



2025出海网文 移动应用营销观察

目录

Contents

01. 中国网文海外广告营销
02. 中国网文出海发展现状
03. 中国网文出海趋势洞察

投放观察

中国网文海外广告营销

投放榜单、热投地区、系统占比、热门案例



2024 阅读应用投放TOP20



iOS				Android							
1	GoodNovel	新闻时代	11	Webfic	点众科技	1	GoodNovel	新闻时代	11	BueNovela	新闻时代
2	Lera	畅读科技	12	暢讀書城	畅读科技	2	NovelOasis	浩亮 崔	12	MegaNovel	新闻时代
3	MoboReader	畅读科技	13	ReadNow	成都凤鸣轩	3	NovelBar	QVON	13	NovelNow	NovelNow
4	Novellair	QVON	14	BueNovela	新闻时代	4	Readink	Readink	14	LionFiction	LionTech
5	Headway	GTHW	15	Liby	月丁	5	Joyread	UREAD	15	MoboReader	畅读科技
6	Joyread	UREAD	16	LetsRead	雨胡	6	Novellair	QVON	16	Lera	畅读科技
7	LeReader	Luyao Hong	17	MegaNovel	新闻时代	7	Dreame	STARY	17	Dreams	Dreams team
8	Manobook	畅读科技	18	Mylib	子岳 罗	8	FicWorld	Tianjia	18	Choices	Choices.Studio
9	PopFic	伦李	19	NovelOasis	浩亮 崔	9	Webfic	点众科技	19	Wehear	STARY
10	JoyLit	JoyLit	20	Dreame	STARY	10	WeRead	成都凤鸣轩	20	Galatea	Inkitt

2024移动阅读应用投放趋势观察

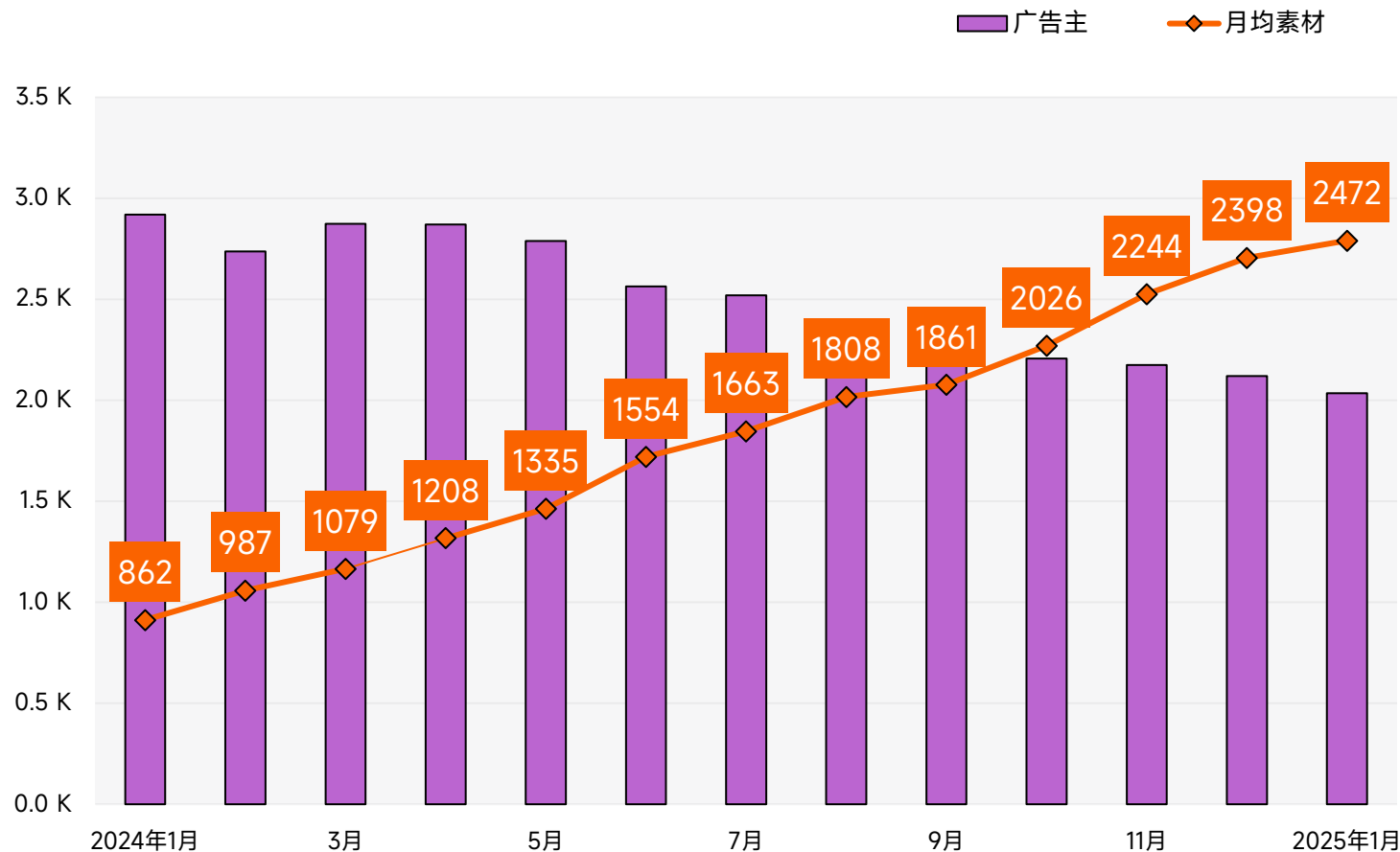
2024年阅读广告主下降明显，月均广告主数量同比2023年下降约4.2%；但随着整体创意数的增长，月均素材量也迎来了大增，2024年平均月均素材量超1.59K条，同比增长约170.1%

24年 月均在投广告主

2.53K 同比 4.2%↓

24年 平均月均素材量

1.59K 同比 170.1%↑



2024 热门国家/地区 阅读应用投放观察

北美地区阅读广告主数最高，日韩最低

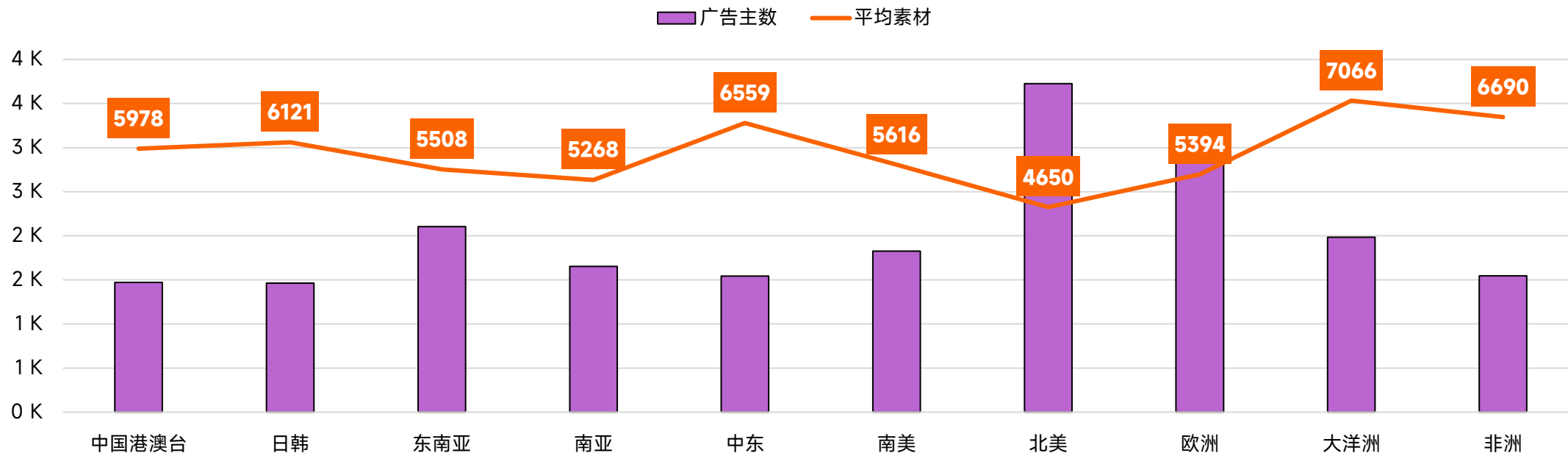
除了大洋洲之外，非洲、中东、日韩地区的平均素材量也超过了6K

2024广告主数最高：北美

北美是网文广告主的最大聚集地，竞争最为激烈；日韩地区由于本土文娱类产品的垄断，新入局者较少

2024平均素材最高：大洋洲

虽然广告主数位于中游，但总创意数的庞大让大洋洲成为了广告主平均素材量最高的地区



2024 全球移动阅读应用新投放创意观察

投放新素材的广告主数整体略有下降，但新素材量远超2023年，形成了倍数增长

- 投放新素材的广告主数在2024Q4达到峰值
- 新素材数占比最高的季度在2023Q3，但新素材总量最高在2024Q4



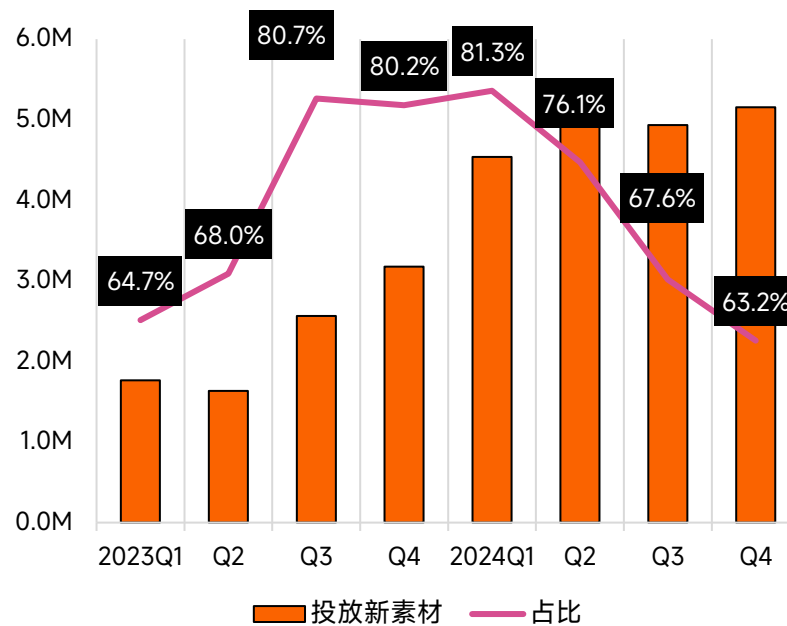
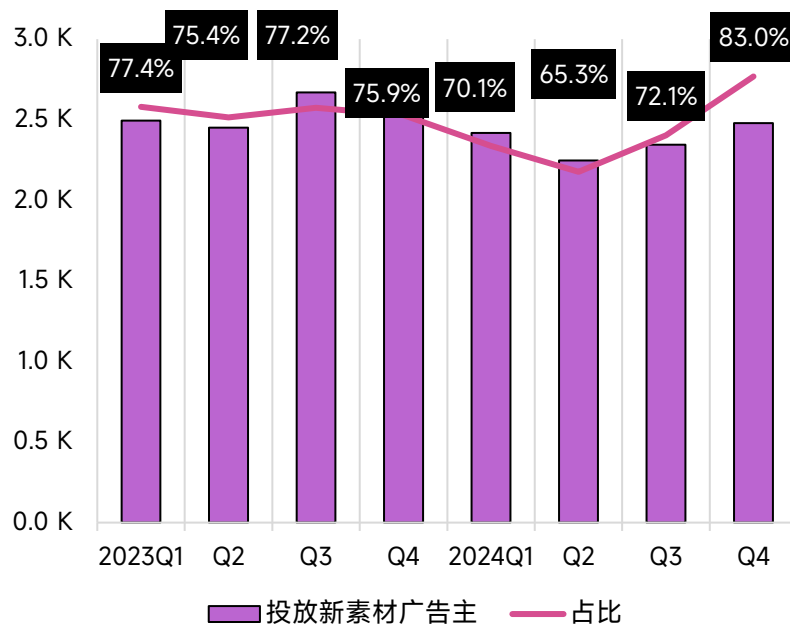
2024Q4投放新素材广告主及总占比

2.48K 83.1%



2024Q4新投放素材及总占比

515.5W 63.2%



2024 各系统移动阅读应用投放观察

2024iOS系统的创意量占比超过Android端，已经保持在51%以上

2024 各系统投放创意量

创意量整体提升明显，2024上半年iOS占比就已经超过51%，下半年再次提升达到52.4%



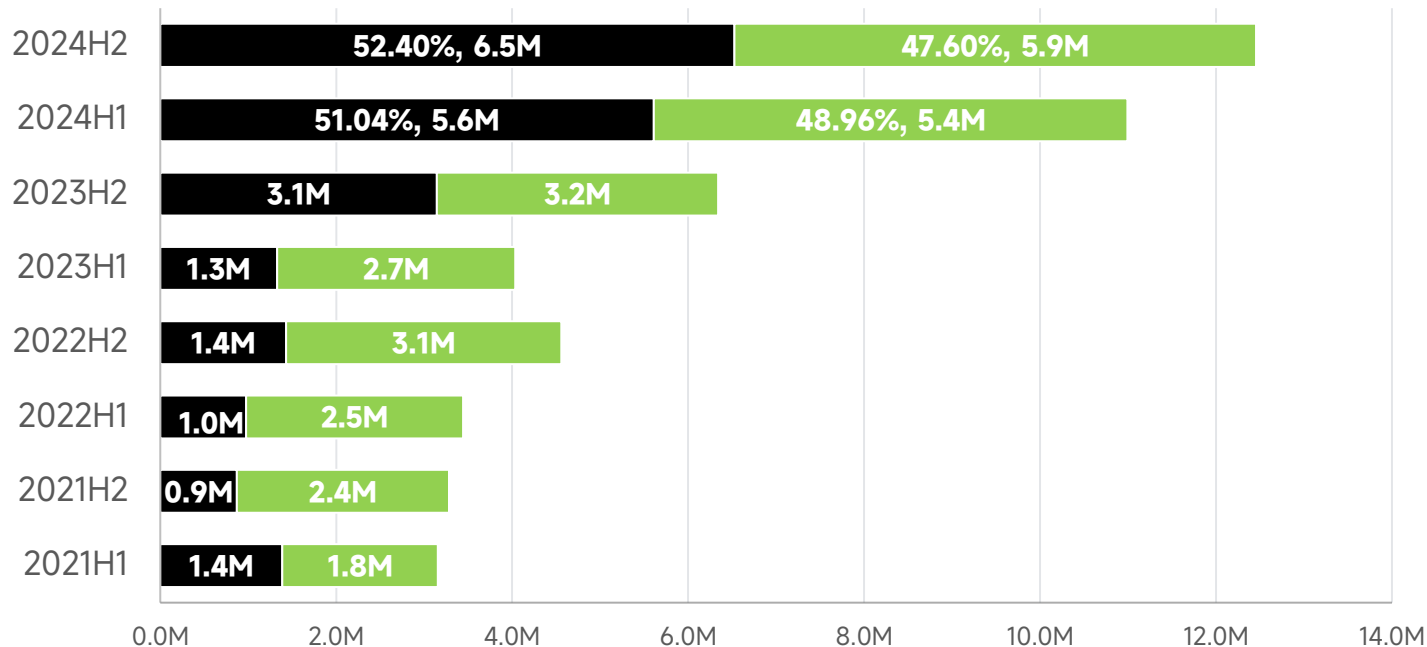
4333

2024H2 iOS各广告主均素材量



2251

2024H2 Android各广告主均素材量



案例篇

READING APPS



后来居上的GoodNovel

凭借着低准入门槛和UGC内容激励， GoodNovel收获了大批原创作者， 2024年在东南亚市场表现突出， 其中在印尼半年收入更是达到了164万美元。此外， 在沙特阿拉伯、 埃及、 土耳其， GoodNovel也稳居收入榜前十。

GoodNovel

新阅时代

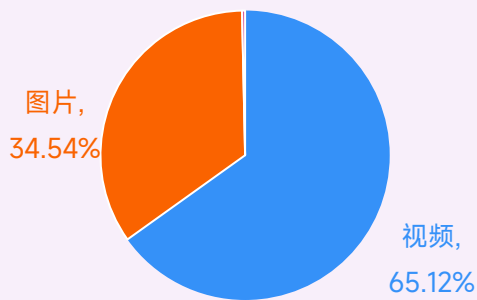
广告主投放数据

产品首次投放：2020年4月

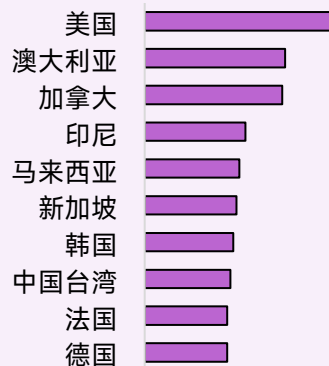
双端累计去重后创意：1.31M



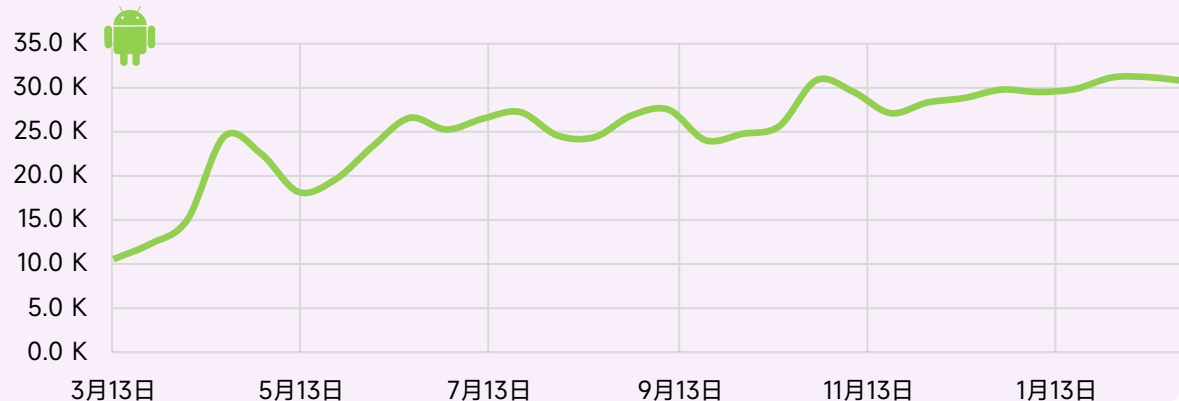
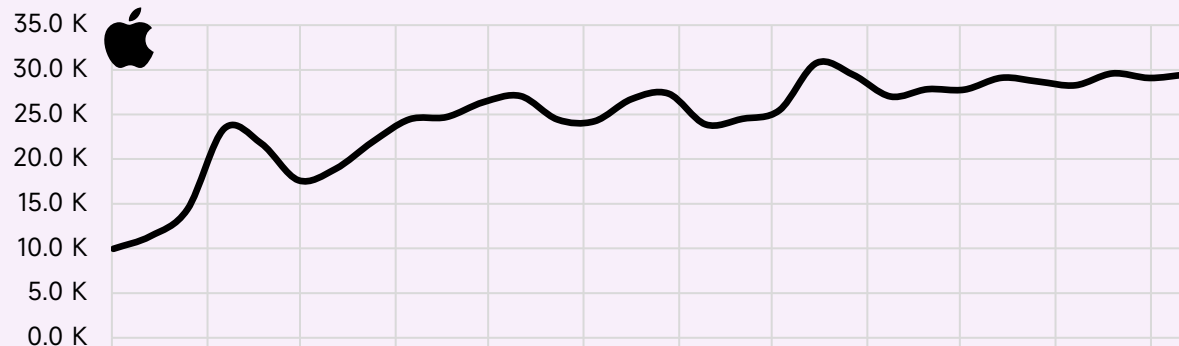
各类型素材占比



热投国家/地区TOP



广告主双端投放观察



GoodNovel 近期热门网文&新作品推荐



Black Rose:
Revenge Of The
Callous Heiress



The Alpha's
Unwanted Luna



Chosen By The
Moon



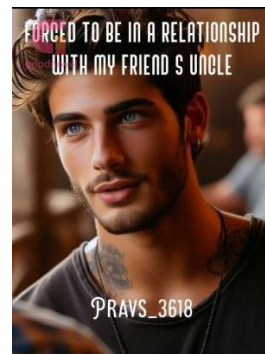
Lycan Brothers
Want Me



Accidentally
Marked By The
Alpha King



THE REJECTED
OMEGA IS THE
LYCAN KING'S
MATE



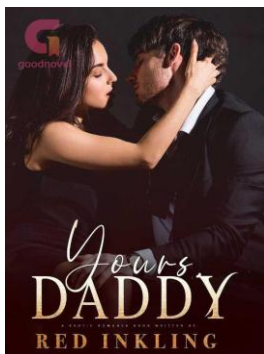
Forced to be in a
relationship with
my Friends uncle



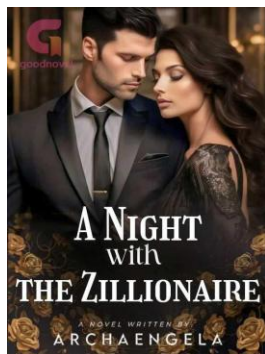
Fated To The
Mate Who Loves
My Sister



Tryst Of Fate:
Caught Between
The Alpha And
Beta



Yours, Daddy.



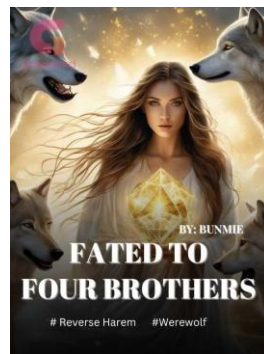
A Night with the
Zillionaire



Pregnant After
One Night Stand
With Billionaire



The Cruel Alpha's
Unwanted Bride



Fated to Four
Brothers



She returns:
CEO's baby mama
has twins



Bullied By My
Four Mates

【GoodNovel】热投广告创意分析

尽管起步较晚，但GoodNovel在投放上非常积极，通过**创意海战**术在海外快速站稳脚跟。

目前在投的热门创意多以**视频剪辑+网文节选文案**为主：所选视频多为短视频平台上的UGC内容或影视剧中的情节，风格则主要有2种，温馨or抓马。

意向联想

投放素材中，经常会加入一些萌宝、婚纱等女性读者关心的元素，引导联想继而共情。



抓马混剪

意外事故等抓马情节非常容易引起观众的注意，尤其在女主被多重厄运痛击时，同情心将转换为阅读量。



积极拥抱变化的老牌网文平台

早在2020年，Dreame就已经成为了全球三大网文平台之一，而随着短剧市场的崛起，Dreame也开始积极拥抱变化，投身加入了竞争；Dreame不仅推出了短剧平台DreameShort，还在自家有声读物平台Wehear上加入了短剧模块，视听结合加速出海。

Dreame

STARY

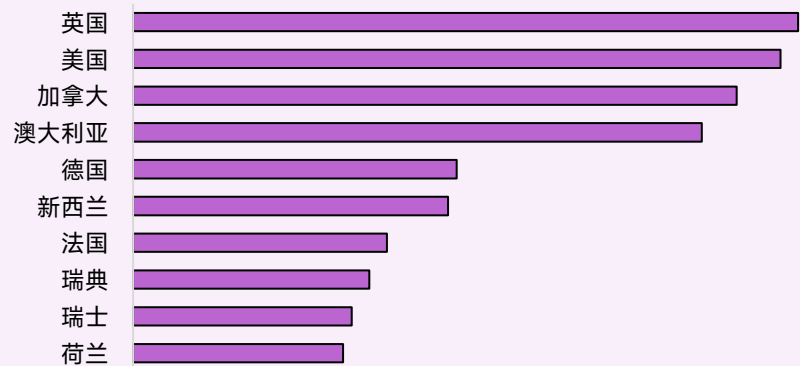


广告主投放数据

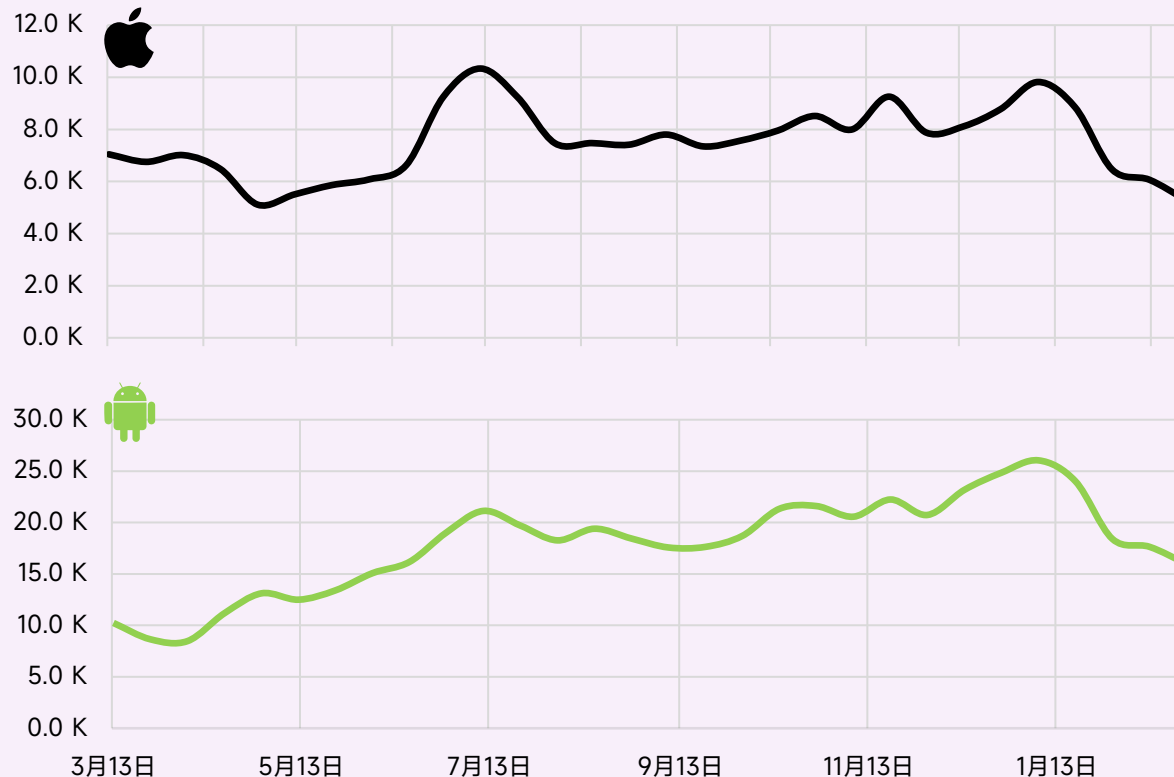
产品首次投放：2018年8月

双端累计去重后创意：88.1W

热投国家/地区TOP



广告主双端投放观察



网文→有声书（广播剧）→短剧：三位一体



Dreame

曾长期占据网文出海赛道营收Top1的位置。但近年来其营收有所下滑，更多精力用在了网文+的拓展上



Wehear

近年来加大了市场投放力度，用户停留时长显著增加，相比竞品高出近1小时，近期短剧模块更受欢迎



DreameShort

起步较晚，但增长迅速，曾在4月和6月进入美国畅销榜TOP100，其中美国用户为其贡献收入超7成



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/715012020022012131>