



互联网行业周报：2021 年互联网广告市场规模稳健增长 电商与视频平台份额持续提升



港股互联网。本周（2022.1.7-2022.1.14）恒生指数上涨 3.79%，恒生科技指数上涨 4.82%。主要港股互联网公司涨跌幅前三快手-W（26.57%）、赤子城科技（14.88%）、猫眼娱乐（12.26%），涨跌幅后三中国有赞（-20.00%）、携程集团-S（-4.95%）、心动公司（-3.37%）。截至 1 月 7 日，主要港股互联网公司港股通持仓前三为腾讯控股（2387.6 亿元人民币，环比+8.6%）、美团-W（741.4 亿元人民币，环比+11.4%）、小米集团-W（551.7 亿元人民币，环比+3.4%）。

美股互联网。道琼斯工业指数下跌 0.88%，纳斯达克指数下跌 0.28%。主要互联网公司涨跌幅前三为爱奇艺（9.93%）、拼多多（8.07%）、京东（8.03%），涨跌幅后三为 TAKE-TWO（-7.30%）、知乎（-7.24%）、兆言网络（-6.81%）。

本周行业观点：2021 年互联网行业受益于内生需求增长稳健，视频类广告继续强势增长。根据中关村互动营销实验室公众号发布的《2021 年中国互联网广告数据报告》显示，2021 年中国互联网广告市场规模预计约为 5435 亿人民币，同比增长 9.32%，增速较上年继续下滑 4.53 个百分点；2021 年中国互联网营销市场规模预计约为 6173 亿人民币，同比增长 12.36%，广告与营销市场规模合计约为 11608 亿元，较上年增长 11.01%。从广告形式收入占比情况看，TOP4 为展示、电商、视频、搜索类广告，市场份额分别为 29%/29%/20.4%/11.9%。

电商与视频平台广告市场份额持续增长，广告市场集中度进一步提升。

从平台类型收入占比看，TOP4 为电商 (36.75%)、视频 (21.66%)、搜索 (10.43%) 和社交平台广告 (9.77%)。受疫情与整体经济情况影响，广告市场集中度进一步上升，TOP10 公司市场份额占比由 2020 年的 92.42% 反弹至 2019 年的 94.85%，TOP4 巨头公司市场份额占比进一步提升至 78.2%。受市场监管与反垄断的影响，阿里巴巴、字节、腾讯的广告业务收入增长放缓，但字节市场份额仍进一步扩大，2021 年广告收入已破千亿。百度广告收入在 2021 年恢复增长，保持了第四的位置。

2021 年，个护及母婴和食品饮料品类占比超六成，政策影响下房地产、教育培训行业大幅下跌。分行业与品类看，2021 年 TOP2 个护及母婴与食品饮料品类市场占比分别为 32.89%/29.19%，合计市场占比 62%；两大品类均大幅增长，个护及母婴品类增长 58.7% 至 1787.48 亿元。第二梯队中，交通行业收入受全球芯片短缺影响下滑 13.2%，收入降至 465.3 亿元，网络与通信类收入 2021 年出现增幅上扬，收入达 418.99 亿元。受监管及政策影响，房地产行业收入下跌 47.3%，教育培训行业收入下跌 69.6%。

本周重点数据追踪。1) 直播电商：上周 (2022.1.3-2022.1.9) 抖音直播上周销售额前十主播中，销售额合计 17.43 亿元，环比上涨 47.6%；销售量合计 539.1 万件，环比上涨 13.5%。2) 哔哩哔哩创作者氛围：哔哩哔哩近七天平均投稿率为 6.72%，环比下降 0.45pct。3) 小程序排行，上周 (2022.1.3-2022.1.9) 阿拉丁指数排行前三的小程序分别为看一看+，同程旅行，美团优选。4) 腾讯旗下《王者荣耀》、《和平精英》和网易旗下

《梦幻西游》、《哈利波特》近 7 日日均 iPhone 中国收入分别达 371.7 万美元、203.8 万美元、95.1 万美元和 19.6 万美元，领先同业。

风险提示：政策监管变化、行业竞争趋于激烈。

关键词：王者荣耀 疫情 直播 芯片 阿里巴巴

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_36118

