

# 中国原生视频广告投放策略研究

2018年



## 研究范围



### 概念:

**原生视频广告**是指以视频形式投放的原生广告，其特点是，视频广告的形式或内容与平台本身的形式和内容高度融合。

包括形式原生视频广告和内容原生视频广告。投放的主要平台包括视频、资讯、社交等。

## 研究对象



### 研究对象

在2017年中，有过一次及以上原生视频广告投放行为的广告主。

广告主覆盖汽车、快消、网服等主要行业。

## 研究方法



### 样本来源:

由艾瑞通过影谱科技，以在线调研方式获得。

### 样本数量:

本次调研共回收有效样本42份。



## 中国视频服务行业现状：

视频内容服务用户规模整体处于上升趋势，用户粘性处于较高水平，市场规模快速增长，**预计2021年整体规模达3933.1亿元，较2017年增长171.2%**



## 中国原生视频广告发展现状分析：

**技术和内容推动原生广告市场高速发展**，原生视频广告形式日益丰富，信息流视频广告最具代表，后植入式视频广告发展迅速。



## 中国原生视频广告投放情况分析：

品牌类投放需求为主，目前对转化效果要求较少，相比整体网络广告，广告主对原生视频广告投放态度更加积极，**广告主对原生视频广告满意度较高，5分以上者超过半数。**



## 中国原生视频广告投放策略分析：

**媒体平台获得所有广告主关注，超九成广告主重视技术能力，综合服务能力成为代理商最核心竞争力。**广告主投放以组合策略为主，关注视频内容和热度、广告的曝光量和到达率、植入的场景和贴合度等要素。

中国视频内容行业发展现状分析 1

中国原生视频广告发展现状分析 2

中国原生视频广告投放情况分析 3

中国原生视频广告投放策略分析 4

中国原生视频广告投放案例分析 5

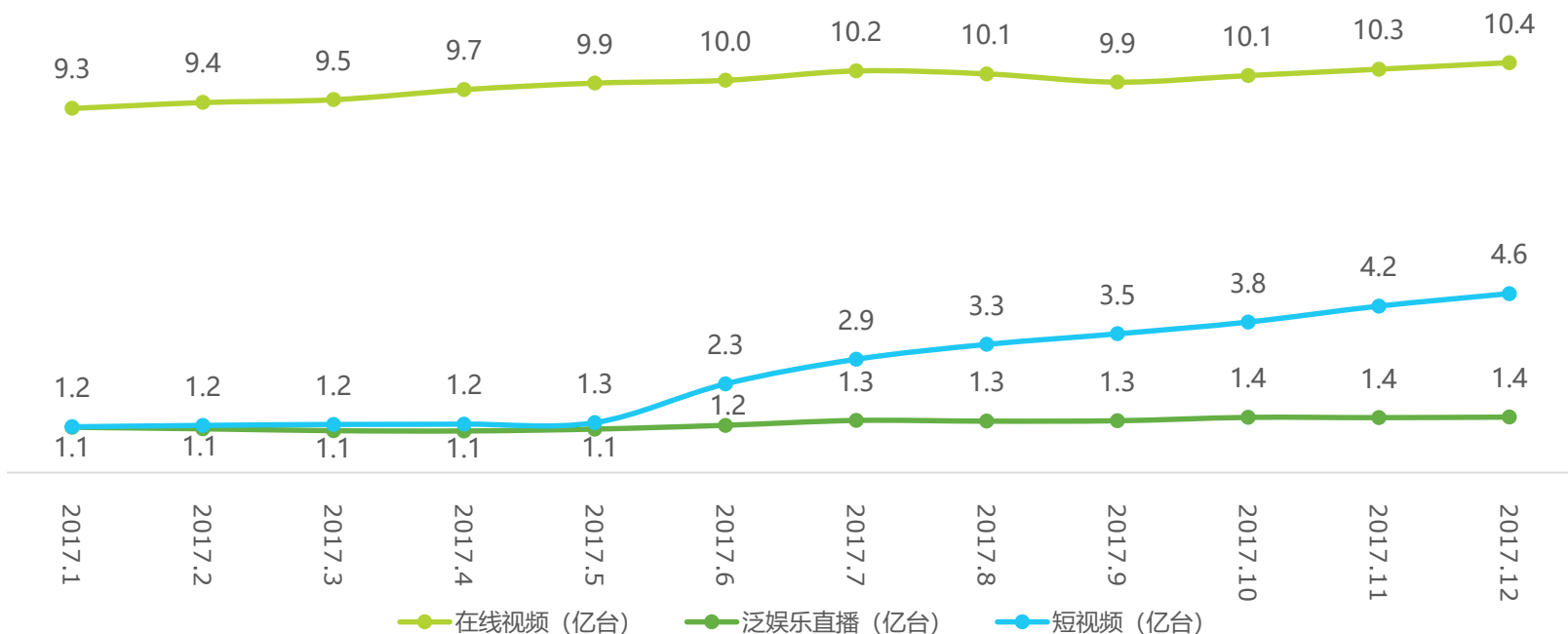
# 视频内容服务用户规模均处于上升趋势 iResearch 艾瑞咨询

## 在线视频平台用户基数大，短视频用户增长迅速

视频内容服务是指提供视频内容的网络平台及服务，目前主要包括在线视频、泛娱乐直播和短视频等。

2017年，主要视频内容服务用户规模均处于上升趋势，其中，在线视频平台用户规模基数大，移动端月度独立设备数已经超过10亿台，短视频用户规模增长迅速，到2017年12月，其月度独立设备数达到4.6亿台，较年初增长291.5%。艾瑞分析认为，视频内容服务用户规模庞大且处于上升趋势，为视频原生广告商业化奠定了良好基础。

### 2017年移动端视频类服务月度独立设备数变化情况



注释：视频内容服务是指提供视频内容的网络平台及服务，目前主要包括在线视频、泛娱乐直播和短视频等。

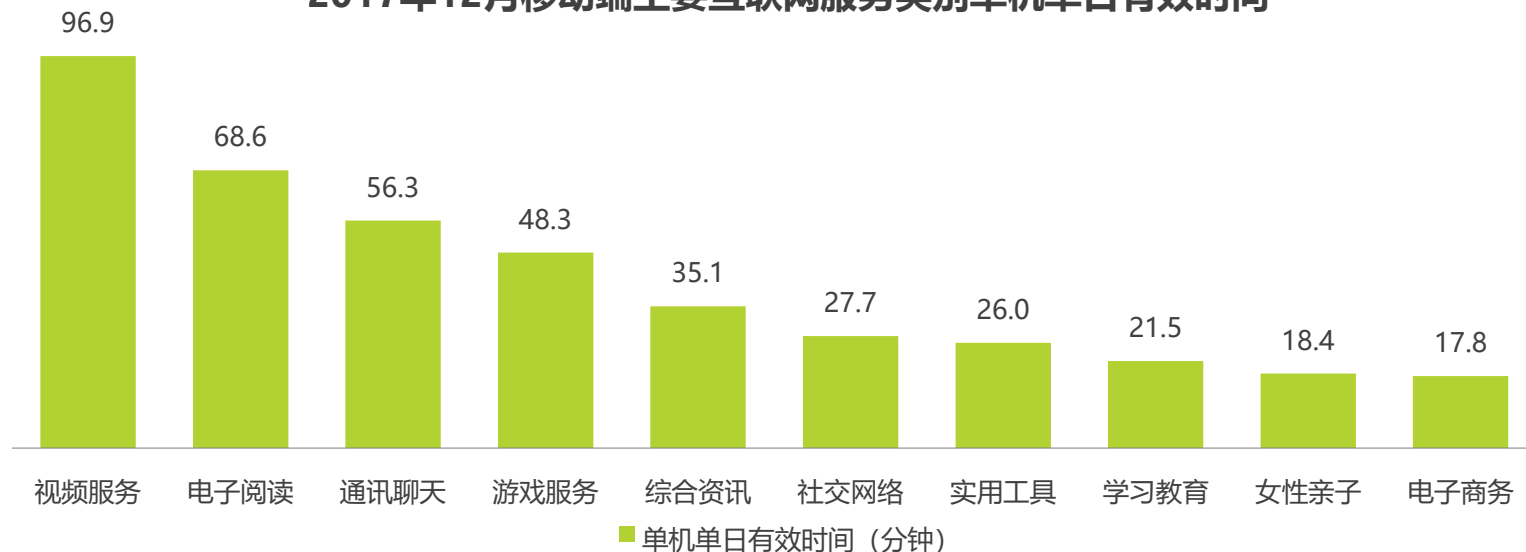
来源：mUserTracker.2017.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

# 视频内容服务用户粘性处于较高水平

## 单机单日有效时长明显高于其它互联网服务

在主要互联网服务类别中，视频服务用户粘性处于较高水平，以移动端单机单日有效时间为例，视频服务单机单日有效时间为96.9分钟，是处于第二位的电子阅读类别的1.4倍，一方面，这与视频服务本身特性相关；另一方面，与2017年1月相比，视频服务单机单日有效时间从85.2分钟，上涨到96.9分钟，涨幅达13.7%，同期，整体互联网服务单机单日使用时长涨幅仅为9.3%，由此可见，与同类服务相比，用户在视频服务上消耗了更多时间，用户需求的增长将推动视频内容服务产业增长更为迅猛，将形成“优质内容供给增长——用户注意力积聚——品牌广告主青睐——内容提供方及平台方获益——更多优质内容供给”的正向循环中，为产业链各方带来促进作用。

### 2017年12月移动端主要互联网服务类别单机单日有效时间



注释：视频内容服务是指提供视频内容的网络平台及服务，目前主要包括在线视频、泛娱乐直播和短视频等。

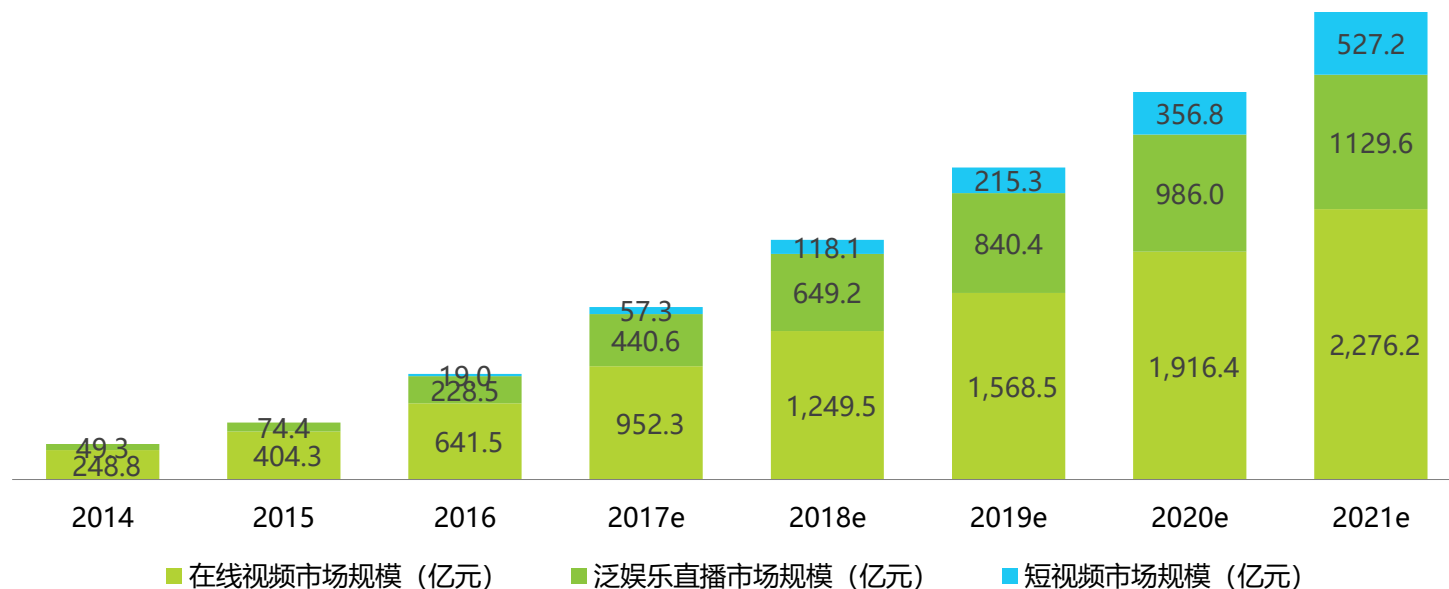
来源：mUserTracker.2017.12，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

# 视频内容行业市场规模快速增长

## 2021年整体规模达3933.1亿元，较2017年增长171.2%

经过几年发展，视频内容产业目前已经进入高速发展期，预计2018年在线视频市场规模将达到1249.5亿元，泛娱乐直播市场规模将达到649.2亿元，短视频市场规模将达到215.3亿元，艾瑞分析认为，伴随着视频内容行业新用户和活跃用户的增长，以及用户ARPU值的提升，未来整体视频内容行业规模仍将保持高速增长，预计至2021年，整体规模（视频内容行业市场规模为在线视频市场规模+泛娱乐直播市场规模+短视频市场规模）达3933.1亿元，较2017年增长171.2%。

### 2014-2021年视频内容行业市场规模



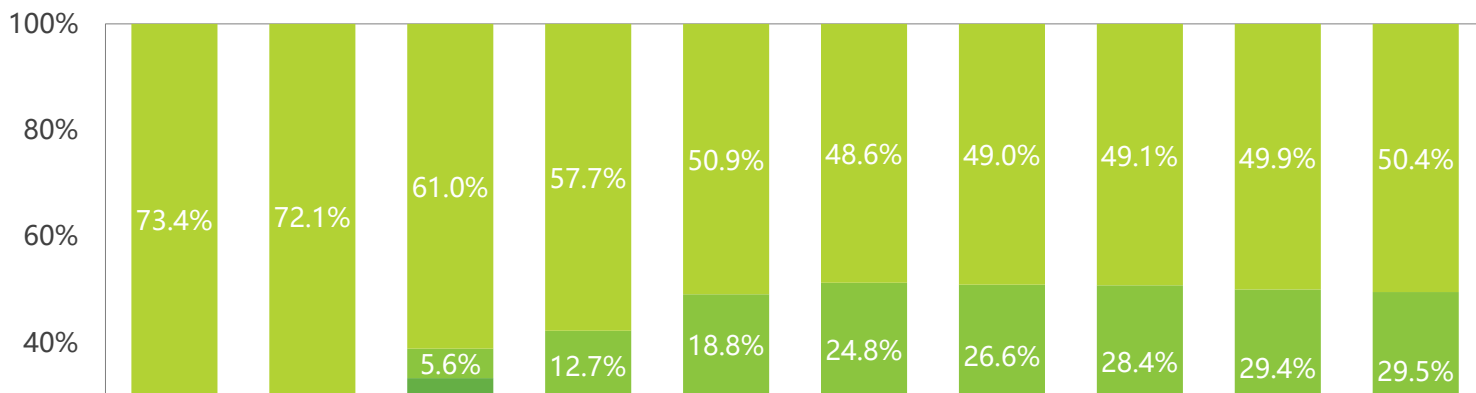
注释：视频内容行业市场规模为在线视频市场规模+泛娱乐直播市场规模+短视频市场规模。  
来源：综合公开资料、专家访谈及企业财报，艾瑞自主研究绘制。

# 视频内容行业盈利模式分析

## 广告仍将是重要增长引擎，用户付费贡献度进一步提升

视频内容行业主要盈利模式是广告收入、内容付费、版权分销等。以在线视频行业为例，为改善单一商业模式，在线视频企业加大优质内容供给，提升用户付费意愿，预计2021年用户付费收入占比将近30%，而随着原生视频广告的进一步发展，视频网站将拥有更多广告库存，吸引更多广告主，其广告业务也将持续中高速增长，在线视频行业将逐步形成更加平衡、更为健康的盈利模式。

### 2012-2021年中国在线视频行业各业务营收占比



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\\_21291](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21291)

