



www.leadleo.com

2020年 中国AI广告营销行业概览

概览标签：人工智能、场景广告、数字营销

报告主要作者：张敏怡
2020/03



概览摘要

AI广告营销是利用机器学习、知识图谱、自然语言处理三大核心技术赋能数字营销中的各个环节，促使数字营销更智能化与高效化的创新营销模式。AI场景识别广告作为AI广告营销核心业务场景，可有效新增**40%**以上的广告位资源，平均提升**250%**的广告点击率。伴随计算机视觉等AI技术在广告营销领域的应用深化和落地，广告主将更加认可AI广告营销产品及服务，并持续增加AI广告营销预算。同时短视频营销、直播营销蓬勃发展，传播内容视频化趋势显露，视频场景下的营销受到广告主的青睐，广告主对AI场景识别广告的投入预算将进一步增长。预计2019-2024年中国AI场景识别广告行业营收规模以**42.5%**的年均复合增长率增长，至2024年有望突破**1,000**亿元。

◆ 聚焦视频营销，挖掘场景价值

以一集40分钟的电视剧为例，“开机广告+贴片广告”占约**3.7%**的时间，余下的**96.3%**时间存在着丰富的场景广告价值空间。AI广告营销服务商借助图像识别、语音识别等AI技术判断用户观看的视频场景或以多元形式推送相关营销内容。在视频场景中，AI广告营销服务商通过AI技术寻找视频中合适的场景，由视频内容引发用户情感共鸣助力品牌价值传递，降低用户对品牌认同的难度，实现营销“**品效合一**”。

◆ 整合媒介资源，打破用户数据孤岛

随着智能物联网的发展，PC端、移动端、OTT终端、线下影线等渠道拥有不同维度的用户行为数据，媒介与消费者的触点不断裂变，影响消费者决策的渠道变得多元化，广告主难以辨别可**最大化**影响消费者决策的触点。AI广告营销服务商通过整合媒介资源最大化覆盖用户触点并连接此类触点，为分散的营销活动提供集中统一的管理平台，以打通数据孤岛形式促使用户全链路打通。

◆ 打通广告营销各环节，构建全链AI营销，最大化刺激用户消费

AI广告营销服务商打通广告营销各环节，构建从投放、展现到沉淀、转化的**全链路AI营销**，一方面将可实现资源、互动效果、服务、传播和渠道的AI广告营销产品及服务升级；另一方面可最大化激发用户消费，促使品牌营销转化率增长。

企业推荐：

极链科技、Yi+、星广互动

目录

◆ 名词解释	-----	07
◆ 中国AI广告营销行业市场综述	-----	09
• 定义及应用环节	-----	09
• 应用案例分析	-----	10
✓ 《奕声悄悄话》创意语音H5	-----	10
✓ 戴森“看天吃饭”	-----	11
• 产业链分析	-----	12
✓ 产业链上游分析	-----	13
✓ 产业链中游分析	-----	14
✓ 产业链下游分析	-----	15
• AI场景识别广告行业市场规模	-----	16
◆ 中国AI广告营销行业驱动因素	-----	17
◆ 中国AI广告营销行业政策分析	-----	18
◆ 中国AI广告营销行业发展趋势	-----	19
• 聚焦视频营销，挖掘场景价值	-----	19
• 整合媒介资源，形成全链AI营销	-----	20
◆ 中国AI广告营销行业投资风险分析	-----	21
◆ 中国AI广告营销行业竞争格局分析	-----	22

目录

◆ 中国AI广告营销行业投资企业推荐	-----	23
• 极链科技	-----	23
• Yi+	-----	26
• 星广互动	-----	29
◆ 方法论	-----	31
◆ 法律声明	-----	32

名词解释 (1/2)

- ◆ **AI** : Artificial Intelligence, 人工智能, 研究使计算机模拟人的某些思维过程和智能行为 (如学习、推理、思考、规划等) 的学科, 主要包括计算机实现智能的原理、制造类似于人脑智能的计算机, 使计算机能实现更高层次的应用。
- ◆ **CRM** : Customer Relationship Management, 客户关系管理, 一种企业与现有客户及潜在客户之间关系互动的管理系统。
- ◆ **DMP** : Data Management Platform, 数据管理平台, 整合与标准化分散数据的技术平台。
- ◆ **RTP** : Real-time Transport Protocol, 实时传输协议, 对语音、图像、传真等多种需要实时传输的多媒体数据提供端到端实时传输服务。
- ◆ **PDB** : Programmatic Direct Buy, 私有程序化购买, 对广告主自己买断的高端媒体资源, 运用程序化购买的方式进行对接和投放。
- ◆ **PUGC** : Professional User Generated Content, 专业用户生产内容, 专业用户在互联网平台进行创造的内容, 是一种将“UGC+PGC”相结合的内容生产模式。
- ◆ **OTT** : Over The Top, 一种基于开放互联网开展的各种视频及数据服务。
- ◆ **MarTech** : Marketing Technology, 营销技术, 用户管理和评估、分析数字营销活动的技术和方法。
- ◆ **API** : Application Programming Interface, 应用程序接口, 软件系统不同功能模块衔接的接口。
- ◆ **SDK** : Software Development Kit, 软件开发工具包, 实现产品软件某项功能的开发工具集合。
- ◆ **APP** : 安装在移动设备上的软件。
- ◆ **CDP** : Customer Data Platform, 客户数据平台, 汇集所有客户数据并将数据存储于统一的、可多部门访问的数据平台。
- ◆ **CTR** : Click Through Rate, 点击通过率, 网络广告的实际点击次数。
- ◆ **UGC** : User Generated Content, 用户原创内容, 用户在互联网平台进行创造的内容。
- ◆ **oCPC** : Optimized Cost Per Click, 优化行为出价, 一种按转化目标智能出价的广告投放方式。

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/666200010024010211>