

ille



# 麦蔻奶粉

2022中央广播电视总台央广合作方案

# 奶粉行业前景乐观 市场竞争剧烈



进口品牌仍为奶粉销售主力

70%占比

国内奶粉市场长期以来鱼龙混杂，真假优劣难以辨别，致使更多妈妈选择了较为安全的进口品牌奶粉。据统计，进口奶粉在中国的销量持续上升，市场潜力巨大。

国产奶粉崛起 不断争夺母婴市场

30%占比

国产奶粉通过长时间的市场教育，及国人对民族品牌的加持，国产奶粉已经重新获得了越来越多消费者的认可。国产奶粉以飞鹤、伊利、君乐宝等头部品牌为主。



## 麦蔻奶粉【产品过硬 影响不足】



源自北欧 丹麦王室御用的奶源基地



丹麦原装进口 满足丹麦、中国、欧盟三重标准



保护牛的生存权益 让快乐的牛产快乐的奶

**“麦蔻”——亟待被中国妈妈认知的宝藏奶粉**

# 央广——“麦蔻品牌” 抢占市场的传播利器



国家媒体背书

引领力、传播力、影响力、公信力  
看得到的品质保障！

- 飞鹤、伊利、美赞臣等奶粉品牌相继在央广发声，通过央广广播将品牌声音不断放大，抢占母婴市场。
- 国家媒体发声，为品牌提供品质保障，可以塑造麦蔻在中国消费者心中的良好口碑。



精准目标受众

25-45岁中坚人群  
母婴市场核心消费力！

央广受众呈现“高学历、高收入、高影响力”特点  
听众年龄集中在**25-45岁**  
学历大学以上占比**49.4%**  
平均收入5000+占比**38.7%**  
他们是母婴市场的消费主力，是麦蔻的目标消费者。



全国范围宣传

覆盖全国的广播电台  
让全中国听到“麦蔻奶粉”！

面向全国**14亿**人口  
拥有全球最大的广播受众市场  
月有效听众规模超过**7千万**人  
平均每天超过**2.5亿**人收听

# 央广音乐之声听众与“麦蔻奶粉”受众高度吻合

## 覆盖优势

MUSIC RADIO 音乐之声



**108座**  
城市覆盖



**5.6亿**  
精准触达人数



**45亿**  
全年触达人次

- **唯一**覆盖全国的音乐电台，流行音乐标志性电台
- **听众规模最大**的音乐频率，音乐类广播收听榜首

## 人群优势



女性听众占比



**52.25%**

25-44岁占比



**65%**

已婚人数占比



**69%**

\*数据来源于CTR央视市场研究

- 女性听众多于男性，有子女家庭占比过半，汇聚奶粉**高需求**家庭
- 汇聚**25-44岁年轻父母群体**，与麦蔻奶粉目标受众高度契合

# 传统广播+新媒体矩阵 十亿级听众规模 都能听到麦蔻奶粉！

MUSIC RADIO 音乐之声

每天收听人数超4000万

云听

实时收听人数超3000万

+

蜻蜓.fm

+

喜马拉雅FM

+

省级广播音频APP.....

有音乐之声的APP就有麦蔻的广告，其它平台收听人数超1000万



- 随着新媒体音频客户端的兴起，传统广播广告的分发渠道不仅仅限于车载广播、收音机，更多的听众会选择音频APP收听广播节目。
- 音乐之声作为国家级媒体，节目品质高，可听性强，也是音频APP平台必不可少的内容来源。
- 据统计，用手机听音频的听众已经近7亿。麦蔻奶粉投放音乐之声，同时将获得来自音频APP带来的巨大流量！



# 音乐之声——助力母婴品牌升级+销量提升



- ◆ **飞鹤、伊利、美赞臣**等奶粉品牌在音乐之声投放，**央视媒体发声为品牌背书，助推品牌进入一线奶粉行列，产品销量几何级提升！**
- ◆ **斯利安、迪巧、达因**等OTC品牌长期稳定在音乐周之声投放，**以全天高频次广告触达目标听众，打造多个深入人心的品牌广告语。品牌知名度发声飞跃式提升，销量在同品类中遥遥领先！**



飞鹤奶粉，更适合中国宝宝体质。一年超1亿5千罐被妈妈选择。



伊利金领冠，源于19年中国母乳研究，研发中国专利配方，六维易吸收。



美赞臣，为宝宝带来一声美好的开始。



斯利安叶酸、叶酸就选斯利安。



美国迪巧进口钙、连续三年销量领先。



达因伊可新，妈妈的一颗心。

# 传播规划



Moooko 麦蔻  
“麦蔻奶粉” —— 央广传播规划

CNR  
中央人民广播电台

MSIC 音乐之声

音乐之声

方案一：15秒轮播硬广 6次/天 360天

方案二：15秒轮播硬广 6次/天 360天

CNR  
中央人民广播电台

中国之声

中国之声：15秒全天轮播硬广5次/天

品牌之旅公益宣传全年不少于5次

# 音乐之声方案：15秒硬广轮播



15秒高频次品牌广告轮播，有效触达全天麦蔻奶粉目标消费人群。洗脑式广告塑造深刻品牌记忆，促进奶粉销量。

- ◆ 播出平台：音乐之声
- ◆ 播出频次：6次/天和8次/天
- ◆ 播出周期：360天



## 15秒品牌硬广

源自纯净丹麦，北欧高纬度优质奶源。麦蔻丹麦原装进口奶粉，每一瓶奶粉均可追溯奶源地，快乐的牛产快乐的奶，麦蔻奶粉，帮助宝宝快乐成长。麦蔻奶粉，麦兜的麦，豆蔻的蔻，天猫有售。

# 增值权益：品牌之旅

中央广播电视总台中国之声 2021年广告价格表

单位：元/次

时段	节目名称	5秒	15秒	30秒	段位
05:00-06:00	《云听清晨》 音乐与健康开启美好一天	4260	8510	13990	2A
06:00-06:27	《国防时空》 权威国内外军事报道	5440	10880	17950	3A
06:27-06:29		14730	29460	45360	早高峰①段
06:29-06:30	《新闻和报纸摘要》 中国历史最长影响最大的新闻节目	19480	38950	常规	报摘前 60秒
06:30-06:59		21830	43650	常规	报摘后 60秒
06:59-07:00					早高峰②段
07:00-07:30	《新闻纵横》 新闻高度、深度、广度、速度	17390	34780	常规	早高峰③段
07:30-08:35		20860	41720		早高峰②段
08:35-09:00		17390	34780		早高峰②段
09:00-09:30	《新闻和报纸摘要》（重播）				
09:30-11:00	《新闻进行时》（上午段） 滚动直播最新鲜新闻	7430	14860	24660	4A
11:00-12:00		5440	10880	17950	3A
12:00-13:00	《正午 60分》 直播解读国际大事				
13:00-13:30		4260	8510	13990	2A
13:30-16:00	《新闻进行时》（下午段）	5440	10880	17950	3A
16:00-16:30		7430	14860	24660	4A
16:30-17:30	《新闻晚高峰》 锁定通勤高峰，汇总资讯、点评时事	10820	21640	常规	晚高峰①段
17:30-18:30		16890	33780		晚高峰②段
18:30-18:59	《全国新闻联播》 与早报摘构成两大龙头新闻节目				
18:59-19:00		16900	33800	常规	联播后 60秒
19:00-20:00	《新闻有观点》 聚焦社会热点，深度解读时评	5440	10880	17950	3A
20:00-20:30	《小喇叭》开始广播啦	4260	8510	13990	2A



**最权威** 国家电台首席频率

**最新闻** 整合资源高效联动 引导主流价值取向

**最覆盖** 全国无缝领土覆盖 1-6级市场

**最影响** 强大媒体公信力

## 中国之声 《品牌之旅》

**1次（约30秒）**

- ◆ 《品牌之旅》是中国之声每周六日12:55的品牌资讯栏目，位于《新闻进行时》节目当中，具有极高的宣传价值。
- ◆ 为豆蔻奶粉提供《品牌之旅》栏目内宣传资源，及时有效的播报品牌的企业资讯，快速树立品牌正面形象。

# “麦蔻奶粉” 方案一

合作周期：360天

资源总价值 2574万  
合作优惠价 **810万**  
**(最低价688万)**

频率	产品形式	节目	时段	段位	秒数	刊例价	频次	天数	刊例总价
音乐之声	8次/天 15秒硬广	《早安双声道》	7:57	高峰2段	15"	13,750	1	360	4950000
		《早安双声道》	9:15	高峰3段	15"	9,900	1	360	3564000
		《MusicConer》	10:57	3A	15"	5,500	1	360	1980000
		《MusicConer》	11:57	4A	15"	7,150	1	360	2574000
		《超级冲击》	12:57	高峰3段	15"	9,900	1	360	3564000
		《MusicConer》	15:57	2A	15"	4,400	1	360	1584000
		《MusicConer》	16:57	4A	15"	7,150	1	360	2574000
		《尖峰音乐秀》	17:57	高峰2段	15"	13,750	1	360	4950000
		TOTAL						<b>25740000</b>	



方案优势

**科学铺排**

广播上午时段收听率更高，上午时段的大面积铺排能让麦蔻奶粉获取更多目标消费人群。

**全天投放**

8次/天的投放能获得较高的转化率，促进麦蔻奶粉销量提升。

**深刻记忆**

15秒广告重复记忆，打造深入人心的品牌slogan

# “麦蔻奶粉” 方案二

合作周期：360天

资源总价值1722.6万

合作优惠价 **580万**

**(最低价495万)**

频率	产品形式	节目	时段	段位	秒数	刊例价	频次	天数	刊例总价
音乐之声	15秒轮播硬广	《早安双声道》	7:57	高峰2段	15"	13,750	1	360	4950000
		《早安双声道》	9:15	高峰3段	15"	9,900	1	360	3564000
		《Music Coner》	10:30	3A	15"	5,500	1	360	1980000
		《Music Coner》	11:15	4A	15"	7,150	1	360	2574000
		《Music Coner》	15:30	2A	15"	4,400	1	360	1584000
		《音乐vip》	21:30	4A	15"	7,150	1	360	2574000
		TOTAL							



方案优势

**科学铺排**

广播上午时段收听率更高，上午时段的大面积铺排能让麦蔻奶粉获取更多目标消费人群。

**全天投放**

6次/天的投放能获得较高的转化率，促进麦蔻奶粉销量提升。

**深刻记忆**

15秒广告重复记忆，打造深入人心的品牌slogan

## 中国之声2022年合作方案（2021年9月26日起执行刊例）

合作周期：180天（合作优惠价5431959）

频率	产品形式	节目	时段	段位	秒数	刊例价	频次	天数	刊例总价	折扣	客户报价
		《新闻和报纸摘要》前	6:00-6:27	3A	15	11420	1	180	2,055,600		
中国之声	(15秒硬广)	《新闻进行时》中	11:00-12:00	3A	15"	11420	1	180	2,055,600	65	6,390,540
		《新闻进行时》中	13:00-16:00	3A	15"	11420	1	180	2,055,600		
		《新闻有观点》	19:00-20:00	3A	15"	11,420	1	180	2,055,600		
		《小喇叭》	20:00-20:30	2A	15"	8,940	1	180	1,609,200		
		TOTAL							9,831,600		
		中国之声	品牌之旅	每周六日12:00-13:00				客户增值服务	不少于5次		
合计								刊例总价	9,831,600	合作优惠价	5431959

# 平台介绍



**CNR**  
中央人民广播电台

**MUSIC** 音乐之声  
RADIO

唯一覆盖全国的音乐广播电台



5.6亿

精准触达人数

108座

城市覆盖

45亿

全年触达人次

## 音乐之声集中覆盖一线、二线、核心三线城市群

- 覆盖全国人口超过**5.6亿**
- 全国覆盖**108座**城市，其中包括一线城市**4座**，新一线城市**14座**
- 全年累计触达**45亿**人次听众，全国听众规模最大的音乐广播

# 音乐之声覆盖108座城市

## 一线城市4个

1	北京	北京	90.0	3	广东	广州	87.4
2	上海	上海	107.7	4	广东	深圳	104.9

## 全国其他地市75个

34	河北	廊坊	90.0	61	浙江	丽水	92.1	86	云南	玉溪	103.9
35	河北	张家口	105.3	62	浙江	舟山	96.3	87	云南	曲靖	106.6
36	河北	保定	106.8	63	安徽	六安	94.3	88	云南	保山	96.5
37	内蒙	赤峰	88.5	64	安徽	马鞍山	94.3	89	云南	腾冲	94.1
38	山东	菏泽	104.4	65	安徽	滁州	94.3	90	云南	大理(团山)	96.9
39	山东	烟台	89.3	66	安徽	池州	94.3	91	云南	文山	87.8
40	辽宁	丹东	99.8	67	江西	景德镇	87.2	92	广东	佛山	87.4
41	辽宁	抚顺	99.8	68	江西	鹰潭	87.2	93	广东	肇庆	87.4
42	辽宁	本溪	99.8	69	江西	抚州	87.2	94	广东	清远	87.4
43	辽宁	大连	107.8	70	江西	吉安	87.2	95	广东	东莞	87.4
44	吉林	吉林	94.7	71	山东	临沂	92.3	96	广东	中山	104.9
45	吉林	延吉	107.9	72	湖北	孝感	90.7	97	广东	珠海	104.9
46	黑龙江	大庆	102.3	73	湖北	黄石	90.7	98	广东	江门	104.9
47	重庆	铜梁	90.6	74	湖南	湘潭	107.7	99	广西	柳州	101.1
48	陕西	咸阳	95.5	75	湖南	岳阳	107.7	100	广西	桂林	106.8
49	陕西	渭南	96.2	76	湖南	长沙	92.4	101	广西	北海	97.1
50	陕西	汉中	94.2	77	湖南	张家界	89.2	102	广西	梧州	103.6
51	陕西	铜川	102.8	78	湖南	湘西(吉首)	90.4	103	福建	莆田	92.6
52	江苏	镇江	98.9	79	湖南	郴州	102.0	104	福建	宁德	92.6
53	江苏	常州	98.9	80	湖南	常德	97.8	105	福建	漳州	100.2
54	江苏	无锡	98.9	81	湖南	邵阳	101.8	106	福建	厦门	100.2
55	江苏	南通	98.9	82	湖南	韶山	107.4	107	福建	泉州	100.2
56	浙江	绍兴	103.2	83	湖南	怀化	101.6	108	福建	龙岩	97.0
57	浙江	金华	103.2	84	云南	丽江	107.2				
58	浙江	嘉兴	103.2	85	云南	西双版纳	107.1				
59	浙江	湖州	103.2								
60	浙江	衢州	92.1								

## 新一线城市14个 全国其他省会城市15个

5	浙江	杭州	103.2	19	河北	石家庄	105.1
6	四川	成都	107.6	20	山东	济南	95.5
7	重庆	重庆	88.9	21	山西	太原	89.3
8	湖北	武汉	90.7	22	吉林	长春	94.3
9	陕西	西安	95.5	23	黑龙江	哈尔滨	100.9
10	江苏	苏州	98.9	24	西藏	拉萨	96.1
11	天津	天津	92.5	25	青海	西宁	100.6
12	江苏	南京	98.9	26	甘肃	兰州	90.3
13	湖南	长沙	107.7	27	宁夏	银川	99.7
14	河南	郑州	100.2	28	贵州	贵阳	107.3
15	广东	东莞	87.4	29	安徽	合肥	94.3
16	辽宁	沈阳	99.8	30	江西	南昌	87.2
17	浙江	宁波	96.3	31	广西	南宁	101.1
18	云南	昆明	93.0	32	海南	海口	89.8
				33	福建	福州	92.6

# 音乐之声听众——极具购买力的中坚人群



25-44岁

**65%**

25-45岁是奶粉消费的高峰人群，是麦蔻奶粉的目标消费人群。



听众平均月收入

**1.04万**

音乐之声听众具有高学历高收入的特征，月入过万，消费水平高。有足够的消费能力，可以直接实现销售转化。



已婚人士

**69%**

音乐之声已婚人士占比近七成，已婚人士对于奶粉的需求远大于未婚人士。

## 音乐之声听众听众黏性更高



**3天**

平均每人每周收听



**40分钟**

平均收听时长



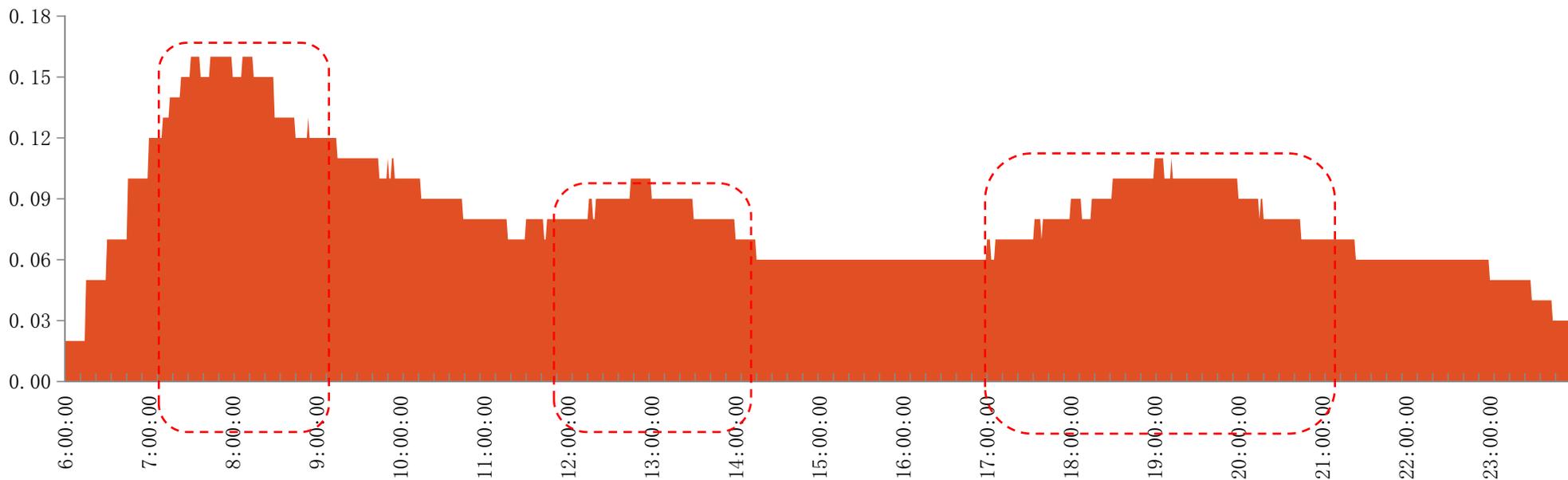
**56%**

中度以上听众占比

音乐之声听众多为伴随音乐之声一同成长的80、90后群体，他们对音乐之声有着独特的情怀，收听时长及收听频次均相对较高，对于广告的效果转化也更好。

# 音乐之声收听走势

收听率 (%)



音乐之声全天时段收听走势呈现明显的**早中晚三高峰特点**，其中早高峰收听**冲高能力相对较强**，听众资源较为丰富，傍晚-晚间时段收听**延续性**相对较好，听众收听较为连贯；在其它非高峰时段表现均衡，**脉动性突出**。



03

# 中国之声资源介绍



# 最具权威的新闻综合频率

国家电台，首席频率  
权威媒体背书，优质传播环境  
为品牌传播提供强势依托

**最权威**

**最覆盖**

全国无缝领土覆盖 1-6级市场  
使品牌以广域传播穿透各级市场

整合资源高效联动，立体专业快新闻  
迅速聚焦，塑造品牌  
主流价值取向，牵引受众需求

**最新闻**

**最影响**

深度内容观点，强大媒体公信力  
促进品牌及产品深入人心，良性发展

# 与时代同行，中国之声



中央广播电视总台中国之声是**中国广播第一频率**，覆盖全国1-6级市场，听众数量超过7亿人。2019年，为贯彻总台高质量发展要求，中国之声全新改版。改版后的中国之声立足“速度为先，深度为要，一流标准，创新融合”，致力于打造“具有新时代特征、体现总台高度、更具权威性和影响力的新型广播”。2020年7月，中国之声掀开高质量改版续章，对午间节目和晚间节目的升级打造正式亮相，同时通过节目切片等形式重点向新媒体端发力。

# 2021上半年全国二百家广播电台融媒传播影响力

## 中国之声各项数据一直遥遥领先

尼尔森2021年1-6月《全国广播媒体融媒传播影响力EMC榜》（不含经济类频率）

月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年1月1日-1月31日				月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年2月1日-2月29日				月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年3月1日-3月31日				
排名	频率	触达人数	EMC指数	排名	频率	触达人数	EMC指数	排名	频率	触达人数	EMC指数	
1	中央中国之声	95207329	1440.76	1	中央中国之声	95915654	1474.80	1	中央中国之声	96086304	1472.79	
2	楚天交通广播	19249164	1411.39	2	楚天交通广播	20029712	1452.52	2	浙江之声	10857539	1400.03	
3	湖北之声	4009692	1409.23	3	江苏新闻广播	8888369	1429.33	3	楚天交通广播	21106636	1373.27	
月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年4月1日-4月30日				月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年5月1日-5月31日				月榜 TOP100 全国广播媒体融媒传播影响力 (EMC指数) - 总榜 2020年6月1日-6月30日				
排名	频率	触达人数	EMC指数	排名	频率	触达人数	EMC指数	两会期间 EMC指数	排名	频率	触达人数	EMC指数
1	中央中国之声	101215257	1487.27	1	中央中国之声	91205611	1569.05	1309.68	1	中央中国之声	92013231	1434.75
2	浙江之声	11197571	1352.17	2	浙江之声	11344561	1316.32	894.70	2	北京交通广播	10766269	1304.17
3	北京交通广播	10533583	1352.17	3	河北交通广播	4229421	1314.84	812.38	3	河南交通广播	12381483	1297.05

EMC融媒指数：结合各广播频率线下直播、平台直播、社交平台与全网舆情表现，全面反映各广播频率的融媒传播影响力；  
触达人数：综合评测线下直播、线上平台直播的收听人数和在社交平台的粉丝数量，形成全网综合触达受众规模。



宣传策略：高频次、多版本

天猫京东引流

“飞鹤奶粉，更适合中国宝宝体质”



### 《京东版》

章子怡：我是章子怡，很多朋友问我，你们家宝宝吃什么奶粉呀？

我不盲从，我选的是国产飞鹤奶粉。

我参观过飞鹤。飞鹤有专属的牧场，专属的奶牛，挤奶到加工2小时。飞鹤奶粉，用新鲜生牛乳制作，而且溶解快速、均匀。

天然含有OPO,更适合宝宝娇嫩肠胃吸收。

记住，给宝宝选奶粉，一定要选更适合的。

男声：飞鹤奶粉，57年专为中国人研制，一年超7000万罐被妈妈选择！

女声1：616至618，买飞鹤奶粉上京东，搜索“飞鹤自营旗舰店”！明星奶粉限时直降，满1500立减120，提前领券叠加可省220！更有遥控汽车等惊喜好礼免费带回家！618，买飞鹤奶粉，上京东！

男声：飞鹤奶粉，更适合中国宝宝体质。

### 《天猫版》

章子怡：我是章子怡，很多朋友问我，你们家宝宝吃什么奶粉呀？

我不盲从，我选的是国产飞鹤奶粉。

我参观过飞鹤。飞鹤有专属的牧场，专属的奶牛，挤奶到加工2小时。飞鹤奶粉，用新鲜生牛乳制作，而且溶解快速、均匀。

天然含有OPO,更适合宝宝娇嫩肠胃吸收。

记住，给宝宝选奶粉，一定要选更适合的。

男声：飞鹤奶粉，57年专为中国人研制，一年超7000万罐被妈妈选择！

女声1：618天猫理想生活季，买飞鹤奶粉上天猫，搜索“飞鹤官方旗舰店”。领券购物享折上折，满额立减300元！更有飞鹤奶粉限量送。6月16日0点下单还有机会获得价值千元儿童滑梯套装噢！

男声：飞鹤奶粉，更适合中国宝宝体质。



燕之屋  
YAN PALACE

燕之屋

CNR  
中央人民广播电台  
CHINA NATIONAL RADIO

进线总数量



2014年央广投入费用  
75万。

2015年央广投入费用  
900万。

2016年央广投入费用  
1600万。

2017年央广投入费用  
超过3000万。

燕之屋  
YAN PALACE

吃燕窝,  
我只选碗燕!

全国招商热线: 400-882-6669

**高进线量**：投放量逐年递增，进线量的增幅**远远超过**投放量的增幅

**高转化率**：转换率80%，客单价1.6万，2016年几度出现**严重供货不足**的情况

**高投产比**：央广对于销售型客户来说，是真正实现**“低投入高产出”**的媒体平台



## 关于云听

“云听”是中央广播电视总台旗下**综合性声音制作&集成分发平台**，依托总台资源、技术和渠道优势，为全国电台、声音机构提供声音产品的**内容制作、集成分发、运营与技术服务**。

聚合各行业机构和专业创作者资源，在传统电台直播节目外，聚焦**泛文艺、泛知识、泛娱乐**三大品类，致力建设成为**全球最大华语声音集成分发、制作平台**。





云听优势—强大国家品牌

云听



中央人民广播电台

+



中央电视台  
(中国国际电视台)

+



中国国际广播电台



中央广播电视总台

#中央宣传部直接领导  
#国务院直属事业单位

顺应三台合一趋势，依托中央广播电视总台，定位**国家级新媒体平台**

整合**全台资源**，汇集**优秀主播团队**，覆盖**主流广告客户**

打造互联网音频平台的**“国家队”**





云听优势—深厚历史底蕴

云听



集**三台发展底蕴**，**80年积淀**孕育“云听”。

丰富的版权资源，海量的节目内容，专业的制播团队

精良的制作品质音频**行业最高水准**集于一身，**品质之选**





云听优势—巨大用户体量



+



+



+

央广新媒体

+

全国广播联盟

央广17套广播频率，覆盖用户**7亿**

**央广新媒体**矩阵鼎力支持，**全国广播联盟**节目入驻

**央视/国广**资源注入线上线下双向导流，巨大声量聚合用户





# 云听用户画像



年轻群体

年龄段25-45岁



高收入

年收入6万以上



高学历

大专及以上学历



发达地区

一二线城市、沿海



2022虎虎生威