中国广告主信息流广告投放动态研究报告——游戏篇

2019年

海量行研报告免费读

摘要

游戏类信息流广告投放整体背景：

- 信息流广告份额持续走高，2018年在网络广告整体市场中占比达**22.5%**
- 游戏整体市场虽经小幅波动，未来仍有上涨空间，游戏行业的良好发展为广告主持续提高投放金额奠定基础

游戏类信息流广告投放数据洞察：

- **信息流广告成为游戏广告主首选**，近一年来最高占游戏广告主网络投放比例达**88.8%**
- 游戏信息流广告投放在2019年2、3月期间达到顶峰
- 广告主：带历史元素类广告主投放较高，新游戏投放指数增长迅速
- 媒体：**移动端APP**占据主要位置，**资讯类综合媒体**成为主流选择

游戏类信息流广告发展动态分析：

信息流广告形式不断赋能：1）**数据壁垒逐渐消失**，数据维度的丰富利于不断提高精准投放水平；2）**视频化比例提升**，提升广告内容的展示效果，进一步吸引用户关注

广告主：展现要素可选择空间较大，**合理的要素选择及创意内容展现为主要突破点**

媒体：投放精准度要求不断提升，媒体需掌握多类用户群体和丰富的数据积累

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2019.8 iResearch Inc.

游戏类广告主整体广告投放概览 1

游戏类信息流广告主总体投放趋势分析 2

游戏类信息流广告投放创意与案例分析 3

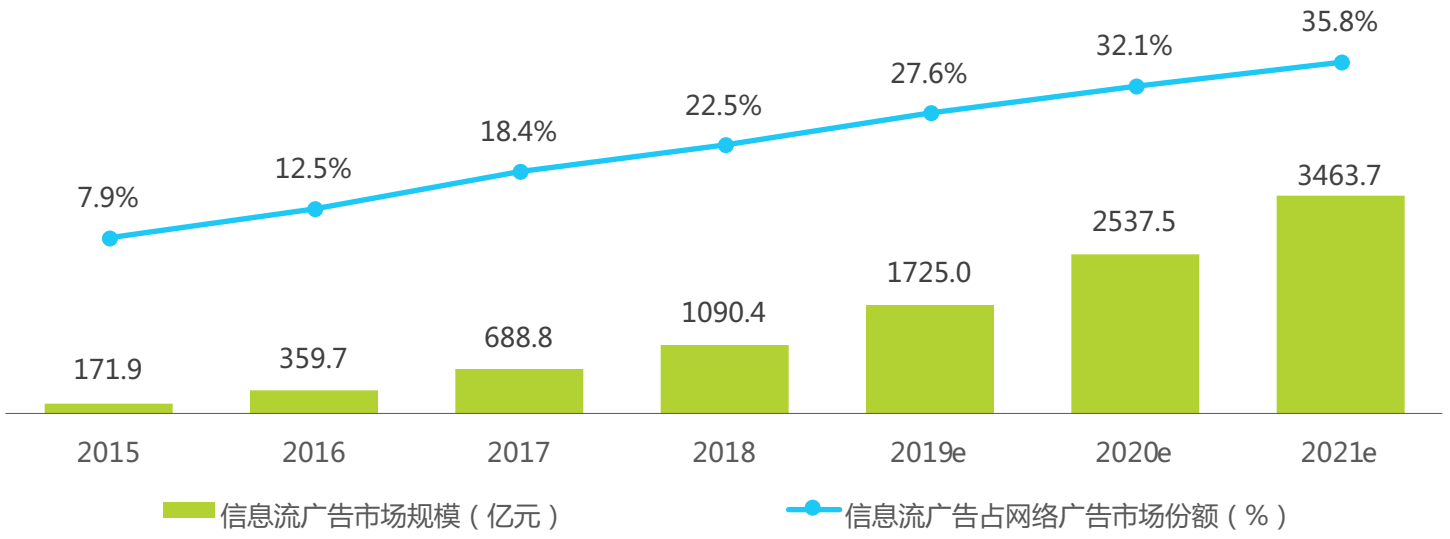
游戏类信息流广告发展动态及方向分析 4

中国网络广告市场信息流广告规模

信息流广告发展速度保持高位，份额持续走高

2018年信息流广告市场规模达到1090.4亿元，预计2020年将超过2500亿。信息流广告在中国网络广告细分领域的市场份额也不断攀升，2018年这一占比为22.5%，预计在2021年将达到35.8%。艾瑞分析，信息流广告具备原生性和精准触达的特点，较好地平衡了商业效果和用户体验，同时相对容易标准化和规模化。从长远角度，随着诸多广告形式向信息流的转化，信息流广告还有较大的增长空间。

2015-2021年中国网络广告市场信息流广告规模及预测



注释：网络广告统计口径包括各个网络媒体的广告营收，不包括渠道和代理商收入。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效果广告等。
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。

©2019.8 iResearch Inc.

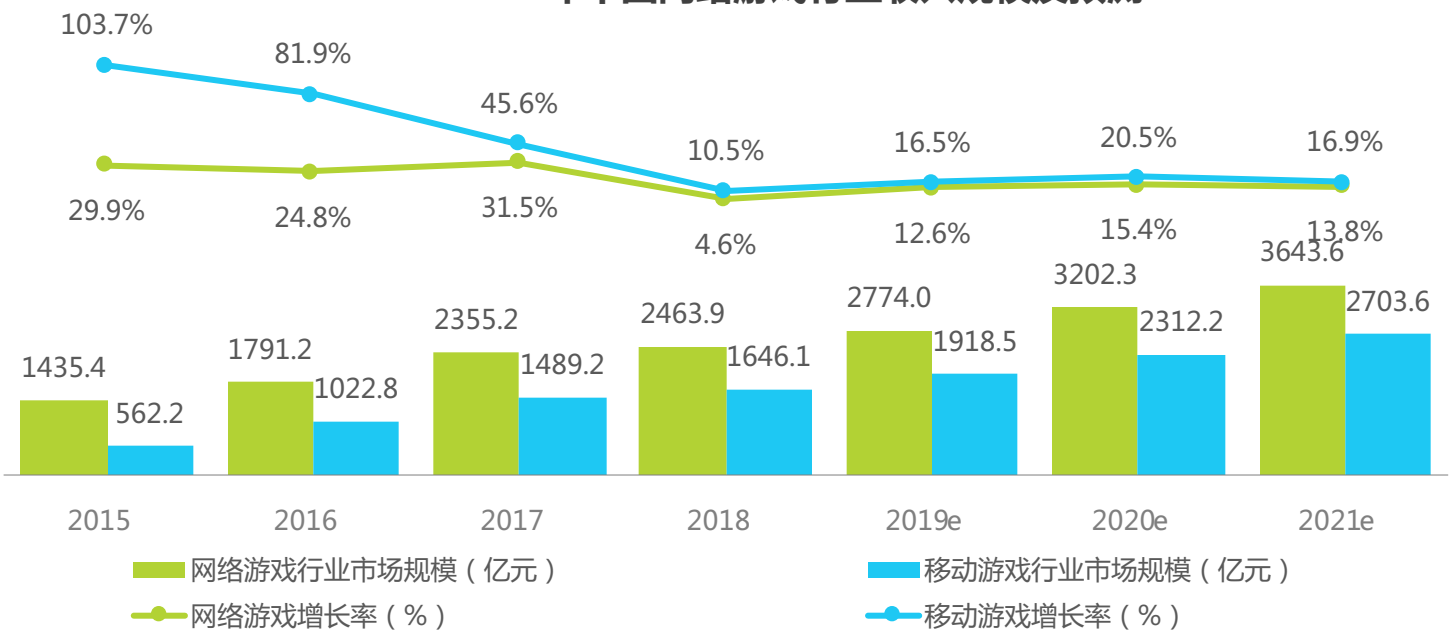
游戏类广告主整体广告投放需求分析

游戏行业迎来新机遇，为游戏广告投放奠定基础

2018年游戏行业收入达2463.9亿元，其中移动游戏达1646.1亿，占比超65%，仍为在线泛娱乐领域内最为重要的娱乐形式。艾瑞分析，2018年受版号受封影响，整体游戏行业遇冷，增速有所放缓，但移动游戏增速仍高于整体行业水平。2019年初重新恢复版号发放后，整体行业回暖明显。未来随着5G时代来临，CPU及终端限制降低，云端处理占比大幅提高，同时VR、AR可实践性提升，将为整体游戏行业带来更大想象空间。

随着游戏行业迎来新的爆发期，游戏竞争加剧，游戏广告主投放预算将进一步提升，以期获得更高的市场竞争力，提升用户基础，为商业化发展奠定条件。

2015-2021年中国网络游戏行业收入规模及预测



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。

©2019.8 iResearch Inc.

游戏类广告投放核心角色

广告主及媒体方分别包含多种角色

游戏广告多以单游戏产品作为主要对象进行投放，而移动端信息流为实现较高转化，其广告主多为移动游戏产品。移动游戏产品多来自于综合互联网公司、综合类游戏公司及专注于移动游戏的公司。从投放目的来看，游戏类广告主普遍以效果转化作为主要的投放目标。

媒体方则包含综合资讯媒体，与游戏人群重合度较高的娱乐、社交类媒体及专注于游戏资讯及游戏分发的游戏分发平台。

典型游戏类广告主

1 综合互联网公司

腾讯游戏 Tencent Games　网易游戏 游戏热爱者　…

2 综合类游戏公司

完美世界 PERFECT WORLD　盛大网络 SNDA　三七互娱 37 Interactive Entertainment　巨人网络　…

3 移动游戏公司

掌趣 DURPALM　乐元素 To Make The World Happy!　DHGAMES　…

典型投放媒体

1 综合资讯媒体

百度APP　腾讯新闻　今日头条　网易新闻　…

2 娱乐、社交类媒体

新浪微博　爱奇艺　优酷　腾讯视频　哔哩哔哩　…

3 游戏分发平台

TapTap　应用宝　九游　VIVO游戏中心　华为游戏中心　…

注释：logo排名不分先后

来源：根据公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2019.8 iResearch Inc.

游戏类广告主整体广告投放概览 1

游戏类信息流广告主总体投放趋势分析 2

游戏类信息流广告投放创意与案例分析 3

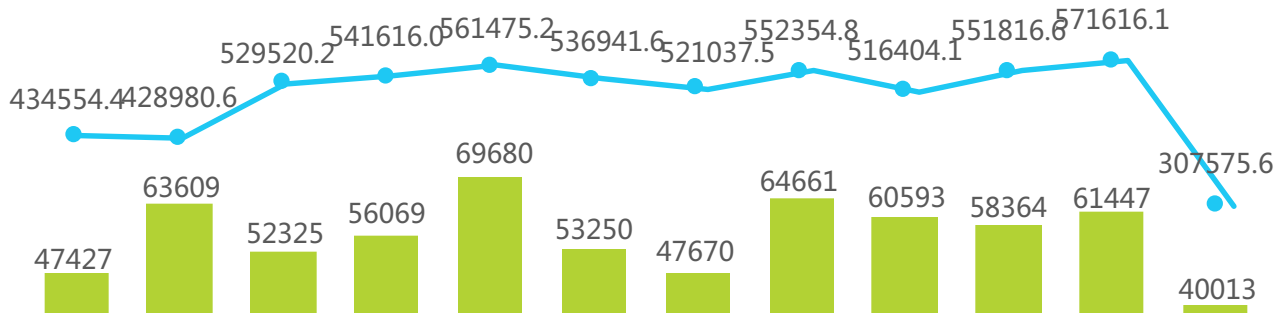
游戏类信息流广告发展动态及方向分析 4

全行业广告主信息流投放数据分析

信息流广告波动式上升，季节峰值明显

信息流广告投放优势进一步明显，伴随内容信息流逐渐成为多个APP的展示形式，其投放指数不断提升。在监测期内，投放信息流的全行业广告主数量呈波动上涨趋势，且具有一定的季节性峰值特征，在9月、12月、3月等季末月份明显高于同季度平均水平。

AdTracker-2018年8月-2019年7月全行业信息流广告投放数据



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_21074