8	液体饮料	-15.9%	23	药酒/补酒	21.1%
9	旅游/区域形象	1.8%	24	浴室用品	19.7%
10	零食糖果	-40.5%	25	洗衣产品	-12.9%
11	洗发/美发/护发	16.6%	26	消化系统药	21.5%
12	方便食品	-21.9%	27	口腔清洁/护理用品	39.6%
13	医疗/保健机构	-1.4%	28	咽喉药	112.0%
14	装修装饰服务	5.1%	29	糕点饼干	-23.8%
15	眼镜/隐形眼镜	62.5%	30	网络服务	-13.8%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

电视：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年电视广告广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	乐器/乐行	11	商业演出/电影宣传	21	皮肤科用药
2	清洁器具	12	全网服务	22	啤酒
3	通讯-企业形象	13	婴幼儿食品	23	邮政服务
4	男用剃须刀	14	眼镜/隐形眼镜	24	妇科用药
5	家电系列产品	15	眼科用药	25	数据多媒体服务
6	神经系统药	16	感冒用药	26	保健食品
7	咽喉药	17	清热解毒/抗微生物类药	27	消化系统药
8	玩具/电子游戏机	18	食品类系列产品	28	蔬菜/水果
9	呼吸系统药	19	教育/培训	29	药酒/补酒
10	南北干货	20	口腔清洁/护理用品	30	医疗器械



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

电视：广告花费品牌榜单

2023年上半年电视广告广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	陈李济	-0.3%	11	燕小厨	128.4%	21	倍力优	767.1%	31	茅台	28.6%	41	国坤堂	18.3%
2	养无极	120.6%	12	海飞丝	111.6%	22	今麦郎	156.6%	32	汰渍	95.1%	42	杏花村	555.5%
3	曹清华	74.8%	13	汤臣倍健	-3.0%	23	鲁花	21.5%	33	德芙	-27.6%	43	连花	>1000%
4	伊利	-19.2%	14	旺旺	-14.5%	24	仙阁	97.5%	34	中国移动通信	-22.8%	44	盈养集	New
5	超视立	60.4%	15	易开得	20.6%	25	益健堂	New	35	足力健	61.6%	45	沪佳	185.7%
6	蒙奇	15.8%	16	鸿茅	1.5%	26	葛洪	-44.7%	36	福临门	-5.9%	46	张奶奶	121.3%
7	同溢堂	-9.3%	17	舒肤佳	-5.2%	27	锅圈食汇	26.2%	37	曲度	186.6%	47	泸州老窖	-3.3%
8	变通	431.5%	18	香丹清	100.8%	28	飘柔	-1.1%	38	郎	-40.9%	48	力士	-9.1%
9	天草	10.4%	19	飞鹤	-7.4%	29	佟太医	New	39	可口可乐	47.1%	49	雪碧	92.5%
10	君乐宝	-22.5%	20	蒙牛	-8.7%	30	王老吉	-28.2%	40	百岁山	-33.5%	50	好舒宝	15.7%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电视：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年电视广告广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	鼎植	徐州医大鼎植口腔医院	11	仁怀	仁怀酱香酒	21	台源	台源酒
2	顺成	顺成陶瓷集团	12	连花	连花清瘟胶囊	22	迎宾	迎宾系列肠
3	瑞康	镇江瑞康医院	13	采芝林	采芝林御洛舒舒筋活络保健贴	23	合力	合力超市
4	郁金香	郁金香家居建材广场	14	五指山	五指山红茶	24	海博	海博置业有限公司
5	六桂福	六桂福珠宝	15	银龄	银龄文化传媒有限公司	25	德馨	德馨玩具
6	长安马自达	长安马自达CX-5 SUV	16	善友堂	善友堂医药有限公司	26	百合	百合生物技术股份有限公司
7	上汽大通	上汽大通G90 MPV	17	金七	金七七叶神安滴丸	27	宏宝莱	宏宝莱果汁汽水
8	泰康保险	泰康保险集团	18	华莱士	华莱士快餐	28	哈弗	哈弗大狗PHEV SUV
9	乐信	乐信空调	19	佑宏	佑宏肉松	29	城发	城发集团
10	万象城	万象城购物中心	20	正官庄	正官庄EVERYTIME精红参浆	30	乐生命	乐生命灵芝王生命液

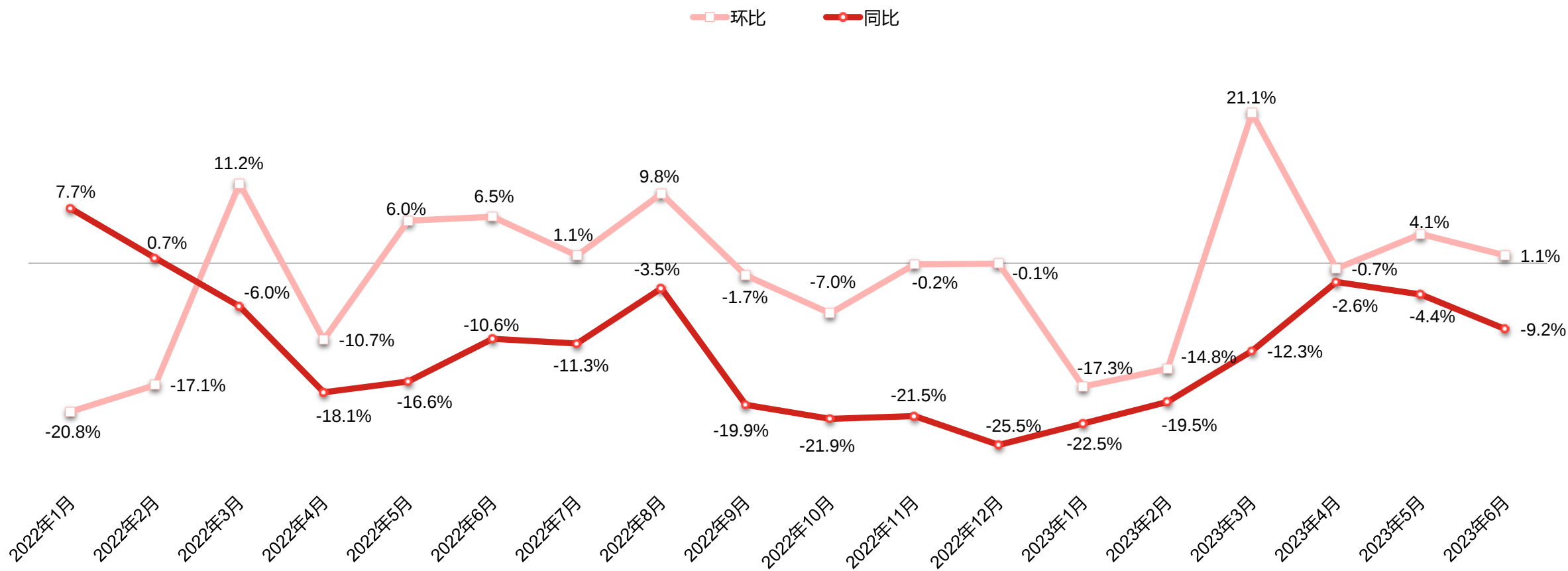


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

广播：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月广播广告月度花费变化

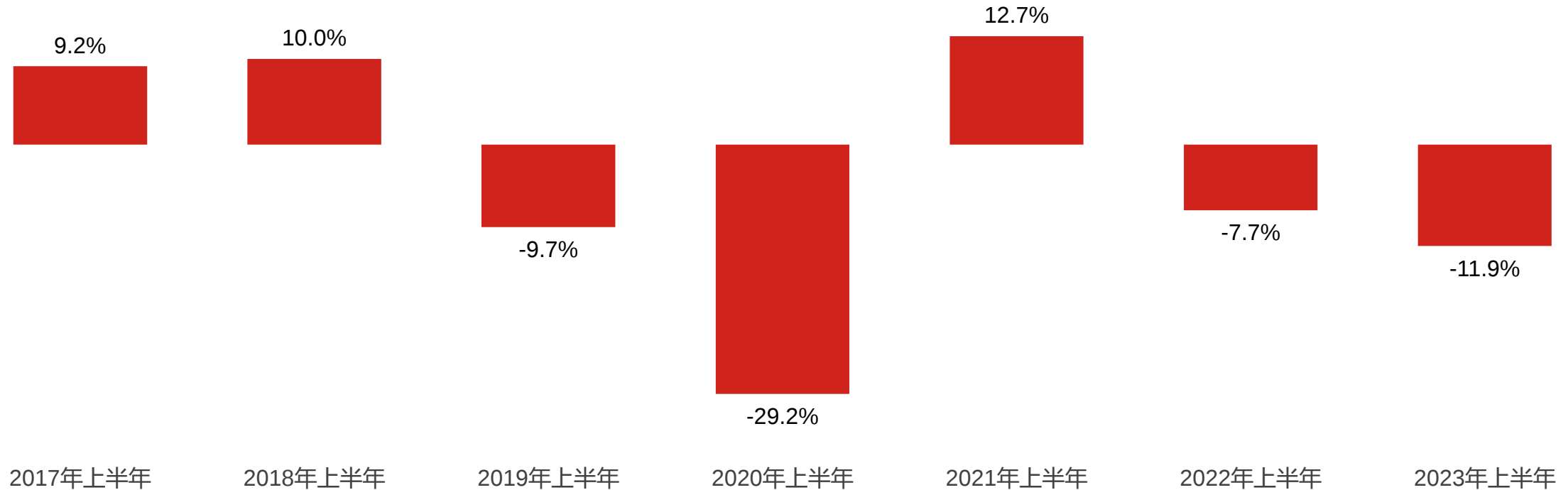


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

广播：2023年上半年广告花费同比下跌11.9%

2017年-2023年上半年同期广播广告花费同比变化



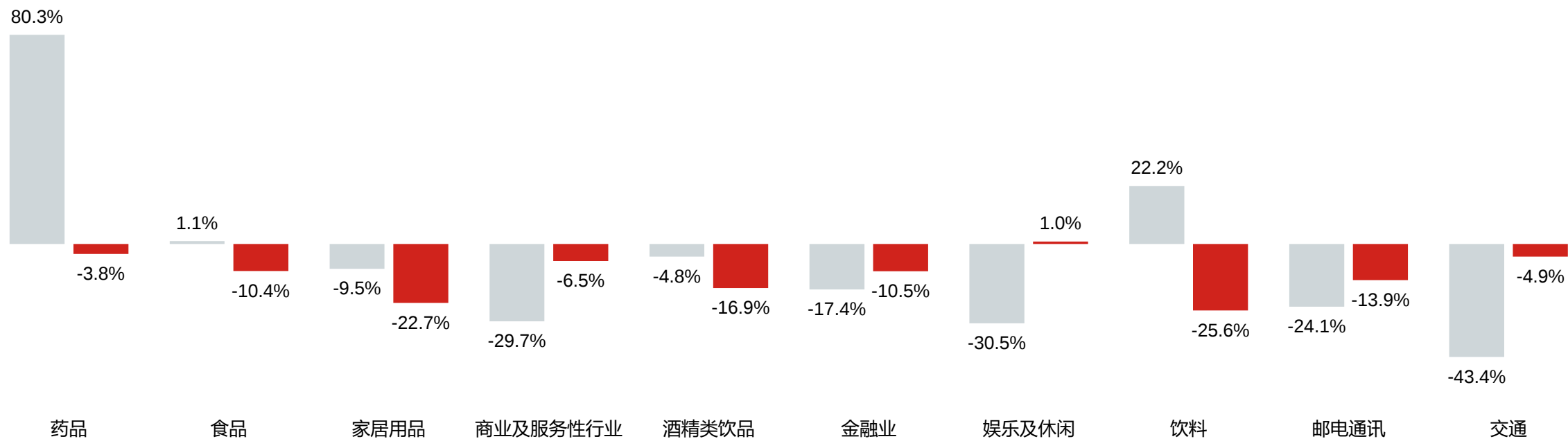
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

广播：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年广播广告花费TOP10行业（大类）

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

广播：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年广播广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	心脑血管病药	22.1%	16	金融业-企业形象	-27.5%
2	保健食品	-16.5%	17	房地产	-41.9%
3	装修装饰服务	-25.1%	18	银行业务	3.7%
4	中国餐酒	-6.0%	19	工业-企业形象	14.7%
5	零售服务	-21.9%	20	数据多媒体服务	18.8%
6	移动客户端应用软件及服务	17.4%	21	娱乐休闲服务	-25.9%
7	旅游/区域形象	18.8%	22	机动车相关服务	89.6%
8	交通工具	-20.8%	23	药酒/补酒	-48.8%
9	风湿及骨病药	-37.6%	24	净味除醛产品/服务	17.2%
10	固体饮料	-15.9%	25	博彩	8.8%
11	呼吸系统药	264.6%	26	全网服务	-35.5%
12	眼科用药	-29.1%	27	银行	-19.6%
13	医疗/保健机构	45.4%	28	保险	-12.2%
14	液体饮料	-30.6%	29	奶类饮品	-47.7%
15	移动网络服务	-12.8%	30	粮食	62.3%

广播：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年广播广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	电话卡	11	交通运输服务	21	医疗/保健机构
2	建筑原料及器材	12	方便食品	22	家电系列产品
3	医疗器械	13	商业演出/电影宣传	23	殡葬产品及服务
4	洗发/美发/护发	14	食用油	24	肉类
5	咖啡	15	衣着-企业形象	25	心脑血管病药
6	证券	16	教育/培训	26	旅游/区域形象
7	皮肤科用药	17	解热镇痛药	27	数据多媒体服务
8	农业系列产品	18	机动车相关服务	28	咽喉药
9	邮政服务	19	粮食	29	移动客户端应用软件及服务
10	呼吸系统药	20	卫浴/洁具	30	净味除醛产品/服务



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

广播：广告花费品牌榜单

2023年上半年广播广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	天草	21.5%	11	A佳精选	New	21	鸿茅	-55.6%	31	伊利	32.9%	41	劲牌	-25.3%
2	同溢堂	37.6%	12	战马	20.4%	22	峰之伟	26.0%	32	尚海	-74.1%	42	王守义	1.9%
3	燕之屋	-21.1%	13	中国电信	-37.3%	23	中国平安保险	15.9%	33	崇明	43.5%	43	哈多	498.1%
4	中国移动通信	-4.5%	14	小仙炖	-39.9%	24	迎驾	36.0%	34	小厨娘	13.8%	44	斯利安	-14.0%
5	养无极	275.9%	15	葛洪	-47.3%	25	五粮液	280.4%	35	晓芹	>1000%	45	娃哈哈	7.3%
6	好视力	-29.1%	16	魔豆	3.1%	26	沪尚茗居	-8.0%	36	三元	-15.2%	46	天地嘉豪	New
7	全包圆	-6.1%	17	中国体育彩票	33.9%	27	三棵树	-8.6%	37	无忧美家	New	47	听花	>1000%
8	陈李济	-46.1%	18	云听	26.0%	28	口子	-4.2%	38	吉盛伟邦	-32.7%	48	中国银行	-15.9%
9	飞鹤	-1.2%	19	古井贡	25.2%	29	中国工商银行	51.1%	39	明兴	-2.0%	49	同仁堂	188.5%
10	汇正	-37.4%	20	易开得	84.4%	30	白云山	18.9%	40	美源	>1000%	50	钧明	-58.3%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

广播：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年广播广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	责康	责康羊奶粉	11	昆仑山	昆仑山天然雪山矿泉水	21	上汽通用凯迪拉克	上汽通用凯迪拉克锐歌纯电SUV
2	温氏	温氏食品集团股份有限公司	12	宏济堂	宏济堂金鸣片	22	茅台镇	茅台镇贵宾接待酒
3	名匠	名匠装饰有限公司	13	浙里云购	浙里云购微信小程序	23	佛罗伦萨小镇	佛罗伦萨小镇名品奥特莱斯购物中心
4	点石	点石家装	14	道道全	道道全高油酸菜籽油	24	梅苑	梅苑航空服务有限公司
5	长城	长城金吉星润滑油	15	鸿辉	鸿辉家具批发城	25	滋得洛夫	滋得洛夫白桦茸
6	峰光无限	峰光无限装饰公司	16	营养屋	营养屋辅酶Q10胶囊	26	徽商银行	徽商银行信用卡
7	王老吉	王老吉刺柠吉复合饮料	17	城建	北京天坛府·九阙	27	维尔	沈阳维尔口腔医院
8	晓芹	晓芹海参	18	君小宝	君小宝益生菌	28	萨米	深圳萨米国际医疗中心
9	腾势	腾势D9 MPV	19	美源	美源可瑞慕染发膏	29	东南	南京东南眼科医院
10	零跑	零跑C01轿车	20	中国铁建	西安中国铁建西派樾樾	30	浙商银行	浙商银行



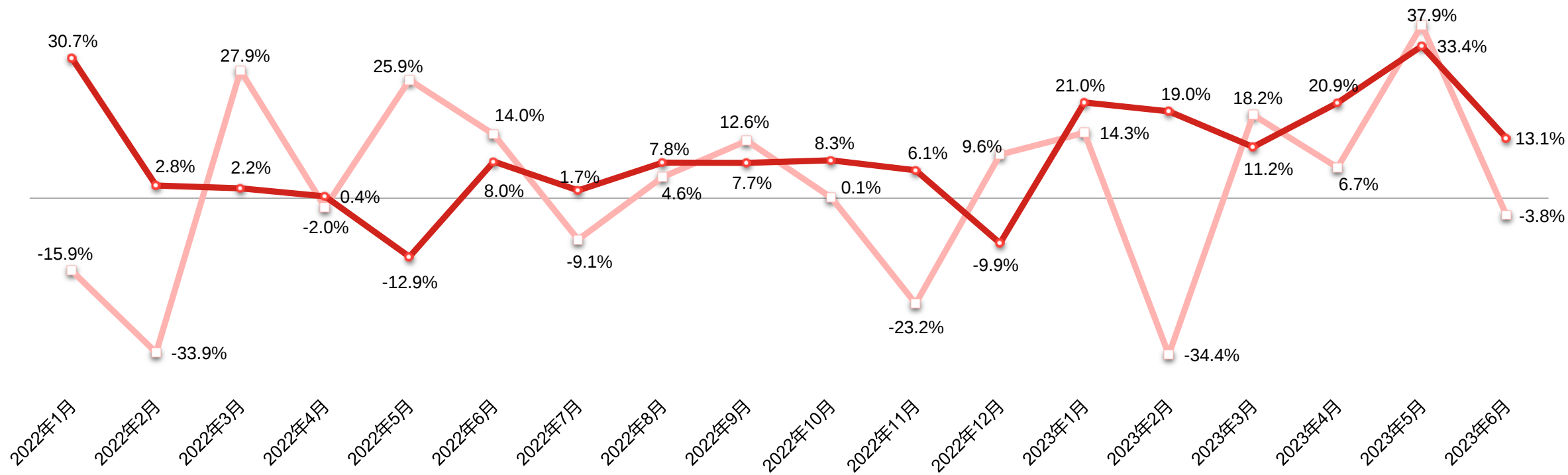
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

电梯LCD：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月电梯LCD广告月度花费变化

环比 同比

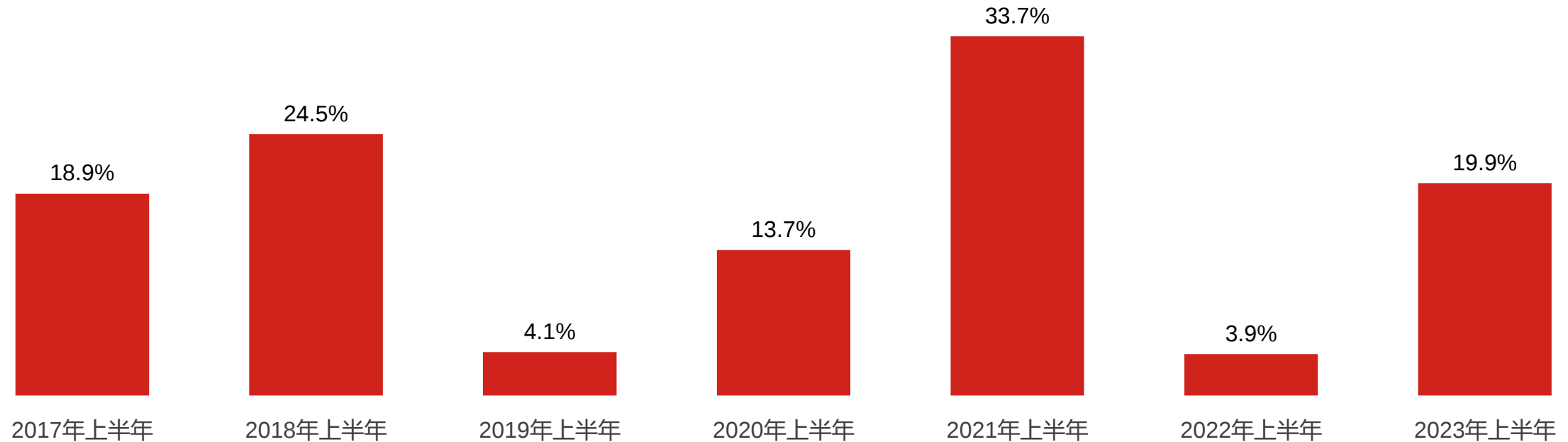


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

电梯LCD：2023年上半年广告花费同比**上涨19.9%**

2017年-2023年上半年同期电梯LCD广告花费同比变化



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯LCD：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年电梯LCD广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	液体饮料	303.4%	16	消化系统药	1.8%
2	生活用纸	>1000%	17	装修装饰服务	-43.3%
3	奶类饮品	-36.2%	18	中国餐酒	-45.7%
4	固体饮料	6.2%	19	零食糖果	-20.5%
5	保健食品	357.4%	20	交通工具	262.1%
6	饮料-企业形象	6.7%	21	内衣	-36.8%
7	娱乐休闲服务	217.5%	22	计生用品	New
8	奶类产品	-42.1%	23	宠物食品	>1000%
9	教学用品及服务	237.9%	24	感冒用药	-4.8%
10	网络服务	16.1%	25	移动客户端应用软件及服务	-0.2%
11	皮肤科用药	>1000%	26	啤酒	-52.7%
12	糕点饼干	356.3%	27	南北干货	New
13	饮水机/家用净水器	New	28	蔬菜/水果	236.0%
14	护肤用品	-24.0%	29	旅游/区域形象	118.5%
15	方便食品	190.9%	30	补益药	>1000%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯LCD：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年电梯LCD广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	生活用纸	11	珠宝/首饰	21	洗衣产品
2	工业用品及服务	12	娱乐及休闲-企业形象	22	房地产
3	电视及配件	13	口腔清洁/护理用品	23	液体饮料
4	咖啡	14	女性护理用品	24	保险
5	补益药	15	活动-商业赞助类	25	交通工具
6	皮肤科用药	16	浴室用品	26	教学用品及服务
7	咽喉药	17	衣着-企业形象	27	蔬菜/水果
8	宠物食品	18	保健食品	28	娱乐休闲服务
9	家电系列产品	19	糕点饼干	29	方便食品
10	调味品	20	空调机	30	旅游/区域形象



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

电梯LCD：广告花费品牌榜单

2023年上半年电梯LCD广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	德佑	>1000%	11	元气森林	>1000%	21	薇诺娜	New	31	天猫	-25.6%	41	汇仁	New
2	飞鹤	>1000%	12	伊利	-42.8%	22	京东商城	50.7%	32	卫龙	New	42	飞利浦	144.6%
3	妙可蓝多	-33.5%	13	认养一头牛	-27.0%	23	空刻	113.0%	33	五个女博士	New	43	泸州老窖	36.2%
4	外星人	New	14	易开得	New	24	金燕耳	New	34	今麦郎	-71.0%	44	洽洽	67.5%
5	汤臣倍健	313.1%	15	幸福	>1000%	25	COSTA	83.6%	35	怡宝	New	45	中免	New
6	农夫山泉	263.0%	16	肯德基	344.4%	26	必胜客	>1000%	36	小天才	71.2%	46	尊宝	>1000%
7	蔓迪	New	17	康恩贝	-15.6%	27	护童	0.7%	37	IM智己	170.6%	47	业之峰	>1000%
8	小猿	New	18	猫人	New	28	太极	-36.2%	38	娇韵诗	0.4%	48	当当	New
9	君乐宝	-37.7%	19	杜蕾斯	New	29	北纬47度	New	39	佳贝艾特	New	49	蚂蚁保&支付宝	New
10	蒙牛	-50.9%	20	顽皮	New	30	海辰	New	40	雪花	361.7%	50	竹叶青	-42.5%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯LCD：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年电梯LCD广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	美的	美的厨房空调	11	脉动	脉动饮料	21	稻花香	稻花香酒
2	幸福	幸福西饼	12	尊宝	尊宝比萨	22	三得利	三得利乌龙茶
3	德佑	德佑湿厕纸	13	元气森林	元气森林苏打气泡水	23	奥康	奥康鞋业
4	欧琳	欧琳垃圾处理器	14	法丽兹	法丽兹夹心曲奇	24	LIFE SPACE	LIFE SPACE益生菌粉
5	蓝妹	蓝妹啤酒	15	青岛	青岛白啤酒	25	雪花	雪花勇闯天涯啤酒
6	业之峰	业之峰装饰集团有限公司	16	必胜客	必胜客超级至尊披萨	26	金笛	金笛复方鱼腥草合剂
7	今世缘	今世缘国缘酒	17	美团	美团网	27	肯德基	肯德基
8	飞鹤	飞鹤星飞帆卓睿幼儿配方奶粉	18	长隆	长隆旅游度假区	28	汤臣倍健	汤臣倍健蛋白粉
9	熊猫到家	熊猫到家蛋糕店	19	仲景	仲景左归丸	29	双汇	双汇智趣多鳕鱼肠
10	OGP时光肌	OGP时光肌射频仪	20	陇萃堂	陇萃堂鲜草片	30	健之佳	健之佳药业有限公司

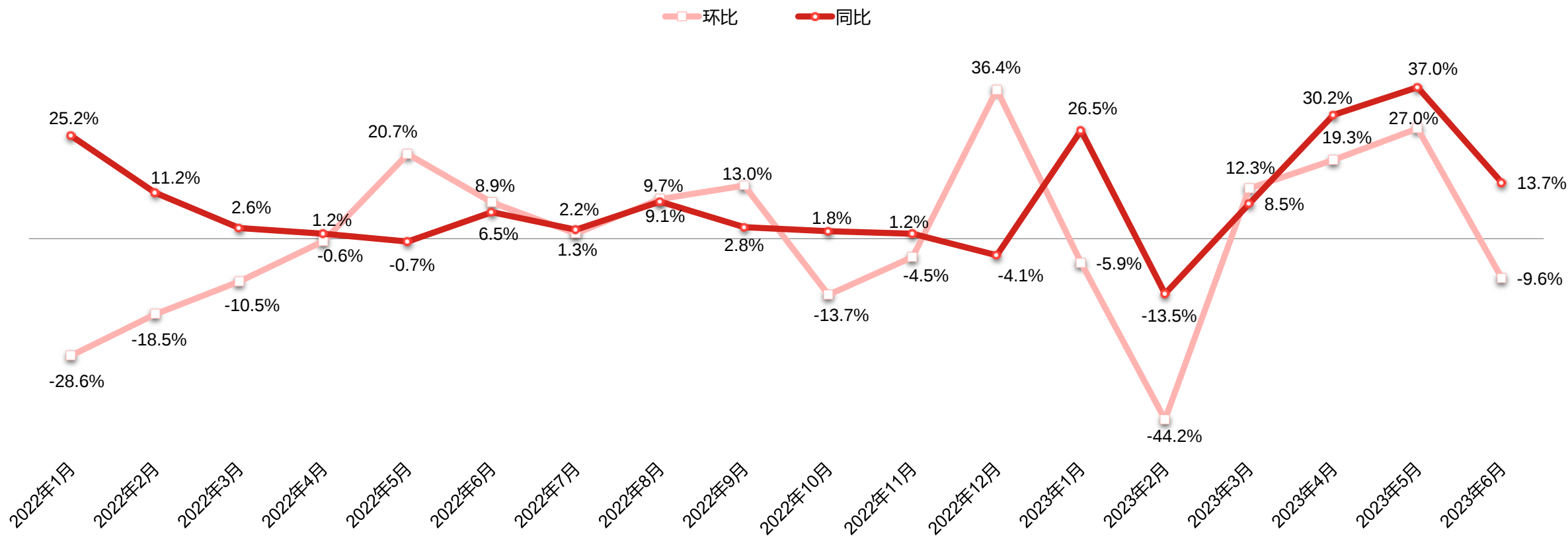


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

电梯海报：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月电梯海报广告月度花费变化



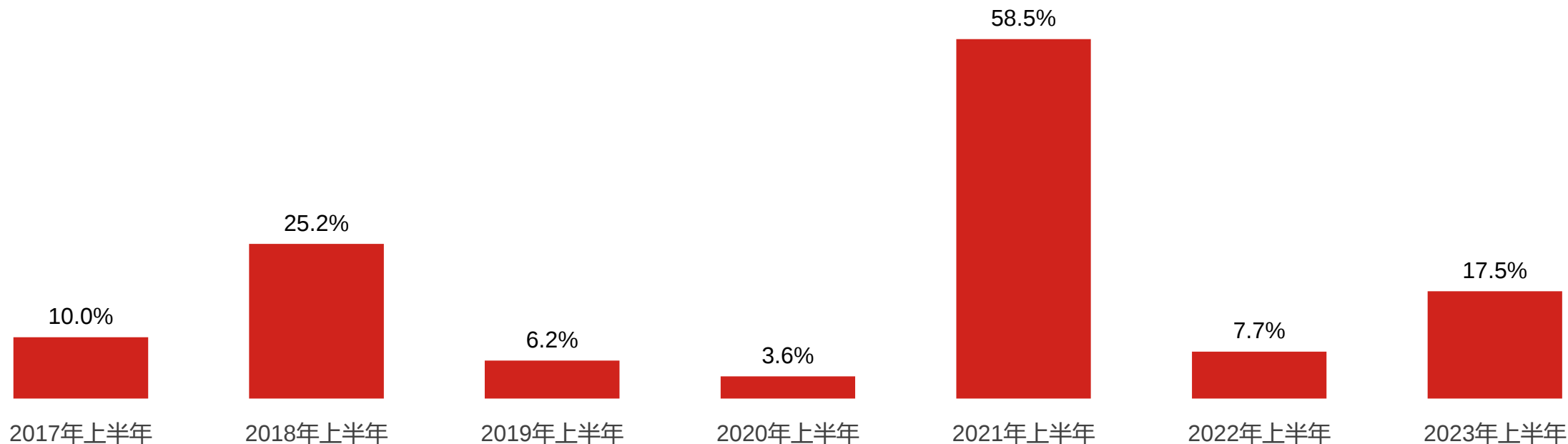
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比



电梯海报：2023年上半年广告花费同比**上涨17.5%**

2017年-2023年上半年同期电梯海报广告刊例花费同比变化



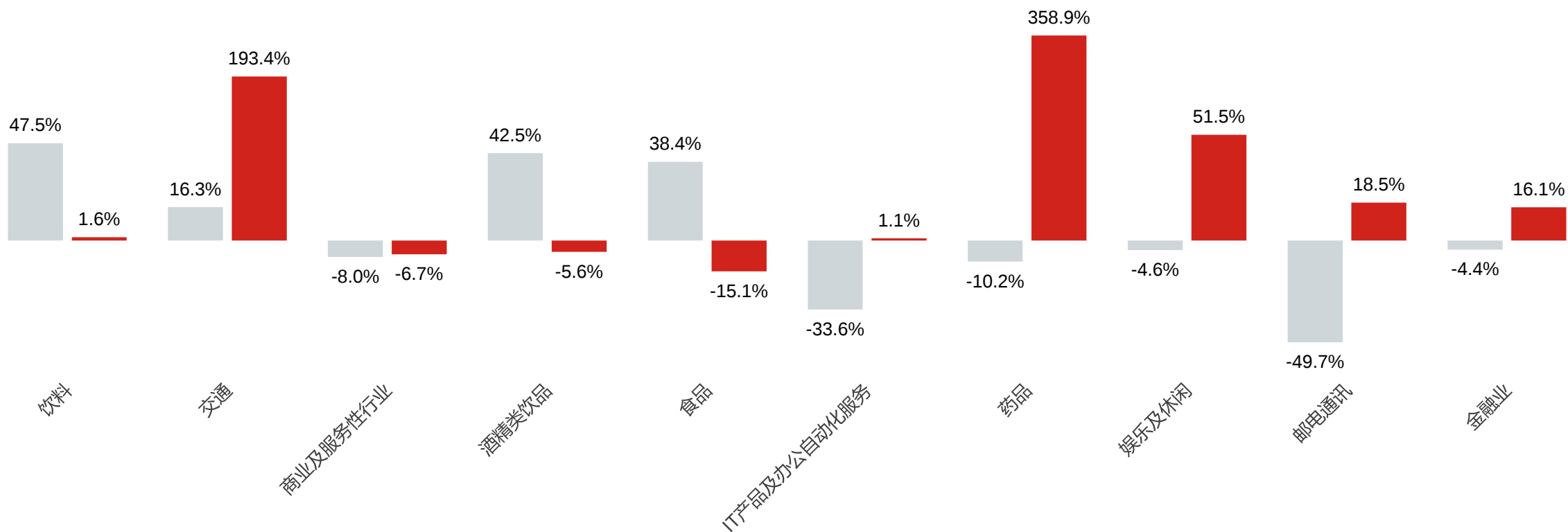
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯海报：行业（大类）花费变化

2023年上半年电梯海报广告花费TOP10行业（大类）花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯海报：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年电梯海报广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	交通工具	191.3%	16	方便食品	-15.5%
2	固体饮料	53.3%	17	生活用纸	436.4%
3	移动客户端应用软件及服务	35.7%	18	教学用品及服务	123.9%
4	中国餐酒	-13.9%	19	饮料系列产品	74.0%
5	医疗/保健机构	86.8%	20	医疗器械	>1000%
6	奶类饮品	-43.3%	21	内衣	>1000%
7	网络服务	10.0%	22	房地产	11.8%
8	零售服务	-33.3%	23	基金	147.1%
9	娱乐休闲服务	20.2%	24	消化系统药	476.0%
10	液体饮料	74.2%	25	旅游/区域形象	129.9%
11	食品类系列产品	334.3%	26	电信运营商企业形象	50.6%
12	银行	1.8%	27	工业-企业形象	573.2%
13	皮肤科用药	873.3%	28	装修装饰服务	-47.9%
14	药品-企业形象	87.8%	29	补益药	>1000%
15	啤酒	45.1%	30	服装	92.0%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯海报：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年电梯海报广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	医疗器械	11	家纺	21	娱乐及休闲-企业形象
2	空气调节电器	12	皮肤科用药	22	女用脱毛器
3	网络产品	13	家居系列用品	23	家用五金
4	内衣	14	洗衣产品	24	家电-企业形象
5	口腔清洁/护理用品	15	工业-企业形象	25	交通工具
6	商业演出/电影宣传	16	消化系统药	26	女性护理用品
7	钟表	17	空调机	27	珠宝/首饰
8	交通运输服务	18	生活用纸	28	卫浴/洁具
9	感冒用药	19	烟草及吸烟用品	29	基金
10	补益药	20	食品类系列产品	30	交通-企业形象



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

电梯海报：广告花费品牌榜单

2023年上半年电梯海报广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	伊利	94.8%	11	腾势	New	21	酒鬼	87.2%	31	光明	New	41	天猫	-36.4%
2	啄木鸟	-26.9%	12	云南白药	115.8%	22	小猿	New	32	五粮液	New	42	极兔	New
3	君乐宝	-39.2%	13	德佑	421.1%	23	江中	New	33	泰山	-2.9%	43	汇仁	New
4	红旗	>1000%	14	认养一头牛	76.1%	24	中国移动通信	37.7%	34	乐巢	New	44	英氏	-63.5%
5	飞凡	>1000%	15	大麦	369.7%	25	白象	44.3%	35	福临门	34.3%	45	钟薇薇	New
6	蔓迪	New	16	知原	New	26	希沃	677.8%	36	泸州老窖	-34.5%	46	ULIKE	228.1%
7	东郊到家微信公众号	191.9%	17	麦当劳	15.8%	27	小鹏	187.3%	37	劲牌	182.8%	47	比亚迪	778.5%
8	蒙牛	-63.3%	18	红星	33.6%	28	IM智己	>1000%	38	广汽丰田	-49.4%	48	汇添富基金	New
9	阿维塔	New	19	飞鹤	4.2%	29	有道精品课	New	39	长城	27.4%	49	岚庭	208.4%
10	美团	192.9%	20	猫人	New	30	硅基	New	40	衡水	51.2%	50	牛栏山	-8.8%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

电梯海报：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年电梯海报广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	红旗	红旗H9轿车&HQ9 MPV	11	幸福	幸福西饼	21	锦州银行	锦州银行
2	哪吒	哪吒汽车	12	广汽埃安	广汽埃安汽车	22	奥克斯	奥克斯空调
3	AOE	AOE空气消毒机	13	及时用车	及时用车手机软件	23	熹泰	熹泰SPA
4	岚图	岚图汽车	14	飞凡	飞凡汽车	24	松鼠	松鼠AI学习机
5	荣威	荣威RX5 SUV	15	小米熊	重庆小米熊儿童医院	25	海普诺凯1897	海普诺凯1897幼儿配方奶粉
6	北冰洋	北冰洋汽水	16	长隆	长隆集团	26	路虎	路虎越野车
7	农夫山泉	农夫山泉天然矿泉水	17	中茶	中茶茶叶	27	霸王茶姬	霸王茶姬茶饮
8	半勺	半勺餐厅	18	79号渔船	79号渔船海鲜饭店	28	遇见约到家	遇见约到家手机软件
9	德施曼	德施曼机电有限公司	19	洽洽	洽洽坚果	29	中冶	重庆中冶柏芷山国际度假公园
10	小天才	小天才电话手表	20	盒马	盒马鲜生	30	往约	往约手机软件

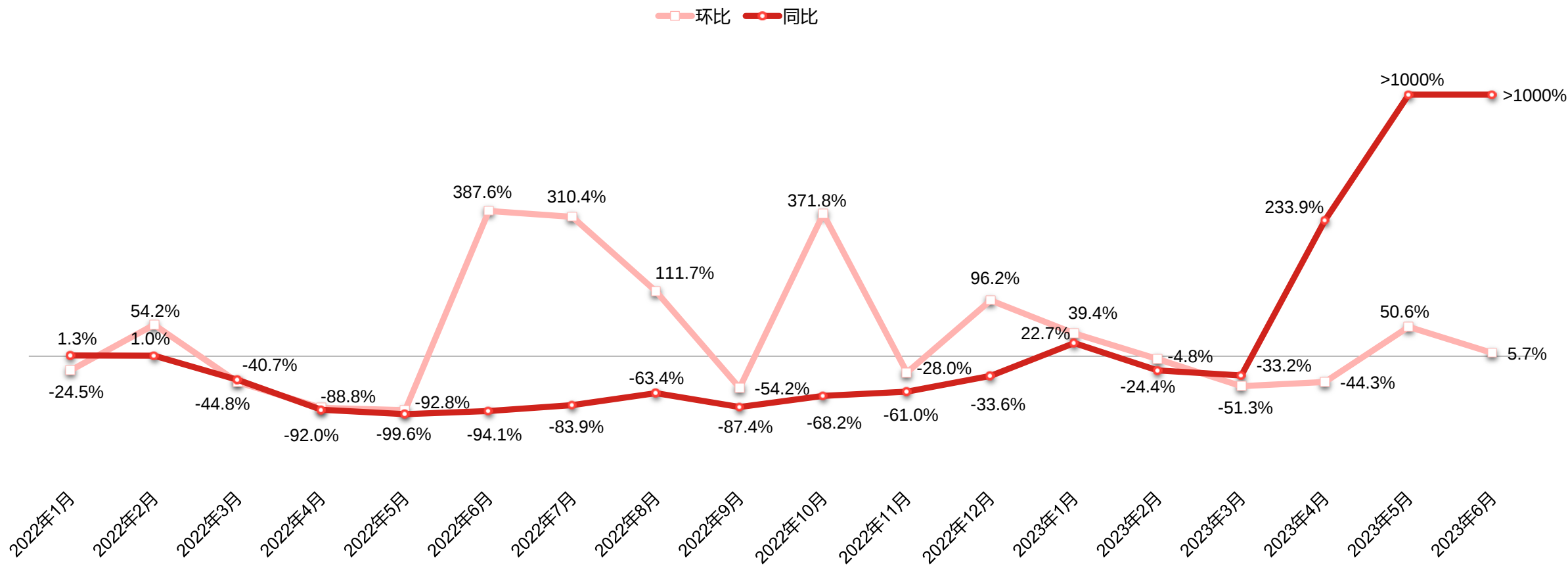


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

影院视频：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月影院视频广告月度花费变化



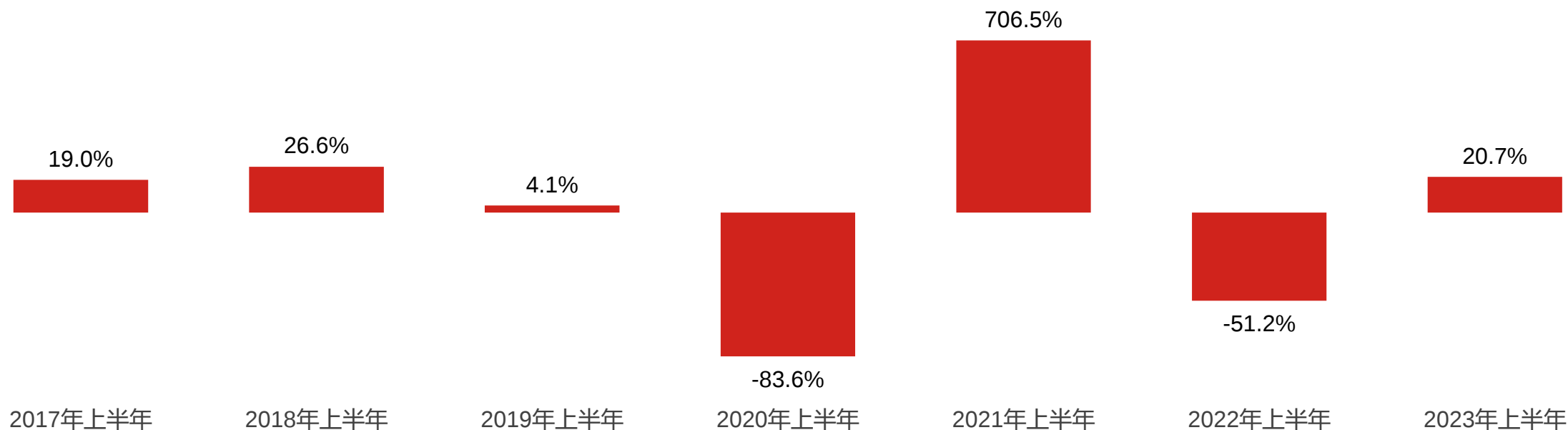
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比



影院视频：2023年上半年广告花费同比**上涨20.7%**

2017年1月-2023年6月同期影院视频广告花费同比变化



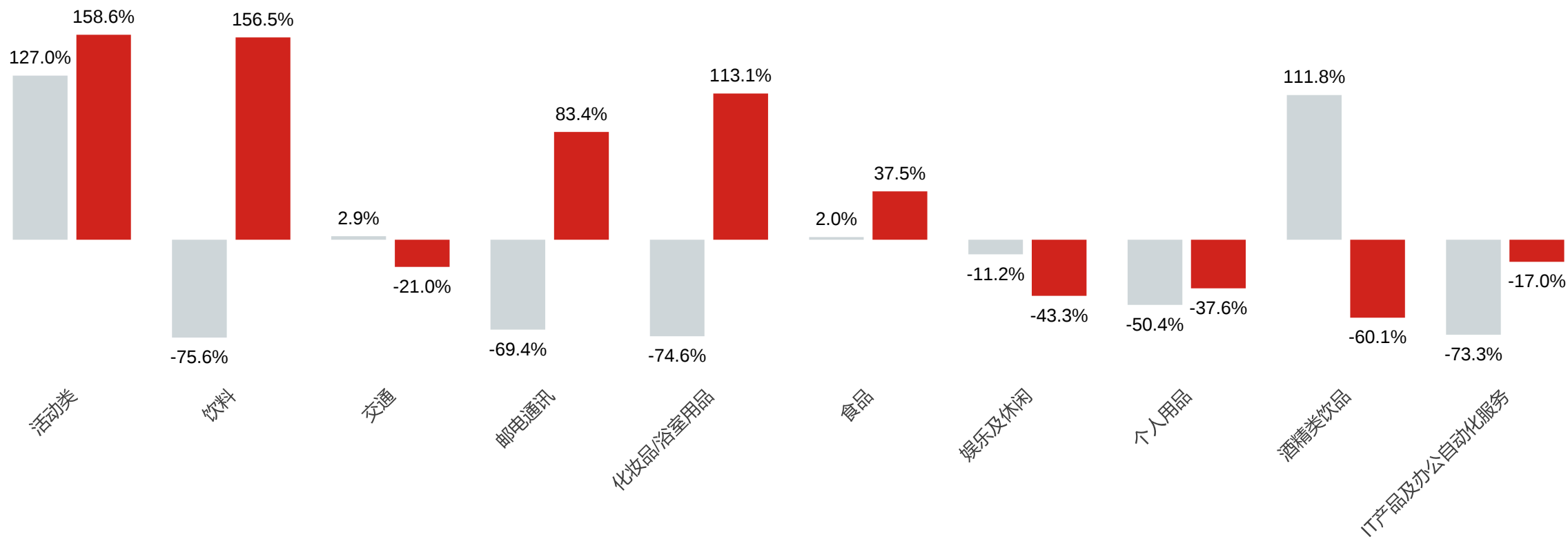
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

影院视频：行业（大类）花费变化

2023年上半年影院视频广告花费TOP10行业（大类）花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



影院视频：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年影院视频广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	奶类饮品	208.1%	16	女性护理用品	45.4%
2	交通工具	-43.2%	17	娱乐休闲服务	33.3%
3	交通-企业形象	61.3%	18	房地产	450.1%
4	通讯产品	121.5%	19	饮料系列产品	>1000%
5	网络服务	10.4%	20	IT产品及服务-企业形象	92.2%
6	化妆品/浴室系列用品	241.5%	21	固体饮料	172.7%
7	液体饮料	-7.0%	22	移动网络服务	254.8%
8	零售服务	149.9%	23	衣着系列产品	18.8%
9	药品-企业形象	250.6%	24	食品-企业形象	215.3%
10	个人系列用品	8.9%	25	化妆品/浴室-企业形象	577.7%
11	商业演出/电影宣传	44.1%	26	护肤用品	51.0%
12	饮料-企业形象	872.8%	27	鞋	72.2%
13	家居-企业形象	564.6%	28	洋酒	-0.6%
14	奶类产品	-31.9%	29	电信运营商企业形象	506.9%
15	方便食品	489.4%	30	啤酒	14.0%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

影院视频：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年影院视频广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	饮料系列产品	11	方便食品	21	食品-企业形象
2	厨房电器	12	房地产	22	奶类饮品
3	空气调节电器	13	保险	23	保健食品
4	通讯-企业形象	14	药品类系列产品	24	儿科用药
5	打印机	15	彩妆	25	药酒/补酒
6	活动-商业赞助类	16	酒类-企业形象	26	固体饮料
7	饮料-企业形象	17	移动网络服务	27	零售服务
8	化妆品/浴室-企业形象	18	药品-企业形象	28	家居清洁电器
9	家居-企业形象	19	化妆品/浴室系列用品	29	电吹风
10	电信运营商企业形象	20	空调机	30	通讯产品



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

影院视频：广告花费品牌榜单

2023年上半年影院视频广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	蒙牛	317.7%	11	梅赛德斯-奔驰	>1000%	21	农夫山泉	New	31	云南白药	474.5%	41	克丽斯汀迪奥	131.4%
2	华晨宝马	41.9%	12	伊利	415.2%	22	劲牌	256.4%	32	百事	321.5%	42	GUCCI	>1000%
3	小米	116.5%	13	三星	202.9%	23	赫莲娜	236.3%	33	瑞幸	19.3%	43	SKECHERS	New
4	妙可蓝多	-6.7%	14	宝马	-76.0%	24	长安福特	New	34	OPPO	New	44	零跑	90.5%
5	健民	270.0%	15	戴森	125.6%	25	苏菲	299.4%	35	雅诗兰黛	New	45	老板	248.2%
6	IM智己	New	16	双汇	174.9%	26	58同城	New	36	兰蔻	681.2%	46	科颜氏	212.1%
7	苹果	601.6%	17	索菲亚	43.4%	27	康师傅	New	37	上汽通用凯迪拉克	54.0%	47	路特斯	New
8	BOSS直聘	294.4%	18	联想	9.0%	28	宝格丽	-19.3%	38	养乐多	>1000%	48	香奈儿	New
9	中国移动通信	353.9%	19	圣罗兰	177.3%	29	雪花	>1000%	39	冷酸灵	263.6%	49	高洁丝	-27.6%
10	飞鹤	507.1%	20	自如	New	30	马爹利	-10.6%	40	南非旅游局	New	50	空刻	New

影院视频：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年影院视频广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	梅赛德斯-奔驰	上海奔驰有限公司	11	伊利	伊利金典系列奶	21	老板	老板厨房电器
2	GUCCI	GUCCI首饰	12	比亚迪	比亚迪股份有限公司	22	赫莲娜	赫莲娜系列产品
3	养乐多	养乐多活菌型乳酸菌乳饮品	13	中国移动通信	中国移动通信	23	科颜氏	科颜氏系列护肤品
4	方太	方太厨具有限公司	14	百事	百事可乐	24	三星	三星移动电话
5	雪花	雪花啤酒	15	蒙牛	蒙牛特仑苏系列奶	25	圣罗兰	圣罗兰系列产品
6	兰蔻	兰蔻系列产品	16	苏菲	苏菲卫生巾系列	26	君乐宝	君乐宝乳业有限公司
7	苹果	苹果电脑公司	17	BOSS直聘	BOSS直聘网	27	龙牡	龙牡壮骨颗粒
8	飞鹤	飞鹤星飞帆幼儿配方奶粉	18	健民	健民药业集团股份有限公司	28	双汇	双汇王中王火腿肠
9	云南白药	云南白药系列产品	19	冷酸灵	冷酸灵牙膏	29	洁婷	洁婷系列卫生用品
10	保时捷	保时捷公司	20	劲牌	劲牌毛铺酒	30	克丽斯汀迪奥	克丽斯汀迪奥系列产品

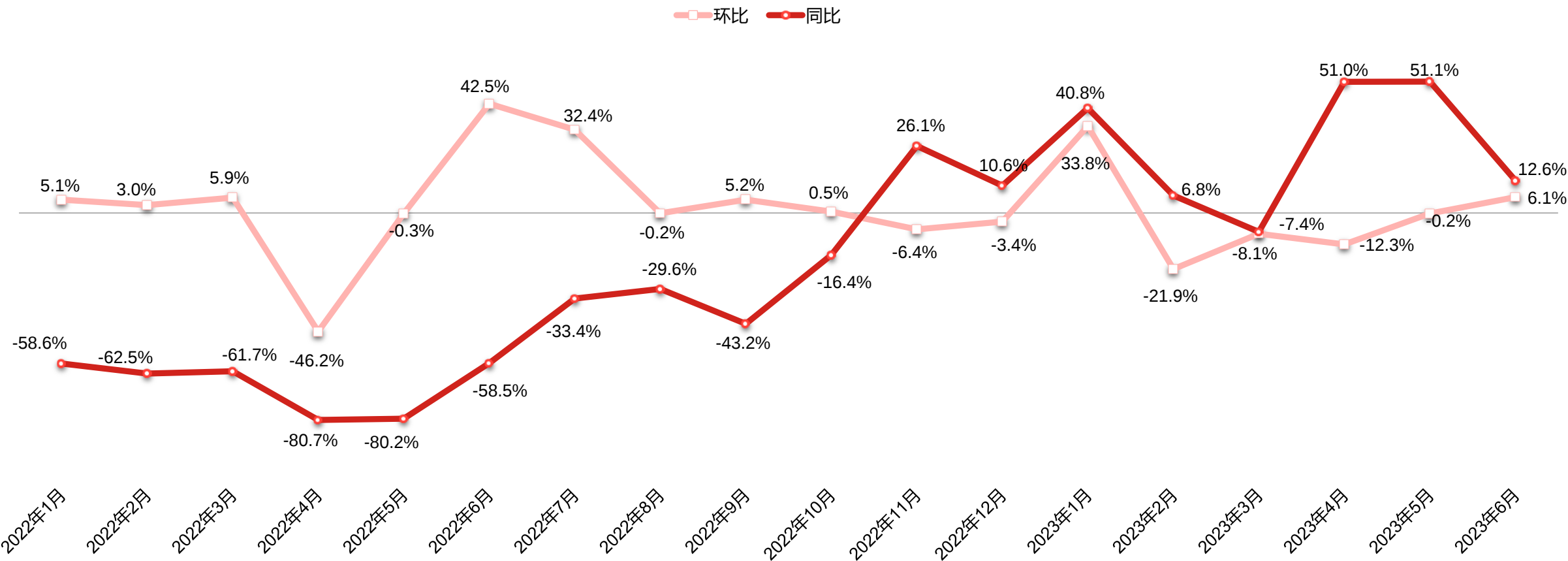


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

火车/高铁站：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月火车/高铁站广告月度花费变化

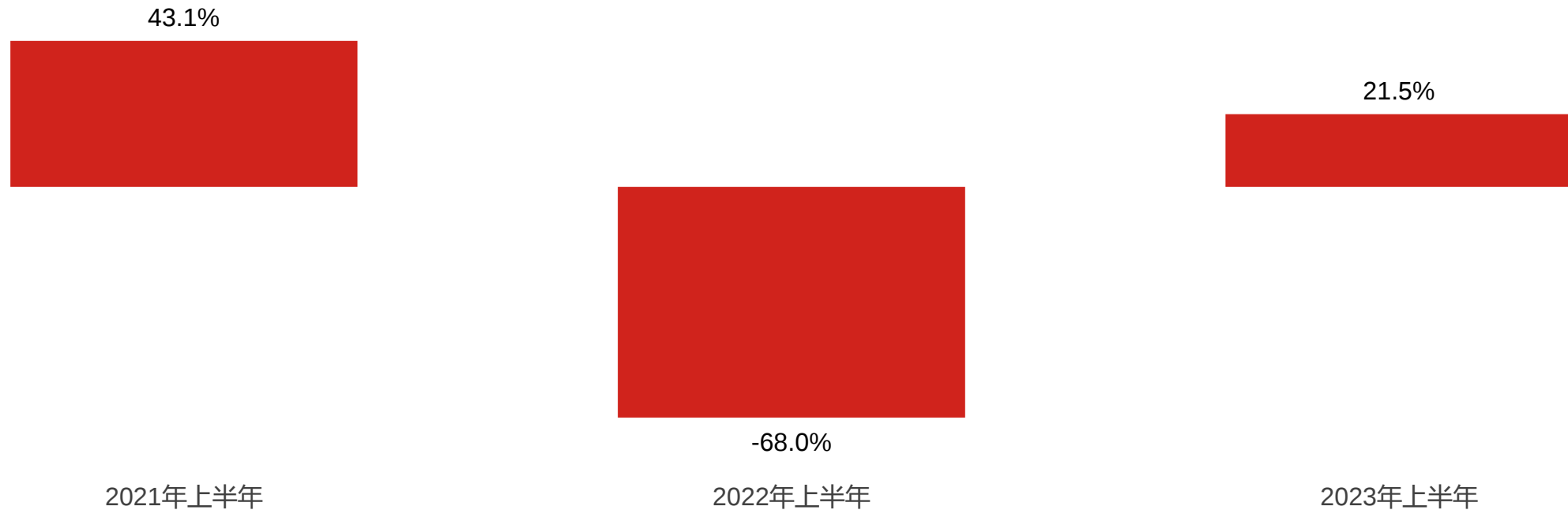


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

火车/高铁站：2023年上半年广告花费同比**上涨21.5%**

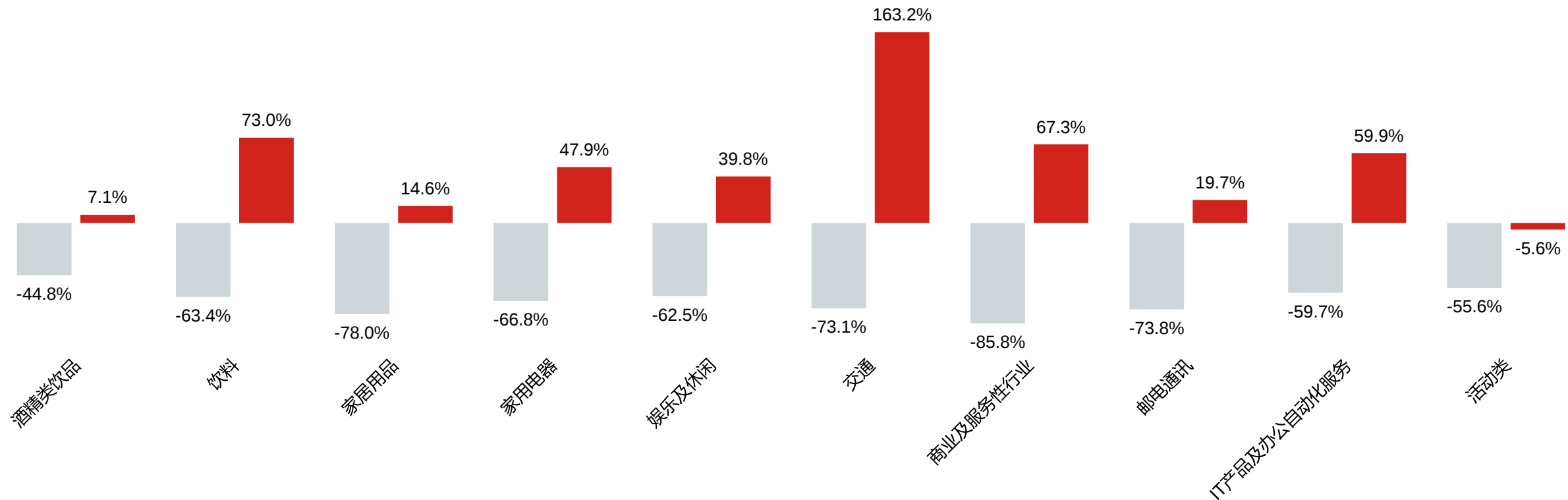
2021年-2023年上半年同期火车/高铁站广告花费同比变化



火车/高铁站：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年火车/高铁站广告TOP10行业（大类）花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

火车/高铁站：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年火车/高铁站广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	中国餐酒	8.8%	16	移动网络服务	136.6%
2	旅游/区域形象	41.7%	17	珠宝/首饰	141.2%
3	固体饮料	78.0%	18	奶类饮品	193.6%
4	交通工具	174.7%	19	家电系列产品	210.1%
5	装修装饰服务	14.6%	20	卫浴/洁具	27.1%
6	液体饮料	47.1%	21	房地产	-67.8%
7	空调机	87.2%	22	工业-企业形象	-28.7%
8	移动客户端应用软件及服务	104.9%	23	儿科用药	226.2%
9	门窗	51.4%	24	家居清洁电器	221.5%
10	零售服务	78.4%	25	护肤用品	-3.7%
11	厨房电器	43.9%	26	方便食品	14.0%
12	电视及配件	209.4%	27	洗发/美发/护发	-29.8%
13	医疗/保健机构	151.6%	28	数码产品及配件	114.5%
14	网络服务	142.9%	29	服装	-56.6%
15	娱乐休闲服务	24.9%	30	机动车相关服务	295.5%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

火车/高铁站：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年火车/高铁站广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	呼吸系统药	11	咽喉药	21	珠宝/首饰
2	交通系列产品	12	儿科用药	22	交通-企业形象
3	化妆品/浴室系列用品	13	家居清洁电器	23	移动网络服务
4	家居-企业形象	14	妇科用药	24	数码产品及配件
5	鞋	15	家电系列产品	25	移动客户端应用软件及服务
6	饮水机/家用净水器	16	电视及配件	26	空调机
7	饮料-企业形象	17	奶类饮品	27	零售服务
8	商业演出/电影宣传	18	交通工具	28	固体饮料
9	律师行	19	医疗/保健机构	29	眼镜/隐形眼镜
10	机动车相关服务	20	网络服务	30	门窗



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序



火车/高铁站：广告花费品牌榜单

2023年上半年火车/高铁站广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	小罐茶	77.2%	11	安	8.8%	21	容声	156.5%	31	奇瑞	>1000%	41	贵州醇	253.1%
2	牛栏山	327.5%	12	天芮	37.1%	22	习酒	740.4%	32	蒂花之秀	245.8%	42	志邦	-10.3%
3	海信	58.3%	13	艺星	123.4%	23	王老吉	-3.4%	33	仰韶	New	43	联塑	-31.3%
4	广汽传祺	>1000%	14	TATA	96.3%	24	养元	22.1%	34	百岁山	-33.7%	44	中国电信	79.4%
5	杏花村	255.0%	15	茗贤汇	>1000%	25	派雅	309.8%	35	天坛	New	45	AITO	New
6	洋河	9.3%	16	美的	532.5%	26	宣酒	56.6%	36	绿岛风	-5.2%	46	瑞田	New
7	怡宝	>1000%	17	国密董酒	110.4%	27	以岭	New	37	惠达	323.2%	47	今世缘	42.8%
8	茅台	141.9%	18	梦金园	New	28	申远	243.5%	38	比亚迪	>1000%	48	广汽丰田	-27.5%
9	女儿红	New	19	东芝	New	29	壹号	>1000%	39	京东商城	680.0%	49	乐比叮	New
10	中国移动通信	-37.1%	20	科龙	111.1%	30	君乐宝	New	40	西凤	78.8%	50	国台	66.5%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

火车/高铁站：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年火车/高铁站广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	双汇	双汇王中王火腿肠	11	怡宝	怡宝矿泉水	21	小快克	小快克小儿氨酚黄那敏颗粒
2	君道贵酿	君道贵酿酒	12	成义烧坊	成义烧坊酒	22	尚品	尚品宅配
3	茗贤汇	茗贤汇茶叶店	13	习酒	习酒	23	纷享销客	纷享销客管理软件
4	奇瑞	奇瑞QQ冰淇淋轿车	14	必胜客	必胜客比萨	24	索菲亚	索菲亚家具
5	壹号	壹号土猪	15	京东商城	京东商城网	25	牛栏山	牛栏山金标陈酿酒
6	广汽传祺	广汽传祺影酷SUV	16	广汽本田	广汽本田皓影SUV	26	惠达	惠达智能马桶
7	冠芳	冠芳山楂树下野山楂果汁 果肉饮料	17	康师傅	康师傅红烧牛肉面	27	王守义	王守义十三香
8	比亚迪	比亚迪护卫舰07 SUV	18	美的	美的系列产品	28	派雅	派雅门窗
9	零度	零度鞋	19	龙蟠	龙蟠1号润滑油	29	英淇	英淇律师事务所
10	一汽丰田	一汽丰田BZ3轿车	20	雅迪	雅迪电动车	30	天猫	天猫网

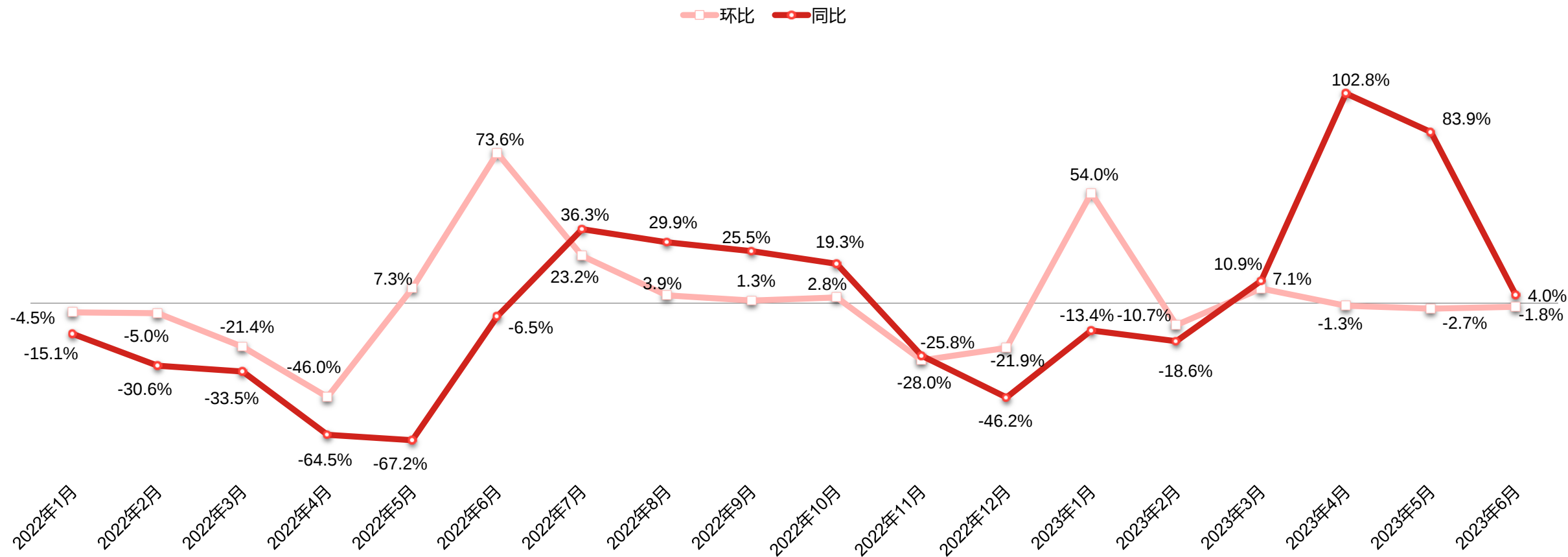


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

机场：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月机场广告月度花费变化

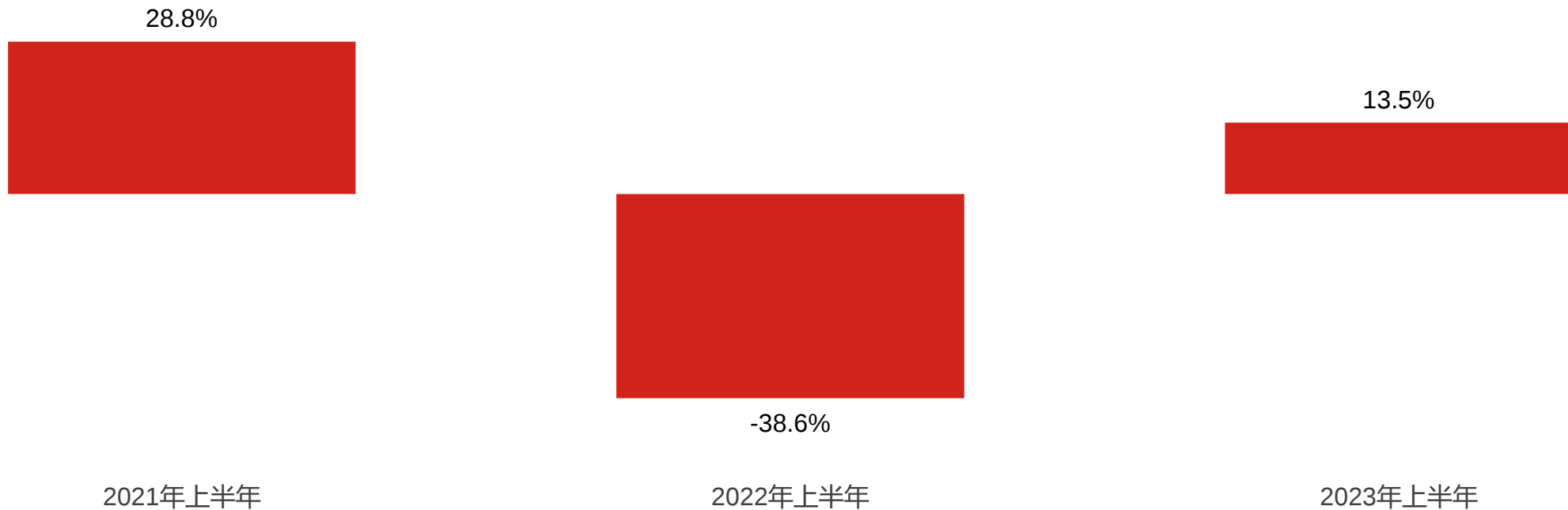


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

机场：2023年上半年广告花费同比**上涨13.5%**

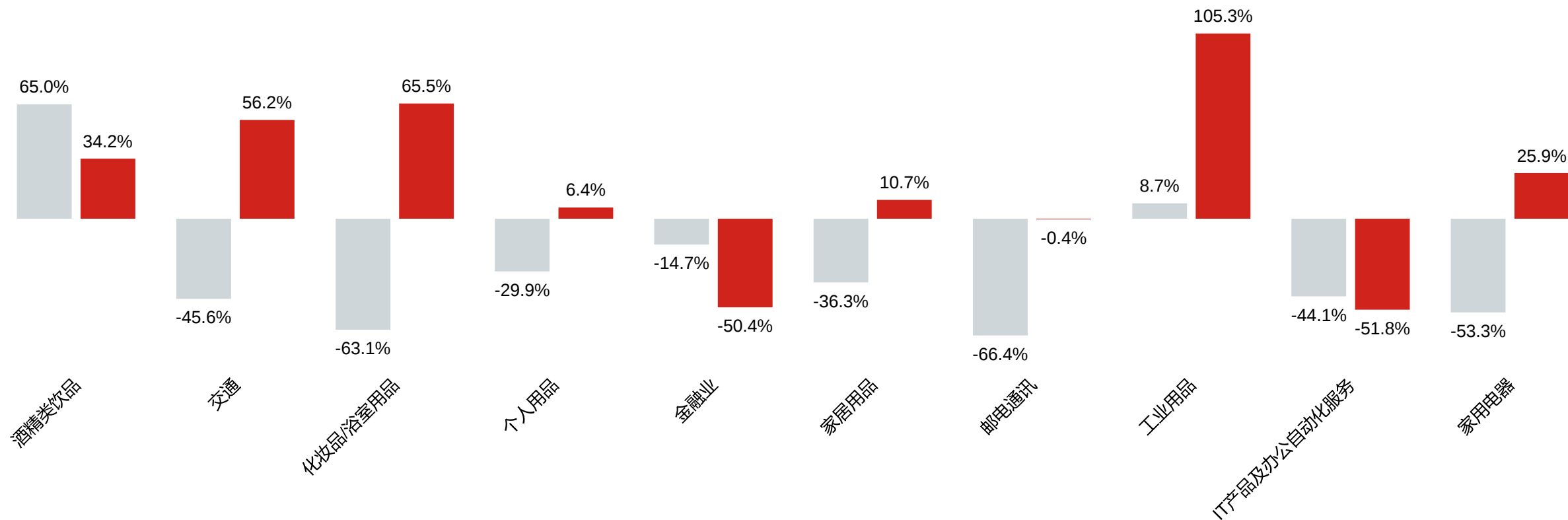
2021年-2023年上半年同期机场广告花费同比变化



机场：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年机场广告TOP10行业（大类）花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

机场：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年机场广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	中国餐酒	43.3%	16	彩妆	176.6%
2	交通工具	3.1%	17	卫浴/洁具	446.9%
3	交通运输服务	956.2%	18	洋酒	-44.8%
4	护肤用品	33.0%	19	移动客户端应用软件及服务	-64.4%
5	工业-企业形象	88.0%	20	个人系列用品	44.9%
6	装修装饰服务	-29.8%	21	银行	-26.8%
7	钟表	4.4%	22	家居系列用品	568.4%
8	金融业-企业形象	-14.1%	23	房地产	265.6%
9	珠宝/首饰	5.1%	24	液体饮料	952.6%
10	通讯产品	-9.3%	25	保健食品	-5.8%
11	香水	102.8%	26	IT产品及服务-企业形象	2.6%
12	网络服务	54.6%	27	酒类-企业形象	>1000%
13	证券	19.4%	28	冰雪食品	New
14	服装	2.9%	29	家电-企业形象	-27.3%
15	旅游/区域形象	-3.9%	30	衣着系列产品	-5.8%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

机场：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年机场广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	酒类-企业形象	11	卫浴/洁具	21	工业-企业形象
2	空调机	12	家居清洁电器	22	个人健康/护理产品
3	数据多媒体服务	13	房地产	23	化妆品/浴室系列用品
4	肉类	14	药品-企业形象	24	网络服务
5	交通运输服务	15	鞋	25	奶类饮品
6	液体饮料	16	食品类系列产品	26	个人系列用品
7	零售服务	17	彩妆	27	中国餐酒
8	工业用品及服务	18	活动-商业赞助类	28	娱乐及休闲-企业形象
9	家居系列用品	19	教育/培训	29	通讯类系列产品
10	交通-企业形象	20	香水	30	护肤用品



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序



机场：广告花费品牌榜单

2023年上半年机场广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	兰蔻	82.5%	11	联塑	>1000%	21	道达尔	38.6%	31	福州航空	New	41	白金	New
2	海南航空	New	12	仁怀	786.8%	22	华茅	>1000%	32	卡地亚	-34.0%	42	峙川	New
3	习酒	12.2%	13	西凤	237.3%	23	水井坊	-41.6%	33	克利斯汀迪奥	187.8%	43	奥迪	589.6%
4	白云	>1000%	14	董事长	>1000%	24	贤	New	34	中信	-15.5%	44	中国工商银行	-24.9%
5	茅台	395.8%	15	华为	184.5%	25	宝格丽	-39.5%	35	林肯	30.0%	45	奇安信	New
6	度小满金融	50.3%	16	好莱客	31.7%	26	美的	42.6%	36	百度	-52.4%	46	建发	121.3%
7	波波	68.5%	17	香奈儿	44.6%	27	苏格登	-16.2%	37	欧派	-31.4%	47	上海浦东发展 银行	3.8%
8	广发证券	101.8%	18	阿玛尼	44.9%	28	竹叶青	5.7%	38	泸州老窖	-32.3%	48	百年大福	New
9	科勒	437.8%	19	上汽大众	44.7%	29	迪奥	339.0%	39	字节跳动	-53.4%	49	路虎	22.9%
10	浪琴	236.5%	20	林氏	New	30	牛栏山	-4.6%	40	京东商城	208.2%	50	波司登	53.4%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

机场：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年机场广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	董事长	董事长酒	11	奥迪	奥迪RS E-TRON GT轿车	21	浪琴	浪琴名匠系列表
2	华茅	华茅酒	12	茶里	茶里系列茶饮料	22	GUCCI	GUCCI系列产品
3	珂莱蒂尔	珂莱蒂尔服饰	13	科勒	科勒水乐章淋浴系统	23	京东商城	京东商城网
4	金伯利	金伯利钻石	14	中粮	中粮系列产品	24	克丽斯汀迪奥	克丽斯汀迪奥小姐花漾淡香氛
5	联塑	联塑班皓新能源科技集团有限公司	15	茅台	茅台高尔夫酒	25	华为	华为MATE 50系列移动电话
6	赖茅	赖茅酒业有限公司	16	中国平安人寿保险	中国平安人寿保险股份有限公司	26	万国	万国柏涛菲诺腕表
7	EMPORIO ARMANI	EMPORIO ARMANI表	17	瑞和	上海印象	27	蒂芙尼	蒂芙尼系列产品
8	枫叶出行	枫叶出行手机软件	18	迪奥	迪奥服饰	28	建发	建发集团
9	仁怀	仁怀酒	19	圣罗兰	圣罗兰自由之水女士香水	29	ROROLOVE	ROROLOVE钻石腕表
10	轩辕之学	轩辕之学教育咨询有限公司	20	西凤	红西凤酒	30	广发证券	广发证券股份有限公司

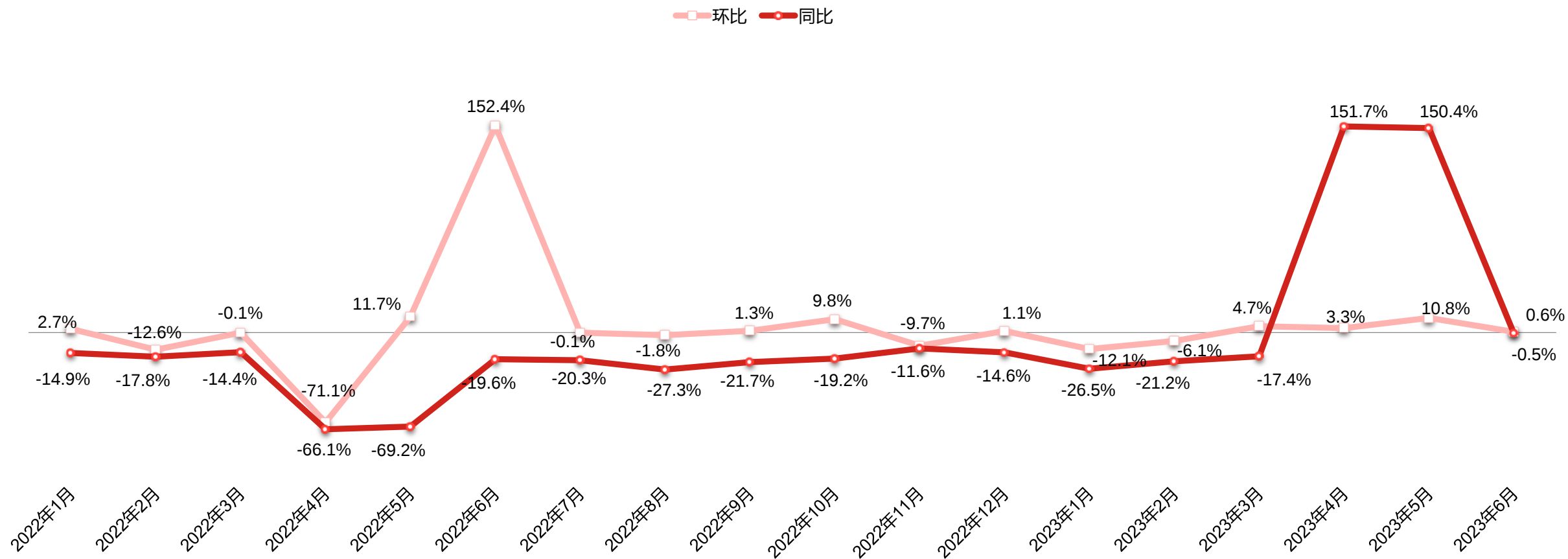


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

地铁：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月地铁广告月度花费变化

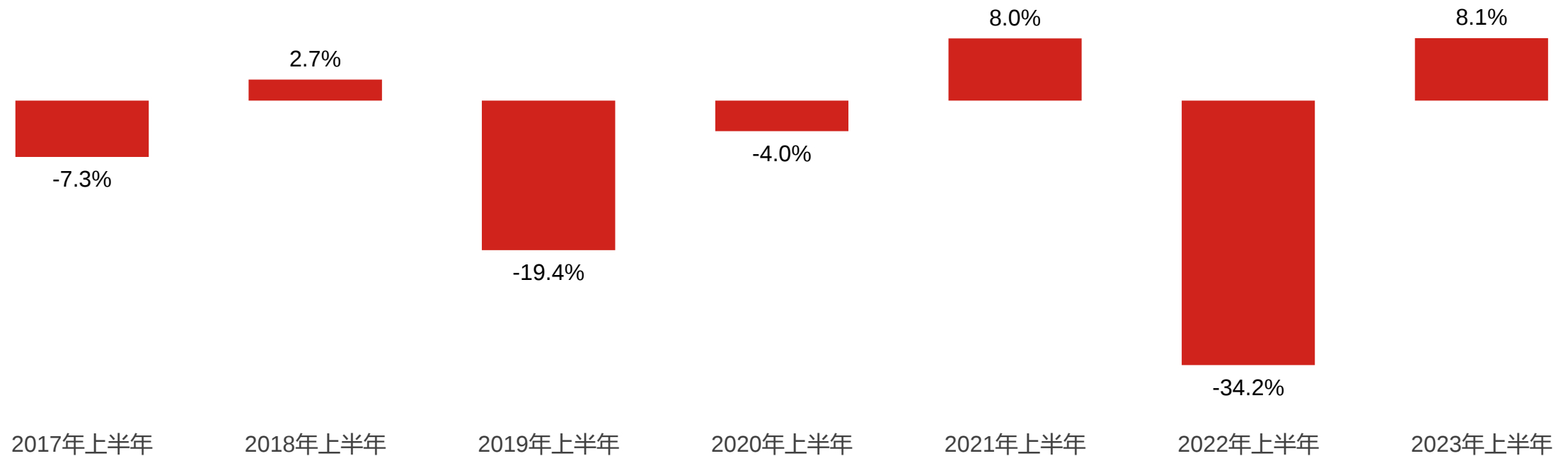


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

地铁：2023年上半年广告花费同比**上涨8.1%**

2017年-2023年上半年同期地铁广告花费同比变化

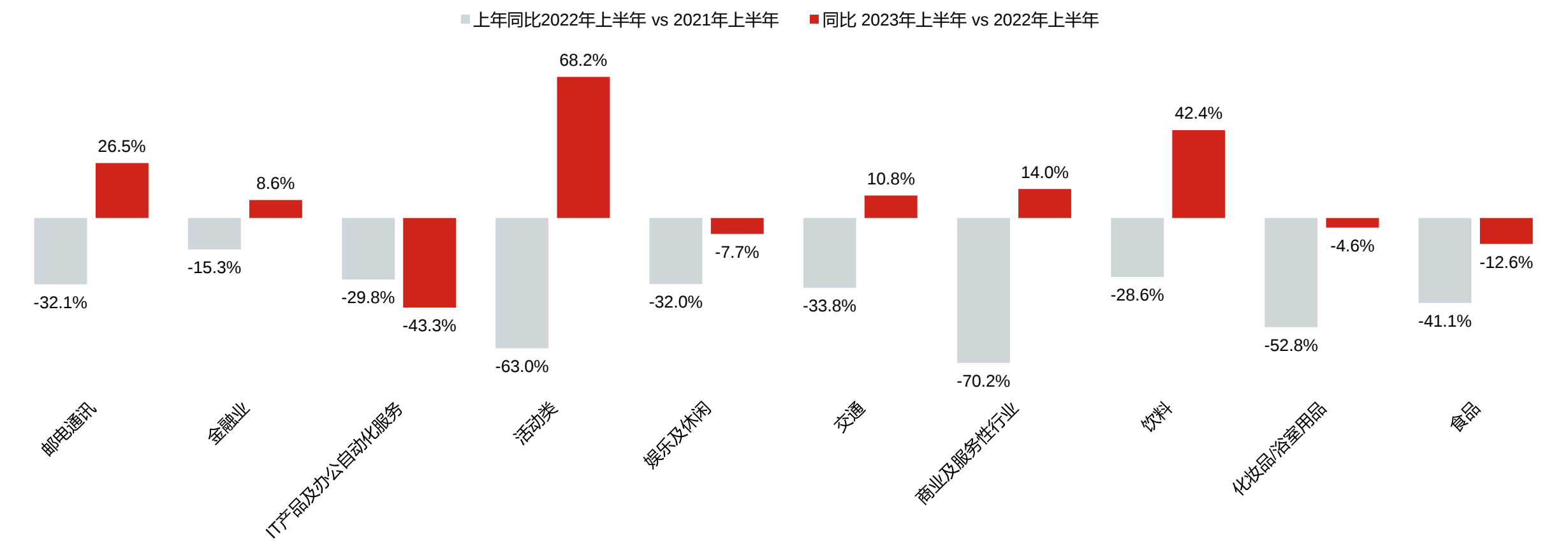


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

地铁：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年地铁广告TOP10行业（大类）花费变化



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比



地铁：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年地铁广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	网络服务	28.2%	16	服装	350.7%
2	移动客户端应用软件及服务	-44.1%	17	金融业-企业形象	-68.0%
3	基金	89.5%	18	奶类饮品	0.1%
4	旅游/区域形象	21.9%	19	交通工具	3.8%
5	通讯产品	1.6%	20	交通-企业形象	-47.3%
6	银行	0.4%	21	保险	-24.0%
7	液体饮料	59.0%	22	中国餐酒	104.7%
8	银行业务	6.9%	23	活动-商业赞助类	146.6%
9	娱乐休闲服务	-33.5%	24	金融业系列产品	New
10	银行卡	36.1%	25	商业演出/电影宣传	-5.7%
11	医疗/保健机构	31.6%	26	驱虫产品	10.2%
12	移动网络服务	216.4%	27	洗洁剂/光亮剂/消毒剂	New
13	护肤用品	48.6%	28	珠宝/首饰	-76.3%
14	房地产	-9.0%	29	教育/培训	-18.0%
15	零售服务	-10.1%	30	眼科用药	299.4%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

地铁：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年地铁广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	肉类	11	家电-企业形象	21	活动-商业赞助类
2	咖啡	12	个人系列用品	22	中国餐酒
3	计生用品	13	眼科用药	23	鞋
4	葡萄酒/果酒	14	家居系列用品	24	基金
5	博彩	15	移动网络服务	25	液体饮料
6	交通运输服务	16	智能设备	26	洗衣产品
7	个人健康/护理产品	17	美容美发美体服务	27	护肤用品
8	电脑软件与顾问服务	18	数据多媒体服务	28	药品-企业形象
9	证券	19	保健食品	29	糕点饼干
10	服装	20	IT产品及服务-企业形象	30	银行卡



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序



地铁：广告花费品牌榜单

2023年上半年地铁广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	全景	80.2%	11	OPPO	56.6%	21	VEET	New	31	招商银行	264.9%	41	王老吉	-31.5%
2	北京记忆	-6.8%	12	七猫免费小说	-22.7%	22	中国农业银行	70.4%	32	上海银行	107.1%	42	格乐利雅	New
3	华安基金	342.9%	13	港铁	40.4%	23	中国电信	163.3%	33	蚂蚁保	0.6%	43	中国建设银行	-27.1%
4	屈臣氏	-36.0%	14	VIVO	-51.6%	24	大窑	New	34	润本	-28.9%	44	链家	New
5	中欧基金	-0.9%	15	自如	85.1%	25	亮碟	New	35	贝壳找房	New	45	前程无忧	-81.3%
6	中国银联	5.8%	16	苹果	32.8%	26	荣耀	84.1%	36	滴滴	New	46	脉脉	-57.7%
7	汇添富基金	745.4%	17	美团	116.1%	27	六福	3.3%	37	龙凤	132.1%	47	优衣库	371.8%
8	BOSS直聘	66.1%	18	东方红	-18.5%	28	上海浦东发展 银行	>1000%	38	名仁	New	48	云上	New
9	中国移动通信	52.2%	19	上海农商银行	23.9%	29	曼秀雷敦	-23.1%	39	东一	New	49	企查查	-30.1%
10	猎聘	-42.2%	20	智联招聘	-21.5%	30	一汽丰田	>1000%	40	沙洲优黄	92.4%	50	兴业银行	New



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

地铁：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年地铁广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	上海浦东发展银行	上海浦东发展银行信用卡	11	汇添富基金	汇添富基金管理有限公司	21	中国福利彩票	中国福利彩票
2	中欧基金&蚂蚁财富	中欧基金管理&蚂蚁财富投资基金管理有限公司	12	京庄	京庄铜锅涮	22	杜蕾斯	杜蕾斯延时安全套
3	开心麻花	开心麻花大剧院	13	博时基金	博时基金管理有限公司	23	猫抓	猫抓烤肉
4	益力多	益力多活性乳酸菌乳饮品	14	依视路	依视路星趣控镜片	24	视觉中国	视觉中国集团
5	博士伦	博士伦润洁玻璃酸钠滴眼液	15	富士	富士INSTAX LINK WIDE 照片打印机	25	上汽通用雪佛兰	上汽通用雪佛兰探界者SUV
6	一汽丰田	一汽丰田BZ3轿车	16	KKMALL	KKMALL国际时尚精品购物中心	26	优衣库	优衣库服饰
7	南京银行	南京银行	17	希玛林	深圳希玛眼科	27	ONEITC	ONE ITC商场
8	陈鹏鹏	陈鹏鹏卤鹅饭店	18	香火	香火肥肠餐厅	28	华安基金	华安基金管理有限公司
9	新鸿基	广州新鸿基峻玺	19	维他奶	维他奶低糖豆奶	29	斯维诗	斯维诗女性健康益生菌胶囊
10	捞王	捞王火锅	20	汤臣倍健	汤臣倍健系列保健产品	30	上海财经大学MBA学院	上海财经大学MBA学院

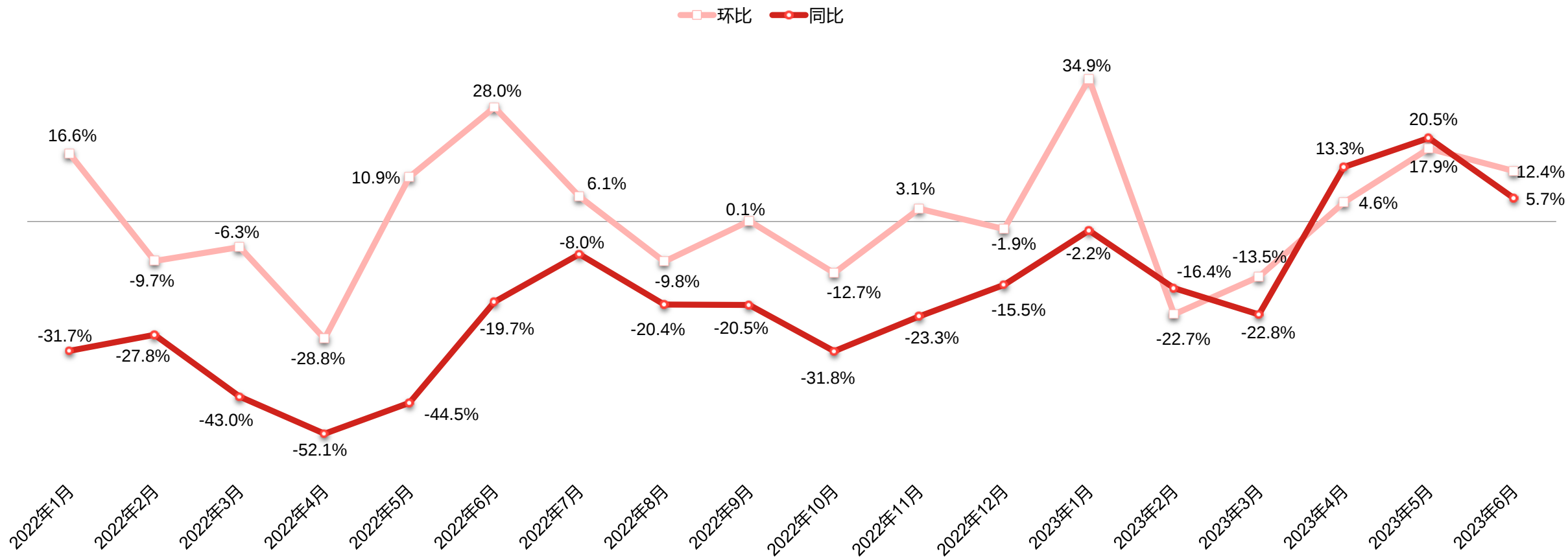


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

街道设施：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月街道设施广告月度花费变化

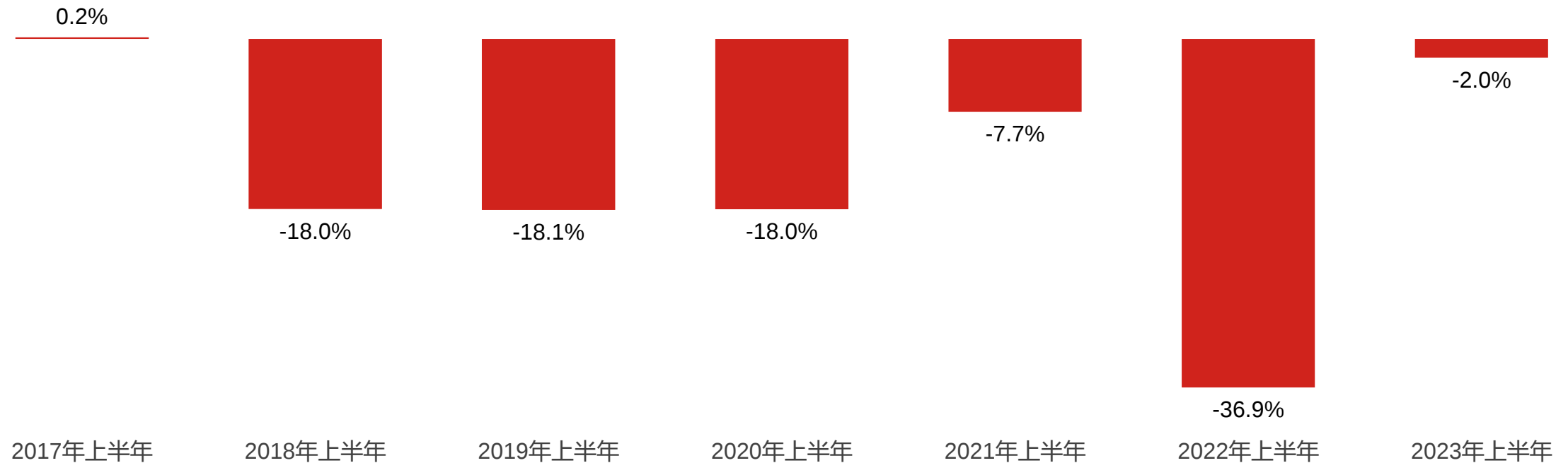


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

街道设施：2023年上半年广告花费同比下跌2.0%

2017年-2023年上半年同期街道设施广告花费同比变化

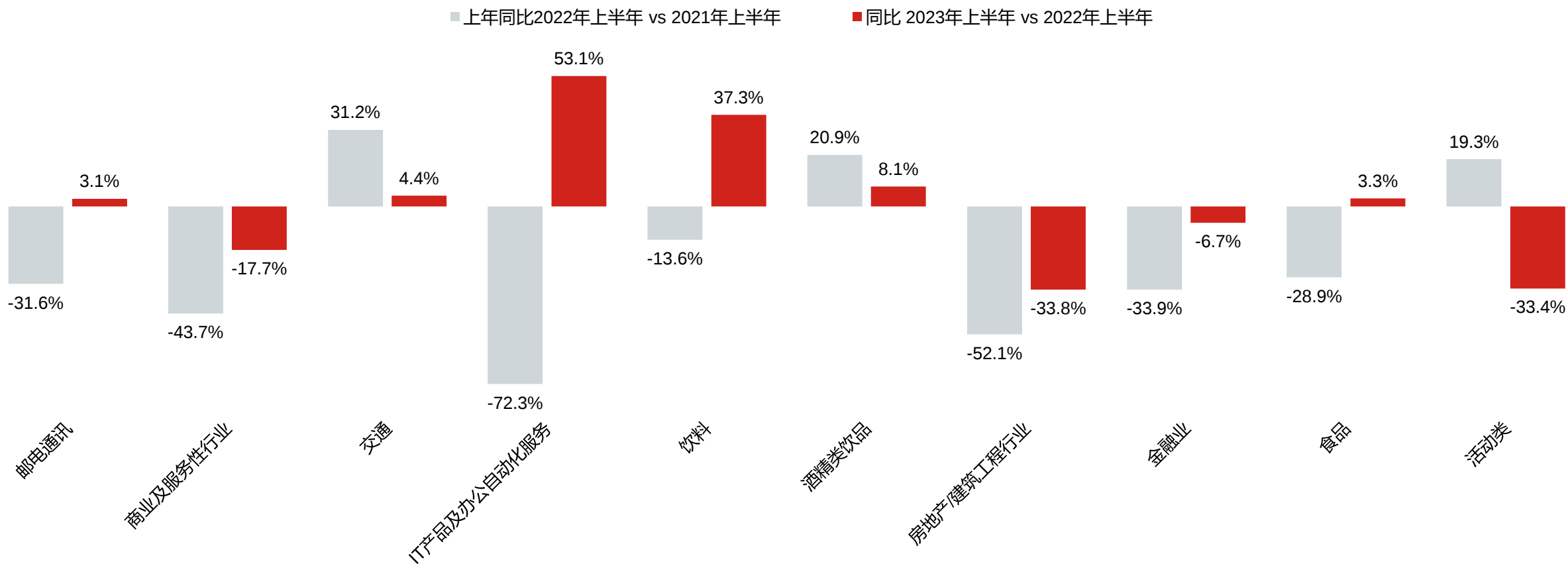


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

街道设施：行业（大类）广告花费变化

2023年上半年街道设施广告TOP10行业（大类）花费变化



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

街道设施：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年街道设施广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名		行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1		网络服务	10.2%	16	数据多媒体服务	39.6%
2		医疗/保健机构	-19.2%	17	啤酒	-10.2%
3		移动客户端应用软件及服务	67.5%	18	银行业务	-44.9%
4		中国餐酒	28.8%	19	银行	-15.9%
5		通讯产品	-12.9%	20	固体饮料	41.0%
6		房地产	-35.9%	21	保险	2.2%
7		交通-企业形象	21.4%	22	商业演出/电影宣传	67.0%
8		零售服务	-11.6%	23	教育/培训	-18.8%
9		液体饮料	72.0%	24	食用油	19.4%
10		交通工具	7.8%	25	全网服务	6.7%
11		娱乐休闲服务	-15.5%	26	保健食品	-28.2%
12		奶类饮品	17.6%	27	饮料系列产品	-14.2%
13		服装	-15.0%	28	冰雪食品	12.8%
14		移动网络服务	-10.9%	29	护肤用品	-35.0%
15		装修装饰服务	7.2%	30	糕点饼干	5.4%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

街道设施：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年街道设施广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	感冒用药	11	电信运营商企业形象	21	银行卡
2	口腔清洁/护理用品	12	衣着系列产品	22	移动客户端应用软件及服务
3	活动-商业赞助类	13	粮食	23	商业演出/电影宣传
4	香水	14	肉类	24	律师行
5	咽喉药	15	IT产品及服务系列产品	25	药品-企业形象
6	家居系列用品	16	灯具	26	化妆品/浴室系列用品
7	彩妆	17	机动车相关服务	27	固体饮料
8	教学用品及服务	18	证券	28	数据多媒体服务
9	建筑/建设工程-企业形象	19	液体饮料	29	电脑外围设备
10	金融业系列产品	20	工业用品及服务	30	体育用品及服务



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序



街道设施：广告花费品牌榜单

2023年上半年街道设施广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	BOSS直聘	326.4%	11	杜康	27.1%	21	金尘	270.7%	31	御品轩	20.0%	41	大众	-27.7%
2	天猫	New	12	伊利	45.3%	22	屈臣氏	59.0%	32	滴滴	986.0%	42	航天	87.9%
3	京东商城	41.7%	13	泸州老窖	228.0%	23	香奈儿	22.3%	33	纳职	420.7%	43	优衣库	-23.8%
4	苹果	-8.4%	14	国文	45.8%	24	OPPO	132.5%	34	茶里	>1000%	44	女儿红	New
5	美团	149.8%	15	支付宝	564.3%	25	中国联通	-25.0%	35	圣都	593.2%	45	维他	New
6	中国移动通信	25.2%	16	华为	115.1%	26	荣耀	-36.6%	36	京东	119.4%	46	小拉出行	>1000%
7	中国电信	15.3%	17	广汽本田	31.7%	27	康师傅	15.5%	37	苏宁易购	817.7%	47	辉山	209.2%
8	广汽丰田	67.7%	18	德亚	-13.9%	28	我爱我家	New	38	中国光谷	20.3%	48	小米	-9.8%
9	农夫山泉	171.1%	19	华美美莱	236.6%	29	丛台	91.2%	39	潘祥记	70.8%	49	维他奶	New
10	茶里王	New	20	VIVO	-58.2%	30	燕京	-32.8%	40	福临门	-8.0%	50	DQ	15.3%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 同比为本年的N月与上年N月的对比

街道设施：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年街道设施广告花费增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	维多利亚	维多利亚医疗美容医院	11	一汽丰田	一汽丰田BZ3轿车	21	雅迪	雅迪电动车
2	青岛	青岛啤酒	12	鲁花	鲁花高油酸花生油	22	克丽斯汀迪奥	克丽斯汀迪奥烈艳蓝金唇膏
3	竹叶青	竹叶青酒	13	顺通	顺通石化加油站	23	双汇	双汇王中王火腿肠
4	娃哈哈	娃哈哈纯净水	14	博大	郑州博大泌尿外科医院	24	阿里巴巴淘宝	阿里巴巴淘宝网
5	融信	郑州融信奥体世纪	15	红星	长春红星医院	25	君道贵酿	君道贵酿酒
6	大商汇	大商汇国际建材商城	16	南洋	深圳南洋夏令营	26	蟹兴阁	蟹兴阁大闸蟹
7	吉盛伟邦	长春壹湖国际	17	胡姬花	胡姬花古法花生油	27	明星	长春明星口腔
8	华夏银行	华夏银行	18	八喜	八喜风华四季冰淇淋	28	好来	好来双重薄荷清然&茶倍健龙井绿茶牙膏
9	康特森	昆明康特森眼科医院	19	施洛华	施洛华眼镜	29	中国太平保险	中国太平保险集团公司
10	麦蓝	昆明麦蓝月子中心	20	海格	海格管家家政服务有限公司	30	平安银行	平安银行银联信用卡

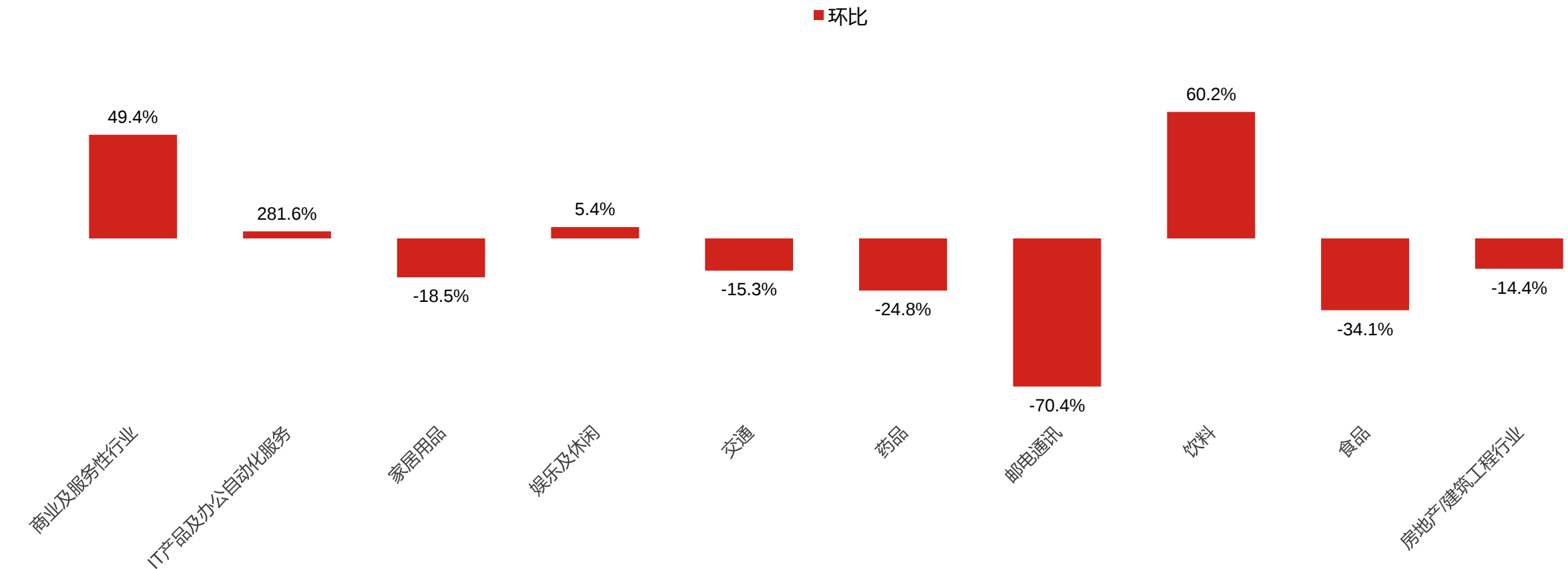


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品

社区门禁：行业（大类）广告花费变化

2023年6月社区门禁广告花费TOP10行业（大类）花费变化



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；环比为本年N月与本年N-1月的对比

社区门禁：广告花费行业（中类）榜单

2023年6月社区门禁广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	环比变化 2023年6月 vs 2023年5月	排名	行业（中类）	环比变化 2023年6月 vs 2023年5月
1	医疗/保健机构	36.1%	16	银行业务	-9.1%
2	移动客户端应用软件及服务	3.1%	17	移动网络服务	11.5%
3	零售服务	72.7%	18	消化系统药	14.9%
4	装修装饰服务	-13.8%	19	液体饮料	69.4%
5	交通工具	-16.0%	20	厨房电器	60.6%
6	呼吸系统药	-30.4%	21	奶类饮品	-58.0%
7	旅游/区域形象	1.8%	22	家电系列产品	193.9%
8	固体饮料	228.0%	23	食用油	>1000%
9	教育/培训	76.1%	24	建筑原料及器材	-7.1%
10	娱乐休闲服务	10.6%	25	空调机	-2.9%
11	中国餐酒	1.4%	26	珠宝/首饰	-1.8%
12	房地产	-15.8%	27	糕点饼干	-29.7%
13	网络服务	-83.8%	28	食品类系列产品	-24.4%
14	调味品	-51.8%	29	家居清洁电器	New
15	数据多媒体服务	-25.7%	30	方便食品	-51.2%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；环比为本年N月与本年N-1月的对比

社区门禁：广告花费品牌榜单

2023年6月社区门禁广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	环比增幅	排名	品牌	环比增幅	排名	品牌	环比增幅	排名	品牌	环比增幅	排名	品牌	环比增幅
1	美团	-8.9%	11	利美康	New	21	肯德基	29.8%	31	德佑	47.5%	41	滴滴	53.7%
2	沪佳	-24.2%	12	中诺	-1.7%	22	一诺	New	32	苏宁易购	84.8%	42	溜扬	-64.6%
3	养无极	-30.4%	13	天坛	New	23	葫芦娃	15.0%	33	格力	>1000%	43	益力多	-52.6%
4	圣元	254.9%	14	国缘	141.4%	24	华润苏果	931.2%	34	中国联通	177.0%	44	福临门	New
5	爱玛	-22.3%	15	沪尚茗居	-3.2%	25	链家	-47.0%	35	京科	1.4%	45	现代	New
6	沃尔玛	>1000%	16	广汽丰田	New	26	朴朴超市微信 公众号	223.0%	36	和美家	-3.2%	46	雅迪	-57.9%
7	爱尔	381.6%	17	臻鲜	-6.2%	27		7.8%	37	兔博士	New	47	悦程	0.8%
8	贝壳找房	-13.6%	18	红星美凯龙	173.9%	28	今世缘	-3.5%	38	齐美	-4.8%	48	康悦到家	255.9%
9	穗华	>1000%	19	东太行	New	29	团圆	25.6%	39	成都医大口腔	360.0%	49	周六福	2.3%
10	中国移动通信	-1.8%	20	中国电信	-50.0%	30	峰子伟	-5.5%	40	公元	-7.1%	50	年代	New

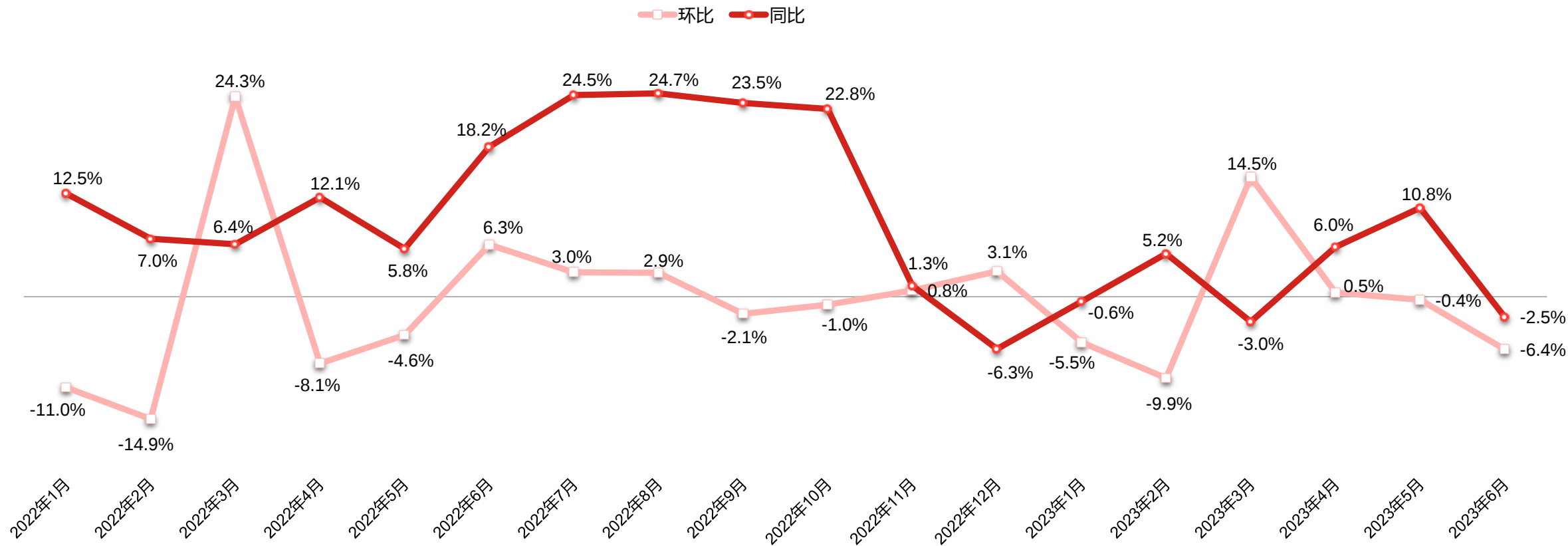


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；环比为本年N月与本年N-1月的对比

互联网站：广告花费月度趋势变化

2022年1月-2023年6月互联网站广告月度花费变化



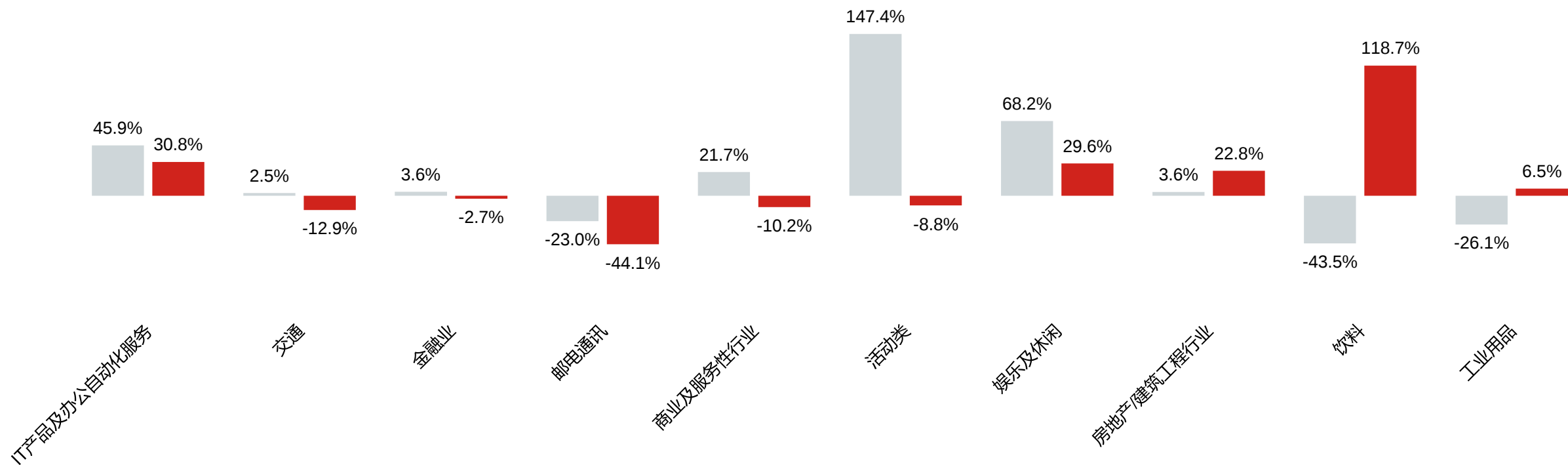
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比，环比为本年N月与本年N-1月的对比

互联网站：行业（大类）花费变化

2023年上半年互联网站广告花费TOP10行业（大类）花费变化

■ 上年同比2022年上半年 vs 2021年上半年 ■ 同比 2023年上半年 vs 2022年上半年



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

互联网站：广告花费行业（中类）榜单

2023年上半年互联网站广告花费行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年	排名	行业（中类）	同比变化 2023年上半年 vs 2022年上半年
1	移动客户端应用软件及服...	87.9%	16	金融业-企业形象	-9.2%
2	电脑软件与顾问服务	-1.3%	17	通讯产品	-24.3%
3	交通工具	-14.5%	18	IT产品及服务-企业形象	-16.9%
4	银行	0.3%	19	机动车相关服务	22.5%
5	旅游/区域形象	30.3%	20	娱乐休闲服务	104.8%
6	网络服务	-49.7%	21	银行业务	139.0%
7	教育/培训	-2.3%	22	建筑/建设工程-企业形象	9.7%
8	房地产	26.1%	23	交通-企业形象	0.3%
9	证券	-5.8%	24	保险	-48.2%
10	工业-企业形象	5.9%	25	电信运营商企业形象	-59.8%
11	医疗/保健机构	13.8%	26	保健食品	115.8%
12	中国餐酒	22.2%	27	移动网络服务	24.6%
13	固体饮料	425.8%	28	IT产品及服务系列产品	342.8%
14	零售服务	-39.9%	29	博彩	25.8%
15	活动-商业赞助类	77.6%	30	基金	-11.5%



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；同比为本年的N月与上年N月的对比

互联网站：广告花费增幅行业（中类）榜单

2023年上半年互联网站广告花费同比增幅行业（中类）TOP30榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	医疗器械	11	个人健康/护理产品	21	清洁用品-企业形象
2	通讯类系列产品	12	调味品	22	钟表
3	厨房用品	13	家居清洁电器	23	邮政服务
4	固体饮料	14	银行业务	24	移动客户端应用软件及服务
5	IT产品及服务系列产品	15	银行卡	25	酒类-企业形象
6	电脑外围设备	16	饮料系列产品	26	食品-企业形象
7	饮料-企业形象	17	咽喉药	27	活动-商业赞助类
8	开关/插座	18	保健食品	28	数据多媒体服务
9	商业演出/电影宣传	19	衣着-企业形象	29	箱包
10	饮水机/家用净水器	20	娱乐休闲服务	30	药品-企业形象



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；增幅TOP30行业（中类）基于花费前100个行业（中类）按同比花费增幅排序

互联网站：广告花费品牌榜单

2023年上半年互联网站广告花费TOP50品牌榜单

排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅	排名	品牌	同比增幅
1	东风日产	106.2%	11	华为	-18.0%	21	兴业银行	271.5%	31	南京银行	18.1%	41	上海浦东发展银行	57.0%
2	吉利	74.1%	12	一汽大众奥迪	-30.7%	22	交通银行	40.2%	32	中国电信	-13.4%	42	度小满金融	166.4%
3	网易	20.2%	13	小炮	New	23	VIVO	-34.9%	33	北京环球影城度假区	New	43	东风风行	>1000%
4	福鼎	New	14	抖音	>1000%	24	口子	147.3%	34	茅台	176.8%	44	天信	-50.6%
5	红旗	-37.2%	15	京东商城	10.9%	25	中国联通	20.6%	35	中国邮政储蓄银行	-19.7%	45	OPPO	168.5%
6	比亚迪	-30.3%	16	肯德基	333.5%	26	长安	-25.8%	36	和讯	156.0%	46	东风英菲尼迪&英菲尼迪	New
7	广汽本田	24.9%	17	中国银行	18.9%	27	蓝鲸	New	37	上汽大众	-35.8%	47	沃尔沃	-25.4%
8	CHOICE	-1.9%	18	东风本田	-20.5%	28	中国移动通信	-56.1%	38	中国福利彩票	43.5%	48	广汽三菱	>1000%
9	中国建设银行	-1.2%	19	合生	New	29	中国工商银行	-10.0%	39	中国农业银行	-20.3%	49	元气森林	329.7%
10	搜狐	333.0%	20	雷克萨斯	>1000%	30	奥迪	135.6%	40	黄河	-6.1%	50	WEY	-21.9%

互联网站：广告花费增幅品牌榜单

2023年上半年互联网站广告花费同比增幅TOP30品牌及产品

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	上汽通用	上汽通用别克E5 SUV	11	上汽大众斯柯达	上汽大众斯柯达柯迪亚克SUV	21	极氪	极氪009纯电MPV
2	抖音	抖音短视频APP软件	12	影驰	影驰显卡	22	雷克萨斯	雷克萨斯系列汽车
3	斗鱼	斗鱼网	13	迪安	迪安诊断技术集团股份有限公司	23	广汽三菱	广汽三菱欧蓝德 SUV
4	东风风行	东风风行雷霆纯电SUV	14	鑫苑	鑫苑集团	24	七彩虹	七彩虹系列产品
5	中国广电	中国广电5G服务	15	运鸿	运鸿集团	25	皇氏	皇氏集团股份有限公司
6	北大荒	北大荒农业股份有限公司七星分公司	16	新网银行	新网银行	26	东风本田&一汽丰田	一汽丰田&东风本田汽车有限公司
7	NMN	NMN压片糖果	17	欢乐谷	欢乐谷主题公园	27	金鹏航空	金鹏航空
8	首创	北京首创禧瑞金海	18	景晟乾通	北京长安悦玺	28	金赛	金赛药业有限责任公司
9	三诺	三诺生物传感技术股份有限公司	19	火星人	火星人集成灶	29	中储粮	中储粮北方公司
10	诗尼曼	诗尼曼家居	20	高桥	湖南高桥大市场	30	欧拉	欧拉好猫纯电汽车



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

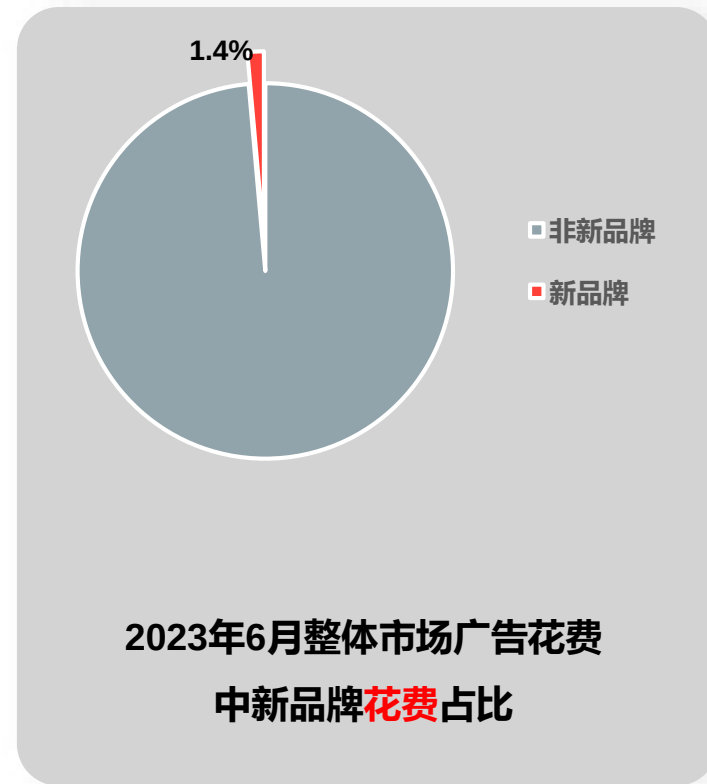
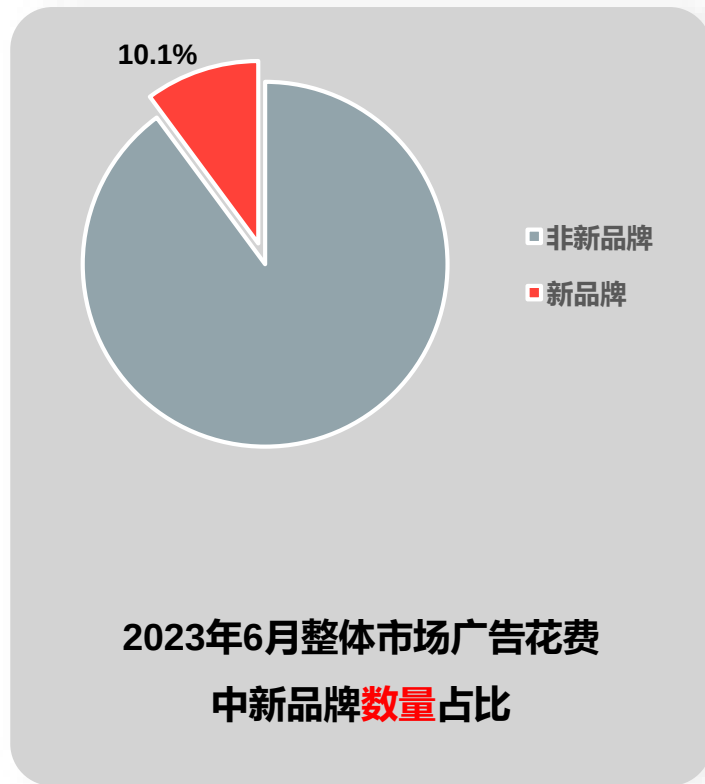
数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
广告花费增幅品牌榜单基于市场品牌总量的前50%品牌，按广告刊例花费同比增幅排序，仅展示该品牌花费最高的产品



广告市场新品牌观察



新品牌：2023年6月新品牌广告投放情况



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

新品牌：广告花费行业（中类）榜单

2023年6月新品牌广告花费TOP30行业（中类）榜单

排名	行业（中类）	排名	行业（中类）	排名	行业（中类）
1	保健食品	11	零售服务	21	蔬菜/水果
2	移动客户端应用软件及服务	12	房地产	22	口腔清洁/护理用品
3	固体饮料	13	医疗/保健机构	23	厨房用品
4	网络服务	14	方便食品	24	奶类饮品
5	药品-企业形象	15	金融业-企业形象	25	工业-企业形象
6	装修装饰服务	16	糕点饼干	26	农业系列产品
7	教育/培训	17	心脑血管病药	27	服装
8	娱乐休闲服务	18	皮肤科用药	28	珠宝/首饰
9	泌尿系统药	19	中国餐酒	29	啤酒
10	旅游/区域形象	20	补益药	30	酒类-企业形象



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月广告市场整体花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	看个比赛	看个比赛手机软件	11	金柜喜	金柜喜九龙银杯	21	聚医方	聚医方人参牡蛎五鞭丸
2	白鸽惠递	白鸽惠递网	12	谷粒汇	谷粒汇燕窝阿胶银耳羹	22	祥华铁观音	祥华铁观音
3	哈药	哈药集团	13	星露洁	星露洁益生菌牙膏	23	虞寿堂	虞寿堂百草肤清膏
4	长寿饮	长寿饮熊胆粉	14	百口妙	百口妙纯山药玉米糊	24	醉千垛	醉千垛原浆啤酒
5	碧潭飘雪	碧潭飘雪茉莉花茶	15	鲜之外	鲜之外系列乳品	25	冻龄女神	冻龄女神阿胶燕窝膏
6	海之圣博力	海之圣博力氨糖软骨素钙 胶囊	16	柏悼珊	柏悼珊人参固本丸	26	月半湾	月半湾缤纷水乐园
7	紫帆	紫帆装饰	17	观颐堂	观颐堂瑶方止痒膏	27	以酒会友	以酒会友酒业有限公司
8	明清御方	明清御方前列腺热磁灸	18	渤海盛宴	渤海盛宴海参	28	美尔固	美尔固管道
9	雅茶	雅茶藏茶	19	喜满神州	喜满神州猴头菇牛奶燕麦片	29	铭沐方	铭沐方龙泽熊胆胶囊
10	紫金山鑫合	紫金山鑫合金融家俱乐部	20	利美康	邯郸利美康医院	30	金生水	金生水苏打水

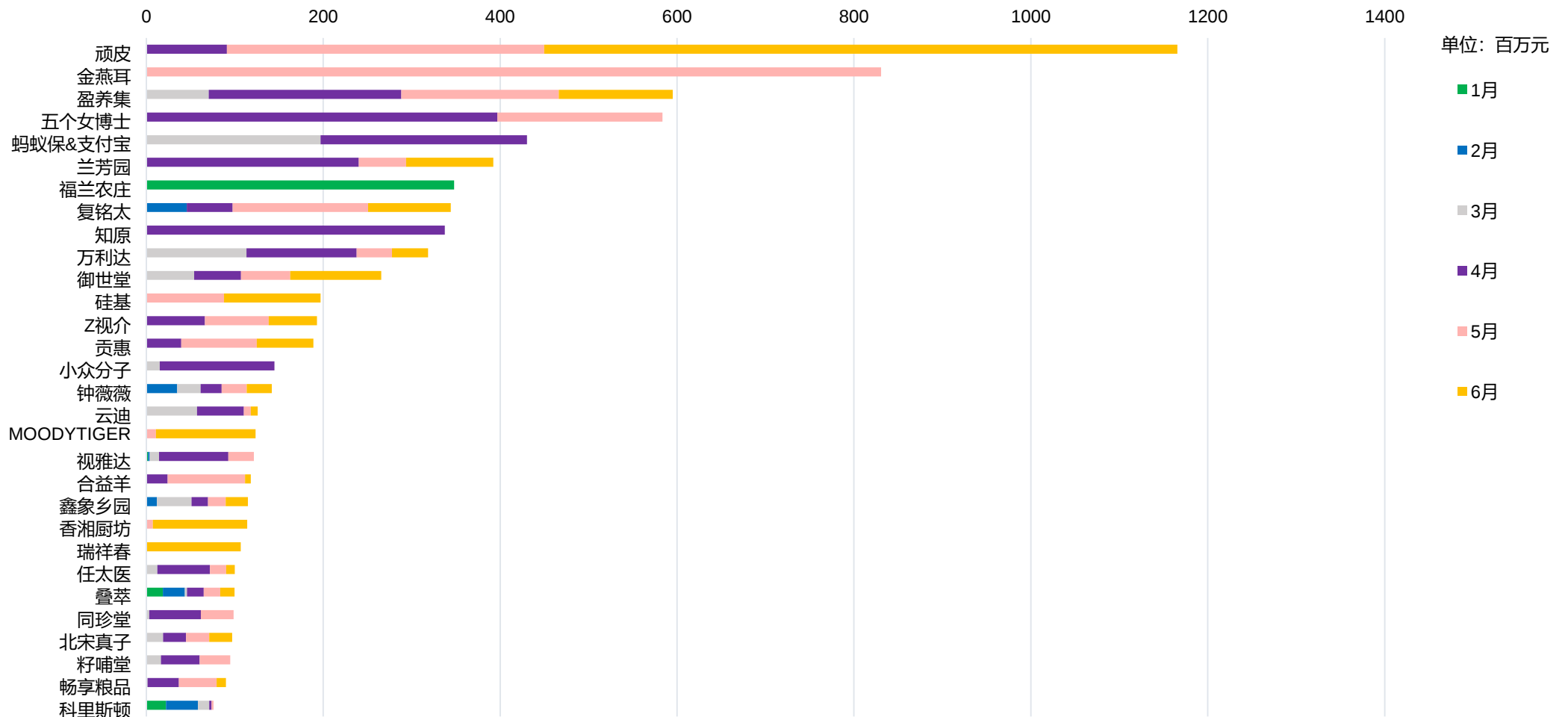


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年广告市场整体新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

电视新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月电视广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	看个比赛	看个比赛手机软件	11	柏懋玥	柏懋玥人参固本丸	21	鹤圣堂	鹤圣堂经颅磁刺激治疗仪
2	长寿饮	长寿饮熊胆粉	12	观颐堂	观颐堂瑶方止痒膏	22	591房屋交易	591房屋交易网
3	海之圣博力	海之圣博力氨糖软骨素钙 胶囊	13	渤海盛宴	渤海盛宴海参	23	南玻	南玻冰麒麟玻璃
4	紫帆	紫帆装饰	14	喜满神州	喜满神州猴头菇牛奶燕麦片	24	因子密码	因子密码辅酶Q10软胶囊
5	明清御方	明清御方前列腺热磁灸	15	聚医方	聚医方人参牡蛎五鞭丸	25	姜寿堂	姜寿堂纯小黄姜丸
6	金柜喜	金柜喜九龙银杯	16	虞寿堂	虞寿堂百草肤清膏	26	速家净	速家净洗地机
7	谷粒汇	谷粒汇燕窝阿胶银耳羹	17	醉千垛	醉千垛原浆啤酒	27	欢福	欢福珍酿酒
8	智己	智己LS7 SUV	18	冻龄女神	冻龄女神阿胶燕窝膏	28	多爱	多爱植物润彩染发露
9	星露洁	星露洁益生菌牙膏	19	月半湾	月半湾缤纷水乐园	29	天府粮仓	天府粮仓系列产品
10	百口妙	百口妙纯山药玉米糊	20	铭沐方	铭沐方龙泽熊胆胶囊	30	草婆婆	草婆婆虫草专卖店



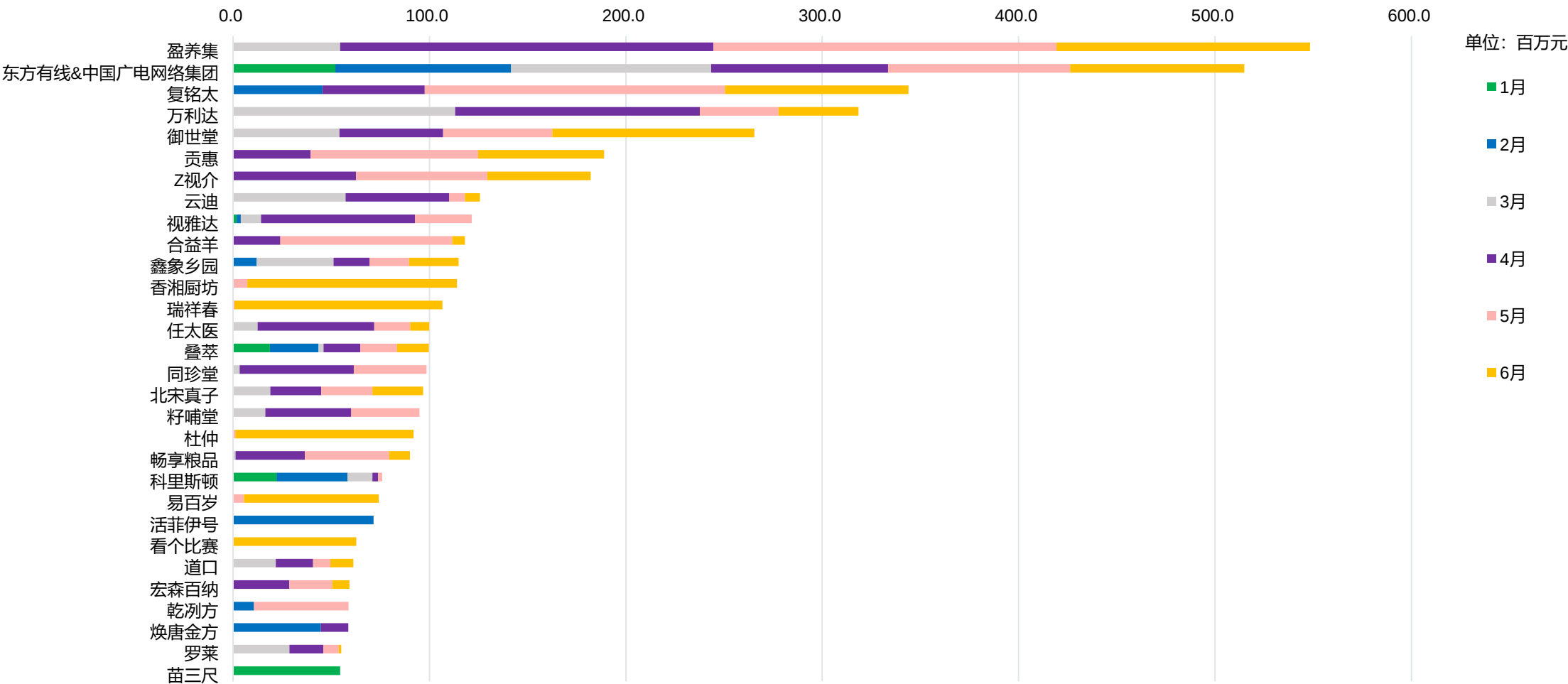
关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



电视新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年电视广告新增TOP30品牌分月花费表现



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

广播新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月广播广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	天地嘉豪	天地嘉豪智能装饰设计有限公司	11	达漫	达漫电子商务有限公司	21	珺珺	长沙珺珺高级中学
2	金生水	金生水苏打水	12	祖名	祖名生鲜豆腐	22	雨生	雨生红球藻叶黄素复合片
3	营养极	营养极盐酸氨基葡萄糖胶囊	13	紫帆	紫帆装饰	23	浔龙河泰维	长沙长沙院子
4	御妃娇	御妃娇薏湿糕	14	乾悦宝	乾悦宝宝马4S店	24	吉利岛	吉利岛海参
5	梵牧	梵牧水牛皮凉席	15	艺术创新联盟	艺术创新联盟微信公众号	25	骐骥	骐骥英菲尼迪4S店
6	金紫荆&欧派	金紫荆装饰工程有限公司&欧派家居	16	卓昕	卓昕医疗科技有限公司	26	康莱德	康莱德酒店
7	尊品盛宴	尊品盛宴微信小程序	17	西安饭庄	西安饭庄万水千山端午粽礼	27	一驰	一驰汽车销售服务有限公司
8	热高&巴厘岛	热高乐园&巴厘岛水世界	18	宁进	宁进环保科技有限公司	28	生修堂	长春生修堂中医院
9	万秘堂	万秘堂熊胆粉	19	新大友	新大友东风本田4S店	29	福享	杭州福享国美容医院
10	南银	南银理财有限责任公司	20	中青旅	中青旅控股股份有限公司	30	凯旋利	凯旋利汽车市场

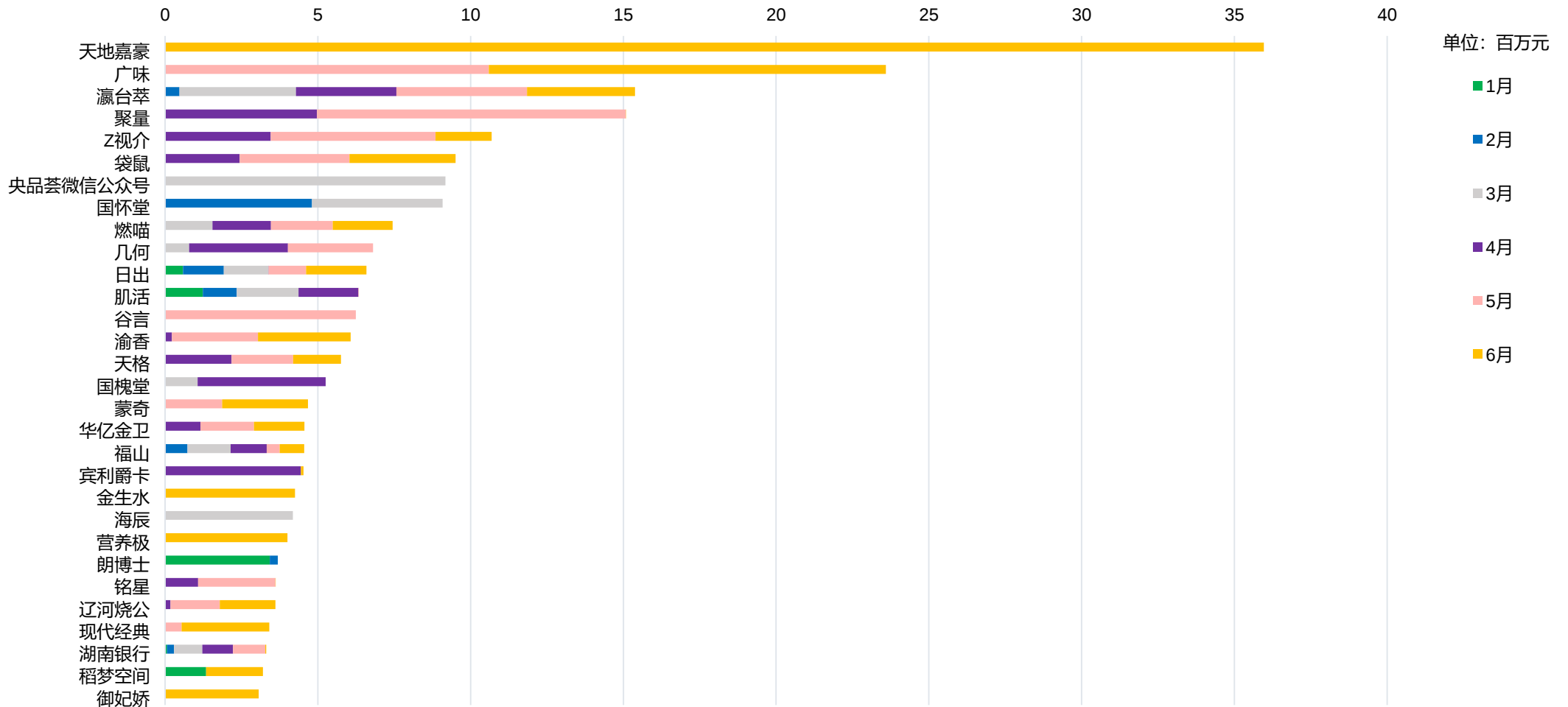


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

广播新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年广播广告新增TOP30品牌分月花费表现



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

电梯LCD新品牌：广告花费品牌榜单 (6月新品牌不足30位)

2023年6月电梯LCD广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	小猿	小猿学练机	11	纯享	纯享桂花酒酿酸奶	21	长安	长安深蓝S7 SUV
2	MOODYTIGER	MOODYTIGER系列产品	12	雅茶	雅茶藏茶	22	日出瑞海	福州大东海江山府
3	温氏	温氏土鸡	13	认养1头牛	认养1头牛纯牛奶	23	丰蝶来	丰蝶来点心
4	白鸽惠递	白鸽惠递网	14	民生	民生21金维他&小金维他	24	江盐	江盐集团
5	国缘	国缘酒	15	松鼠AI	松鼠AI教育	25	和丰	和丰创意广场
6	碧潭飘雪	碧潭飘雪茉莉花茶	16	集美尚柏	集美尚柏奥特莱斯	26		
7	七喜	七喜汽水	17	五粮春	五粮春酒	27		
8	叁肆伍	长春叁肆伍口腔门诊部	18	SMART	SMART #3电动轿车	28		
9	美年达	美年达果汁气泡饮	19	正方	珠海正方云曦山	29		
10	北京环球影城度假区	北京环球影城度假区	20	正顺好房	正顺好房网	30		

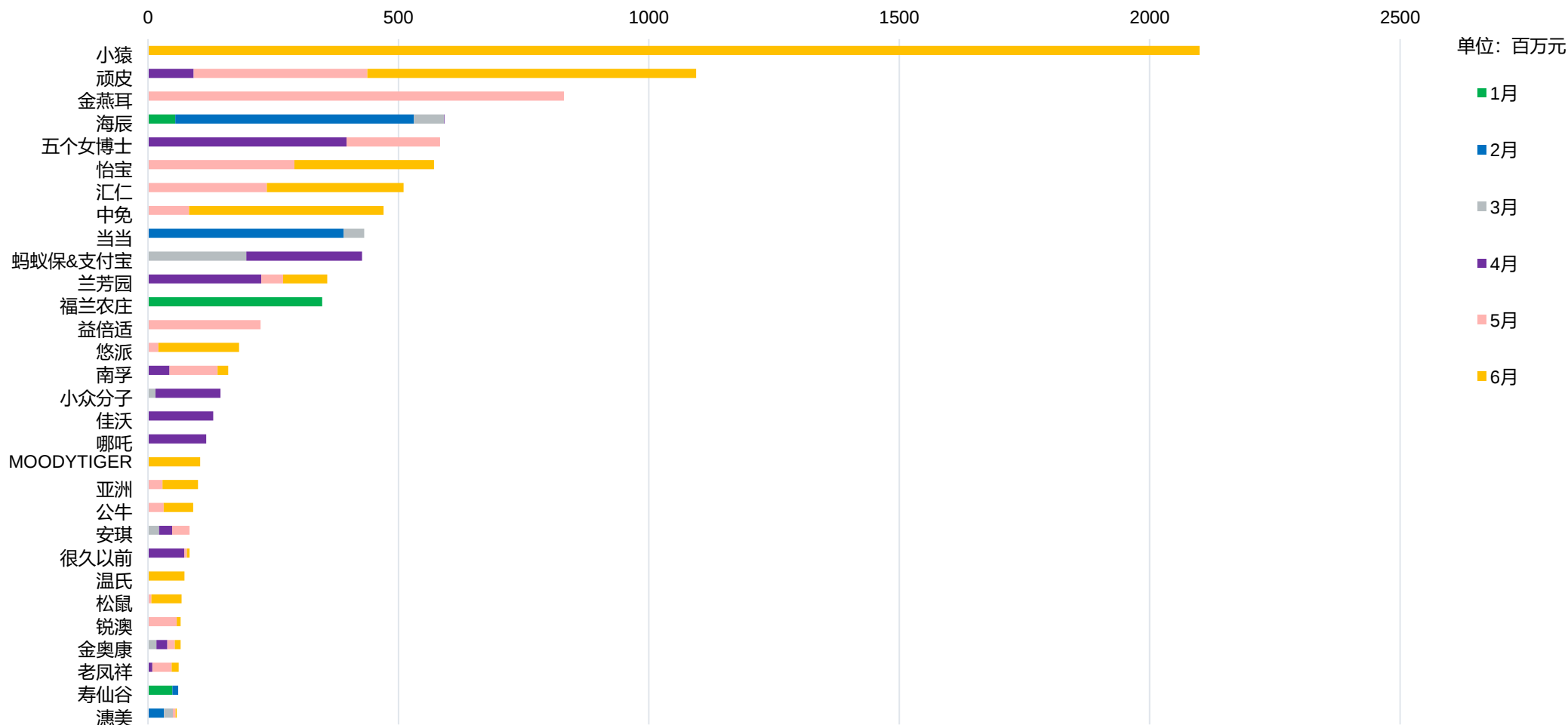


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

电梯LCD新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年电梯LCD广告新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

电梯海报新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月电梯海报广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	小猿	小猿口算手机软件	11	以酒会友	以酒会友酒业有限公司	21	城本	上海城本口腔
2	怡宝	怡宝饮用纯净水	12	爱康	爱康公司	22	兴福村	兴福村镇银行股份有限公司
3	蓝帆	蓝帆医疗股份有限公司	13	荧光到家微信公众号	荧光到家微信公众号	23	赛可	申程出行手机软件
4	哈药	哈药集团	14	东悦到家微信公众号	东悦到家微信公众号	24	杨桂珍	杨桂珍太湖大闸蟹
5	双汇	双汇集团	15	致成	致成商贸有限公司	25	怡见到家微信公众号	怡见到家微信公众号
6	上汽通用	上汽通用别克E5 SUV	16	圣玛莉	深圳圣玛莉月子中心	26	熊猫到家	熊猫到家蛋糕店
7	鲜之外	鲜之外系列乳品	17	东太行	东太行风景区	27	雪迹	雪迹体育发展有限公司
8	五粮春	五粮春酒	18	好侍	好侍咖喱	28	顺风乘车微信公众号	顺风乘车微信公众号
9	FREE	FREE飞纯棉卫生巾	19	白鸽惠递	白鸽惠递网	29	珺堆	长沙珺堆高级中学
10	尚婵	尚婵瑜伽	20	玛戈利亚	玛戈利亚羊绒世家有限公司	30	洛基山	中山洛基山幼儿园

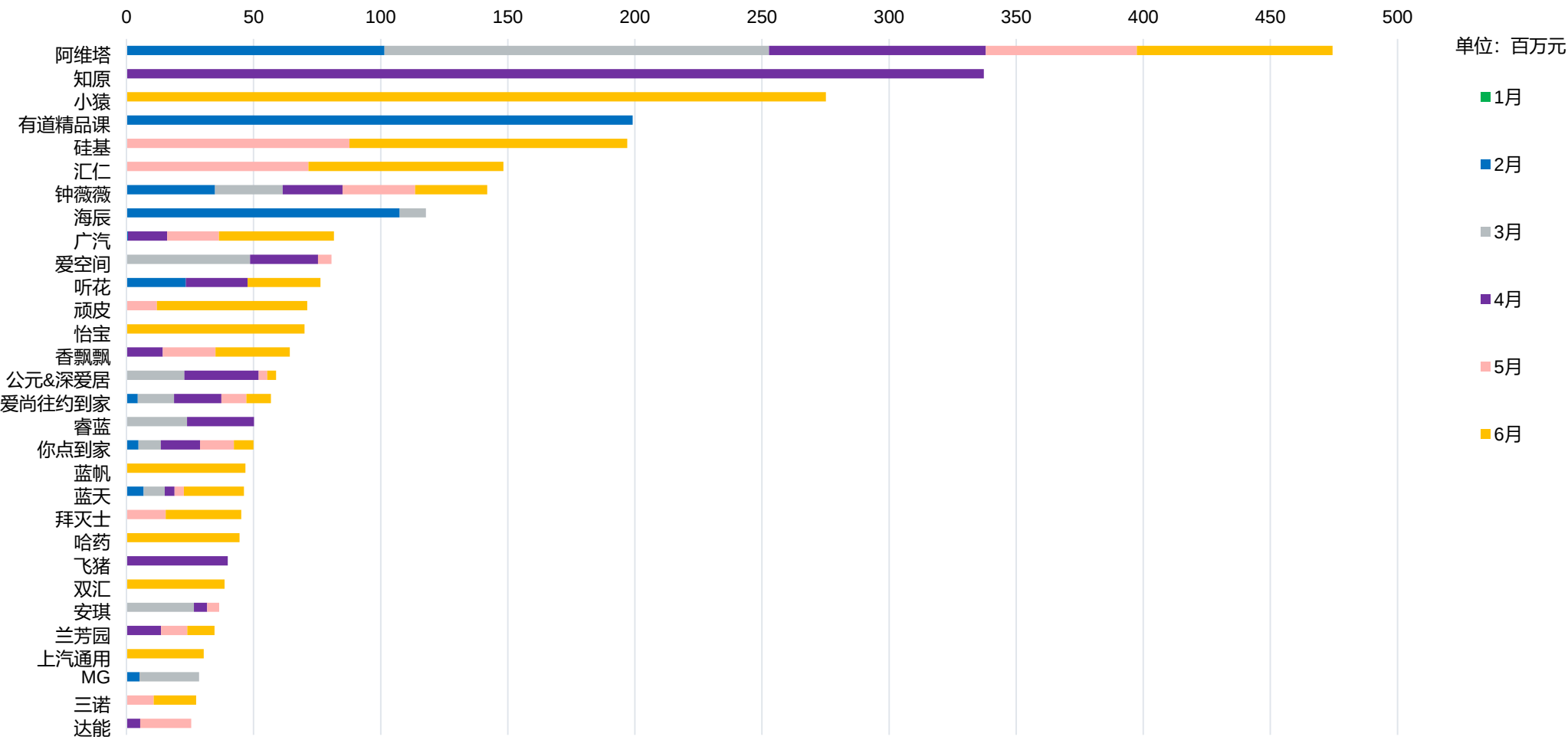


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

电梯海报新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年电梯海报广告新增TOP30品牌分月花费表现



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

影院视频新品牌：广告花费品牌榜单 (6月新品牌不足30位)

2023年6月影院视频广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	爱彼	爱彼表	11			21		
2	时代天使	时代天使生物科技有限公司	12			22		
3	新秀丽	新秀丽箱包	13			23		
4	三得利	三得利-196 气泡酒	14			24		
5	汇源	汇源果汁	15			25		
6	小猿	小猿学练机	16			26		
7	橄清	橄清每日橄清橄榄汁	17			27		
8	深业	深圳深业世纪山谷	18			28		
9	痘院士	痘院士祛痘连锁机构	19			29		
10	白博士	白博士专业祛斑	20			30		

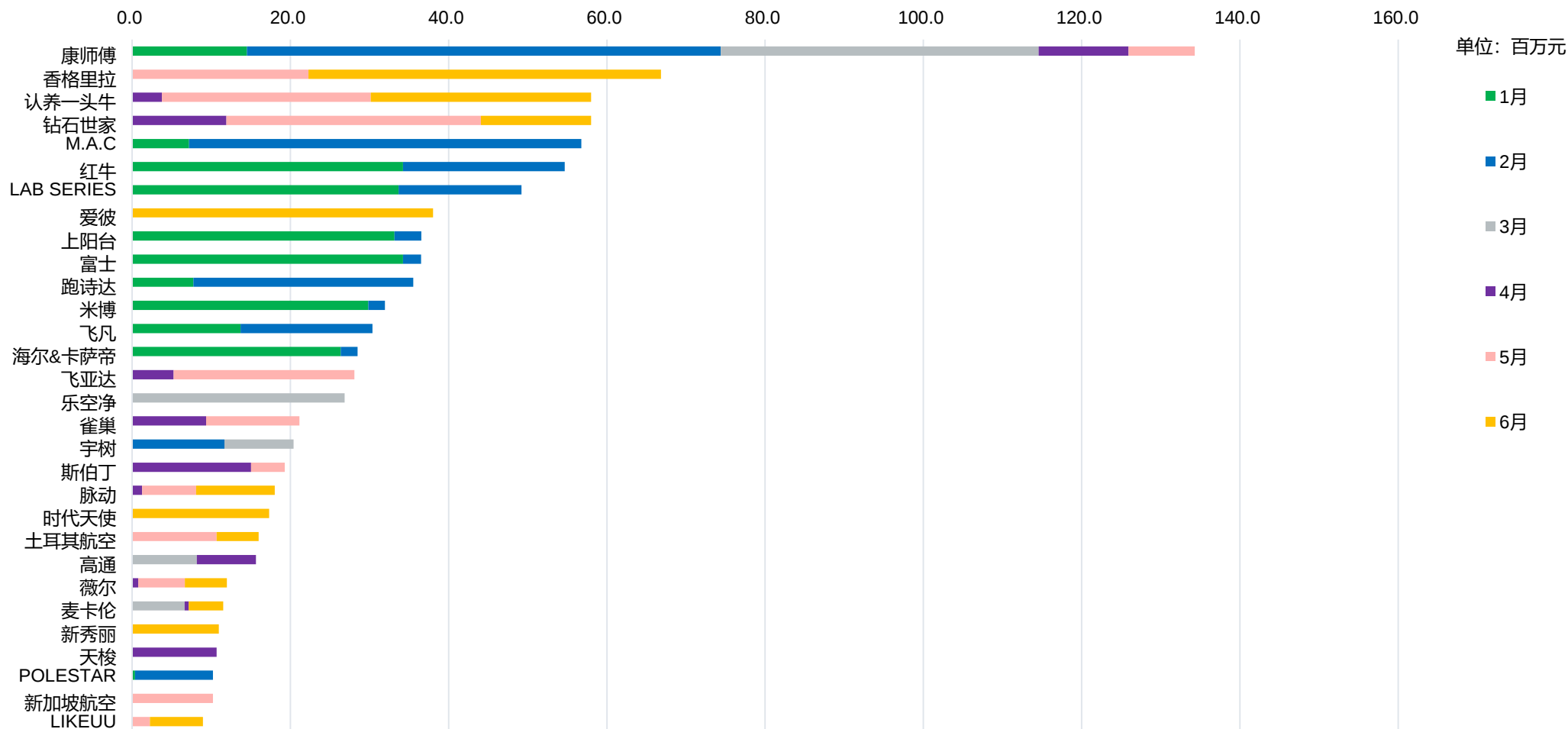


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

影院视频新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年影院视频广告新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

火车/高铁站新品牌：广告花费品牌榜单 (6月新品牌不足30位)

2023年6月火车/高铁站广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	美尔固	美尔固管道	11	中新	中新天津生态城	21		
2	史云逊	史云逊健发中心	12	东宝	东宝床垫	22		
3	当当	当当网	13	桑亚塔	桑亚塔钛杯	23		
4	安化	安化黑茶	14	阿尔法蛋	阿尔法蛋AI词典笔T20	24		
5	南街村	南街村凉面	15	华为	华为云	25		
6	白象	白象汤好喝老母鸡汤面	16	钉钉	钉钉手机软件	26		
7	敬业	敬业集团	17	爱斐堡	爱斐堡干红葡萄酒	27		
8	美大	美大集成灶	18	爱旭	爱旭新能源股份有限公司	28		
9	反正	反正酱酒	19	花王珂润	花王珂润润浸保湿滋养乳霜	29		
10	中科赛若斯	中科赛若斯灵芝孢子油软胶囊	20	中国民生银行	中国民生银行信用卡	30		

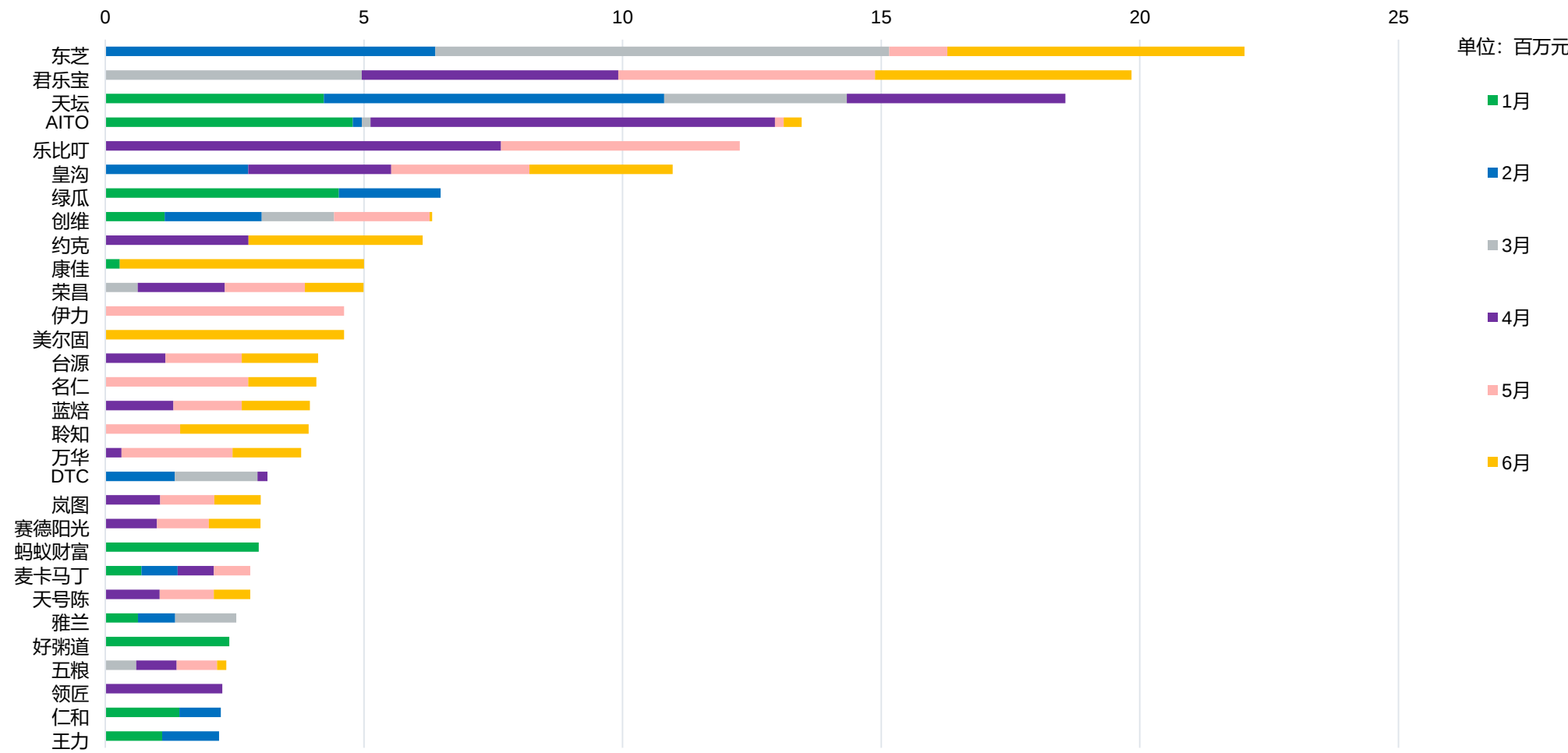


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

火车/高铁站新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年火车/高铁站广告新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

机场新品牌：广告花费品牌榜单 (6月新品牌不足30位)

2023年6月机场广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	敬业	敬业集团	11	TASAKI	TASAKI珠宝	21		
2	茉莉	北京茉莉智慧母婴护理中心	12			22		
3	中国农业银行	中国农业银行VISA白金信用卡	13			23		
4	彩棠	彩棠彩妆	14			24		
5	PERFECTION	PERFECTION X G2美容仪	15			25		
6	白象	白象汤好喝老母鸡汤面	16			26		
7	康师傅	康师傅冰红茶	17			27		
8	乐事	乐事薯片	18			28		
9	匀酒	匀酒1979酒	19			29		
10	枝江	枝江真年份酒	20			30		

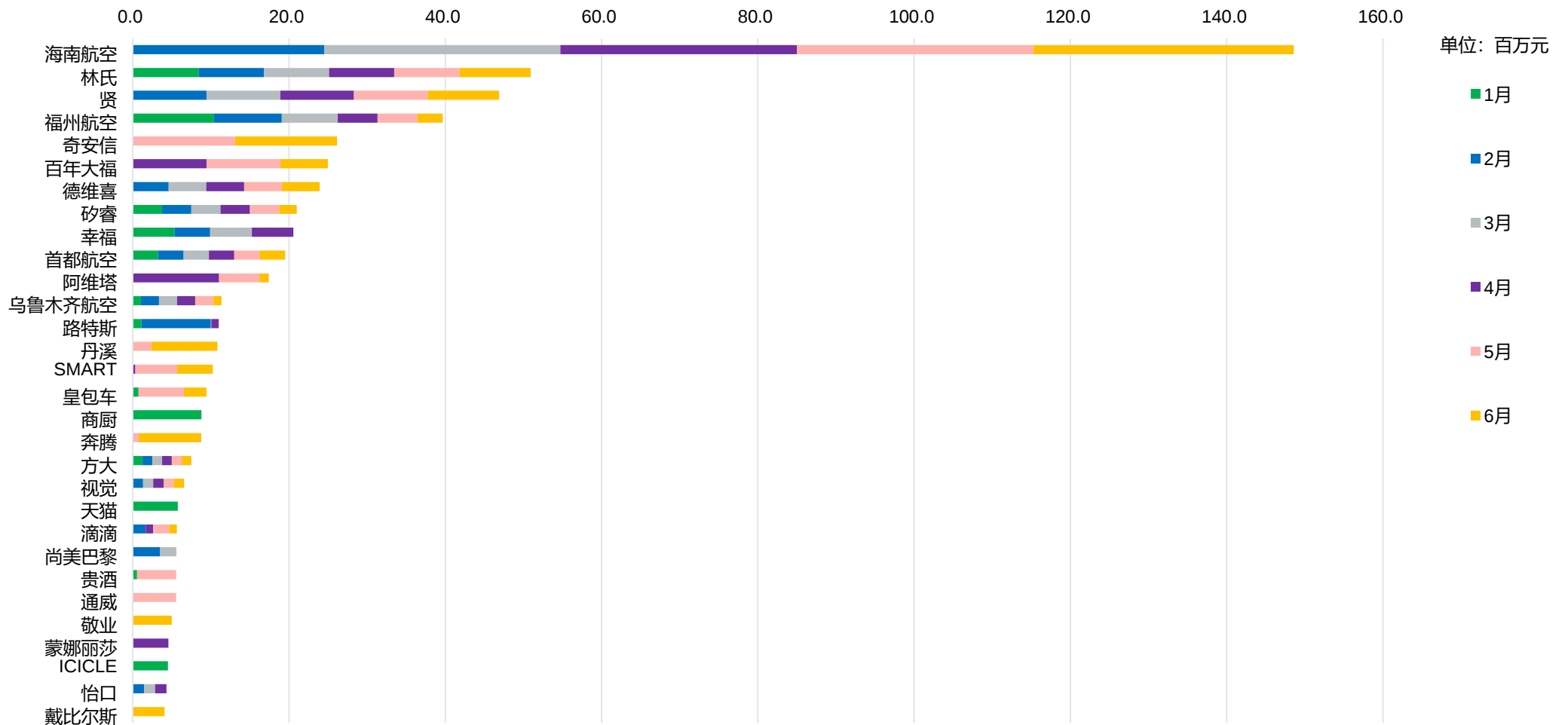


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

机场新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年机场广告新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

地铁新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月地铁广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	东鹏	东鹏大咖经典拿铁咖啡	11	哈曼卡顿	哈曼卡顿琉璃无线蓝牙音响	21	追觅	追觅扫地机器人
2	VOBA	VOBA反正系列服饰	12	京东到家	京东到家手机软件	22	早川	是川餐厅
3	敬业	敬业集团	13	众推职聘	众推职聘手机软件	23	森林海	森林海温泉度假酒店
4	DUNST	DUNST服饰	14	沃尔玛	沃尔玛超市	24	燕莎	燕莎友谊商城
5	酷航航空	酷航航空公司	15	五芳斋	五芳斋粽子	25	春艺堂	春艺堂生物制品有限公司
6	新希望	新希望乳业有限公司	16	新东方	深圳新东方学校	26	阿婆	阿婆牛杂店
7	积家	积家翻转系列腕表	17	聚龙	深圳聚龙科学中学	27	3CE	3CE彩妆
8	石头	石头G20自清洁扫拖机器人	18	首开LONG街	首开LONG街	28	外婆家	外婆家餐厅
9	上海地产集团	上海城方	19	美德菲尔	广州美德菲尔产后修复中心	29	顺德公	顺德公猪肚鸡餐厅
10	JBL	JBL PULSE5蓝牙音响	20	T9	T9幸运珠茶	30	雅辰	雅辰酒店

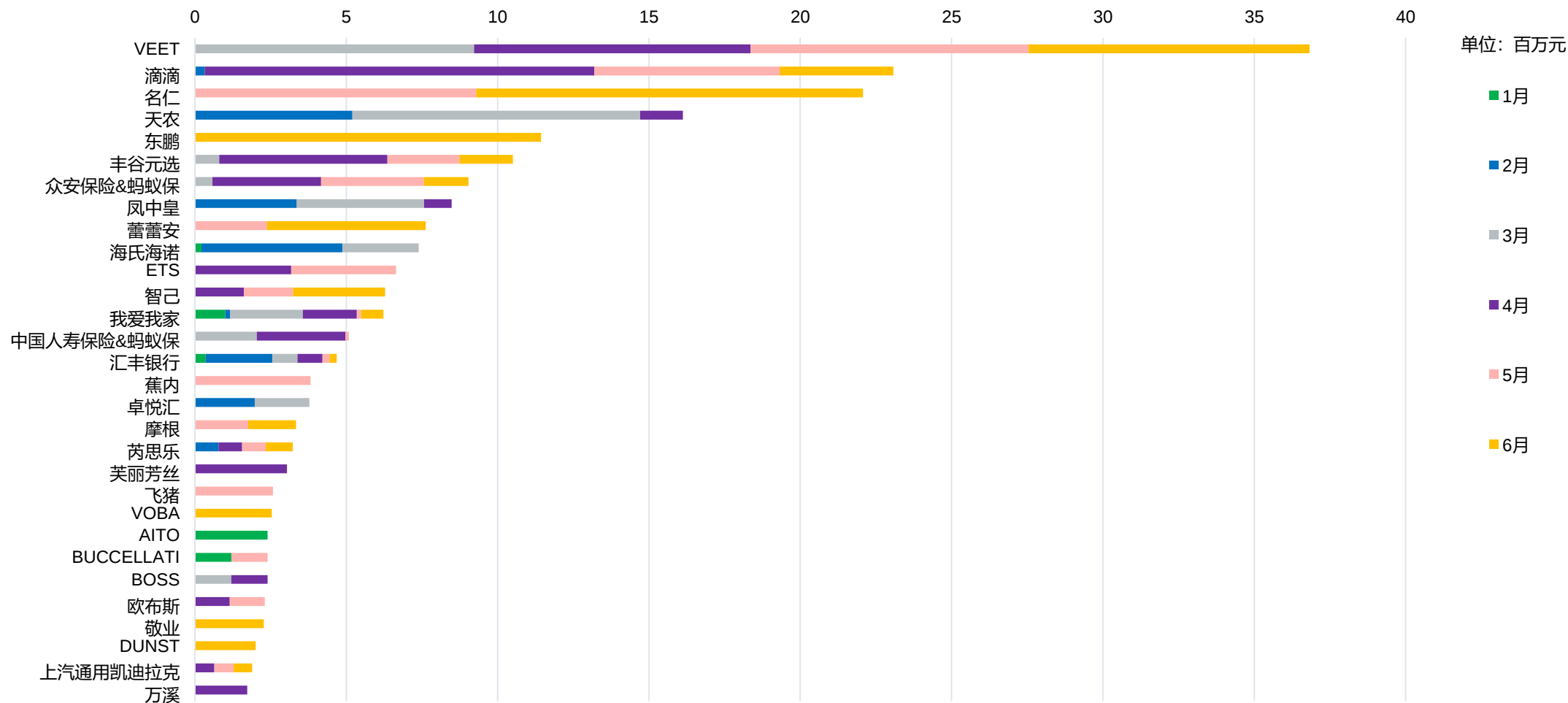


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

地铁新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年地铁广告新增TOP30品牌分月花费表现



数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

街道设施新品牌：广告花费品牌榜单

2023年6月街道设施广告花费TOP30新品牌榜单

排名	品牌	产品	排名	品牌	产品	排名	品牌	产品
1	茶里王	茶里王无糖茶	11	电魂	电魂网络科技有限公司	21	圣大	长春圣大春和景明
2	樊文花	樊文花美容院	12	库卡伊	库卡伊仓储超市	22	诺优能	诺优能3诺优羊幼儿配方羊奶粉
3	南方航空	中国南方航空股份有限公司	13	中科赛若斯	中科赛若斯灵芝孢子油软胶囊	23	口口一	口口一串串店
4	中建东孚&融创	广州御溪臻山墅	14	富滇银行	富滇银行聚能赚服务	24	新安方堂	青岛新安方堂中医馆
5	唐乐惠	唐乐惠微信小程序	15	绵龙春	绵龙春酒	25	串串	串串火锅
6	遵义	遵义酒业集团有限公司	16	柔杉家	柔杉家黑牛烤肉	26	新汇	青岛新汇星城
7	京东商城&合樽	京东商城网&合樽酱酒	17	陈记	陈记海鲜	27	壹叁	壹叁私人定制衬衫
8	小汪严选	小汪严选手机软件	18	圳帮扶	圳帮扶手机软件	28	隆发	长春隆发中央城
9	新世界城	新世界城购物广场	19	成都泰华大厦	成都泰华大厦	29	诉帮	诉帮律师事务所
10	上海地产集团	上海地产·璟博滨江	20	STA	STA系列产品	30	签签游	签签游火锅串串香

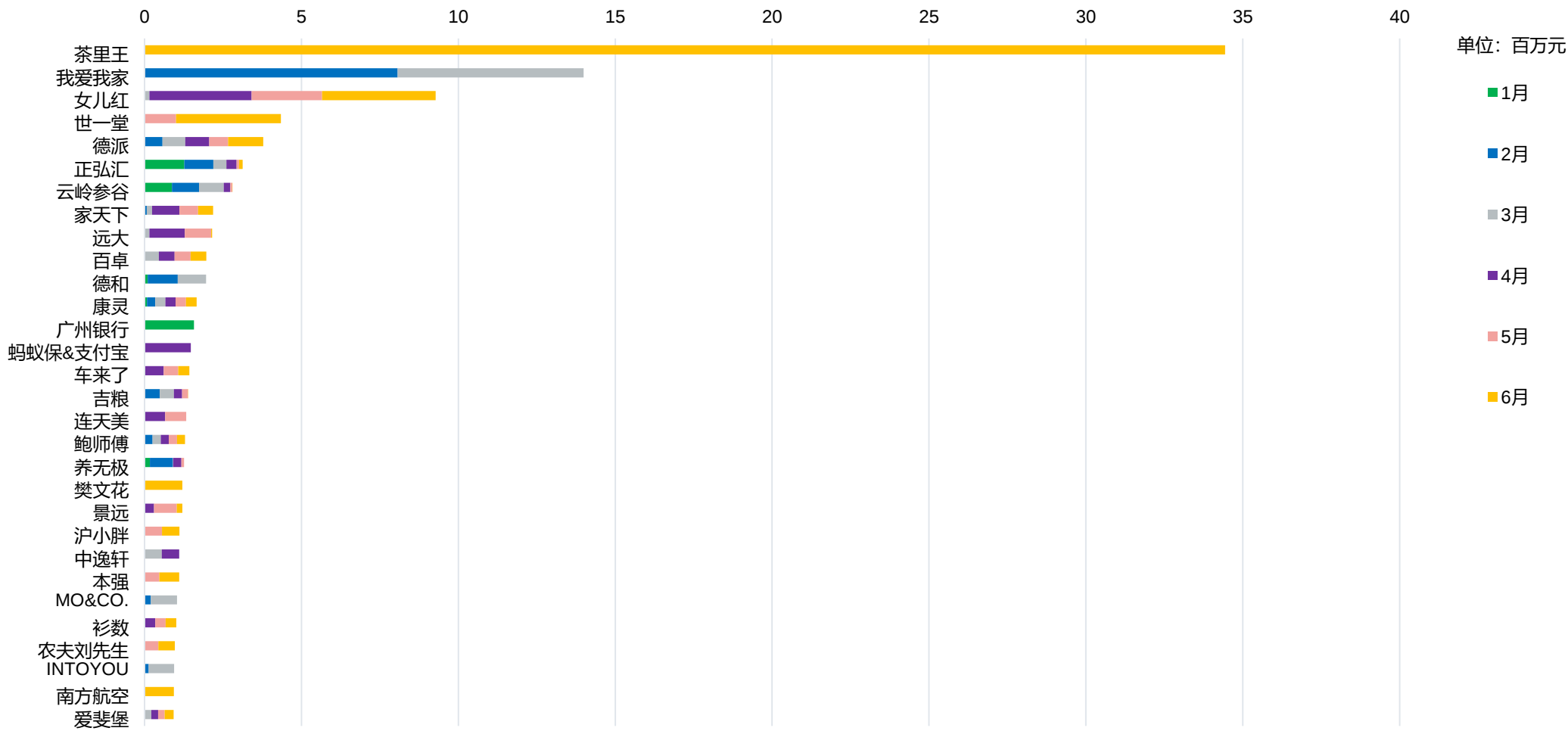


关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

街道设施新品牌：2023年投放月度追踪

2023年上半年街道设施广告新增TOP30品牌分月花费表现



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx；
新品牌统计标准为2021&2022年均未投放过的品牌，剔除活动类行业（大类）、游戏类

2023年6月新品牌案例——小猿

品牌简介：

小猿是猿辅导旗下的品牌。猿辅导创立于2012年，在线教育科技领先者。公司旗下拥有猿辅导、斑马App、小猿口算、南瓜科学、猿编程、海豚自习等多款在线教育产品，为用户提供互动网课、智能练习、能力培养等多元化的智能教育服务，帮助学生系统性、高效率地培养知识及能力素养。

品牌营销：

2023年5月30日猿辅导召开了以“AI不释手”为主题的智能硬件新品发布会，正式推出最新旗舰型智能硬件产品——小猿学练机，正式入局1000亿智能硬件市场。小猿学练机是一款以练促学的墨水屏智能学习平板，创新采用护眼墨水屏，主要功能有教材同步、专项突破、阶段测评等，背靠猿辅导海量学习资源，题库资源、功能持续更新，覆盖小学到初中。

广告表现：

小猿的广告主要投放在电梯LCD和影院视频场景，6月份覆盖了北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、南京等35个城市。



2023年6月新品牌案例——橄清

品牌简介：

橄清品牌隶属于云南橄清科技有限公司，成立于2020年12月14日。2020年12月，橄清切入滇橄榄汁功能饮料细分品类，以差异化的产品定位和有记忆特征的口感俘获果汁爱好者的芳心，更凭借实打实的营养价值和健康功效打入功能饮料消费者的心智。橄清旗下产品每日橄清、HOHO橄清，于2021年12月在云南大范围上市，并在2022年5月开启全国化布局，一年时间全国累计销量突破3亿元，全国门店覆盖10万余家。

品牌事件：

橄清在品牌营销上充分运用线上店铺引流的思维。在产品上市后，通过经销商社群的图文内容营销，持续建立且强化“卖产品的人”的心智，并嫁接和打通终端动销模式和经销商“利益共同体”模式。同时，橄清在新生代消费者聚集的小红书平台精准种草，邀请KOC以真实用户的身份去安利橄清的产品。

广告表现：

橄清的广告主要投放在昆明的影院视频场景。



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

数据来源：CTR媒介智讯 广告监测数据库AdEx； 品牌信息来源于品牌官网



营销趋势及观点



群邑预测2023年中国广告市场将增长7.9%

文章来源于广告圈Headlines

群邑近日发布了2023年夏季版《今年，明年：中国媒体行业预测》。报告预测：2023年中国广告市场将基于2022年的低基数自然修复，同比增长7.9%。

消费市场和广告市场温和复苏

因去年防控积压的需求得到释放以及今年线下消费场景获得修复，整体消费市场在初期得到了快速修复。随后因消费者需求的变化和消费场景的回归速度冷暖不一，消费市场进入了温和复苏期，与之息息相关的广告营销行业也将温和恢复。

因此，群邑智库预测今年国内广告花费增速不会出现2021年同比增长19.1%这一大幅反弹情况，而是基于2022年的低基数自然修复，同比增长7.9%。

防控政策优化后，2023年的消费及生活场景与疫情期间相比发生了极大变化，如刚需类产品的囤货需求减少、对市内公共交通以及影院的出行娱乐需求回归等，消费者在一些购买逻辑上也因日常高频线下活动（日常通勤等）快速修复产生了变化。

比如对情绪价值和个人形象塑造的需求开始回归，对高端零售和悦己类产品偏好明显。

但与疫情前有所不同的是，消费者在消费选择上更为关注自身需求，总体偏向理性。

需求的回归和消费者自身的变化交叠，需求逻辑由此发生转变并推动了新的消费及营销趋势。



这在短期内催生了各大奢侈品牌与餐饮门店的合作，如Fendi与喜茶联名茶饮，LV与Manner咖啡联名推出的限时书店，均是先由线上进行种草导流，并设定消费者相对可承受的价格，鼓励消费前往线下进行体验，满足了其对高端和悦己需求。消费者需求逻辑的转变，推动了新的消费及营销趋势，也带动了媒体的发展。

营销新赛道：本地生活

今年的报告新增了对本地生活的分析，因为在线下场景的修复和线上存量时代，本地生活将是今年最重要的一条营销赛道。对于品牌来说现今更需要通过媒介之间强协作以实现全域营销，综合提升效益。

线上既是信息中介和服务供应商，也是种草体验驱动平台，基于完善物流或大流量方式，将货流或人流导入线下，辅以商圈及门店周边户外广告唤起广范围消费者的兴趣，最终实现商品和流量的变现，因此群邑智库预计本地生活的广告花费将在今年同比增长17.2%。

与之相关的户外广告，也因此从以前单纯受城市发展驱动（主打“位置为王”的单一媒体去做大曝光），到现在同时受城市发展（线下人流）和线上流量双重驱动，进一步将线下触点和全销售渠道结合从而提升营销效益，预计今年市场花费将恢复至2019年的87.1%，基于2022年的低基数出现修复性增长，同比增速大幅上升39.7%。

短视频：整体广告花费的22.3%

从消费者使用时长占比来看，截至2023年3月，短视频已经占据26.3%的总使用时长。时长背后的用户规模超过10亿，让短视频集中了过往散落在各平台上的内容需求，互联网由此从去中心化再次在平台层面上实现了中心化，改变了消费者内容获取方式。

淄博的全国爆红，抖音和快手的GMV占比从2020年的5.8%上升至13.0%，均说明了短视频平台可以有效地携大流量优势涉足线上和线下的营销业态。

报告预计短视频的广告花费增长将保持相对平稳，同比增速达6.7%；在整体广告市场的占比将在今年达到22.3%，仅次于传统电商的23.7%。

综合而言，互联网媒体行业进入零和博弈、不断开拓新业务和新的商业模式，传统媒介亦在根据时代的需求不断转型。品牌在媒介投放上不仅需要关注短期的媒介投放效率，也需要注意消费者注意力转移及行为变化、引发消费动机及场景的变化这一长期趋势。全域营销概念在今年及以后将更为综合，随着下半年各平台在营销链路相关的业务推进和跨域协作能力增强，消费者的生活回归新常态，品牌需要更深入地理解媒介所承担的角色，有的放矢地进行投放以提升综合营销效率。



元宇宙营销：广告主需要关注的五个问题

文章来源于m360 内容中心

元宇宙从全球爆火到热度渐退，全球各行各业包括普通消费者也经历了从颠覆式震撼到回归理性思考的心路历程。元宇宙的未来到底是什么样子？也许目前并无定论，但不可否认的是，对于品牌营销而言，元宇宙的价值和影响会随着时间而日臻深远，或许完全超过我们的想象。

Starcom公布了一份新报告探讨“元宇宙里的矛盾”。Meta, Microsoft及Epic Games均认为，元宇宙将成为与日常生活无缝连接的永恒虚拟世界。元宇宙将深刻影响品牌与消费者之间沟通交流、事实评估、价值创造以及道德坚守等方方面面。

Takeaways

- 在元宇宙中人与人之间的对话与互动将变得更加亲密，而这种亲密也会让互联网变为一个更为温和柔软的地方，更具吸引力。同时这也意味着要想在元宇宙里掘金，品牌主必须先在其中赢得一席之地。
- 品牌主必须通过可评估、可量化、可控制、可追踪的系统对产品进行全面支撑，还要讲述能引起用户共情共鸣的品牌故事。
- 行业必须对是非对错有着明确的准绳。在疫情期间我们都在关注疫情，但实际上我们应该时刻关注互联网。

一、元宇宙：无缝连接的虚拟世界 or 新媒体

随着尘埃落地，我们意识到在疫情封锁期间大家养成的线上习惯将会永远地改变自己和身边的一切。大家消费、互动以及珍视的东西都已经不复如前，这一点品牌主需要清晰了解。因此，各大科技巨头纷纷对互联网的下一阶段即元宇宙进行投资布局，事实上他们已经完全掌控了未来元宇宙的发展走势。而在过去的15年里，这些头部公司很大程度上决定了我们在媒体上所见的各种趋势。他们对元宇宙的持续热情意味着我们也要对元宇宙予以足够关注。



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

元宇宙未来到底会是什么样子呢？目前尚未可知。问题在于，我们现在描绘的未来技术尚未实现，更不要说打造了。近年来与元宇宙狂潮最紧密相关的应属手机。从2004年起，约有十年的时间都是手机的高光时刻。而当手机不再成为话题中心之后，手机上网已经悄然改变了消费者与品牌沟通的方式。

但Meta, Microsoft和Epic Games这些元宇宙的顶级架构师均认为元宇宙将成为与我们日常生活无缝连接的永恒的虚拟世界。Starcom则考虑到元宇宙对品牌的长期战略发展影响。



随着元宇宙的不断升级进化，逐步融合进我们现有的生活方式，我们最新推出的报告和播客系列“元宇宙的矛盾”也深入探讨了消费者、品牌、平台以及监管方之间的文化冲突，主要为以下四个方面。

二、无缝融合：第一空间的入场券

英国伦敦大学学院的人类学家们相信，手机已经日益成为我们真实生活的空间，手机是我们的家，是能够遵守规则，秉承信仰的安全空间与第一空间。家永远是第一空间。问题是我们实际联通的空间通常都是公共空间，也就是第三空间。而这种脱节可能导致各种各样的问题。在元宇宙里，虽然在物理层面上是分离的，但人与人之间的对话与互动反而会变得更亲密。这种特质也会让互联网变成一个更为柔软温暖的地方，更具吸引力。但这也意味着如果想要在元宇宙里掘金，品牌主首先要在其中拥有一席之地。

他们需要真正地理解自己在社区中的角色，以及所能够提供的价值。元宇宙与传统媒体在第三空间的存在方式不同，元宇宙广告必须能与背景深度融合，具备相关性且有实际的意义，这样才能确保在安全空间内赢得一席之地。

三、集体共识：全链路产品支持+品牌故事

如果数以百万计的以手机为家的人都遵循各自的规则，那么就很难达到共识。元宇宙是一个人造世界，在设计 and 打造之时并没有考虑到现实世界的各种制约因素。

同时由于每个人相信的事实互有不同，物理世界里总会存在各种混乱与不确定性。当我们质疑真实世界中在社交或主流媒体的各种观点时，想在元宇宙就某件事情达成共识也比较难。但是集体共识很重要，所以品牌主必须通过可度量、可量化、可管控、可追溯的全链路系统来支持其产品 and 品牌信息，同时还要能完美讲述与用户共鸣共情的品牌故事。



四、虚实结合：虚拟世界里的真实变现

随着元宇宙平台越来越有价值，平台中售卖的实际物品均已经商品化，但却可能逐渐贬值。与之相反，我们自己在平台上参与的行为或过程，无论是健身的公里数还是积分，却都成了衡量自身身份的重要标准和参考。

NFTs以及数字印章等技术对于我们而言非常重要。线上空间里曾经一切都可以复制分享；而在未来，一切东西都可能被某个人或某些人拥有。品牌主必须把所有权的概念转变为实际的投资，无论是NFTs，品牌资产或产品奖励，以此来强化与用户的互动。

五、商业诚信：第一空间的第一原则

最后也可能是最重要的一点，就是元宇宙里的道德与诚信问题。

元宇宙是由一小部分创造出来的全新的公共空间，但难题在于用户希望其数据和隐私能够得到保护，但前提是首先需要相信那些宣称会对数据进行保护的人（公司）。

全球75%的人品都目睹了人类的自由权被肆意践踏。

其实，大多数的公司出于营销目的都对用户数据进行追踪，而元宇宙也会使用未知的新方法对个体进行监测。什么是“正确的行为”，什么又是“必要的行为”，这些道德考量必须尽早予以关注。将数据所有权划归消费者自己所有，从而打造去中心化的系统可能是一个解决方案，尽管这个方案对于平台及监管方来讲都是潜在的一个问题。

元宇宙想要赢得用户的信任，就必需实现公开透明；要有与全球元宇宙社区合作共存的意愿；同时还要尊重用户在不同地方的不同需求；以上几点都是关键。

这些都是大的问题与责任。如果元宇宙能够给我们提供一个乌托邦的世界，而非反乌托邦的版本，那么我们就需要考虑到整体的价值互换。对于媒体来讲，元宇宙是当下最火的流行语。如果我们都想参与打造元宇宙的过程，那么元宇宙的最终版本也会被所有人时时监督评估。

在元宇宙中，品牌可以凭想像力打造一个新世界，面向整个世界开放。这些对于技术与创意行业可能是巨大的利好，元宇宙有成为新媒体的巨大潜力，品牌主也需要逐步适应。

没有人知道所有的答案，但我们希望通过提出正确的问题，从而导引正确的方向，让元宇宙从一开始就成为每个人都心之向往并为之努力的完美新世界。



数据背景及转载说明：

1. 本报告广告花费均以公开刊例报价为标准，不含折扣
2. 2023年1月前的整体市场数据，仅包含电视、广播、报纸、杂志、电梯LCD、电梯海报、影院视频、街道设施、地铁、互联网站渠道；2023年1月起，整体市场数据新增机场、火车/高铁站渠道，社区门禁数据暂不纳入整体市场统计范畴
3. 电视广告仅统计17:00—24:00时段
4. 报告涉及的行业不含以下几类：（a. 杂类；b. “商业及服务性行业（大类）”的“传媒业”；c. “商业及服务性行业（大类）”的“市场研究及咨询服务”）
5. 同比增幅大于1000%的，记录为“> 1000%”，去年同期未投放的，记录为“New”
6. 转载引用声明：请原文转载或不加修改地引用文中数据、结论及数据说明，并注明来源。除此之外的任何自行加工与解读均不代表CTR观点，对由此产生的不良影响，CTR保留诉诸法律的权利。



央视市场研究（CTR）媒介智讯：

秉承连续28年以上深耕于中国媒体与广告市场的深入经验，利用科学成熟的品牌与广告传播研究方法，及覆盖全国超过500个城市的线上线
下媒体品牌传播活动的观察网络，致力于向客户提供360°连续不间断的营销传播监测、评估与洞察服务，帮助客户及时洞悉和应对市场营
销变化。

360°营销传播监测与评估：

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

28年

连续数据

始于1995年

6大

监测技术

MTR图像识别
ARS声音识别
众拍平台
加码监测
网络爬虫
Cookie追踪

6个

数据服务平台

广告监测数据分析平台（Ad Cube/ AdEx Power）
数字广告效果测量平台（AdMetric）
私域流量测量平台（SiteMetric）
电视广告快速查询系统（AD Search）
广告版本素材库（AD Bank）
新媒体广告监测平台（Ad Galaxy）

500+

执行城市

全国主要城市
全覆盖

3地百人

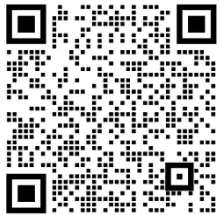
服务团队

北京、上海、广州



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯

欢迎联络我们



媒体合作

郑致美

Karen_zheng@ctrchina.cn



产品服务

曹雪妍

Sherry_cao@ctrchina.cn

也可通过以下方式，了解更多：

1. 网站：www.ctrchina.cn；www.ctrmi.cn
2. 邮件：ctrmi-business@ctrchina.cn
3. 微博：CTR洞察中国
4. 公众号：CTR洞察、德外5号



关注“CTR媒介动量”微信公众号
回复您的邮箱地址，订阅更多资讯