

名人代言电视广告生态调查（一）

长期以来，名人与广告已经形成剪不断理还乱的联姻——名人一定程度上成就了众多知名品牌，而广告代言费则是名人最重要的收入来源之一。名人代言的本质是利用名人的光环效应（或称晕轮效应），即将某知名的/令人喜爱的/尊敬的/权威的人物与具体产品组合、嫁接、联系起来，将前者的价值转移到后者上面。而电视作为与大众最亲密接触的媒体，电视广告则成为名人代言的主要阵地。

目前名人代言的电视广告市场生态环境究竟如何？CTR 媒介智讯连续追踪 121 个全国一线电视频道，描绘出中国名人代言广告市场的概貌。

2006 年上半年，选择名人作为广告代言人的品牌达 762 个，代言名人总数高达 1156 位，市场规模之庞大足以见得。那么在这个特殊的广告生态圈内，究竟哪些名人独占鳌头？

名人电视广告代言TOP10排行榜

排名	明星	代言品牌个数
1	刘翔	9
2	濮存昕	8
3	容祖儿	7
4	周杰伦	7
5	TWINS	7
6	蔡依林	7
7	范冰冰	7
8	郭冬临	7
9	蒋雯丽	7
10	S.H.E	6

监测时段：2006.1—6 全天时段

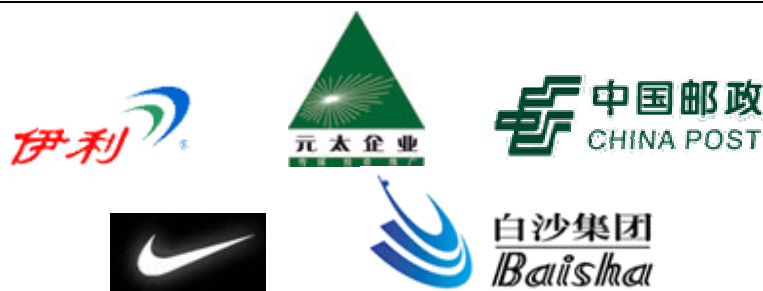
数据来源：CTR媒介智讯

www.ctrmi.com

广告人气王——刘翔

2006 年上半年，刘翔高居榜首，成为代言广告品牌最多的广告人气冠军，代言的品牌总数为 9 个，超越了叱咤娱乐圈的天王巨星周杰伦。奥运金牌，破世界记录，大赛冠军，刘翔拥有稳定的状态和骄人战绩，而除此之外，他身上还有诸多闪光点：年轻、健康、阳光，略带夸张的招牌式表情，且充满智慧，这些都是超人气巨星不可或缺的原素。毫无疑问，刘翔将职业表现与商业价值实现了完美的结合，成为当下广告人气之王。





目前广告主在选择名人的时候还是以名人的人气作为主要衡量标准，这个过程更多凭借的是经验积累。不过名人也是“流星”，没有人能够准确预测人气，经验主义的判断一定程度上增加了企业对名人资源投资的风险。

曝光度最高的名人——范冰冰

当然，名人与广告处在同一条产业链上，其影响是相互的。广告主选择名人的时候，希望能够借助名人的人气聚拢更多的注意力。而与此同时，广告的投放增加了名人在电视上的曝光频次，换句话说，广告播出的频次一定程度上可以让名人受惠。下面是 06 年上半年曝光度最高的 5 位名人。

广告曝光频次最高的TOP5名人

排名	明星	曝光频次
1	范冰冰	38949
2	范伟	30183
3	黎明	21726
4	蒋雯丽	18173
5	关芝琳	17304

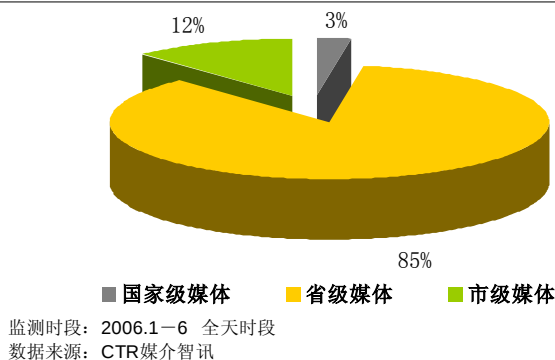
监测时段：2006.1—6 全天时段

数据来源：CTR媒介智讯

www.ctrmi.com

比较两个排行榜，我们发现代言品牌的数量不会直接导致曝光率的高低。值得关注的是范冰冰。从代言品牌数来说，范冰冰和容祖儿、TWINS、蔡依林、蒋雯丽都各自代言 7 个品牌，包括玉兰油、松下、海飞丝、华迅、凯盛、苗条淑女、天堂，成为名副其实的广告女王。当年她曾凭借一部《手机》迅速蹿红，接着影视作品接连倍出，在短时间内建立起内地娱乐圈一线的地位。紧随其后的则是广告主向其招手，国际品牌松下，宝洁旗下两大品牌玉兰油和海飞丝都选择范冰冰作为其代言，其身价进阶一级。但是，范冰冰在曝光频次上远远超过其他所有人，甚至赶超广告王刘翔，位居所有名人之首，这与其所代言的品牌的媒介投放策略有紧密的关系。比如玉兰油、海飞丝长期保持较密集的广告投放频次，而其所代言的窈窕淑女也曾经一度采用地毯式的轰炸，这让更多观众有机会看见她。其中，她在省级媒体所出现的曝光比重较高，国家级媒体上的曝光频次相对而言不高。

范冰冰在不同级别电视媒体的曝光比重



www.ctrmi.com

总体来说，范冰冰是 06 年上半年度通过电视广告代言受惠较多的名人。

经纪公司为人筛选代言品牌时，也需要充分考虑到这个品牌在媒介投放趋势，一来可以让名人的受众市场与品牌的投放范围相契合，其次可以防止不恰当的媒介投放而影响到名人的公众形象，实现名人代言活动的最大双赢。

--- 待续 ---

附注：

关于 CTR 市场研究

CTR 市场研究是中国领先的市场研究公司，是中国国际电视总公司和世界排名第二的市场研究集团 TNS 合资的股份制企业。公司致力于提供专业的市场调查和在市场调查基础上的分析与咨询建议服务。建立在中国最大的市场调查网络的基础上，CTR 开展的主要研究业务包括：消费者固定样组、媒体与产品研究、媒体策略研究、广告监测和个案研究。更多信息请访问公司网站：www.ctrchina.cn

关于 CTR 媒介智讯

CTR 媒介智讯是中国市场研究行业领先的 CTR 市场研究股份有限公司（中国国际电视总公司和世界排名第二的市场研究集团 TNS 合资的股份制企业）的其中一个知名品牌产品。

CTR 媒介智讯提供全套的多媒体监测及研究服务，包括媒体的广告计划实际执行情况跟踪，竞争品牌投放策略和广告消费分析，广告创意观摩，行业、企业、竞争对手的相关新闻信息报告等。

CTR 媒介智讯拥有覆盖全国所有媒体，包括电视、报纸、杂志、广播、户外、互联网等。不仅具有强大的全国性调查执行能力和网络管理经验，创建了一整套数据处理、数据分析的科学方法，而且拥有连续十年的媒介、市场、广告研究数据库。全面、深入的分析 and 具有战略性的详尽信息将可以帮助您制定适当的传播策略。

CTR 媒介智讯现正为超过一千家中国著名企业、媒体、广告公司提供多媒体监测及研究服务。