

مدیا آرشیو
سامانه جامع تبلیغات رسانه‌ای

گزارش پخش تبلیغات تلویزیونی

مواد غذایی - نوشیدنی سرد و گرم

مدیا آرشیو

سامانه جامع تبلیغات رسانه‌ای

مدیاآرشیو

گزارش پخش تبلیغات تلویزیونی

صنعت: صنایع غذایی

رسته*: نوشیدنی سرد و گرم

بازه زمانی: پاییز ۱۴۰۱

نسخه گزارش: ۱.۹

تاریخ انتشار: بهمن ۱۴۰۱

* این گزارش در بیش از ۲۵۰ گروه محصول و رسته قابل دسترس می باشد. [اطلاعات بیشتر](#)

فهرست مطالب

مدیا آرشو چیست و چگونه کار میکند؟

توضیحات مربوط به این گزارش

بخش اول:

اطلاعات کلی تبلیغات در تلویزیون در ۱۲ ماه گذشته

تعداد برندهای فعال به تفکیک فصل در ۱۲ ماه گذشته

روند ماهانه تغییرات حجم فعالیت در ۱۲ ماه گذشته

روند ماهانه تغییرات متوسط زمان طول آگهی در ۱۲ ماه گذشته

حجم فعالیت تبلیغاتی صنایع به تفکیک در ۱۲ ماه گذشته

سهم فعالیت صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته

روند ماهانه تغییرات سهم صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته

مقایسه روند تغییرات رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم با صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته

اطلاعات کلی تبلیغات رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم در تلویزیون در ۱۲ ماه گذشته

بخش دوم:

اطلاعات مربوط به تبلیغات در پاییز ۱۴۰۱

بخش سوم:

سهم تبلیغات گروه مواد غذایی و نوشیدنی از کل تبلیغات پاییز ۱۴۰۱

روند ماهانه حجم فعالیت صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱

سهم فعالیت رسته های محصولی در صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱
متوسط زمان هر آگهی در ۵ رسته پر تبلیغ صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱
اطلاعات مربوط به تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱
برندهای فعال در تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱ و دوره مشابه در سال ۱۴۰۰
توزیع حجم تبلیغات رسته نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک محصول در پاییز ۱۴۰۱
سهم فعالیت نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱
متوسط زمان هر آگهی در تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱
حجم فعالیت ماهانه نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱
توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع مدت زمان تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک جایگاه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع مدت زمان تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک شبکه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱
توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک شبکه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱

بخش چهارم:

سهم شرکت های پر تبلیغ نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱
حجم فعالیت برندهای پر تبلیغ نوشیدنی های سرد و گرم در تبلیغات تلویزیونی پاییز ۱۴۰۱

تغییرات فعالیت برندهای پر تبلیغ رسته نوشیدنی های سرد و گرم پاییز ۱۴۰۱ نسبت به پاییز ۱۴۰۰

تغییرات فعالیت برندهای پر تبلیغ رسته نوشیدنیهای سرد و گرم پاییز و تابستان ۱۴۰۱

اطلاعات مربوط به تبلیغات چای در پاییز ۱۴۰۱

توزیع حجم فعالیت چای به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱

اطلاعات مربوط به تبلیغات ماءالشعیر در پاییز ۱۴۰۱

توزیع حجم فعالیت ماءالشعیر به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱

اطلاعات مربوط به تبلیغات آبمیوه در پاییز ۱۴۰۱

توزیع حجم فعالیت آبمیوه به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱

لیست گزارش های موجود بر اساس گروه محصول و رسته کالا

مدیا آرشو چیست و چگونه کار میکند؟

مدیا آرشو سامانه جامع تبلیغات رسانه ای است که به طور مداوم فعالیتهای تبلیغاتی برندها، سازمانها یا کسب و کار در رسانه ها را رصد می کند.

مدیا آرشو چگونه کار میکند؟ (مدل جمع آوری اطلاعات)

تمامی برنامه های تلویزیونی به صورت ۲۴ ساعته ضبط و بررسی میشوند. فعالیت های تبلیغاتی مشاهده شده در این برنامه ها استخراج شده و پس از کدینگ و طبقه بندی در سامانه جامع تبلیغات رسانه ذخیره می شوند. این بررسی ها در ۹ شبکه صدا و سیما شامل شبکه های ۱ تا ۵، شبکه خبر، نسیم، آی فیلم و نمایش انجام می شود.

تبلیغات تلویزیونی چیست؟

در این گزارش منظور از تبلیغات تلویزیونی تمام فعالیتهای است که برندها، سازمانها یا کسب و کارها که برای معرفی محصولات و خدمات خود در باکس های تبلیغات تلویزیونی در قالب های آگهی مستقیم، نشان آگهی، دعوت به تماشا، گزارش آگهی و ... است و یا انواعی از آگهی مانند حک آرم و زیرنویس که در زمان پخش برنامه تلویزیونی نمایش داده می شود

توضیحات مربوط به این گزارش

این گزارش بر اساس داده های ثبت شده در ۱۲ ماه گذشته تهیه شده است. کلیات و روند تغییرات مربوط به فعالیتهای تبلیغات تلویزیونی در طی این دوره به صورت کلی و همچنین توزیع فعالیت به تفکیک فاکتورهای مختلف در این گزارش ارائه شده است.

این گزارش به صورت کلی به گروه مواد غذایی و نوشیدنی پرداخته و جزئیات تبلیغات رسته محصولی انواع نوشیدنی های سرد و گرم را در پاییز ۱۴۰۱ پوشش میدهد. در بخش اول گزارش اطلاعات کلی مربوط به ۱۲ ماه گذشته و در بخش بعدی اطلاعات مربوط به پاییز ۱۴۰۱ به صورت دقیق تر و در برخی موارد به صورت مقایسه پاییز و تابستان ۱۴۰۱ و در برخی موارد به صورت مقایسه پاییز ۱۴۰۱ و پاییز ۱۴۰۰ ارائه شده است.

رسته نوشیدنی ها شامل:

انواع نوشیدنی سرد: آب معدنی، آب میوه، آیس تی، پودر شربت، شربت، عرقیات، ماءالشعیر، نوشابه، نوشیدنی گیاهی، شیر سویا

انواع نوشیدنی گرم: چای، دمنوش، شکلات داغ، قهوه، کاپوچینو، کافی میکس، پودر شیر

توضیح: انواع دوغ، شیرهای ساده و طعم دار در رسته لبنیات بررسی می شود. سهم فعالیت برندهای چای، ماءالشعیر و آبمیوه در این گزارش بررسی شده است. در حالت کلی این نتایج برای تمامی محصولات به صورت جداگانه قابل ارائه است که در این گزارش به دلیل حجم کم فعالیت سایر محصولات مورد بررسی ارائه نشده است.

وزن تبلیغاتی یا GRPs که در این گزارش بر اساس پنل مخاطبین تلویزیون بالای ۱۵ سال ساکن در تهران محاسبه و ارائه شده است.

تعاریف:

حجم فعالیت:

تعداد آگهی های تلویزیونی پخش شده در یک بازه زمانی مشخص است.

مدت زمان تبلیغات:

مجموع ثانیه های پخش شده تبلیغات تلویزیونی در یک بازه زمانی مشخص است.

متوسط زمان هر آگهی:

متوسط طول یک آگهی تلویزیونی به ثانیه است که بر اساس حجم فعالیت و مدت زمان تبلیغات تلویزیونی در یک بازه زمانی مشخص محاسبه می شود.

وزن تبلیغاتی GRPs:

یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد در تبلیغات تلویزیونی است که بر پایه نرخ بینندگان در موقعیت های مختلف پخش آگهی های تلویزیونی محاسبه می شود. کاربرد این شاخص در گزارش کامل "ارزیابی شاخص های کمی تبلیغات تلویزیونی پس از اجرا" بررسی وضعیت کمپین فعلی و بهبود انتخاب موقعیت های پخش آگهی در کمپینهای آینده است. در گزارش مذکور اطلاعات کاملی در خصوص عملکرد کمپین در شاخصهای Reach، OTS، GRPs ارائه می شود.

انواع آگهی های تلویزیونی:

مدت زمان آگهی کوتاه تبلیغاتی که ویژگی های جذاب کالا و یا خدمات را به نمایش می گذارد (در تلویزیون حداقل ۱۲ ثانیه)	آگهی مستقیم
تبلیغات در ابتدا یا انتهای هر بسته آگهی شامل نمایش برند تجاری، بدون گفتار توام با موسیقی مصوب شده به صورت روزانه در شبکه های سیما (۶ ثانیه ای)	نشان آگهی
تقدیم و دعوت به تماشا یک برنامه که می تواند در سه مرحله، قبل، میان و بعد از برنامه پخش شود. (حداقل ۱۵ ثانیه)	دعوت به تماشا
آگهی هایی که ساختاری مستند داشته و گزارشی از مراحل ساخت و یا تولید و یا ارائه یک خدمت را به تصویر می کشند و در آنها نقش آفرینی وجود ندارد. (حداقل زمان ۷۵ ثانیه می باشد)	گزارش آگهی (رپرتاژ)
تبلیغات بصورت زیرنویس در حین پخش برنامه تلویزیونی (۱۵ تا ۳۰ ثانیه ای)	زیرنویس
یک آگهی برای نمایش لوگو یا لوگو به همراه پیام برند در اندازه کادر برابر با آرم شبکه (مدت زمان حک آرم ۱۲ ثانیه می باشد)	حک آرم

بخش اول:

اطلاعات کلی تبلیغات در تلویزیون در ۱۲ ماه گذشته

شاخص	نتایج تبلیغات تلویزیونی در دی ۱۴۰۰ الی آذر ۱۴۰۱
حجم فعالیت	بیش از ۷۶۸ هزار آگهی
مدت زمان تبلیغات (ثانیه)	۱۹.۸ میلیون ثانیه
متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)	۲۵.۸ ثانیه
برندهای فعال	۹۳۰

تعداد برندهای فعال به تفکیک فصل در ۱۲ ماه گذشته

زمستان ۱۴۰۰	بهار ۱۴۰۱	تابستان ۱۴۰۱	پاییز ۱۴۰۱
۵۹۰	۲۱۴	۲۹۷	۳۸۳

روند ماهانه تغییرات حجم فعالیت در ۱۲ ماه گذشته



در ۱۲ ماه منتهی به آذر ۱۴۰۱ بیشتر از ۷۶۸ هزار آگهی پخش شده است. روند ماهانه حجم تبلیغات تلویزیونی در این دوره بیشترین تعداد خود را در شهریور ماه و کمترین تعداد پخش را با وجود رویداد مهمی چون جام جهانی در آذر ماه ۱۴۰۱ نشان می دهد. پس از آذر کمترین حجم تبلیغات در اردیبهشت ماه بوده است.

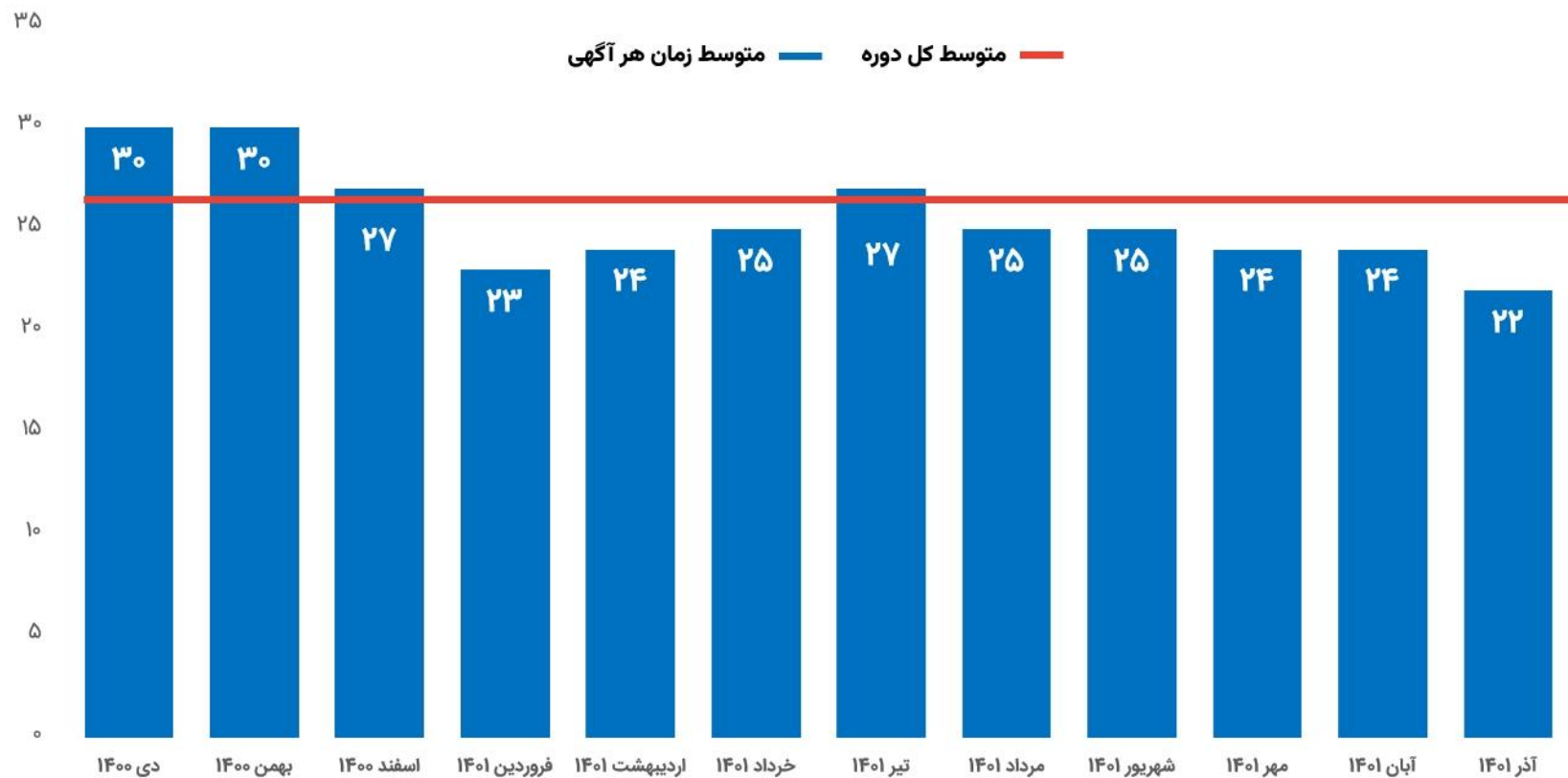
رویداد های مهم و تاثیر گذار در موضوع تبلیغات در ۱۲ ماه گذشته:

ماه رمضان: ۱۴ فروردین - ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۱

ماه محرم: ۸ مرداد - ۶ شهریور ۱۴۰۱

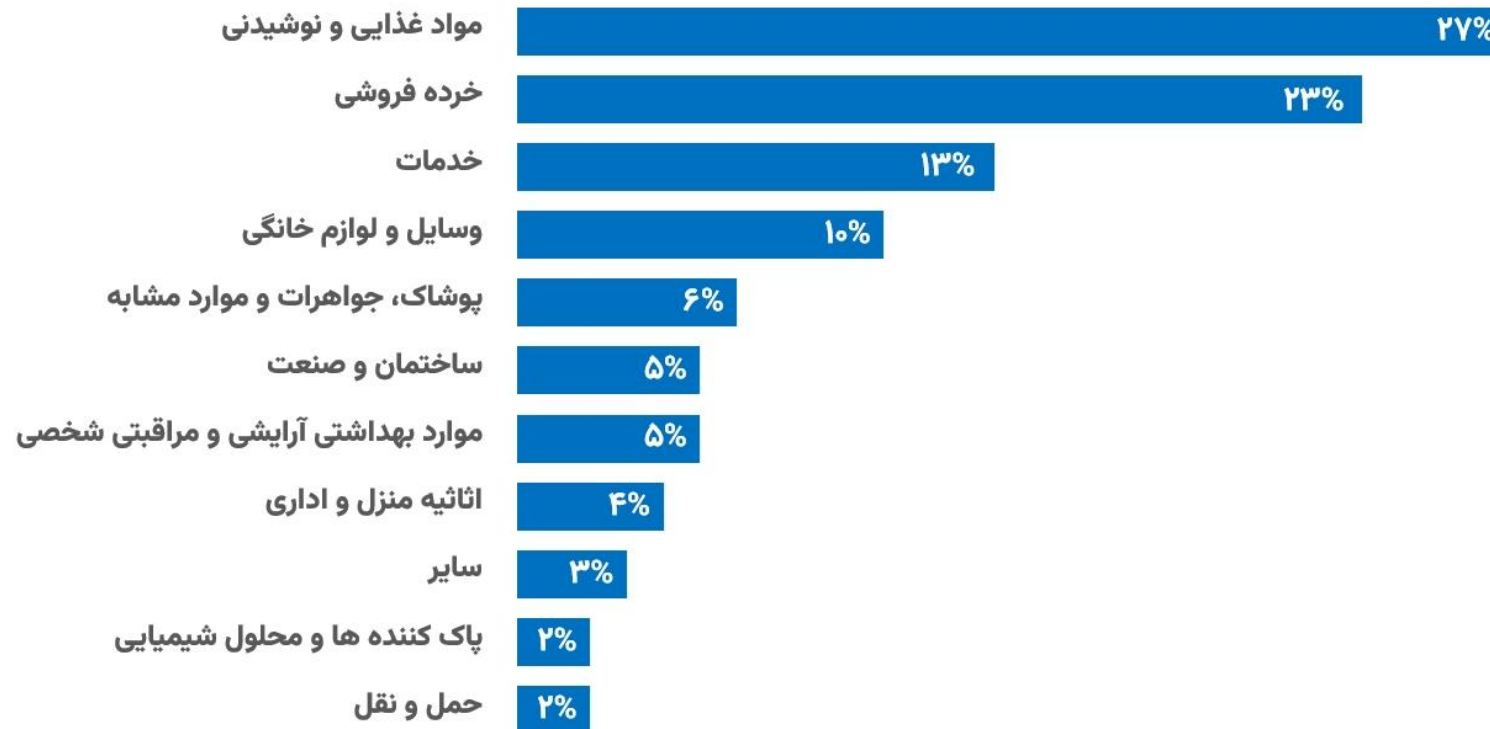
جام جهانی فوتبال: ۲۹ آبان - ۲۷ آذر ۱۴۰۱

روند ماهانه تغییرات متوسط زمان طول آگهی در ۱۲ ماه گذشته



متوسط مدت زمان هر آگهی در کل دوره ۱۲ ماه مورد بررسی در حدود ۲۶ ثانیه است. طی این دوره، کوتاه ترین آگهی ها به ترتیب در آذر و فروردین ۱۴۰۱ با متوسط زمان ۲۲ و ۲۳ ثانیه بوده است. بهمن و دی ماه ۱۴۰۰ طولانی ترین آگهی ها متوسط زمان ۳۰ ثانیه برای هر آگهی پخش شده است.

حجم فعاليت تبليغاتي صنايع به تفكيك در ۱۲ ماه گذشته



در ۱۲ ماه گذشته مواد غذایی و نوشیدنی با تعداد ۲۰۴،۵۴۳ آگهی بیشترین سهم در بین دیگر صنایع از کل تبلیغات تلویزیونی را داشته است.

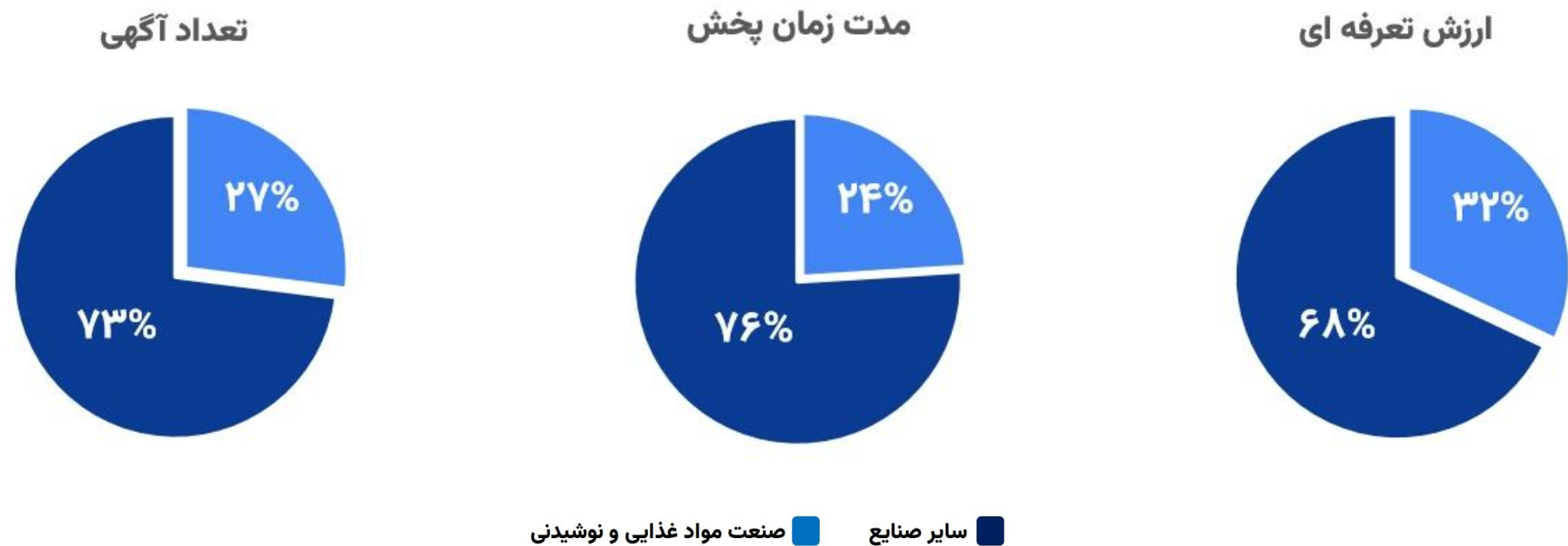
حجم فعاليت تبليغاتي صنايع به تفكيك در ۱۲ ماه گذشته

تعداد برند فعال	درصد از کل تعداد آگهی	تعداد آگهی	صنعت
۲۰۵	% ۲۷	۲۰۴,۵۴۳	مواد غذایی و نوشیدنی
۲۷	% ۲۳	۱۷۸,۹۵۰	خرده فروشی
۷۲	% ۱۳	۹۷,۲۹۹	خدمات
۱۰۵	% ۱۰	۸۰,۲۴۱	وسایل و لوازم خانگی
۲۵	% ۶	۸۵,۸۴۵	پوشاک، جواهرات و موارد مشابه
۵۳	% ۵	۴۱,۵۴۹	موارد بهداشتی آرایشی و مراقبتی شخصی
۱۹۳	% ۵	۳۷,۰۰۳	ساختمان و صنعت
۷۵	% ۴	۳۱,۵۱۴	اثاثیه منزل و اداری
۵۷	% ۲	۱۸,۳۴۹	حمل و نقل
۲۹	% ۲	۱۲,۰۷۸	پاک کننده ها و محلول شیمیایی
۹۲	% ۳	۲۰,۶۹۸	سایر

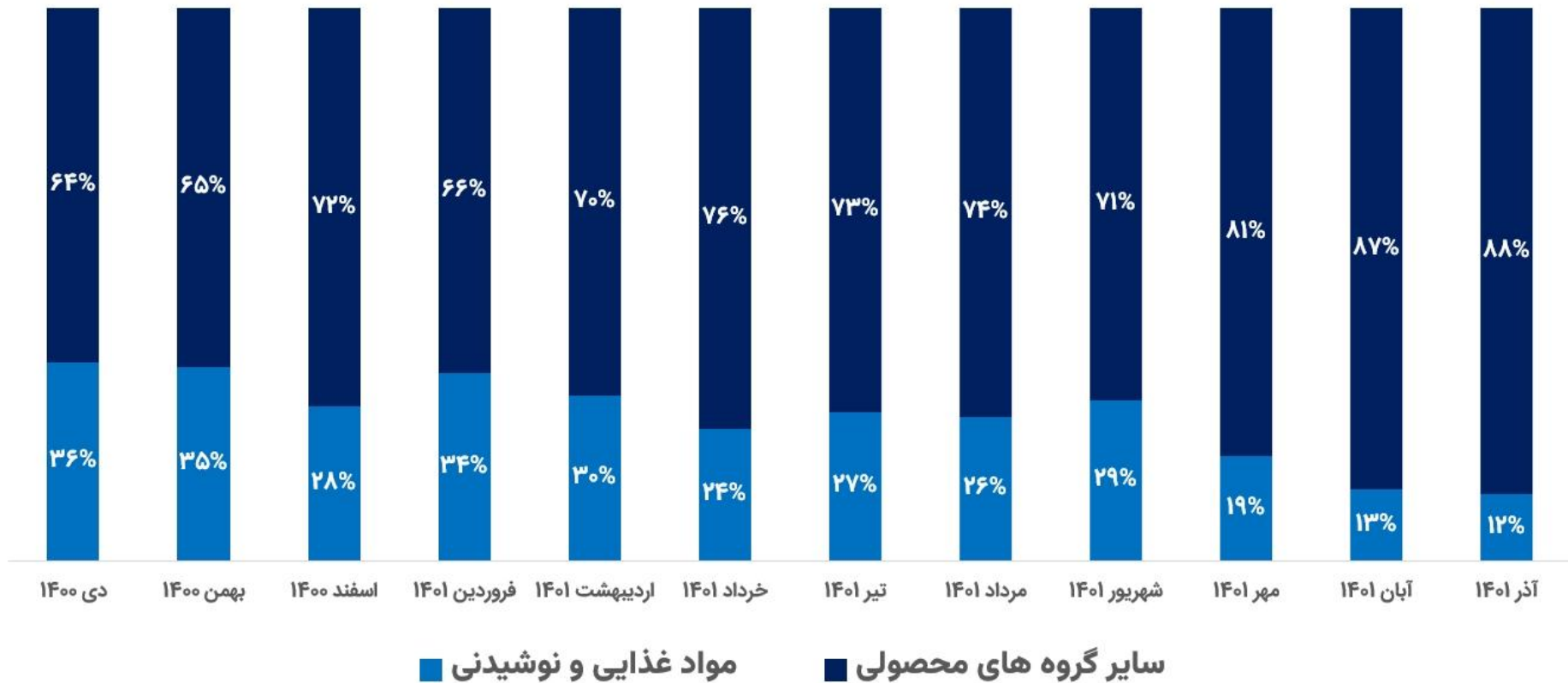
صنعت مواد غذایی و نوشیدنی با ۲۰۵ برند فعال در طی ۱۲ ماه گذشته بیشترین حجم فعاليت را در تبليغات تلویزیونی داشته است.

سهم فعالیت صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته

طی این دوره در حدود ۲۴٪ از تعداد کل آگهی ها و ۲۷٪ از مدت زمان پخش آگهی ها به صنعت مواد غذایی و نوشیدنی اختصاص داشته است. در حالیکه سهم این صنعت از کل ارزش تعرفه ای در تبلیغات تلویزیونی ۳۲٪ بوده است.

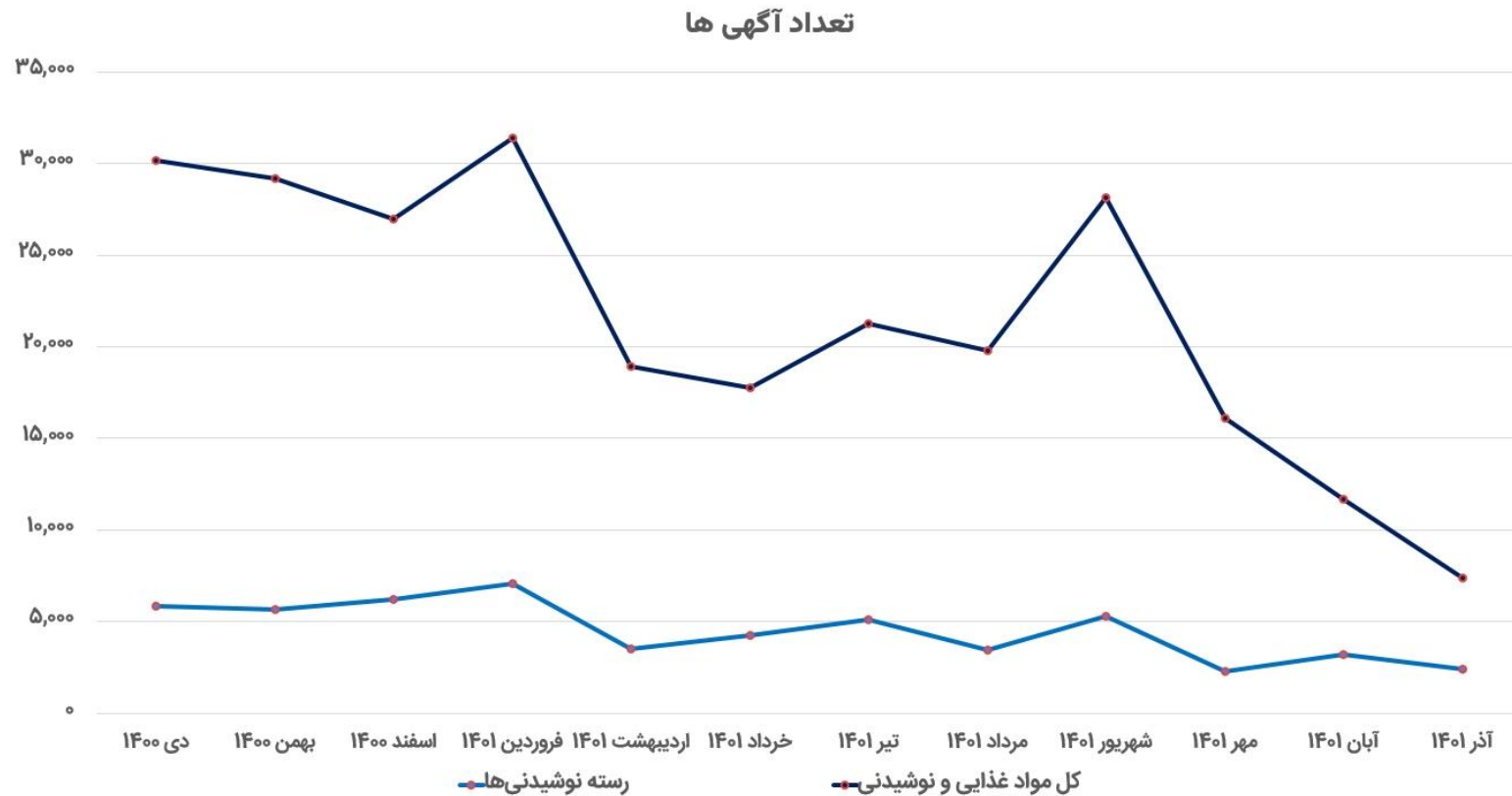


روند ماهانه تغییرات سهم صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته



سهم صنعت مواد غذایی و نوشیدنی از تعداد کل تبلیغات در طی دوره روند کاهشی داشته و سهم این صنعت در آذر ماه یک سوم میزان ابتدایی آن بوده است.

مقایسه روند تغییرات رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم با صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در ۱۲ ماه گذشته



صنعت مواد غذایی و نوشیدنی بیشترین تعداد تبلیغات را در فروردین و شهریور ۱۴۰۱ داشته که رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم هم این روند را با شدت کمتری تجربه کرده است. با وجود اینکه حجم تبلیغات رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم به پیروی از روند صنعت کاهش داشته اما سهم آن از تبلیغات کل صنعت در آذر ۱۴۰۱ نسبت به ابتدای دوره ۲ برابر شده است.

اطلاعات کلی تبلیغات رسته نوشیدنی‌های سرد و گرم در تلویزیون در ۱۲ ماه گذشته

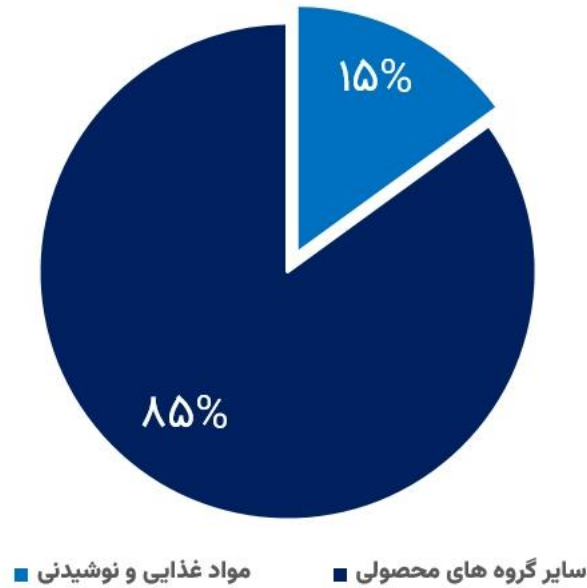
شاخص	نتایج تبلیغات تلویزیونی رسته نوشیدنی‌ها در دی ۱۴۰۰ الی آذر ۱۴۰۱
حجم فعالیت	۵۴،۲۷۸ آگهی
مدت زمان تبلیغات (ثانیه)	۱،۱۲۹ هزار ثانیه
متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)	۲۱ ثانیه
برندهای فعال	۴۰

بخش دوم: اطلاعات مربوط به تبلیغات در پاییز ۱۴۰۱

تغییرات نسبت به تابستان ۱۴۰۱	تغییرات نسبت به پاییز ۱۴۰۰	نتایج تبلیغات تلویزیونی در پاییز ۱۴۰۱	شاخص
-۱۲%	۱%	۱۷۸،۶۰۰+ آگهی	حجم فعالیت
-۱۹%	-۲۱%	۴.۲ میلیون ثانیه	مدت زمان تبلیغات (ثانیه)
-۸%	-۲۲%	۲۳.۷ ثانیه	متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)
۲۹%	-۷%	۳۸۰+	برندهای فعال

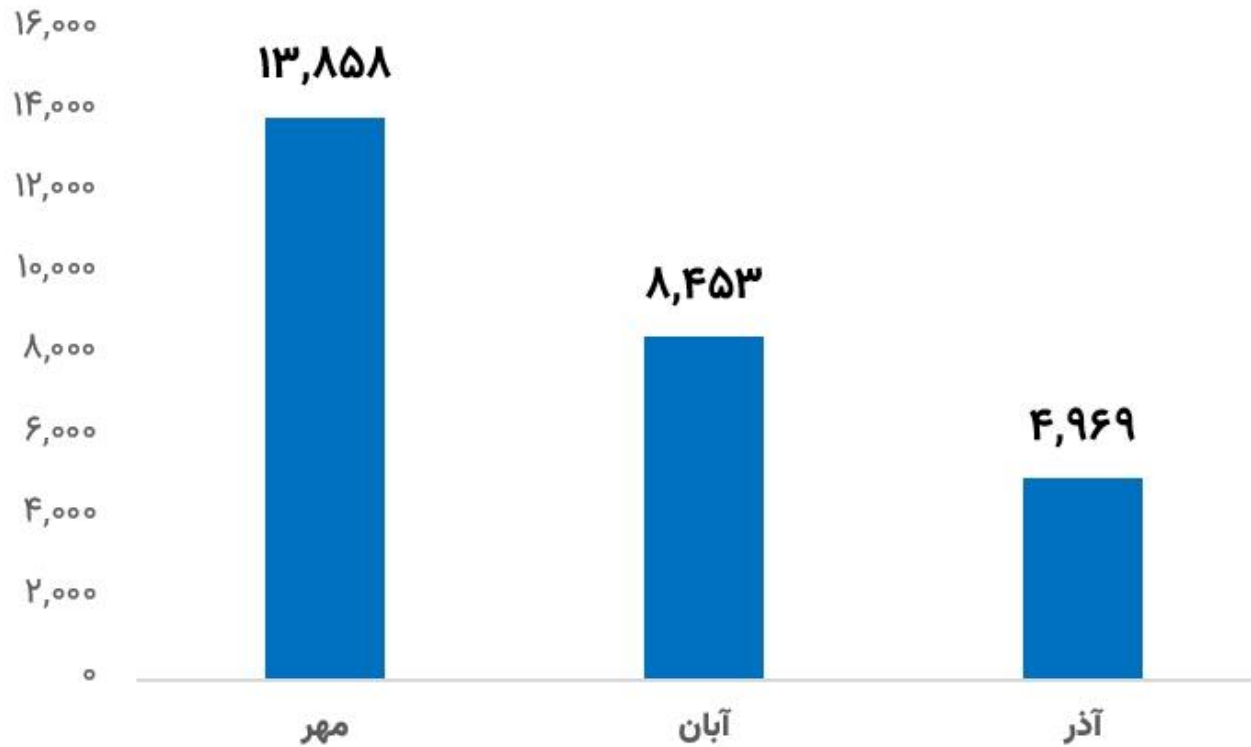
بخش سوم:

سهم تبلیغات گروه مواد غذایی و نوشیدنی از کل تبلیغات پاییز ۱۴۰۱



صنعت مواد غذایی و نوشیدنی ها، با ۷۵ برند فعال که در مجموع تعداد ۲۷,۲۸۰ آگهی تلویزیونی با مدت زمان تبلیغات بیشتر از ۶۱۶ هزار ثانیه پخش کرده اند، سهم ۱۵ درصدی از کل تبلیغات تلویزیونی پاییز را داشته اند.

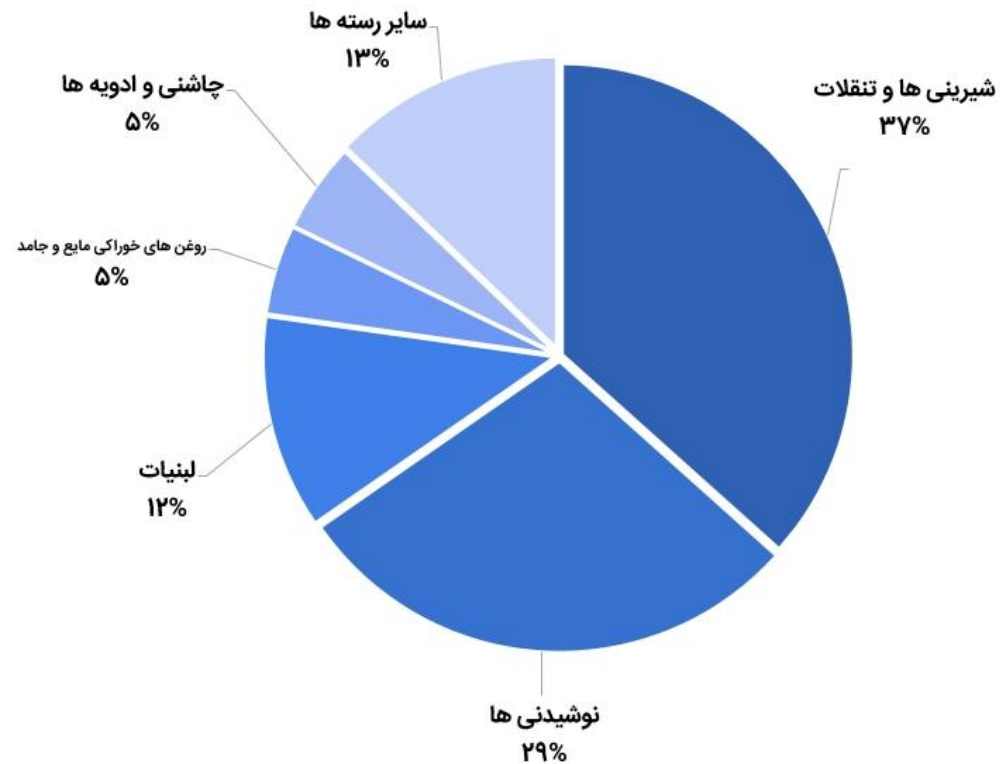
روند ماهانه حجم فعالیت صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱



حجم تبلیغات صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز روند نزولی داشته است. فعالین این صنعت با کاهش ۶۴ درصدی از ۱۳.۸ هزار آگهی در مهر به کمتر از ۵ هزار آگهی (۴,۹۶۹) در آذر رسیده است.

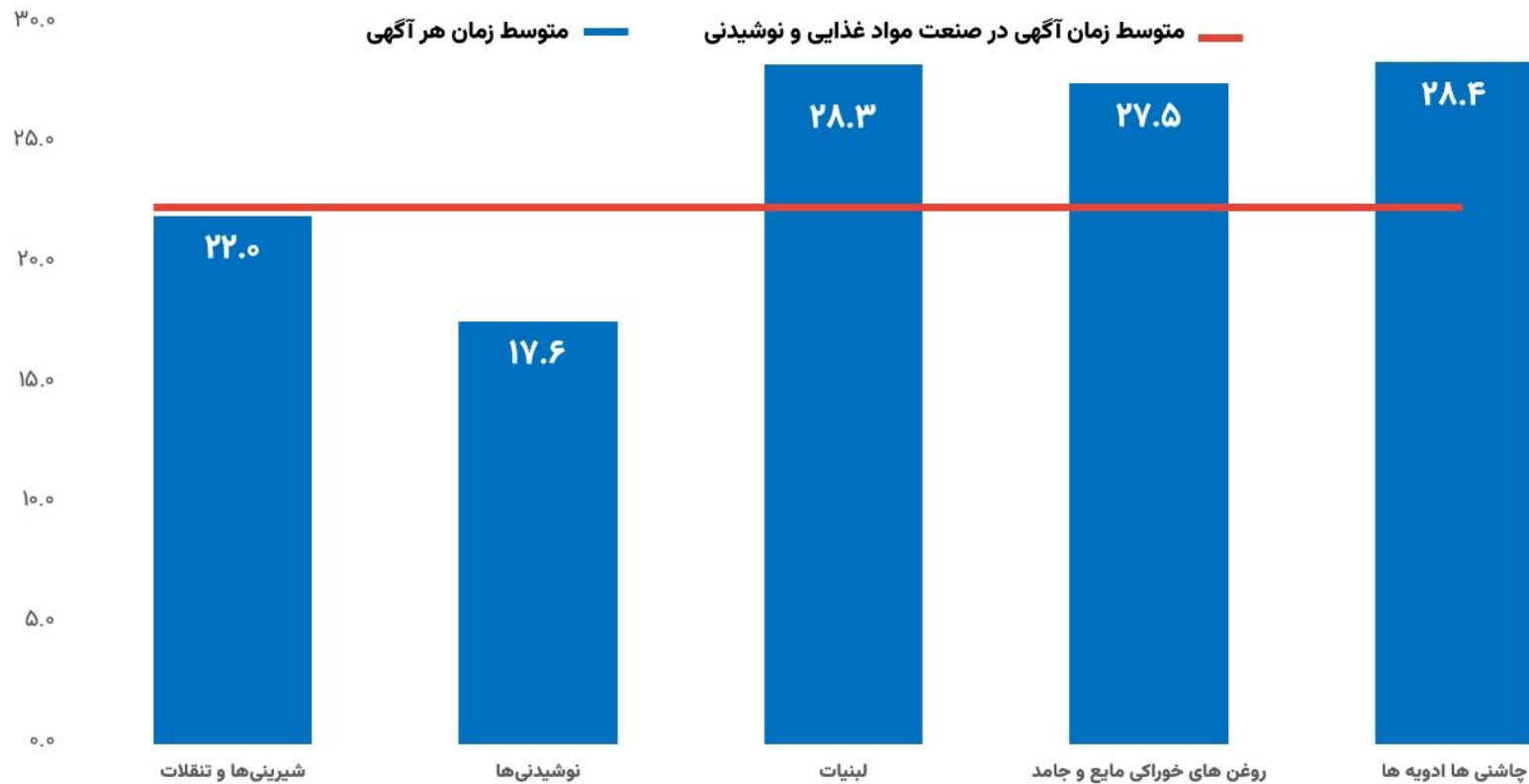
واحد: تعداد آگهی پخش شده

سهم فعالیت رسته های محصولی در صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱



در پاییز ۱۴۰۱ نوشیدنی ها دومین رسته فعال در صنعت مواد غذایی و نوشیدنی بوده و در ۲۹٪ سهم تبلیغات این صنعت را داشته اند.

متوسط زمان هر آگهی در ۵ رسته پر تبلیغ صنعت مواد غذایی و نوشیدنی در پاییز ۱۴۰۱



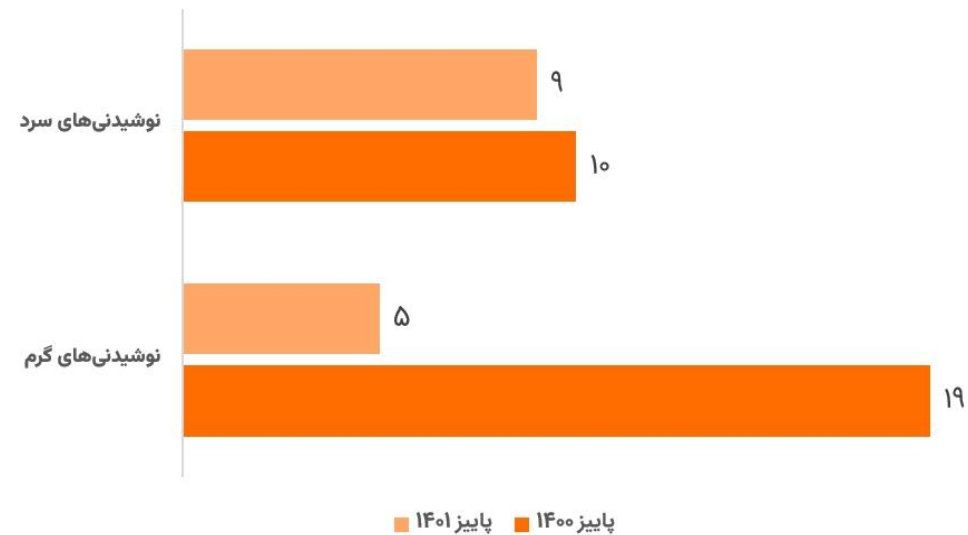
متوسط زمان آگهی در نوشیدنی‌های سرد و گرم حدود ۱۸ ثانیه بوده که از متوسط طول آگهی در صنعت مواد غذایی و نوشیدنی پایین‌تر بوده است.

واحد : ثانیه

اطلاعات مربوط به تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱

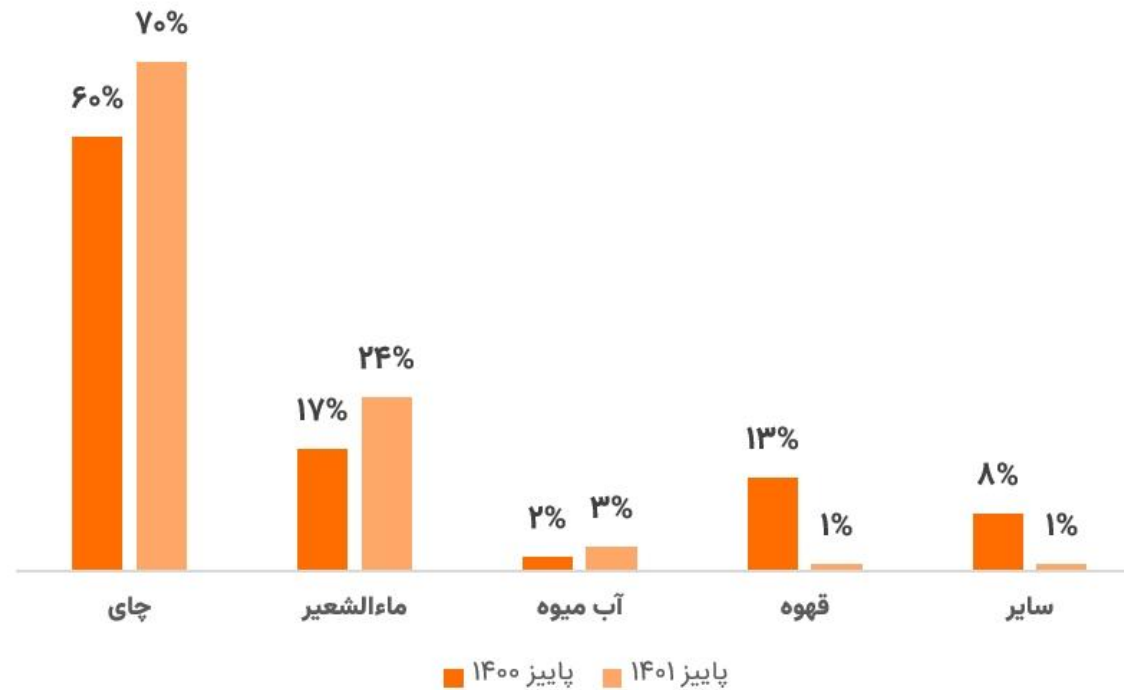
تغییرات نسبت به پاییز ۱۴۰۰	نتایج تبلیغات تلویزیونی در پاییز ۱۴۰۱	شاخص
-۷٪	۷۹۰۰+ آگهی	حجم فعالیت
-۱٪	۱۳۹+ هزار ثانیه	مدت زمان تبلیغات (ثانیه)
۷٪	۱۷.۶ ثانیه	متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)
-۵۲٪	۱۴	برندهای فعال

برندهای فعال در تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱ و دوره مشابه در سال ۱۴۰۰



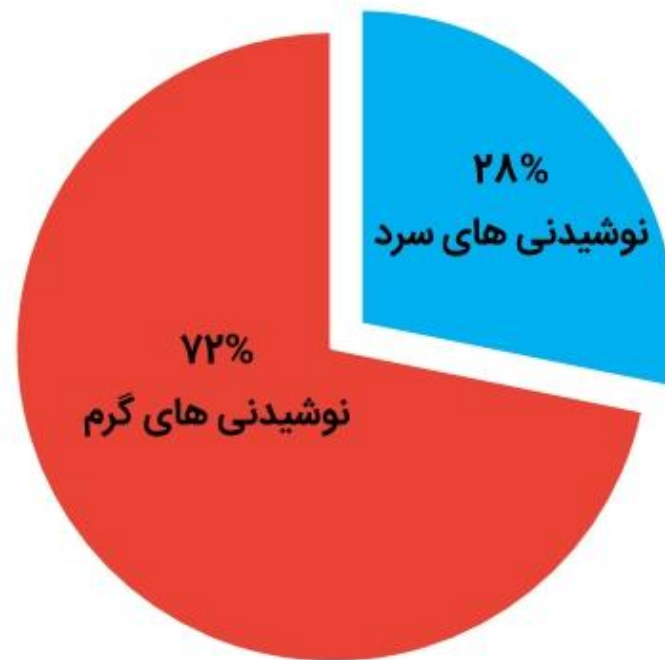
تعداد برندهای فعال در تبلیغات نوشیدنی های گرم در مقایسه با پاییز ۱۴۰۰ کاهش چشمگیری داشته است. برندهای فعال در رسته نوشیدنی های سرد و گرم به ترتیب حجم فعالیت شهرزاد، سوفیا، دلستر، هی دی، تکدانه، بوکشتاین، بیریم جی، نوش، مالت ایچ، سان استار، سانی نس، لاکیدو، اکشن و روح افزا هستند.

توزیع حجم تبلیغات رسته نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک محصول در پاییز ۱۴۰۱



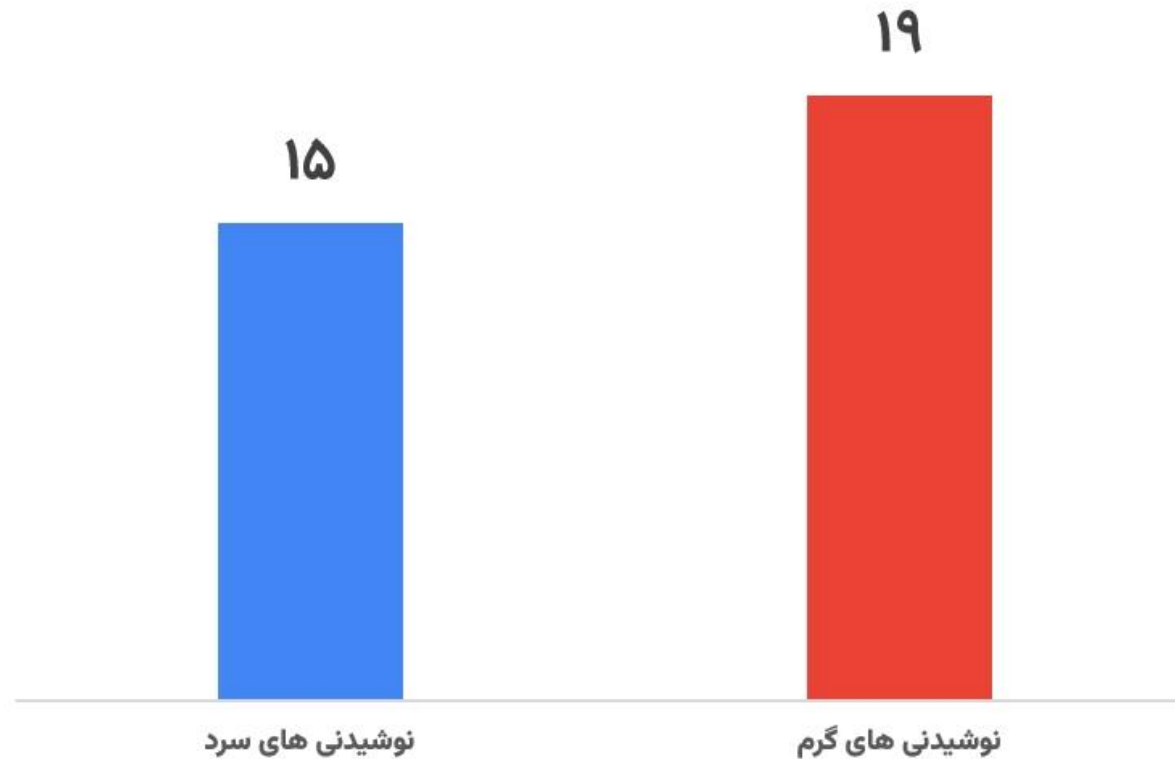
در هر دو دوره چای و ماءالشعیر بالاترین سهم از تعداد تبلیغات رو داشتند و هر دو در پاییز ۱۴۰۱ سهم بیشتری از تبلیغات این رسته کسب کرده اند. در پاییز ۱۴۰۰ قهوه با ۱۳٪ از تبلیغات در رتبه سوم بوده با این حال در دوره مشابه سال ۱۴۰۱ حضور پررنگی نداشته است.

سهم فعالیت نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱



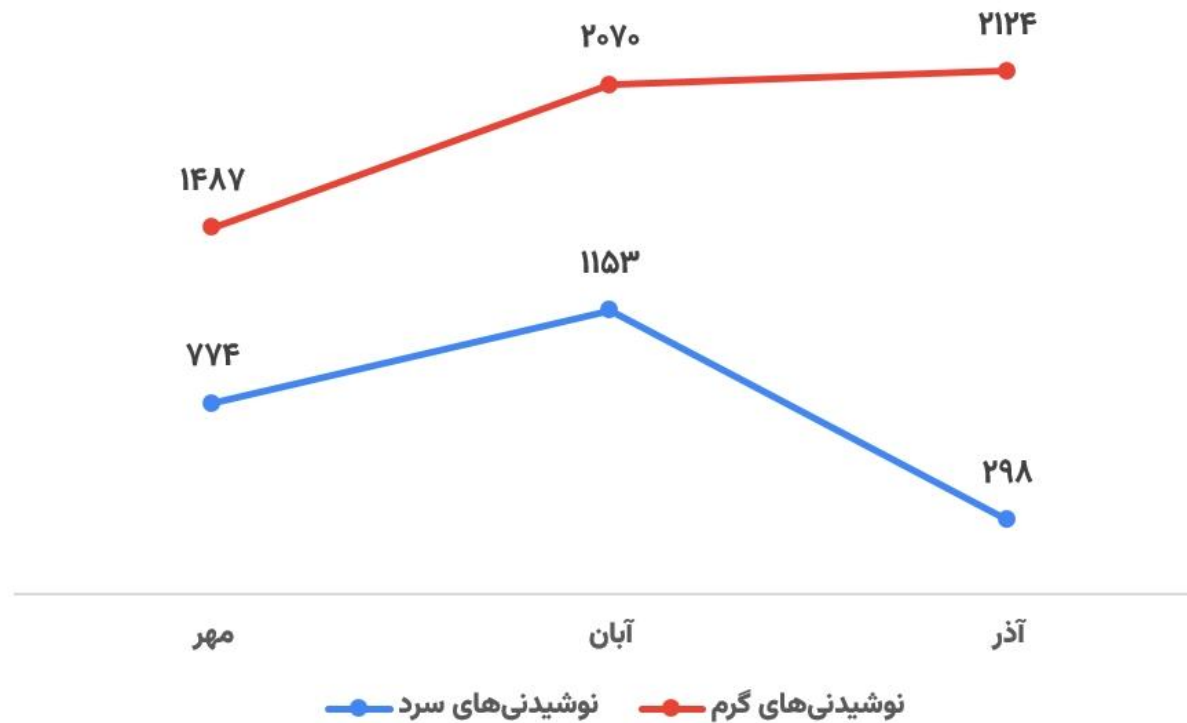
در پاییز ۱۴۰۱ حجم فعالیت نوشیدنی های گرم بیش از ۲.۵ برابر حجم فعالیت نوشیدنی های سرد بوده است.

متوسط زمان هر آگهی در تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱



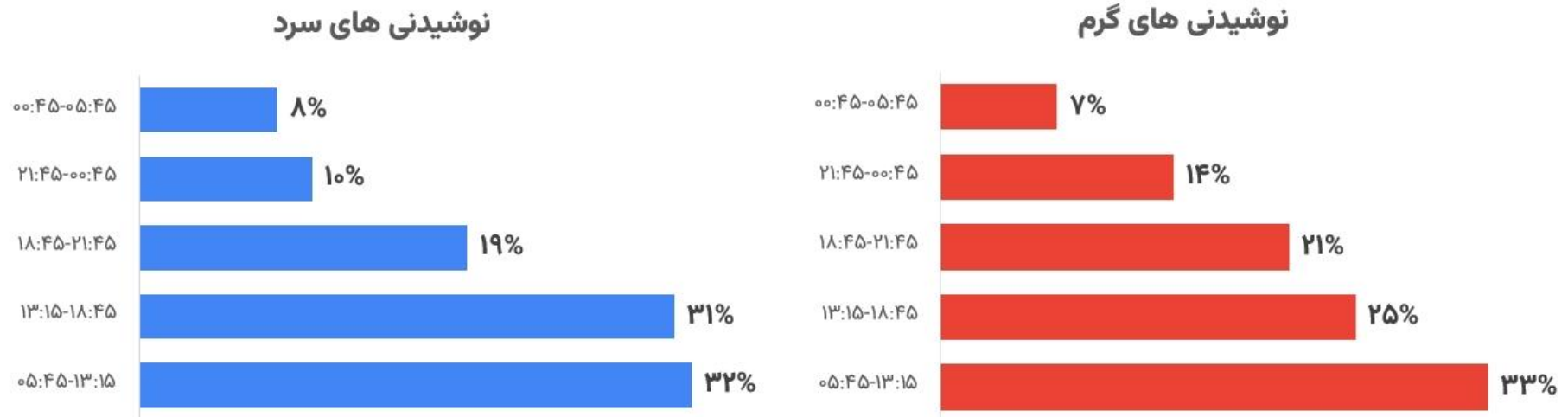
در پاییز ۱۴۰۱ متوسط زمان هر آگهی برای نوشیدنی های گرم ۱۹ ثانیه و برای نوشیدنی های سرد ۱۵ ثانیه بوده است

حجم فعالیت ماهانه نوشیدنی های گرم و سرد در پاییز ۱۴۰۱



در پاییز ۱۴۰۱ نوشیدنی های سرد و گرم روند تبلیغات متفاوتی داشته اند. حجم فعالیت نوشیدنی های گرم در آذر ماه ۴۳٪ بیش از مهر ماه بوده در حالی که روند فعالیت نوشیدنی های سرد در آذر ماه ۶۰٪ کمتر از مهر ماه بوده است.

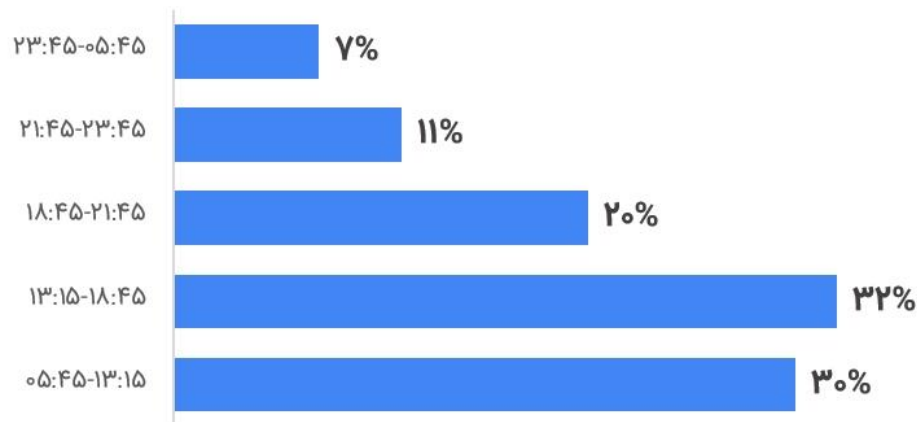
توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



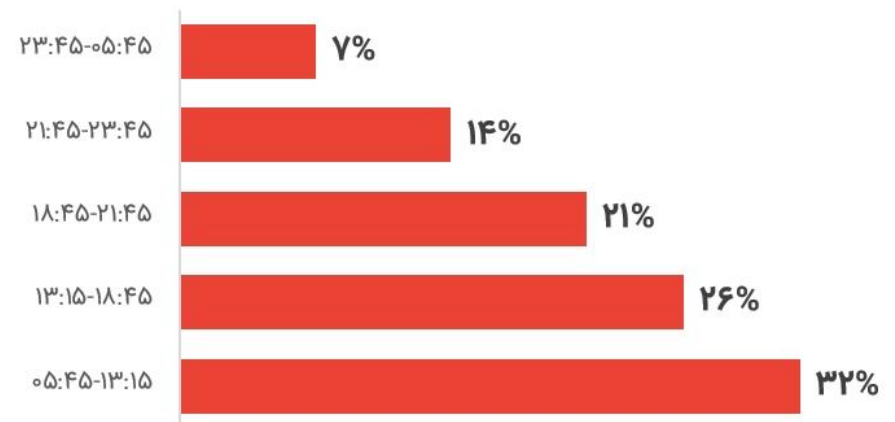
سهم از تعداد آگهی های پخش شده در ساعات پایانی شب (۲۱:۴۵ تا ۰۰:۴۵) در نوشیدنی های گرم (۱۴٪) بیشتری از نوشیدنی های سرد (۱۰٪) بوده است. در مقابل نوشیدنی های سرد سهم بیشتری (۳۱٪) از تبلیغات خود را در بازه نیمروز (۱۳:۴۵ تا ۱۸:۴۵) پخش کرده اند. به طور معمول بازه های زمانی صبح و نیمروز از نظر تعرفه تبلیغات نسبت به بازه های عصر و شب کم مخاطب تر و جایگاه های ارزان تری هستند.

توزیع مدت زمان تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱

نوشیدنی های سرد

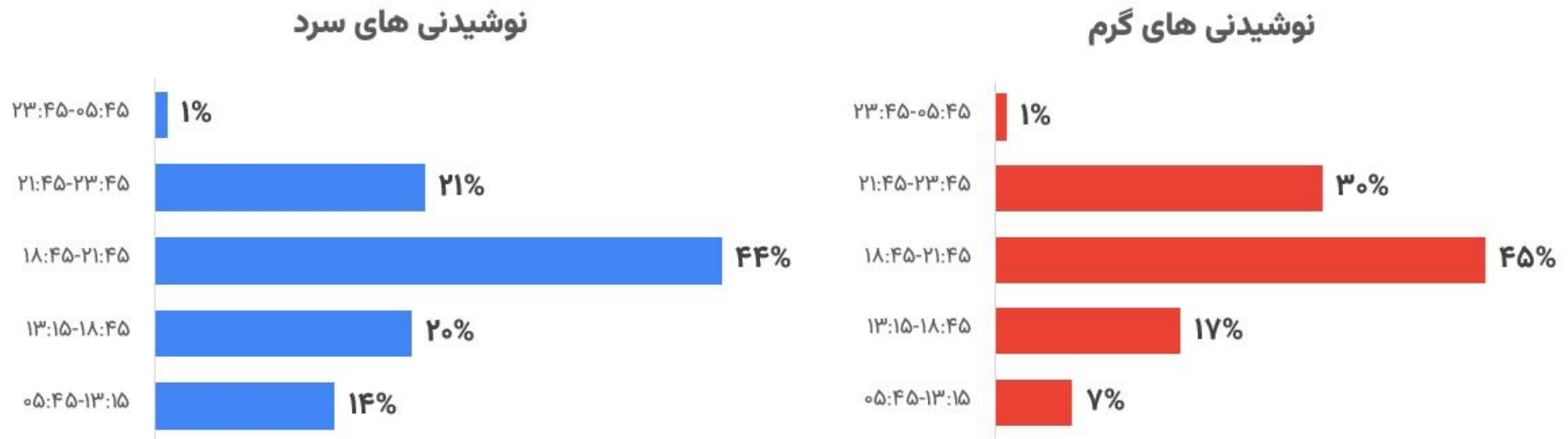


نوشیدنی های گرم



در نوشیدنی های گرم به پیروی از توزیع تعداد تبلیغات بیشترین مدت زمان تبلیغات در بازه صبحگاهی (۰۴:۴۵ تا ۱۳:۴۵) بوده و در نوشیدنی های سرد بیشترین مدت زمان تبلیغات در بازه نیمروز (۱۳:۱۵ تا ۱۸:۴۵) بوده است. در نوشیدنی های گرم ۳۵٪ و در نوشیدنی های سرد ۳۱٪ از ثانیه های پخش تبلیغات در ساعات عصر تا نیمه شب (۱۸:۴۵ تا ۰۰:۴۵) که پر مخاطب تر هستند بوده است.

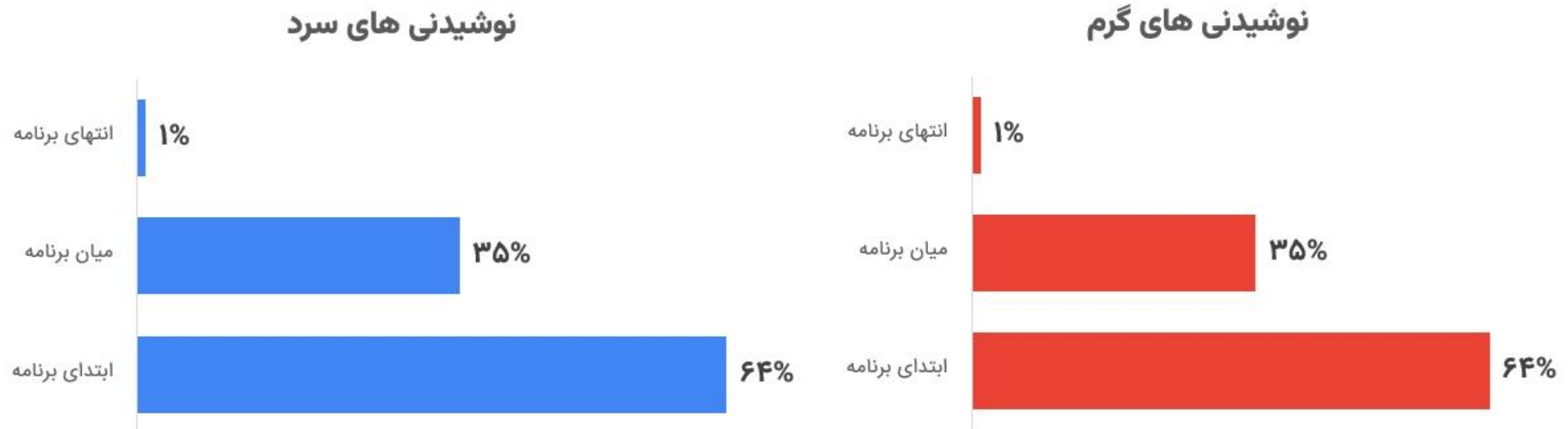
توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم در بازه های زمانی پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



میزان وزن تبلیغاتی به دست آمده در بازه های عصر و شب (۲۱:۴۵-۱۸:۴۵) که پر مخاطبی هستند، بیشترین سهم را از کل GRPs هر دو گروه نوشیدنی های سرد و گرم داشته است. در مجموع ۷۵٪ از وزن تبلیغات در نوشیدنی های گرم و ۶۵٪ از وزن تبلیغاتی در نوشیدنی های سرد در بازه عصر تا نیمه شب به دست آمده است.

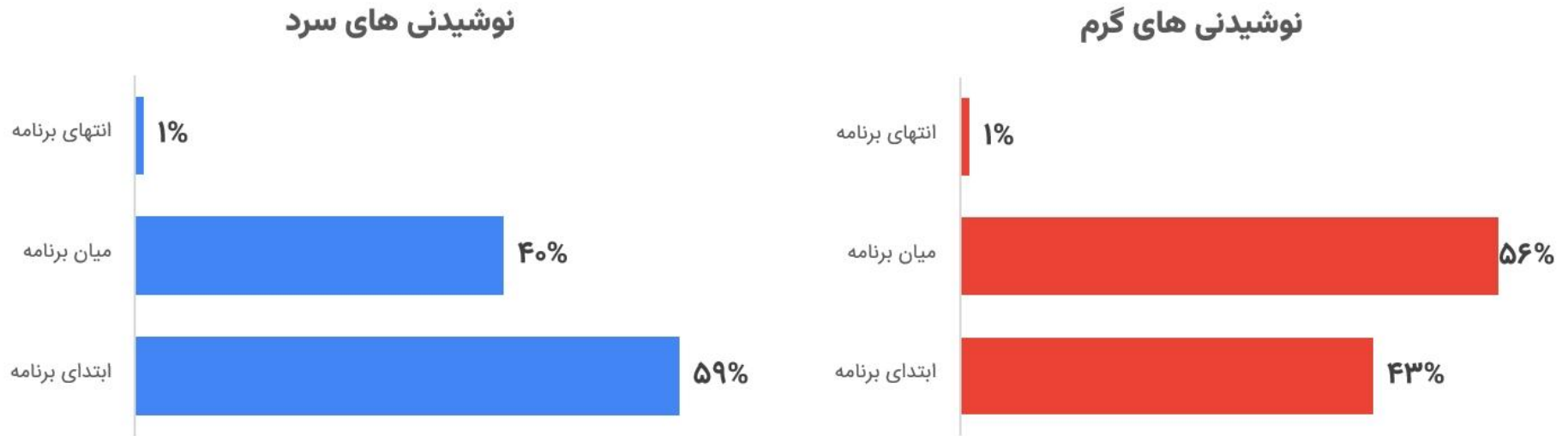
*تعریف شاخص وزن تبلیغاتی یا GRPs در صفحه ۵ ارائه شده است.

توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک جایگاه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



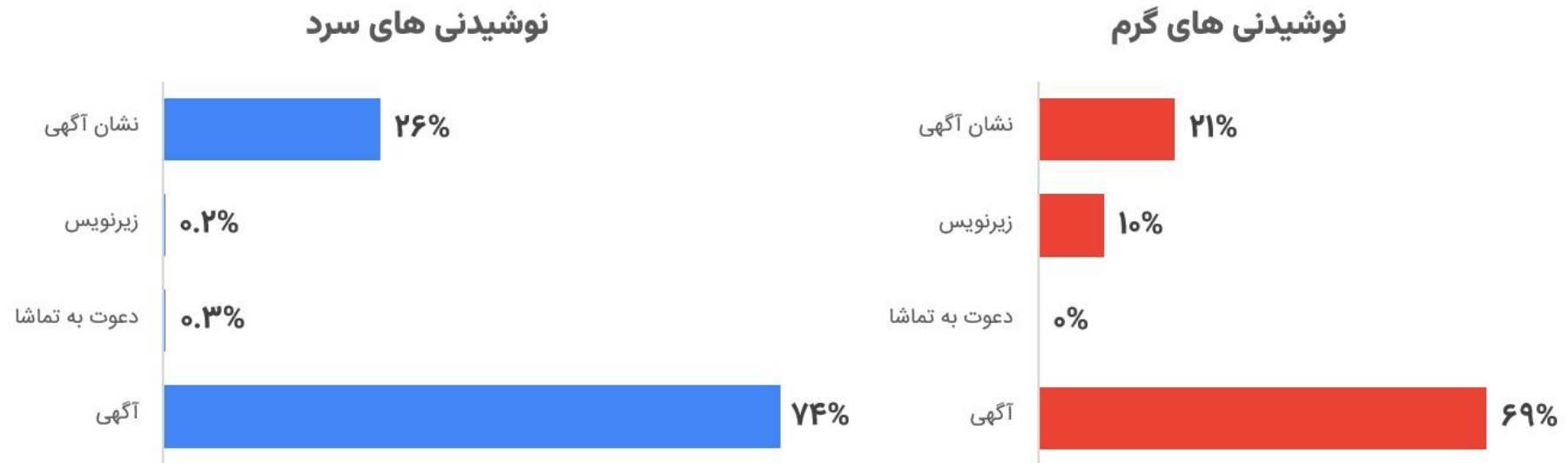
سهم جایگاه های مختلف از کل تبلیغات در نوشیدنی های سرد و گرم مشابه بوده و بیشترین تعداد پخش (۶۴٪) در جایگاه های قبل از برنامه ها بوده است. توزیع مدت زمان تبلیغات در جایگاه های مختلف نیز از این روند پیروی می کند.

توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک جایگاه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



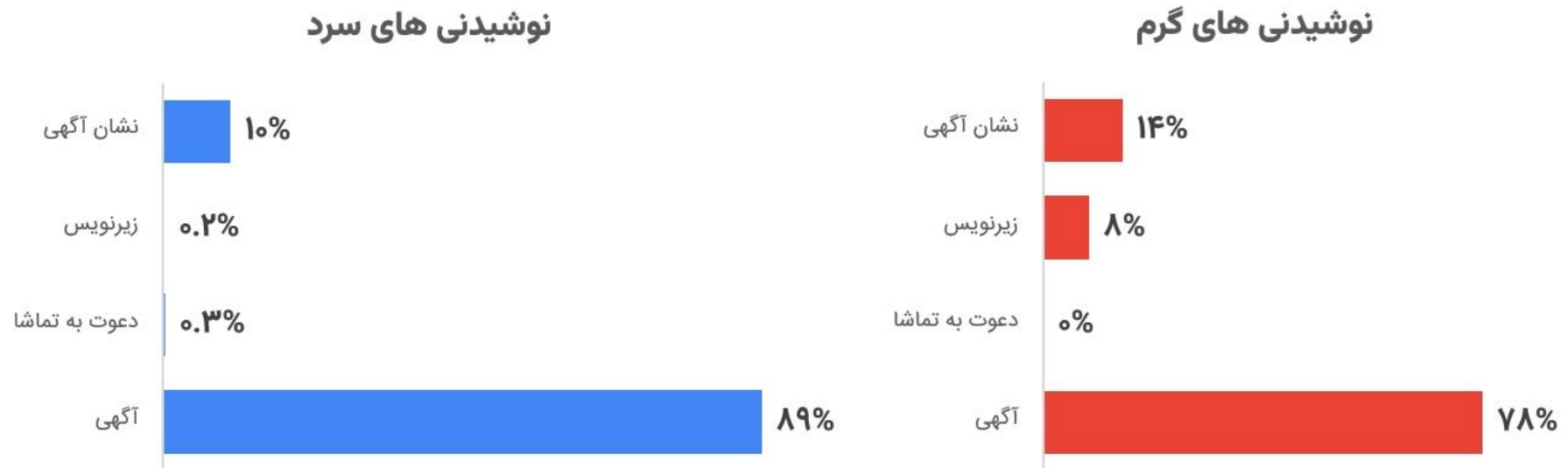
با وجود پخش سهم عمده ای تبلیغات در ابتدای برنامه ها برای هر دو گروه، بیشترین وزن تبلیغاتی به دست آمده از این جایگاه برای هر دو گروه یکسان نبوده است. نوشیدنی های گرم با توجه به اختصاص بخشی از تبلیغات خود به زیرنویسها بیشترین میزان وزن تبلیغاتی را در جایگاه های میان برنامه کسب کرده اند. در حالیکه نوشیدنی های سرد با ۵۹٪ بیشترین میزان وزن تبلیغاتی را در جایگاه ابتدای برنامه ها به دست آورده است.

توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱



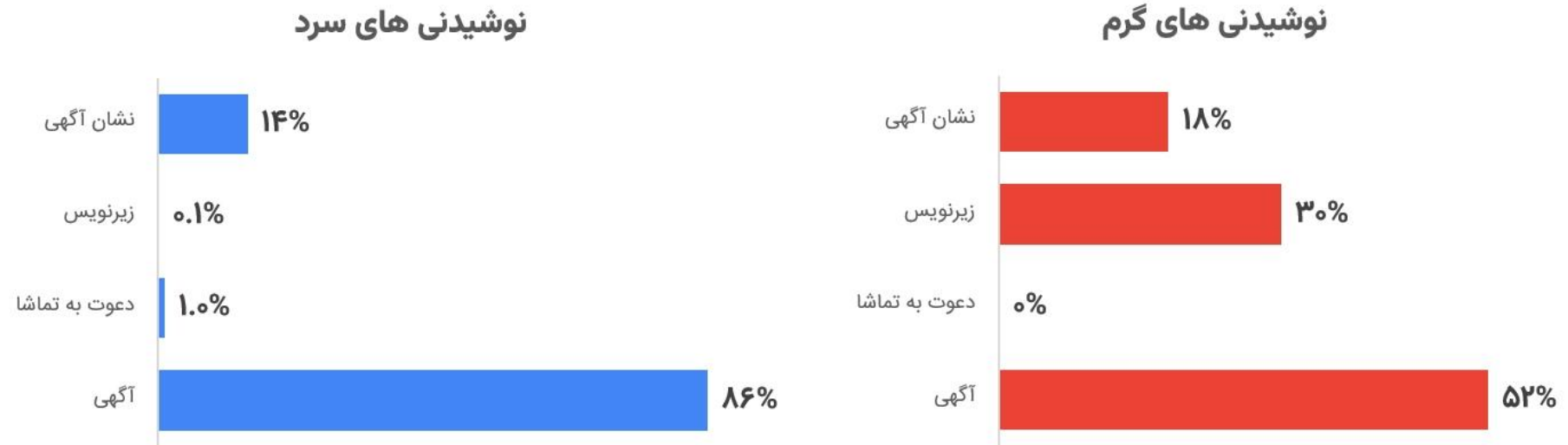
در هر دو گروه نوشیدنی های سرد و گرم آگهی های مستقیم بیشترین سهم از تعداد تبلیغات را داشته اند و پس از آن نشان آگهی قرار دارد. در نوشیدنی های گرم سهم آگهی های مستقیم پایین تر از نرم تبلیغات بوده و علاوه بر آگهی مستقیم و نشان آگهی، پخش زیرنویس (۱۰٪) هم داشته است.

توزیع مدت زمان تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱



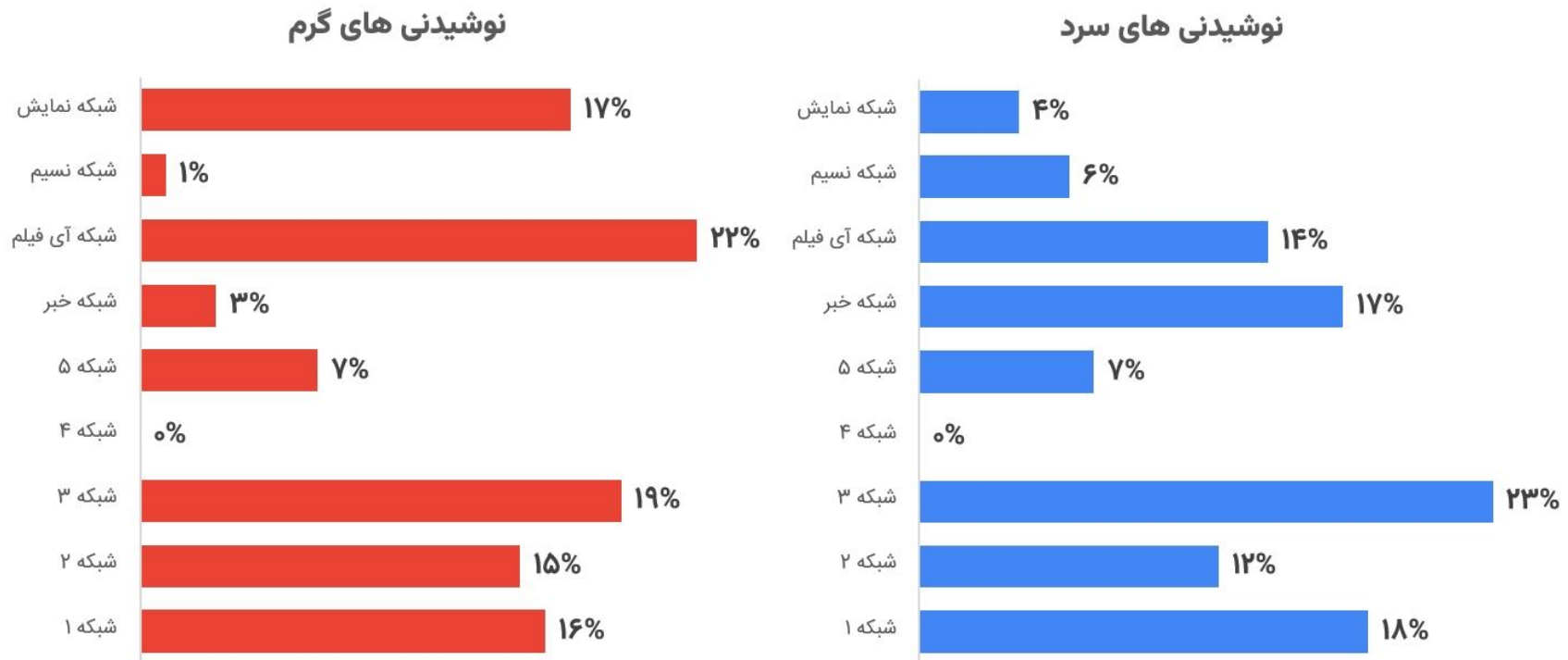
در هر دو گروه نوشیدنی های سرد و گرم آگهی های مستقیم بیشترین سهم از مدت زمان تبلیغات را داشته اند و پس از آن نشان آگهی قرار دارد. در نوشیدنی های گرم سهم آگهی های مستقیم پایین تر از نرم تبلیغات دوره بوده و علاوه بر آگهی مستقیم و نشان آگهی، پخش زیرنویس (۱۰٪) هم داشته است. زیرنویسها و نشان آگهی با توجه به زمان پخش کوتاه تری که دارند در مجموع تبلیغات نسبت به سهم از تعداد خود سهم کمتری از مدت زمان تبلیغات را دارند.

توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک نوع آگهی پاییز ۱۴۰۱



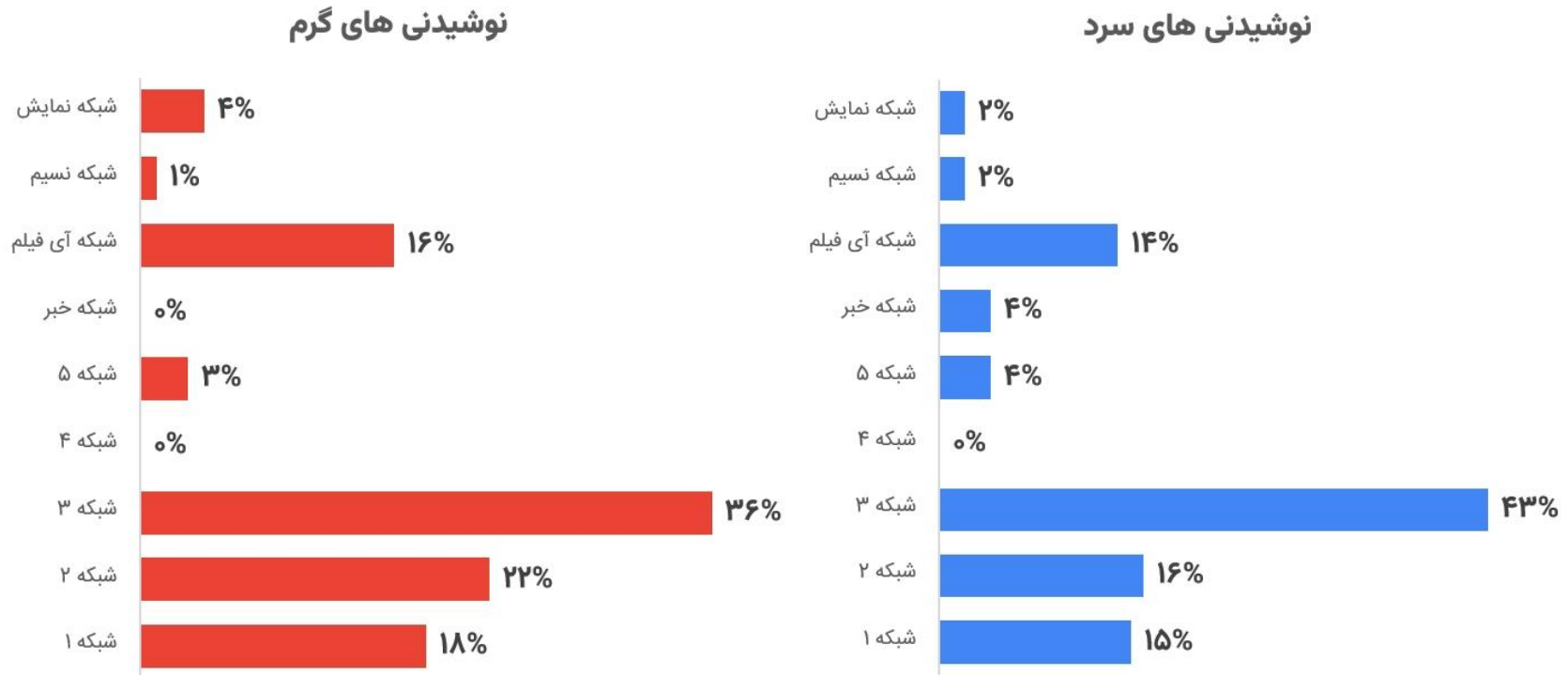
با توجه پخش سهم عمده ای تبلیغات از نوع آگهی مستقیم برای هر دو گروه، بیشترین وزن تبلیغاتی به دست آمده از این جایگاه برای هر دو گروه از آنهاست. اما در نوشیدنی های گرم با توجه به اختصاص بخشی از تبلیغات به زیرنویسها وزن تبلیغاتی (۵۲٪) به دست آمده از آگهی های مستقیم سهم کمتر از نوشیدنی های سرد (۸۶٪) دارد.

توزیع حجم تبلیغات نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک شبکه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



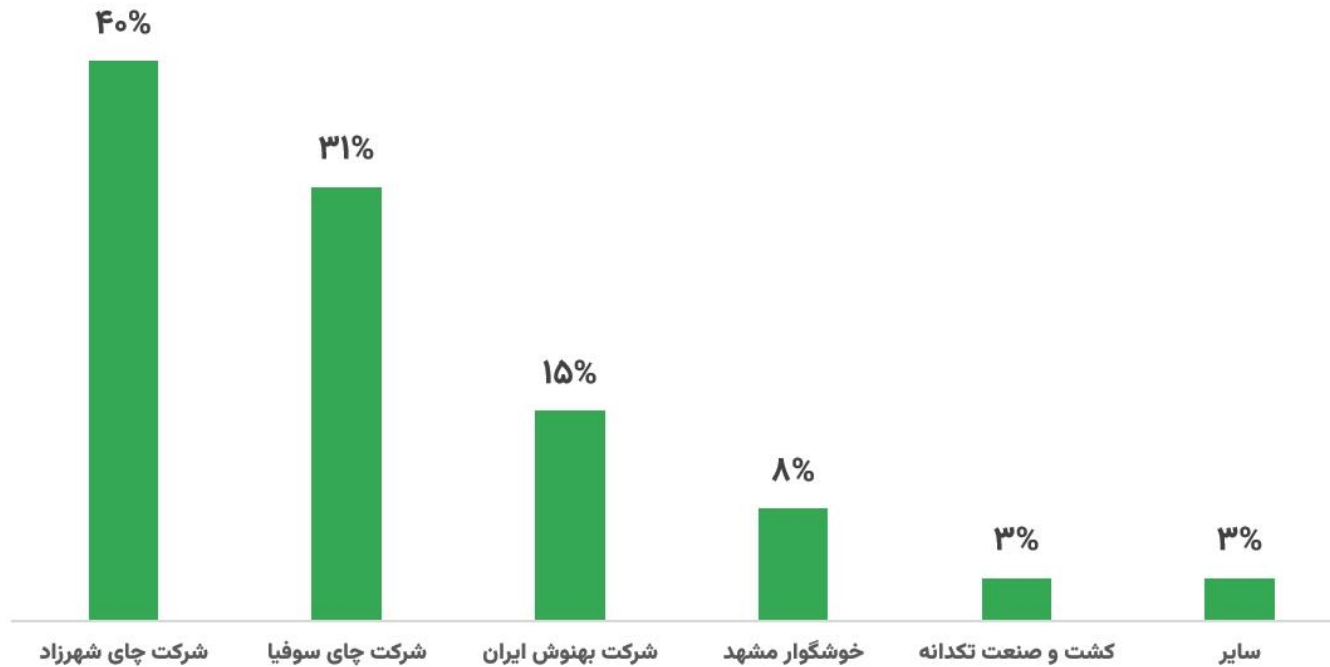
ترتیب انتخاب شبکه های تلویزیونی برای پخش آگهی ها در نوشیدنی های سرد و گرم متفاوت با نرم تبلیغات پاییز بوده است. در نوشیدنی های سرد بیشترین حجم فعالیت به ترتیب در شبکه های ۳، ۱ و خبر بوده است. اما در نوشیدنی های گرم با تفاوت این ترتیب آی فیلم، شبکه ۳ و شبکه نمایش بوده است.

توزیع وزن تبلیغاتی GRPs نوشیدنی های سرد و گرم به تفکیک شبکه پخش آگهی پاییز ۱۴۰۱



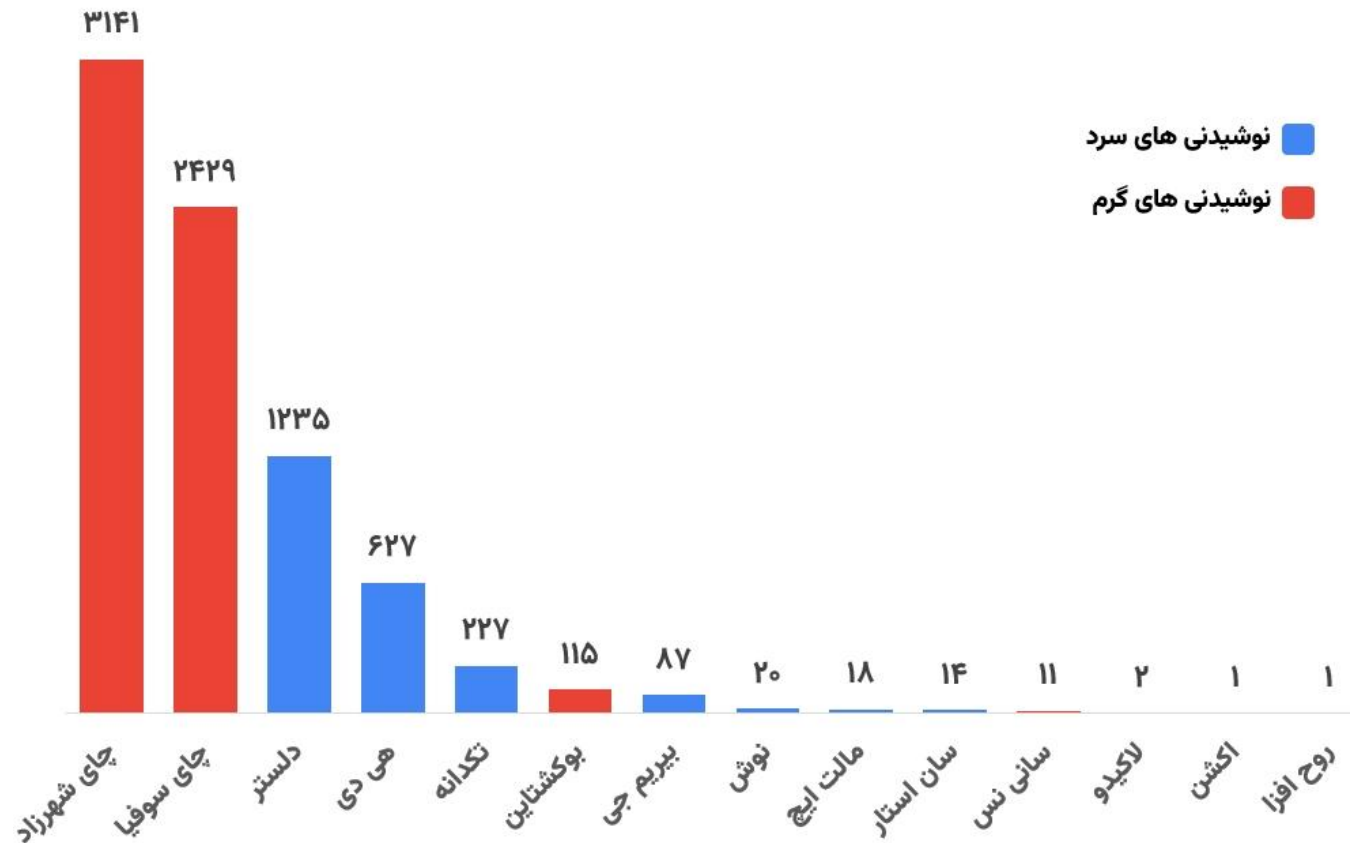
بیشترین وزن تبلیغاتی به دست آمده در نوشیدنی های سرد و گرم از شبکه 3 و پس از آن شبکه های 2 و 1 بوده اند. در نوشیدنی های گرم شبکه نمایش و در نوشیدنی های سرد شبکه خبر با وجود سهم 17 درصدی از حجم فعالیت تنها 4 درصد در وزن تبلیغاتی به دست آمده نوشیدنی های سرد و گرم نقش داشته است.

بخش چهارم: سهم شرکت های پر تبلیغ نوشیدنی های سرد و گرم در پاییز ۱۴۰۱



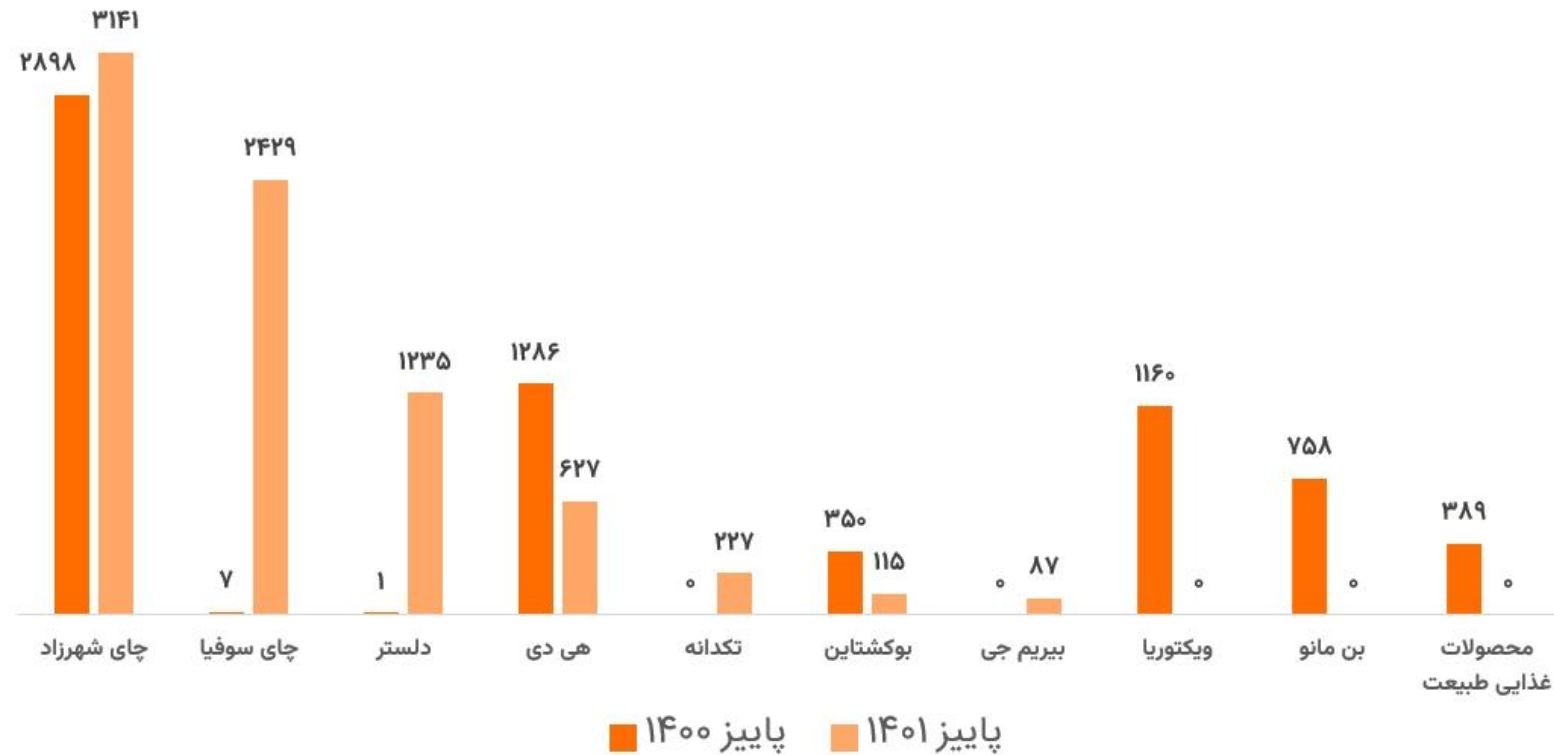
در میان شرکت های پر تبلیغ در پاییز ۱۴۰۱ شرکت چای شهرزاد با ۴۰ درصد بیشترین میزان تبلیغات و تکدانه با ۳ درصد کمترین میزان تبلیغات را داشته اند.

حجم فعاليت برندهای پر تبليغ نوشيدنی های سرد و گرم در تبليغات تلویزیونی پاییز ۱۴۰۱



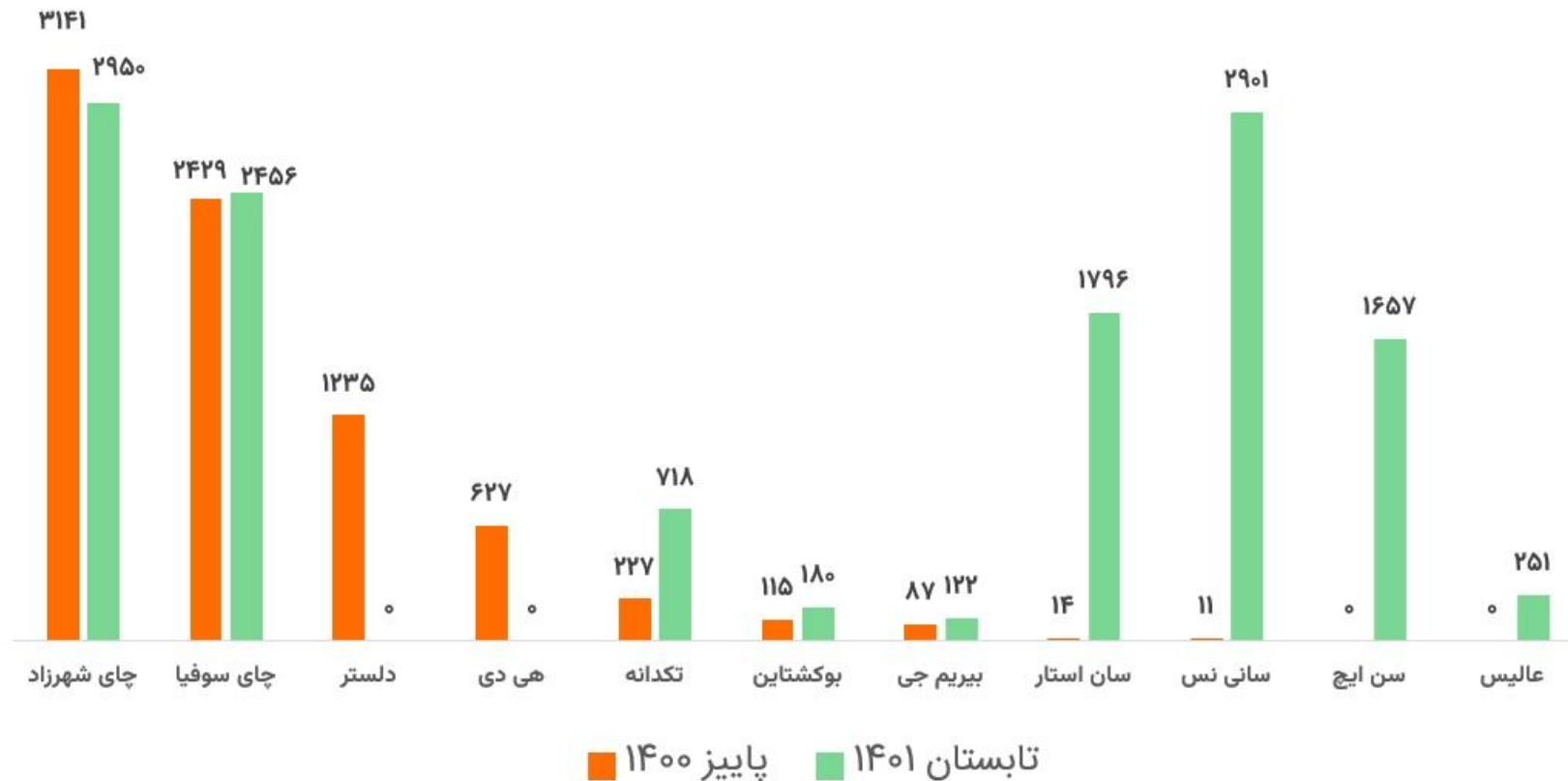
در میان برندها پر تبلیغات برند چای شهرزاد و چای سوفیا بیشترین میزان تبلیغات در پاییز ۱۴۰۱ را به خود اختصاص دادند که هر دو نوشیدنی از دسته نوشیدنی های گرم محسوب میشوند و در ادامه برندهای دلستر، هی دی و تكدانه به عنوان نوشیدنی های سرد در مقام سوم تا پنجم قراردارند.

تغییرات فعالیت برندهای پر تبلیغ رسته نوشیدنی های سرد و گرم پاییز ۱۴۰۱ نسبت به پاییز ۱۴۰۰



چای سوفیا، تکدانه و دلستر است که در پاییز سال ۱۴۰۰ تبلیغات نداشته اند. بیشترین کاهش برای برند هی دی با نزدیک به ۵۰ درصد نمایش کمتر در پاییز ۱۴۰۱ ثبت شده و برند های بن مانو و ویکتوریا و طبیعت نیز به طور کلی در سال ۱۴۰۱ تبلیغات نداشته اند.

تغییرات فعالیت برندهای پر تبلیغ رسته نوشیدنیهای سرد و گرم پاییز و تابستان ۱۴۰۱



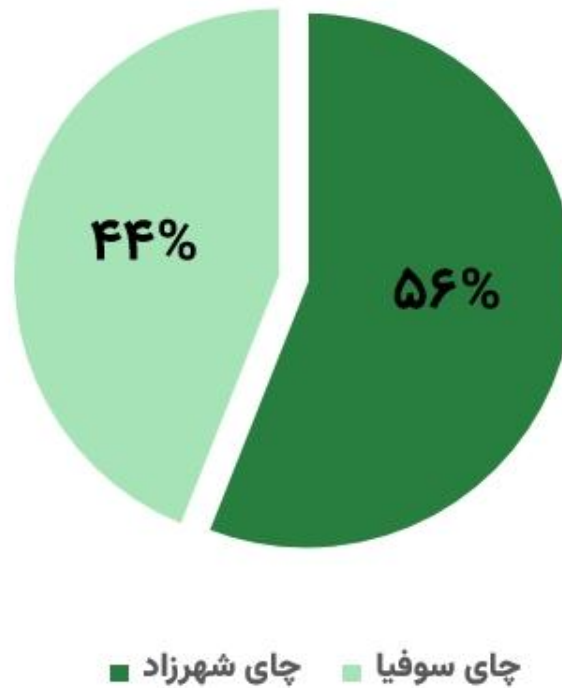
بیشترین رشد مربوط به برند چای شهرزاد در پاییز ۱۴۰۱ ثبت شده است. در دیگر برند ها رشدی مشاهده نشده یا به طور کلی در تابستان ۱۴۰۱ تبلیغات نداشته اند یا تبلیغات خود را در پاییز ۱۴۰۱ قطع کرده اند.

اطلاعات مربوط به تبلیغات چای در پاییز ۱۴۰۱

تغییرات نسبت به تابستان ۱۴۰۱	نتایج تبلیغات تلویزیونی در پاییز ۱۴۰۱	شاخص
۳٪	۵,۵۶۰+ آگهی	حجم فعالیت
۵٪	۱۰۳+ هزار ثانیه	مدت زمان تبلیغات (ثانیه)
۲٪	۱۸.۶ ثانیه	متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)
۳۳-٪	۲	برندهای فعال

* در تبلیغات تابستان، برند بهار نوش تنها با یک آگهی پخش شده در مرداد ماه حضور داشته است.

توزیع حجم فعالیت چای به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱

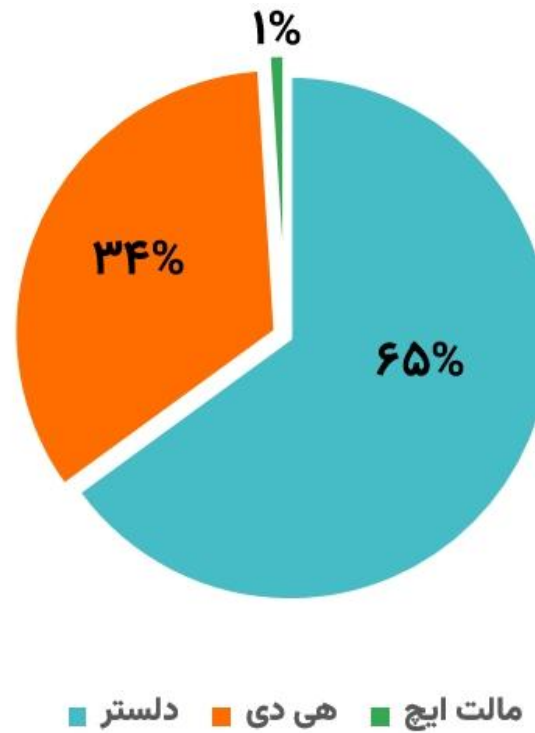


در پاییز ۱۴۰۱ شهرزاد و سوفیا دو برند فعال در تبلیغات چای بوده اند که شهرزاد با ۵۶٪ از کل آگهی های پخش شده سهم بزرگتری از فعالیت این دوره داشته است.

اطلاعات مربوط به تبلیغات ماءالشعیر در پاییز ۱۴۰۱

تغییرات نسبت به تابستان ۱۴۰۱	نتایج تبلیغات تلویزیونی در پاییز ۱۴۰۱	شاخص
٪ ۲۸۹	۱،۸۶۴ آگهی	حجم فعالیت
٪ ۷۰	۲۳.۶ هزار ثانیه	مدت زمان تبلیغات (ثانیه)
٪ ۵۶-	۱۲.۶	متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)
٪ ۵۰	۳	برندهای فعال

توزیع حجم فعالیت ماءالشعیر به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱

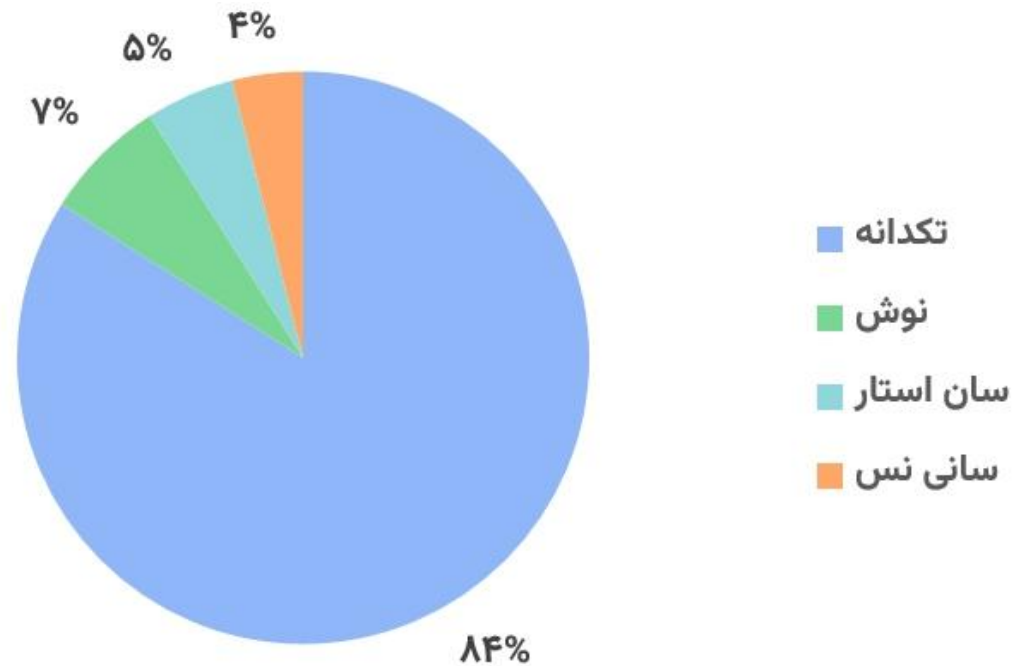


در پاییز ۱۴۰۱ دلستر، هی دی و مالت ایچ در تبلیغات ماءالشعیر فعال بوده اند که دلستر با ۶۵٪ از کل آگهی های پخش شده سهم بزرگتری از فعالیت این دوره داشته است.

اطلاعات مربوط به تبلیغات آبمیوه در پاییز ۱۴۰۱

تغییرات نسبت به تابستان ۱۴۰۱	نتایج تبلیغات تلویزیونی در پاییز ۱۴۰۱	شاخص
-96%	272 آگهی	حجم فعالیت
-95%	7.8 هزار ثانیه	مدت زمان تبلیغات (ثانیه)
43%	۲۹.۵	متوسط زمان هر آگهی (ثانیه)
-33%	۴	برندهای فعال

توزیع حجم فعالیت آرمیوه به تفکیک برند - پاییز ۱۴۰۱



در پاییز ۱۴۰۱، در تبلیغات آرمیوه تكدانه با 84% از کل آگهی های پخش شده بزرگترین سهم از فعالیت این دوره داشته است. سانی نس، سان استار و نوش از دیگر برندهای فعال در این فصل بوده اند.

لیست گزارش های موجود بر اساس گروه محصول و رسته کالا

فروشگاه لوازم خانگی	آب میوه	محصولات غذایی نیمه آماده	شیرآلات	فروشگاه خودرو	نرم افزار حسابداری	تلویزیون
فروشگاه فرش	بیسکویت و ویفر	موتور سیکلت	پاستا و ماکارونی	ادویه	کنسرو	کیسه فریزر
کفش	پنیر	تاکسی و پیک آنلاین	شیر	لنت ترمز	گهواره	خدمات سرمایه گذاری
محصولات آموزشی و کمک آموزشی	کیک و کلوچه	خدمات بیمه ای	اجاق گاز	انواع روغن های خوراکی	کره	پوشاک
فروشگاه های زنجیره ای	ابزارآلات	نودل	محصولات شوینده بدن	عصاره مواد غذایی	دوغ	ماست
فروشگاه اینترنتی	مایکروویو و فر	موتور جستجوی خرید	کاشی و سرامیک	آلبیمو	ماشین لباسشویی	آدامس
چای	سس	درب و پنجره	باتری ماشین	مبلمان	رب گوجه فرنگی	حبوبات
فرش و موکت	خدمات مسافرتی آنلاین	صابون و مایع دستشویی	چیپس	کشک	خمیر دندان	شوینده های لباس
محصولات توکار آشپزخانه	شامپو	ماءالشعیر	پوشک بچه	مایع ظرفشویی	حشره کش و سوسک کش	محصولات غذایی آماده
یخچال فریزر	لامپ	اسنک (پفک و پلت)	بستنی	ارائه محتوا آنلاین	کنسرو تن ماهی	پاک کننده های سطوح
شکلات داغ	لازانيا	نرم کننده لباس	روغن موتور	قابلمه و ماهیتابه	پاستیل	مرکز تفریحی، گردشگری
خدمات تعمیر خودرو	شوفاژ و پکیج حرارتی	قطعات یدکی خودرو	صندل	نوشابه	شکلات صبحانه	شیشه پاک کن
آب معدنی	تشک	آرد	مربا	رنگ و رزین	اسکوتر	سیم و کابل
ایزوگام	شکلات	خوشبوکننده بدن	تجهیزات پزشکی	تایر	گاز پاک کن	لوازم التحریر

توجه : دسته های بالا به صورت نمونه است و این گزارش برای ۱۰۰ صنعت و بیش از ۸۰۰ دسته محصول و کالا قابل دریافت