

中国网络广告市场数据发布报告

2020Q1 & 2020Q2e



海量行研报告免费读



网络广告市场：2020Q1同比增长显著放缓，信息流广告市场份额逆势上升

2020Q1网络广告市场规模超1300亿，同比增长7.4%。其中受疫情下用户触媒习惯和内容偏好的影响，Q1信息流广告逆势增长，市场份额占整体网络广告的34%。



典型细分媒体市场发展情况：

搜索行业：2020Q1搜索引擎行业企业广告收入规模达223.6亿元，搜索广告（关键词+联盟广告）市场规模达160.5亿元，同比增长下滑。

在线视频行业：2020Q1在线视频广告收入为71.9亿元，在线视频平台收入重点从广告收入逐步向付费收入转移。

新闻资讯行业：2020Q1中国互联网新闻资讯广告规模为107亿元，移动端广告规模达到97.8亿元。

社交行业：2020Q1中国社交广告收入规模为163亿元，同比增长30.3%。

电商行业：2020Q1中国电商广告规模为426.5亿元，同比增长0.9%。



2020Q2网络广告市场数据预测分析

随着企业逐渐复工复产，广告行业的需求和运转在2020Q2都将得到一定程度的恢复，预计2020Q2网络广告季度市场规模将继续小幅增长，达1678.9亿元，但未来要完全恢复到疫情前的增长速度，仍需时间以及行业各方的共同努力。



中国网络广告市场Q1动态总结

品牌主：缩减广告预算，营销策略趋于线上化与公益化。

营销服务商：攻守兼备，缩减成本的同时深入线上部署。

媒体：多方位帮扶公众与企业，攻克疫情难关。

中国网络广告市场发展情况分析 & 预测

1

- 2018Q2-2020Q2中国网络广告市场规模及预测
- 2018Q2-2020Q2中国不同形式网络广告市场份额及预测

中国网络广告细分市场发展情况分析 & 预测

2

中国网络广告市场动态追踪

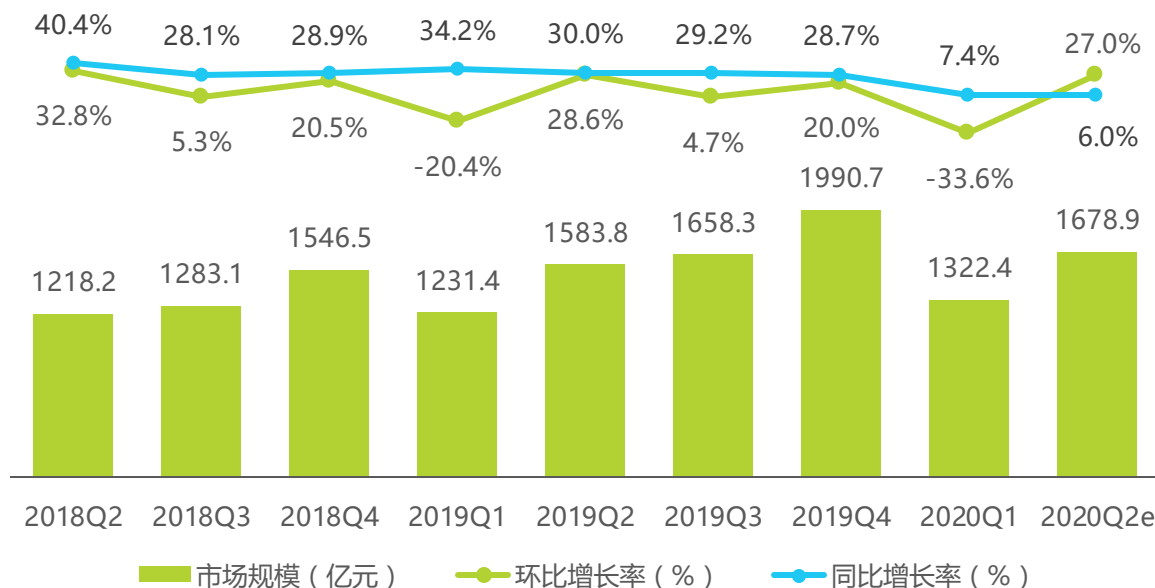
3

中国网络广告市场规模

网络广告2020Q1规模超1300亿，预计2020Q2同比持续走低

2020Q1，中国网络广告季度市场规模为1322.4亿元，相较于去年同期增长7.4%。从季度数据来看，受疫情对广告市场的冲击，网络广告市场不再延续一直以来的稳步增长态势，同比增长率出现显著放缓。而随着企业逐渐复工复产，广告行业的需求和运转在2020Q2都将得到一定程度的恢复，预计2020Q2网络广告季度市场规模将达1678.9亿元，实现6%的同比增长。但由于疫情对广告行业的影响尚未完全结束，广告主在营销预算的投入分配上也没有完全放开，要恢复到疫情前的增长速度，还需时间以及行业各方的共同努力。

2018Q2-2020Q2中国网络广告市场规模



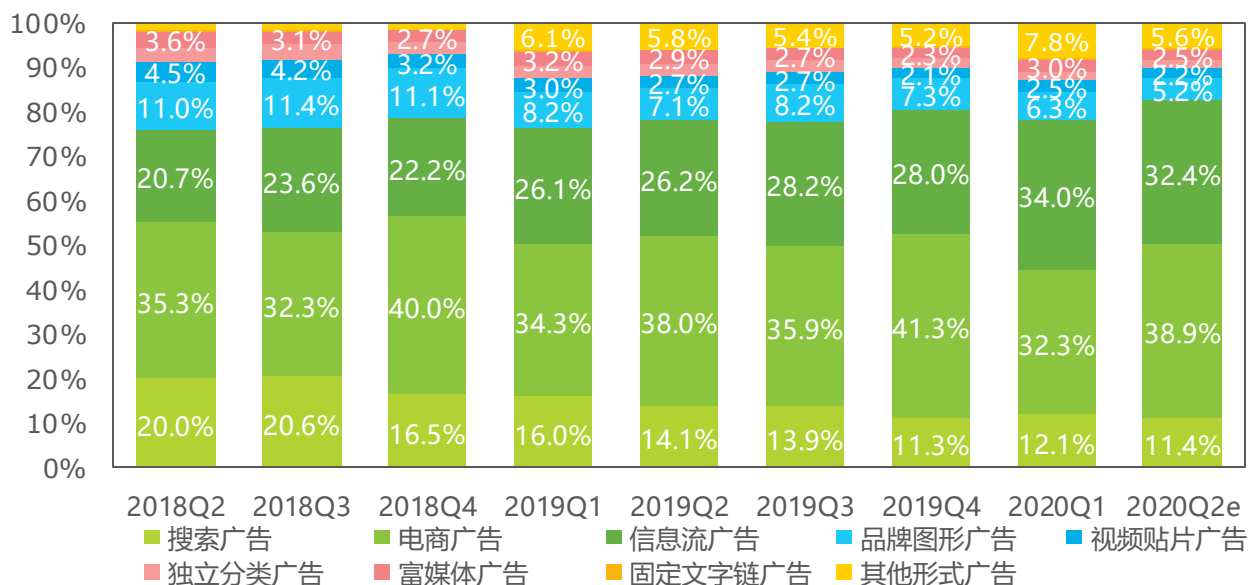
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成；
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国各形式网络广告市场规模

2020Q1信息流广告增长显著，预计Q2电商广告份额回升

在疫情影响下，2020Q1除了信息流广告和电商广告外，其他广告形式的市场规模均出现不同程度的下滑。而电商广告受疫情对物流配送和居民消费习惯的冲击，也不再延续近年来的高速增长，与去年同期持平，因此市场份额也从2019Q4的41.3%，降至2020Q1的32.3%。而得益于疫情下的“宅文化”影响，用户对信息流内容，尤其是短视频信息流内容产生更多的需求，也使得信息流广告成为2020Q1唯一有较大增长的广告形式，其市场份额从2019Q4的28%上升到34%，超越电商广告成为份额最大的广告形式。但随着疫情好转，未来网络广告不同形式的份额结构将重新回归到常态，尤其是电商广告的市场份额会有较大提升。

2018Q2-2020Q2中国不同形式网络广告市场份额



注释：1.搜索广告包括搜索关键字广告及联盟广告；2.电商广告包括垂直搜索类广告以及展示类广告等，例如淘宝、去哪儿及导购类网站；3.分类广告从2014年开始核算，仅包括58同城、赶集网等分类网站的广告营收，不包含搜房等垂直网站的分类广告营收；4.信息流广告从2016年开始独立核算，主要包括社交、新闻资讯、视频网站中的信息流品牌及效果广告等；信息流广告收入以媒体实际收入为准，未考虑企业财报的季节性波动而导致的收入误差；5.其他形式广告包括内容营销、导航广告、电子邮件广告等，其中内容营销为2019年开始加入核算。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国网络广告市场发展情况分析 & 预测

1

中国网络广告细分市场发展情况分析 & 预测

2

- 搜索：2018Q2-2020Q2中国搜索广告市场规模及预测
- 视频：2018Q2-2020Q2中国在线视频行业广告市场规模及预测
- 资讯：2018Q2-2020Q2中国互联网新闻资讯广告规模及预测
- 社交：2018Q2-2020Q2中国社交广告收入规模及预测
- 电商：2018Q2-2020Q2中国电商广告收入规模及预测

中国网络广告市场动态追踪

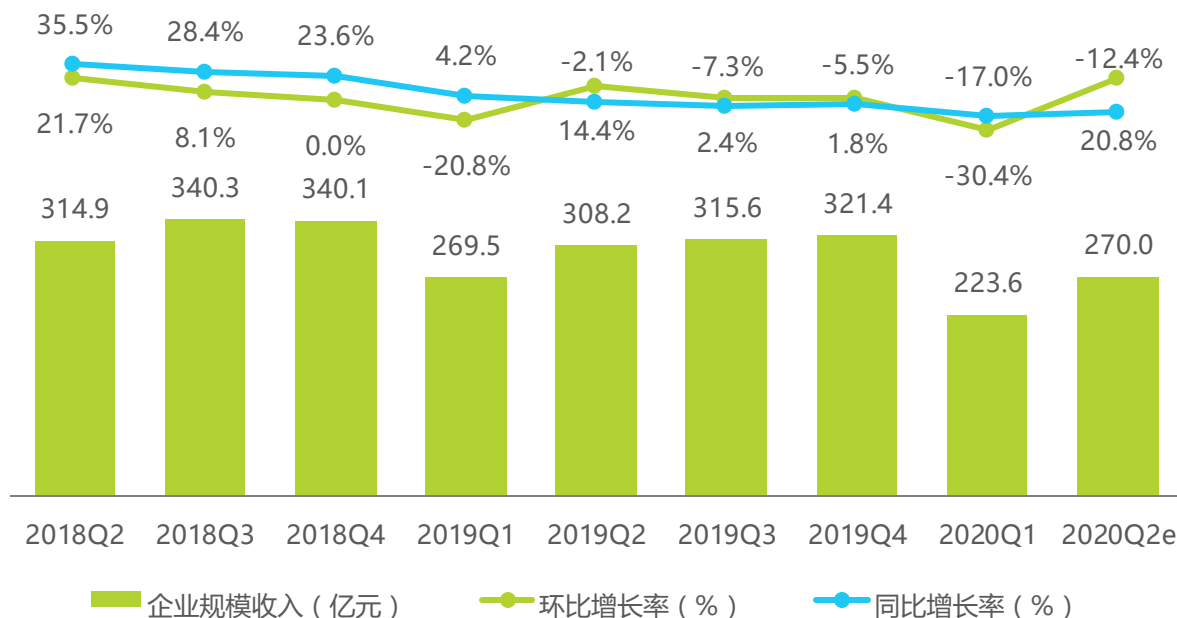
3

2020Q1中国搜索引擎企业广告规模

20Q1市场规模达223.6亿元，垂直行业有望回暖带动Q2营收

2020Q1搜索引擎行业企业广告收入规模达223.6亿元，受季节性影响及新冠疫情影响环比数据回落明显。艾瑞分析，随着流量红利持续势弱，快速增长的增量市场进入到需要精耕细作的存量市场，媒体方的用户争夺已经进入白热化。如何取得用户体验度与商业变现的平衡是企业核心关注要点，广告业务的收入增长点仍主要靠用户干扰性低的信息流广告带动。搜索引擎企业亦在积极探索非广告商业模式。随着疫情的缓和与市场回暖，以及在政府激励政策的支持下，预计受到疫情明显冲击的垂直行业有望在第二季度逐渐恢复。

2018Q2-2020Q2中国搜索引擎行业企业广告收入规模



注释：搜索引擎企业广告市场规模包含搜索广告、信息流广告、导航广告以及其他公司并表广告收入。

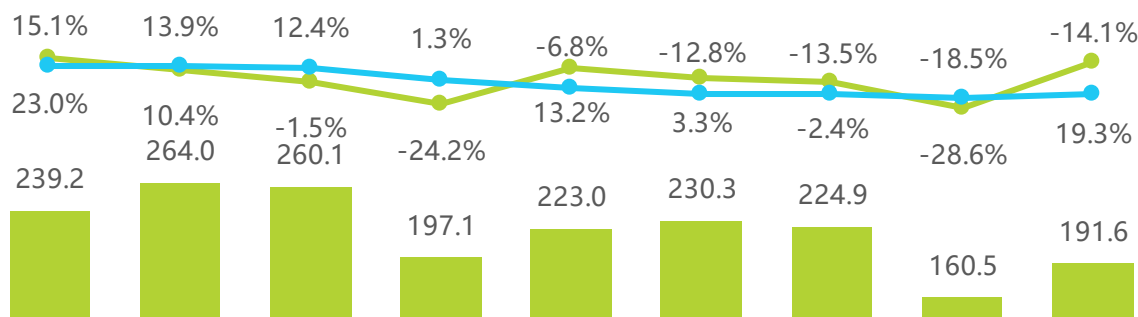
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2020Q1中国搜索广告市场规模

20Q1市场规模达160.5亿元，同比环比双双下滑

2020Q1搜索广告市场规模达160.5亿元，同比环比增速双双出现较明显的下滑，反映出新冠疫情对搜索广告带来的直接负面影响。用户的搜索行为逐步由PC浏览器搜索转向移动应用内搜索，随着人工智能技术的持续发展，应用内搜索将为用户提供更好的用户体验，体现在更精准、更多样化的优质内容呈现，基于搜索结果的营销形式也将更加丰富，从而形成用户、广告主、内容提供商的正向循环。作为搜索广告中的传统模式，尽管关键词广告增长面临瓶颈，但搜索+信息流模式对企业长期增长的带动效果是积极的。预计2020Q2搜索广告市场规模环比增幅较明显。

2018Q2-2020Q2中国搜索广告市场规模



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_20899

