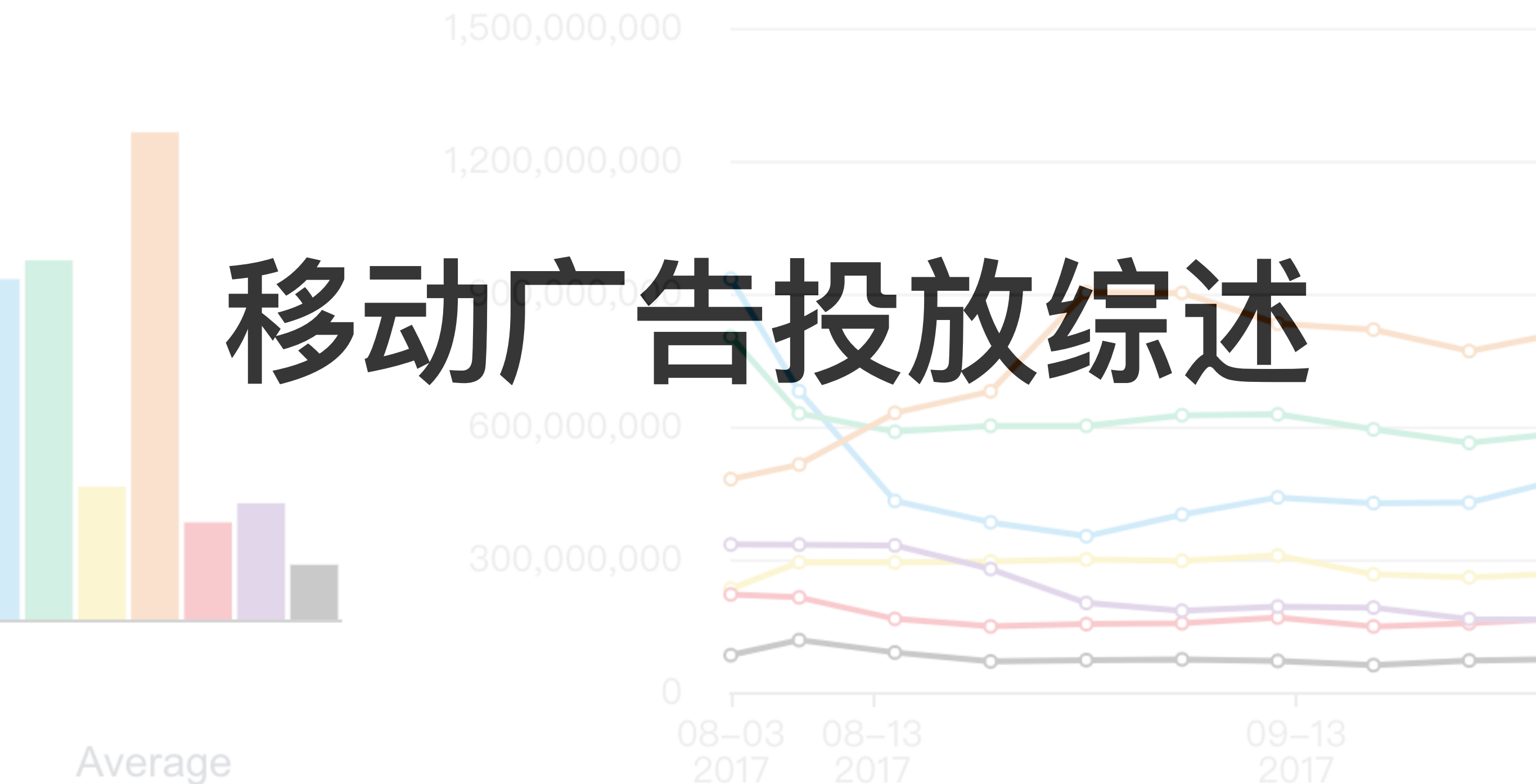




Facebook

角色扮演类 策略类 娱乐类

移动广告投放综述





借助于全球最大的广告情报分析工具 SocialPeta, ZingFront 数据团队为你呈现 2017 年年度广告投放趋势。

默认情况下, 市场份额对比时间跨度为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。部分渠道由于数据采集时间不足一年, 以真实的数据采集时间跨度为准, 相关渠道会有相关说明。

方法论: 广告情报分析

SocialPeta 在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据, 目前已经积累超过 3 亿条广告数据, 每月更新的广告数据多达 2500 万, 每天新增的 50 万条去重后的广告数据。在如此庞大的数据基础上, 我们可以通过 SocialPeta 洞察广告行业的大盘趋势。

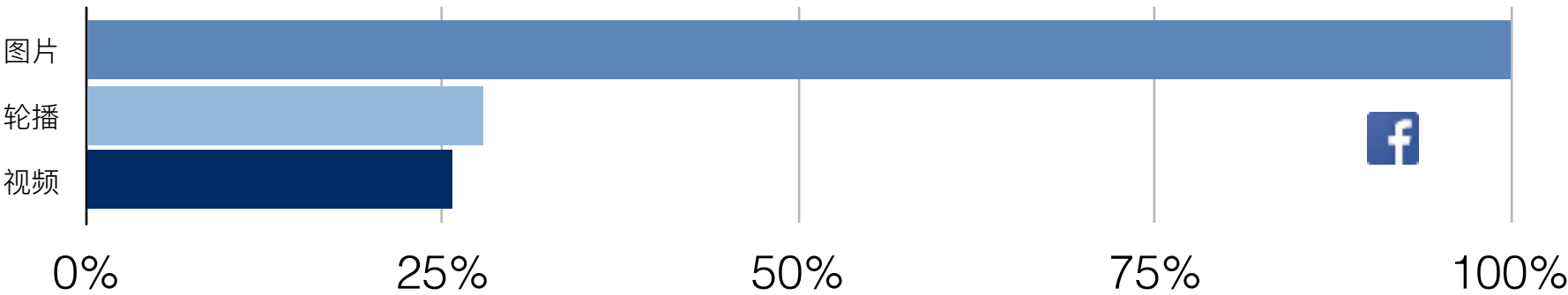
SocialPeta 未与任何渠道、第三方平台有数据交换合作, 所有广告数据均来自采样。

SocialPeta 是全球范围内最大的广告情报分析工具, 包括广告平台、应用发行商、应用开发者、电商客户等众多客户已经从 SocialPeta 获益。

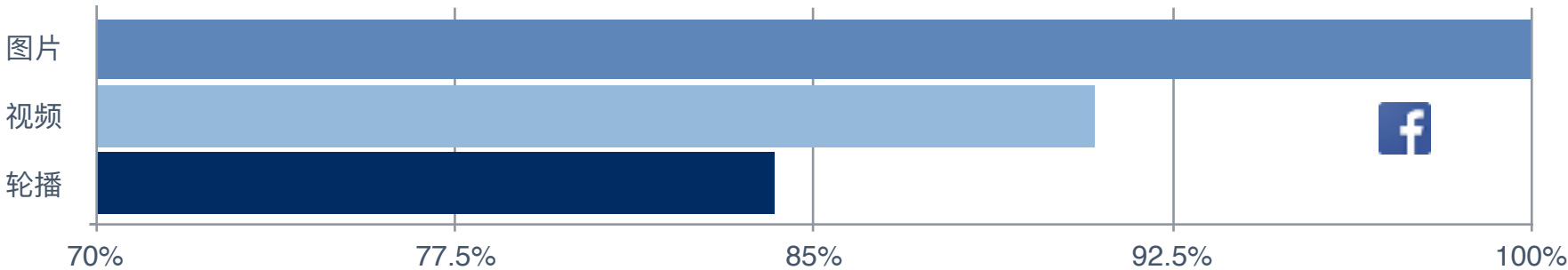
如果您想进一步了解我们的产品, 随时欢迎与我们联系:

hello@zingfront.com。

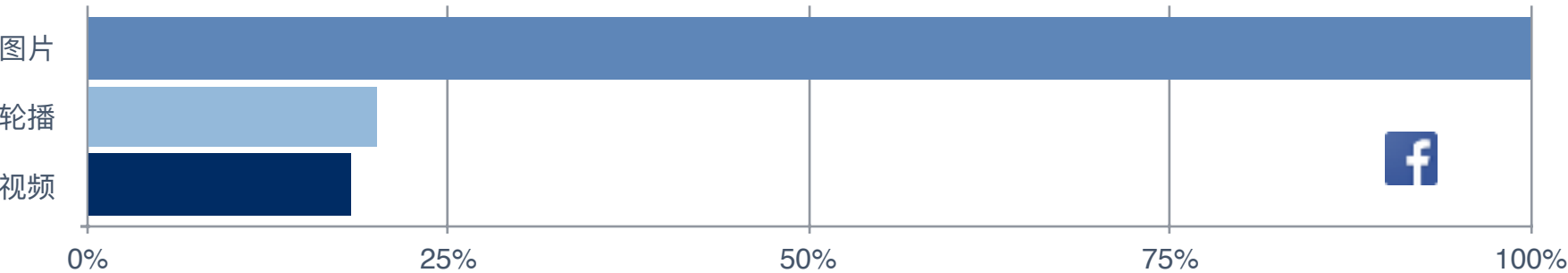
应用类广告素材类型对比(全年)



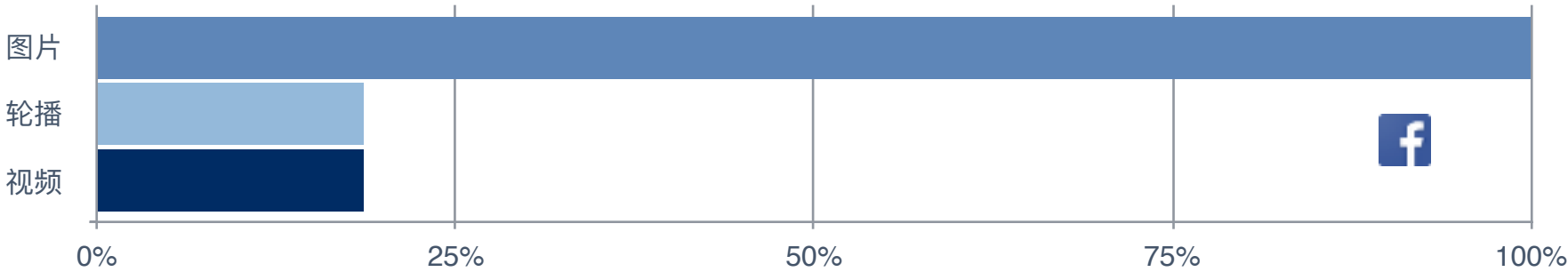
应用类广告素材类型对比(下半年)



电商类广告素材类型对比(全年)



电商类广告素材类型对比(下半年)

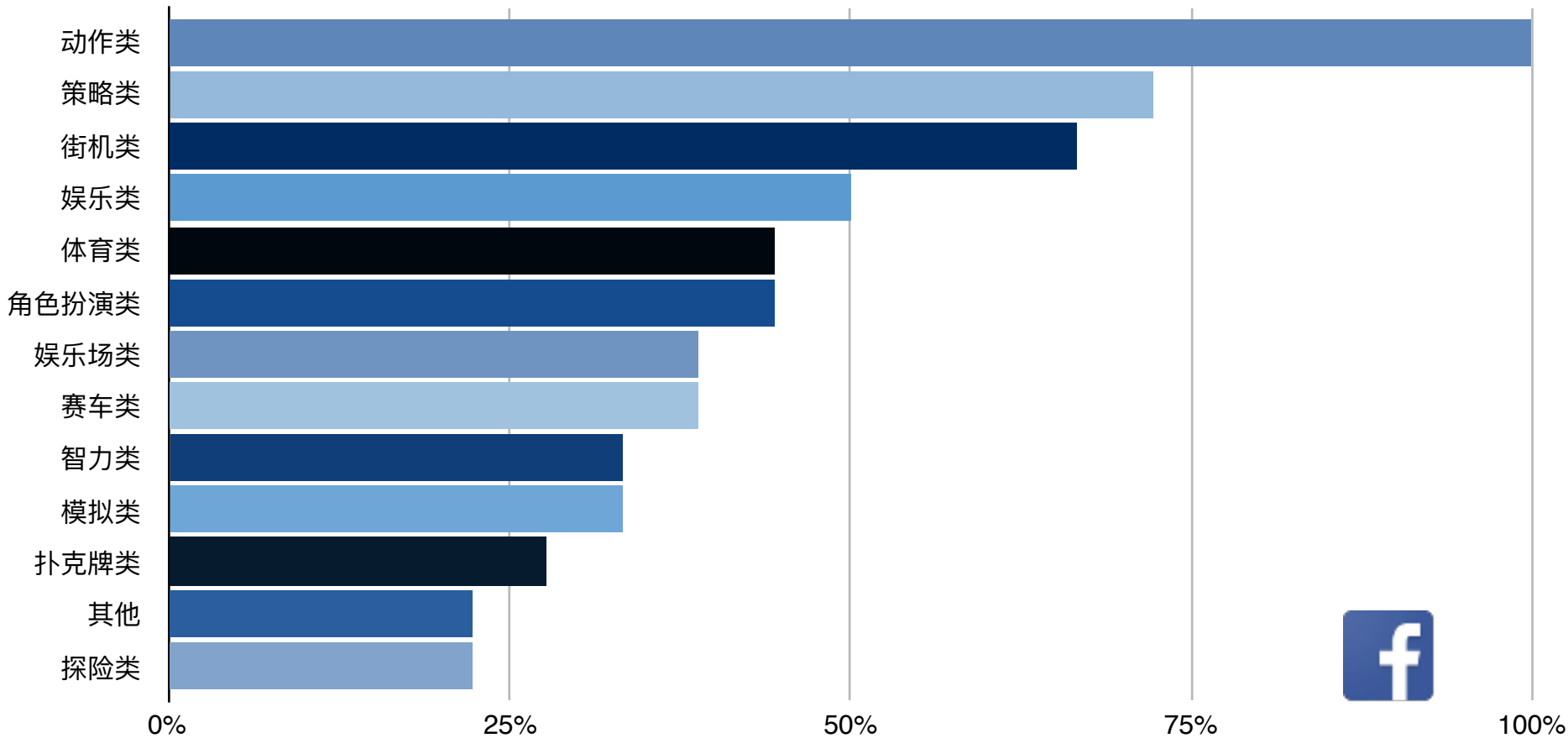


全年来看，应用类广告素材，图片仍然是主流的广告素材形式；视频形式素材约为图片形式素材的 25% 左右。

但从下半年数据来看，视频占比大幅度提升。视频形式素材约为图片形式素材的 90% 左右，可见由于投放效果较好，视频素材是越来越受到各大广告主的重视，视频素材是大势所趋。

电商类广告素材形式趋势相对比较稳定，全年趋势和下半年趋势没有明显波动。

游戏广告主类别对比



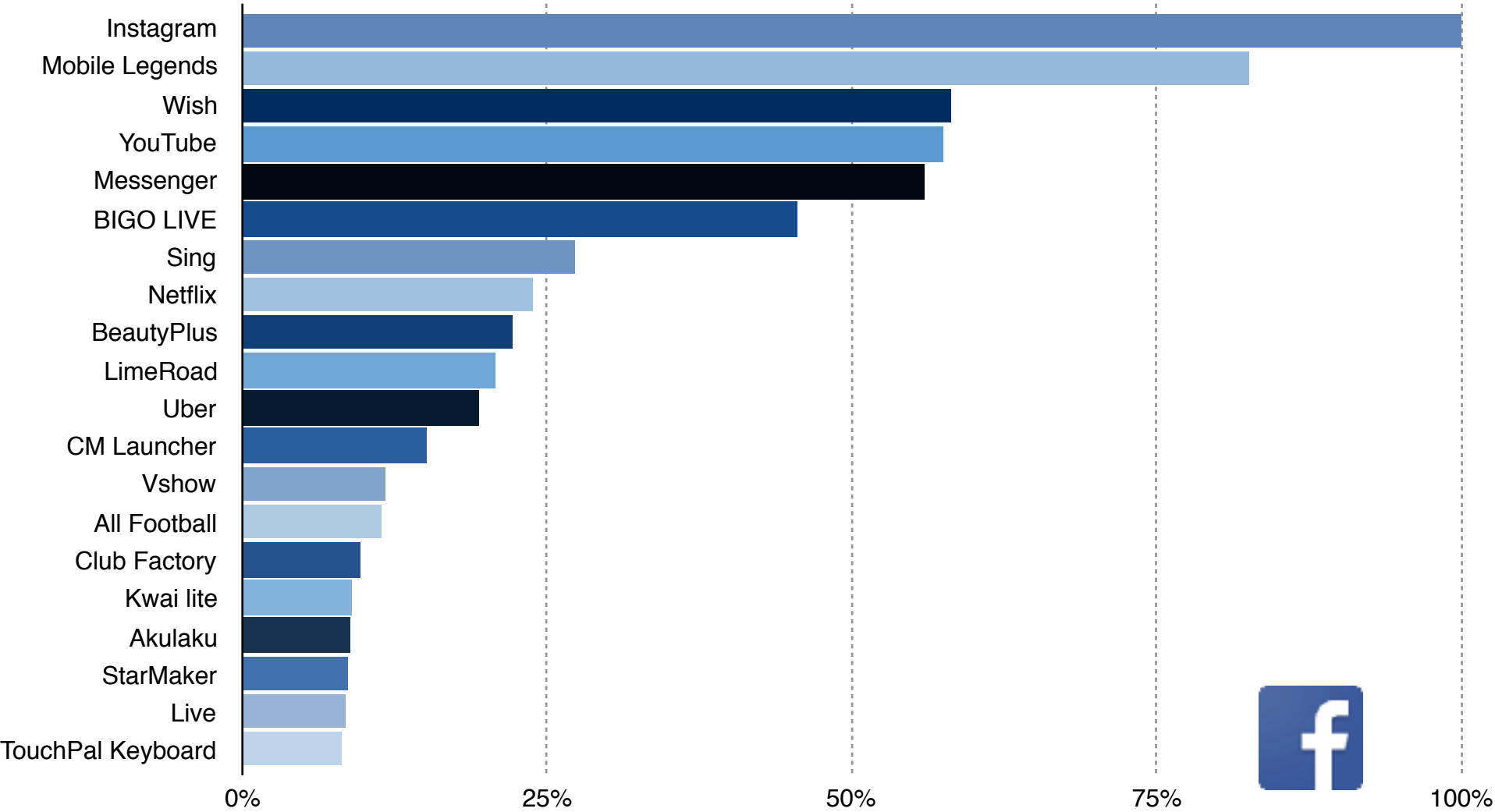
对于 Facebook 渠道，动作类、策略类、街机类广告主占比占据前三甲。





	Guns of Glory 	DianDian Interactive	总展现 3 M	创意总数 652	素材总数 51
	Free Fire - Battlegrounds 		总展现 1 M	创意总数 218	素材总数 75
	انتقام السلاطين 	ONEMT LIMITED	总展现 5 M	创意总数 215	素材总数 32
	阿瓦隆之王: 龙之战役 (King of Avalon) 	DianDian Interactive	总展现 398 K	创意总数 209	素材总数 30
	Legacy of Discord: Furious Wings 	YOUNZU GAMES HONGKONG LIMITED	总展现 4 M	创意总数 19	素材总数 35
	放置奇兵 - 全球同服放置类游戏 	Wang Wei	总展现 1 M	创意总数 168	素材总数 58
	Rules of Survival 	Hong Kong Netease Interactive Entertainment Limited	总展现 2 M	创意总数 163	素材总数 27
	Daybreak Legends 	Linekong US	总展现 156 K	创意总数 125	素材总数 46
	野蛮人大作战 	HangZhou Electric Soul Network Technology Co.,Ltd	总展现 869 K	创意总数 116	素材总数 20
	Rise of the Kings 	ONEMT LIMITED	总展现 977 K	创意总数 114	素材总数 26

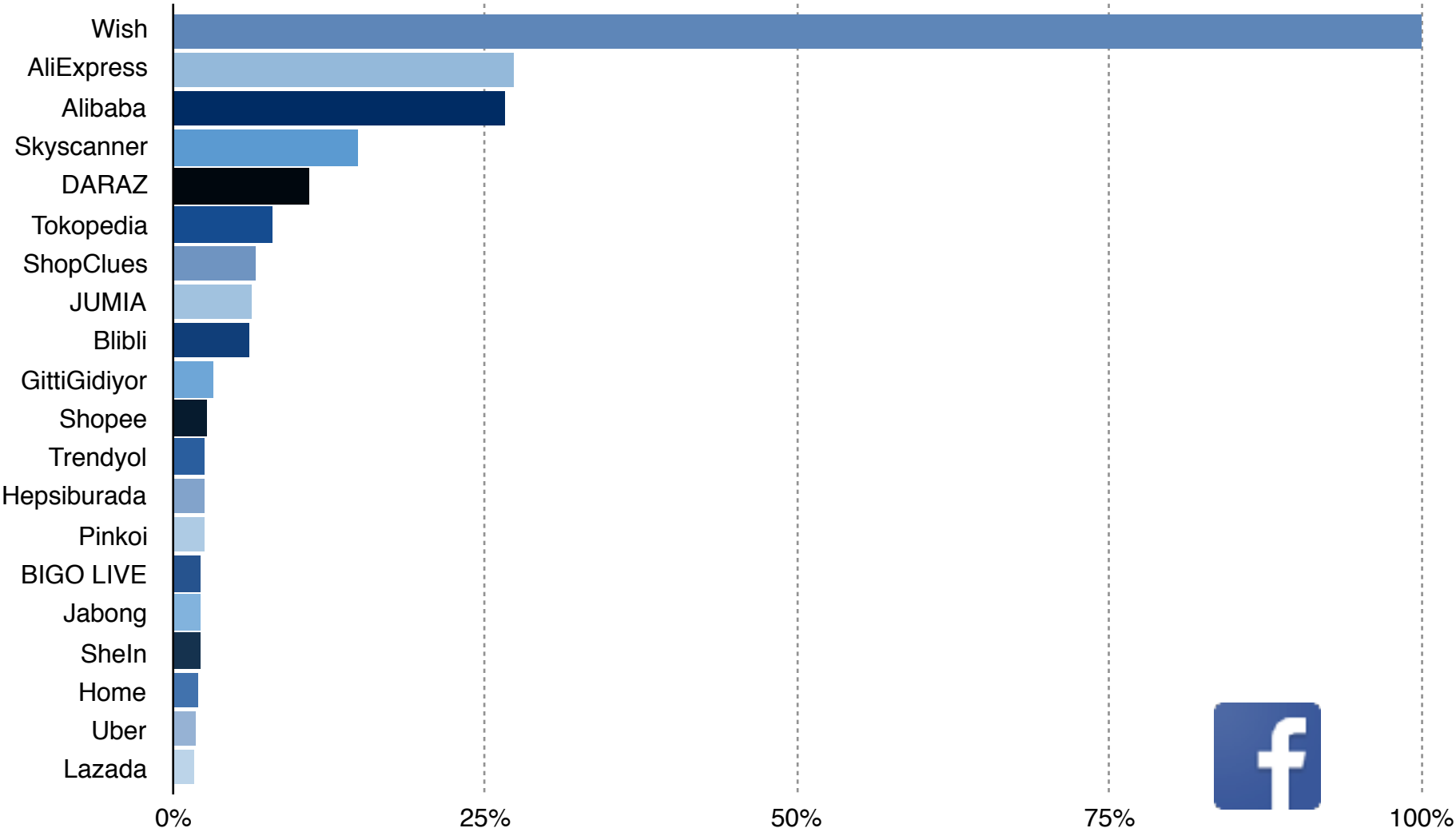
TOP 广告主—应用类



不出所料，Instagram 依然是 Facebook 渠道的年度广告主；

上海沐瞳科技（Moonton）旗下的 Mobile Legends 紧随其后，高居第二，是 Facebook 渠道上最大的第三方安装类型广告主，可见其超强的吸金能力；

电商平台 Wish 依旧大量撒金；

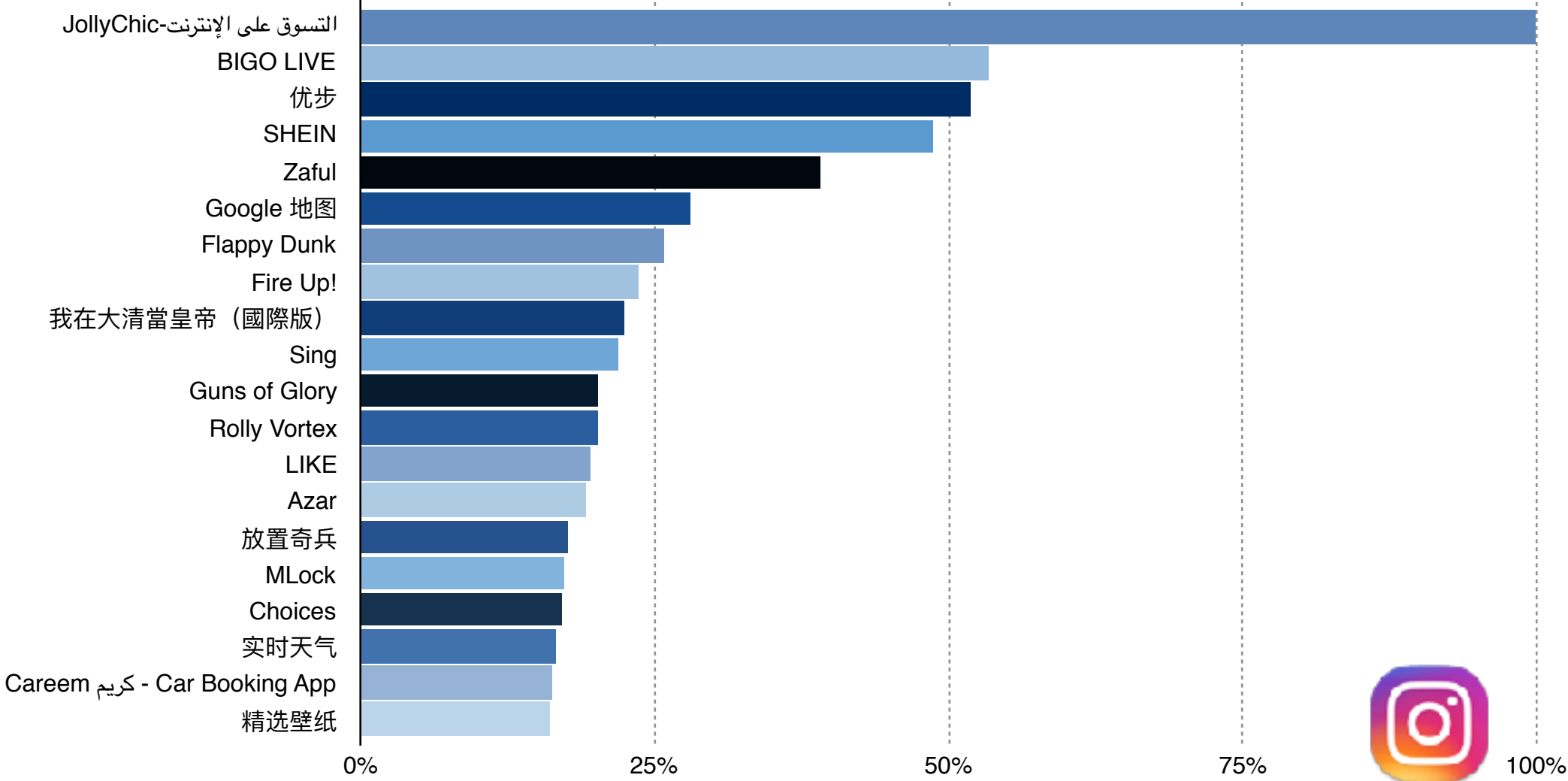


Audience Network 渠道广告主以电商平台为主。

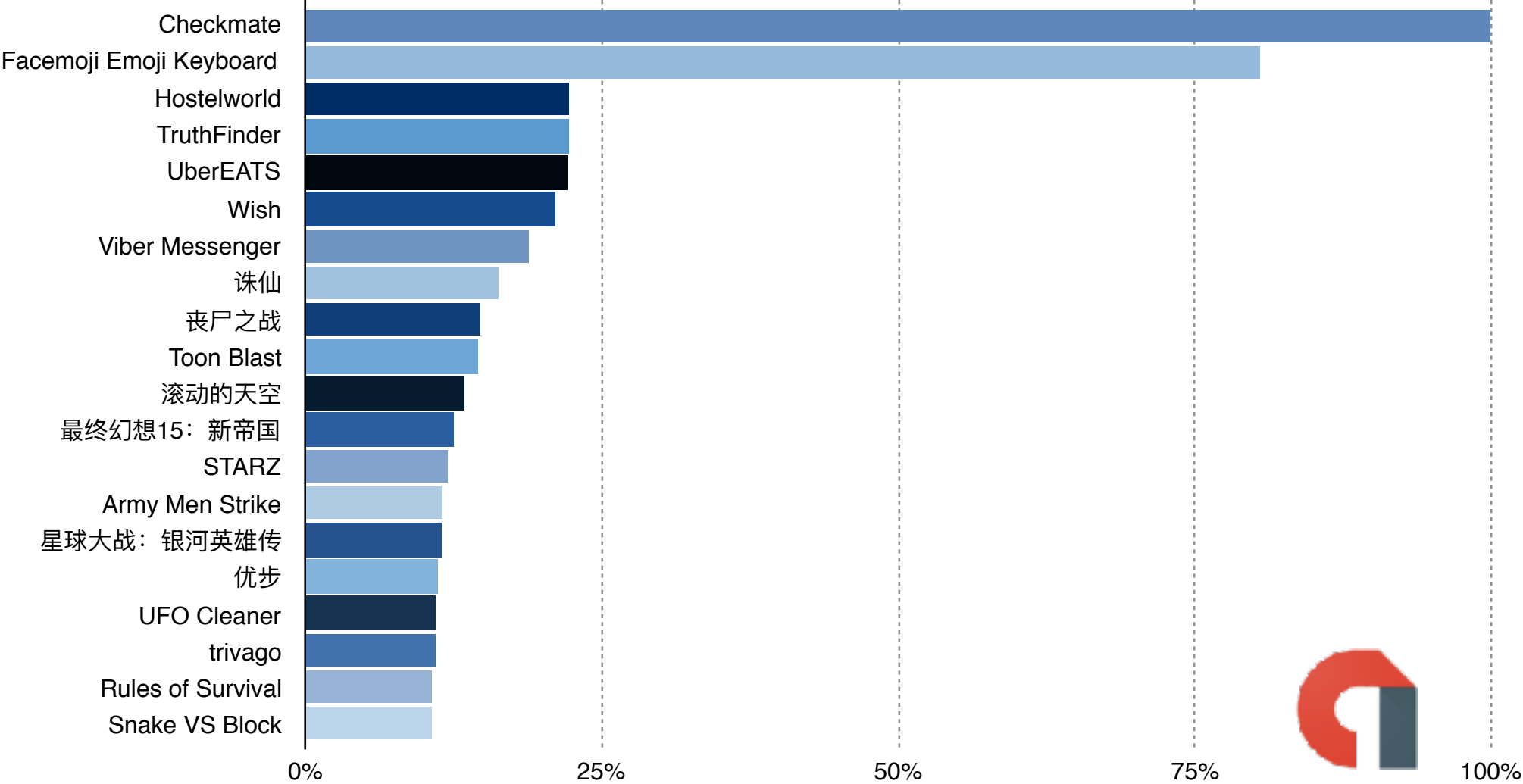
用好 Audience Network 的低价流量，已经成为电商广告主的共识。

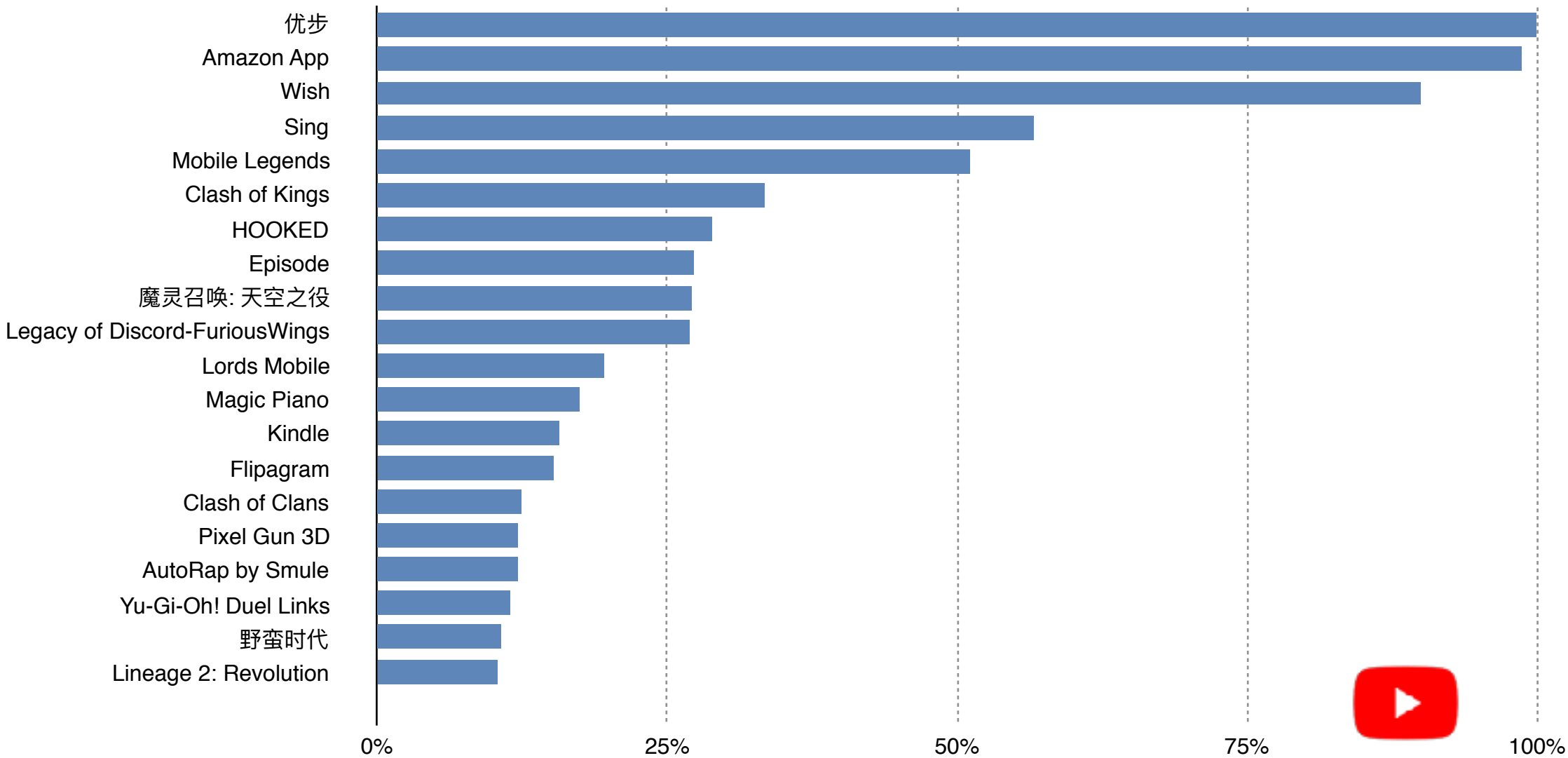


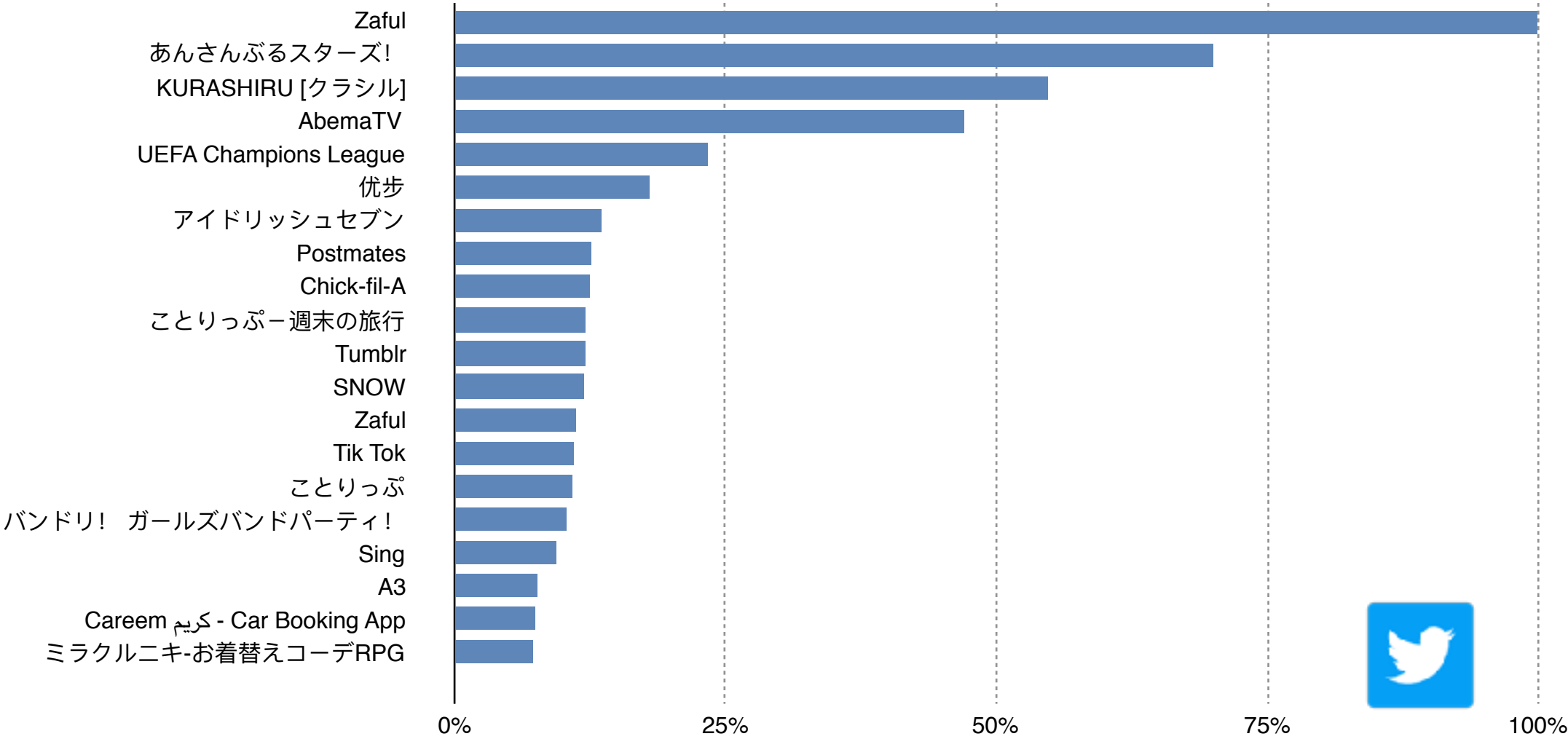
Instagram | TOP 广告主



Instagram 渠道数据采集时间范围：2017-10开始，至今。

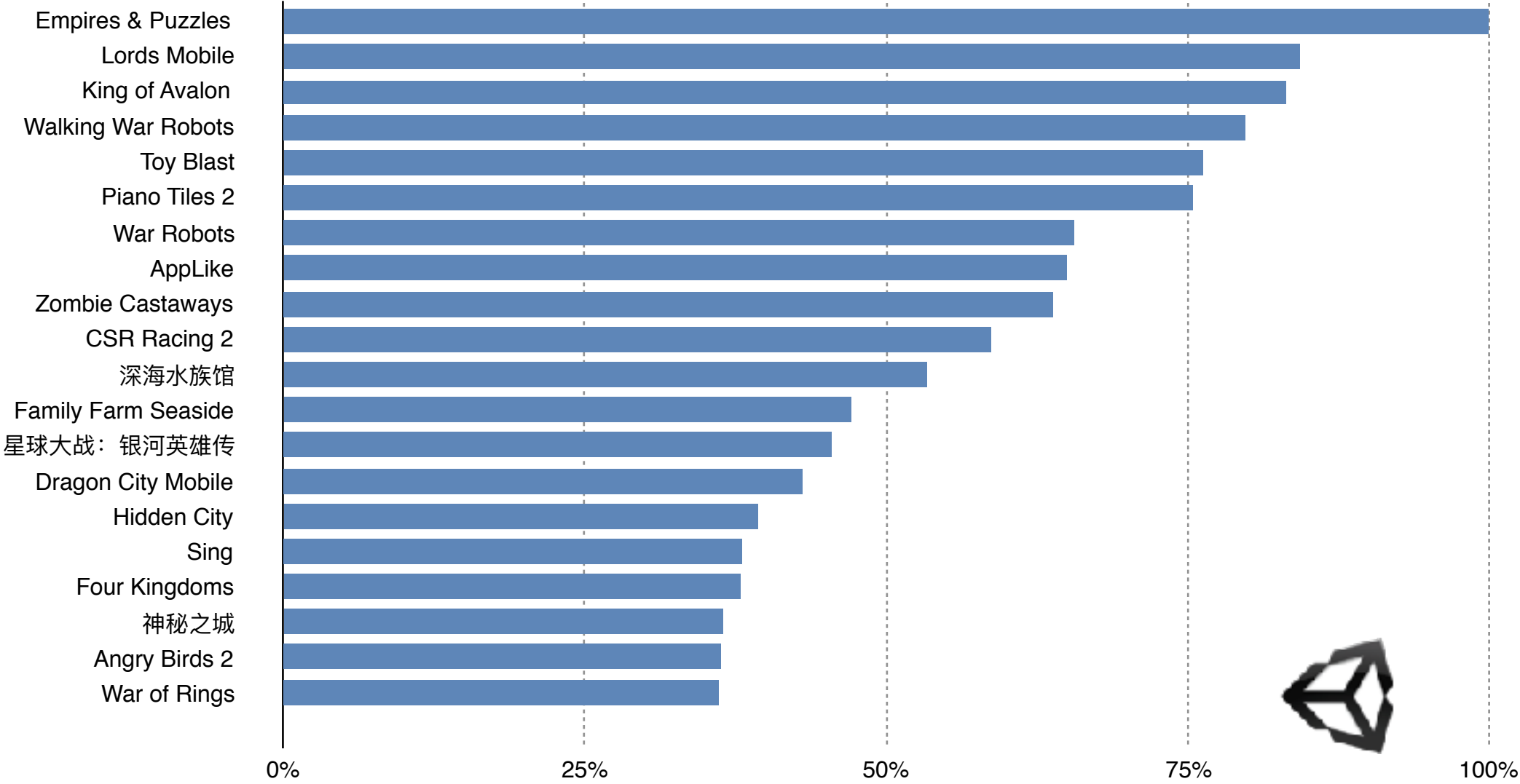




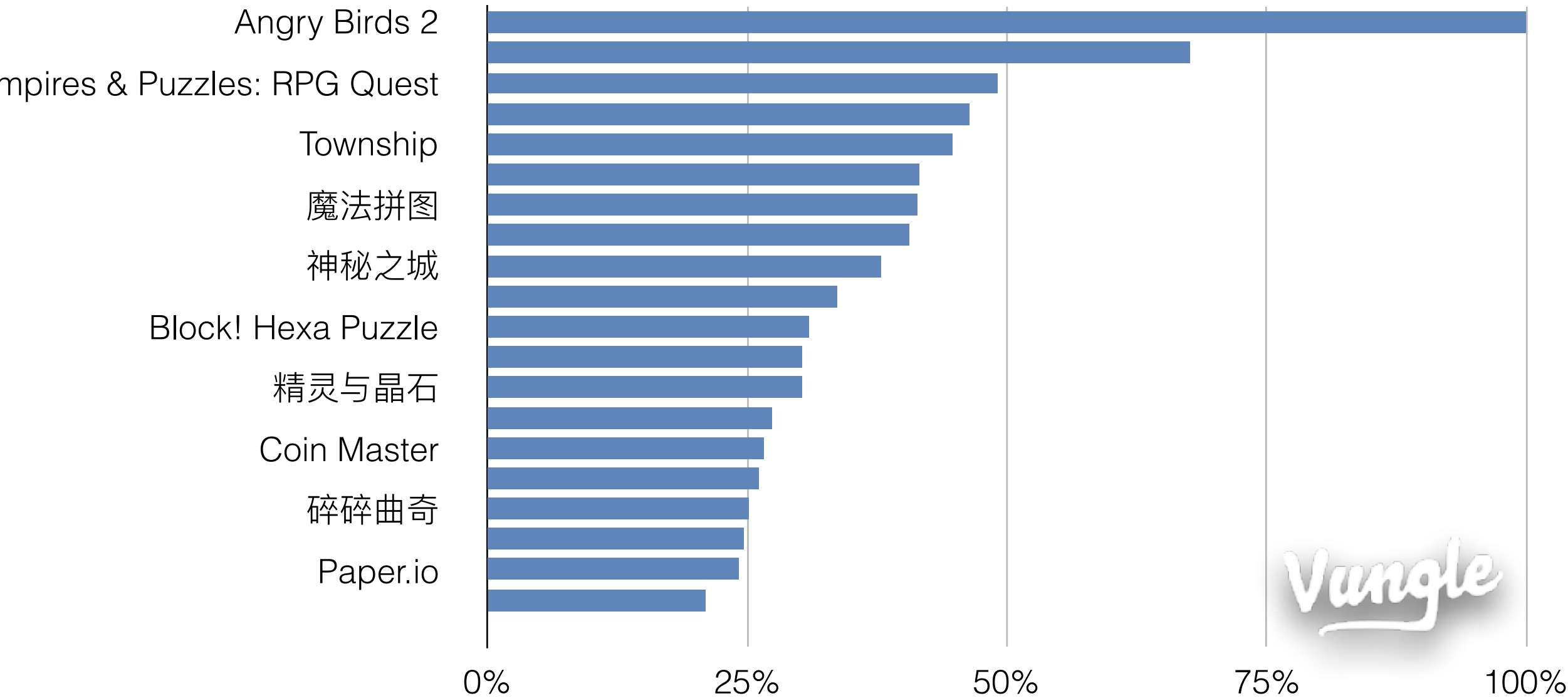


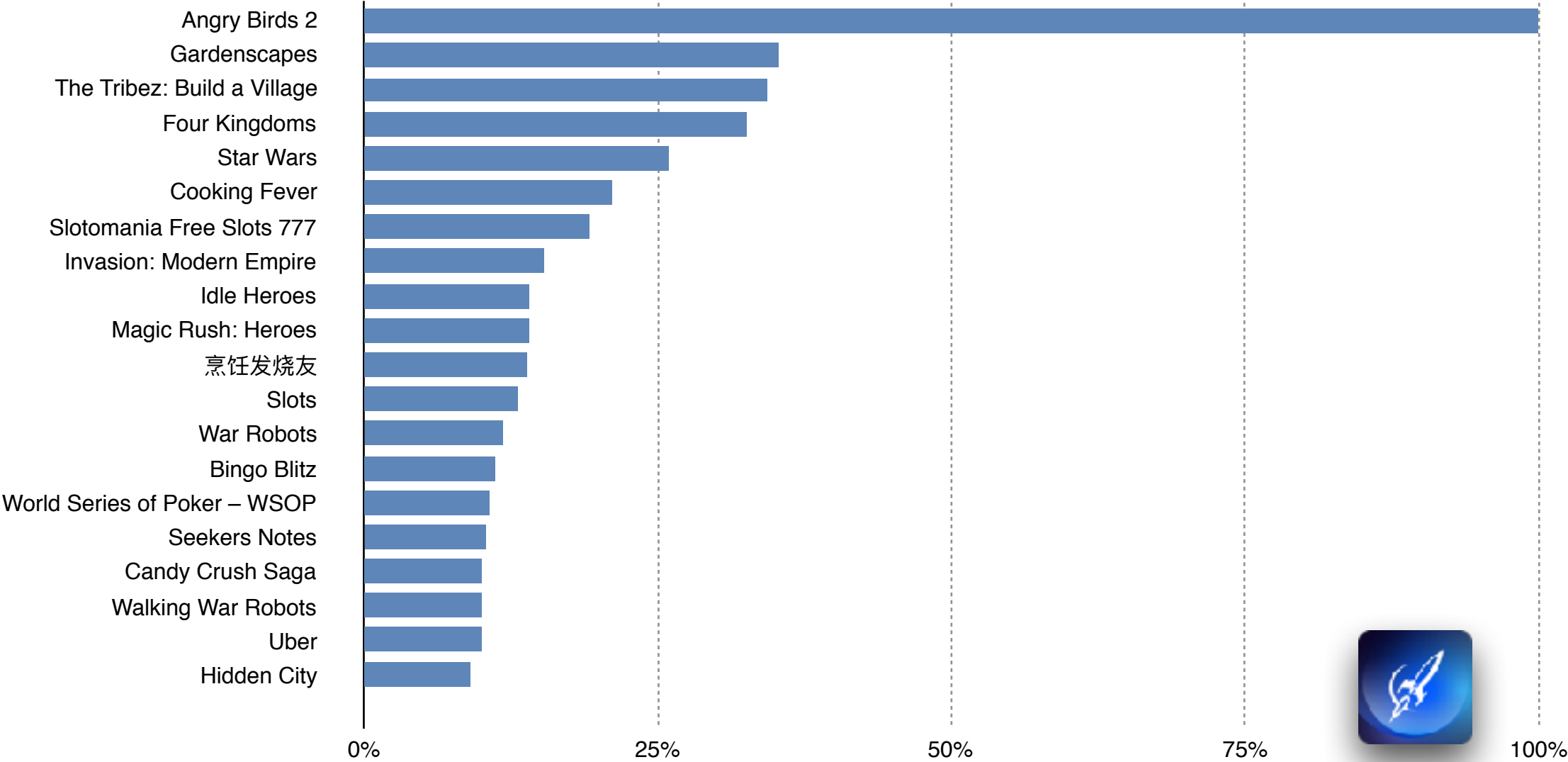
目前我们在 Twitter 渠道上的样本以日本用户为主。

UnityAds | TOP广告主



UnityAds 渠道主打视频素材，该渠道上广告主以游戏广告主为主。
Vungle 和 Adcolony 也是类似的广告主占比。





1



应用名

Magic Rush: Heroes

— 已收藏

开发商

Elex



104 天



素材尺寸

1200 x 628

This is World War!

Worldwide Real-Time Strategy! Only the strong ▾ should apply! Hurry!



 展现

2 B

 互动

29 M

 转化

5 M

投放渠道

Facebook

首次看见

2017-03-10

最后看见

2017-06-21

持续时间

104 天

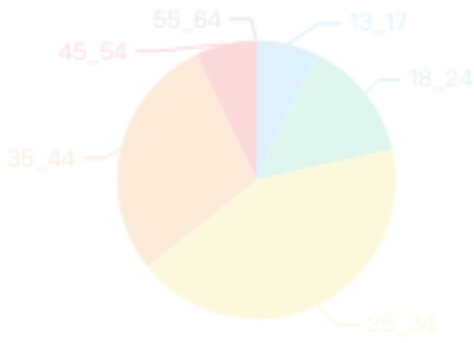
关联广告

96个同素材创意

定向地区

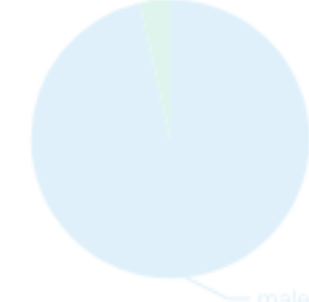
美国, 英国, 加拿大, 澳大利亚, 马来西亚, 孟加拉国, 尼泊尔, 印度尼西亚, 葡萄牙, 西班牙, 安哥拉, 德国, 印度, 菲律宾, 泰...

年龄分布

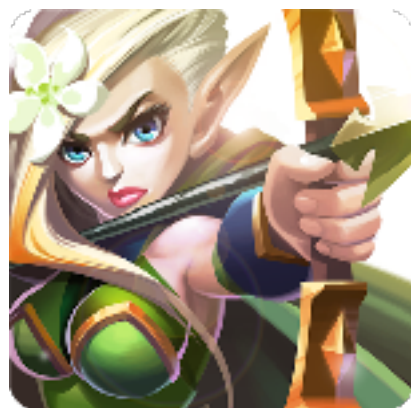


Age Group	Percentage
13_17	~10%
18_24	~10%
25_34	~35%
35_44	~25%
45_54	~10%
55_64	~10%

性别分布



Gender	Percentage
female	~5%
male	~95%



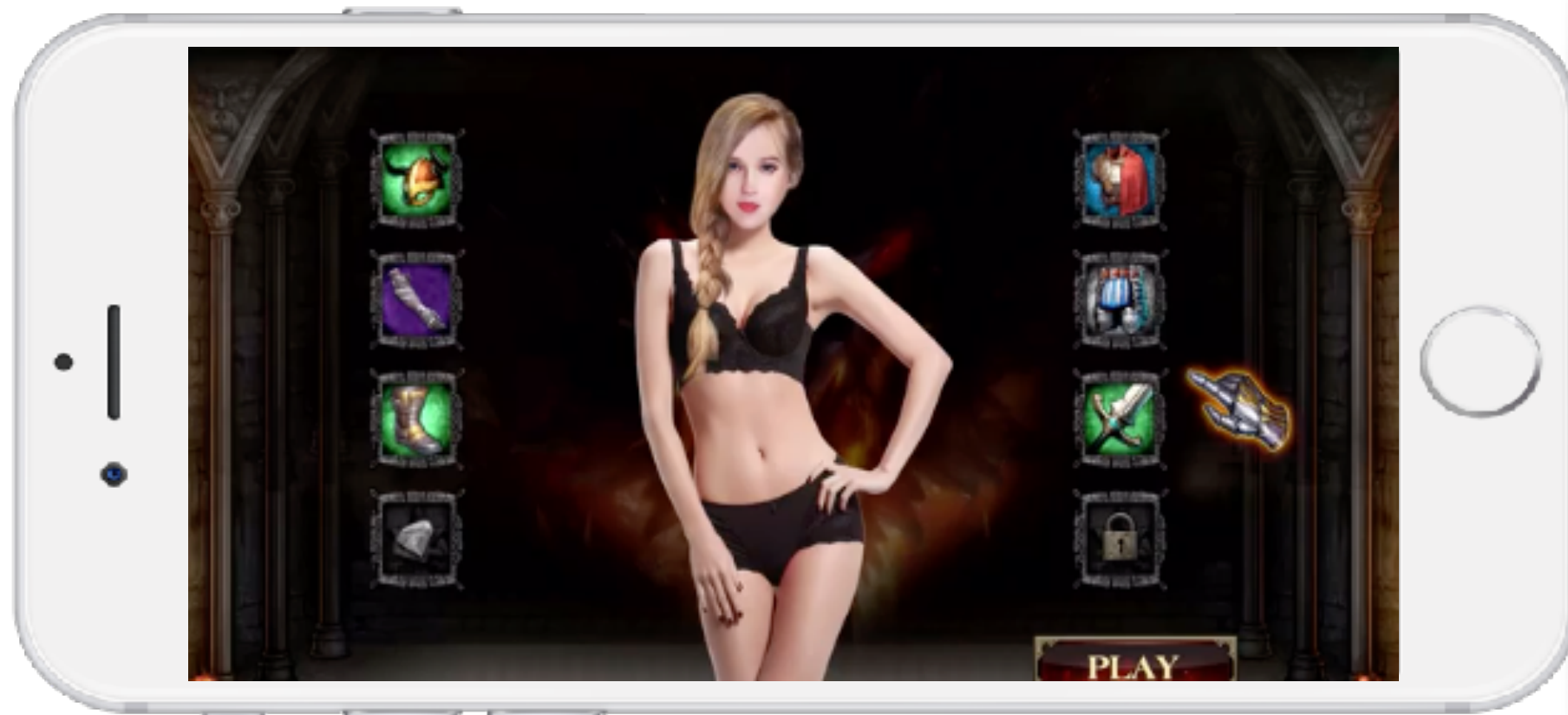
Magic Rush: Heroes By Elex

该素材在 Facebook 信息流渠道投放时长长达数月之久，根据 SocialPeta 智能算法预估展现量超过 10 亿，累计带来转化高达数百万。我们在美国、加拿大、马来西亚、菲律宾、泰国、巴西、德国、俄罗斯联邦、中东地区、中国香港、台湾地区、日本国等数十个国家检测到该素材。该素材的广告文案做了很好的本地化。



Zgirls By Star Ring Game Limited

该素材在 Facebook Audience Network 渠道投放时长长达 30 多天，根据 SocialPeta 智能算法预估展现量超过 4 千万，累计带来转化高达数万。我们在德国、土耳其、新加坡、泰国、瑞典、西班牙、美国、加拿大、韩国等多个国家和地区检测到该创意。



Clash of Kings By Elex

该视频素材在 UnityAds 渠道投放时长长达数月之久，根据 SocialPeta 智能算法预估展现量超过1千多万，累计带来转化高达数十万。我们在美国、加拿大、马来西亚、菲律宾、泰国、巴西、德国、俄罗斯联邦、中东地区、中国香港、台湾地区、日本国等数十个国家检测到该素材。



The Tribes: Build a Village By Game Insight Global Limited

该视频素材在 Adcolony 渠道投放时长长达半年之久，根据 SocialPeta 智能算法预估展现量超过数千万，累计带来转化高达数十万。我们观察到该广告创意目前还在投放，可见其超强的吸量能力。

13  mediamarkt.com.tr   3 天  2018-01-24 Sömestirde MediaMarkt'a gel, en eğlenceli kampan...   展现 15 K  71  < 10 更多数据	14  wayfair.com   1 天  2018-01-24 Artifacts trading company's hand woven trays and ...   5 K  20  < 10 更多数据	15  webstaurantstore.com   1 天  2018-01-24 Pssstttt... You seem to have forgotten something. ...   4 K  < 10 更多数据
16  moebel.de   1 天  2018-01-24 Finde alles für dein Zuhause.   15 K  71  < 10 更多数据	17  mediamarkt.com.tr   1 天  2018-01-24 Rakipsiz fiyatlarla kazananlar MediaMarkt'ta! İhtiya...   5 K  20  < 10 更多数据	18  homedepot.com   2 天  2018-01-24 One year of great-tasting water for less than \$35!   4 K  < 10 更多数据

珠宝行业 TOP 广告主

VÖYLLA™
FASHION JEWELRY

JEULIA

 BRILLIANT EARTH

azulaa™

सुक़्क़ी.COM

FOSSIL

PANDÖRA

SUNLIGHT

家居行业 TOP 广告主

PB



 wayfair.co.uk

 wayfair™

 hometalk

purple



 Ashley®
HOMESTORE

根据 Facebook 渠道内投放数据统计，更多行业信息请登录 SocialPeta 网站查询。



Shopify

HOODIEBOSS

MaokiL

MASORiNi

DAPIZ

INE

icoolgadgets

SHOPLIVE

TVG
THE VIRAL GADGETS

BUYKUD

BODEAZ
FITNESS

FLATE



GIOVOSS

c6

CARBON6



4ocean

根据 Facebook 渠道内投放数据统计，更多行业信息请登录 SocialPeta 网站查询。

全球最热素材 ⓘ



Facebook →

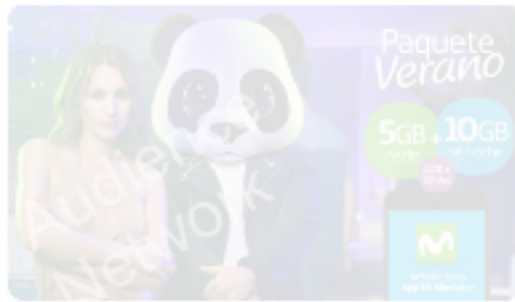


展现 47 M 互动 466 K 转化 85 K

Facebook →



Audience Network →



Audience Network →



Twitter →

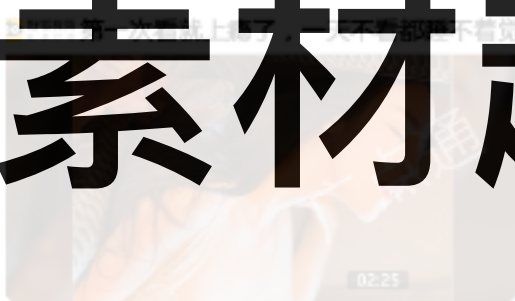
中国最热素材 ⓘ



今日头条 →



今日头条 →



广点通 →



广点通 →



智汇推 →

日本最热素材 ⓘ



Ameba(アメーバ) →



Ameba(アメーバ) →



Smartl →

韩国最热素材 ⓘ



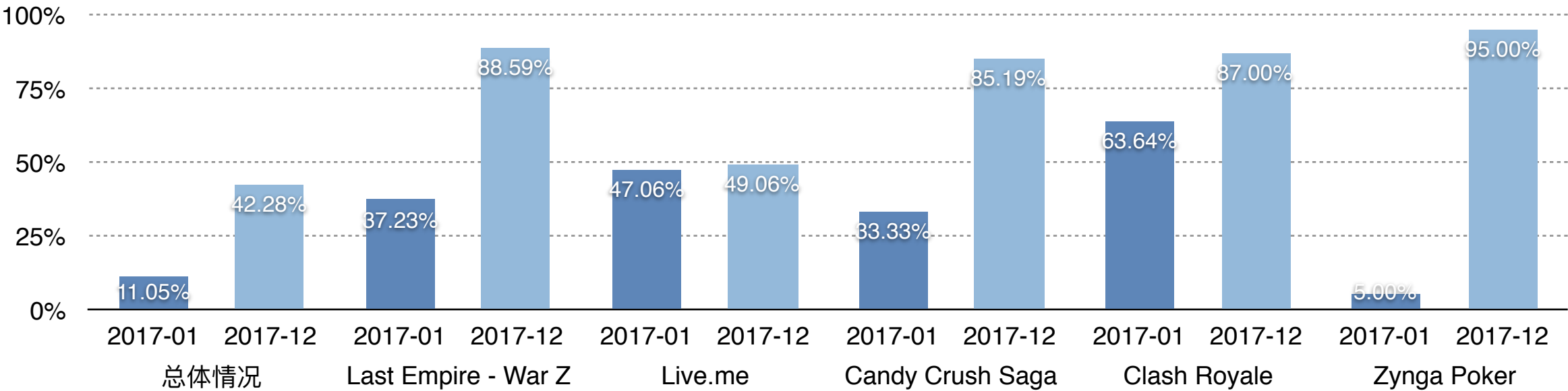
NAVER(네이버) →



NAVER(네이버) →

广告素材趋势

视频素材占比变化趋势



一方面，从各大厂商投放素材类型来看，视频逐渐成为主流的素材形式。从 SocialPeta 后台数据观测到，Zynga Poker 年初在投素材基本以图片为主，而到了年底，视频已经成为主要的素材形式；

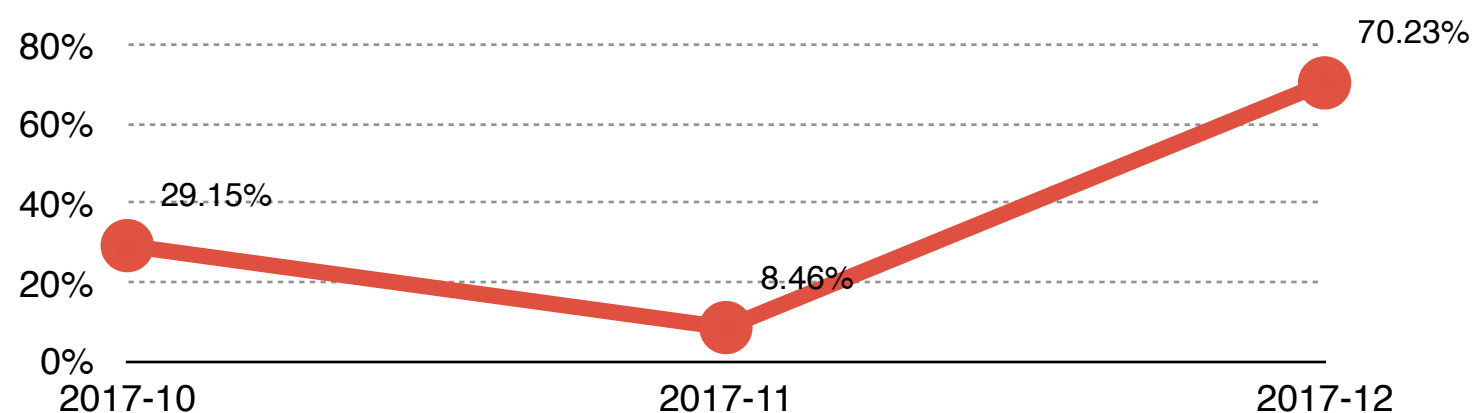
AdColony 首席创意官 Brian Buskas 说，“顶级广告商知道没什么比图片、声音和视觉更能够吸引消费者的注意力并推动安装质量。这也是视频广告能够占广告商列出的最有效率的应用安装广告形式之一的原因”。

另一方面，由于素材制作成本较高，视频素材的在线时间较长。按照在线时间排序，TOP 部分基本都是视频素材。
视频素材转化效果佳，但制作成本高，因此如何高效率产出视频素材成为行业刚需。

广告趋势 | Playable 可玩素材



AppLovin 渠道 Playable 类型素材月环比情况



可玩广告 (Playable ads) 市场发展良好，投放效果佳。

据应用安装营销公司 AdColony 最新的调查显示，手游广告商们开始更加倾向于“可玩广告 (Playable ads)”，这些手游广告可以让玩家直接体验一款游戏的某些部分。

以 AppLovin 渠道为例，根据 SocialPeta 后台观测到的数据表明，2017 年 Q4 可玩类素材逐月高速上涨；



广告情报分析SOCIALPETA

全球最大的广告情报分析服务

zingfront.cn/socialpeta

-  及时抓取、海量素材、全网渠道
-  关键词精准、智能搜索、竞品对比
-  榜单分析、渠道分析、广告主分析
-  网红营销、案例分析



视频创意制作UNREALFRONT

全球首家的视频创意制作服务

zingfront.cn/unrealfront

-  自由创作，海量剧本、在线编导
-  在线选择大量人物、物体和动作
-  多种格式、轻松输出、全网覆盖
-  最新案例、批量视频验证，占先机





- ✓ 70% 的客户来自口碑推荐
- ✓ 2年产品成熟度
- ✓ 帮助企业提升成效，让客户回报超出预期





对我们的产品感兴趣？您可以通过邮件联系到我们，欢迎您申请产品试用。

hello@zingfront.com

智线云科技(北京)有限公司

北京，朝阳区朝阳公园

武汉，光谷科技园区

香港，中环干诺区

美国，旧金山

这份数据报告，包括原始材料在内，所有权归 ZingFront 所有，如果您想引用报告中的相关内容，请与我们联系。

除非有明确的授权约定，否则重新发布，分发或其他未经授权的使用属于侵权行为。

应用图标，素材图片等其他品牌资源版权属于原有发行商，报告中引用仅用于点评用途。

我们非常欢迎第三方企业与我们合作，包括但不限于数据层面的合作和研究。