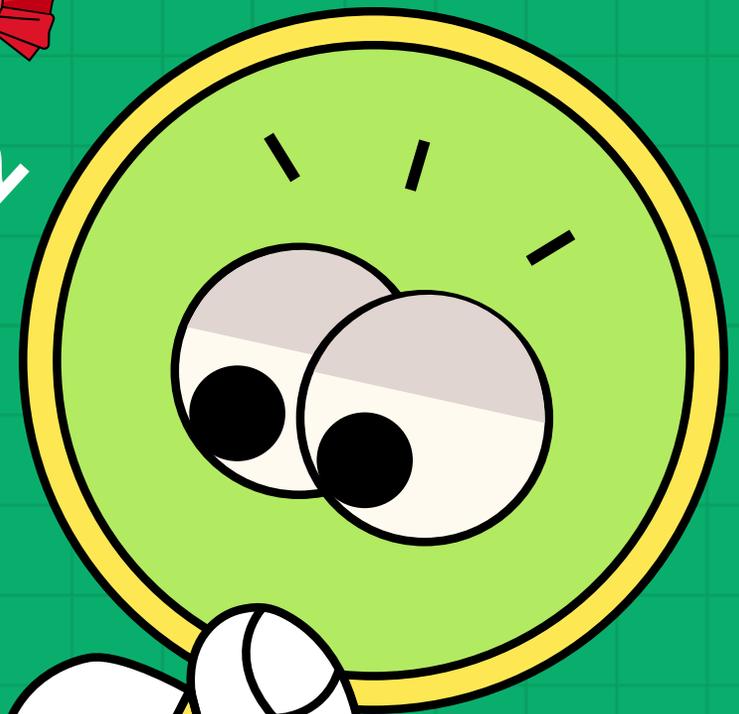


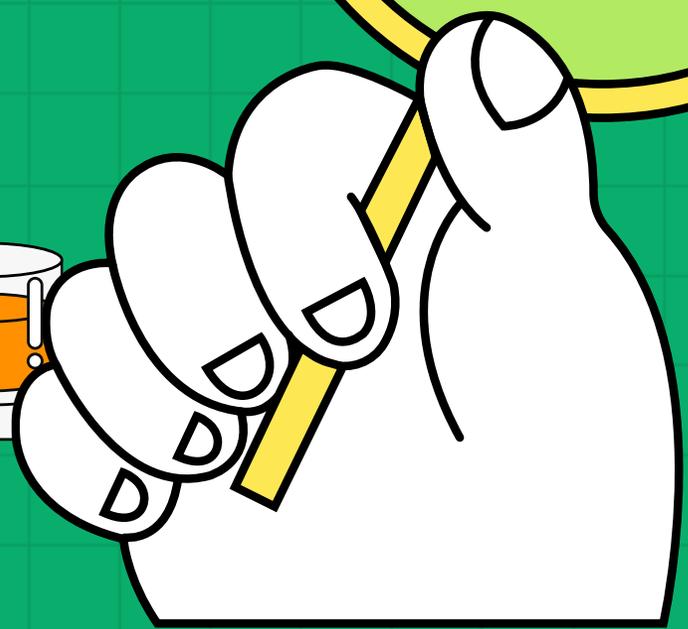
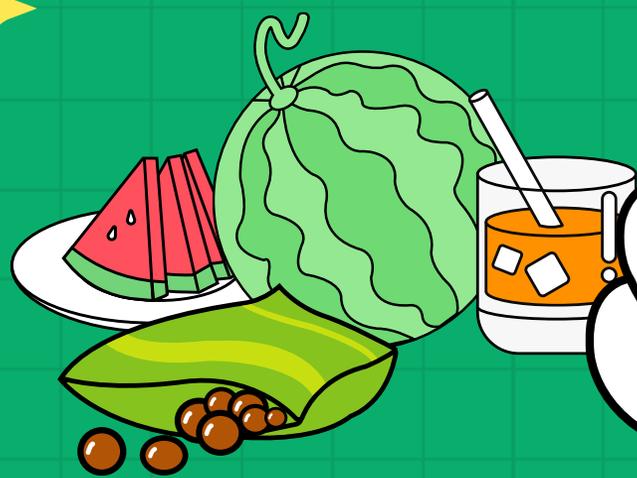


某零食 音乐之声合作方案

2022



中央广播电视总台音乐之声



目录

CONTENTS

01

市场分析
合作契机

02

传播形式
合作报价

03

媒体介绍
案例分享

零食行业市场分析



行业现状：增速放缓 品类集中度仍待提升

- 规模增速随着集中度聚合而放缓，目前糖果类市场集中度最高，其次是膨化食品
- 相对国际头部零食大厂，我国休闲零食品牌比较年轻，主要专注单品与全品类



人群画像：中青年为主,一线城市打工人从休闲零食中获得快乐

- 23-44岁宝妈为全品类零食品牌的忠实粉丝，90后的年轻人最热爱甜品面包
- 一二线已婚群体消费者扛起休闲零食大旗，占比超7成

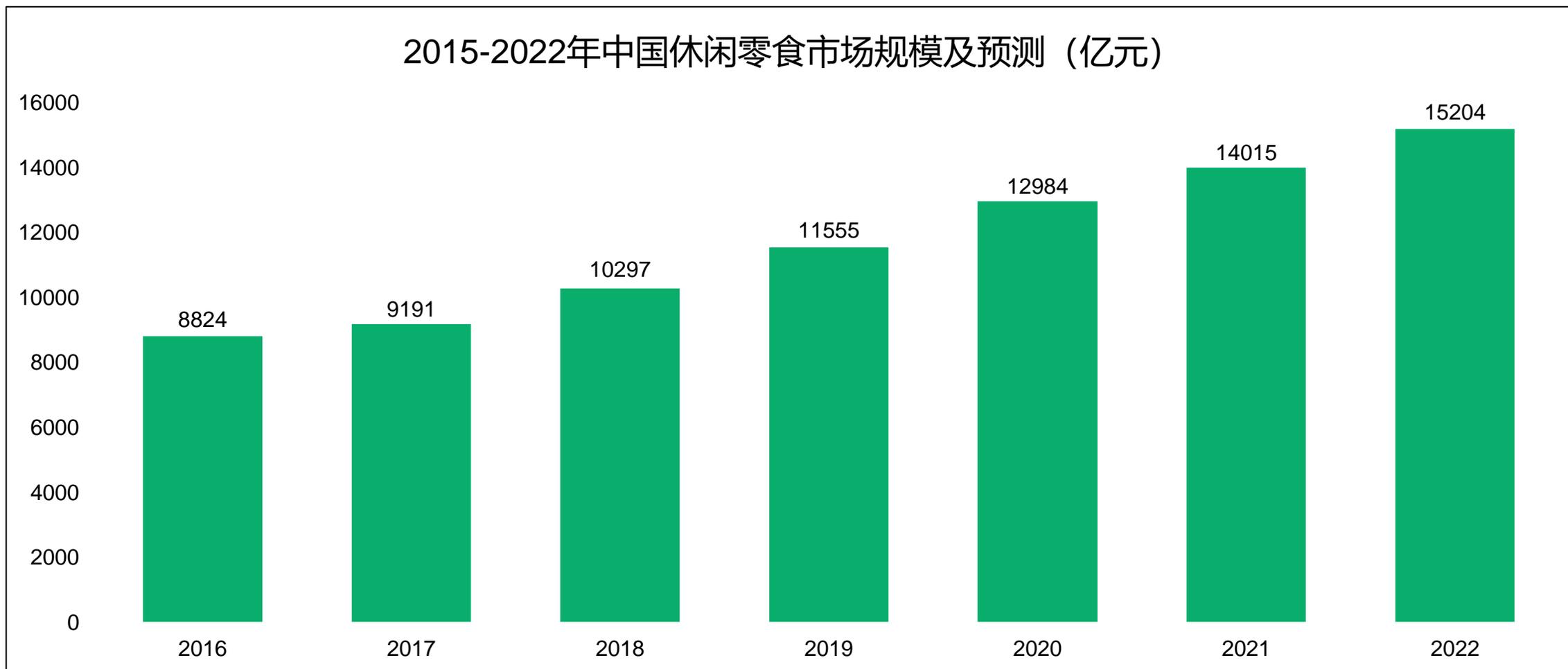


行业趋势：零食健康化为主流趋势,行业将更重视研发与供应链能力

- 陆续出台食品安全法律法规为食品行业保驾护航，食品安全保障体系愈加完整
- 差异化和健康化的休闲零食将获将占据消费者心中“C位”
- 未来行业可适当理性规划营销费用，对研发与供应链管理投入更大，以提升利润品质

美味零食永远不缺市场，2022年休闲零食产业将突破15000亿

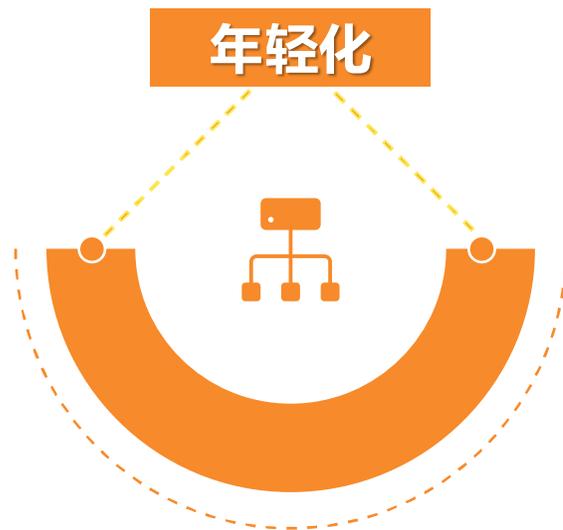
2022年市场规模超15000亿元，随着市场渗透率提高，年复合增长率维持在11%以上



零食行业发展趋势



预计未来行业品牌产品所占市场零售份额将进一步提升，品牌产品达到7成以上，随着消费升级带来品牌消费增多，行业品牌化、集中化趋势明显。



消费主体是年轻人，他们没有过多的时间精挑细选，他们更讲究品牌，更在意包装精致，一定要方便购买和携带。



低热量、低脂肪、低糖，在选择休闲零食时会更在意食品的营养和健康，消费者将更关注食品的绿色、天然和健康。

实现零食品牌进阶的关键要素

STEP1

选择权威主流媒体

▶ 国家媒体公信力强 高规格品牌升级

STEP2

精准产品消费人群

▶ 年轻人、时尚潮流、一二线城市

STEP3

挖掘高效传播内容

▶ 场景塑造，故事与情感打造引起共鸣

中央广播电视总台央广 权威引导 树立公信

- 声音媒体传播的制高点
- 公信力 引导力 传播力 影响力
- 驾乘场景+家庭场景 +网络应用场景
全覆盖
- 高消费力 “有车一族” 人群



国家媒体背书，助力于快速建立品牌的公信力和美誉度。尤其是零食品牌更需要在国家媒体上发声，以快速占领消费者心智。



广播是驾乘场景的独占媒体，具有快速传播、深入人心、强干扰的优势。且覆盖6亿+司乘人员，是品牌传播的优质媒体。

发声全国 不断扩大品牌市场

108座城市覆盖 5.6亿精准触达



音乐之声——唯一覆盖全国的音乐频率

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

音乐之声庞大的受众规模，及广播快速传播的特点，可以迅速在全国范围内提升零食品牌声量。助力品牌开拓市场，培育粉丝群体。

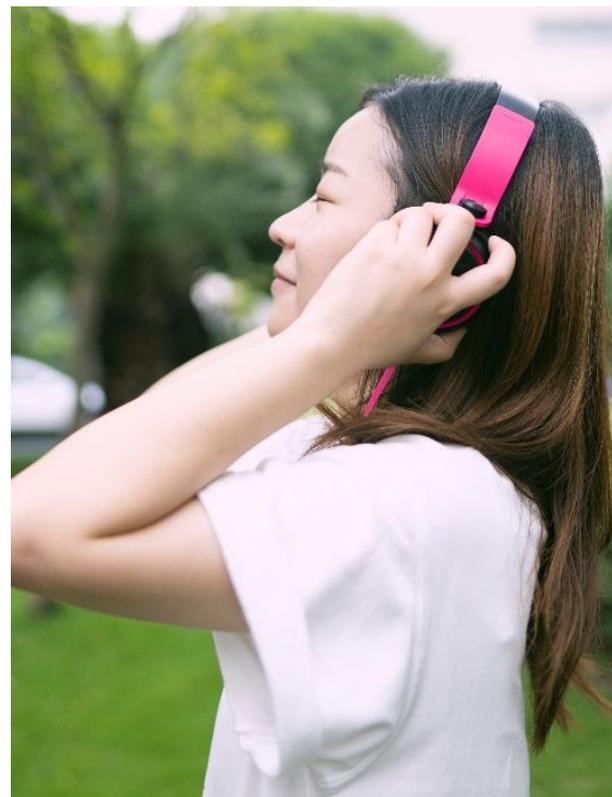
音乐之声汇聚巨量年轻潮流人群



- 音乐之声引领华语乐坛流行方向，自带潮流属性，听众审美高，会为颜值与品质买单。
- 年轻时尚的女性引领了零食行业的发展，而音乐之声的听众热爱生活，喜好购买零食，是零食品牌的精准消费者。

人群匹配 高效转化

- **15-45岁** **85%** 直接购买者
零食购买人群
- **一二线城市** **68%** 消费力高
零食购买旺盛地区
- **女性群体** **55%** 口碑传播
零食消费主力
- **高学历高收入** **87%** 价值人群
更受主流媒体引导
- **家庭消费决策者** **80%** 购买决策者
零食购买决策者



目录

CONTENTS

01

市场分析
合作契机

02

传播形式
合作报价

03

媒体介绍
案例分享

音乐之声传播策略

全天铺排

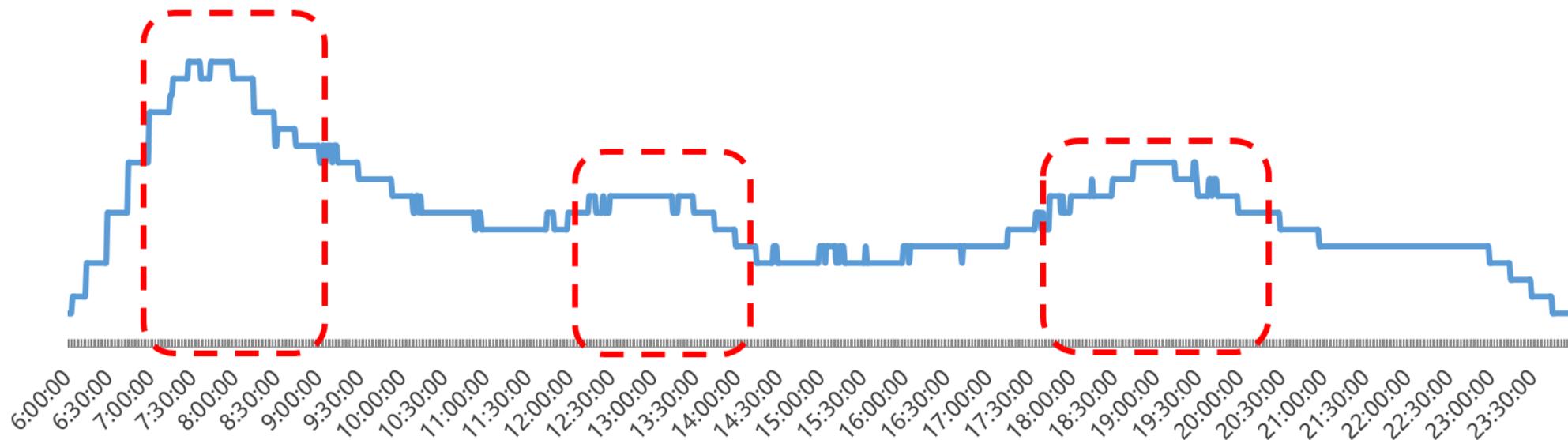
高频次

全场景

定制SLOGAN

经统计，广播广告达到9次以上效果最好，转化率更高。零食广告铺排至全天各个时段，保证广告触达人群更多。主打15秒及30秒广告，让品牌SLOGAN更加深入人心。

音乐之声收听走势



音乐之声传播方案

传播周期：2022.8.13-10.7（周五、周六，共计16天）

方案一

品牌硬广

- 全 天 高 频 铺 排
- 品 牌 强 势 曝 光
- 塑 造 深 刻 记 忆



方案二

嗨购剧场

- 零 食 购 买 场 景 设 置
- 搭 配 品 牌 促 销 活 动
- 品 效 合 一 转 化 提 升

方案一：品牌硬广



播出概况

1. 播出平台：音乐之声
2. 播出形式：15秒硬广
3. 周期：8.13-10.7 (周五、周六, 共计16天)
4. 频次：**33次/天**
5. 时段：全天覆盖

播出版本

产品篇

促销篇

卖点篇

郊游篇

宅家篇

购物篇

多版本创意

全场景覆盖

高频次播出

方案二：嗨购剧场

播出概况

1. 播出平台：音乐之声
2. 周期：8.13-10.7 (周五、周六, 共计16天)
3. 播出形式：30秒嗨购剧场+15秒福利时间
4. 频次：12天/次
5. 时段：全天覆盖

播出内容

内容：塑造购买零食的场景，以生动有趣的对话形式展现出消费场景及品牌元素。加上品牌促销信息以促进听众购买欲望，激发转化行为。



播出示例

【嗨购剧场】30秒

旁白：xxx品牌嗨购零食小剧场~

男：当当当，送给你的一箱快递。

女：啥快递啊，这么大盒子。

男：快拆开看看。

女：哇，全是我爱吃的零食！明天咱们野餐正好派上用场了（+具体零食信息）。

男：这么多零食都够咱们所有人吃啦，明天带着大家一边看美景一边品美味，够爽！

女：周末就该这么过！

【福利时间】15秒

XXX品牌给大家送福利啦~！即日起至10.7日，每买一包xxx零食即送5包小零食，和你的朋友一起分享美味零食带来的喜悦吧！

效果预估

 触达城市 **108座**

 覆盖人数 **5.6亿**

 累计触达人次 **3.5亿**



目录

CONTENTS

01

市场分析
合作契机

02

传播形式
合作报价

03

媒体介绍
案例分享

音乐之声：华语乐坛标杆电台



华语流行音乐指标性电台

引领中国流行音乐广播的**风向标**
中国**第一个**类型化广播电台



唯一覆盖全国的音乐电台

全球**最大**华语流行音乐电台，全年累计触达**45亿**人次听众
全国覆盖**108座**城市，覆盖人口超过**5.6亿**



最具影响力的音乐频率

品牌**活动**遍布全国 所到之处**超强吸睛**
大牌云集 拥有优质的**艺人资源**

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

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

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	山西	忻州	104.4	65	安徽	池州	94.3	90	云南	大理(团山)	96.9
39	山西	晋中	89.3	66	安徽	淮南	94.3	91	云南	文山	87.8
40	辽宁	铁岭	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	赣州	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	贵州	六盘水	96.2	76	湖南	怀化	92.4	101	广西	北海	97.1
50	贵州	安顺	94.2	77	湖南	张家界	89.2	102	广西	梧州	103.6
51	贵州	铜仁	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								

音乐之声：音乐类广播频率收听榜首



音乐之声覆盖城市私家汽车1.2亿辆
精准触达司乘人员4.5亿人

广播端近19%的收听份额，
稳居音乐类频率竞争榜首

新媒体端全年收听人次超85亿人次
各大主流电台APP推荐音乐频率

音乐之声：听众黏性高转化效果好



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

音乐之声听众拥有众多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。



统一海之言精准音乐之声年轻受众 让品牌焕然一新

夏日+音乐气氛烘托 高效品牌赋能

海之言选择在最炎热的夏季进行广告投放，以一首“流汗喝海之言”洗脑歌曲营造出欢动的夏日氛围，加之国家音乐电台助阵，海之言无论是品牌还是产品都给人一种“焕然一新”的感觉。

多元品牌露出 品牌“声”入人心

统一海之言选择了《尖峰音乐秀》王牌节目赞助，享有片头片尾、节目预告、口播、硬广等多种形式露出，提升了海之言产品认知度，持续增加了品牌好感度。



✓ 定制JINGLE

女：出门逛街，流汗喝海之言；
男：宅家锻炼，流汗喝海之言；
男女合：一起运动玩耍后，流汗喝海之言；
冲向大海，流汗喝海之言。
男：流汗喝海之言。

✓ 节目片头

向往远方，让音乐陪伴在路上；
挥洒汗水，让海之言为您护航。
流汗喝海之言，统一海之言邀您聆听
每周一至周五17:00到19:00《尖峰音乐秀》。

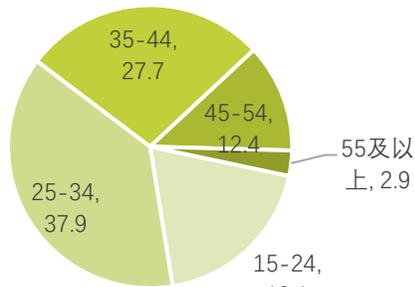
✓ 节目片尾

炎炎夏日，喝一瓶海之言感受大海般清爽；
娓娓动听，听一首好歌再重新出发。
流汗喝海之言，以上节目由统一海之言赞助播出。

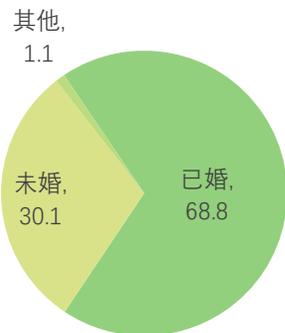


肯德基消费人群、品牌调性与音乐之声高度契合

年轻 潮流 音乐 快节奏，展现品牌特点，覆盖目标人群



受众年龄分布 (%)



婚姻状况 (%)

年轻，快节奏
=KFC就餐需求旺盛

肯德基赞助早高峰时段7:00-8:00《早安音乐》，尊享主持人口播、节目软性资源、硬广等多种形式广告，全天高达12次露出！

- **品牌无限贴合：**根据品牌调性，恰如其分的融入节目
- **品牌时刻宣传：**强化整合优势资源，高效宣传，无限放大品牌声量
- **魅力随时呈现：**为客户捕捉最精准的目标受众，立体全方位诠释品牌魅力

节目片头
早餐吃出新潮流！就来肯德基！
网红食材咸蛋黄登陆肯德基早餐啦！
金沙咸蛋黄饭团，给充满活力的一天加油助力！
肯德基，邀您锁定《早安音乐》！

DJ口播
欢迎收听由“为你带来早餐好心情的肯德基”赞助的早安音乐，就此开启好心情的一天。

节目预告
大家好，我是高敏，用音乐为你送去晨间第一声亲切的呼唤。“嘿，起床啦！”全新的一天，充满希望。好心情来自每周间6点到9点的《早安音乐》。

节目片尾
生活，需要活力！早餐，也要给力！
肯德基早餐新品“金沙咸蛋黄肉酥饭团”，吃出鲜香，吃出好滋味！
肯德基与您相伴《早安音乐》，为您每天提供动力！



燕之屋冠名音乐之声线下活动，掀起话题热潮

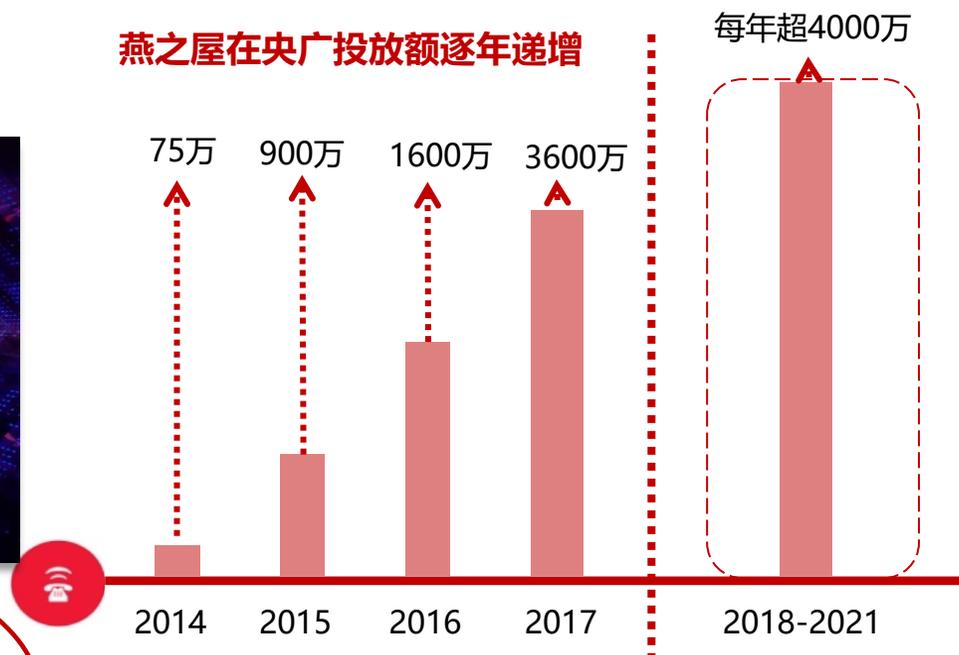
央广全平台连续投放，多形式组合出击



燕之屋冠名2018年中国TOP排行榜

形式：启动仪式、颁奖晚会、全国拉票会（巡演）

燕之屋在央广投放额逐年递增



企业投放

从75万，到现在每年超4000万。

企业规模

从负债2.5亿

到今天的市场估值近20亿。

央广对燕之屋品牌的成长及全国销售网络的构建起到了重要作用。

2022年，IPO上市。

数据来源：燕之屋公司提供

现场近百家全国主流媒体助阵，数十家强势平台现场直播，
媒体传播舆论总曝光量 **1.47亿+**人次，直播参与人数**900万+**人次。

合作案例



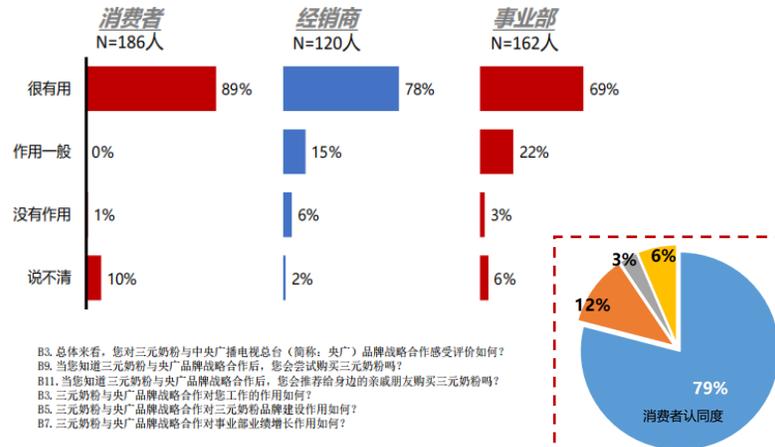
三元携手音乐之声 品效销多维提升

1800万+
AC尼尔森广告显示日均触达

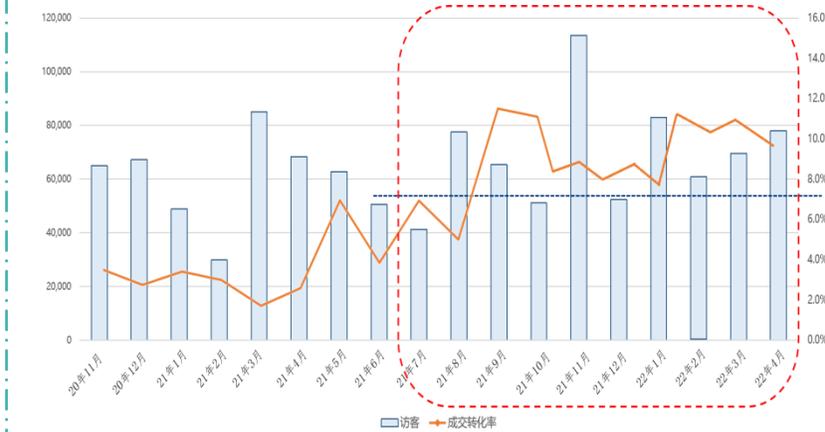
300%
奶粉新零售销售部数据
电商访问量与央广投放正相关明显

7倍
微博端品牌声量放大

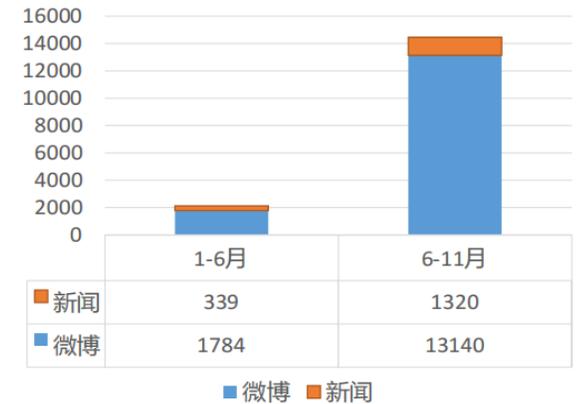
消费者层面认同度高达79%



电商访问及转化提升显著

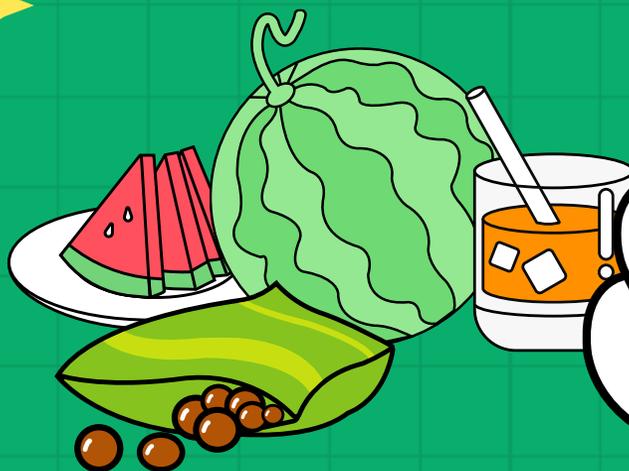


品牌声量倍数增加



期待合作!

中央广播电视总台音乐之声



2022

