

中国信息流广告市场专题分析2021

分析范畴和分析方法



分析定义

- 信息流广告：是指一种依据社交群体属性对用户喜好和特点进行智能推广的广告形式。其主要展现形式是穿插在信息之中。



分析范畴

-
-
-



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用**Analysys易观**
- 的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的开展现状。

目录

CONTENTS

01  | 中国信息流广告市场开展现状

02  | 市场竞争分析

03  | 典型厂商分析

04  | 市场趋势分析

PART 1

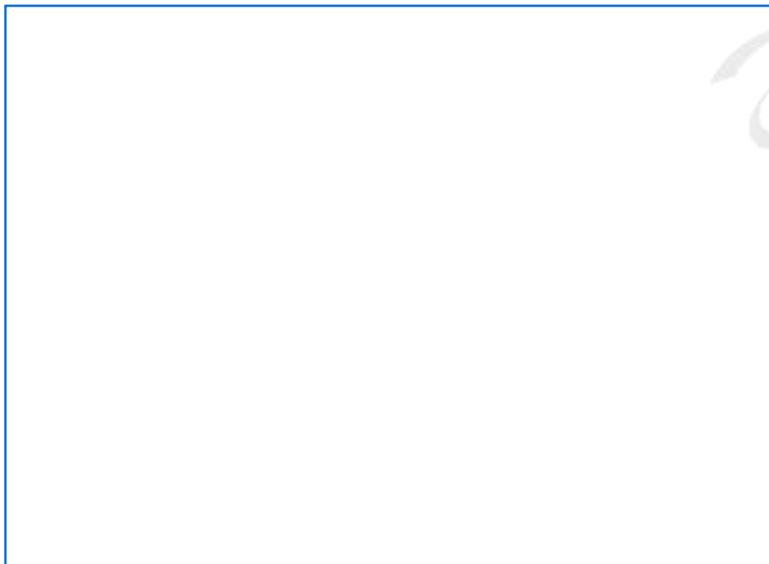
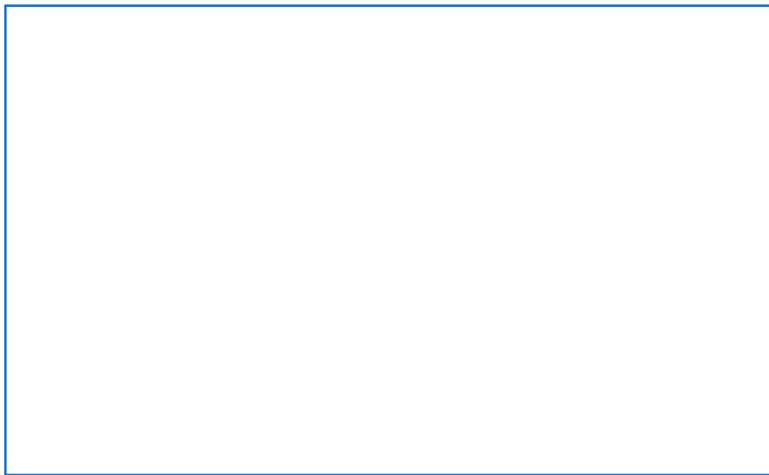


中国信息流广告市场开展现状

© Analysys 易观

[_analysys](#)
[nalsys](#)

开展背景：广告产业遭遇增长瓶颈，效果广告的市场需求促使信息流广告市场的爆发



Political

政治环境

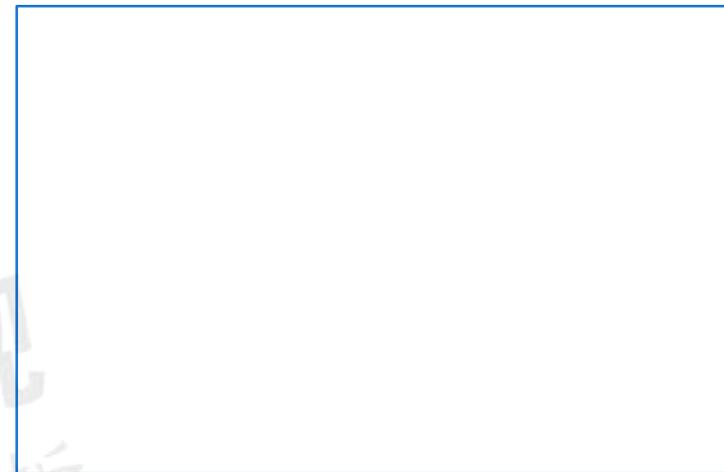


社会环境

Social

经济环境

Economical



广告产业衰退，遭遇明显的增长瓶颈

- 各大媒体的头部流量/优质流量以展示广告的变现能力遇到天花板
- 以传统 DSP 形式的长尾流量变现形态在

2021年也遇到了明显的增长天花板。

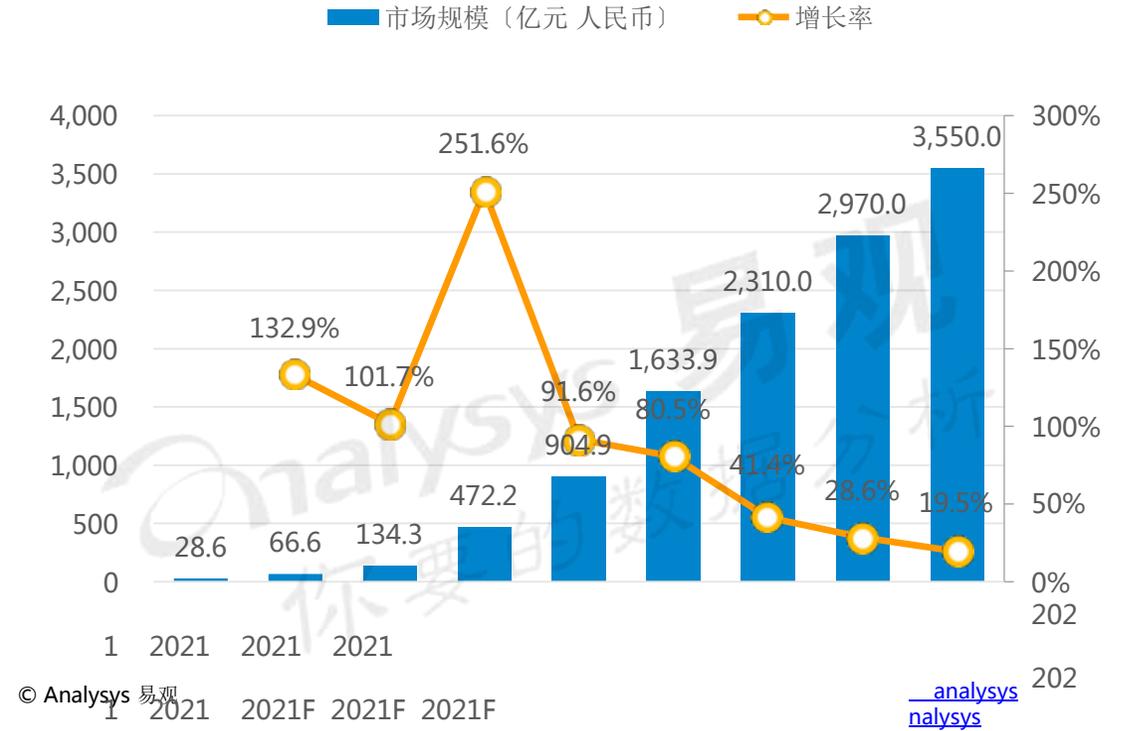
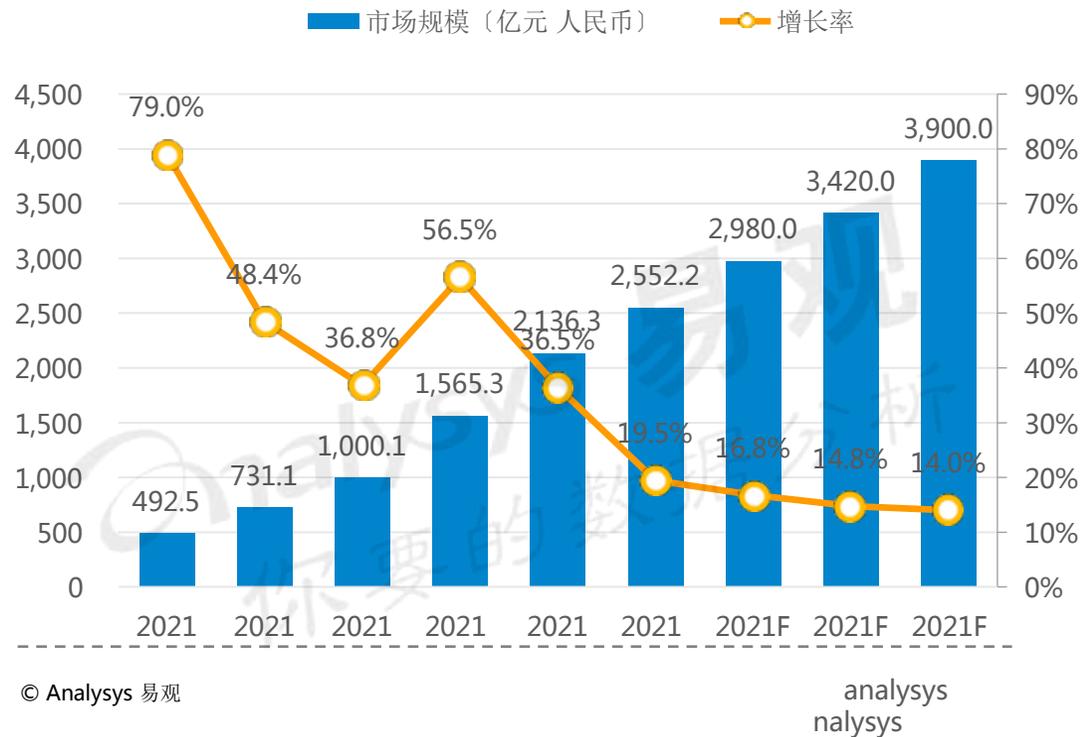
广告主将更多的广告预算转向移动广告

- 随着移动互联网时代的来临，广告主开始将广告预算转向移动广告和社交广告，广告由品牌广告向效果广告转移。

中国网络广告市场加速向移动端转型，移动端成为广告市场增长主力

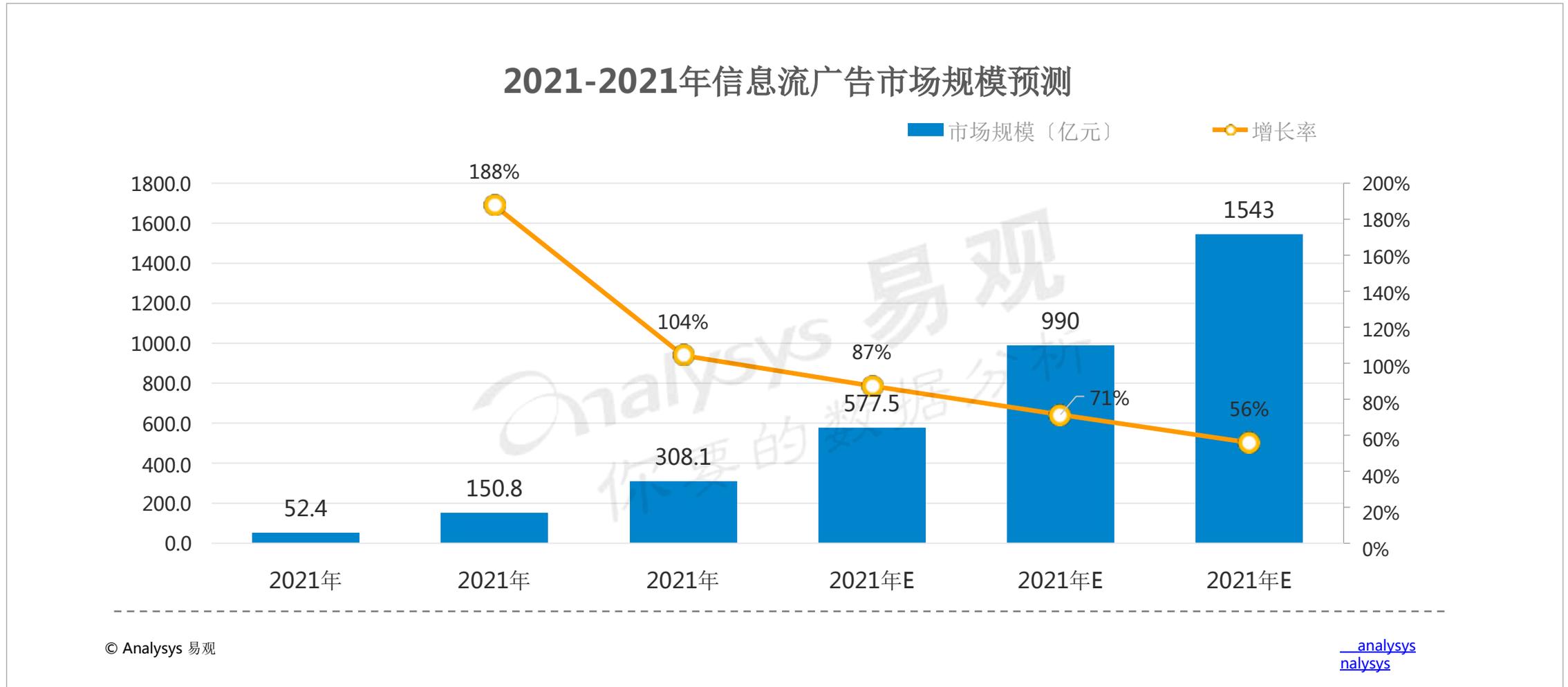
- 2019年成为移动营销市场与PC广告市场的分水岭，2020年移动端增长首次超过PC端，中国移动营销市场进入高速开展阶段；
- 移动营销市场已经成为拉动互联网广告市场增长的绝对主力，未来随着用户对于移动互联网依赖程度加深，移动互联网的营销潜力将进一步释放。

2019-2021年中国互联网广告运营商市场规模预测 2019-2021年中国移动营销市场规模预测

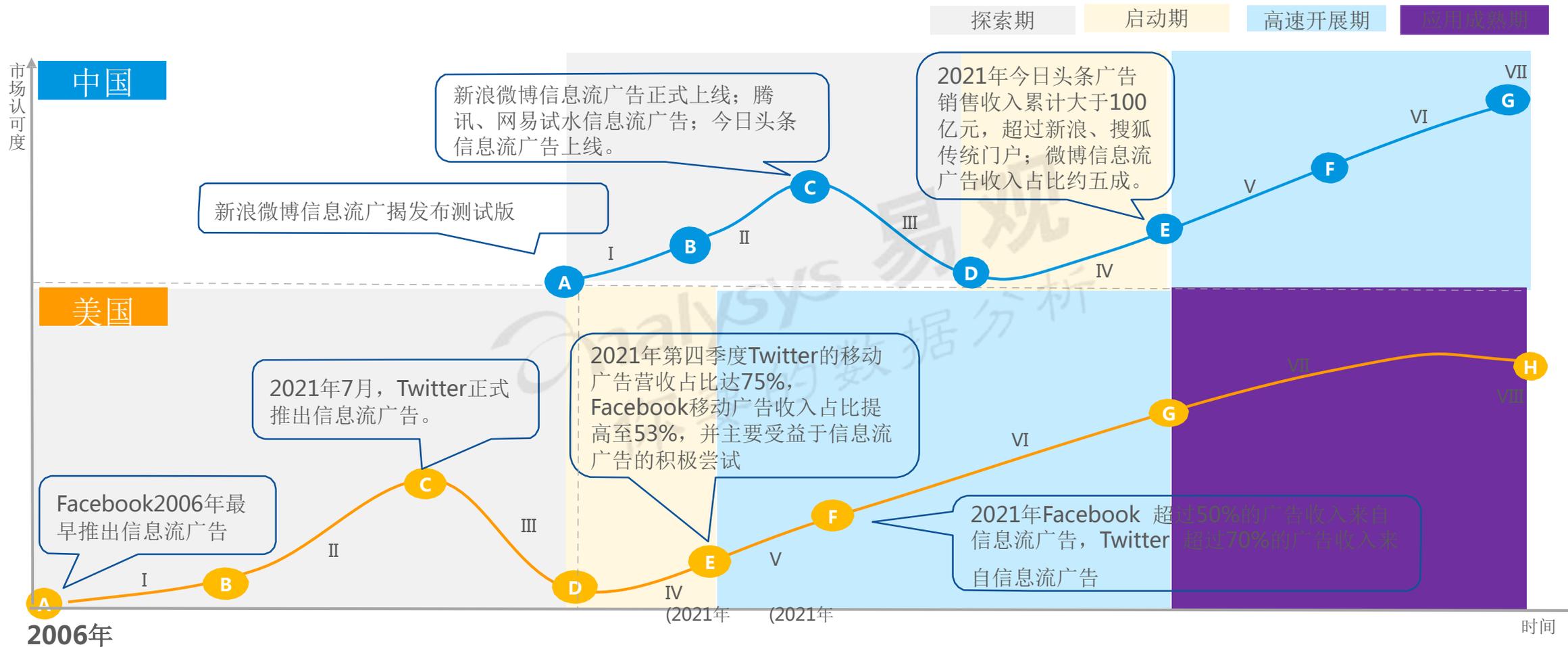


信息流广告成为移动广告营销市场新的增长爆发点

- 预计未来信息流广告市场规模将持续性增长，到2021年预计将超过1500亿元市场规模



信息流广告成为营收新引擎，信息流广告市场进入高速开展期



中国信息流广告市场生态图谱

广告代理公司

需求方平台

广告平台

广告交易平台

供给方

移动媒体

新闻资讯类

- 传统门户: 360, 网易, 搜狐, sina
- 聚合类: 头条, Z, 快报, 新闻
- 传统媒体: 澎湃, 人民日报, 央视新闻, 环球TIME
- 垂直类: 汽车之家, 和讯, 果壳, 汽车之家

社交类

WAP媒体

搜索引擎

浏览器

视频类

工具类

应用商店

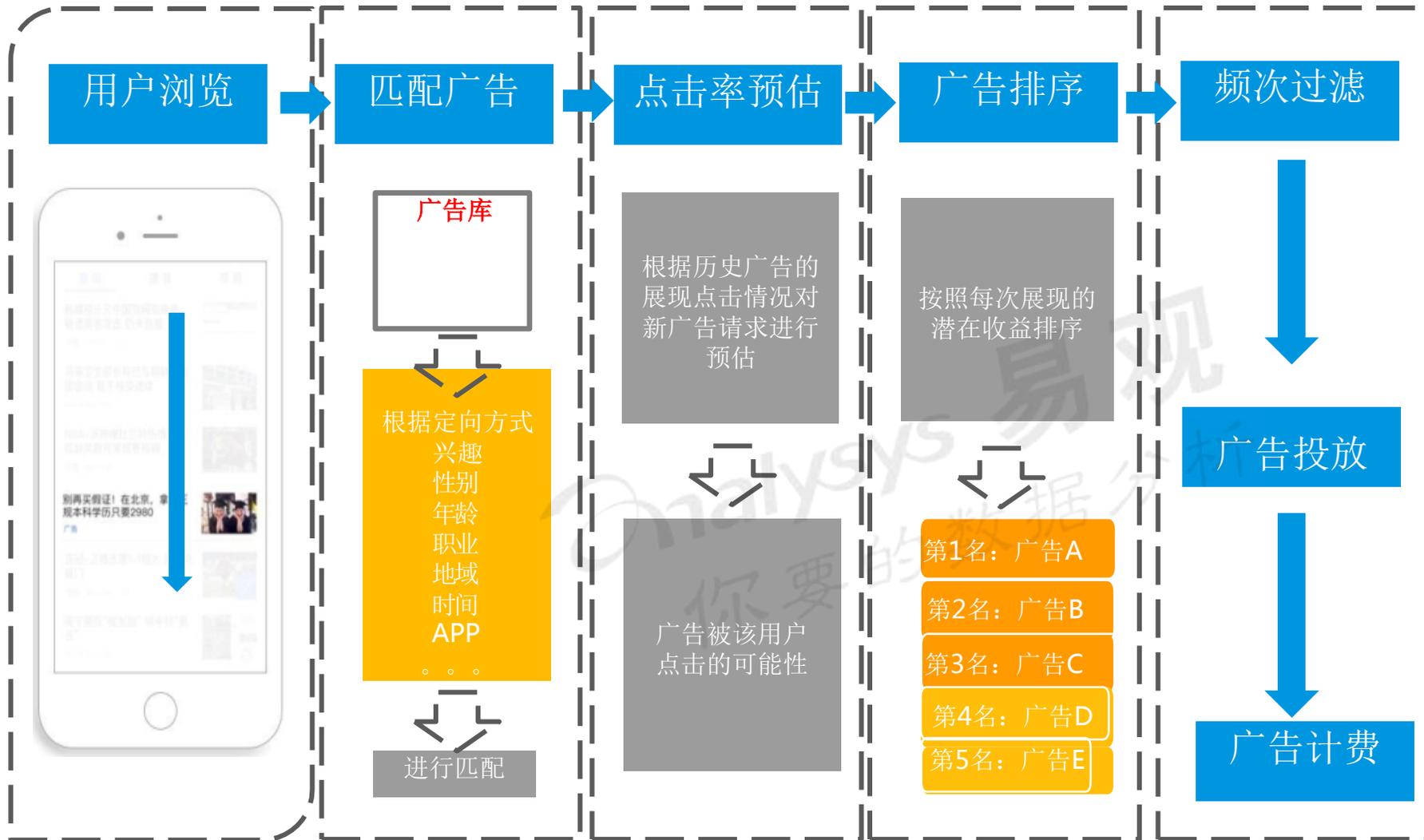
程序化创意

监测分析工具

广告主

用户

信息流广告的运用模式：通过大数据算法，实现用户与广告的智能匹配

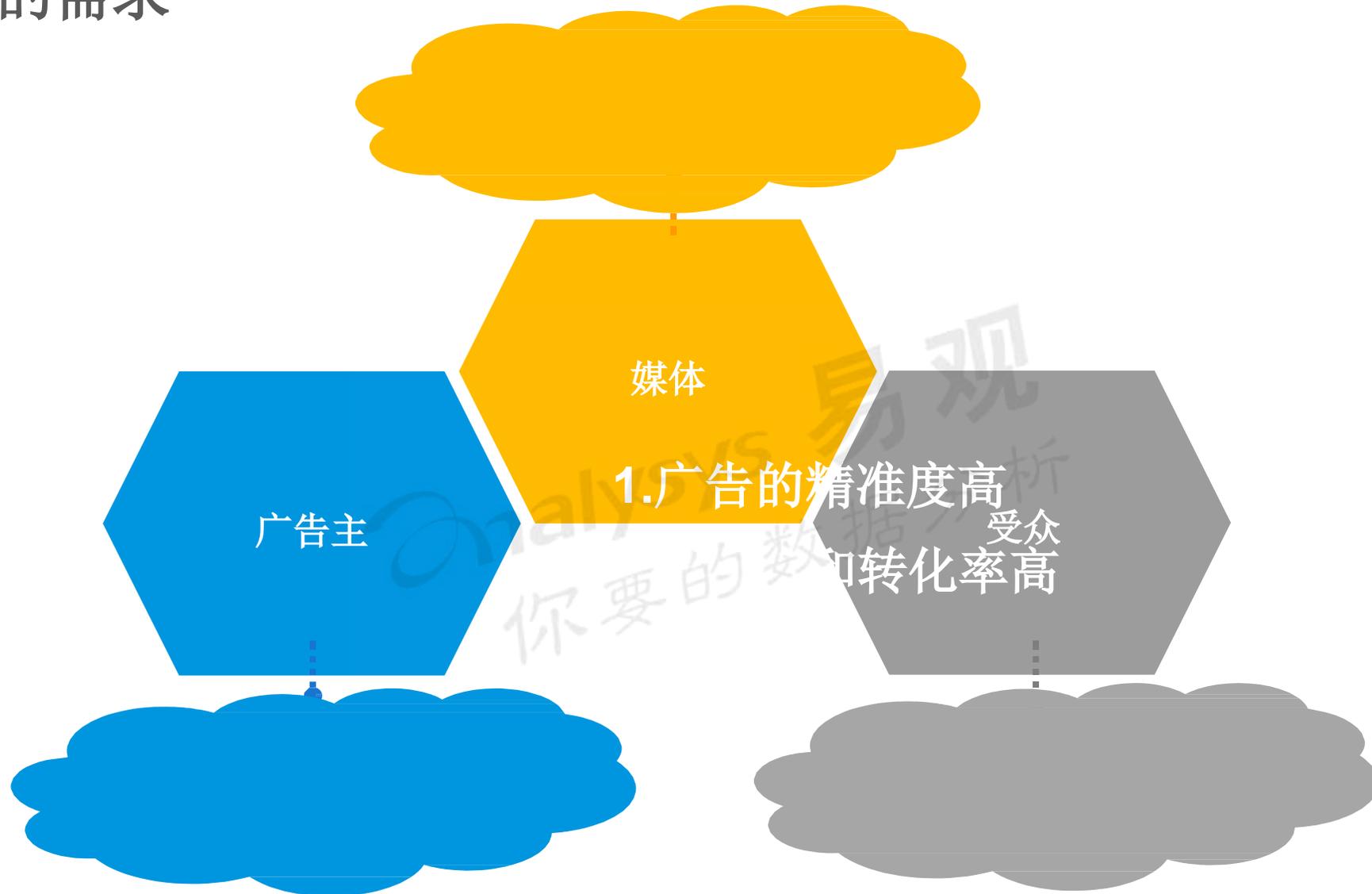


信息流广告是移动互联网时代新的广告模式。这种广告往往穿插在用户日常浏览的资讯、社交动态或视频流中，并且通过用户的刷新不断展现。信息流广告以推荐引擎为核心，通过大数据算法，由机器智能分析用户在平台内的一系列行为和兴趣分布，将用户属性、兴趣特点和广告进行精准匹配，根据历史广告的展现点击情况对新广告请求进行预估，并按照每次展现的潜在收益进行排序，经过频次过滤，主动推送到用户端。

信息流广告的展现形式从图文信息流迈向视频信息流



信息流广告具有品效合一的特点，更加迎合广告主、媒体以及受众的需求



信息流广告平台针对不同受众群体，广告投放受平台属性影响

主要广告交易平台	受众群体	定向方式	计费方式	投放位置	适投行业	推广终端
腾讯社交广告	大约效劳8亿用户，人群年龄段在14-50岁左右，基于熟人社交	用户场景、商业兴趣、地域、时间、用户行为、操作系统、运营商	CPC	移动端：QQ空间、QQ、应用宝广告，QQ浏览器，微信等 PC端：QQ空间好友动态信息流	幼儿教育，培训类，婚纱摄影、家装等	移动+PC
腾讯智慧推	30岁以下用户多，教育程度高，本科占比65%，收入5000以上占32%	性别、年龄、地域、场景、网络环境等	CPM、CPC	腾讯新闻客户端、天天快报、腾讯视频、腾讯网、联盟广告	电商、网游、教育	移动端
百度	25-44岁占比60%，均衡覆盖男女人群，一二线为主	人群，兴趣，意图、场景、LBS APP、内容定向	CPC、CPM、CPT (CPT、GD)	移动端：百度、浏览器、贴吧 PC端：贴吧	旅游、电商、金融、教育、社交、汽车、游戏	移动+PC
今日头条	男性占比78%，24-40岁用户居多，一二线城市	性别、年龄、兴趣、职业、作息时间、地域、APP、关键词定向等	CPC、CPM、CPT	今日头条客户端	教育、婚庆、家居、装修、汽车、快消、本地实体+ 移动端 电商	
新浪扶翼	24-39岁人群占比高，商务型偏多	年龄、性别、地域、兴趣、资源、内容	CPM、CPC	新浪网、新浪新闻APP	app, 游戏, 电商	移动端
搜狐汇算	年龄25-35岁居多，男性、本科及以上学历，企业员工或管理人员多，消费能力高	投放地域、人群定向、移动设备、频道定向	CPC、CPM	搜狐新闻客户端、搜狐网、搜狐视频	电商、教育、游戏、金融、旅游	移动端
陌陌	大约效劳3亿用户，人群年龄段在18-40左右，男性占比72%，基于陌生人的社交	地理位置、兴趣双重定向	CPM	开屏广告分别在“人”，“附近”，“动态”这三种界面的时候，穿插在浏览信息里面的广告；	APP、金融、电商、美容整形、品牌类、应用下载类、O2O类	移动端
阿里汇川	19-30岁占比63%，男性65%，一二线城市	地域、兴趣、关键词、操作系统、网络环境	CPM、CPC	UC浏览器、UC头条、PP助手	游戏、电商	移动端
360	25-40岁，男性居多，一二线城市	地域、人口属性、移动设备、媒体资源、网络环境、兴趣、访客行为、搜索行为、市场交易定向	CPM、CPC、CPT	移动端：360 浏览器、卫士影视大全等富流量APP PC端：浏览器、导航、平安卫士等	游戏、电商、旅游、教育、金融、婚恋交友	移动+PC

PART 2

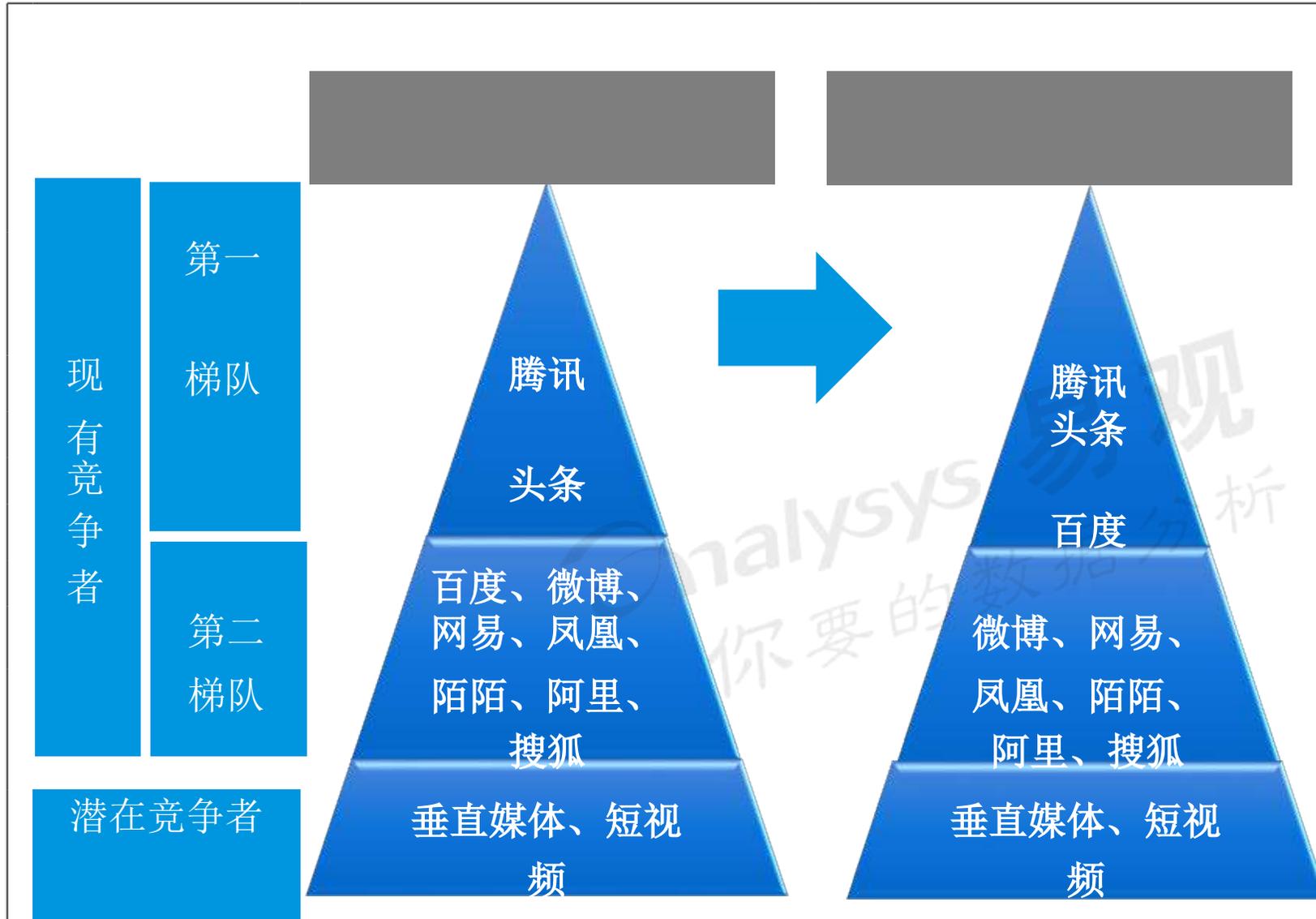


市场竞争分析

© Analysys 易观

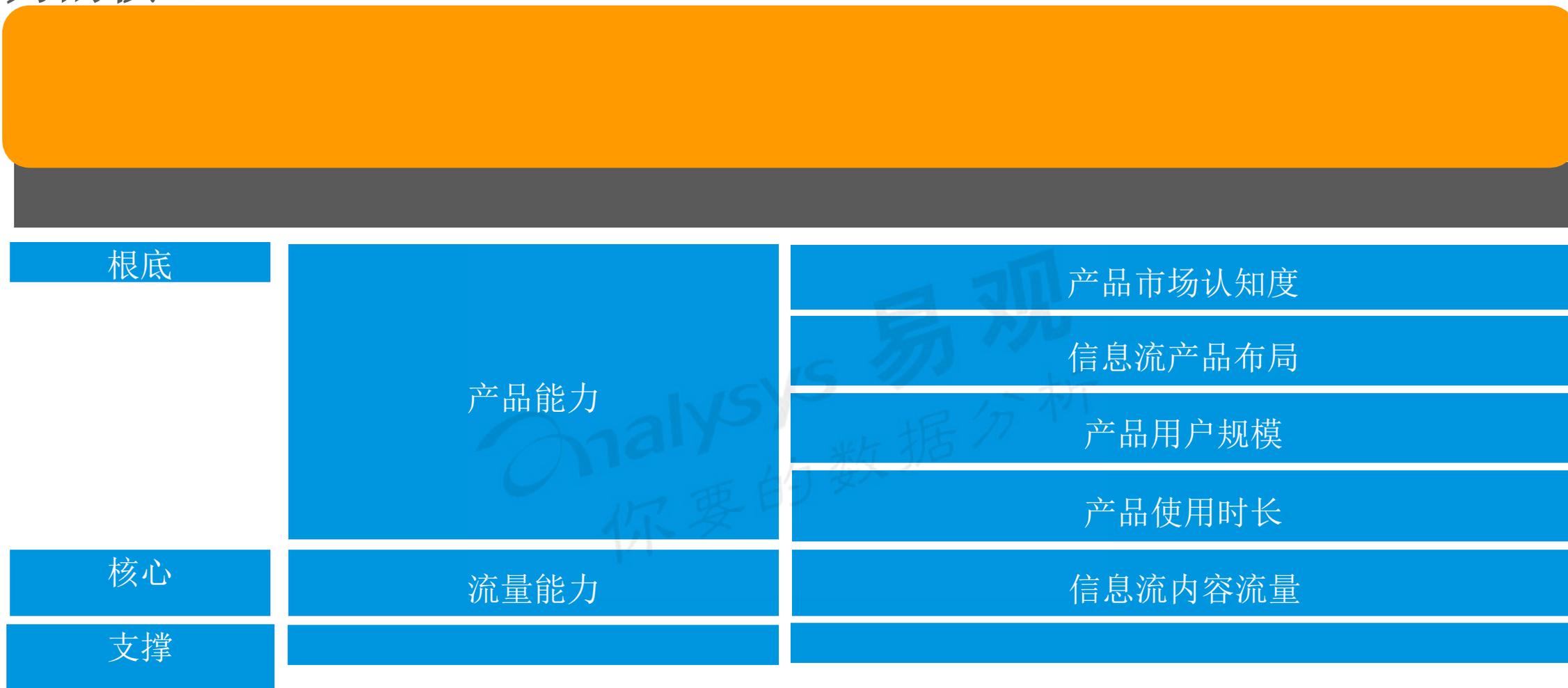
[_analysys](#)
[nalysis](#)

市场竞争格局初现，未来头部企业争夺战更加剧烈



- 目前，以今日头条为首的新兴应用，各大媒体集团、新浪网易等传统门户均在积极布局信息流广告市场，未来垂直行业媒体以及短视频类厂商的参加会进一步加剧市场竞争。
- 目前的市场格局，位于第一梯队的为：腾讯、今日头条，广告营收规模在百亿级市场；第二梯队为：百度、微博、网易、凤凰、陌陌、搜狐，广告营收规模在几十亿级；此外，市场中的潜在竞争者也在虎视眈眈，垂直行业媒体、短视频会陆续参加战局。百度在2017年正式上线信息流广告，在市场中落队，但其在2018年持续加码信息流产品并不断提高广告销售力度，其在信息流广告市场的占有率会进一步提高，未来预计将步入第一梯队。未来市场，广告资源会进一步向头部平台集中，头部平台的竞争争夺战也会进一步加剧。

市场格局影响因素：拥有足够流量的信息流产品成为市场竞争力的核心



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/507054115031010004>