



**新媒体工作综述**

**新媒体广告**

**一点新媒体学院**

# 新媒体广告市场规模分析

新媒体广告目前正从PC端向移动端快速转移，2017年移动营销市场规模1750亿，增长75%，PC端营销1153亿，下滑2.9%，首次出现下滑。

在智能手机渗透率和在线总时长接近天花板时，与碎片化的移动广告相比，其流量价值逐步提升。

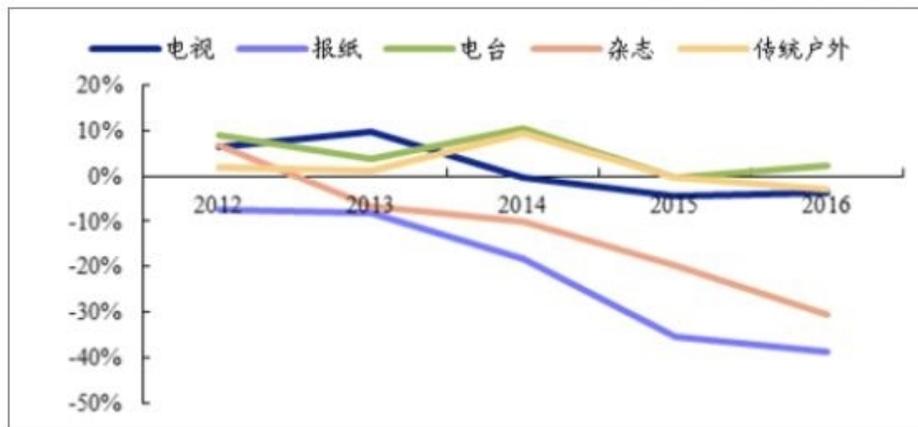
2012-2019中国移动营销市场规模及占网络广告比例



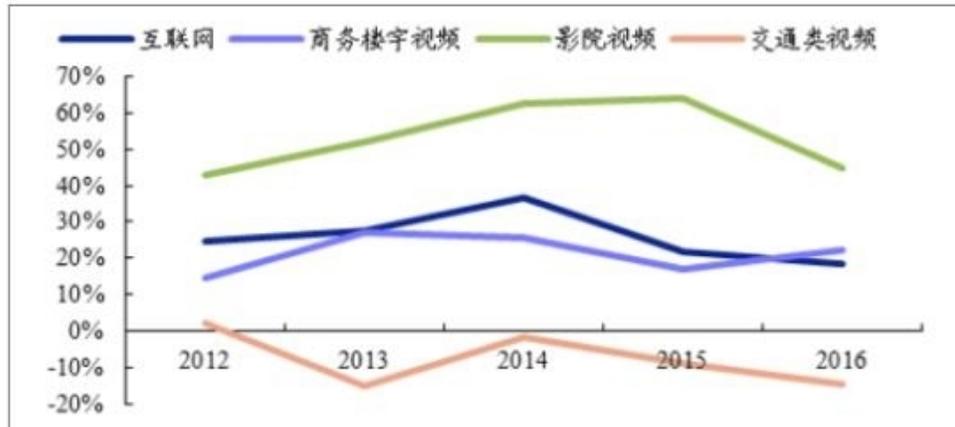
# 中国新媒体发展分析

新媒体广告刊例花费逐年提升，影院广告、互联网广告、微信广告、微博广告近年来增速均在20%以上。传统媒体除电台受益汽车保有量上升、汽车电台收听改善外均出现下滑，其中报纸、杂志等纸媒下滑幅度最大，电视广告近两年亦有缓慢下滑，部分份额向在线视频转移。

我国传统媒体广告刊例花费变动



我国新媒体广告刊例花费变动



# 中国传统报业发展现状分析及未来发展趋势图

## 报纸广告收入大幅下滑，受新媒体广告冲击明显



# 新媒体广告所具有的特点

1、交互性强

2、精准性高

3、实效性高

4、转化率高

5、传播性强

6、模式灵活

# 新媒体广告包含以下表现形式

1 信息流广告  
Feeds AD

2 微信广告  
Wechat advertising

5 粉丝头条  
Product Placement

3 微博广告  
weibo advertising

4 视频广告  
Video advertising

6 游戏嵌入式广告  
Product Placement



1

# 信息流广告

# 信息流广告

例如：一点资讯是一家信息流的技术和平台公司智能化信息流一步到位、一触即发、如影随形、一搜即达、原生画报、创意开屏、全屏视频、内容电商以及创新商业模式/生态。

主要针对：汽车、房产、电商等





2

# 微博广告

# 微博广告

微博“粉丝通”基于微博海量的用户，把企业信息广泛传递给粉丝和潜在粉丝的营销产品。根据用户属性和社交关系将信息精准地投放给目标人群。同一条微博推广信息只会对用户展现一次，并随信息流刷新而正常滚动；海量触达，精准投放。

**主要针对：化妆品、汽车、旅游、电商、房产等**



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/568131031120006112>