

中国网络广告市场数据发布报告

2019Q3





网络广告市场：增速放缓，细分市场优势扩大

2019Q3网络广告环比增速不足4.8%，同比增长率虽仍保持在21%以上，但整体市场增速放缓。Q4网络广告规模由于消费习惯及节日影响预计有所提升。



典型细分媒体市场发展情况：

搜索行业：2019Q3搜索引擎行业企业广告收入规模达307.4亿元，搜索广告（关键词+联盟广告）市场规模达230.3亿元，Q3相比Q2环比增速略有提升，但同比增长率出现一定下滑，反映出搜索广告向信息流广告倾斜的趋势。

在线视频行业：2019Q3在线视频广告收入为90.6亿元，品牌广告主进一步缩减视频媒体平台投放预算，广告收入环比持续下降，广告形式的创新急需升级。

新闻资讯行业：2019Q3中国互联网新闻资讯广告规模为147.2亿元，移动端广告规模达到15.2亿元，在整体新闻资讯广告中的占比超过90%。

社交行业：2019Q3，中国社交广告收入规模为185亿元，环比增长24.2%，较去年同期相比增长29.8%，整体延续了第二季度以来的收入回暖趋势，整体呈现稳定增长态势。



中国网络广告市场上半年动态总结：技术与内容并重

广告主：个性化的内容营销，塑造立体品牌形象

媒体：加强内容布局，推动流量增长，加强用户粘性

营销服务商：积极布局营销技术，提高竞争力

2019Q3网络广告发展情况分析

1

2019Q3细分媒体市场发展情况分析

2

2019Q3中国网络广告市场动态追踪

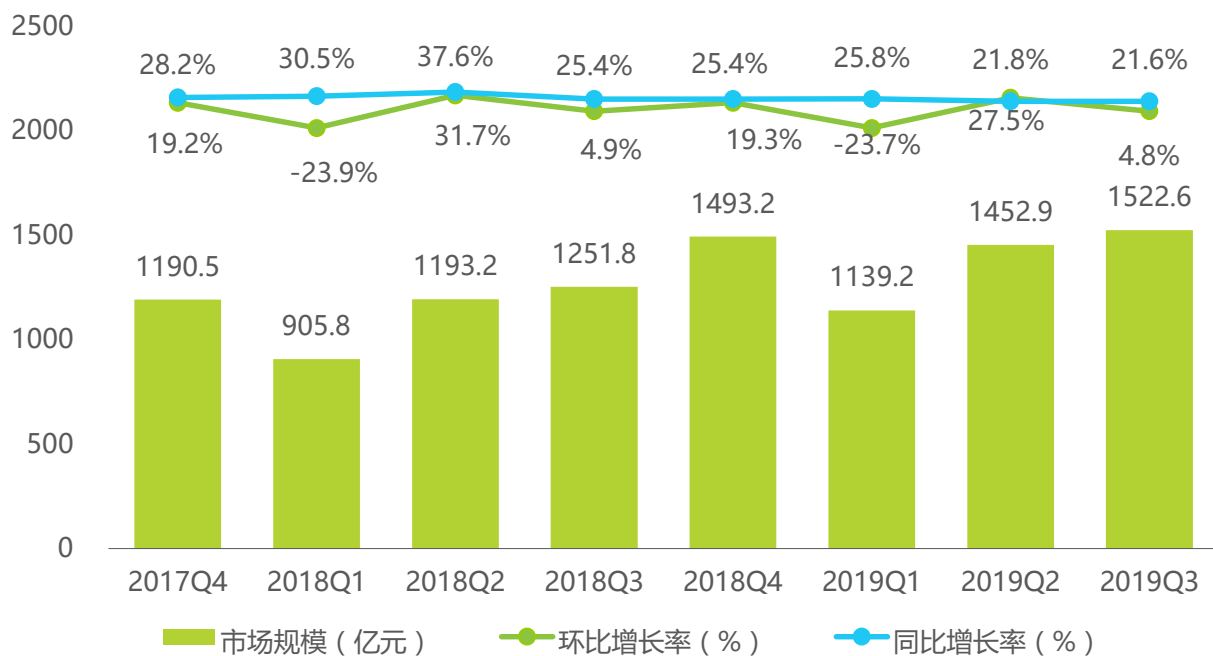
3

2019Q3中国网络广告市场规模

网络广告2019Q3规模超过1500亿，环比增速与去年持平

2019Q3，中国网络广告季度市场规模为1522.6亿元，相较于去年同期增长21.6%。从季度数据来看，网络广告市场环比增速在本季度放缓较为明显，但与2018Q3环比增速基本持平。由于2019Q4双十一、圣诞等消费节日的即将到来，广告主在预算合理分配的前提下，也将更多目光聚焦在了重要节点的广告投放上，因此，艾瑞预计2019Q4网络广告规模在同比及环比上的表现均将有所提升。

2017Q4-2019Q3中国网络广告市场规模



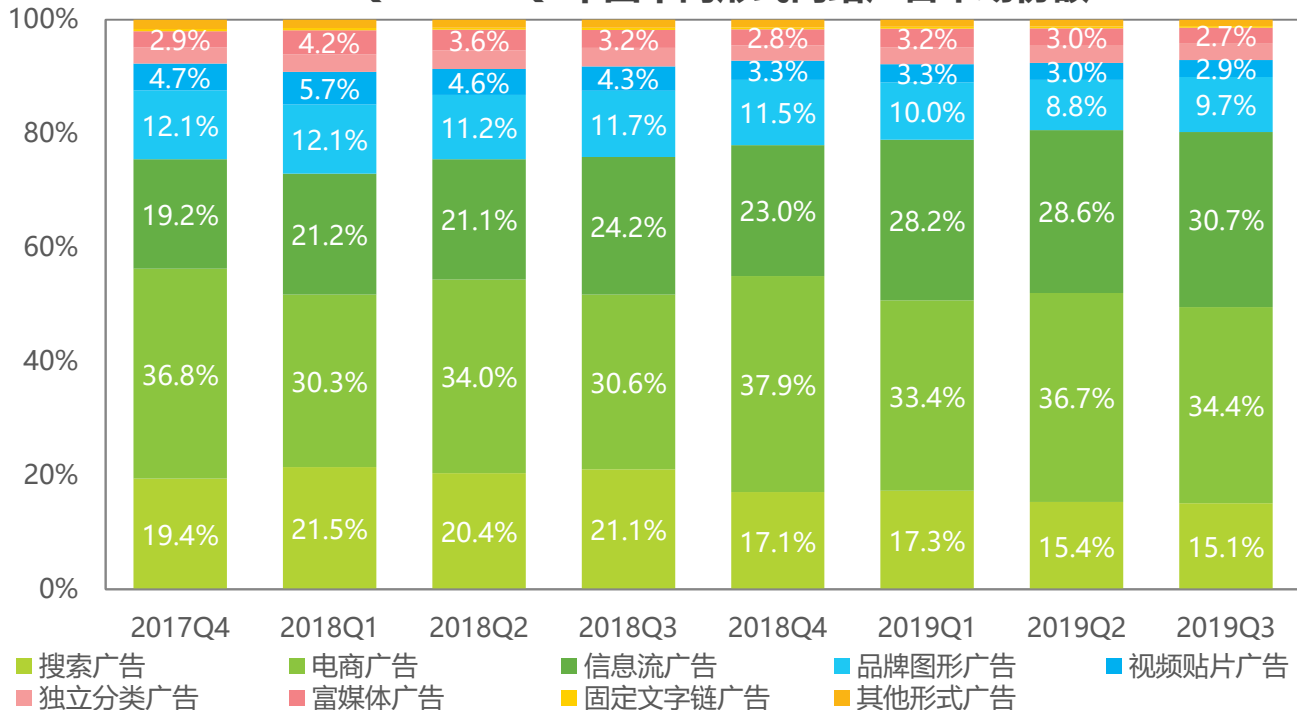
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2019Q3中国各形式网络广告市场规模

单季度信息流广告占比超过30%，品牌图形广告份额略回升

2019Q3中国网络广告各形式中，电商广告在2019Q3份额较2019Q2略有下降，但与去年同期相比份额仍有所增长。信息流广告仍旧保持较高增长态势，单季度占比超过30%。其余广告形式中，品牌图形广告在Q3份额略有回升，这与广告主在精准营销的同时，也更重视品牌建设的思路和需求有关。

2017Q4-2019Q3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，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.其他形式广告包括导航广告、电子邮件广告等。

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。

2019Q3网络广告发展情况分析

1

2019Q3细分媒体市场发展情况分析

2

2019Q3中国网络广告市场动态追踪

3

2019Q3中国搜索引擎企业收入规模

收入规模达360.5亿元，AI助力探索未来成长空间

2019Q3中国搜索引擎企业收入规模为360.5亿元，与去年同期水平基本持平，同比增速为0.9%，环比增速为6.8%。艾瑞分析认为，搜索引擎头部企业一方面具备雄厚资本与技术实力，另一方面用户数据不断叠加、行为数据不断拆分，使其AI解决方案能力不断提升。应用场景不仅局限于智能营销，随着产业智能化的推进，相关头部企业在智能语音、智能硬件、智能交通，甚至社会公益方面取得进展，较好地实现社会效益与经济效益的统一。

2017Q4-2019Q3中国搜索引擎行业企业总收入规模



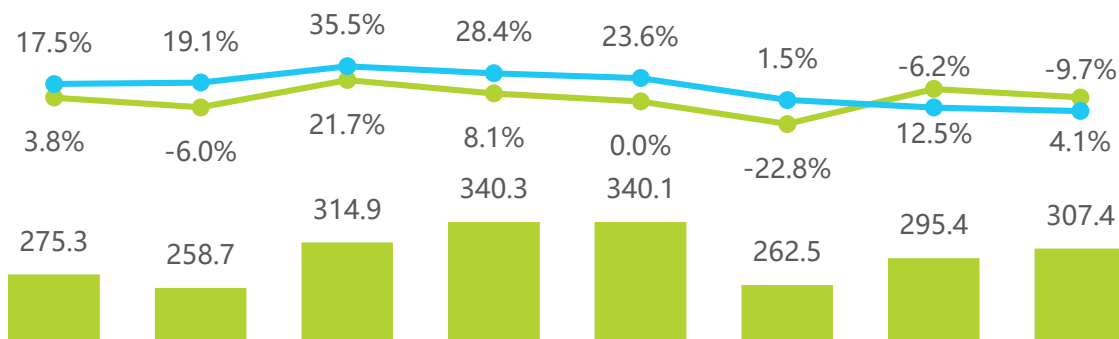
注释：1.搜索引擎企业营收规模为搜索引擎运营商营收总和，不包括搜索引擎渠道代理商营收；2.从2013年开始，计入360搜索营收，2017年开始计入360所有营收。
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

2019Q3中国搜索引擎企业广告规模

市场规模达307.4亿元，较Q2表现平稳回升

2019Q3搜索引擎行业企业广告收入规模达307.4亿元，比Q2数据平稳回升，但同比增长率持续下滑。艾瑞分析认为，这与搜索引擎企业的搜索广告受到整体市场环境和新兴媒体形式的影响增速放缓不无关系，其广告业务的收入增长点仍主要靠信息流广告带动。头部企业持续注重创作者扶持以提升内容质量，并引入社交功能丰富商业模式，通过提供更加高质稳定的内容和服务增强用户粘性，为进一步释放信息流广告商业化潜力打下坚实基础。

2017Q4-2019Q3中国搜索引擎行业企业广告收入规模



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_21000

