

2019中国互联网广告流量报告

2020年1月

秒针系统&明略科技泛媒体行业研究

© 2006-2019 明略科技 版权所有

数据说明

Miaozhen
Systems

- 数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
- 数据范围：
 - 广告行业/品牌范围：
 - ✓ 基于互联网广告所有行业/品牌数据
 - ✓ 18个行业大类，3600+个品牌
 - 媒体范围：
 - ✓ 基于PC、Mobile、NEW TV 3个终端
 - ✓ 24个媒体大类，1200+个媒体
 - 广告范围：
 - ✓ 可通过加码监测，实现技术量化追踪的广告
 - ✓ 不含软文、植入广告、KOL、直播等各种形式的内容营销
 - ✓ 不含不可通过第三方监测的硬广
- 数据指标：曝光指数，将广告曝光量指数化，友好展示格局与趋势
- 报告出品：秒针系统、明略科技泛媒体行业研究

© 2006-2019 明略科技 版权所有

1

- 2017年-2019年，中国互联网广告流量整体下滑。2018年开始，增速放缓，趋于平稳。2019年，流量首次同比下降。
- 2017年-2019年，PC端广告流量持续下降，NEW TV广告逐渐增加。2019年，NEW TV广告流量份额与PC端持平，移动端广告流量首次同比减少。移动端流量的小幅下滑和PC端流量的加剧下降是整体广告流量同比下滑的主要原因，NEW TV广告流量的增长减缓了整体下降速度。
- 2019年，中国互联网广告Top10行业流量份额达到94.6%，相比2018年增加2.9个百分点，头部行业份额增加。流量Top20品牌流量份额增加，品牌集中度呈现提升趋势，其广告流量也同比增加。
- 2019年，移动端的广告流量同比下降7.4%。移动端广告流量以视频服务和综合资讯为主，其中视频服务类媒体占58.6%，同比小幅下降，综合资讯的广告流量同比增加10.9%。按照媒体小类细分，在线视频、新闻资讯和短视频的广告流量共同占据移动端广告流量72.2%的份额，在线视频广告流量同比下降21.3%，新闻资讯广告流量同比增加19.6%，短视频广告流量同比增幅达到314.1%。
- 2019年，NEW TV广告流量同比增加18.7%。NEW TV广告流量来源以视频服务和硬件厂商为主，视频服务流量同比增加17.6%，值得关注的是，硬件厂商的广告流量同比快速增加，同比增幅达到42.7%。

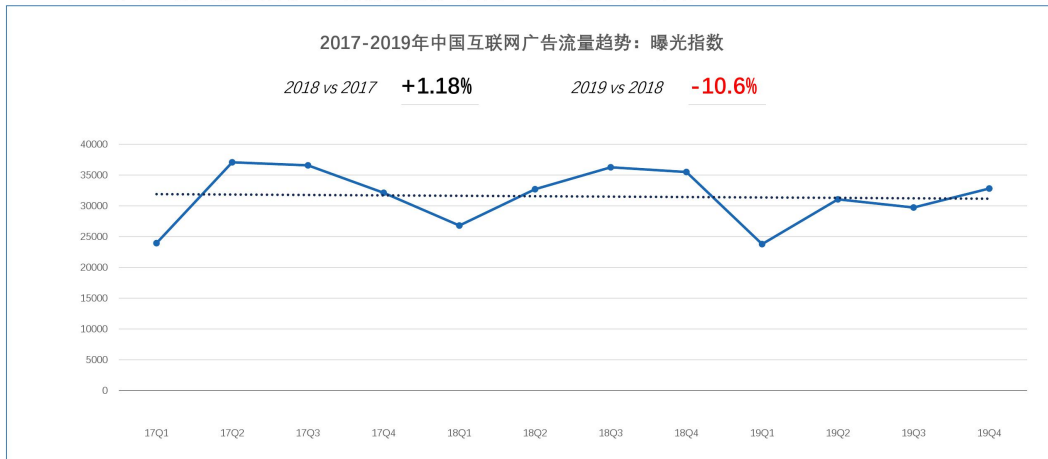


市场总览

中国互联网广告流量趋势



- 2017年-2019年，中国互联网广告流量整体下滑。2018年开始，增速放缓，趋于平稳。2019年，流量首次呈现下降趋势。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV洞察系统
数据周期：2017.1.1-2017.12.31, 2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

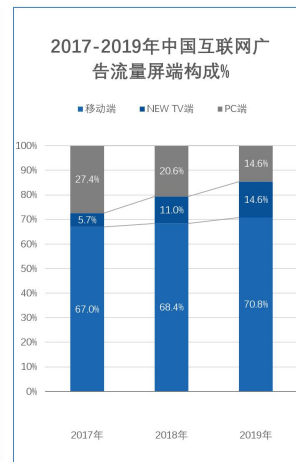
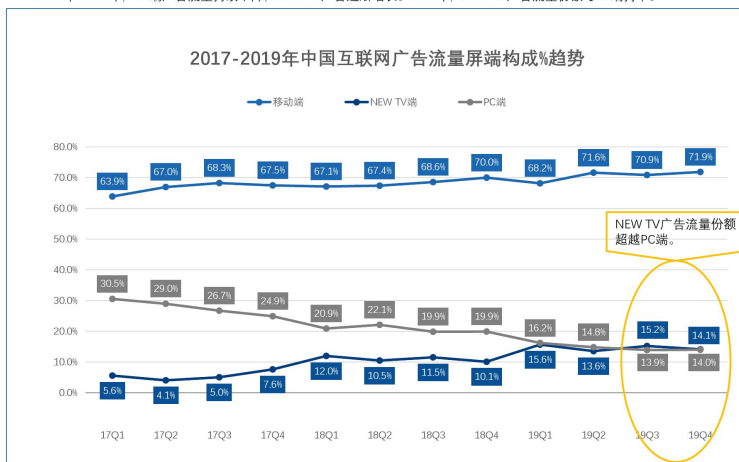
© 2006-2019 明略科技 版权所有

4

中国互联网广告流量屏端格局趋势



- 2017年-2019年，PC端广告流量持续下降，NEW TV广告逐渐增长。2019年，NEW TV广告流量份额与PC端持平。



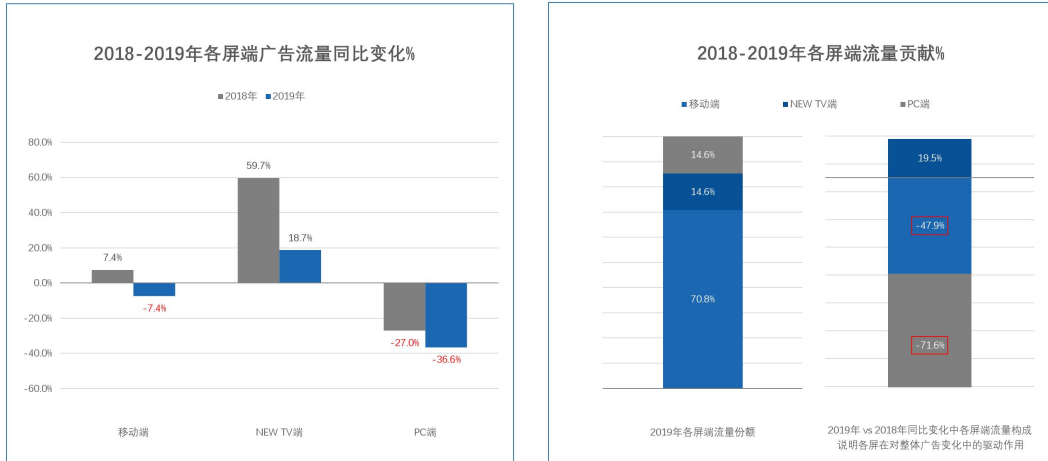
数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV洞察系统
数据周期：2017.1.1-2017.12.31, 2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

© 2006-2019 明略科技 版权所有

5

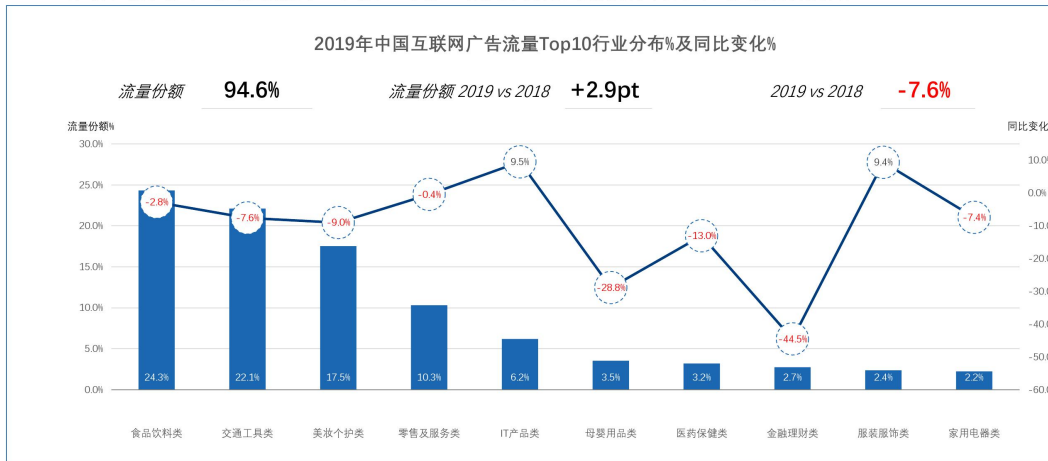
中国互联网广告流量屏端格局趋势

- 2019年，移动端广告流量首次同比减少。移动端流量的小幅下滑和PC端流量的加剧下降是整体广告流量同比下滑的主要原因，NEW TV广告流量的增长减缓了整体下降速度。



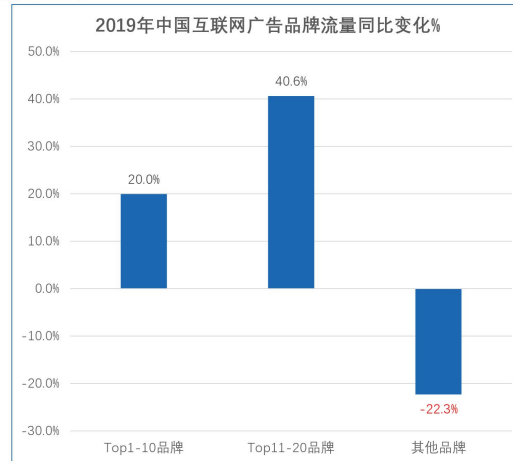
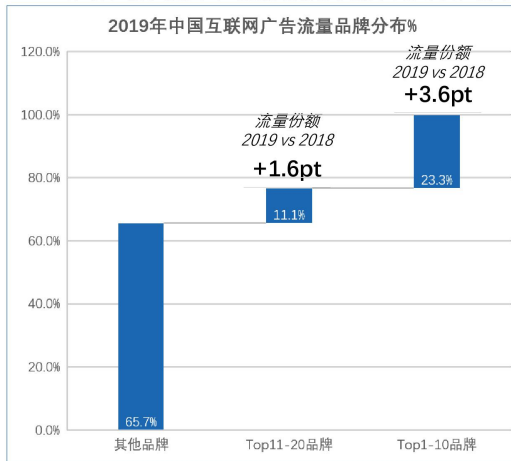
中国互联网广告流量行业构成

- 2019年，中国互联网广告Top10行业流量份额达到94.6%，相比2018年增加2.9个百分点，头部行业份额同比增加，同时Top10行业流量总体同比下降7.6%。



中国互联网广告流量品牌构成

- 2019年，中国互联网广告流量Top20品牌流量份额增加，品牌集中度呈现提升趋势，其广告流量也同比增加。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——SOV洞察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额2019 vs 2018=2019年Top品牌流量总份额/2018年Top品牌流量总份额

© 2006-2019 明略科技 版权所有

8



移动互联网广告

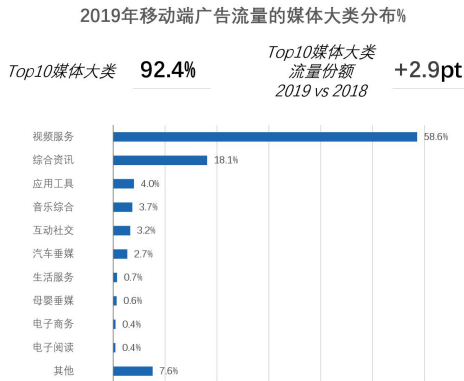
© 2006-2019 明略科技 版权所有

9

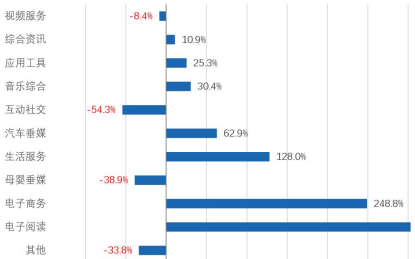
移动端广告媒体大类格局及趋势



• 2019年，移动端的广告流量以视频服务和综合资讯为主，其中视频服务类媒体占58.6%，同比小幅下降，综合资讯的广告流量同比增加10.9%。



2019年移动端各媒体大类广告流量同比变化%

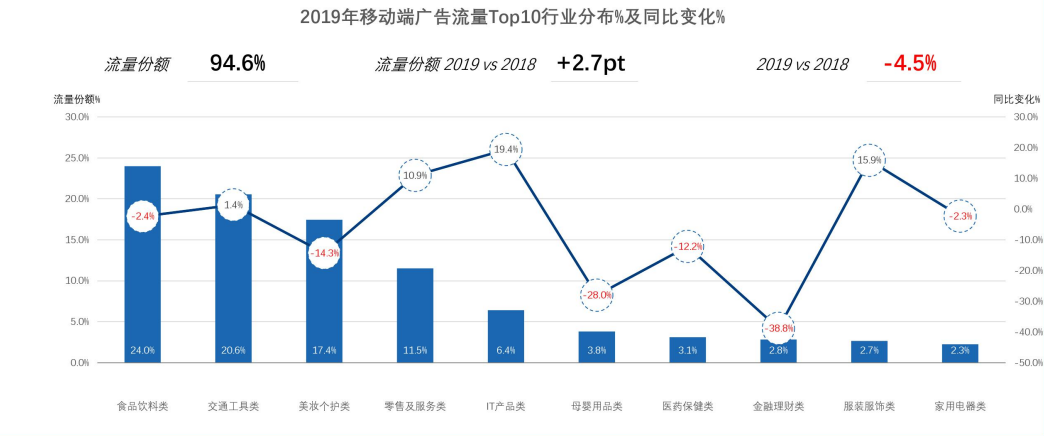


数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期：2018.1.1-2018.12.31,2019.1.1-2019.12.31

移动端广告流量行业构成



• 2019年，移动端广告Top10行业流量份额达到94.6%，相比2018年增加2.7个百分点，行业集中度提升，同时Top10行业流量总体同比下降4.5%。

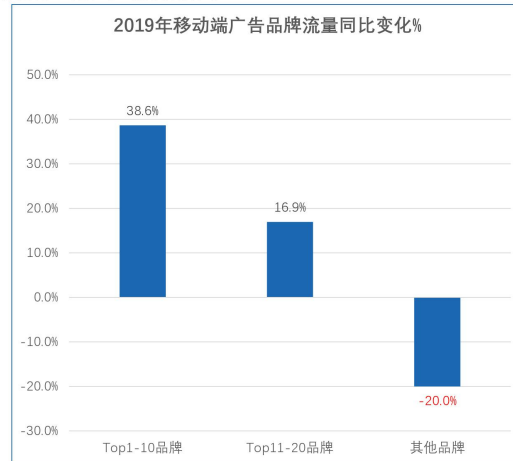
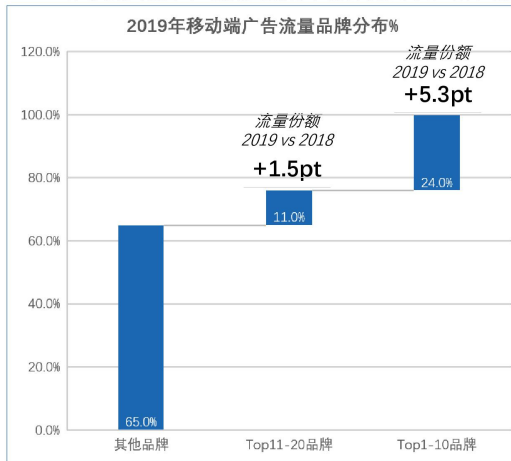


数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期：2018.1.1-2018.12.31,2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额-2018年Top10行业流量总份额

移动端广告流量品牌构成

- 2019年，移动端广告流量Top20品牌流量份额增加，品牌集中度呈现提升趋势，广告流量的同比增加主要由Top20品牌的增投带动。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——iSOV明察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

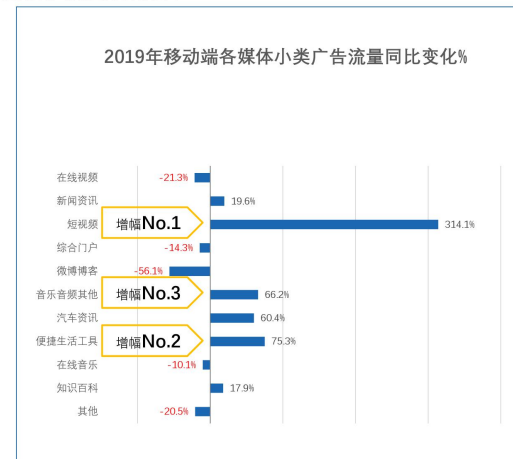
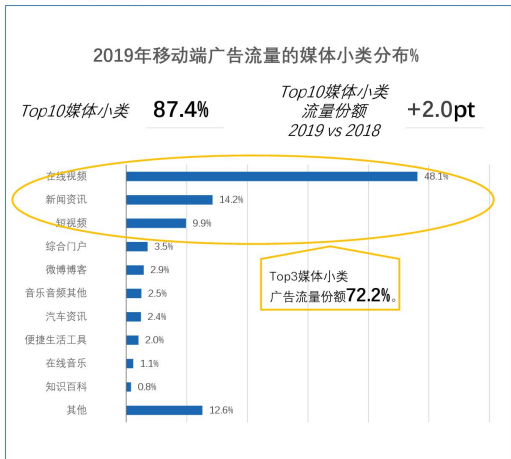
数据说明：流量份额2019 vs 2018, 2019年Top品牌流量各份额, 2018年Top品牌流量各份额

© 2006-2019 明略科技 版权所有

12

移动端广告媒体小类格局及趋势

- 2019年，移动端的广告流量中，在线视频、新闻资讯和短视频共同占据72.2%的份额，其中短视频的广告流量同比增幅达到314.1%。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——iSOV明察系统

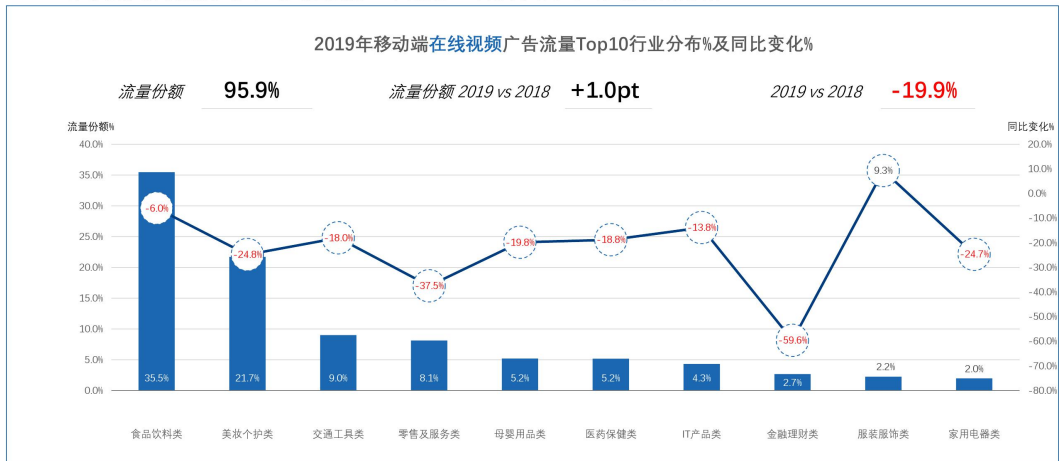
数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

© 2006-2019 明略科技 版权所有

13

移动端Top3媒体小类——在线视频广告流量行业构成

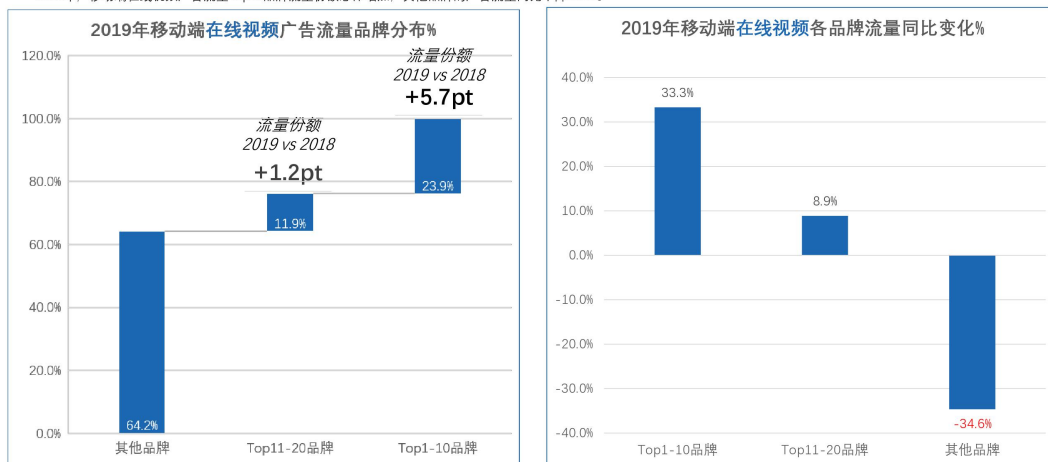
- 2019年，移动端在线视频媒体的广告Top10行业流量份额为95.9%，同比增加1.0个百分点，同时Top10行业流量总体同比下降19.9%。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额-2018年Top10行业流量总份额

移动端Top3媒体小类——在线视频广告流量品牌构成

- 2019年，移动端在线视频广告流量Top20品牌流量份额总体增加，其他品牌的广告流量同比下降34.6%。

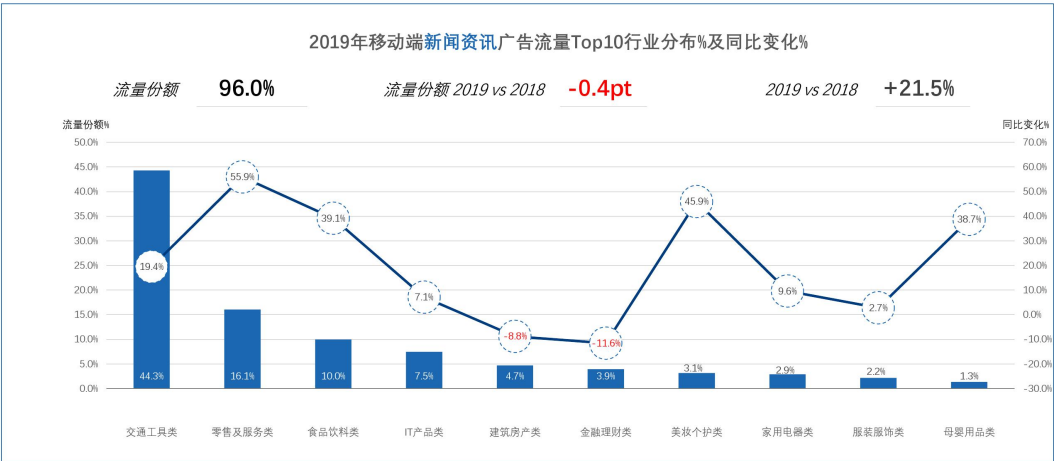


数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top品牌流量总份额-2018年Top品牌流量总份额

移动端Top3媒体小类——新闻资讯广告流量行业构成



- 2019年，移动端新闻资讯媒体的广告Top10行业流量份额为96.0%，同比下降0.4个百分点，同时Top10行业流量总体同比增加21.5%。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额-2018年Top10行业流量总份额

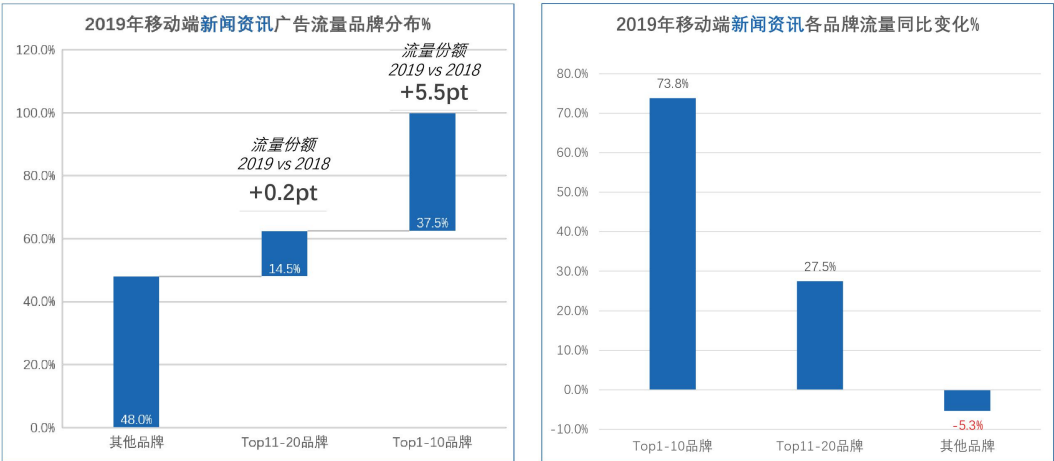
© 2006-2019 明略科技 版权所有

16

移动端Top3媒体小类——新闻资讯广告流量品牌构成



- 2019年，移动端新闻资讯广告流量Top20品牌进一步提升，广告流量的同比增加主要由Top10品牌的增投带动。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top20品牌流量总份额-2018年Top20品牌流量总份额

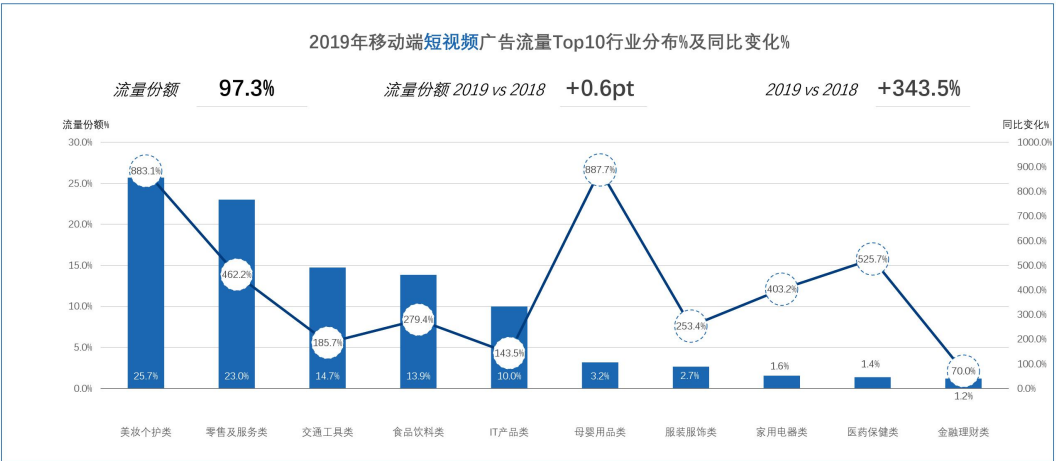
© 2006-2019 明略科技 版权所有

17

移动端Top3/增幅Top3媒体小类——短视频广告流量行业构成



2019年，移动端短视频媒体作为数字营销的新兴媒体，其广告Top10行业流量份额为97.3%，同时Top10行业流量总体同比增加343.5%。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——SOV洞察系统
数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额-2018年Top10行业流量总份额

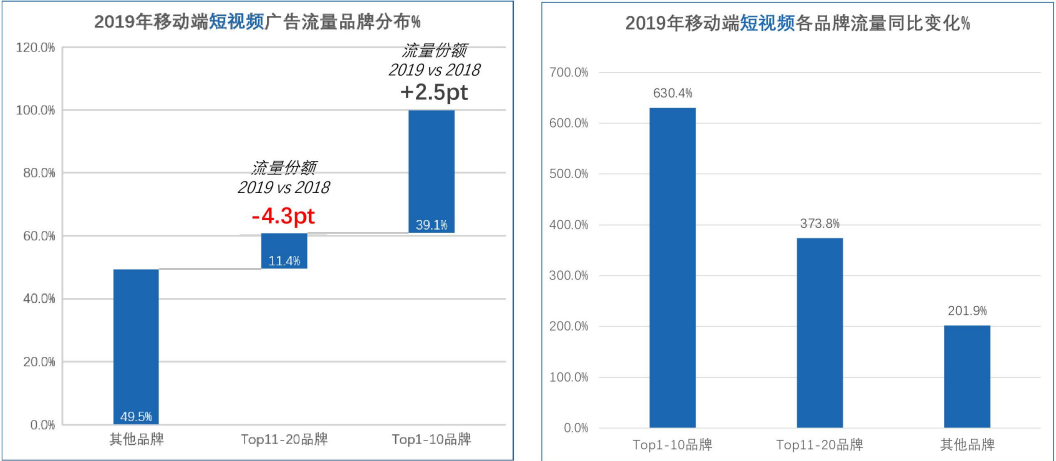
© 2006-2019 明略科技 版权所有

18

移动端Top3/增幅Top3媒体小类——短视频广告流量品牌构成



2019年，移动端短视频广告流量Top10品牌份额增加，Top11-20品牌份额下降，Top10品牌广告流量剧烈增长。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——SOV洞察系统
数据周期：2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明：流量份额 2019 vs 2018=2019年Top品牌流量总份额-2018年Top品牌流量总份额

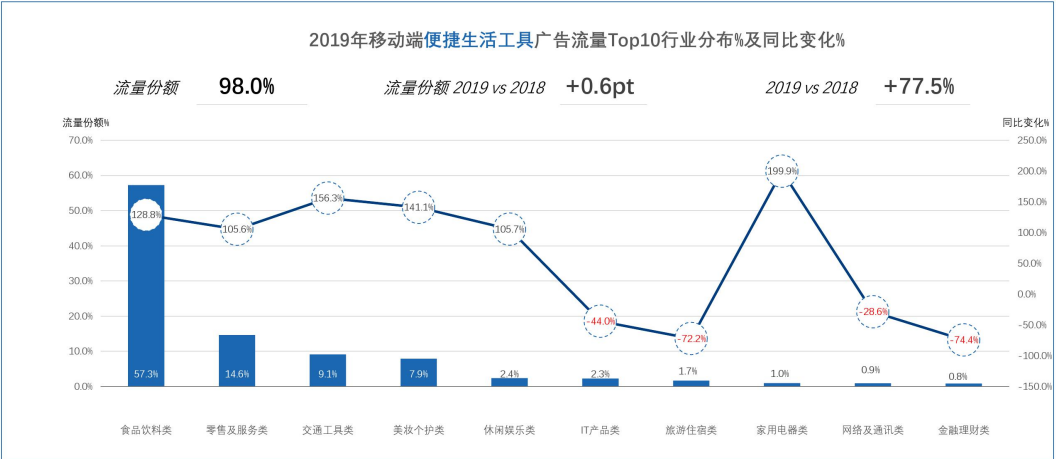
© 2006-2019 明略科技 版权所有

19

移动端增幅Top3媒体小类——便捷生活工具广告流量行业构成



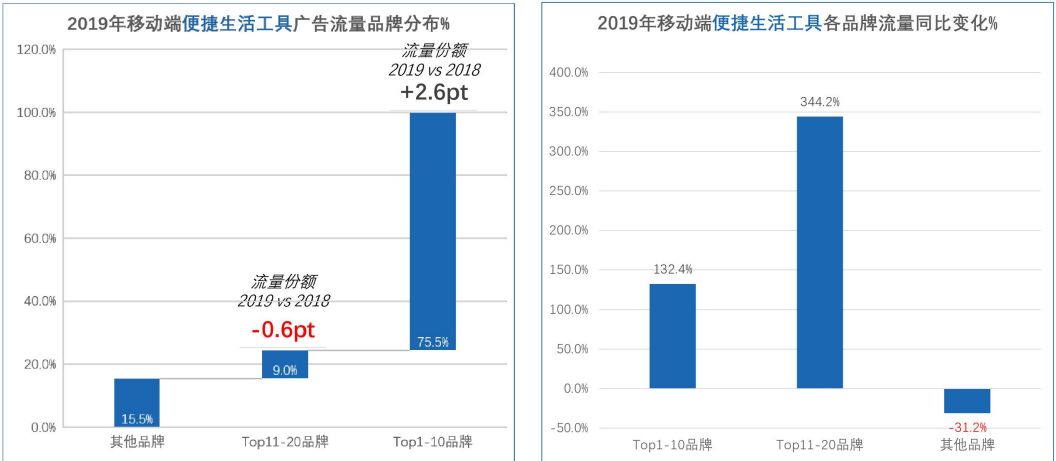
- 2019年，移动端便捷生活工具媒体广告Top10行业流量份额为98.0%，同时Top10行业流量总体同比增加77.5%。



移动端增幅Top3媒体小类——便捷生活工具广告流量品牌构成



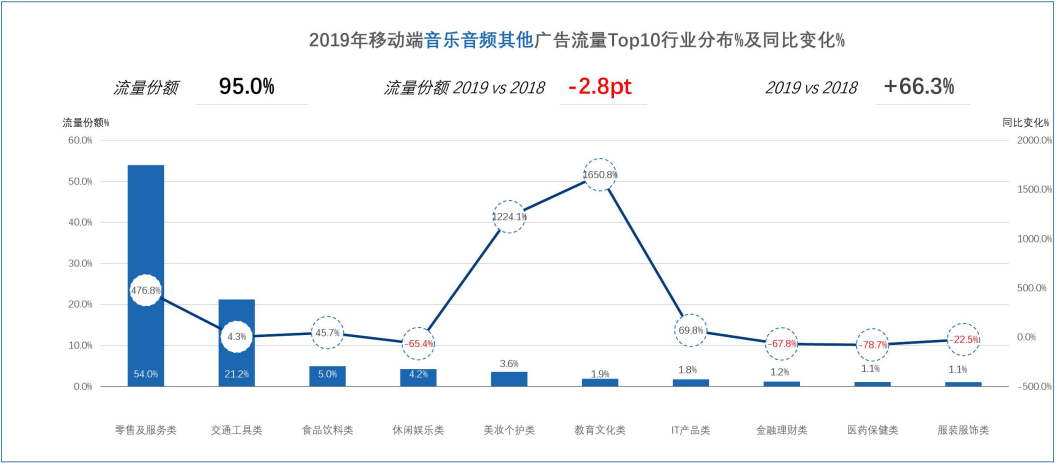
- 2019年，移动端便捷生活工具广告流量Top10品牌流量份额增加，Top20品牌广告流量剧烈增长，该类型媒体的广告流量主要由Top20品牌增投带动。



移动端增幅Top3媒体小类——音乐音频其他广告流量行业构成



- 2019年，移动端音乐音频其他类媒体，其广告Top10行业流量份额为95.0%，Top10行业流量总体同比增加66.3%。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31/2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018-2019年Top10行业流量总份额，2018年Top10行业流量总份额

音乐音频其他类媒体，包括：喜马拉雅、懒人听书等数字音频内容类APP

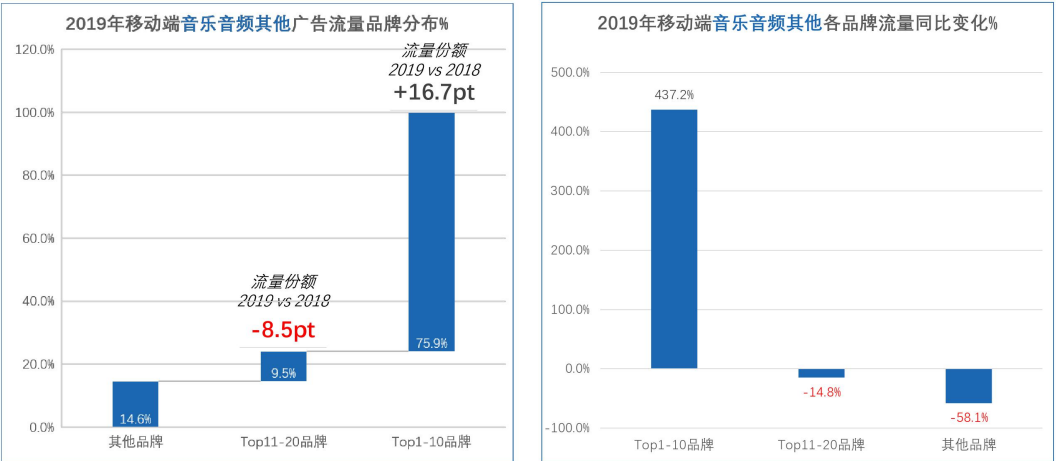
© 2006-2019 明略科技 版权所有

22

移动端增幅Top3媒体小类——音乐音频其他广告流量品牌构成



- 2019年，移动端音乐音频其他广告流量的Top10品牌总份额更加吃重，这些品牌的大幅增投驱动该媒体类型的广告流量快速增加。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31/2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018-2019年Top10品牌流量总份额，2018年Top10品牌流量总份额

音乐音频其他类媒体，包括：喜马拉雅、懒人听书等数字音频内容类APP

© 2006-2019 明略科技 版权所有

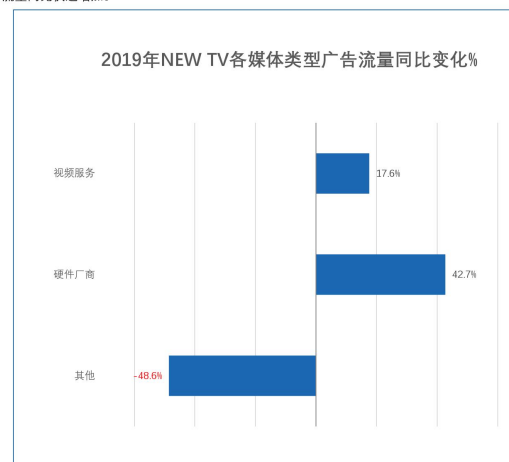
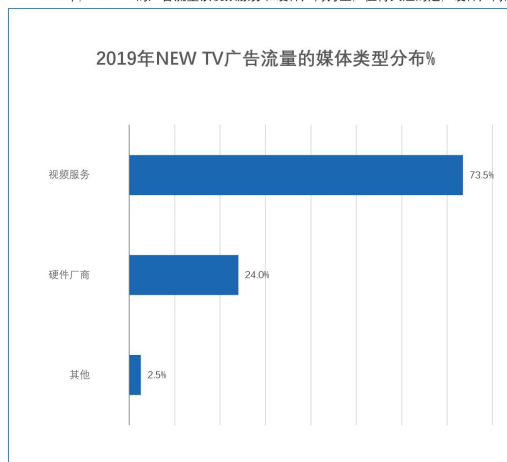
23



NEW TV广告

NEW TV广告媒体类型格局及趋势

- 2019年，NEW TV的广告流量以视频服务和硬件厂商为主。值得关注的是，硬件厂商的广告流量同比快速增加。

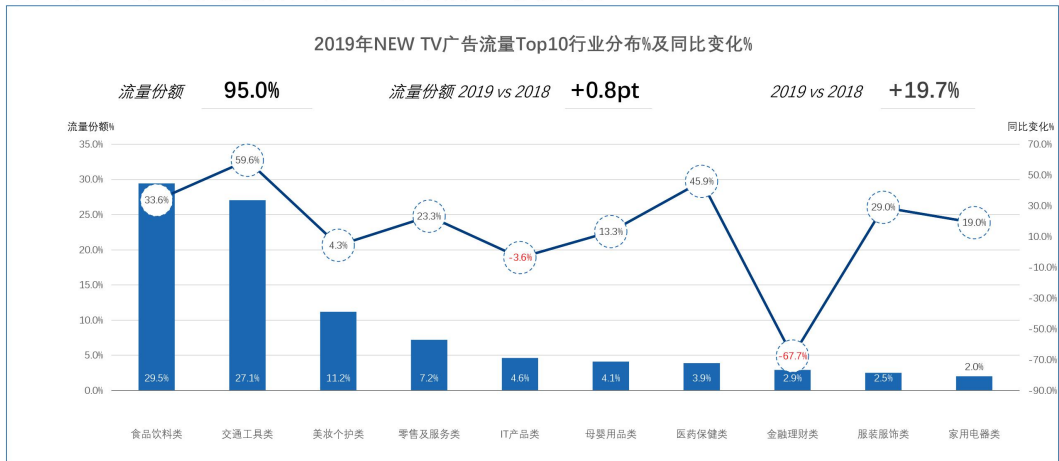


数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

NEW TV广告流量行业构成



- 2019年, NEW TV广告Top10行业流量份额达到95.0%, 与2018年相比变化不大, Top10行业流量总体增加19.7%。



数据来源: 秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期: 2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明: 流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额/2018年Top10行业流量总份额

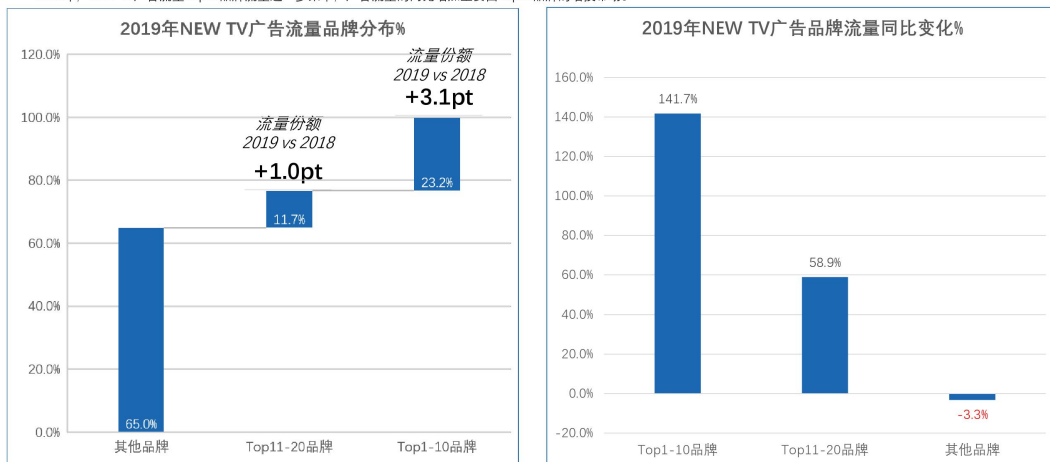
© 2006-2019 明略科技 版权所有

26

NEW TV广告流量品牌构成



- 2019年, NEW TV广告流量Top20品牌流量进一步集中, 广告流量的同比增加主要由Top10品牌的增投带动。



数据来源: 秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期: 2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明: 流量份额 2019 vs 2018=2019年Top品牌流量总份额/2018年Top品牌流量总份额

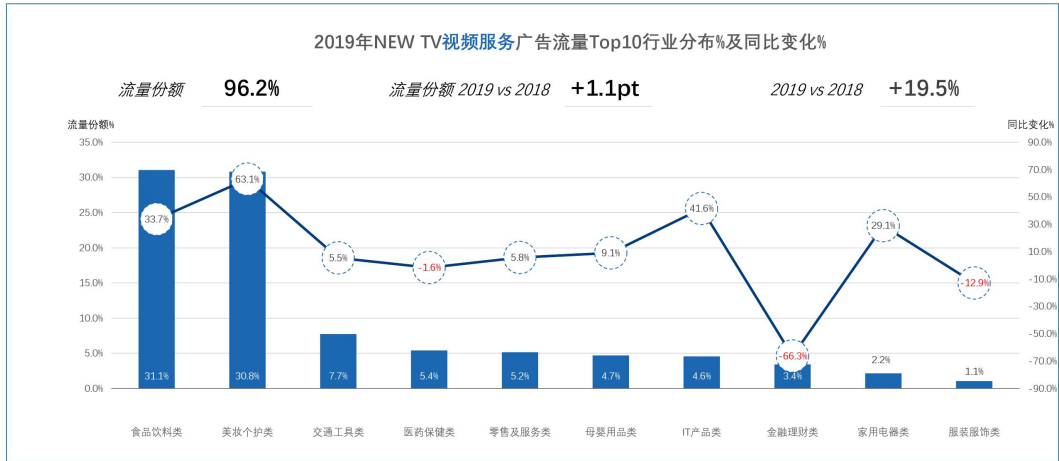
© 2006-2019 明略科技 版权所有

27

NEW TV视频服务广告流量行业构成



- 2019年，NEW TV视频服务广告Top10行业流量份额达到96.2%，Top10行业流量总体增加19.5%，增幅超过NEW TV视频服务整体。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018 = 2019年Top10行业流量总份额 / 2018年Top10行业流量总份额

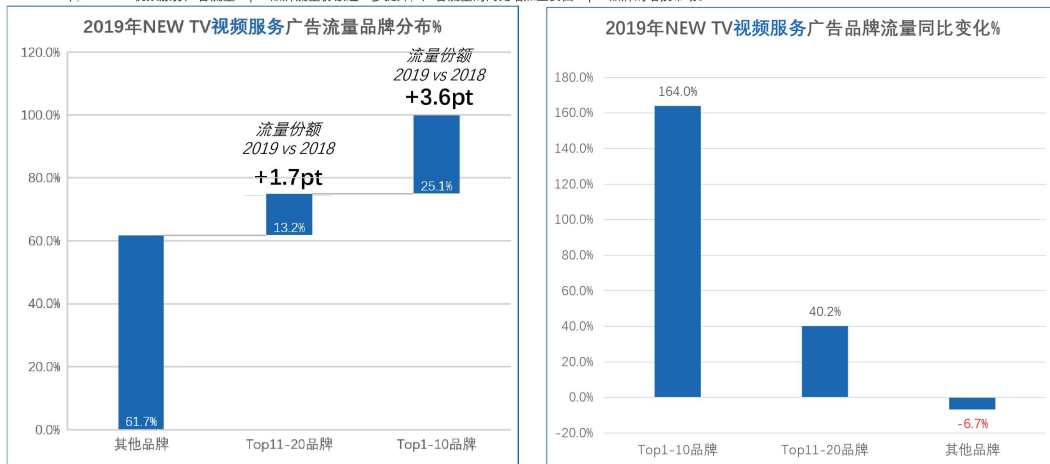
© 2006-2019 明略科技 版权所有

28

NEW TV视频服务广告流量品牌构成



- 2019年，NEW TV视频服务广告流量Top20品牌流量份额进一步提升，广告流量的同比增加主要由Top10品牌的增投带动。



数据来源：秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统

数据周期：2018.1.1-2018.12.31, 2019.1.1-2019.12.31

数据说明：流量份额 2019 vs 2018 = 2019年Top20品牌流量总份额 / 2018年Top20品牌流量总份额

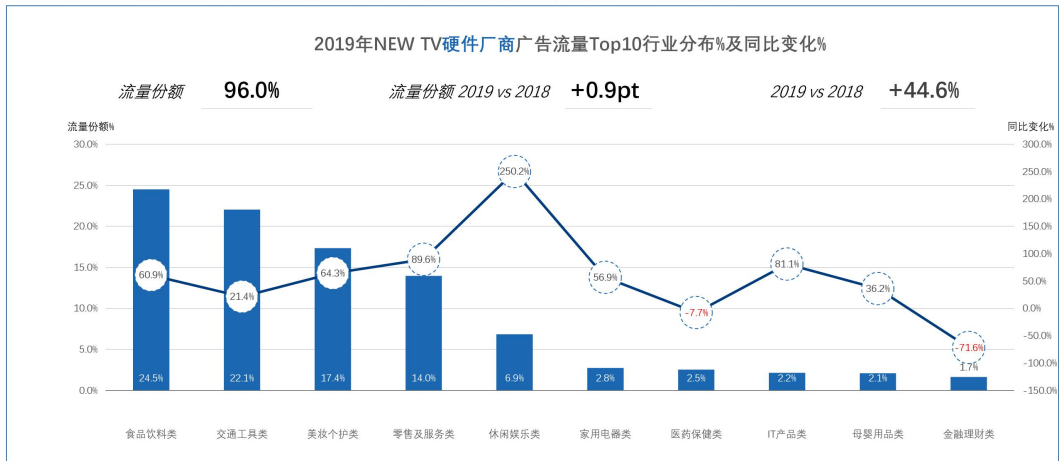
© 2006-2019 明略科技 版权所有

29

NEW TV硬件厂商广告流量行业构成



- 2019年, NEW TV硬件厂商广告Top10行业流量份额达到96.0%, Top10行业流量总体增加44.6%, 增幅超过NEW TV视频服务整体。



数据来源: 秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期: 2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明: 流量份额 2019 vs 2018=2019年Top10行业流量总份额-2018年Top10行业流量总份额

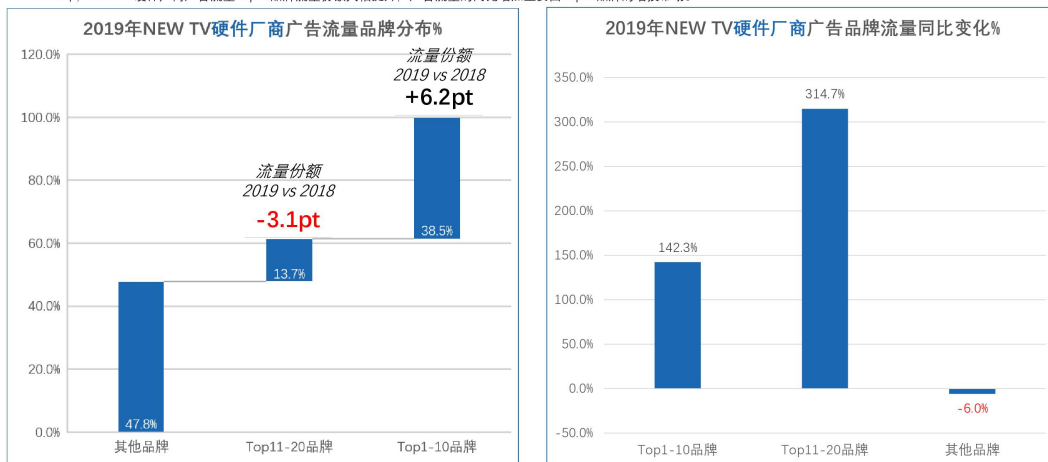
© 2006-2019 明略科技 版权所有

30

NEW TV硬件厂商广告流量品牌构成



- 2019年, NEW TV硬件厂商广告流量Top10品牌流量份额大幅提升, 广告流量的同比增加主要由Top20品牌的增投带动。



数据来源: 秒针系统互联网广告策略洞察工具——ISOV明察系统
数据周期: 2018.11-2018.12.31, 2019.11-2019.12.31
数据说明: 流量份额 2019 vs 2018=2019年Top品牌流量总份额-2018年Top品牌流量总份额

© 2006-2019 明略科技 版权所有

31