



2019年度中国异常流量报告

秒针系统

2020.3.12

数据说明



数据来源

秒针系统2019年1月1日至2019年12月31日PC、Mobile、NEW TV端监测的65000+广告活动，覆盖1200+媒体，涉及2000+品牌，涵盖快消、母婴、汽车、金融、IT等各个行业。广告形式包括OTV、display、信息流、开屏、文字链、暂停、角标、创可贴、富媒体、创意中插、口播、冠名标板等。营销及媒体形式涵盖互联网硬广、线下媒体、网站留资、社交平台及KOL等。



数字广告异常流量

指触发异常流量排查规则的曝光和点击以及设备ID缺失、ID无效的曝光和点击。



数据说明

秒针系统遵循MRC、IAB、CAA、MMA等国际、国内行业标准，排查互联网数字广告异常流量。同时在线下广告、社交媒体及KOL等特定领域、新的媒体形式上形成了适合中国市场的一整套排查机制，为广告主的广告投放保驾护航，全力保障广告主品牌资产安全。

通过异常流量排查工具，可有效帮助广告主挽回损失，保护品牌资产

基于秒针系统全年监测的互联网广告数据，秒针系统推算2019年中国品牌广告市场因异常流量造成的损失约为**284亿**人民币。

其中，秒针系统运用异常排查系列产品预计为广告主节省了约**45亿**人民币。

互联网数字广告异常流量排查流程

广告主的每一次广告曝光背后都经过秒针系统的多重验证，全量计算与抽样检查相结合，数据报告与异常举证并举，全局数据排查、多源数据校验。



GIVT (General Invalid Traffic)：一般无效流量指能够通过应用多种名单或标准化参数等常规方式进行过滤的流量。

SIVT (Sophisticated Invalid Traffic)：复杂无效流量指需要通过高级分析、多方合作协调与人工干预等方法进行分析和识别的流量。

SNAP：秒针监播实录产品，用于检查广告是否正确上线并拍屏截图留存证据。

BrandSafety：是秒针品牌安全产品，通过该产品监测广告是否被展示在对品牌有威胁的环境中，为品牌索赔提供截图和威胁URL。

可见曝光监测：依据国际、国内行业标准，对广告的可见性进行判断。

主要发现

- 2019年全年互联网广告异常流量占比31.9%，较2018年增长1.7%；
- 分媒体类型，垂直媒体是异常流量的重灾区；
- 2019年IT科技类垂直媒体异常曝光最为严重，同比上升14%；
- 分行业，网络及通讯行业异常曝光、异常点击占比大幅上涨，成2019年最严重受害者；
- NEW TV广告全年异常流量占比为10%，代理方异常曝光最为严重；
- 2019年，超1/4的网站留资存在异常；
- 户外广告总体上刊异常率超过4%，楼宇海报、户外大牌异常率较高；
- 社交平台异常流量占比近5成，奢侈品行业社交平台异常流量占比达60%；
- KOL平均无效粉丝占比高达57.5%，头部KOL平均无效粉丝占比高于腰部及尾部。

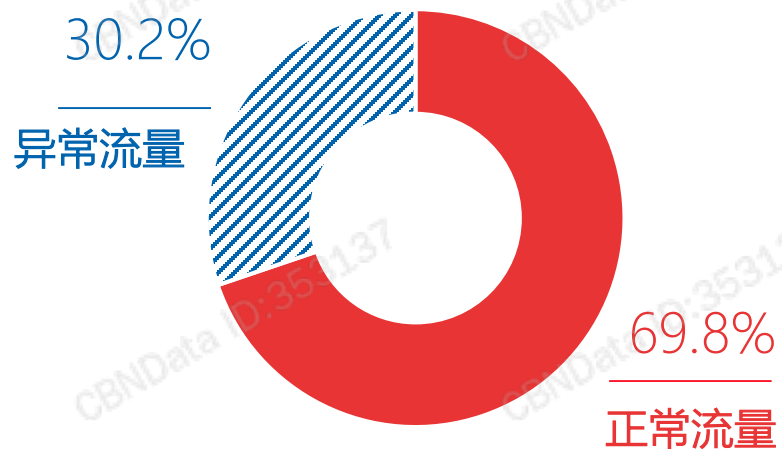


Part 1

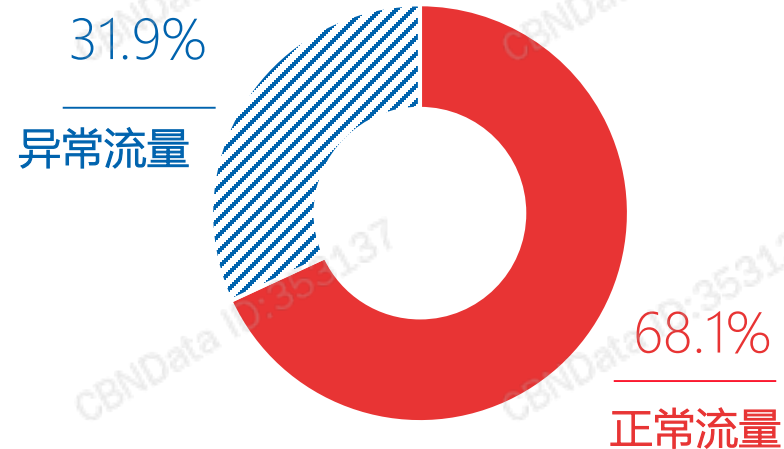
互联网广告异常流量

2019年全年互联网广告异常流量占比31.9%，较2018年增长1.7%

2018年互联网广告
异常流量占比



2019年互联网广告
异常流量占比

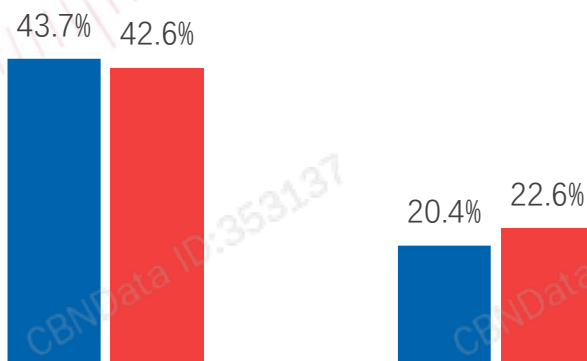


数据来源：秒针系统AdMonitor监测数据，2019.1.1-2019.12.31

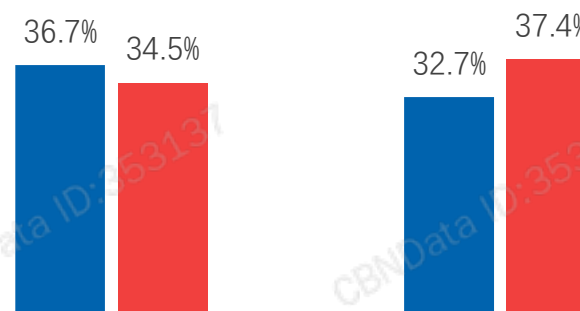
数据说明：异常流量指触发秒针系统异常流量排查规则的流量以及设备ID缺失、ID无效的流量，终端覆盖PC、移动

Video广告异常曝光占比低于Display广告，但较2018年略有增长

不同广告类型异常曝光占比



不同广告类型异常点击占比



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16964

