



# 求稳思变 技术驱动行业健康发展

## 2018移动广告行业报告

2019/3/6

TalkingData



# 目录

## CONTENTS

---

<b>01</b>	2018移动广告行业概览-----	03
<b>02</b>	2018移动广告行业榜单-----	30

---

# 1

## 2018移动广告行业概览

点击趋势

激活趋势

行业趋势



# 行业概览



激活趋势

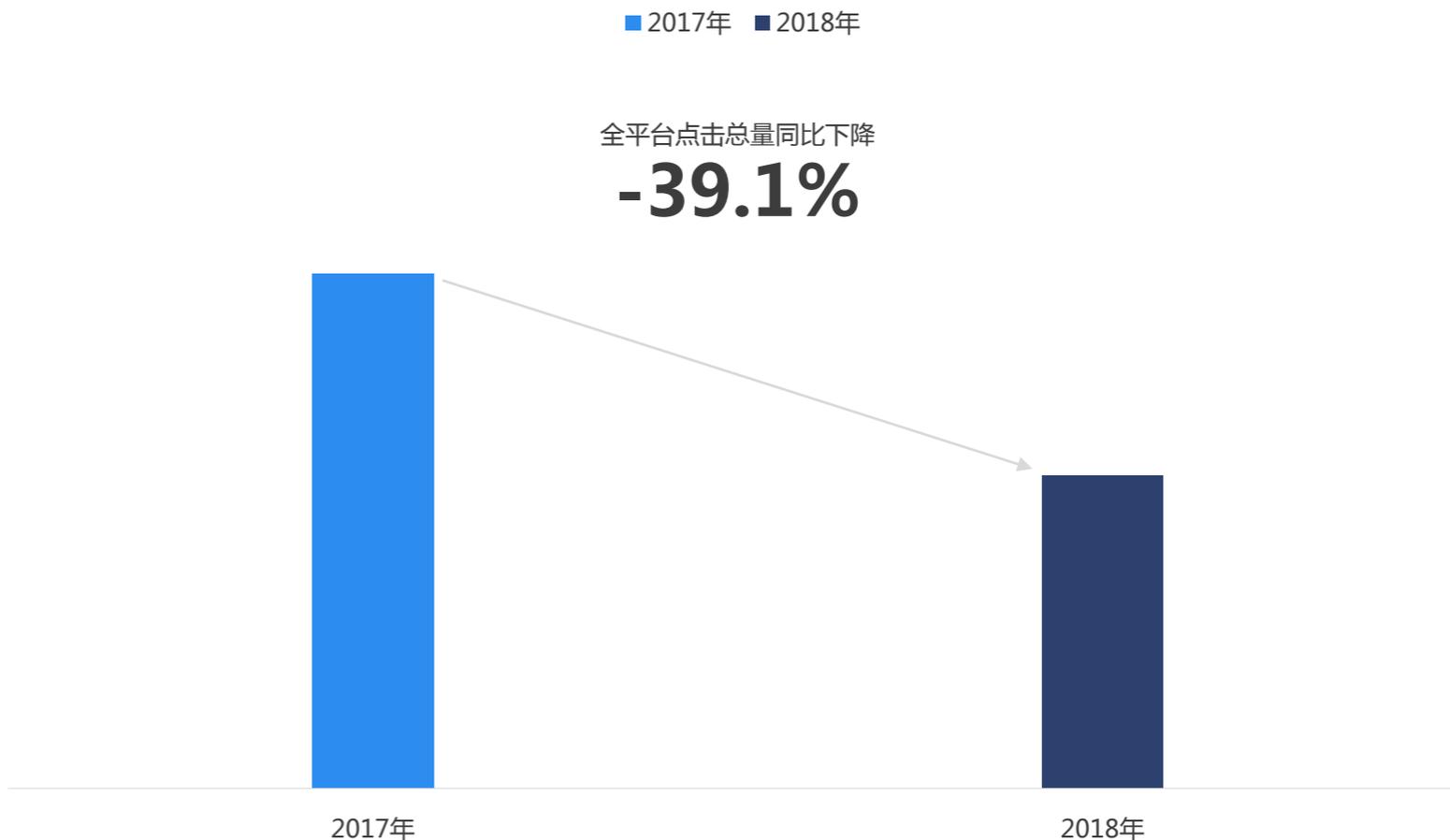
行业趋势

# 移动效果广告全网点击量下降，投放市场趋于稳定、健康

2018年，全平台移动效果广告点击总量同比下跌39.1%。

随着移动互联网流量红利的逐渐消失，以拉新为唯一目的的推广预算开始逐渐减少，同时，随着行业整体防作弊意识和能力的提升，大点击刷量现象开始好转，点击量下降，移动效果广告市场整体正在朝着健康有序的方向发展。

## 2018年移动效果广告点击量呈现同比下跌趋势

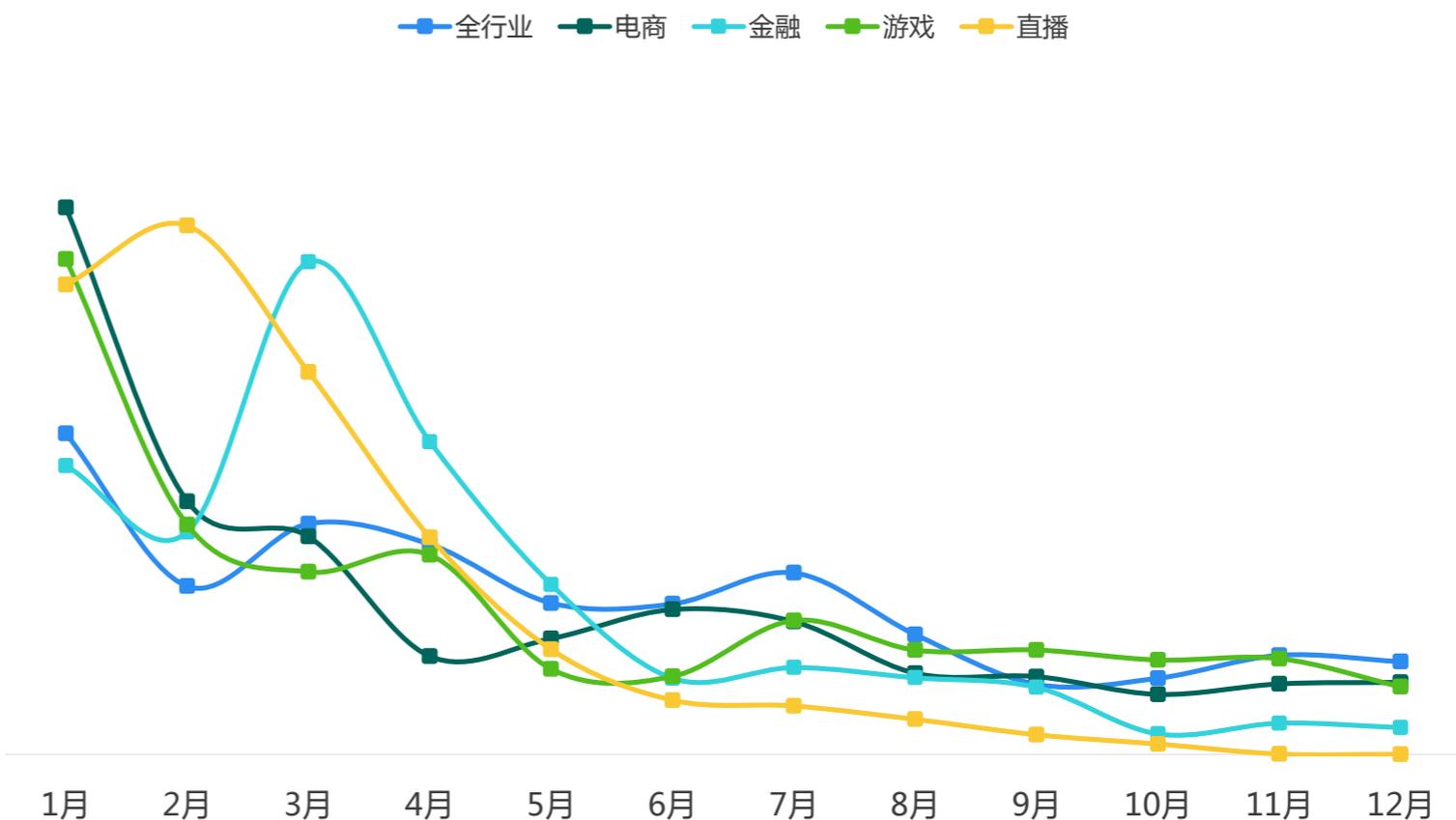


数据来源：TalkingData，2017年和2018年。  
注：点击量为拦截作弊流量后数据；变化趋势= $[2018\text{年全平台}(\text{iOS} \& \text{Android})\text{点击总量}/2017\text{年全平台}(\text{iOS} \& \text{Android})\text{点击总量}-1]*100\%$ 。

# 广告主认知觉醒，大点击投放减少，下半年移动市场投放趋平稳

2018年，由于广告主认知觉醒，大点击投放开始减少，全行业移动广告点击量占比呈下滑趋势；直播和电商行业减少趋势较为明显；金融行业在3月份出现短暂反弹后一路下滑；综合来看，全行业和各细分行业广告投放在下半年趋于平稳。

## 2018年各行业移动效果广告点击量占比趋势



数据来源：TalkingData

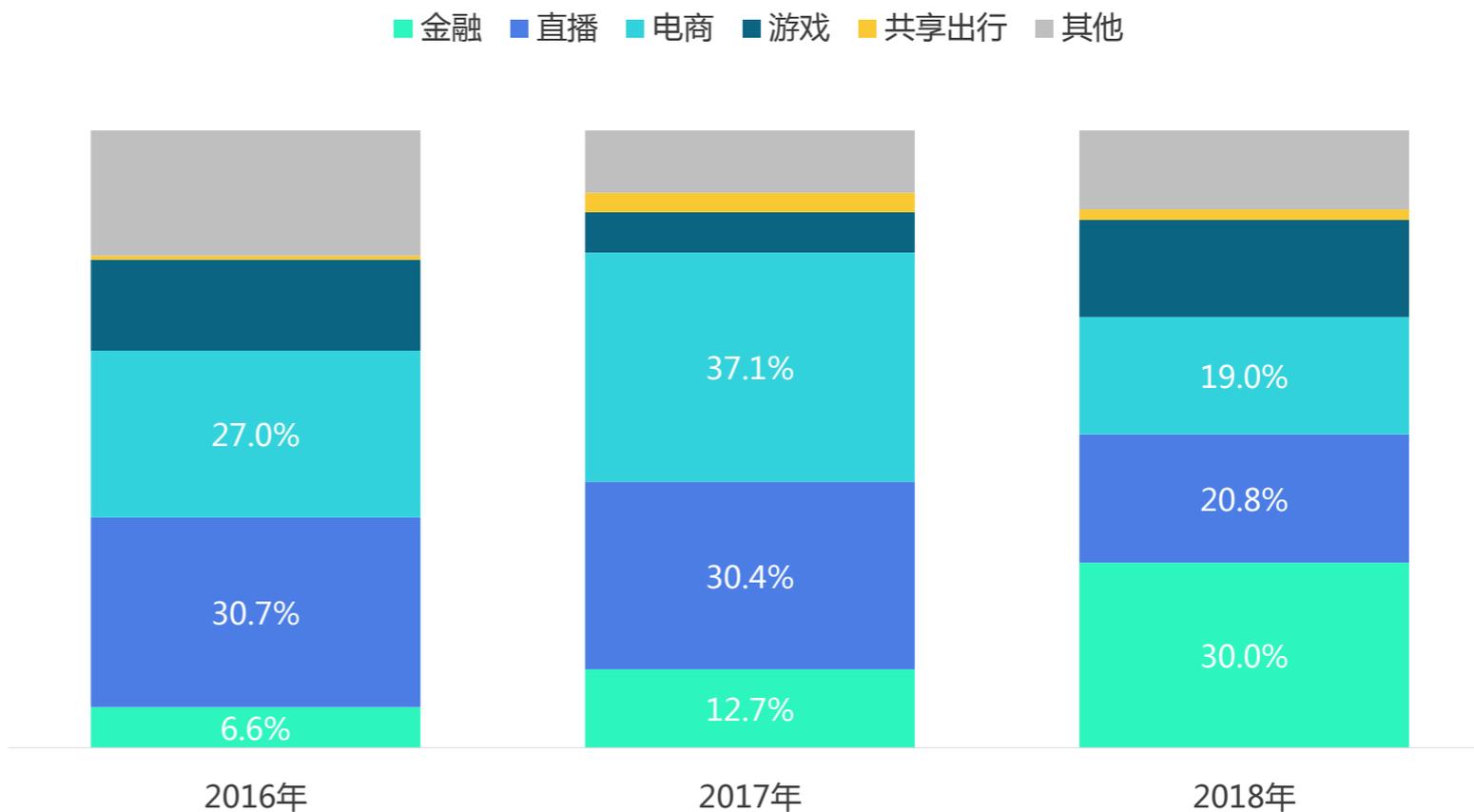
注：点击量为拦截作弊流量后数据；变化趋势=(2018年目标领域某月点击量/2018年该目标领域全年点击总量-1)\*100%。

# 金融、游戏行业占比提升，直播、电商、共享出行行业缩水

2018年，移动效果广告点击以金融、直播和电商行业为主，三大领域合计贡献市场投放近7成。

受前期P2P行业大量市场投放因素影响，金融行业在整个市场中的移动效果广告点击量占比相比2017年同期翻番，电商行业由于大点击投放明显减少，导致其在市场中的比重大幅减少，而直播和共享出行行业的市场降温则导致行业投放缩水。

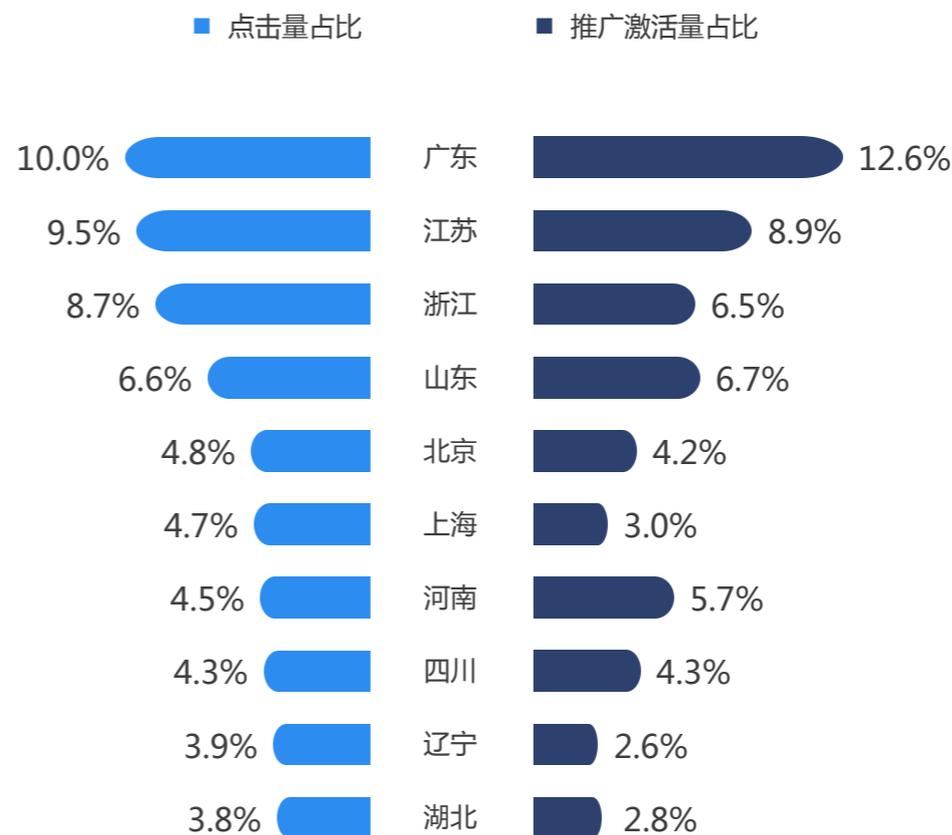
## 2016-2018年 各行业移动效果广告点击量占比趋势



# 粤苏浙地区主导移动效果广告点击量，点击占比摘得全国三甲

2018年移动效果广告点击量省级行政区分布中，广东省居于首位，江苏和浙江分列第二位和第三位，其点击量所占比例均超过8%。具体地理分布上，广告点击占比存在优势的省份主要以沿海省份和一线直辖市为主。

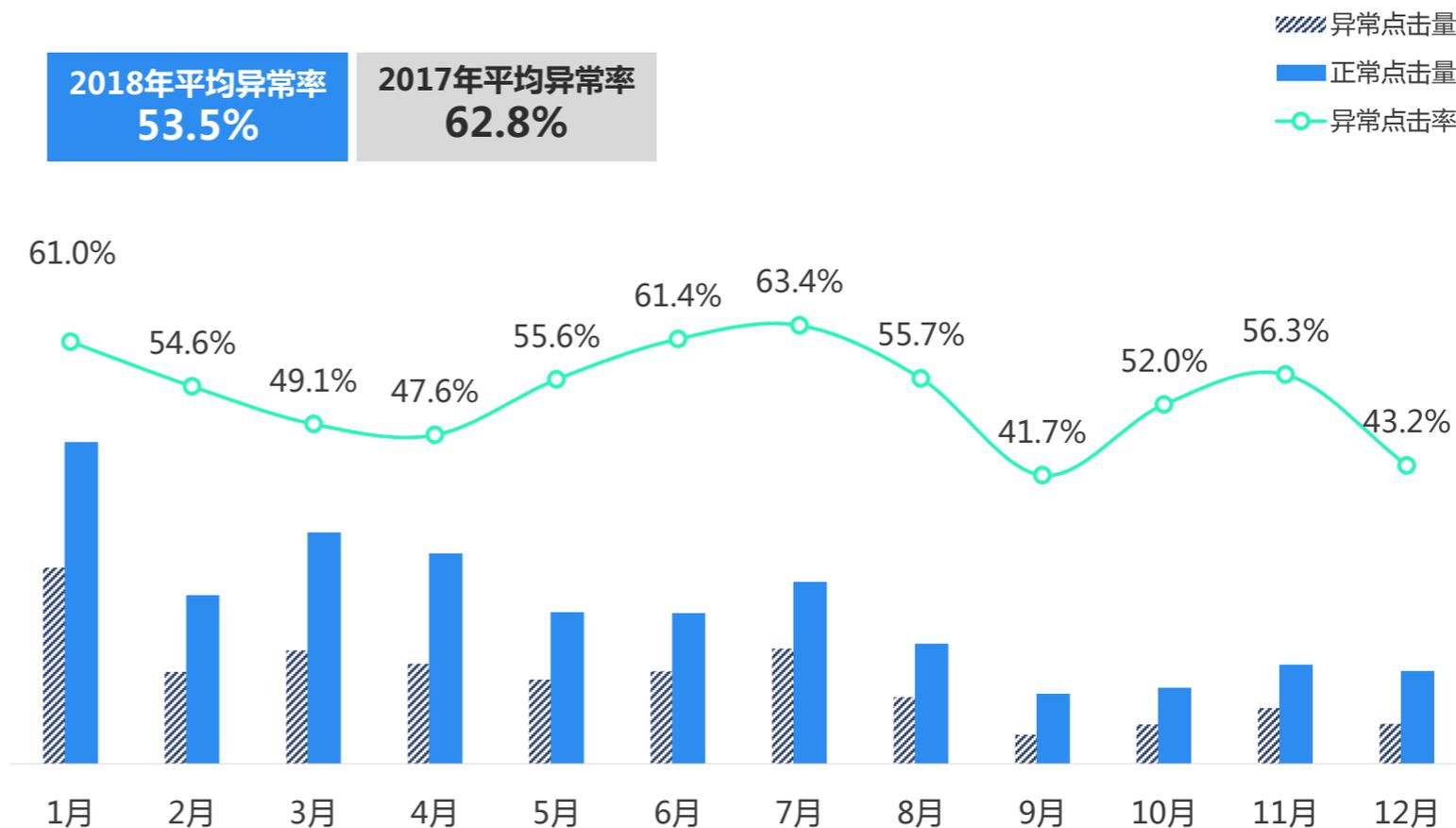
## 2018年移动效果广告点击量占比省份TOP10



# 移动效果广告点击量平均异常率同比下降，防作弊有助行业发展

2018年，移动效果广告平均异常点击率为53.5%，相比2017年的62.8%下降9.3个百分点，防作弊模型及算法帮助行业过滤异常点击，带动行业正向发展。

## 2018年移动效果广告异常点击量趋势



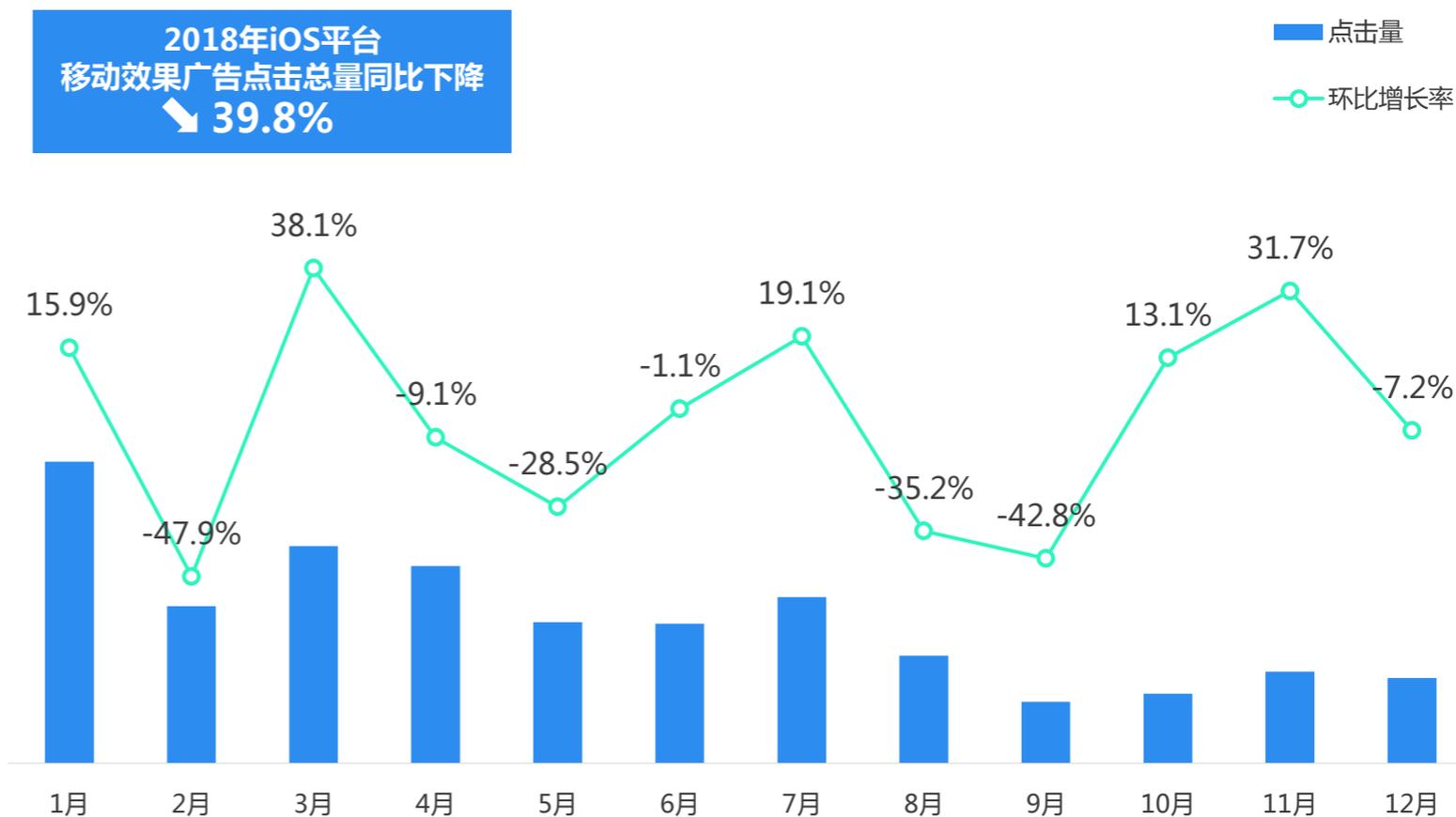
数据来源：TalkingData，2018年1-12月，全平台。

注：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等；点击量为拦截作弊流量后数据；异常点击率=全平台异常点击总量/全平台正常点击总量\*100%。

# iOS平台点击量呈阶梯式下滑，2018年点击总量同比下降39.8%

2018年年初期间由于受到大点击渠道影响，iOS平台移动效果广告点击量处于高位，随后总体点击量级呈下降态势。

## iOS平台 2018年1-12月移动效果广告点击量趋势

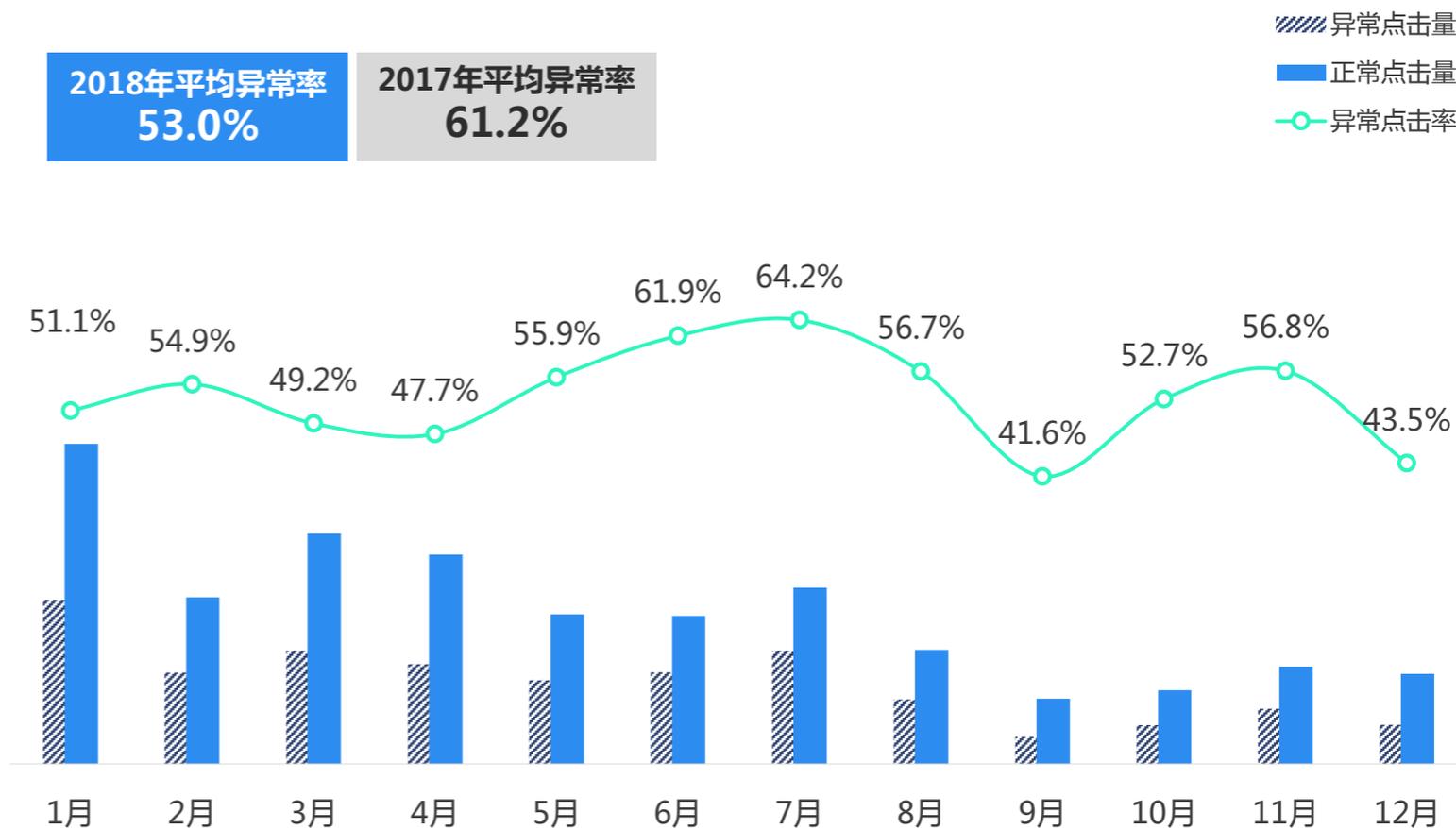


数据来源：TalkingData，2018年1-12月，iOS平台。  
注：点击量为拦截作弊流量后数据。

# 2018年iOS平台平均异常点击率有所下降，作弊行为受到遏制

2018年，iOS平台移动效果广告点击量平均异常率超过50%，相比2017年同期的61.2%呈下降趋势，刷量等作弊行为有所减少。

## iOS平台 2018年1-12月移动效果广告异常点击量趋势



数据来源：TalkingData，2018年1-12月，iOS平台。

注：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等；点击量为拦截作弊流量后数据；异常点击率=全平台异常点击总量/全平台正常点击总量\*100%。<sup>11</sup>

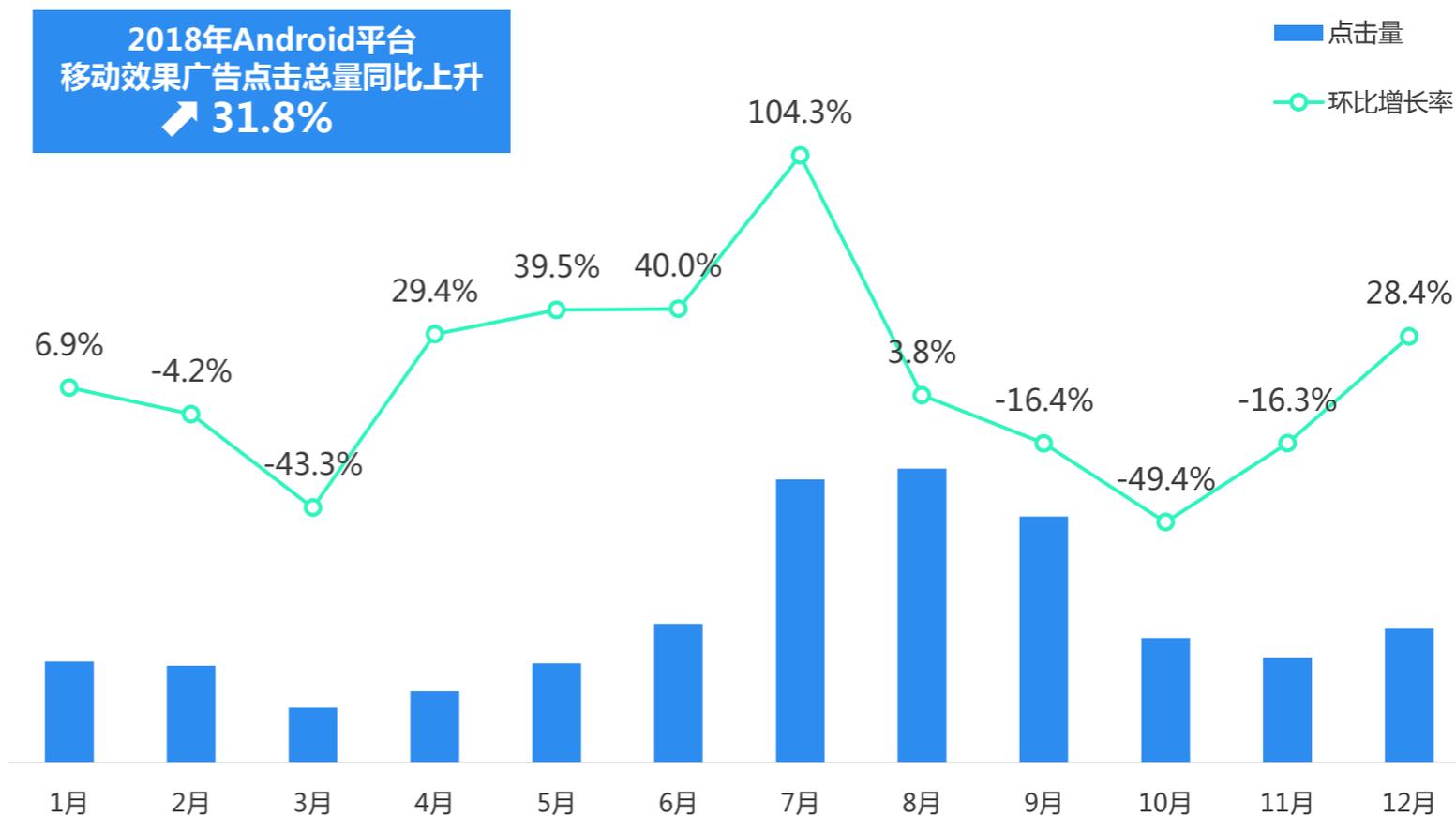
# Android平台全年点击量同比上升31.8%，暑期点击量增长显著

2018年Android平台移动效果广告点击量基本维持稳定态势，第三季度（7月、8月和9月）受暑期影响出现一个高峰期。

由于手机厂商拦截现象日趋严重，传统分包监测方式无法再准确统计推广效果，越来越多的广告主开始采用归因模型同步评估渠道推广效果，该现象导致Android平台点击变化与全平台相比出现反向增长。

*\*说明：传统分包监测未统计点击数据。*

## Android平台 2018年1-12月移动效果广告点击量趋势



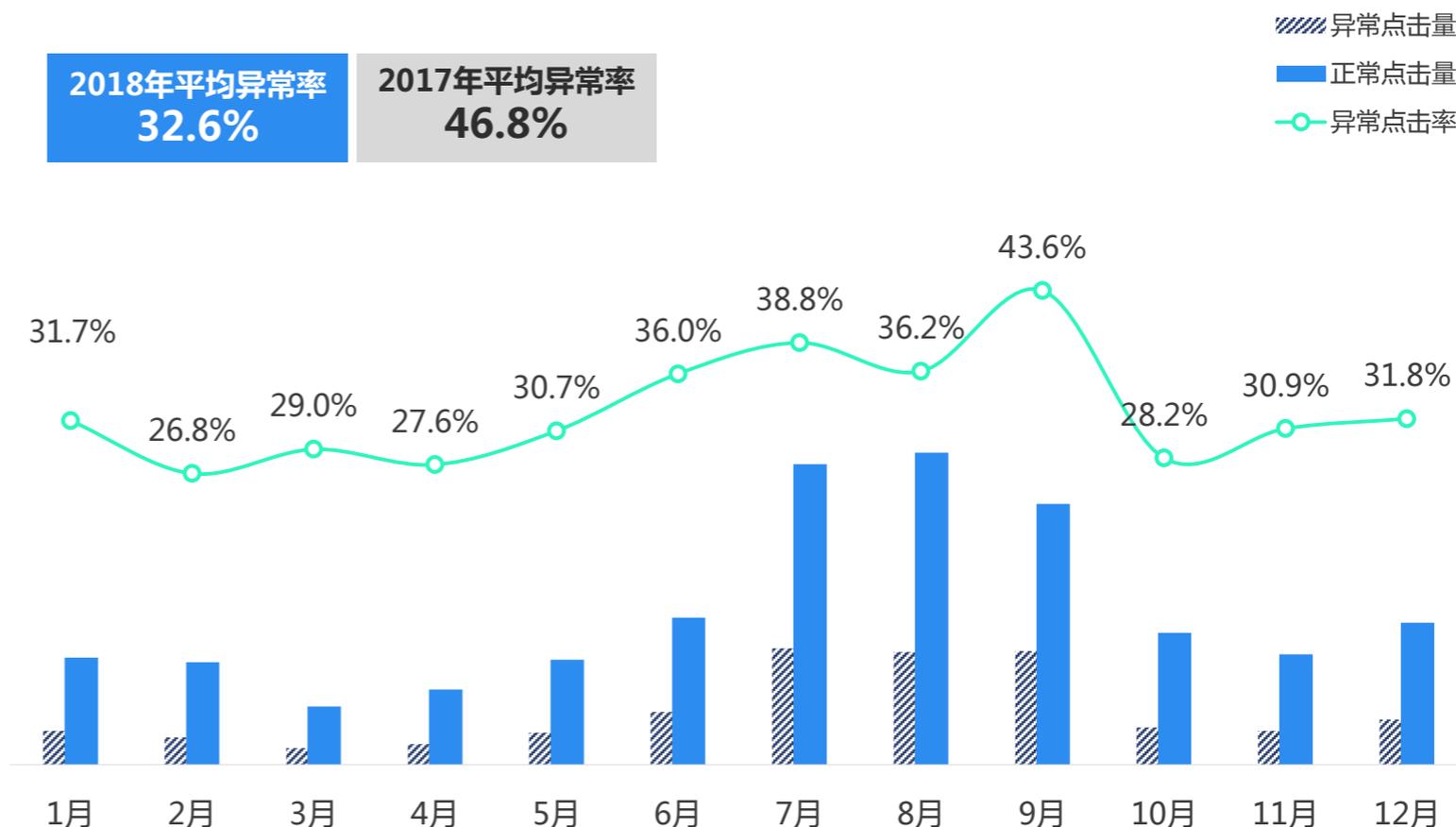
数据来源：TalkingData，2018年1-12月，Android平台。  
注：点击量为拦截作弊流量后数据。

# Android平台异常点击现象有所减少，平均异常率同比下降

2018年，Android平台移动效果广告点击量平均异常率超过30%，相比2017年同期降低14.2个百分点。

与Android平台2018年点击上涨趋势相反，平均异常率指标下降说明Android平台点击作弊情况好转，作弊行为被有效遏制。

## Android平台 2018年1-12月移动效果广告异常点击量趋势



数据来源：TalkingData，2018年1-12月，Android平台。

注：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等；点击量为拦截作弊流量后数据；异常率=全平台异常点击总量/全平台正常点击总量\*100%。

# 行业概览

点击趋势



行业趋势

# 2018年全平台移动效果广告推广激活量同比下降9.9%

2018年，全平台移动效果广告激活总量同比下降9.9%。

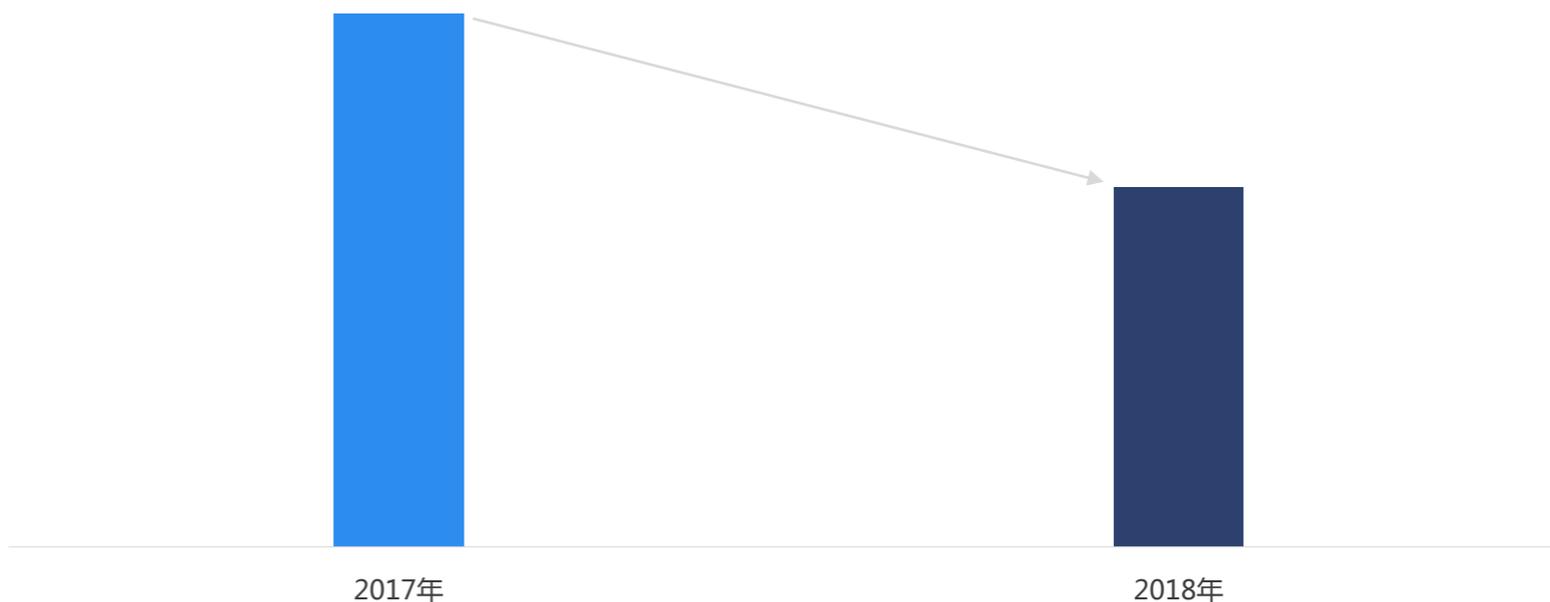
经过2017年的大量拉新投放，各行业几近饱和，2018年市场拉新难度不断攀升；同时，受投放市场缩水影响，点击量的大幅下降也对2018年推广激活量级造成一定程度影响。

## 2018年移动效果广告推广激活量同比下降

■ 2017年 ■ 2018年

全平台激活总量同比下降

**-9.9%**

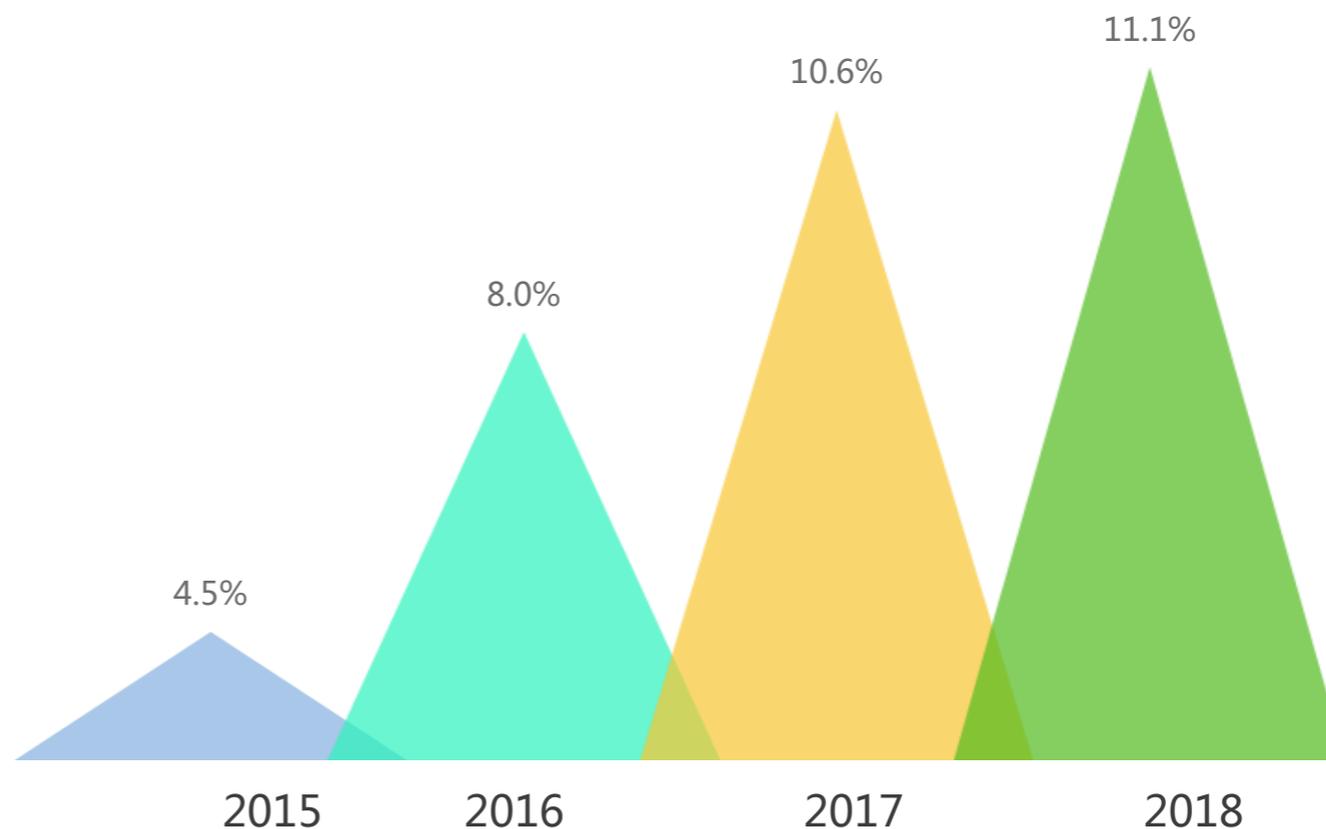


# 移动效果广告推广激活占比持续提升，2018年增幅有所放缓

2018年，推广激活占比延续增长态势，推广活动所带来的激活量在激活总量（推广激活+自然激活）中的占比提升为11.1%，同比2017年小幅增长。

受行业投放缩水影响，以及防作弊策略对抢占自然量的作弊手段的有效遏制，推广激活占比的增长幅度相比前两年明显减少。

2015年-2018年 移动效果广告推广激活占比趋势



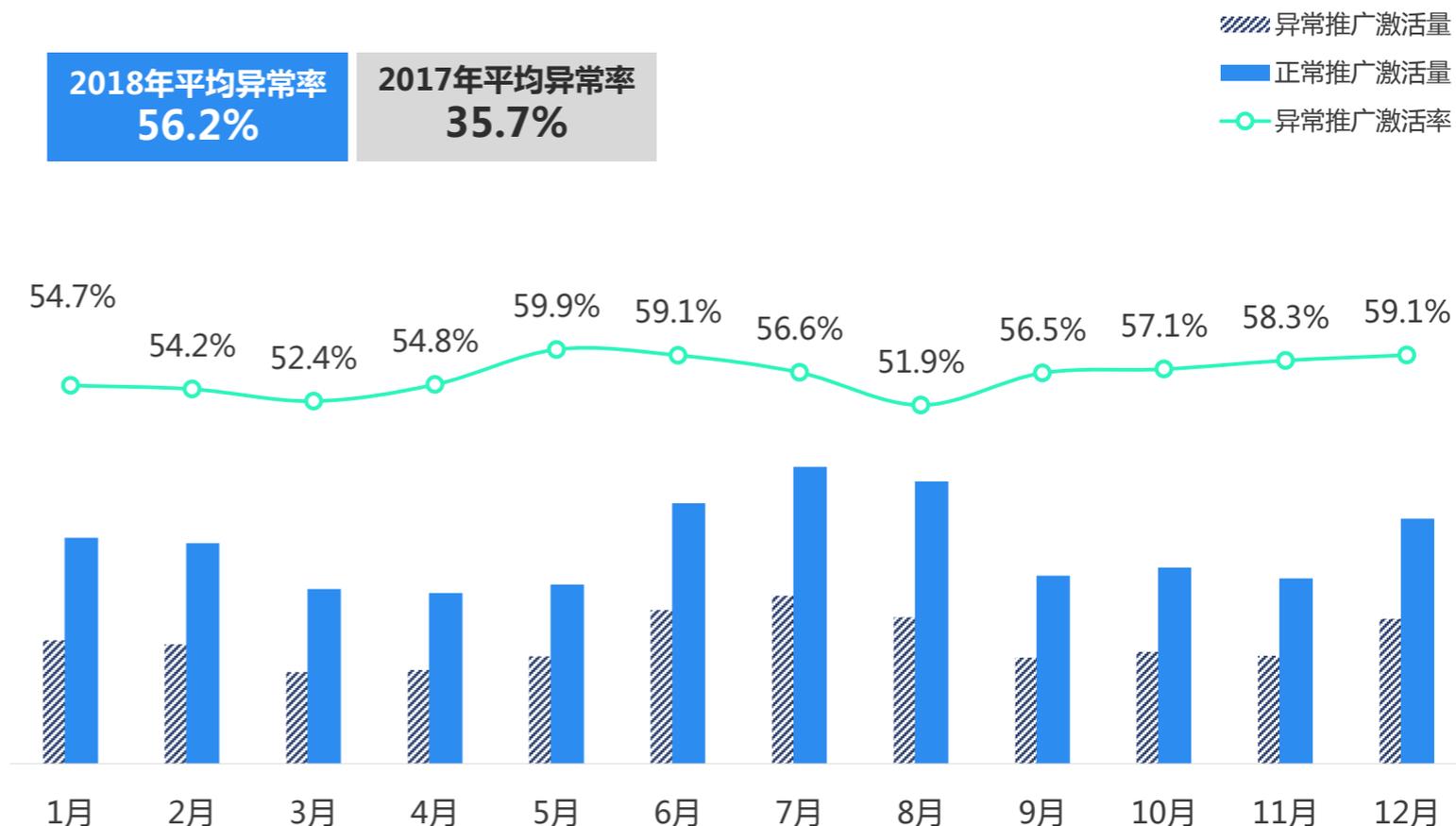
数据来源：TalkingData  
推广激活占比=推广激活量/(推广激活量+自然激活量)\*100%。

# 异常激活率同比增加，移动效果广告全年平均异常率超过50%

2018年移动效果广告的推广激活平均异常率水平相对维持在56.2%，同比2017年的平均异常率水平有所增长。

相较2017年，2018年防作弊模型及算法多次迭代，针对不同激活作弊手段的异常判定策略更加丰富、严格，更多的异常激活被有效识别，结果导致异常推广激活率出现增长现象。

## 2018年移动效果广告异常推广激活量趋势

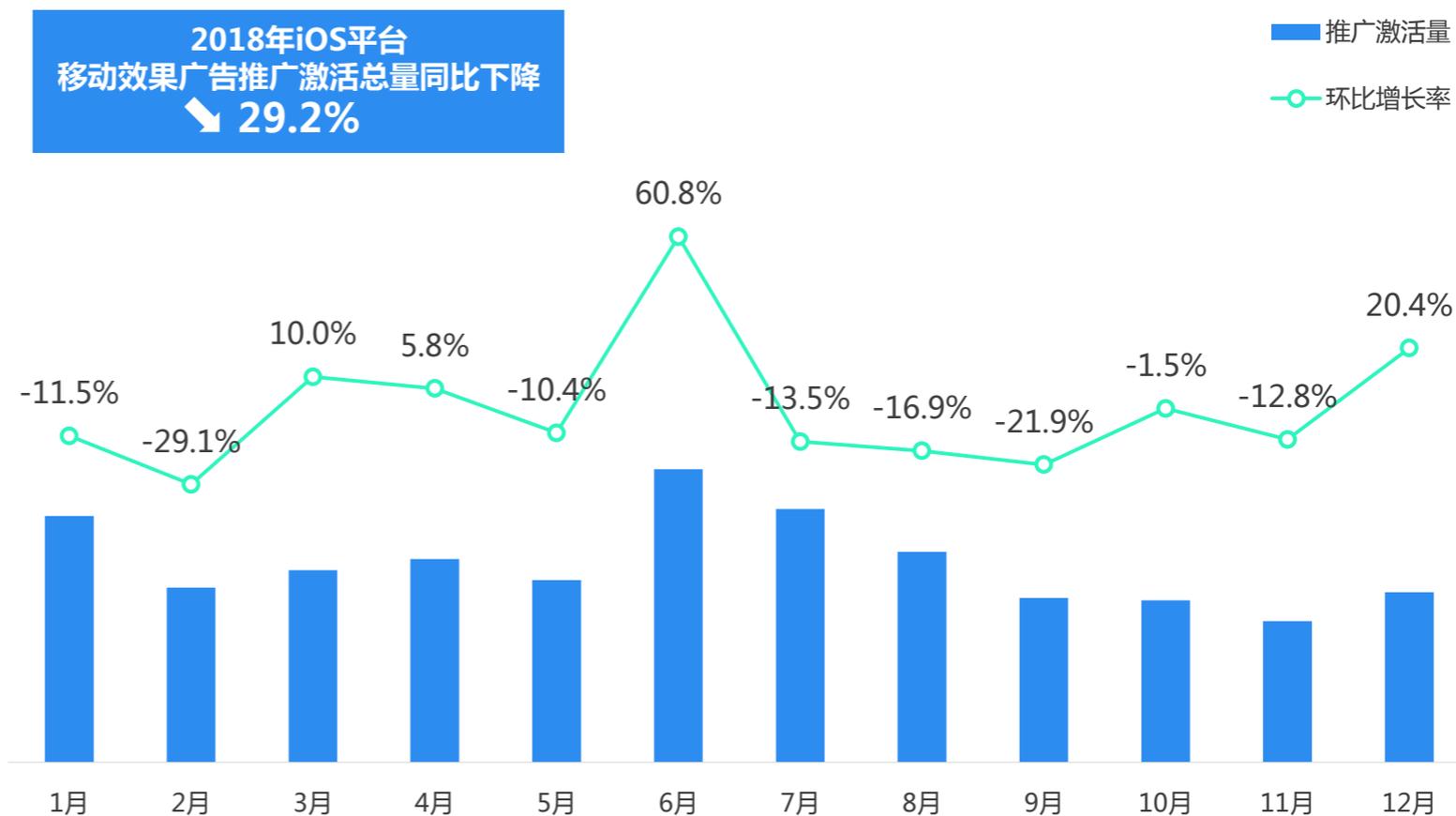


数据来源：TalkingData，2018年1-12月，全平台。  
注：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等；推广激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活；异常推广激活率=全平台异常推广激活总量/全平台正常推广激活总量\*100%。<sup>17</sup>

# iOS推广激活量稳中有跌，2018年推广激活总量同比下跌29.2%

2018年iOS平台移动效果广告推广激活总量同比下降29.2%，iOS平台移动效果广告推广激活量全年呈稳中有降趋势。

## iOS平台 2018年1-12月移动效果广告推广激活量趋势

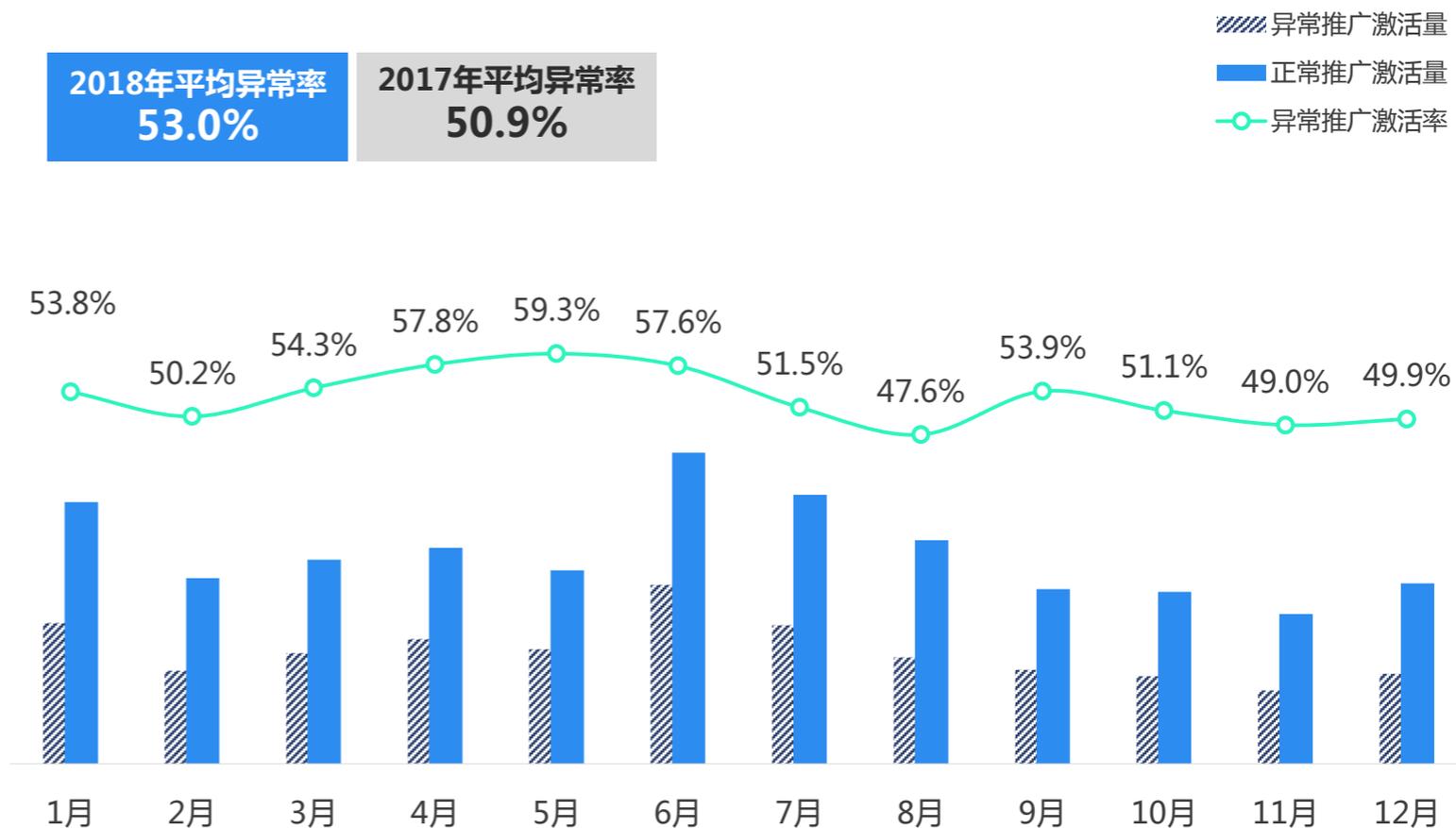


数据来源：TalkingData，2018年1-12月，iOS平台。  
注：推广激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活。

# iOS平台异常激活现象有所增加，2018年平均异常率达到53.0%

2018年，iOS平台移动效果广告异常推广激活率达到53.0%，相比2017年有所扩大。

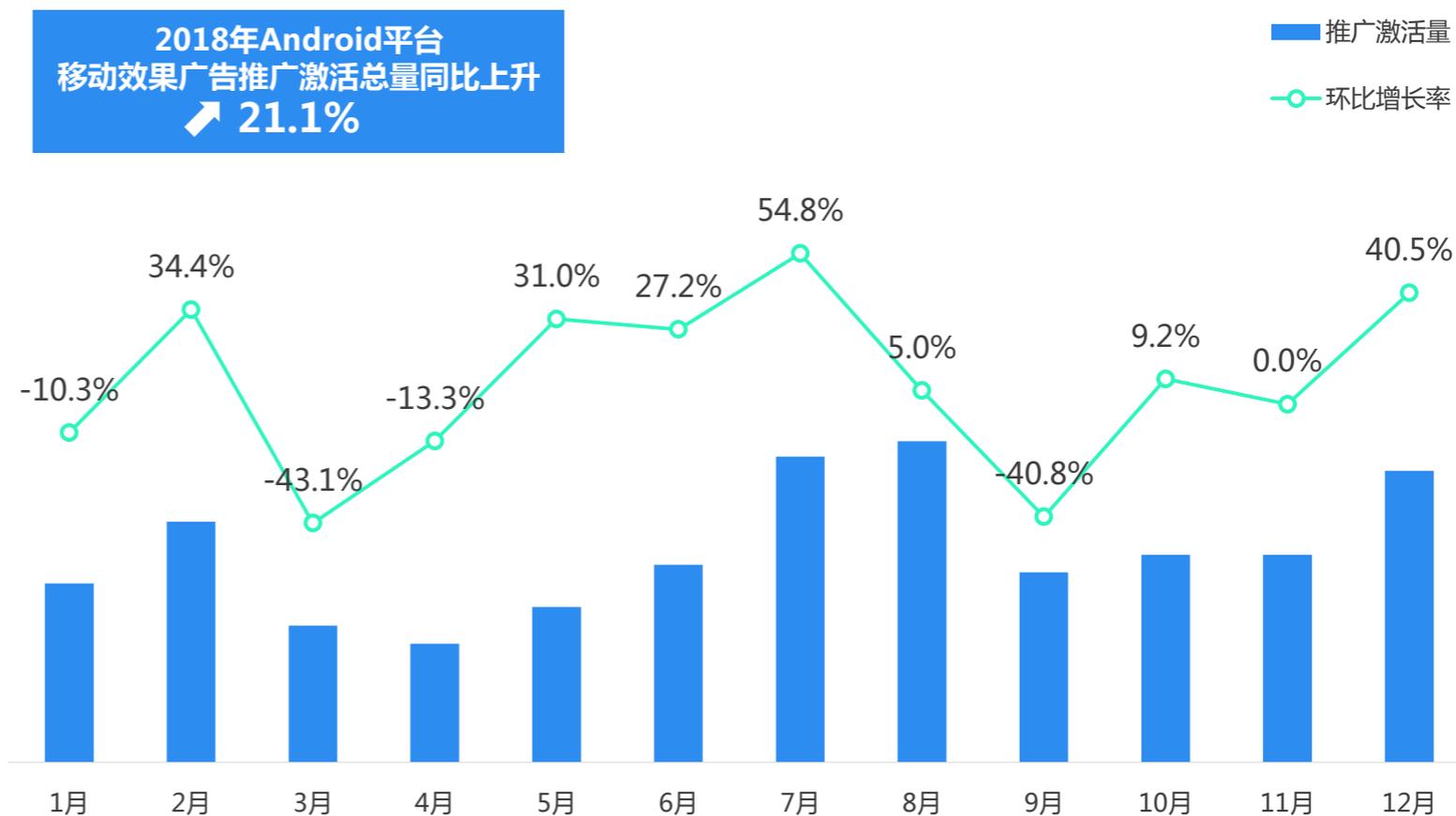
## iOS平台 2018年1-12月移动效果广告异常推广激活量趋势



# Android平台推广激活稳中有增，2018年推广激活量同比增长

由于较多受到广告主投放力度因素影响，2018年Android平台移动效果广告推广激活量出现波动情况，暑期涨势明显。

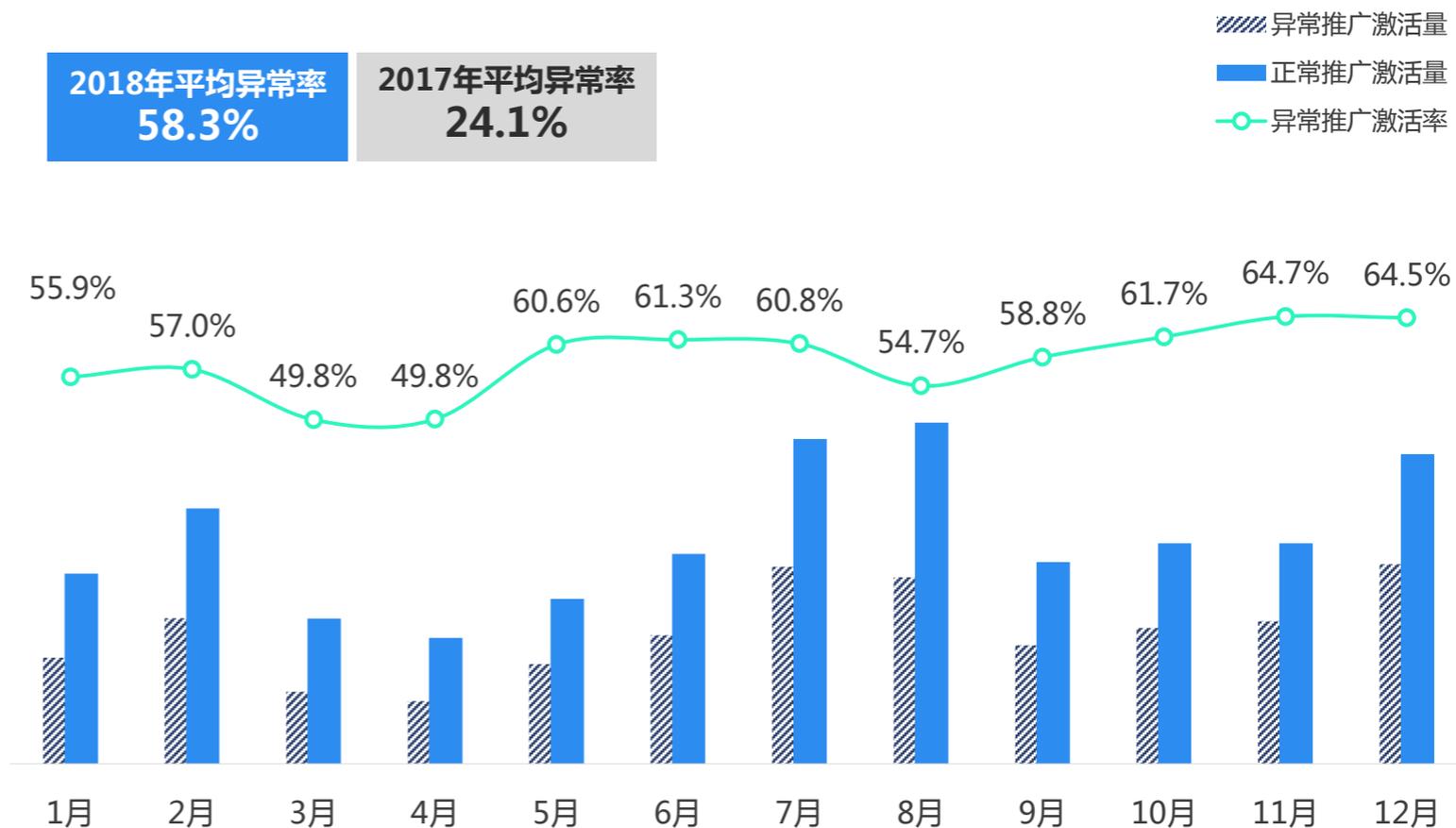
## Android平台 2018年1-12月移动效果广告推广激活量趋势



# Android平台异常推广激活率在2018下半年有所上涨

2018年，Android平台移动效果广告异常推广激活率整体平稳，异常激活现象在下半年有所增加。

## Android平台 2018年1-12月移动效果广告异常推广激活量趋势



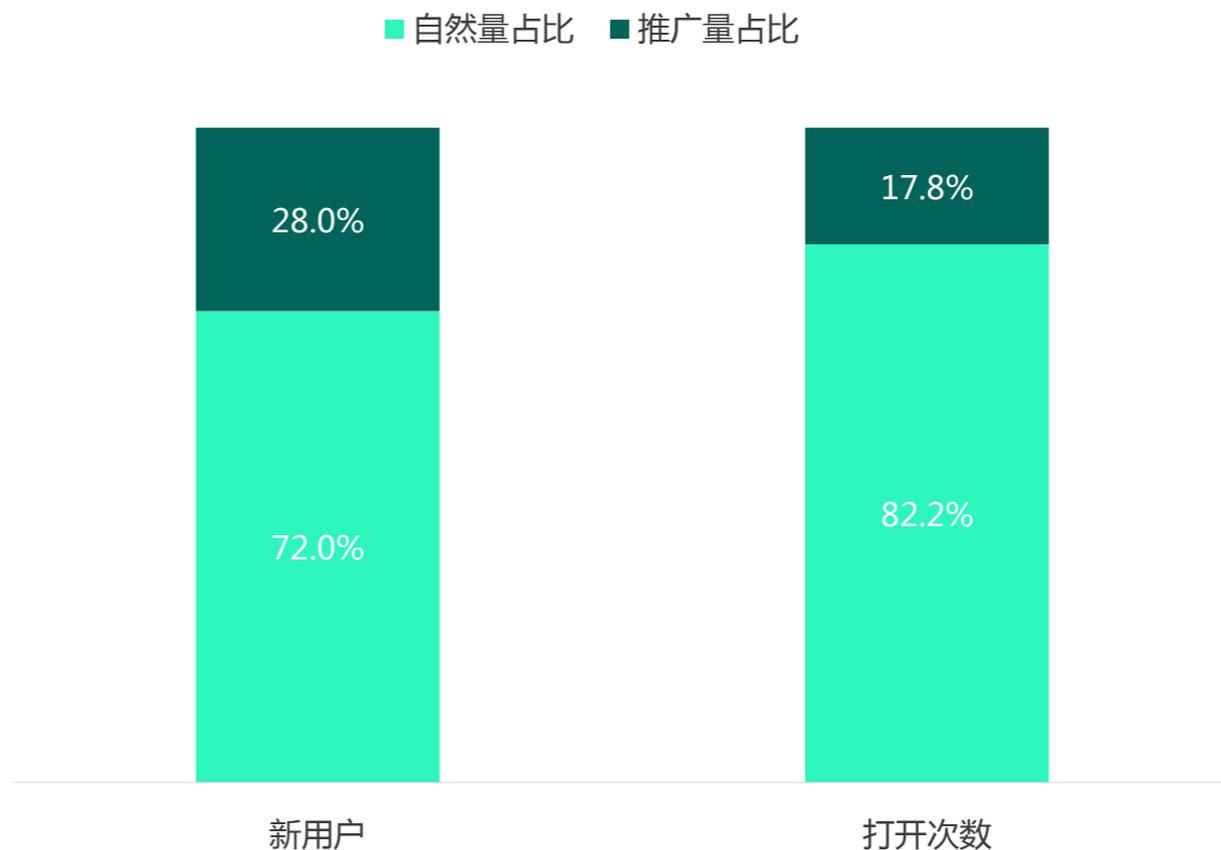
数据来源：TalkingData，2018年1-12月，Android平台。

注：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等；推广激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活；异常推广激活率 = Android平台异常推广激活总量 / Android平台正常推广激活总量 \* 100%。<sup>21</sup>

# 小程序广告行业处于起步阶段，整体以市场运营自然量为主

2018年，小程序广告推广中，新用户中自然量占比达到72.0%，打开次数中自然量占比达到82.2%，说明小程序市场目前主要以自然量占比为主，小程序广告推广处于初级阶段，现阶段小程序广告市场依然以市场运营获得自然量为主。

## 2018年小程序广告推广量和自然量占比



# 行业概览

点击趋势

激活趋势

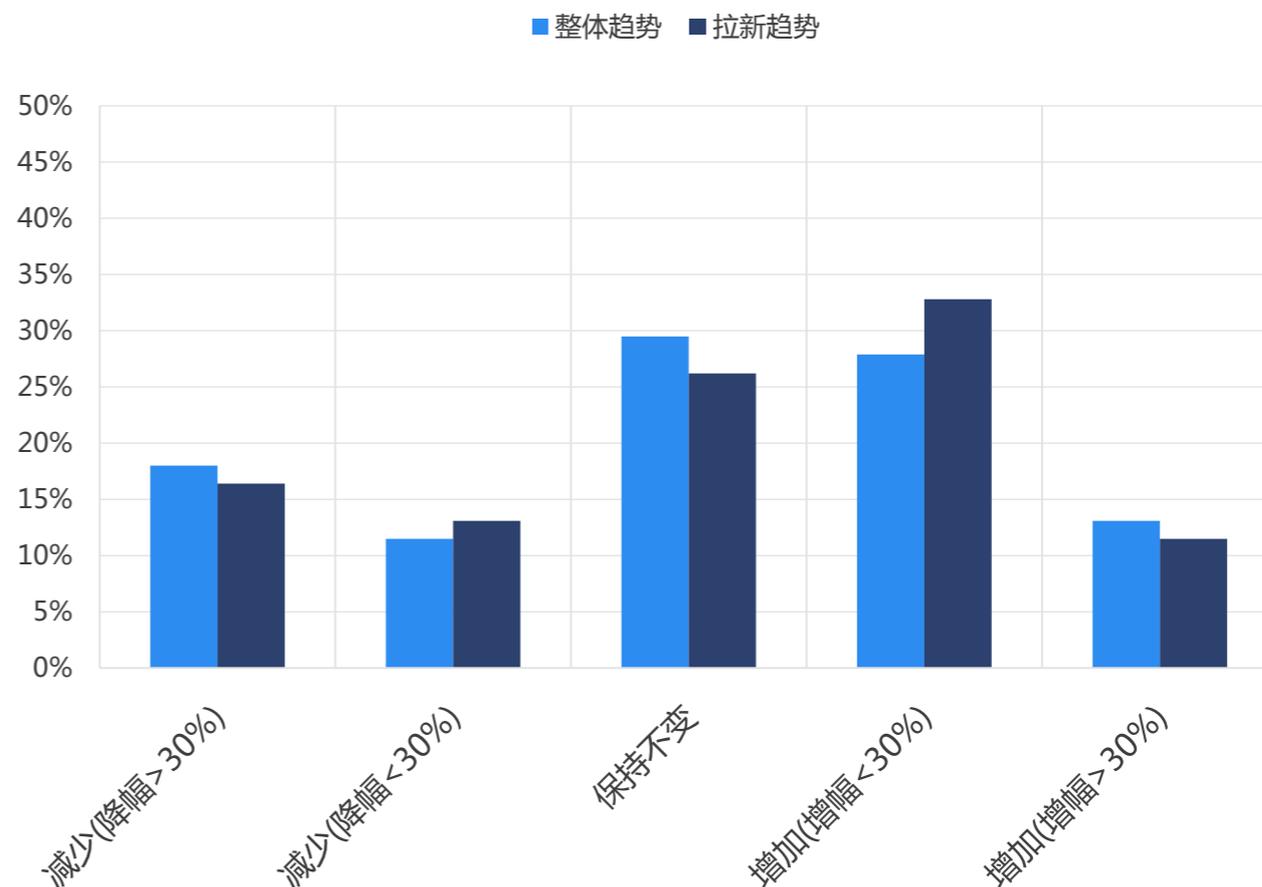


# 2019年互联网行业 市场营销行业趋势总结 (调研)

# 近3成推广预算处于30%以内增幅，未来营销推广态势稳中有增

综合来看，2019年互联网行业关于营销推广事宜仍旧持积极乐观态度，行业整体及拉新方面增加30%以内预算的比例分别为27.9%和32.8%，而延续2018年策略的则分别为29.5%和26.2%。

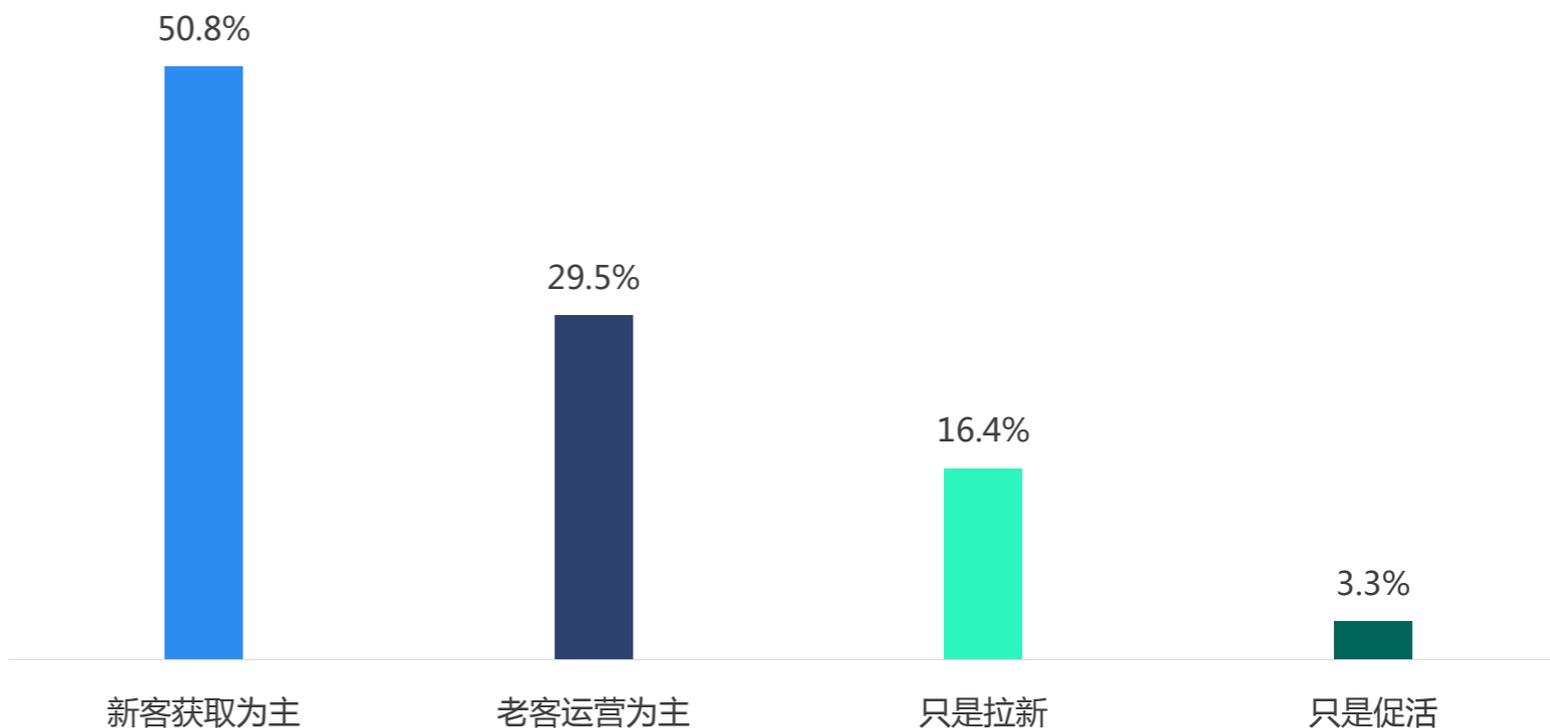
## 2019年营销推广之预算增减趋势



# 未来市场推广基调主要是新客获取和老客运营，目标不再单一

2019年，互联网行业市场营销推广将不再单纯聚焦拉新或促活，50.8%的广告主将以“新客获取”为主，29.5%的广告主会辅以“老客运营”，可见2019年营销推广将会灵活对待新客和老客的关系，使新客获取与老客运营作为两架马车，协同推进营销推广事业发展。

## 2019年推广目标之拉新与促活

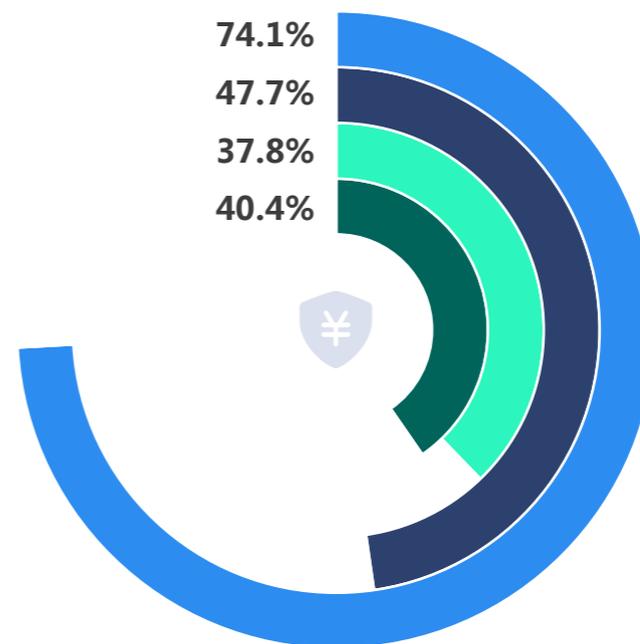


# 移动平台是推广预算主阵地，PC平台、线下渠道和OTT作为辅助

从各平台的推广预算分配偏好度看，移动平台仍旧对推广预算具有绝对话语权，但是OTT平台和线下渠道亦在逐渐完善，吸引广告主尝试，而PC平台也没有被市场完全抛弃。

## 2019年推广预算之平台分配偏好度

■ 移动平台 ■ PC平台 ■ OTT平台 ■ 线下渠道



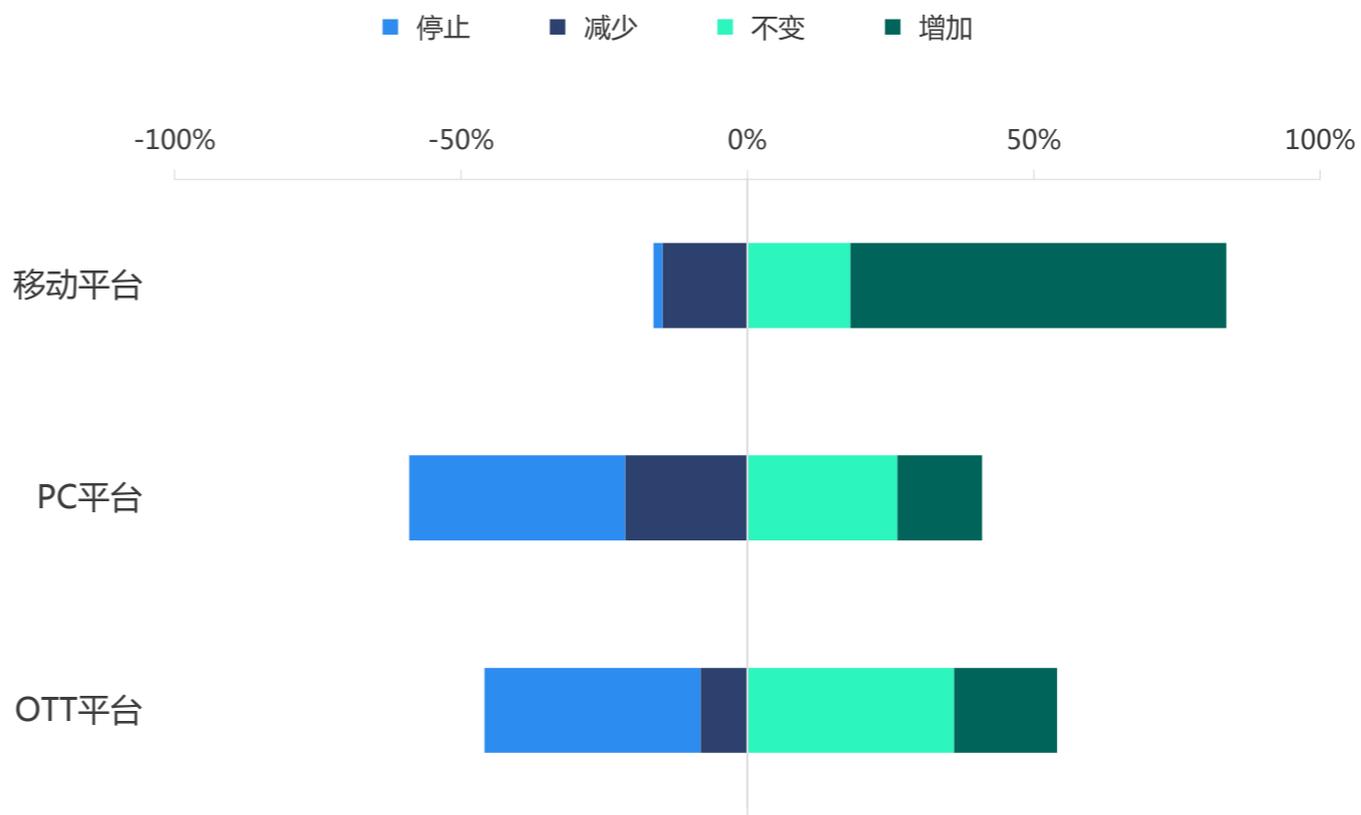
# 移动平台和OTT平台获市场认可，未来推广预算稳中有增

从2019年推广预算的平台分配趋势看，移动平台占据推广预算增幅首席，超过6成的广告主将加大对移动平台投入力度。

PC平台吸引力继续下降，21.3%的广告主将减少对PC平台投放，37.7%的广告主甚至将会停止对PC平台投放。

OTT作为近年新兴平台，其市场价值逐渐受到行业重视，36.1%的广告主将继续坚持对OTT平台的投放策略，18.0%的广告主则会强化对OTT平台的投放计划。

## 2019年推广预算之平台分配趋势

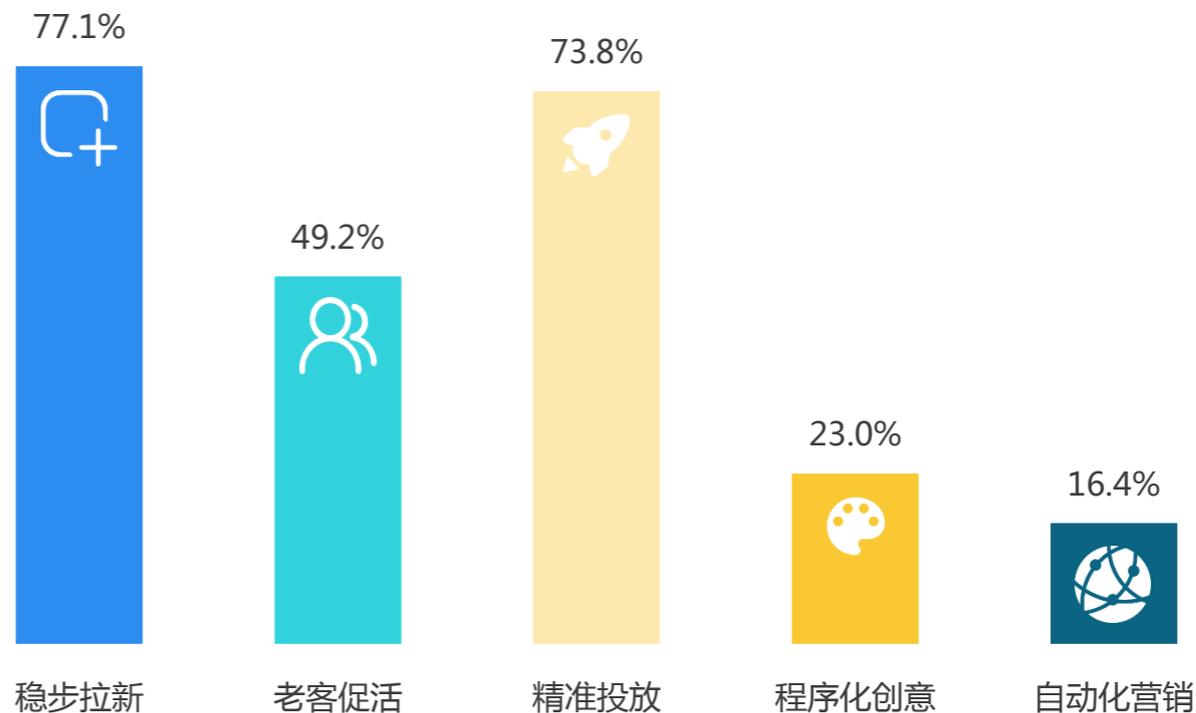


# 70%以上推广人员看好精准投放技术，拉新仍是推广的主要目的

2019年，在营销策略上，77.1%的广告主将会坚持“稳步拉新”的市场策略，同时近50%的广告主亦将会重点关注老客促活；

在技术选择上，7成以上的广告主相信“精准投放”能够产生良好营销效果，而对程序化创意和自动化营销的关心程度则相对较低，态度较为审慎或者悲观。

## 2019年推广预算之营销策略/技术选择



# 2

## 2018移动广告行业榜单

- 移动广告网络TOP 20
- 行业渠道综合实力TOP 10

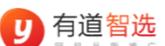


## 2018移动广告行业榜单

### • 移动广告网络TOP 20

- 点击量TOP 20
- 激活量TOP 20
- 最受欢迎TOP 20
- 综合实力TOP 20

# 移动广告网络-点击量TOP20

排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		超级粉丝通	6		爱奇艺	11		百度DSP	16		百度联盟
2		今日头条	7		微信MP	12		品友互动	17		阿里汇川
3		Google Ads	8		快手	13		InMobi	18		腾讯视频
4		凤凰凤羽	9		百度原生信息流	14		有道智选	19		多盟
5		腾讯社交广告	10		知乎	15		360点睛实效平台	20		懂球帝

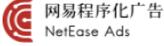
# 移动广告网络-激活量TOP20

排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		今日头条	6		微信MP	11		百度联盟	16		bilibili 信息流
2		腾讯社交广告	7		360点睛实效平台	12		多盟	17		网易云音乐
3		Google Ads	8		美图效果营销	13		快手	18		InMobi
4		百度原生信息流	9		有道智选	14		知乎	19		爱奇艺
5		超级粉丝通	10		阿里汇川	15		有米	20		腾讯视频

# 移动广告网络-最受欢迎TOP20

排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		今日头条	6		有道智选	11		懂球帝	16		网易云音乐
2		爱奇艺	7		凤凰凤羽	12		陌陌原生广告平台	17		百度DSP
3		百度原生信息流	8		微信MP	13		bilibili信息流	18		知乎
4		超级粉丝通	9		网易程序化广告	14		新浪扶翼	19		多盟
5		阿里汇川	10		腾讯社交广告	15		快手	20		美图效果营销

# 移动广告网络-综合实力TOP20

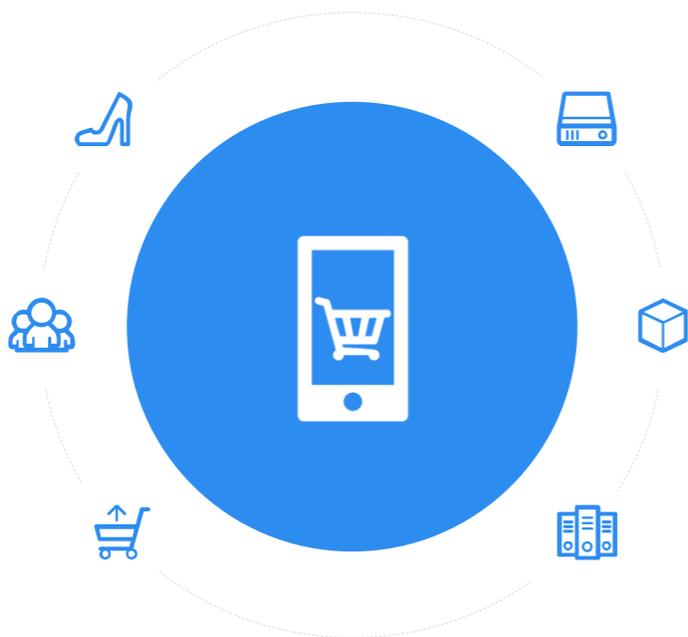
排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		腾讯社交广告	6		Google Ads	11		360点睛实效平台	16		百度联盟
2		今日头条	7		有道智选	12		百度DSP	17		多盟
3		超级粉丝通	8		阿里汇川	13		知乎	18		网易程序化广告
4		百度原生信息流	9		爱奇艺	14		快手	19		懂球帝
5		微信MP	10		凤凰凤羽	15		bilibili信息流	20		InMobi

## 2018移动广告行业榜单

- 行业渠道综合实力 TOP 10

- 移动电商
- 移动游戏
- 金融理财

# 移动电商行业广告-投放渠道综合实力TOP10



排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		腾讯社交广告	6		Google Ads
2		今日头条	7		有道智选
3		快手	8		腾讯视频
4		超级粉丝通	9		360点睛实效平台
5		百度原生信息流	10		百度DSP

# 移动游戏行业广告-投放渠道综合实力TOP10



排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		今日头条	6		百度联盟
2		腾讯社交广告	7		阿里汇川
3		Google Ads	8		快手
4		360点睛实效平台	9		bilibili 信息流
5		百度原生信息流	10		超级粉丝通

# 金融理财行业广告-投放渠道综合实力TOP10



排名	图标	名称	排名	图标	名称
1		腾讯社交广告	6		知乎
2		今日头条	7		百度原生信息流
3		微信MP	8		阿里汇川
4		360点睛实效平台	9		快手
5		Google Ads	10		陌陌原生广告平台

# 报告说明

- **数据来源**
- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 市场调研、公开资料整理等。
- **数据周期**
- 2017年1月-2018年12月
- **概念定义**
- **点击量**：用户点击广告的行为次数，报告中涉及的点击量为拦截作弊流量后的数据结果；
- **激活量**：首次下载并启动应用的设备数，其中，推广激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活；
- **异常的判定策略**：是指通过包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等做出的判定结果。



# 关于TalkingData

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的第三方数据智能服务商。TalkingData秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，围绕SmartDP（TalkingData数据中台）构建“连接、安全、共享”的数据智能应用生态，致力于帮助商业企业和现代社会实现以数据为驱动力的智能化转型。

作为一家技术型创业公司，TalkingData重点投入大数据、人工智能技术的探索与演进，并与全球顶尖科研机构和创新团队合作，实现国际前沿技术在国内丰富场景上的落地应用。TalkingData提出“成效合作伙伴”模式，并凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，帮助企业从数据中获取商业价值，已在加速金融、零售、互联网、智慧城市等众多行业和领域数字化进程的实践中积累了丰富经验。



TalkingData

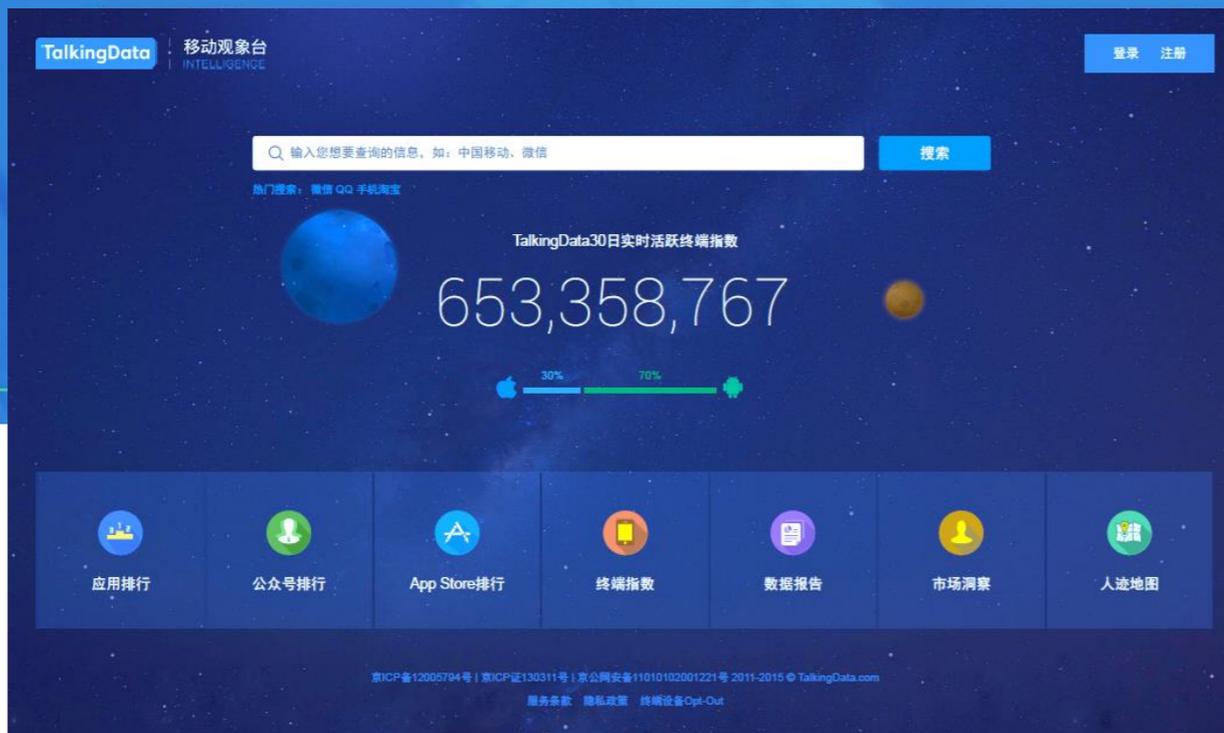
# 移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com



移动观象台



# 移动观象台

## 纵览行业数据 解析移动趋势

mi.talkingdata.com



扫码访问 移动观象台

### 应用排名

提供全平台（Android+iOS）应用排行，呈现热门应用和领域，帮助用户洞悉市场与人群

### 数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析

### 公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行

### 市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度

### 微博影响力

通过对微博帐号的粉丝数、发博数、转评度等数据综合计算，提供微博综合影响力排行

### 终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



# 谢谢!

