

原生视频广告市场洞察报告

2017年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

原生视频广告市场现状解析

1

原生视频广告用户洞察

2

原生视频广告案例分析

3

微博原生视频广告解析

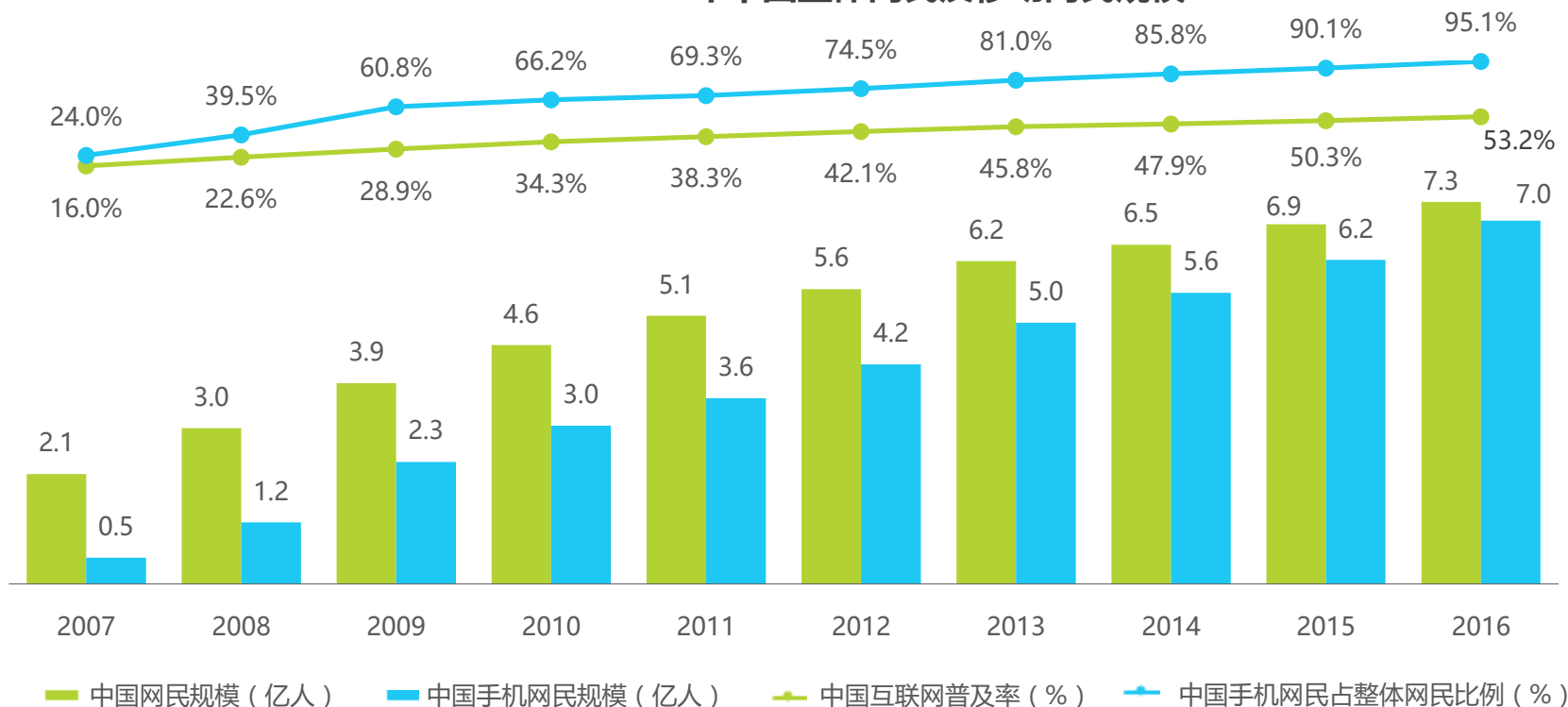
4

中国互联网市场发展概述

互联网十年：网民接近完成从PC到移动互联网的转变

根据CNNIC最新数据显示，截至2016年12月，我国网民规模超过7亿，互联网普及率达到53.2%，其中手机网民的占比高达95.1%，艾瑞分析认为，网民向移动互联网的转移，直接推动了碎片化和交互化的移动视频广告发展。

2007-2016年中国整体网民及移动网民规模

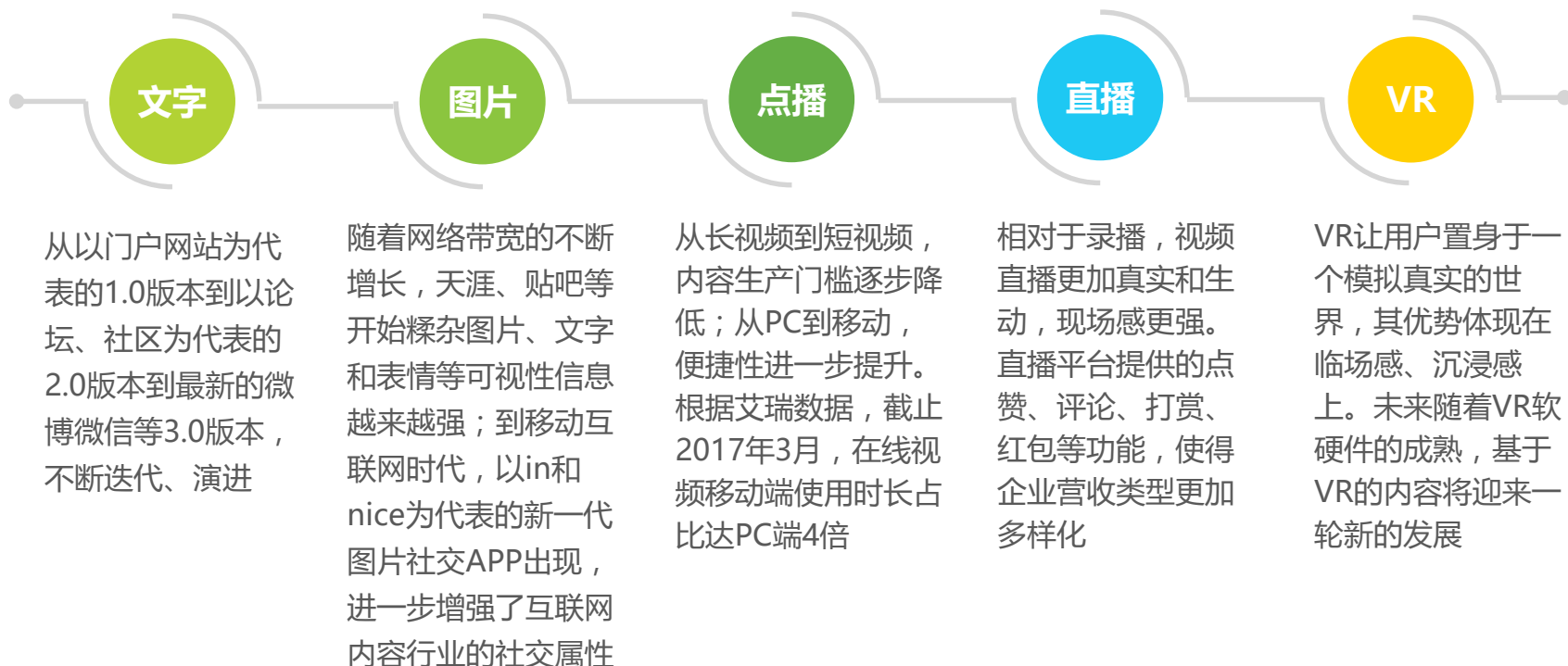


中国互联网市场发展概述

内容进阶：信息传递维度提高，互动即时体验增强

艾瑞分析认为，传统的互联网内容以单一的文字和图片作为载体进行内容输出，而现在以图片、视频、直播等多种组合形式来展现的内容更加丰富，互动和即时性趋势愈加明显，如今视频及直播已成为新时代的互联网社交平台 and 入口之一。

2017年中国互联网内容行业进阶过程

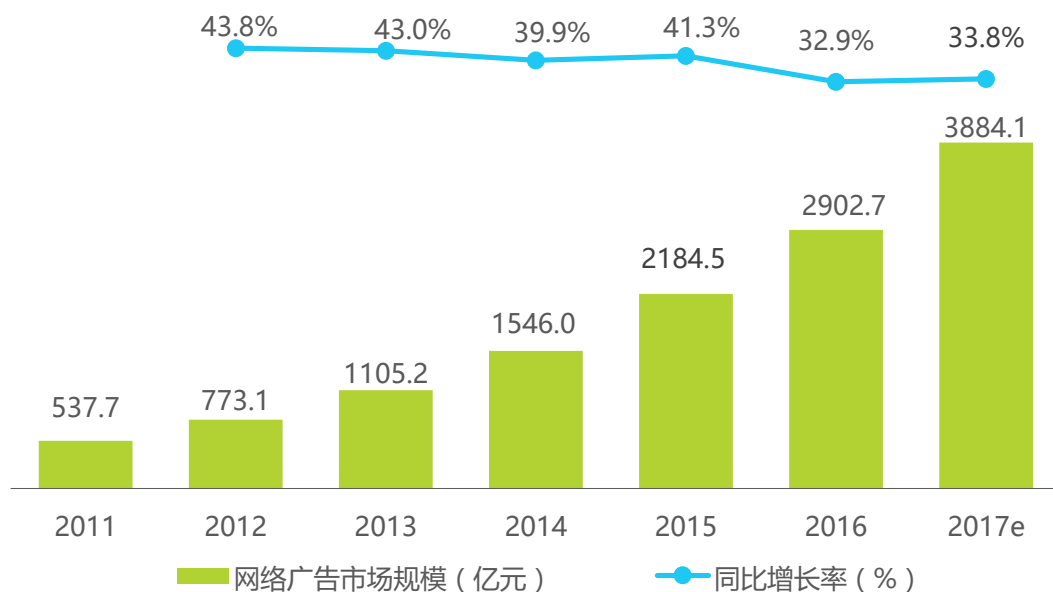


中国网络广告市场发展现状

2016年网络广告市场规模达到2902.7亿元

随着互联网和移动互联网的增长和普及，网络媒体已经成为最重要的营销工具，网络广告市场得到快速发展，艾瑞咨询数据显示，2016年市场总规模达到2902.7亿元，增速32.9%，预计未来市场将继续保持高速增长，行业整合加速，网络广告形式演化不断丰富创新，内容更贴合用户需求。

2011-2017年中国网络广告市场规模及预测



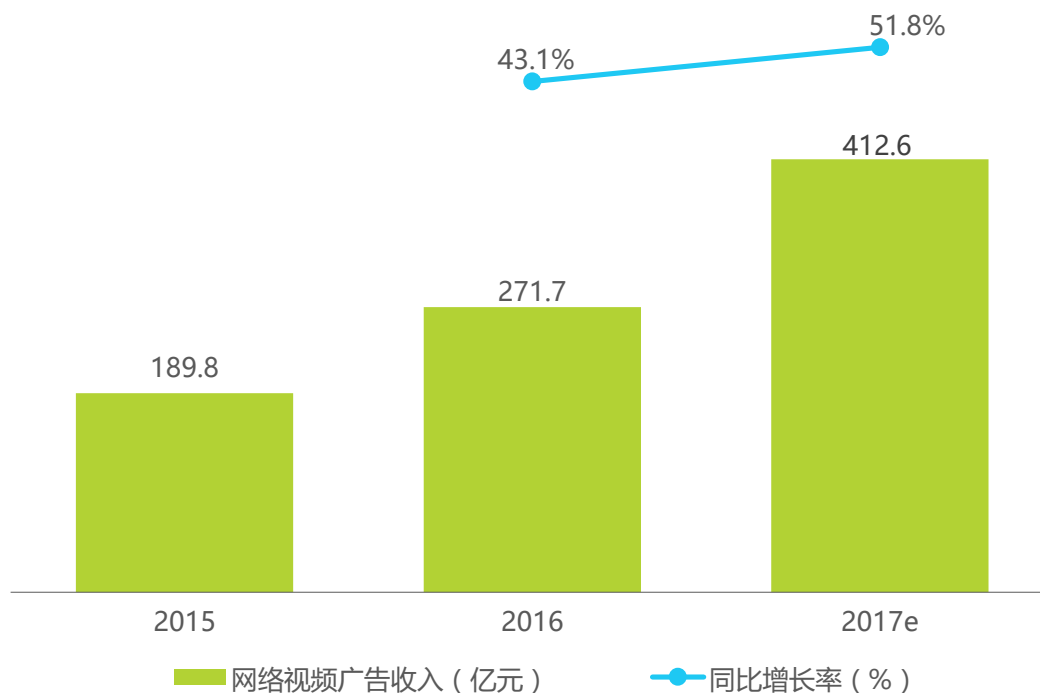
注释：1.互联网广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

中国网络视频广告市场发展现状

2016年网络视频广告收入市场规模达271.7亿元

艾瑞咨询数据数据显示，2016年中国网络视频广告收入市场规模为271.7亿元，增速达43.1%，远高于网络广告的平均增速。中国网络视频用户规模的爆发增长以及多元化商业模式的开发创新助力视频广告市场的发展。

2015-2017年中国网络视频广告市场规模及预测



注释：此次统计数据仅包含在线视频网站的贴片广告收入和原生视频广告收入，以及社交资讯平台的视频广告收入。

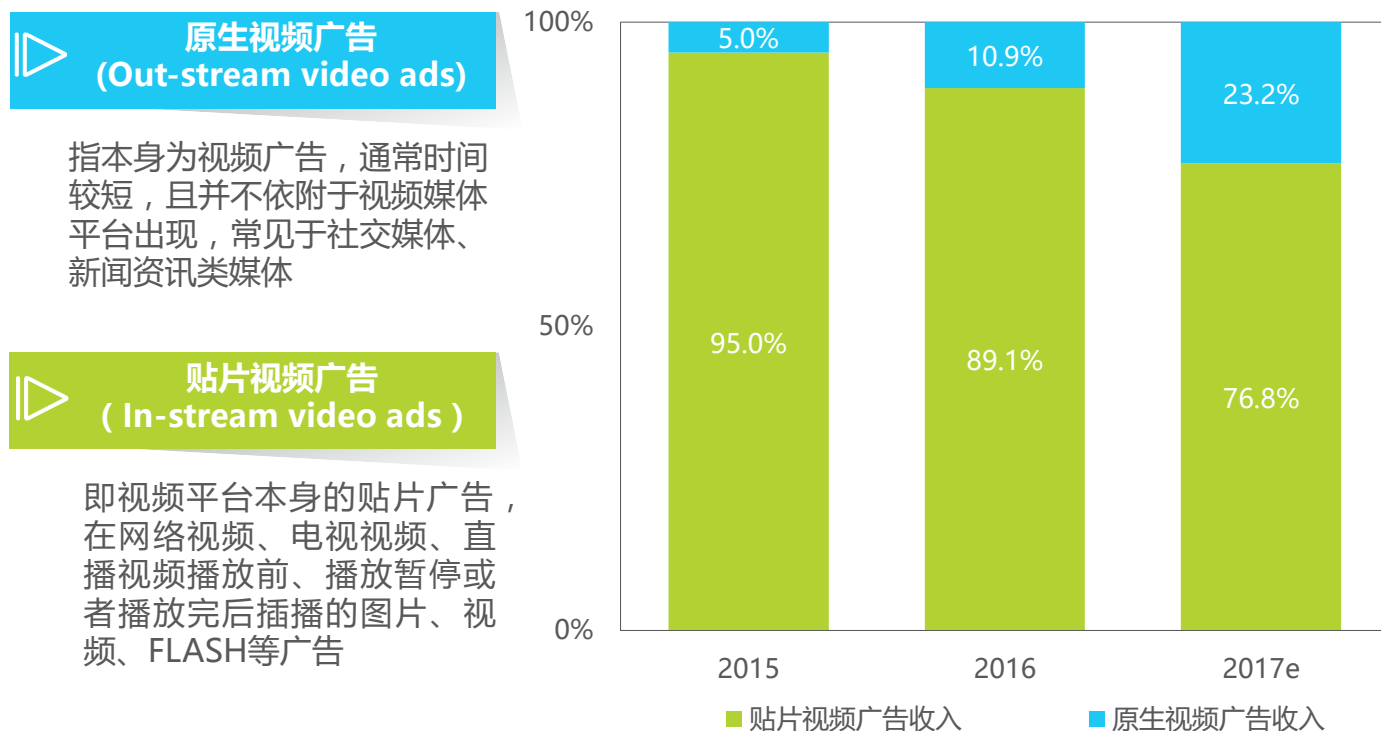
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

中国网络视频广告收入结构

贴片视频广告占主导，原生视频广告加速发展

网络视频广告从是否依托于视频平台本身可分为贴片视频广告和原生视频广告。目前贴片视频广告的发展已经进入成熟期，市场份额占比高达89.1%，而原生视频广告则日渐兴起，预计2017年收入占比进一步提升至23.2%。

2015-2017年中国网络视频广告收入结构



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计预测模型估算，仅供参考。

中国网络视频广告市场发展现状

双因素利好原生视频广告兴起

原生视频广告的兴起，一方面受益于用户需求、社交方式的改变推动短视频行业及其商业化的发展，另一方面随着网络环境优化，传播渠道的革新客观促进了原生广告的产品升级，原生视频广告应运而生。

2017年中国原生视频广告发展要素

- 随着移动互联网的普及，用户生活和社交方式发生了巨大变化，短视频更能满足用户碎片化多场景的需求，快速吸引用户关注
- 短视频借助移动互联风口起飞，商业变现成为可能，短视频广告传播速度更快，内容新颖创意不仅使用户广泛参与



▶ 原生信息流广告进入视频时代

- 2011年Facebook推出原生信息流广告，这种与场景融合一体、更受用户欢迎的新型广告受到了广泛讨论并引入中国
- 随着原生广告不断发展，形式和内容得到进一步优化，以视频为核心的

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_21441

