

2021

上半年

移动广告流量 观察白皮书

联合出品: AppGrowing × MobTech 麦博 × 七麦数据



CONTENTS 目录

1. 整体流量大盘
2. 重点行业分析
3. 重点平台 / 媒体观察
4. 重点广告主投放分析
5. 行业真知灼见

腾讯广告

百度信息流



数据来源及说明

- 报告中展示的所有数据来源于 App Growing、MobTech、七麦数据，统计时间为 2021 年 1 月 1 日 -6 月 30 日；其中广告投放数为移动广告投放数，媒体收入为 App Growing 自研算法估算，仅统计移动广告收入，仅供参考；App 下载量仅统计苹果应用商品数据，下载收入为收入预估是对 App Store 中 App 的销售额的估算值，该值是七麦通过数据模型运算的结果，仅供参考。
- 本报告为 App Growing 制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，转载需注明来源。如有部分文字和数据或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。

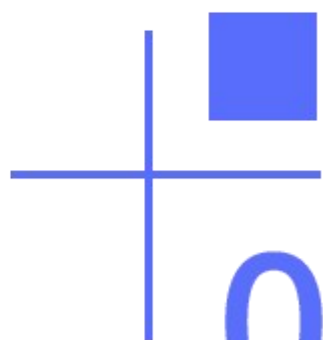
* 如需转载或引用本报告相关内容，可联系 App Growing 小丫 (微信: appgrowingxiaoya)

前言

从信息流知名自媒体“三里屯信息流”提供的专业观点中，我们发现2021年上半年“互联网流量战”已明显进入存量阶段，在线教育式微，曾经野蛮增长的套路也已经不再受用。不过，2021年上半年广告投放行业也涌现不少新机遇，如抖音兴趣电商、快手信任电商火热、直播持续走量、苹果即将开放ASA业务、互动广告逐渐走入大众视野等，如此种种也要求着广告投放相关人员拥有更长远的眼光，甚至要学会如何在风潮中把握机遇，实现逆势增长。

App Growing 联合 MobTech、七麦数据，从市场规模、广告投放及下载转化三大方面，深入解读2021年上半年（01.01-06.30）期间移动广告投放市场的发展变化，并联合头部流量平台：腾讯广告、百度信息流，期望透过头部平台的视角洞悉广告投放新趋势，帮助移动广告从业者了解2021年线上营销推广新方向。

**特别鸣谢： MobTech、七麦数据、三里屯信息流、Marketing Research、买量江湖、摘数聚、杨记杂货铺*



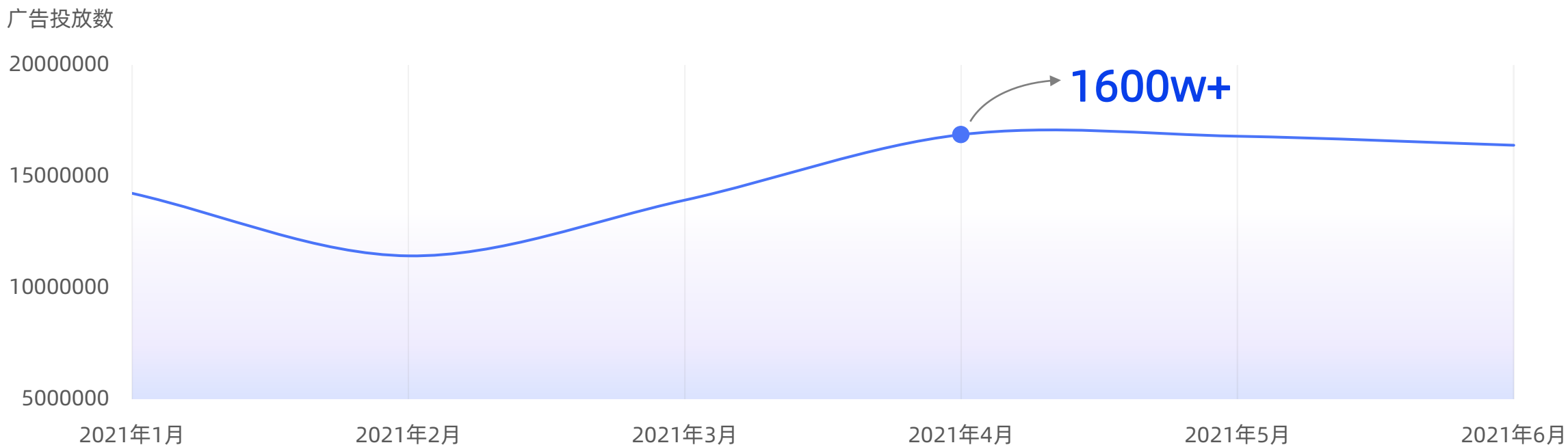
01 整体流量大盘



2021年上半年广告投放数呈明显上升趋势

2021年上半年App Growing 共监测到全网8900w+ 条广告在投，其中2月份因遇上春节档假期，部分广告主暂停投放，造成广告投放数呈现低谷状态。不过在3月份广告投放市场恢复春节前水平，上半年的广告投放数在4月份达到顶峰，当月共监测到1600w+广告在投。

2021年上半年广告投放数趋势

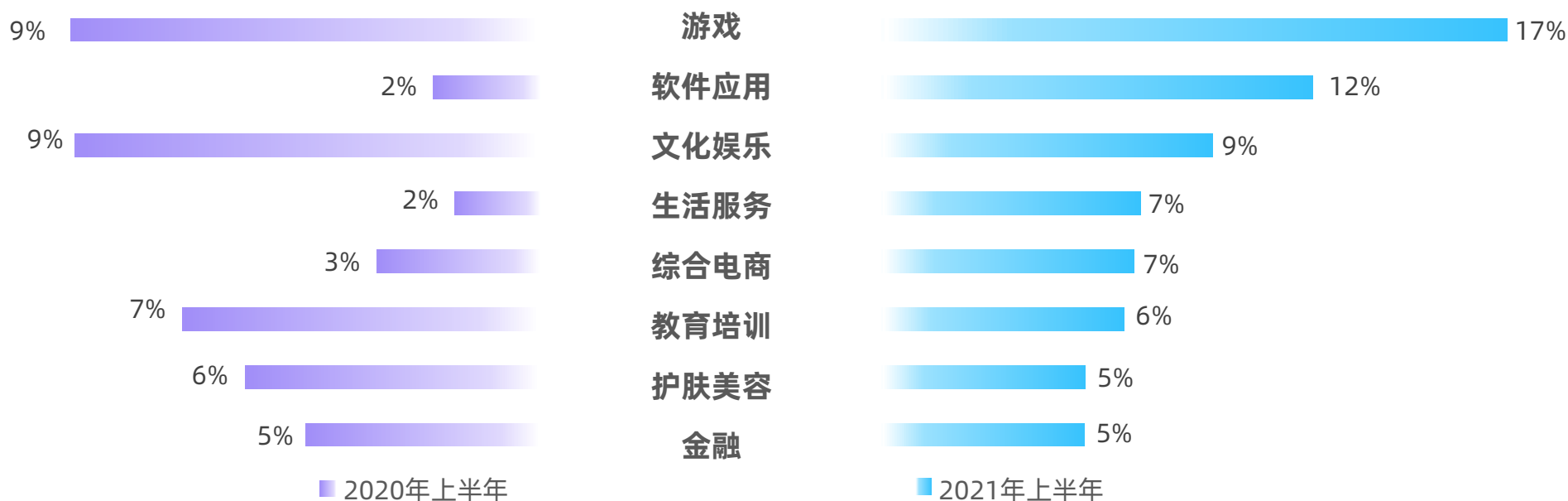


数据来源: App Growing 专业的移动广告情报分析平台, 广告投放数仅统计移动广告投放数

游戏、软件应用、综合电商广告数占比相比2020年有所提升

以下是2021年上半年广告投放力度较大的重点行业TOP 8，相比2020年上半年游戏、软件应用、生活服务、综合电商、教育培训行业的广告投放数占比有一定的上升。

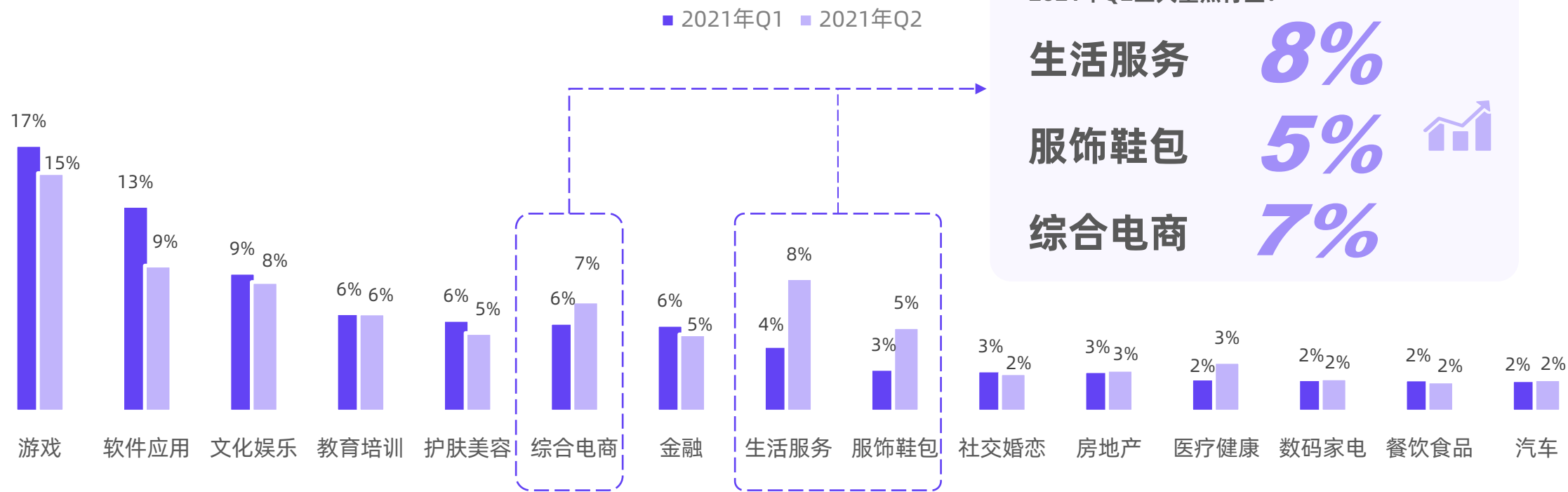
2021年上半年vs 2020年上半年 广告投放行业分布对比



综合电商、生活服务、服饰鞋包、医疗健康广告在Q2投放力度加大

以下是2021年上半年TOP 15行业两个季度的广告投放数占比对比，游戏行业广告仍然占比最高，但其在Q2季度广告投放力度下降，相应的还有软件应用、文化娱乐、护肤美容、社交婚恋。而综合电商、生活服务、服饰鞋包、医疗健康则呈现上升态势。

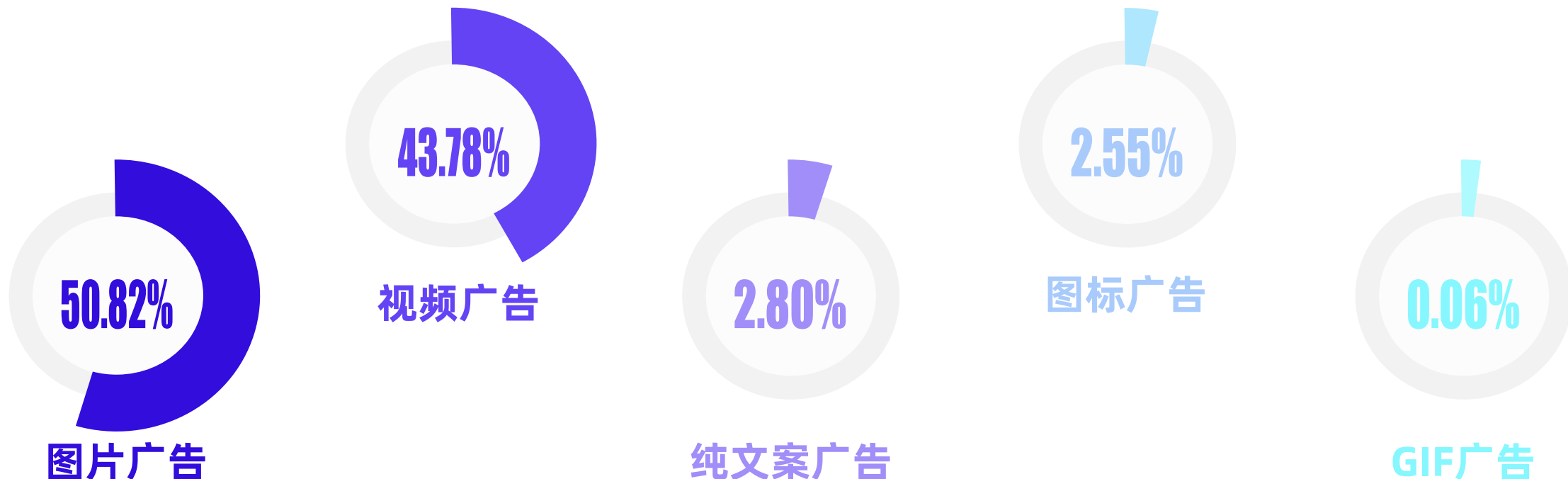
2021年Q1 VS Q2 广告投放行业分布对比



广告投放主要形式依然是图片广告，但视频广告比重明显提升

广告投放形式依然以图片为主，视频为辅，但2020年上半年 视频广告数占比仅为18.04%，2021年上半年时占比已升至43.78%，基本是成倍的增长，由此趋势可以预见未来视频广告将会成为主要投放形式。

2021年上半年 广告投放形式占比

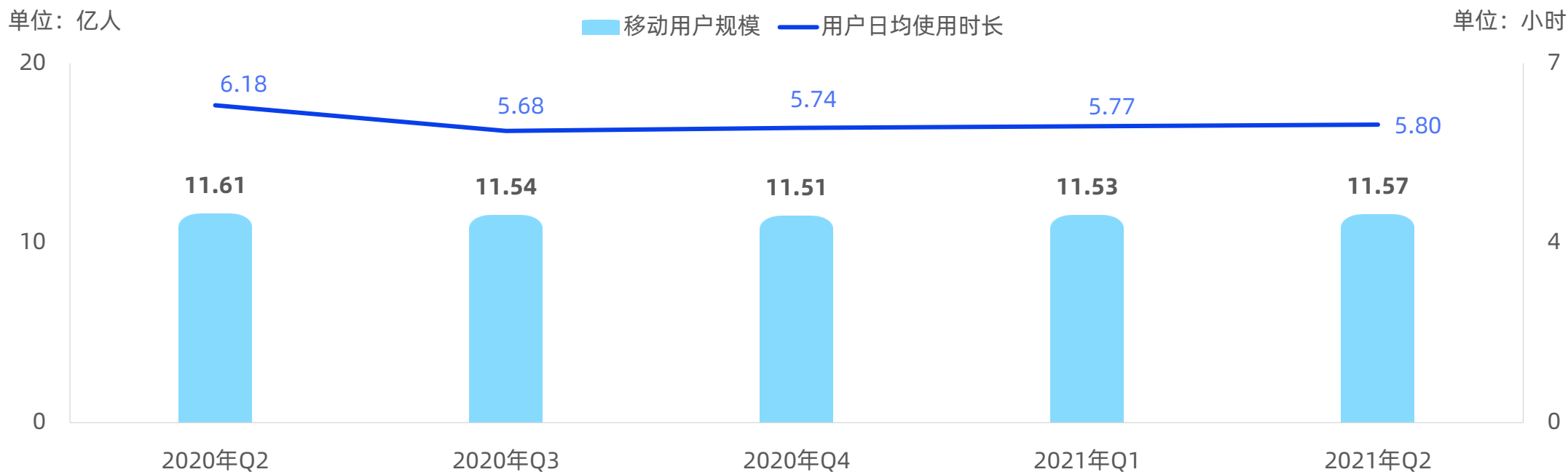


数据来源: App Growing专业的移动广告情报追踪, 以上仅统计广告投放素材形式TOP 5 因此加合不满100%
此处 视频广告包括竖视频、横屏视频广告, 图片广告包括单图广告及组图广告

中国移动网民规模达11.57亿，日均刷手机5.8小时

2021年上半年，中国移动互联网用户月活规模小幅上升，但仍未超过去年Q2流量峰值11.61亿，中国移动互联网用户日均使用时长呈现上升趋势，但2020年Q2达到的“6小时”天花板依旧没有被突破。

2020年Q2-2021年Q2 中国移动互联网用户月活规模



游戏、社交、运动行业用户规模正增长

2021上半年，游戏、社交、运动等行业为重点增长领域；后疫情时代，线下办公恢复，系统服务、办公管理等行业面临挑战。

2021年6月 重点行业 移动用户规模

较2020年，月活规模增长明显的行业：

运动健康 ↑
131.7%

汽车服务 ↑
73.1%

亲子服务 ↑
71.9%

较2020年，月活规模流失明显的行业：

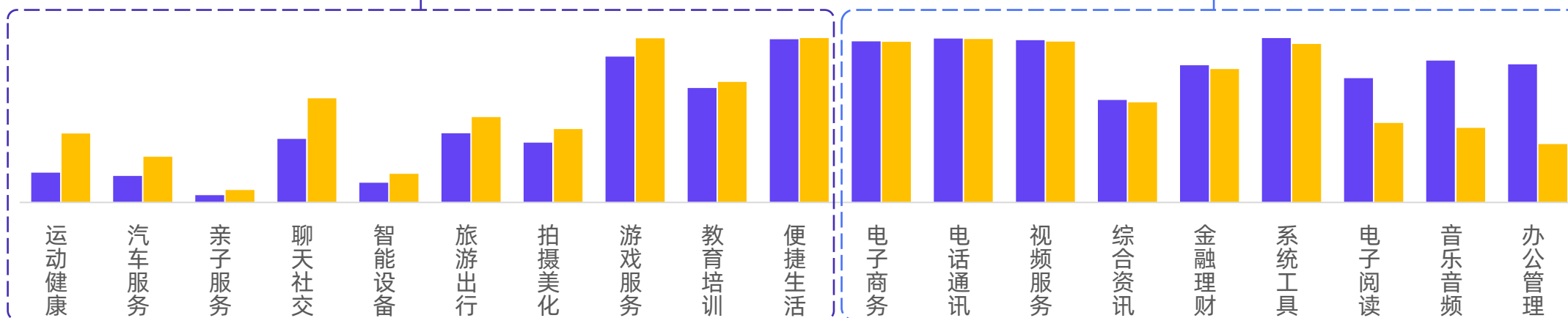
办公管理 ↓
57.8%

音乐音频 ↓
47.5%

电子阅读 ↓
36.1%

■ 2020年6月

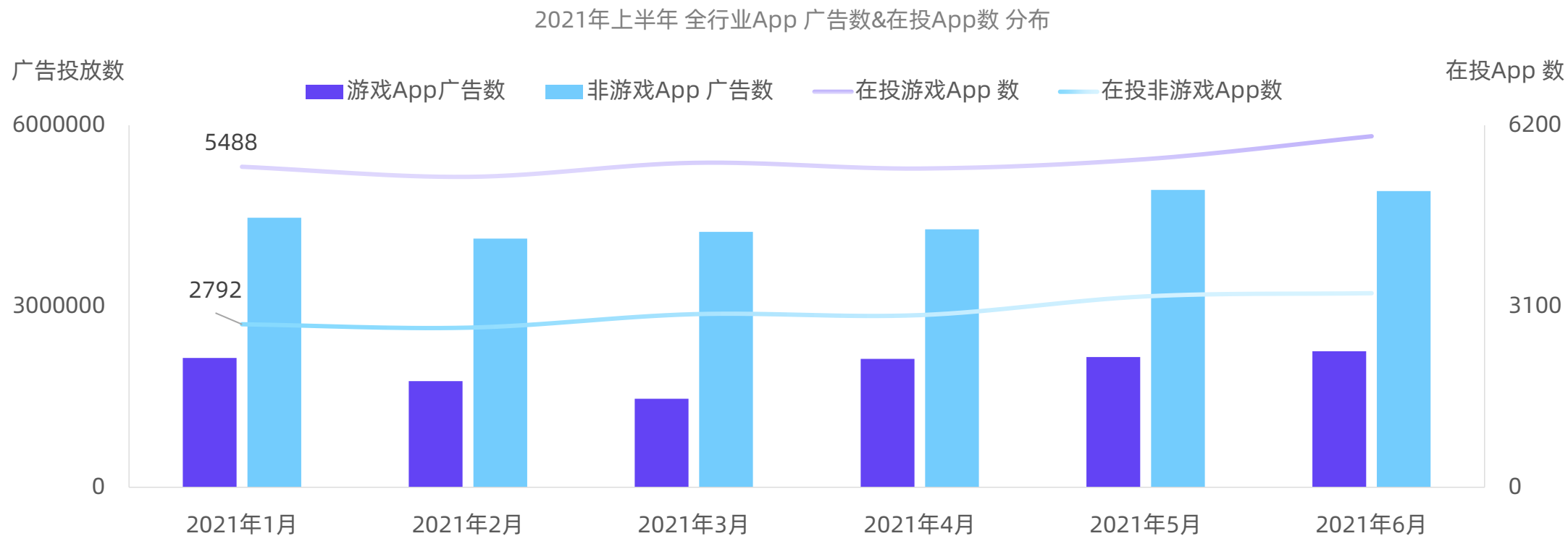
■ 2021年6月



数据来源: MobTech

App 推广：广告投放数方面非游戏App 力度强

2021年上半年全行业 App广告数及在投App 数量分布如下，可见在上半年在投的游戏App数量虽然比非手游App 多，但是广告数却较少，推测非手游App买量更为持久。



App 推广：手游TOP 50中超20%为休闲、网赚手游

以下标黄的手游为休闲、网赚手游，可见共有16款休闲、网赚轻度手游上榜，占据超1/5的席位。

2021年上半年 游戏App 推广榜TOP 10



2021年上半年 游戏App 推广榜TOP 50

TOP1 -10	TOP11-20	TOP21 -30	TOP31 -40	TOP41 -50
粘土模拟器	我的文明模拟器	魔性小飞机	阿伟弹力球	我猜图贼6
星战模拟器	TapTap社区	捕鱼大作战3D	战神遗迹	赛车之魂
4399游戏盒	幸存者之地：生存挑战	梦幻新诛仙	开心消消乐	全民大丰收
彩泥史莱姆	我就要吃鸡	开心召唤	开心餐厅	疯狂乐斗
全民来找茬	花花填色	疯狂合体鸭	摸摸鱼	潜行大师
万国觉醒	成语黄金屋	好游快爆	迷你大乱斗	神奇的汉字
阿伟消消乐	魔力宝贝归来	境界旅人：星空物语	斗罗大陆：武魂觉醒	汉字大英雄
姐姐来猜歌	冰雪复古传奇之龙城秘境	救救小老弟	帝国：单机加强版	一起来捉宠NB
荣耀大天使	使命召唤手游	全民下象棋	粘液模拟器	坎公骑冠剑
星战前夜模拟器	我的饭店	三国志·战略版	疯狂弹力球	梦幻西游网页版

数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数降序, 标黄的为休闲、网赚手游App

App 推广：16款小说阅读、视频直播应用上榜

2021年 上半年 非游戏App 推广榜TOP 50中，超1/5上榜的为小说阅读、视频直播应用。

2021年上半年 非游戏App 推广榜TOP 10



2021年上半年 非游戏App 推广榜TOP 50

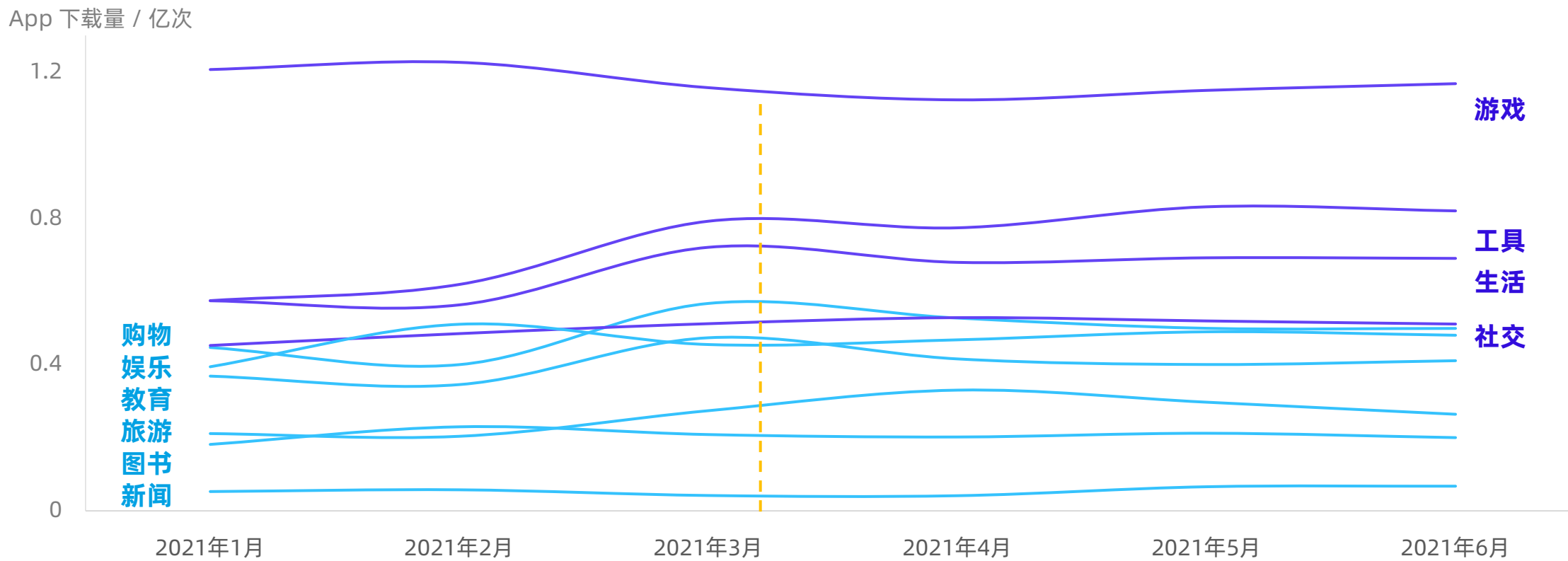
TOP1 -10	TOP11-20	TOP21 -30	TOP31 -40	TOP41 -50
拼多多	QQ浏览器	祥云万年历	西瓜视频	全民K歌
小红书	快手	易车	步多多	今日头条极速版
快手极速版	安居客	超强清理大师极速版	支付宝	携程旅行
番茄小说	WiFi伴侣	哔哩哔哩	淘宝直播	QQ阅读
幸福里	即刻天气	闪电WiFi	腾讯视频	应用宝
七猫免费小说	欢喜万年历	安心清理	快清理助手	充充赚
抖音	闲鱼	优酷视频	WiFi使者	我爱我家房产
抖音极速版	超强清理大师	及时天气	知心天气	计步宝
贝壳找房	米读极速版	书旗小说	伊对	滴答计步
淘特	Soul	做饭菜美食菜谱	葫芦音乐	映客直播极速版

数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数降序, 标黄的为小说阅读、视频直播应用

App 推广：工具、生活类 App 的下载量呈现上升趋势

总的来说，重点行业的App下载量变化趋于平缓，其中工具、生活类 App 在2021年上半年呈现上升趋势。

2021年上半年 重点行业 App 下载量变化



数据来源：七麦数据，仅统计苹果应用商店的应用下载量预估数据

App 推广：春节档热投手游《翡翠大师》占据休闲手游下载量榜首

2021年上半年 游戏App 各分类 下载量TOP 10

	休闲	模拟	策略	动作	冒险	竞速	角色扮演	益智解谜
1	翡翠大师	遨游中国模拟器	胖兔文明	王者荣耀	原神	高跟我最美	万国觉醒	梦幻家园
2	全民大丰收	三国志·战略版	董小姐的十段恋爱	和平精英	我的世界	极品飞车：无极限赛车	一千克拉女王	植物大战僵尸2
3	我的饭店	你会聊天吗？	银河战舰	使命召唤手游	光·遇	手档赛车王	一念逍遥	纸嫁衣
4	水排序拼图	我是大东家	多多自走棋	贪吃蛇大作战	迷你世界	科二我最强	世界争霸	梦幻花园
5	烧脑大师	模拟城市：我是市长	放置海域	QQ飞车	神庙逃亡2	真实摩托锦标赛：赛车模拟驾驶	天谕	我的小家
6	阿伟爱消消	我要当校长	不休战队：赛博朋克世界	球球大作战	提灯与地下城	3D汽车游戏	天地劫：幽城再临	Park Master
7	狂野飙车9：竞速传奇	战火与秩序	口袋战舰	地铁跑酷	妄想山海	长发我最美	冰雪复古传奇之盟重英雄	密室逃脱绝境系列11游乐园
8	遨游中国模拟器	小镇大厨	时尚都市之环游世界	穿越火线：枪战王者	坎公骑冠剑	GTA 5 Mobile	浮生为卿歌	董小姐的十段恋爱
9	骏游斗地主	钓鱼大对决	我搭桥贼溜	荣耀大天使	奥奇传说	搬砖争霸赛	我的汤姆猫2	13号病院
10	保卫萝卜3单机版	FIFA足球世界	欢乐小木匠	愤怒的小鸟2	第五人格	真实公路汽车2：赛车模拟驾驶	九州八荒录	密室逃脱绝境系列9无人医院

数据来源：七麦数据，仅统计苹果应用商店数据，以上按应用下载量预估数据降序排列，《坎公骑冠剑》原名《坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险》，下同

App 推广：《拼多多》占据购物 App 下载量榜首

在重点非游戏类App的下载量排行榜中也不乏热推应用的身影，如《拼多多》就长期占据购物类 App 买量榜首。除去“国民应用”外，《Soul》、《携程旅行》的下载量也名列前茅。

2021年上半年 非游戏类App 下载量TOP 10

社交 App	购物 App	旅游 App	娱乐 App
1 微信	1 拼多多	1 铁路12306	1 爱奇艺
2 QQ	2 淘宝	2 携程旅行	2 腾讯视频
3 小红书	3 淘特	3 DiDi 香港	3 bilibili
4 Soul	4 京东	4 哈啰出行	4 优酷
5 微博	5 闲鱼	5 花小猪打车	5 央视频
6 知乎	6 转转	6 同程旅行	6 芒果TV
7 探探	7 阿里巴巴(1688)	7 飞猪旅行	7 西瓜视频
8 MOMO陌陌	8 点淘	8 去哪儿旅行	8 全民K歌
9 百度贴吧	9 唯品会	9 嘀嗒出行	9 好看视频
10 豆瓣	10 京东到家	10 智行火车票	10 虎牙直播

数据来源：七麦数据，仅统计苹果应用商店数据，以上按应用下载量预估数据降序排列

App 推广：《驾考宝典》成教育 App 下载量榜首

《驾考宝典》取代《作业帮》、《小猿搜题》等K12教育热门应用成为教育 App 下载量榜首，一方面可能是受到了教育行业强监管的影响，另一方面可能是因为暑假将至“学车旺季”来袭，带动下载量上涨。

2021年上半年 非游戏类 App 下载量 TOP 10

图书 App

- 1 番茄小说
- 2 喜马拉雅FM
- 3 七猫免费小说
- 4 番茄畅听
- 5 书旗小说
- 6 微信读书
- 7 QQ阅读
- 8 樊登读书
- 9 哔哩哔哩漫画
- 10 快看漫画

教育 App

- 1 驾考宝典
- 2 作业帮
- 3 学习强国
- 4 学信网
- 5 不挂科
- 6 学习通
- 7 小猿搜题
- 8 百词斩
- 9 快对作业
- 10 斑马

工具 App

- 1 百度
- 2 QQ浏览器
- 3 WiFi万能钥匙
- 4 UC浏览器
- 5 TOP Widgets
- 6 QQ邮箱
- 7 中国移动
- 8 菜鸟
- 9 夸克
- 10 中国联通

生活 App

- 1 支付宝
- 2 交管12123
- 3 美团
- 4 58同城
- 5 大众点评
- 6 安居客
- 7 贝壳找房
- 8 懂车帝
- 9 汽车之家
- 10 货拉拉

数据来源：七麦数据，仅统计苹果应用商店数据，以上按应用下载量预估数据降序排列

App 推广：《摩尔庄园》登顶休闲手游“吸金”TOP 1

2021年上半年 游戏App 收入排行TOP 10

	休闲	模拟	策略	动作	冒险	竞速	角色扮演	益智解谜
1	摩尔庄园	三国志·战略版	乱世王者	王者荣耀	原神	极品飞车：无极限赛车	天涯明月刀	梦幻家园
2	乐乐捕鱼	率土之滨	鸿图之下	和平精英	明日之后	一起来飞车	万国觉醒	梦幻花园
3	捕鱼炸翻天	FIFA足球世界	三国群英传：霸王之业	梦幻西游	最强蜗牛	次元封神录	阴阳师	植物大战僵尸2
4	球球英雄	红警OL	魔法门之英雄无敌：战争纪元	大话西游	一梦江湖	真实摩托锦标赛：赛车模拟驾驶	一念逍遥	我的小家
5	皇家捕鱼电玩城	战火与秩序	弹弹堂	穿越火线：枪战王者	坎公骑冠剑	火爆停车	神武4	梦幻水族箱
6	海王捕鱼	胜利之吻	权力的游戏 凛冬将至	火影忍者	梦幻西游网页版	萌宝爱消除	天谕	朕的江山
7	多乐够级	NBA篮球大师	魔法门之英雄无敌：王朝	使命召唤手游	光·遇	城市飞车	问道	密室逃脱绝境系列11游乐园
8	指尖捕鱼	食物语	小小勇者：无尽冒险	QQ飞车	云上城之歌	极品飞车中文版	倩女幽魂	黎明之路
9	江南百景图	全民冠军足球	银河战舰	荣耀大天使	提灯与地下城	巨神战击队3	天地劫：幽城再临	密室逃脱绝境系列10寻梦大作战
10	偶像梦幻祭2	神将三国	多多自走棋	魂斗罗：归来	Fate/Grand Order	Crazy Dino Run and Jump	浮生为卿歌	密室逃脱绝境系列9无人医院

数据来源：七麦数据，仅统计苹果应用商店数据，以上按应用收入（估算）降序排列，收入预估是对App Store中App的销售额的估算值，该值是七麦通过数据模型运算的结果，仅供参考，下同

App 推广：腾讯系应用“吸金”实力名列前茅

在2021年上半年 非游戏App收入（预估）榜中，社交、娱乐行业前列多是腾讯系App，如《QQ》、《微信》、《腾讯视频》、《虎牙直播》、《斗鱼直播》，购物应用则是《点淘》（原淘宝直播）、《拼多多》。

2021年上半年 非游戏App 收入排行TOP 10

社交 App	购物 App	旅游 App	娱乐 App
1 QQ	1 点淘	1 航班动态	1 腾讯视频
2 探探	2 拼多多	2 航旅纵横PRO	2 爱奇艺
3 微博	3 要包包	3 Flightradar24	3 优酷
4 微信	4 模坑	4 地球仪3D	4 心悦俱乐部
5 Soul	5 萌爪联盟	5 iTranslate Converse	5 芒果TV
6 MOMO陌陌	6 当当	6 足迹	6 bilibili
7 知乎	7 小鱼播播	7 无忧行	7 全民K歌
8 会玩	8 雅昌拍卖图录	8 马蜂窝旅游	8 虎牙直播
9 狼人杀	9 look fantastic 美妆	9 三毛游	9 爱奇艺随刻
10 珍爱网	10 微商码头	10 美景聆听	10 斗鱼直播

数据来源：以上应用收入（预估）初始数据来源于七麦数据，排名由App Growing综合App的移动广告情报分析整理提供

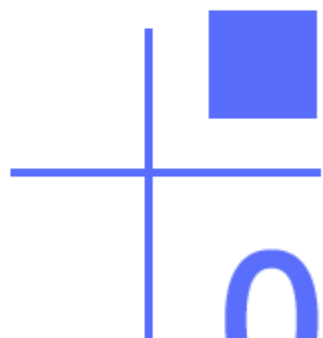
App 推广：手游加速器/模拟器 App 收入排名靠前

值得关注的是，2021年上半年工具类App下载量TOP10中主要是生活服务应用，而收入榜上排名主要的却是游戏服务类应用，说明用户更愿意为更好的游戏体验而选择为游戏服务工具付费。

2021年上半年 非游戏 App 收入排行TOP 10

图书 App	教育 App	工具 App	生活 App
1 喜马拉雅FM	1 驾考宝典	1 王者荣耀助手	1 比心
2 樊登读书	2 洪恩识字	2 UC浏览器	2 咪咕视频
3 得到	3 凯叔讲故事	3 百度	3 测测星座
4 起点读书	4 百度文库	4 clean cleaner	4 驾校一点通
5 QQ阅读	5 作业帮	5 115	5 58同城
6 微信读书	6 流利说·英语	6 爱智能清理	6 米家
7 哔哩哔哩漫画	7 混沌	7 夸克	7 Cleaner365 清理大师
8 晋江小说阅读	8 少年得到	8 网易UU 手游加速器	8 Tinder
9 腾讯漫画	9 洋葱学园	9 轻蜂加速器	9 征信
10 掌阅	10 多邻国Duolingo	10 网易UU 主机加速器	10 爱动态壁纸4K

数据来源：以上应用收入（预估）初始数据来源于七麦数据，排名由App Growing综合App的移动广告情报分析整理提供



02 重点行业分析



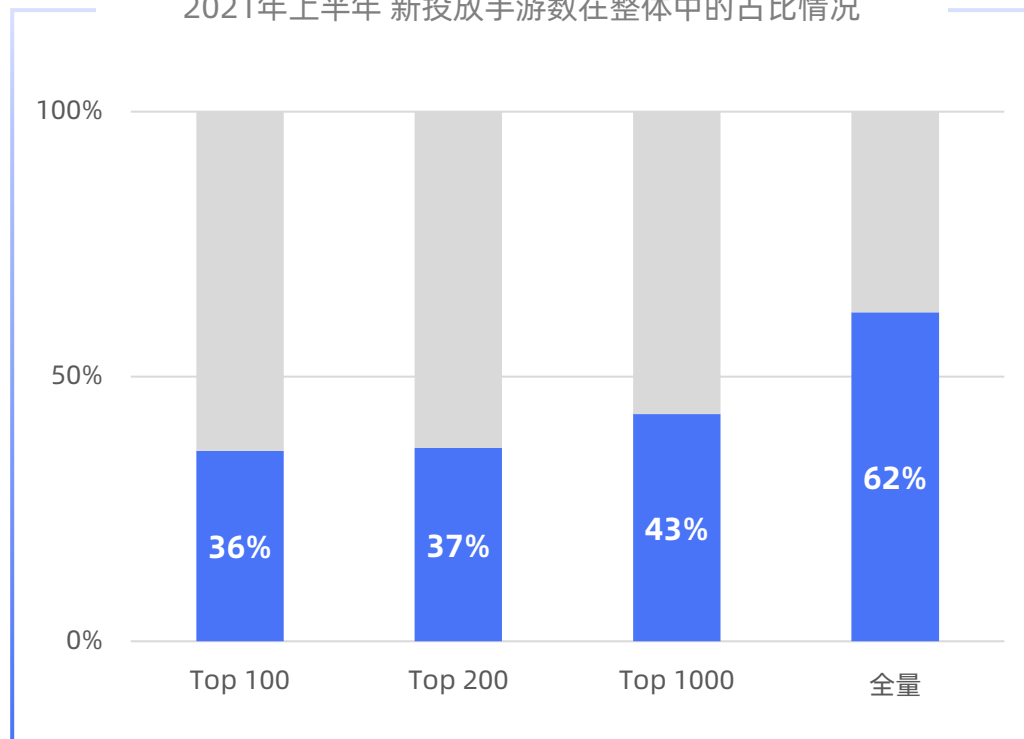
手游：广告投放数在6月达到峰值，仅TOP 100中新投放手游就占比达36%

整体来看，2021年上半年手游广告数呈现上升趋势，且在6月份达到投放峰值。App Growing在2021年上半年共追踪到1.3w+款手游在投，其中有62%是新投放手游，且热投TOP 100中新投放手游占比超三成。新投放手游的买量力度毫不逊色于长期投放的手游，也说明买量仍是推广手游主要方式。

2021年上半年 整体手游广告投放数趋势



2021年上半年 新投放手游数在整体中的占比情况

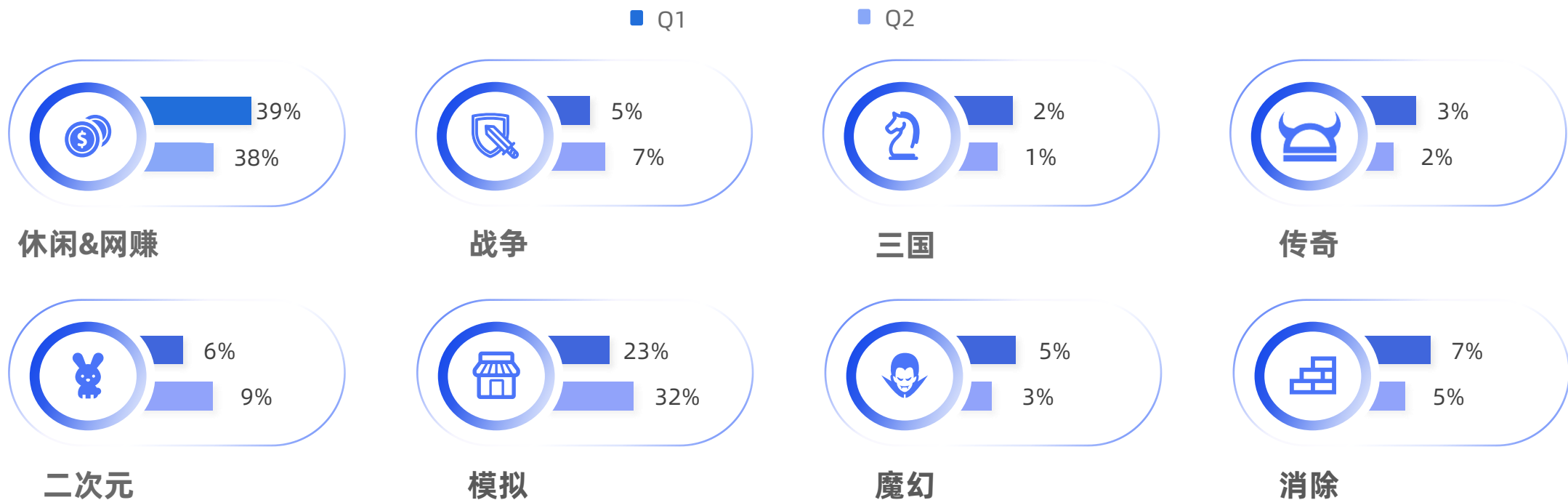


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 新投放手游指2021年第一次投放且之前没有投放过广告的手游

手游：Q2期间，战争、二次元、模拟手游广告投放数占比提升

2021年上半年热投手游风格如下，可见在Q2期间投放力度上升的手游风格为战争、二次元、模拟手游，推测是Q2大厂新上线的手游多集中于这三个风格，如《机械战姬：聚变》、《忘川风华录》、《魂斗罗：归来》等。

2021年 Q1-Q2不同风格广告投放数占比



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计2021年Q1及2021年Q2广告投放数TOP 100 手游的风格占比

手游：各大厂主推新手游，人物立绘、游戏画面偏向于二次元

各游戏大厂主要集中精力推广今年新上线的手游，如《天涯明月刀》、《忘川风华录》、《战神遗迹》、《荣耀大天使》都是今年正式开放公测的重点手游。而在各大厂热推手游中，动漫萌系成为手游的重点元素，常用在人物、画面场景上，二次元风潮仍在持续影响手游市场。

2021年上半年 重点手游开发/发行商热推手游 TOP 5

	TOP 1	TOP 2	TOP 3	TOP 4	TOP 5
腾讯游戏	使命召唤手游	天涯明月刀	全民奇迹2	妖精的尾巴	穿越火线
网易游戏	梦幻西游网页版	倩女幽魂	率土之滨	忘川风华录	明日之后
游族网络	少年三国志:零	少年三国志2	三十六计	权力的游戏	少年三国志
完美世界	战神遗迹	新笑傲江湖	新诛仙	完美世界	梦幻新诛仙
三七互娱	荣耀大天使	斗罗大陆	一刀传世	云上城之歌	精灵盛典

数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数降序排列

手游：二次元手游《魔力宝贝归来》投放力度强势

选取2021年上半年手游的四大重点风格，盘点各风格的热推手游 TOP 如下，战争手游推广榜《万国觉醒》一骑绝尘，模拟手游以各类型的“模拟器”手游为主，二次元手游《魔力宝贝归来》在经典IP“精灵宝可梦”的加持下投放力度强势。

2021年上半年 重点风格热推手游 TOP 10

休闲&网赚	战争	模拟	二次元
1 彩泥史莱姆	1 万国觉醒	1 粘土模拟器	1 魔力宝贝归来
2 全民来找茬	2 帝国：单机加强版	2 星战模拟器	2 境界旅人
3 姐姐来猜歌	3 机器人大战	3 星战前夜模拟器	3 斗罗大陆：武魂觉醒
4 TapTap社区	4 赛博纪元	4 我的文明模拟器	4 坎公骑冠剑
5 幸存之地：生存挑战	5 鬼泣：巅峰之战	5 我的饭店	5 圣斗士星矢：正义传说
6 花花填色	6 阿瓦隆之王：龙之战役	6 境界旅人：星空物语	6 葫芦娃
7 成语黄金屋	7 帝国回归	7 开心餐厅	7 刀剑神域 黑衣剑士：王牌
8 来电了	8 攻城掠地	8 粘液模拟器	8 航海王热血航线
9 开心召唤	9 胜利之吻	9 浮生为卿歌	9 少女的王座
10 疯狂合体鸭	10 荣耀军团	10 叶罗丽彩妆公主	10 镇魂街：武神躯

数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数降序排列

新投放手游TOP 50：近半数上榜手游为休闲、网赚手游

在新投放手游TOP50中，休闲、网赚、模拟成为重点风格，其中有23款休闲、网赚手游上榜，轻度手游广告投放力度大。

2021年上半年 新投放手游 App 推广榜TOP 10



2021年上半年 新投放手游 App 推广榜TOP 50

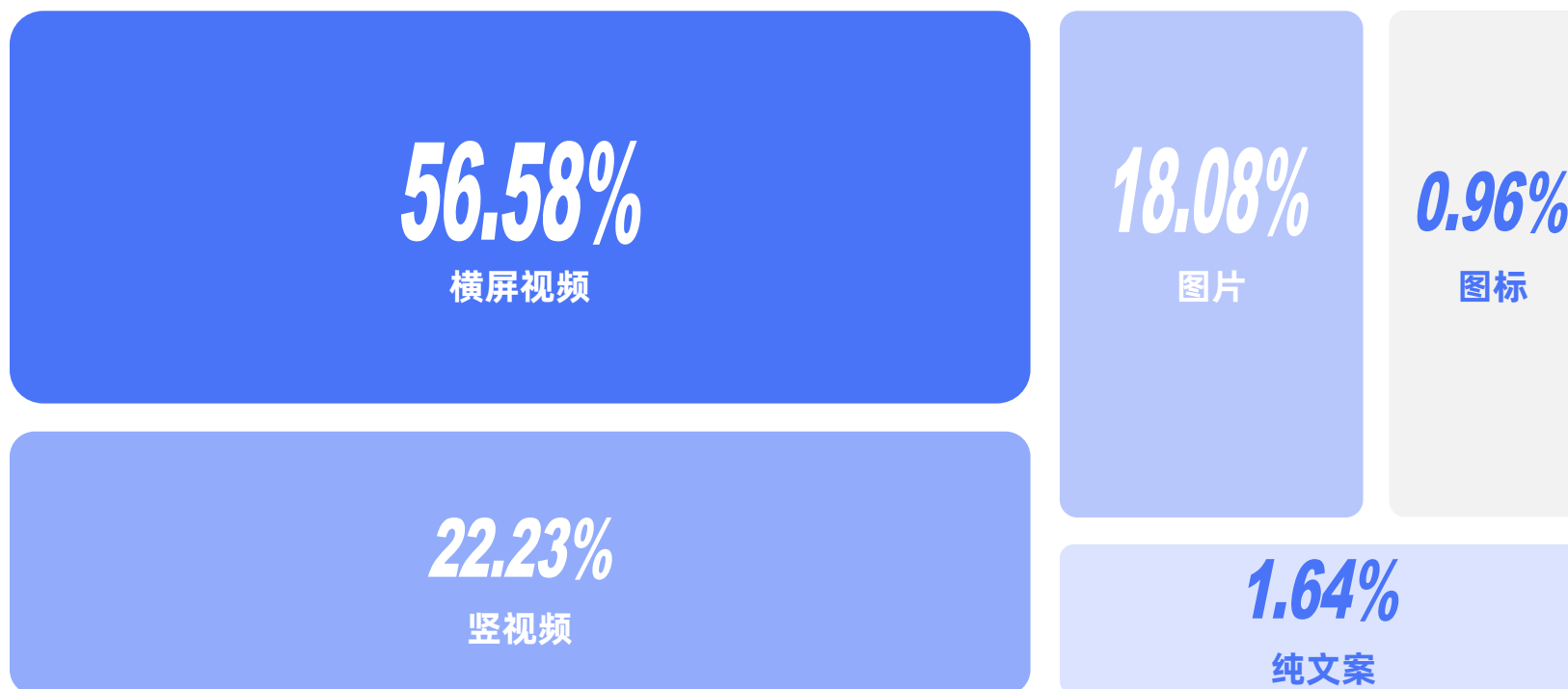
TOP1 -10	TOP11-20	TOP21 -30	TOP31 -40	TOP41 -50
彩泥史莱姆	开心餐厅	亿万富婆	班主任太难了	天地劫：幽城再临
全民来找茬	摸摸鱼	最强门派	最强生还者	热血合击
阿伟消消乐	迷你大乱斗	小主装扮日记	阿伟爱消消	魔龙消消乐
星战前夜模拟器	帝国：单机加强版	阿伟的假期	疯狂自行车	阿伟连一连
我的文明模拟器	疯狂弹力球	一起来答题	外卖大富翁	奇葩班主任
我的饭店	神奇的汉字	水果爱消消	鬼泣	冰雪复古之冰雪单职业
魔性小飞机	汉字大英雄	闪耀圣骑：星空物语	阿瓦隆之王：龙之战役	兔兔
梦幻新诛仙	一起来捉宠 NB	救援突击队	秀才猜成语	来玩连连看
阿伟弹力球	坎公骑冠剑	长杆冲刺	全民爱消消	农场乐翻天
战神遗迹	合成大西瓜	叫我大掌柜	蓝月返利版	巨鯉工厂

数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数降序, 标黄的为休闲、网赚手游

手游：横屏视频成手游广告投放的主要形式

2021年上半年手游广告投放形式TOP 5为横屏视频、竖视频、图片、纯文案及图标广告，其中视频广告占比超50%，已经超越图片成为主要的广告形式。

2021年上半年 游戏行业广告投放形式



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计广告投放形式TOP 5, 因此占比加合不满100%

手游行业广告多强调礼包丰富、玩法简单、提现门槛低等利益点

游戏行业广告突出手游利益点，比如强调礼包丰富、玩法简单、上手容易、提现门槛低、提现流程简单等，网赚手游则会更突出提现金额来吸引用户。


2021年上半年 游戏行业广告文案高频词



2021年上半年 游戏行业热门广告文案

- 千次猛攻，不如一次巧取
- 赛尔英雄的使命从这里开始
- 作为主神的你，是全知全能的存在，发起众多指令去干涉这个世界！
- 满屏爆金，今夏最热捕鱼游戏
- 这款猜歌小游戏，红包领到手软，可随时提现哟！
- 官方授权“奥特曼”系列为题材的手游
- 热巴力荐！荣耀回归，再战勇者大陆！
- 国内首款正版ONE PIECE授权卡牌手游

教育：上半年政策收紧进程加快，严格监管出台K12在线教育进入“寒冬”



4月25日，北京市市场监管局**对四家校外教育培训机构**价格违法行为分别**给予警告和50万元顶格罚款的行政处罚**。

5月21日，中央深改委审议通过“双减”意见，**对于校外培训（包括在线教育）广告、价格等进一步严格**。

6月1日，教育部发布会上宣布，将**落实“幼儿园、校外培训机构不得对学龄前未成年人进行小学课程教育”**的规定。

2020年7月，教育部等6个部门颁布了第一份专门针对校外线上培训的文件，**开始大力整顿线上培训机构**。

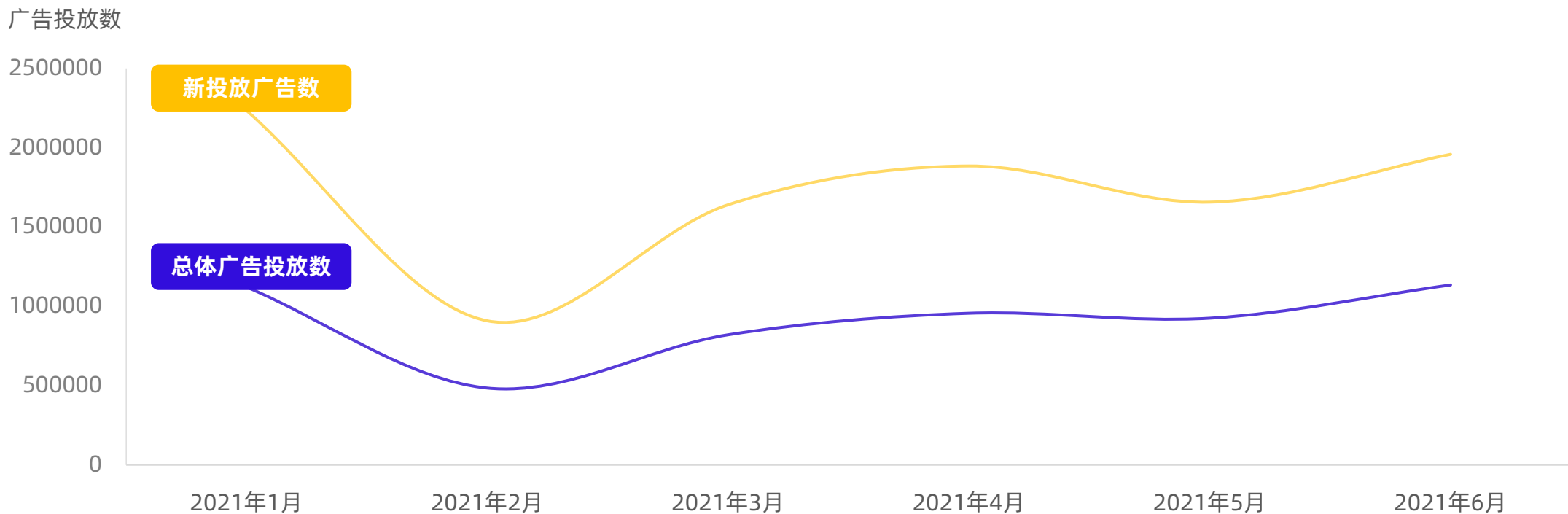
5月27日，高途课堂宣布**暂停信息流广告投放**，同时学而思、作业帮都相继传出在线教育裁员消息，**K12在线教育进入线上营销的“寒冬”阶段**。

6月15日，教育部办公厅发布《关于**成立校外教育培训监管司**的通知》。

教育：广告投放力度整体呈下降趋势

从整体上来看，教育行业的新投放广告数和总体广告投放数都有所下降，其中2月份因遇上春节档假期，部分广告主暂停投放，造成广告投放数呈现低谷状态。不过在3月份广告投放数有所增加，但仍不及年前水平。教育监管雷厉风行，原先投放强势的K12教育广告主在严管后广告投放力度明显下降，取而代之的是学前启蒙App的强势投放。

2021年上半年 新投放广告数 vs 总体广告投放数

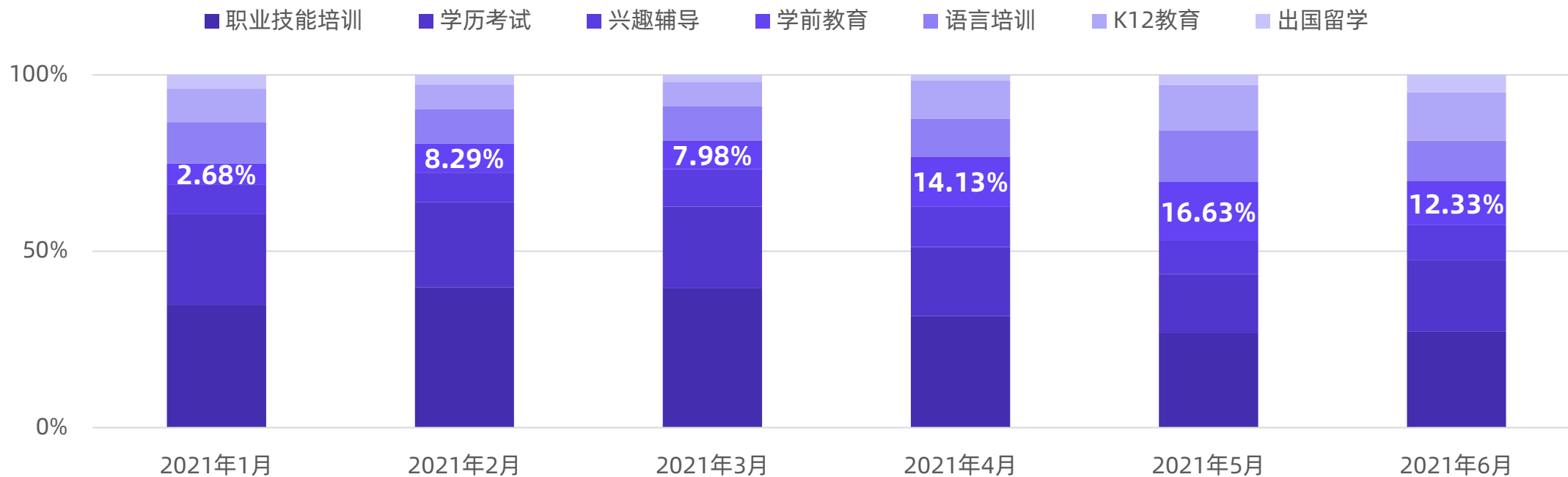


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 新投放广告指在所选时间内第一次出现且之前没有出现过的广告

教育：学历考试和职业技能培训的广告投放占比仍较高

学历考试和职业技能培训一直是教育行业的重点投放细分行业，而值得关注的是，今年上半年学前教育的广告投放力度整体呈现上升趋势，今年1月份的广告投放数占比仅2.68%，而6月时已占到12.33%。

2021年上半年 各月教育细分行业投放数占比变化



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台

教育：学前启蒙类App的广告投放力度加大

虽然《题拍拍》的广告投放力度较强，但上榜的重点广告主多集中于学前启蒙行业，如《伴鱼绘本》、《贝乐虎儿歌》、《洪恩识字》等，学前启蒙App进一步加大广告投放力度。

2021年上半年 热推教育App TOP 10

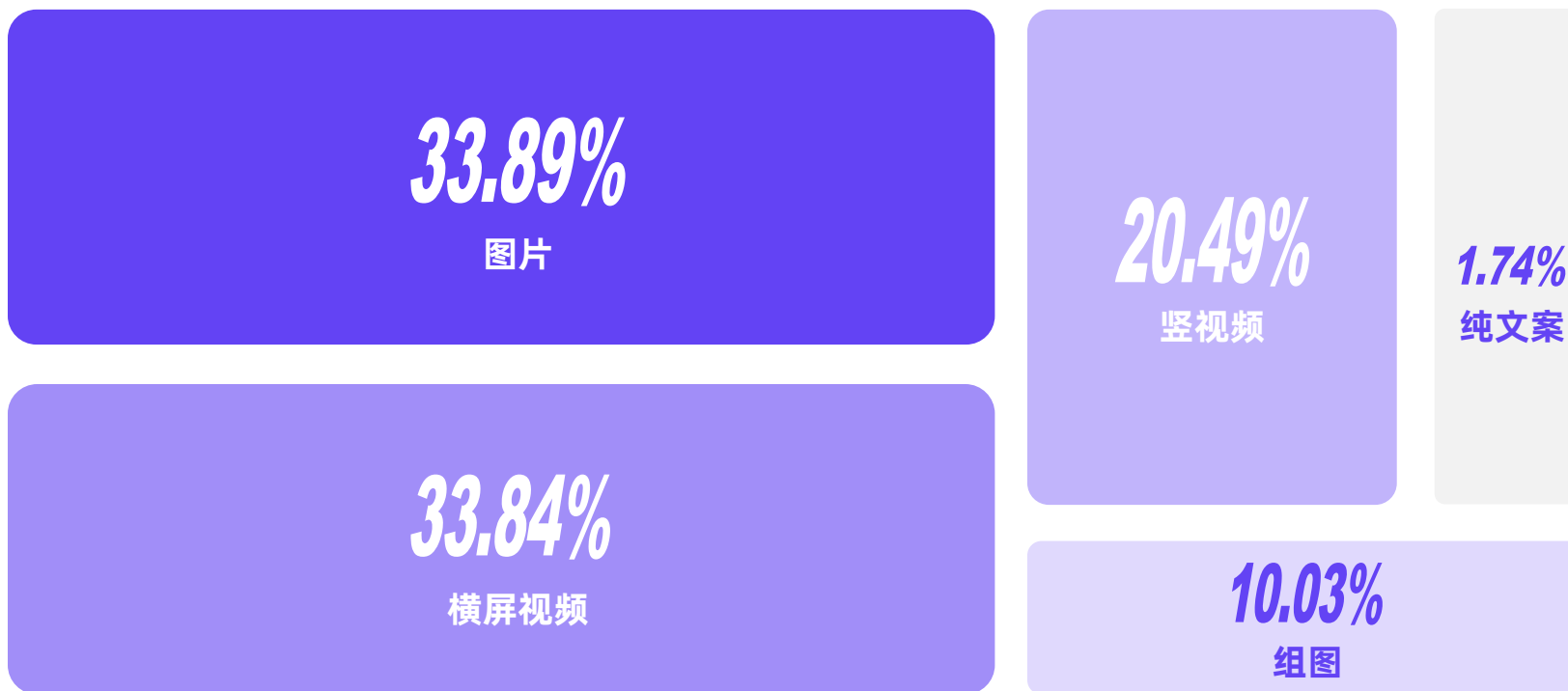


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 热推广告主TOP 10按广告投放数降序排列

教育：图片和横屏视频广告作为主要推广形式

教育行业广告主重点选择图片广告和横屏视频广告，占比分别为33.89%和33.84%。其次是竖视频广告，占比为20.49%。

2021年上半年 教育行业广告投放形式



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计广告投放形式TOP 5, 因此占比加合不满100%

教育：广告文案重点突出课程时长及价格

教育培训行业广告文案高频词仍与孩子的教育有关，利用课程时长、内容丰富度、课程价格，尝试引导用户报名参加活动及下载领取优惠券和新人福利。

2021年上半年 教育培训行业广告文案高频词



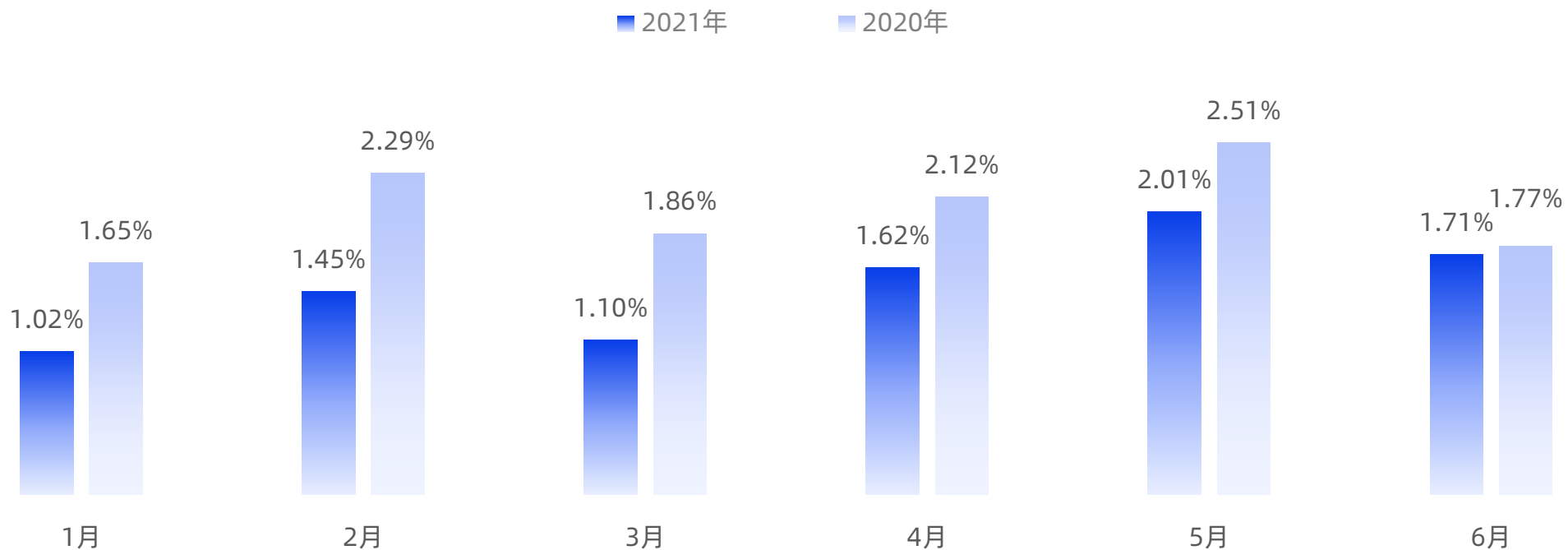
2021年上半年 教育培训行业热门广告文案

- 你越吼孩子成绩越难提升，这样做比吼一万遍都管用，家长要趁早看
- 心理咨询师严重缺人：趁现在门槛低，抓紧报名！
- 原新东方托福名师李靖瑜老师亲自分享，千万别错过
- 不要2800，不要899，现89元30课时+111节外教课
- 想让孩子轻松快乐识字？我推荐家长们试试这个洪恩识字！
- 北京财商商学院增加非工资收入，线上报名体验！
- 英语单词不用死记硬背，3天课程0元抢，轻松记单词
- 是真的！不要1099，不要799，现语文+数学=20元

小说阅读：2021年上半年广告投放数同比下降

2021年上半年，小说阅读各月份广告投放数 同比去年均有所下降，且1-3月份降幅较明显。推测是由于去年该时段正处于疫情关键期，用户居家时间变长给小说行业带了一波短暂的红利。

2021年 vs 2020年 上半年 小说阅读行业 各月份广告投放数占比



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台

小说阅读：免费阅读类App的广告投放力度最大

《番茄小说》、《七猫免费小说》、《米读极速版》在线上推广方面力度较大，且这三款App 都主打“免费读书”。结合2021年上半年 图书App 下载量TOP 10排行榜，《番茄小说》和《七猫免费小说》分列第一、第三，说明强推广力度对下载量产生了积极作用。

2021年上半年 小说阅读 热推App TOP 10

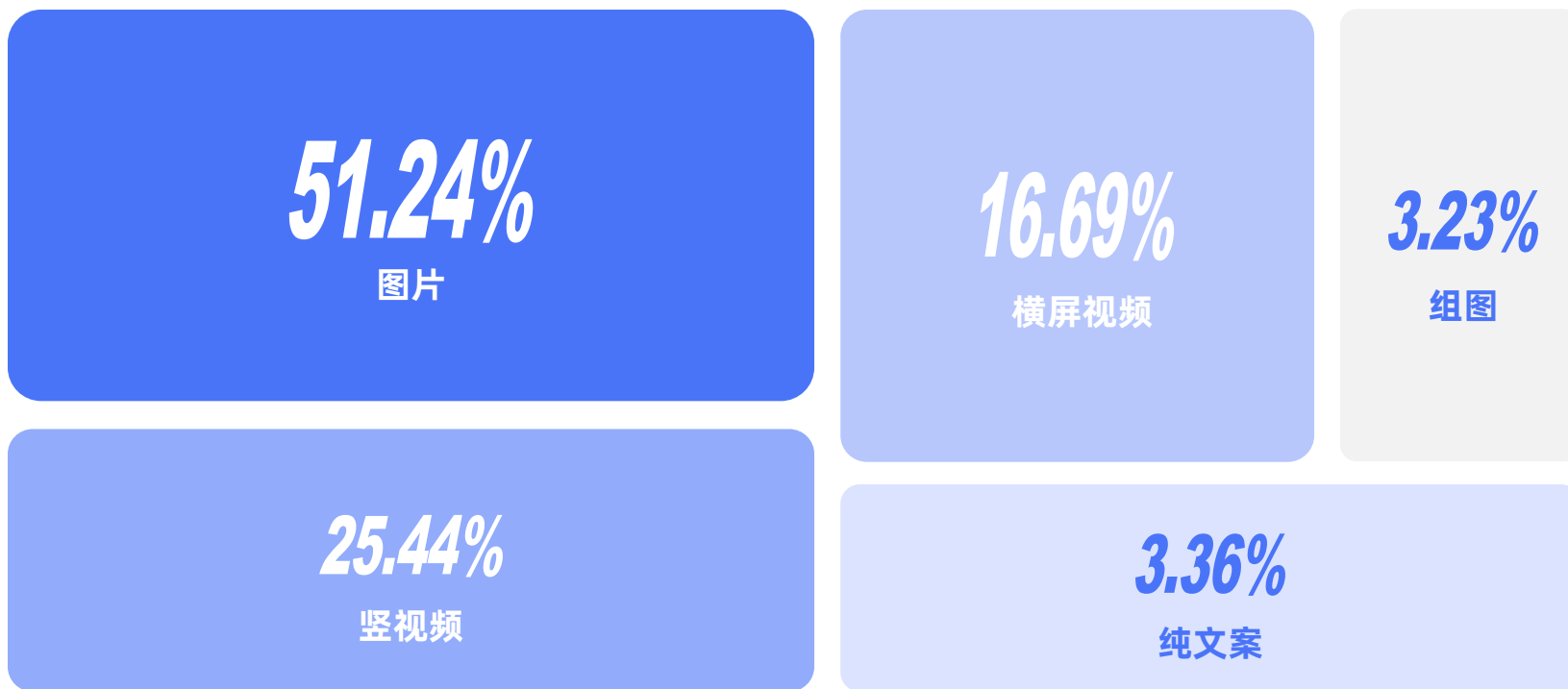


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 热推广告主TOP 10按广告投放数降序排列

小说阅读：图片及视频广告占比相近

小说阅读的图片广告中将漫画人物跟剧情场景的图片广告更容易爆量。

2021年上半年 小说阅读行业广告投放形式



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计广告投放形式TOP 5, 因此占比加合不满100%

小说阅读：“爽文向”广告文案热推，总裁、女帝文受欢迎

小说行业广告文案突出小说免费资源、看书/听书赚钱及爽文，节选小说中的重要情节或人物对话，以极具爽感的故事内容吸引用户，引发用户好奇心，再用免费阅读吸引下载，提高转化。

2021年上半年 小说行业广告文案高频词



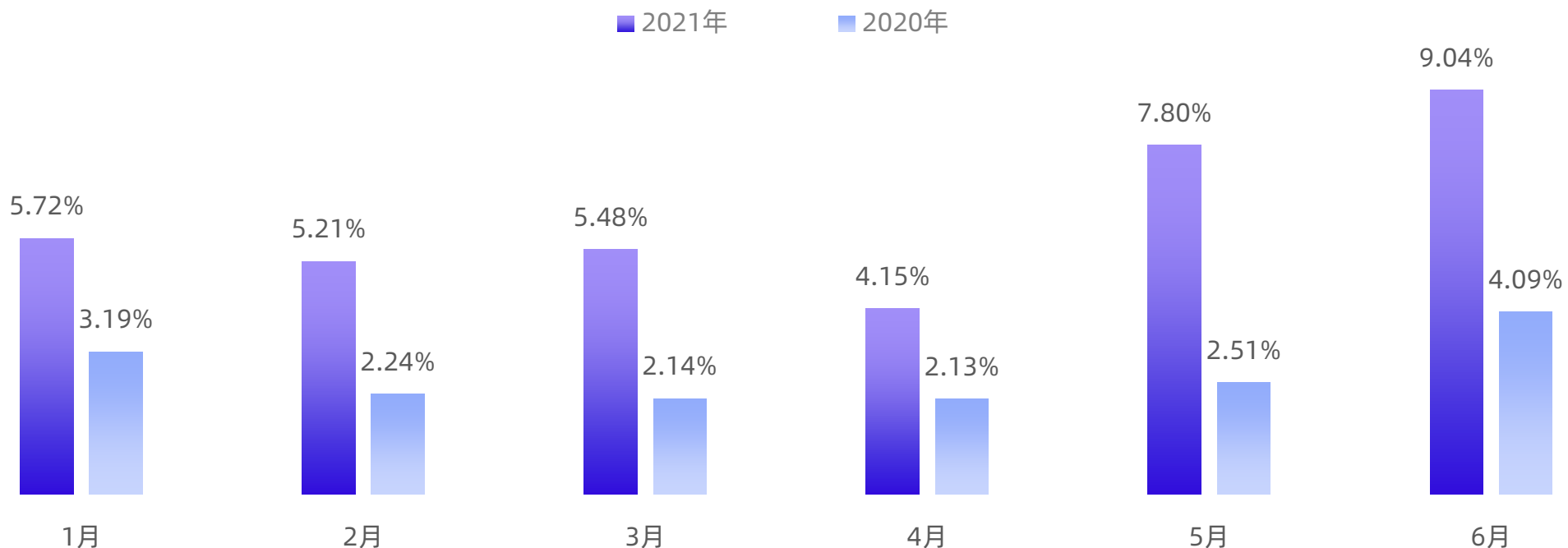
2021年上半年 小说阅读 热门广告文案

- “你快放了我，我老公超凶！”他突然低笑：“哦？我有多凶？”
- 告别半截付费小说！这里全站小说请你免费看！
- 适合晚上在被窝里看的小说，超解压，免费看到大结局
- 终于找到一个听小说神器，全部小说免费听，不伤眼！
- 师父：“你有几位师姐，一个掌权，一个掌财，一个...”
- 6岁孩童，身边女神无数，竟还是封号斗罗
- 6岁孩子就能出口成章，爱阅读会表达，多亏了叫叫阅读！
- 妻子负债，老公参加宴会还债，债主竟吓得吞下欠条

综合电商：广告投放力度相比去年同期有明显上升

2021年上半年，综合电商行业的广告投放力度相比去年同期有明显上升，其中5月的增幅最为明显，广告投放数占比增长了5.29%。

2021年 vs 2020年 上半年 综合电商行业各月份广告投放数占比



综合电商：主打“低价实惠”的电商App广告投放力度最大

综合电商的重点广告主TOP 3分别为《拼多多》、《淘特》、《闲鱼》，其中前二都是主打“低价实惠”的电商App，广告素材都会利用“物美价廉”、“低价特惠”等利益点吸引用户。

2021年上半年 电商热推App TOP 10

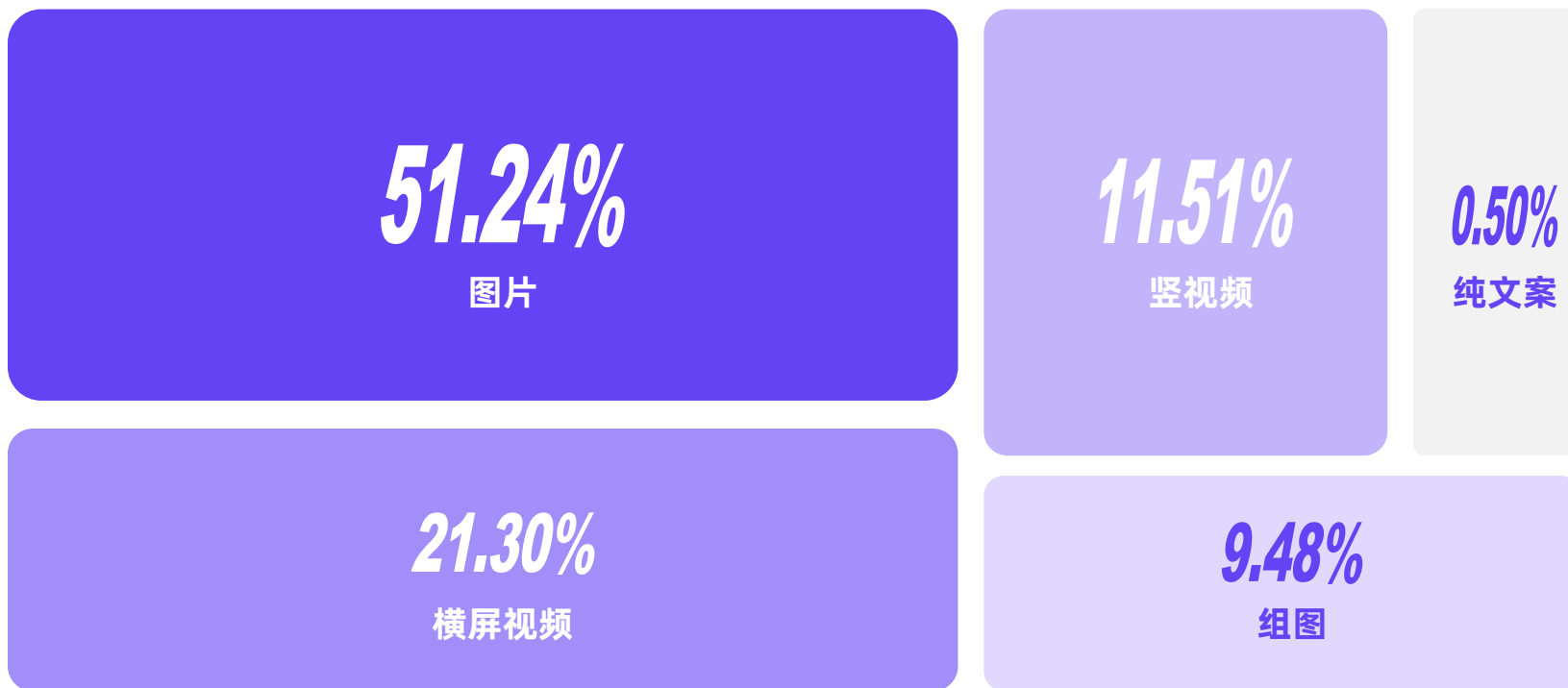


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 热推广告主TOP 10按广告投放数降序排列

综合电商：广告形式以图片广告为主

综合电商行业广告形式超半数为图片广告，综合电商的图片广告多强调“当季折扣”、“9.9-19.9元低价”、“重大优惠节庆”。

2021年上半年 综合电商行业广告投放形式



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计广告投放形式TOP 5, 因此占比加合不满100%

综合电商：广告文案以价格优惠为主要宣传重点

综合电商行业广告文案突出产品的价格优惠，重点强调“超低价”、“全额返”、“分期免息”等优惠方式，超低价与高质量产生强烈对比反差，吸引用户关注。

2021年上半年 综合电商行业广告文案高频词



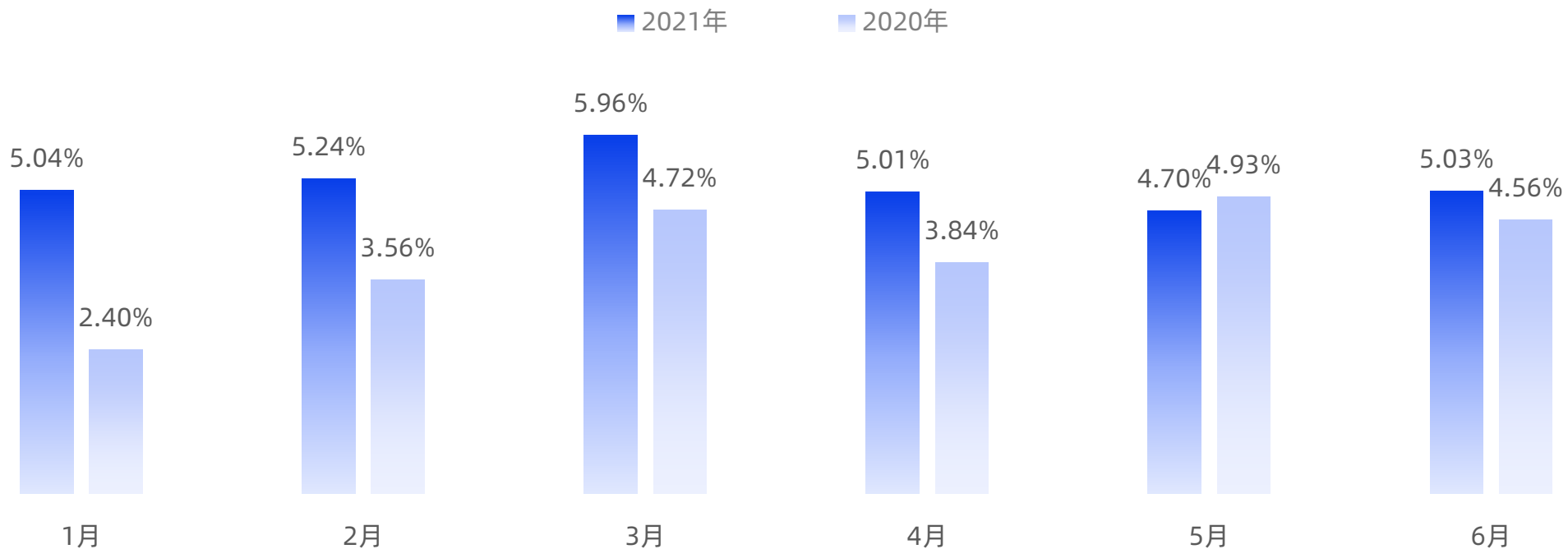
2021年上半年 综合电商行业热门广告文案

- 福利流出！最高领100元，网友：下次早点告诉我！
- 不敢相信！9块9抢华为手机！真的不来看看吗？
- 一直舍不得买，终于降价了！超值超低价！
- 上京东买手机电脑等商品最高可享24期分期免息，每天只要几块钱起
- iPhone12 Pro Max只要9块9！
- 没想到真抢到了！这9块9花得太值了
- 京东超级秒杀日，大牌爆款直降
- 幸亏知道得早，这么好的东西，闲鱼的性价比就是高！

金融：广告投放数占比同比去年变化不大

与去年上半年相比，金融行业于2021年上半年的广告投放占比变化不大，各月份广告投放数都有所增加。其中1月的广告投放数占比增幅最为明显，同比增长2.64%。

2021年 vs 2020年 上半年 金融行业各月份广告投放数占比



金融：理财类和股票类App的广告投放力度最大

金融行业广告投放量TOP 3应用为：《荔枝财经》、《新浪会选股》、《选股冠军》，本次共有6款股票App上榜，主打选股与诊股功能。

2021年上半年 金融热推App TOP 10

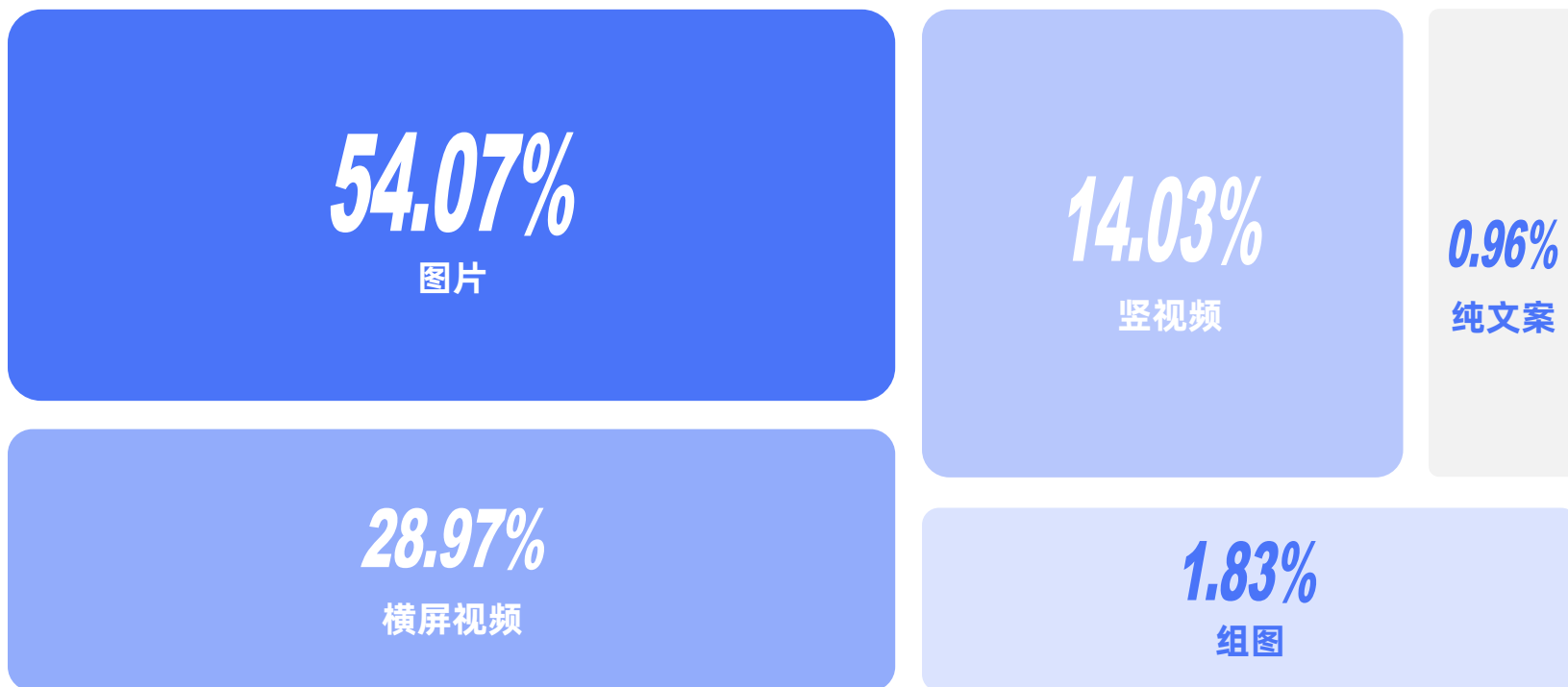


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 热推广告主TOP 10按广告投放数降序排列

金融：广告素材形式超半数为图片

金融行业图片广告占比达54.07%，图片广告上“金额”为重点突出信息，如保险金额、借贷金额等。其次是横屏视频广告，占比达28.97%。

2021年上半年 金融行业广告投放形式



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上仅统计广告投放形式TOP 5, 因此占比加合不满100%

金融：以贷款金额高、风险低为推广重点

金融行业广告文案突出强调产品为用户带来的经济价值，直接刺激用户痛点，引起用户注意。

2021年上半年 金融行业广告文案高频词



2021年上半年 金融行业热门广告文案

- 缺钱来这里，纯信用贷款，额度高，放款快，分期还款
- 别再借黑网贷了，缺钱来这里，不下APP不刷脸，最长8年慢慢还！
- 缺钱可以这样借，不用填表，可分12期，试试你能借多少？
- 几万块还要到处借？用分期乐，最高借你5万！
- 借钱就用安逸花，信用分600以上最高可借20万！
- 3326只股票诊断报告今日已出，散户赶紧查看你的股票
- 微信满1年，即可借80000，负债也能借，不面审拿钱快！
- 上海朋友们不要再乱借款了！缺钱来这借！



03 重点流量平台观察

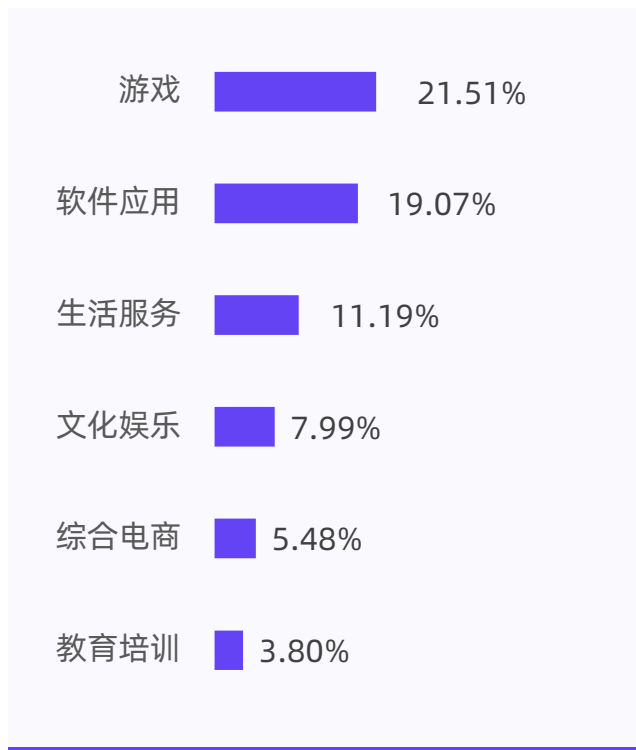


巨量引擎、腾讯广告：游戏行业投放强势

在巨量引擎和腾讯广告平台的广告投放中，游戏行业占比均为首位；文化娱乐及教育培训行业在百度信息流上的广告投放较为强势，分列前两大行业广告主。

2021年上半年 三大流量平台广告投放行业分布

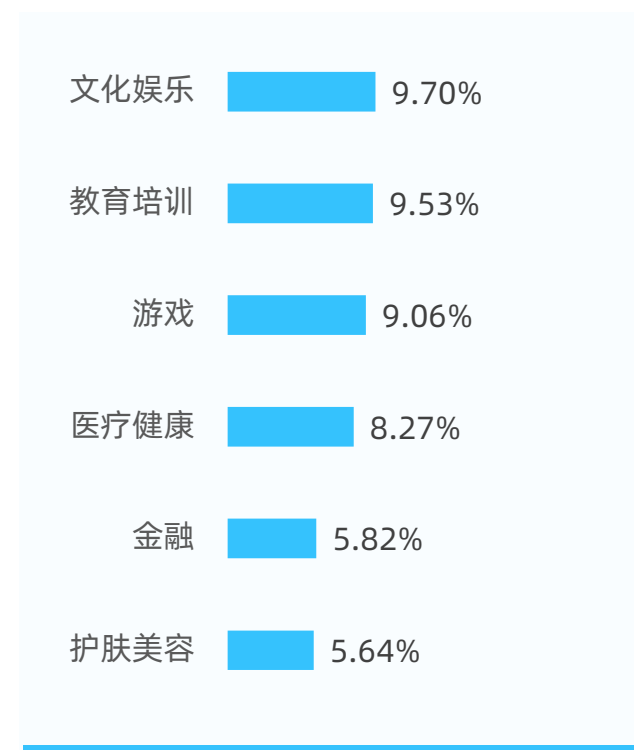
巨量引擎



腾讯广告



百度信息流

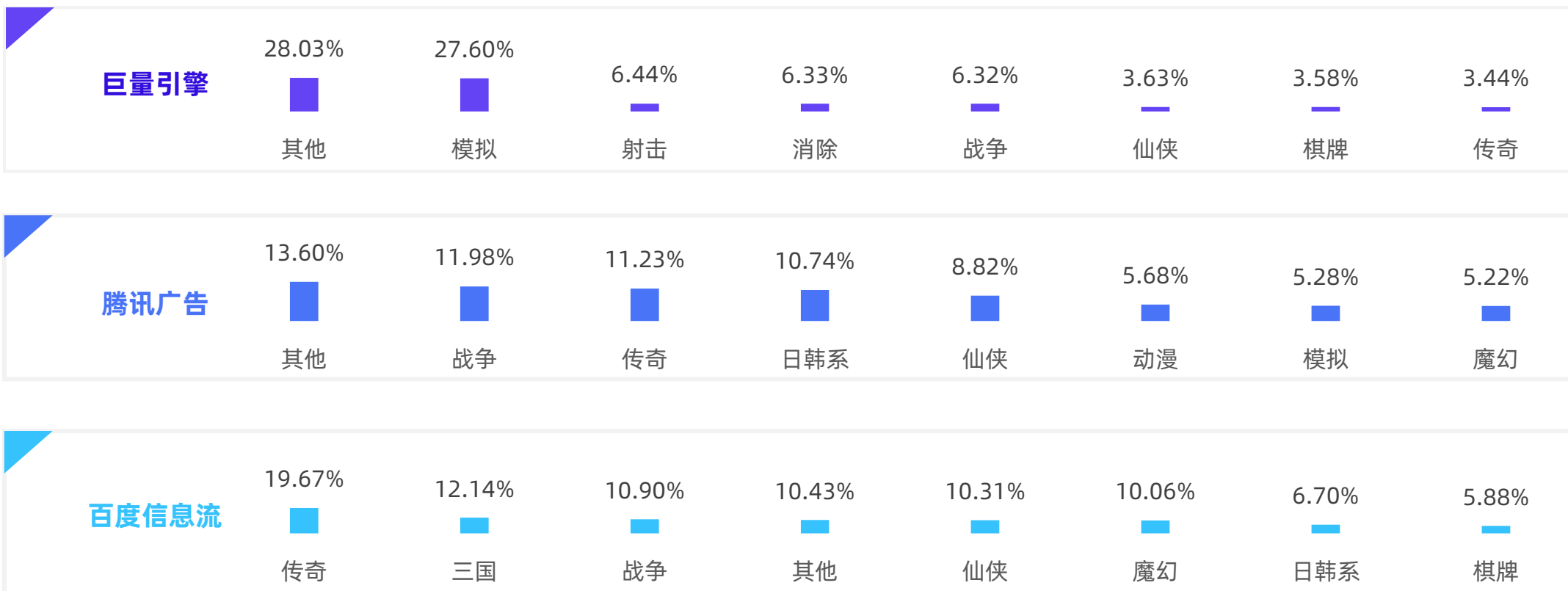


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数占比降序排列, 各平台仅展示占比前六的重点行业

休闲、网赚是巨量引擎和腾讯广告的重点手游风格，百度信息流 传奇手游热推

其他（主要指网赚、休闲）是巨量引擎和腾讯广告的重点手游风格，除此之外，模拟、战争手游的比重也较高，而在百度信息流上热投的多为传奇手游。

2021年上半年三大重点流量平台 手游App 风格 占比

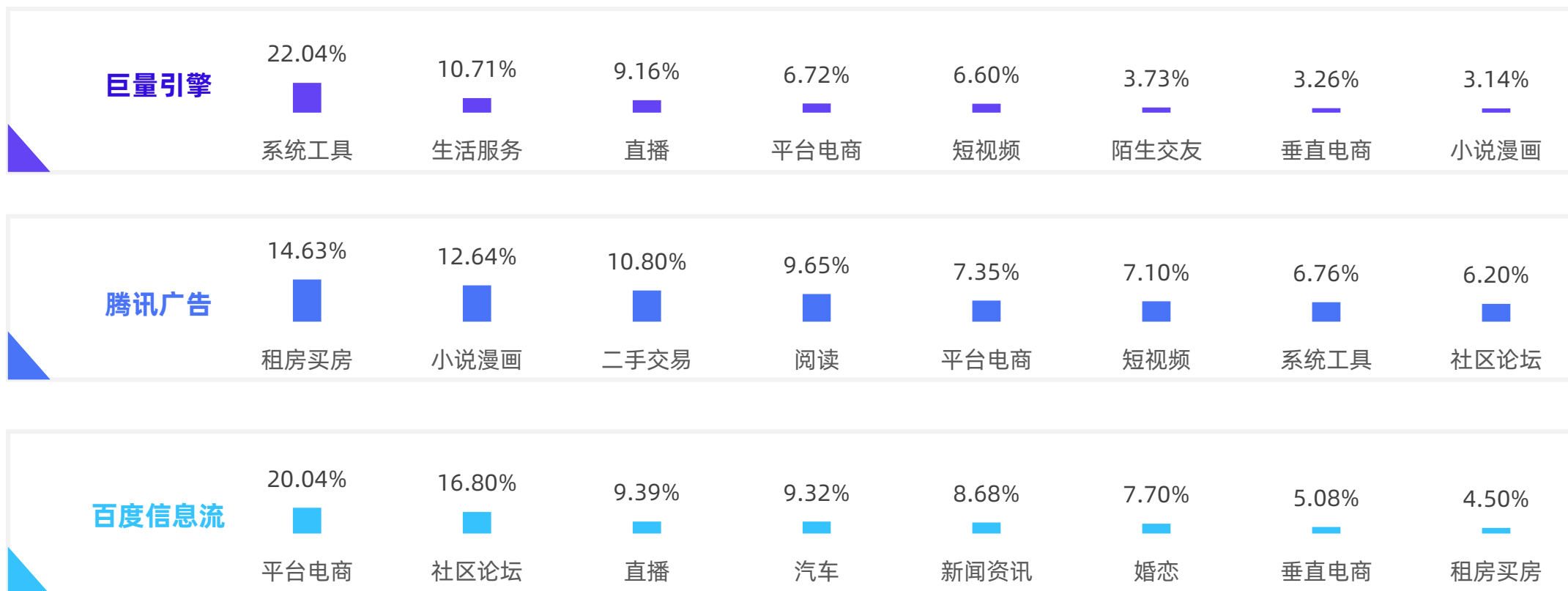


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数占比降序排列, 各平台仅展示占比前八的重点手游风格

系统工具应用成为巨量引擎的重点广告主

非游戏应用App 风格方面，各流量平台的重点广告主区别明显。系统工具应用是巨量引擎的重点广告主，在腾讯广告和百度信息流中广告投放力度较强的则是租房买房及平台电商应用。

2021年上半年三大重点流量平台 非游戏应用 App 风格 占比



数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上按广告投放数占比降序排列, 各平台仅展示占比前八的重点非手游风格

媒体收入TOP 30：抖音依然是广告主热门投放阵地

2021年1-5月 流量媒体移动广告收入排行榜 TOP 30

TOP1 -10	TOP11-20	TOP21 -30
抖音	快手	百度视频
今日头条	QQ 浏览器	百度贴吧
西瓜视频	百度手机卫士	趣头条
抖音火山版	优酷	皮皮虾
手机百度	腾讯手机管家	哔哩哔哩i
微信	穿山甲联盟	搜狐新闻
芒果TV	爱奇艺	百度浏览器
QQ	腾讯新闻	汽车之家
腾讯视频	好看视频	搜狐视频
微博	小红书	猎豹浏览器

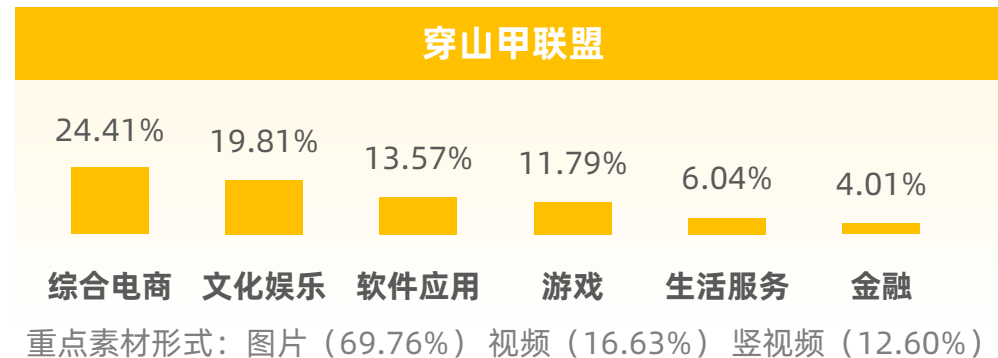
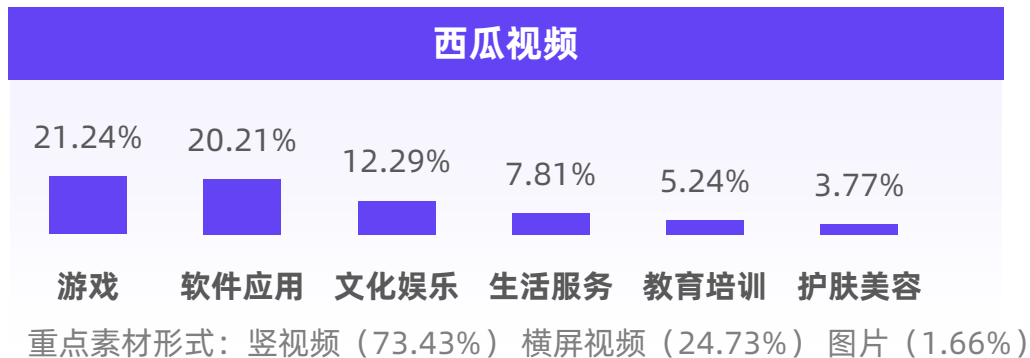
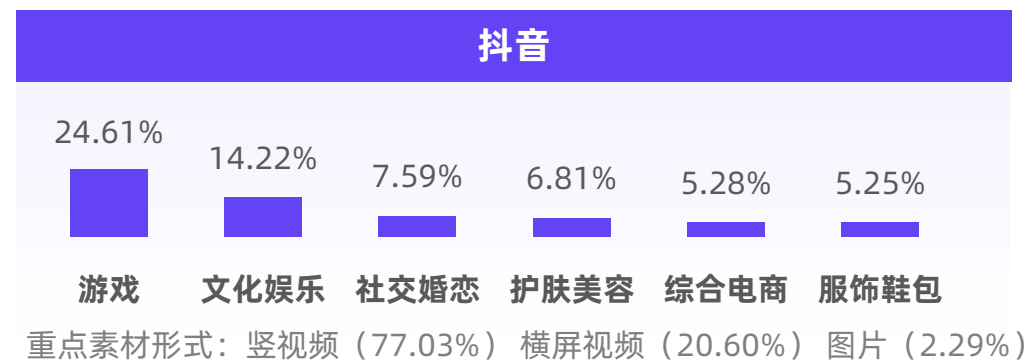
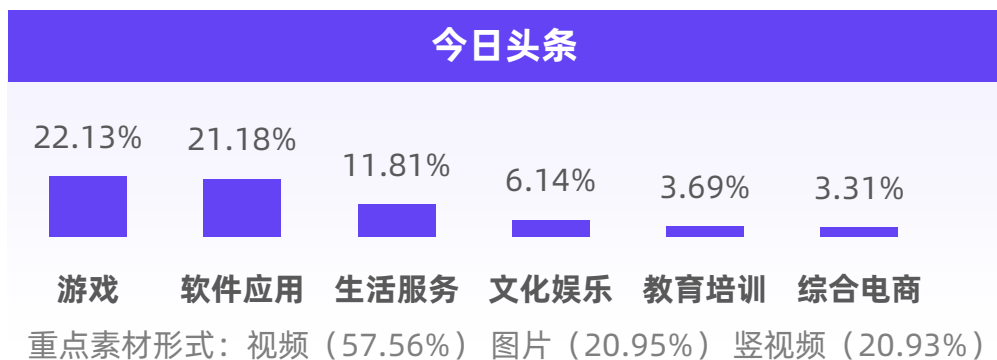
· 中长视频平台移动广告收入提升

同比去年1-5月，芒果TV、腾讯视频、优酷及哔哩哔哩的排名有所上升，广告主开始重视加强在中长视频平台的“砸钱”力度。

巨量引擎：游戏成为旗下媒体的重点广告主

巨量引擎受到游戏行业广告主青睐，文化娱乐、软件应用行业的广告投放数占比都比较靠前。投放形式方面，视频广告的占比较大，横屏视频及竖视频广告是巨量引擎平台的重要广告形式。

2021年上半年 重点媒体广告投放行业占比及主要广告投放形式

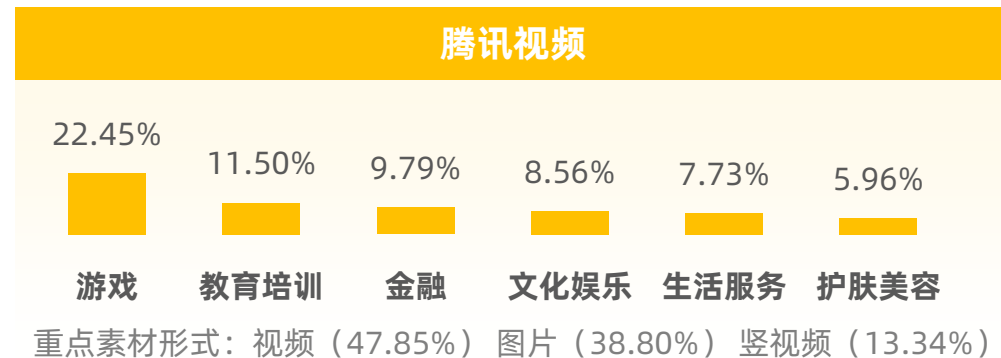
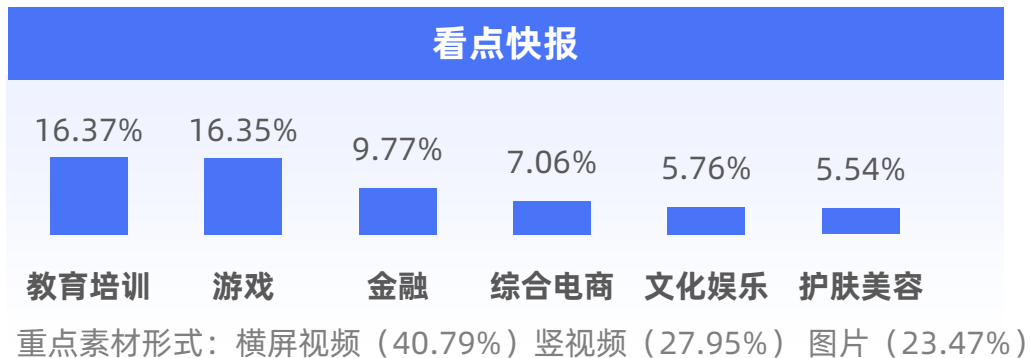
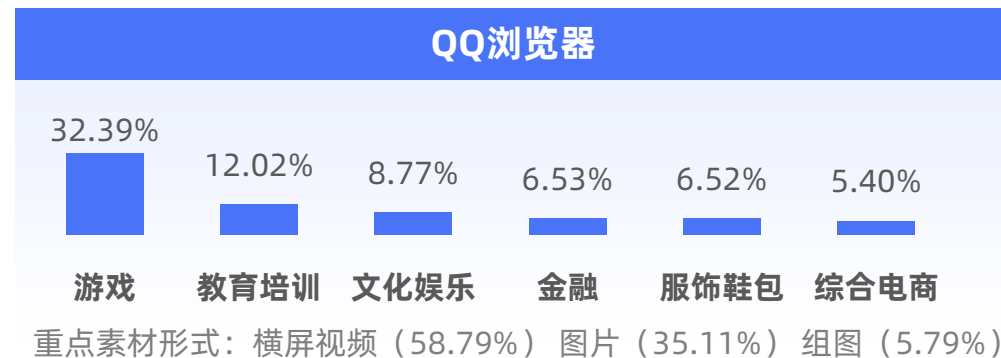
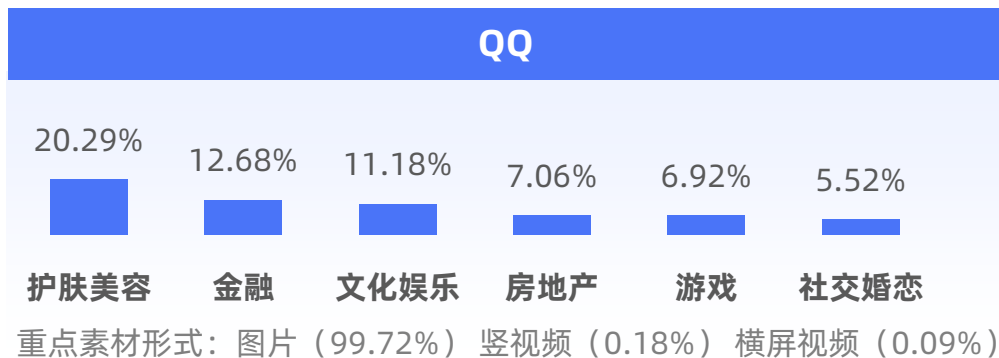


数据来源: App Growing专业的移动广告情报分析平台, 以上各媒体仅展示占比前六的重点行业及占比前三的广告投放形式, 因此加合不满100%, 下同

腾讯广告：游戏、护肤美容和教育培训行业是重点广告主

游戏、护肤美容和教育培训行业是2021年上半年 腾讯广告的重点广告主。投放形式方面，图片和视频广告的占比较大。

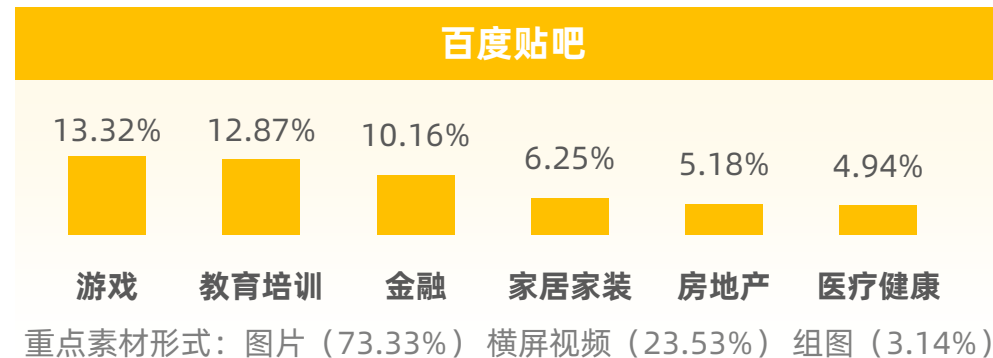
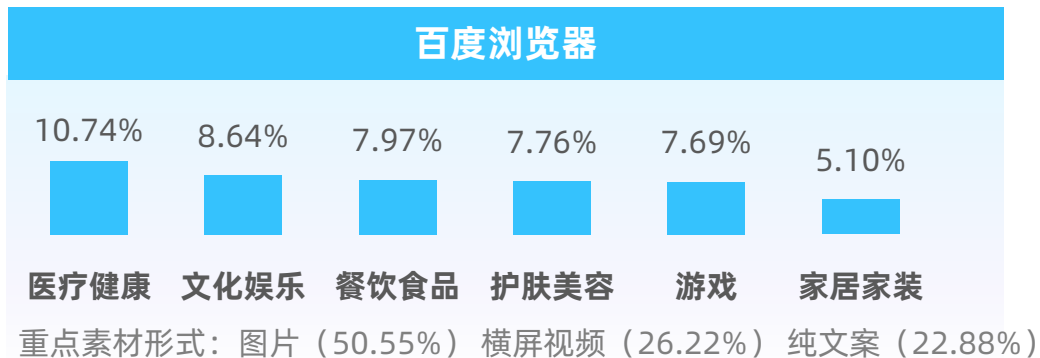
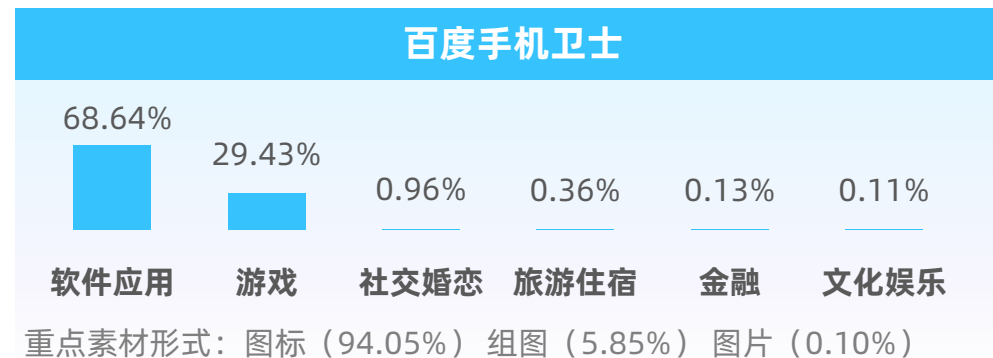
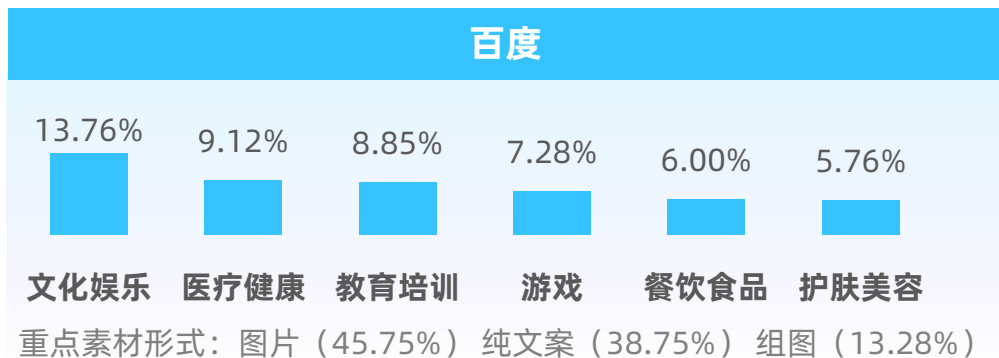
2021年上半年 重点媒体广告投放行业占比及主要广告投放形式

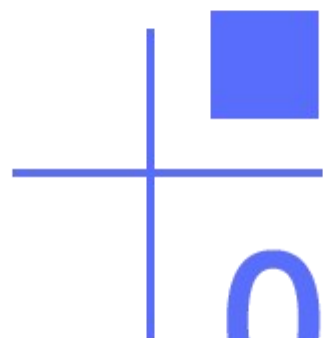


百度信息流：《百度手机卫士》媒体近七成为软件应用广告

游戏、文化娱乐、软件应用和综合电商行业是百度信息流的重点广告主。其中，在《百度手机卫士》中推广软件应用的广告占比高达68.64%。投放形式方面，图标、图片和视频广告占比较大，各媒体中的广告都尽量贴合原生内容。

2021年上半年 重点媒体广告投放行业占比及主要广告投放形式





04 重点广告主投放分析

以下仅分析 2021年上半年 广告投放数增长较明显的重点App

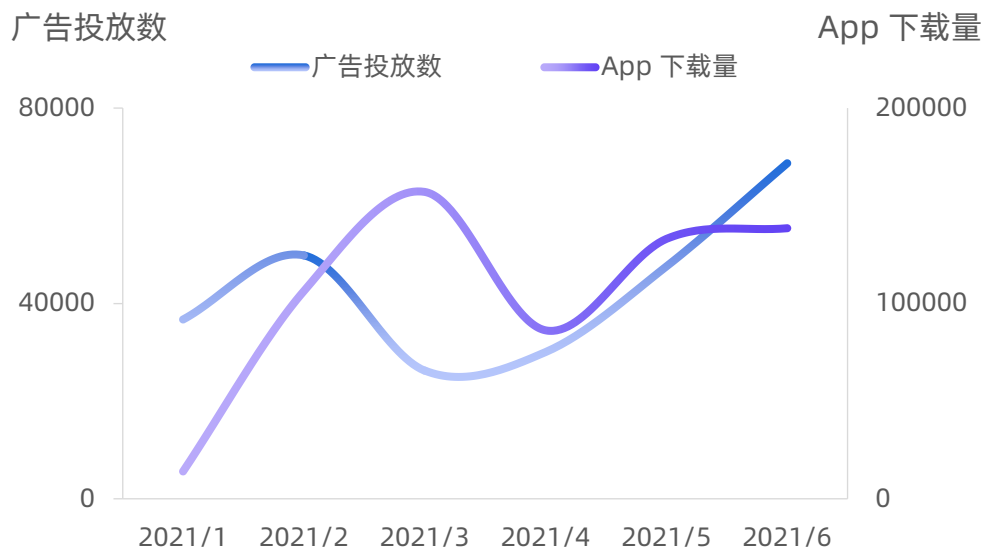


工具 重点App投放分析

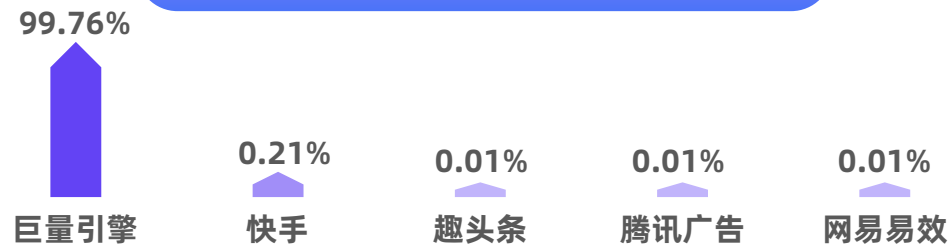


Wifi 伴侣

2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

突出“**稳定**”“**高速上网**”，增强用户对于免费产品的信任度。

强调“**省流**”“**免费**”“**无密码**”“**随时上网**”，对于在意流量资费的下沉市场用户极具诱惑力。

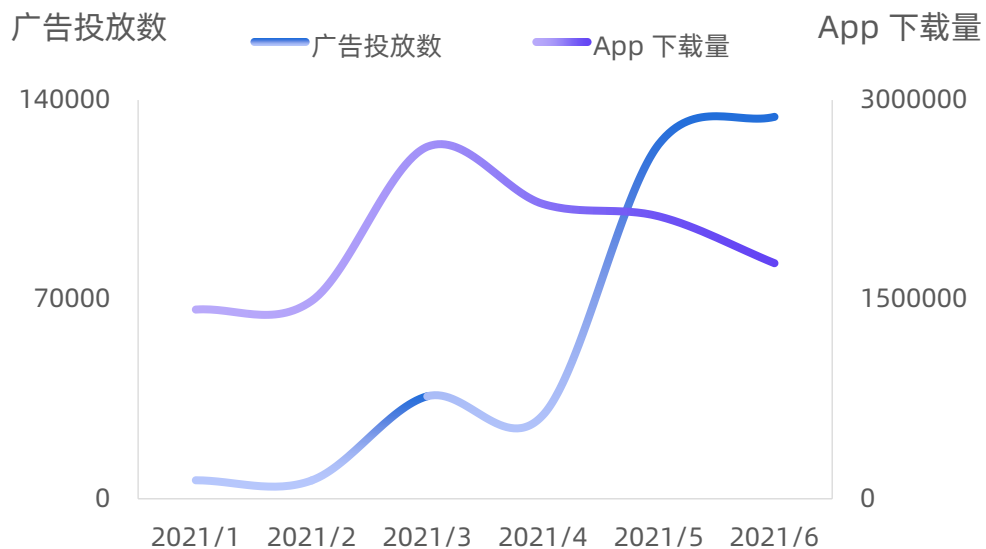


数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

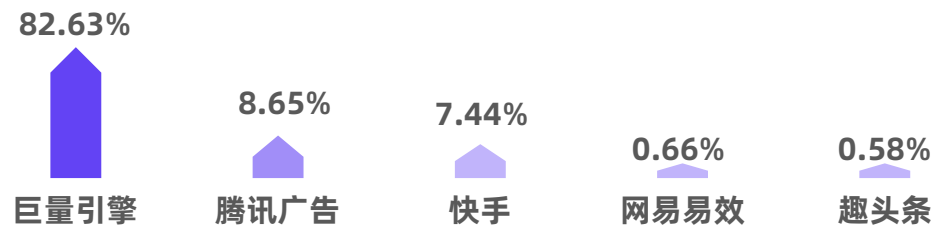
购物 重点App投放分析



2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

突出“**低价转卖**”“**捡漏**”，在画面中放大超低价，与物品本身产生强烈反差，吸引眼球。



强调“**签到领币**”“**100元现金红包**”，尝试引导用户下载平台去领取现金红包、优惠券和新人福利。



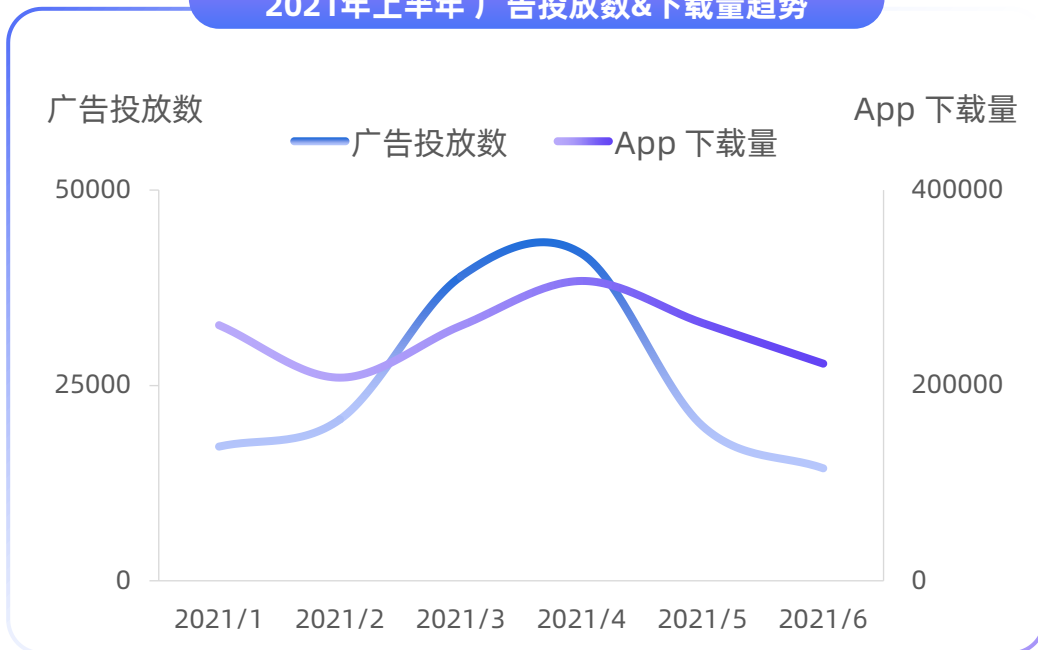
数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

教育 重点App投放分析

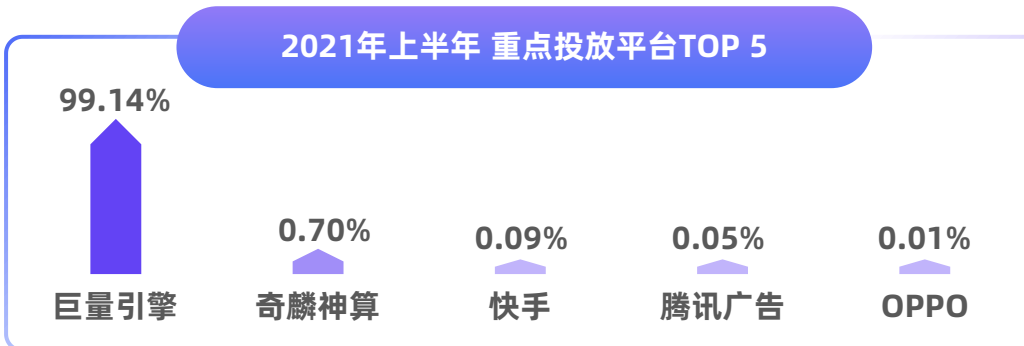


贝乐虎儿歌

2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

强调“海量”“免费”，在画面中重点突出免费产品的资源丰富，吸引用户注意力。

“外语儿歌”“三字经”“洗手歌”突出启蒙教育、边看边学等有吸引力的利益点，吸引目标用户下载。

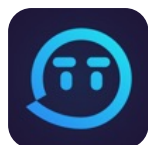






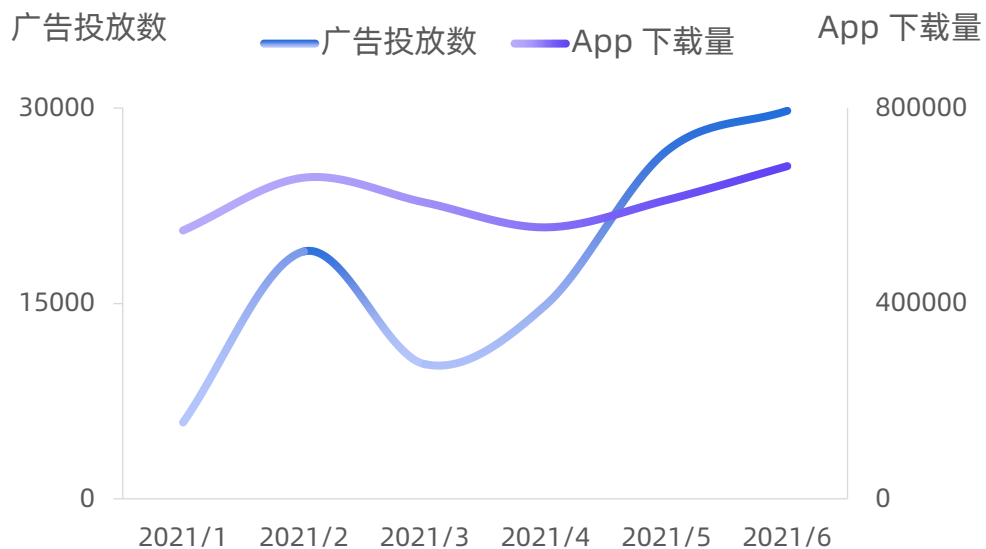

数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

社交 重点App投放分析



TT语音

2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

突出“送皮肤”“大神带你上分”等福利，吸引用户下载注册。



强调“组CP”“组队不孤单”，以一起开黑玩游戏、体验超现实恋爱为噱头，实现声音交友，吸引用户。



数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

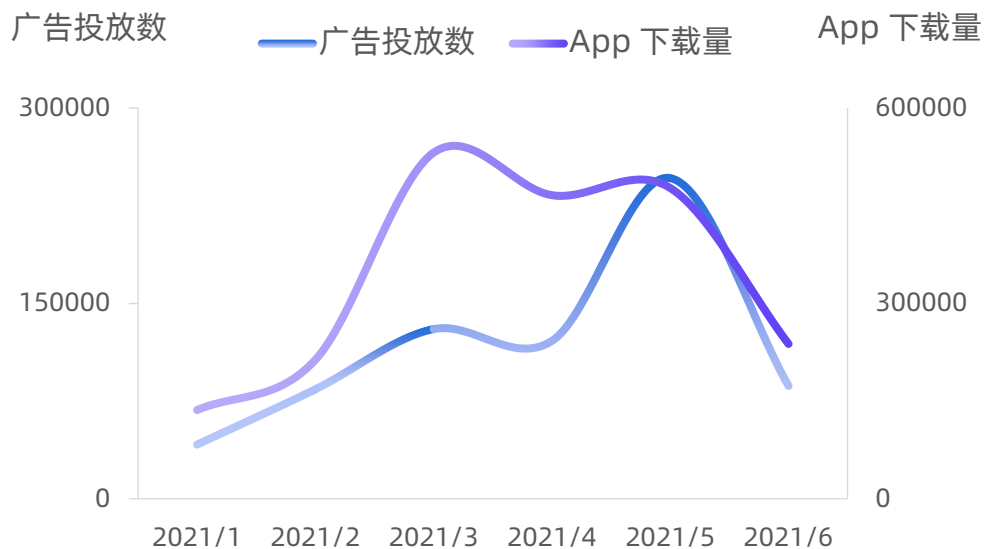
租房买房 重点App投放分析



幸福里

专业买房平台

2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

突出“**宽敞的户型**”加“**适宜的建筑面积**”的产品组合，最大程度捕捉用户的需求点。

强调“**首付直降10-26万**”，利用跌破底价的首付金额，以及室内整洁的实图来吸引用户。

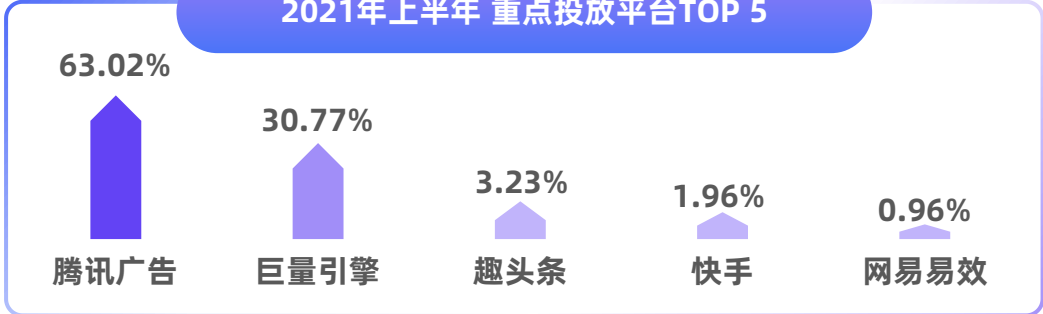


数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

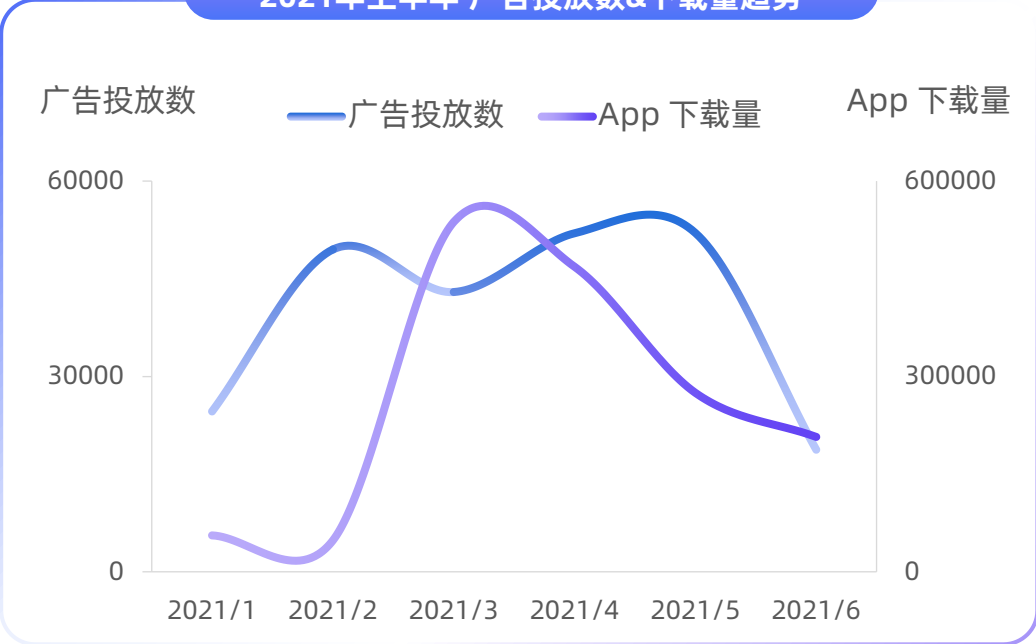
阅读 重点App投放分析



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



近三十天 热门推广素材分析

画面突出“海量”“全部免费”“永不收费”，背景图突出小姐姐的颜值，画面观感良好。

强调“边看小说边赚钱”“随时提现”，以轻松赚钱为卖点，吸引用户下载。



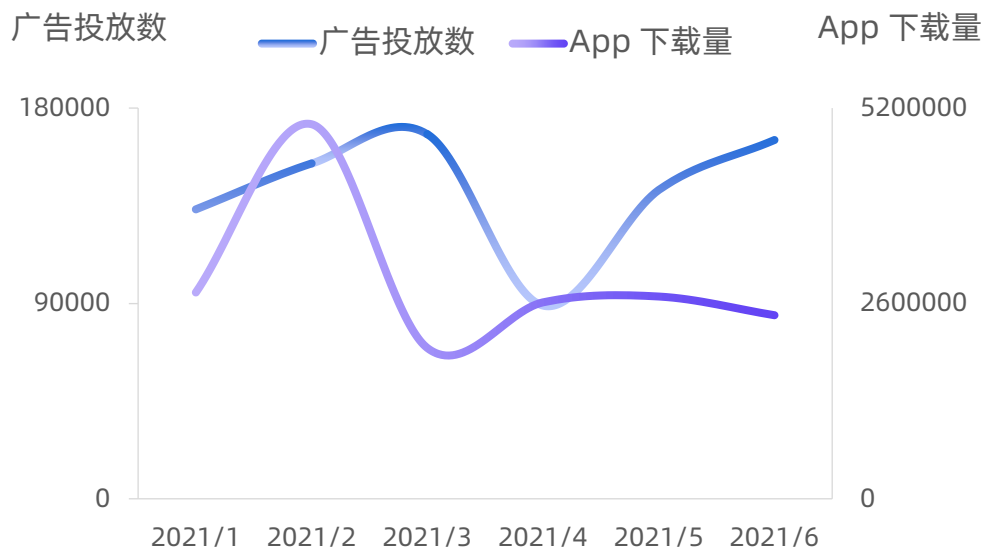
数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据

娱乐 重点App投放分析

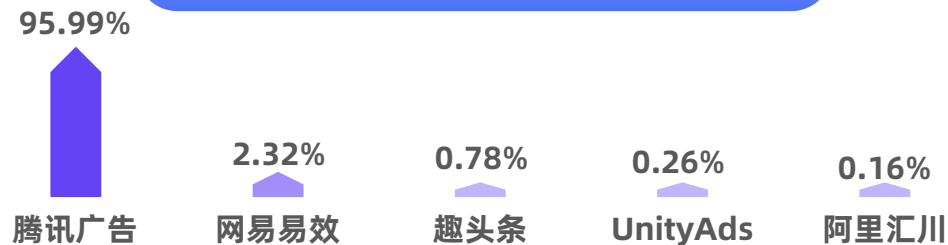


快手极速版

2021年上半年 广告投放数&下载量趋势



2021年上半年 重点投放平台TOP 5



近三十天 热门推广素材分析

利用街边采访的形式，一问一答引出产品卖点，如**“超值新人福利”**，引导用户转化。

强调**“刷视频赚零花钱”****“现金红包”****“随时提现”**，以轻松赚钱为卖点，吸引用户下载。



数据来源: 广告投放数来源于App Growing专业的移动广告情报分析平台, App 下载量预估数据来源于七麦数据, 仅统计苹果应用商店数据



05 行业真知灼见





互动广告将是突破信息流广告创意围城的重要手段

近几年，百度在信息流广告分发形式上不断拓宽场景。图文场景外，信息流“视频化”仍是商业生态的核心环节和主要发力点。百度信息流视频场景主要集中在百度APP、好看视频、百度贴吧等流量入口，以短视频、小视频详情页为主，其中小视频详情页贡献超过50%+，触达路径更深，页面浏览更深，对用户信息需求满足度更高。在效果稳固方面，百度信息流视频广告支持ocpx多维度建模（点击、互动），提升视频广告的冷启效果及营销效果。并且，百度为每一个视频素材提供洞察分析报告，披露黑马/衰减视频趋势，监控视频播放质量，后续还将陆续上线受众画像等洞察分析、用精细化的数据能力赋能企业，深入效果分析与效率优化。

除此之外，基于百度商业生态模式应运而生的“互动广告”，也承载着效果场景下挖掘品牌价值的重大意义。从创意到用户的单向信息传递，变成创意与用户之间的双向沟通。目前，互动广告支持“轻互动”“互动视频”“互动云”等创新玩法。在延长创意有效期，增加用户与广告的黏性，提升点击和转化上有显著成效。据分析，互动广告比非互动广告说服力效果高52%，参与时间可延长15%。由此可见，互动广告将是突破信息流广告创意围城的重要手段。未来，随着5G、VR、AR等技术发展，百度信息流广告形式上也将加入更多新玩法，搭载多样智能终端，为目标消费人群提供丰富的需求场景。

同时，在用户增量放缓的大环境下，通过品牌阵地将品牌与用户建立深度持续连接将成为百度营销的常态。企业百家号+百度爱番番+智能小程序打通信息流广告营销前链路和后链路用户运营壁垒，完成用户管理、用户再转化等环节，实现降本提效，提升获客ROI。最后，百度作为一家拥有强大互联网基础的领先AI公司，致力于“科技为更好”，通过“智能搜索+智能推荐”为10亿移动用户提供主动获取信息和服务的最高效连接。



// 聚焦行业，持续优化营销投放全链路，助力商业增长 //

在存量环境下，用户规模和时长的争夺竞争在2021年变得更为艰难，一场以“流量重构”为核心的变革正在悄然展开。如何提升流量的变现效率，借助高效的投放能力，达成更深度转化，成为各行各业的核心诉求。

这也为优化师的日常工作提出了更高的要求：提高投放效率，持续优化投放策略，达成深度转化和效果提升。

2020年，腾讯广告以“整合”为思路，推出ADQ投放管理平台（ad.qq.com），实现了一站式投放腾讯全流量，极大提升了优化师们的投放效率；今年，腾讯广告进入整合的深水区，以纵深的“行业化”为核心思路，紧贴行业的商业模式，依托不同行业的转化链路，推进投放/创意/审核/转化一体化。比如**在游戏行业，将会围绕互动试玩实现全链路一体化投放适配。**

同时，**面向全行业，将会陆续推出行业版投放端，整合不同流量版位实现进一步通投，上线素材预审等，从投放流程、素材创意和审核等多方面提升投放效率。**同时，针对流量的复杂多变，腾讯优量汇自动版位支持流量筛选工具，能够帮助广告主自动屏蔽不合适的流量，提供高质量的流量环境。

在可预见的未来，流量重构的变革还将持续下去，作为腾讯面向企业的商业服务平台，腾讯广告将会进一步围绕流量环境、投放效率等各方面，通过平台技术，提供更丰富的工具能力，腾讯广告也将继续与优化师们并肩前行，在行业精细化和纵深化方向上继续探索。

移动广告从业者真知灼见

2021年上半年，优化师群体面临的挑战越来越大：一方面是行业变化太快：直播电商和搜索的兴起，教育和财商行业的大起大落，都给行业带来极大的业务变动，而这些变动第一时间就传导到了优化师侧。另一方面是市场竞争压力进一步扩大，广告主的考核更加严苛，从而对优化师的横向能力要求更高。

我们近期在公号文章里，随机调查了500名优化师的平均日耗，结果超过50%的优化师日耗不到五万，而有26%的优化师日耗超过十万，对比2020年下半年数据，这两部分占比均有一定扩大，即两极分化现象逐渐明显。整体来看，信息流行业还是在高速发展，未来愿意主动学习和接纳新事物的优化师收入一定会有大幅提高，同时，行业也会吸引更多高素质人才加入。

——王晨冰

三里屯信息流 主编

每次流量的迁移和媒体的变化都意味着新的机会，今年上半年直播的爆发正在快速改变用户的行为习惯，也催生了游戏行业新的广告模式——直播竞价引流。而直播广告形态的出现，也从另一个维度影响系统对ECPM的判断。买量的核心是匹配产品与用户，区分竞品，做流量的捕手。

市场的变化非常快，如果能抓住每一次的流量红利，就永远存在机会。比如下一个阶段苹果在大陆区新开放的ASA广告就很值得期待。

——曾少楠

中手游集团副总裁

移动广告从业者真知灼见

2021年上半年，手机终端出货增速下滑，市场步入存量阶段，加之媒体营收目标加剧，各家媒体纷纷通过“重构+融合+通投”的大整合，构建自身商业壁垒。作为对“增量、成本、深度转化”有强烈诉求的效果类广告主，势必要顺应市场，提高对自身团队的投放要求。

我们观察到拥有能力较强的运营团队、技术实力及数据资产的广告主，纷纷通过第一手的增长实践、多年的策略沉淀及持续的算力打磨，构建自有一站式广告投放平台，打通从“创意生产-批量投放-数据回流-策略反哺-智能调优”全链投放体系，实现流量精细筛优，在瞬息万变的广告环境中逆流增长。

—— 58集团-流量运营团队

从我们的投放数据来看，2021年上半年视频广告形式占比还在翻倍式增长，且目前已经出现了“直播+”的广告新趋势。

综合电商、服饰鞋包等泛电商客户的投放也呈明显上涨态势，可以预见下半年必然是与这些行业绑定更紧的“直播+”模式更大的井喷期。现阶段“直播+”已成为电商新常态，直播电商的“人货场”范围快速扩大，并且像教育这种相对传统的行业，也开始大力投入直播营销，进一步验证了直播营销的延展性及其明显优势。

—— 商夕琳

品众互动 巨量运营部总经理

数据合作媒体



公司介绍

MobTech是全球领先的数据智能科技平台，在数据智能产业，以数据应用为主导，融合顶尖的大数据、云计算、人工智能等多元先进技术，打造开发者服务、商业化、AI、Mob研究院四大版块，为全球数百个国家和地区的企业、开发者和政府机构提供商业智能解决方案、App运营赋能方案、企业级AI智能方案、数据咨询研究等服务。

获取更多情报及资讯



数据合作媒体

七麦数据

-专业的移动增长整体解决方案服务商-

公司介绍

七麦数据 (qimai.cn) 覆盖全球155个国家/地区App Store、Google Play及国内9大主流安卓市场, 已收录1200万+App数据、2000万+关键词, 数据维度全面、精准。目前为2000万+从业者提供数据查询服务, 为1000+媒体人、投资者提供数据支持, 并于行业内首推智投平台, 将AI应用于大数据领域, 打造商业需求的人工智能解决方案, 实现数据对企业决策的指导性价值。

获取更多App增长内容



联合宣传媒体



解读营销
解读商业世界



关于信息流
我们给你一个正确答案



互联网数据查找第一入口
50万+数据一键下载



信息流广告头部媒体



投放提效, 爆单爆量



每日精选
互联网圈儿最新资讯

App Growing: 专业的移动情报广告分析平台

App Growing 基于人工智能及数据挖掘技术, 实时追踪及分析海量广告推广数据, 助力广告主、广告媒介、广告代理商快速掌握竞对, 行业及整体市场的广告投放情报。

 广告投放趋势

 广告素材搜索

 广告文案分析

 广告落地页分析

 流量媒体洞察



上亿广告素材, 实时更新

覆盖国内42个主流平台/81个广告媒体

29个大行业/76个细分行业



扫码获取
更多移动广告情报

App Growing助力社交/手游/工具类App 洞察市场情报

客户需求

提升行业、竞对情报获取效率

通过代理商或手动刷广告获取竞对情报效率低、滞后性明显

把控渠道风险，降低投放成本

对于新渠道特性及素材风格较难把握，新渠道前期测试成本较高

客户应用&反馈

情报效率提升数十倍

数据更全面、准确、及时

通过App Growing 快速查找竞对
查看其投放渠道，投放广告量级，素材形式



充分调研平台特性

测试成本明显下降

通过App Growing查看行业流量分布，
竞对的宣传点，爆量素材特性等.....



App Growing助力某头部商家 洞悉同行营销新趋势，及时把握营销宣传点

客户需求

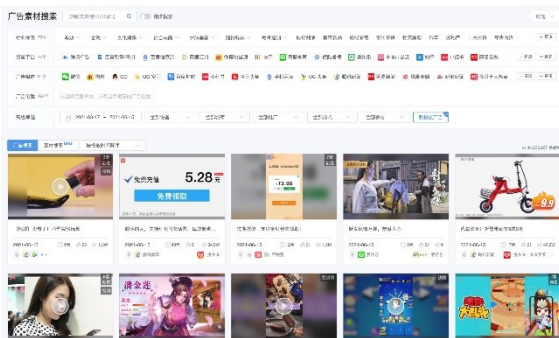
了解热门爆量投放素材和落地页，拓展素材思路
 过往素材制作的思路较为局限，对于行业素材的新套路了解不够
 了解竞对主投渠道、主推商品、营销点，规划投放策略
 快速、及时、全面了解竞对营销布局是一大挑战，信息滞后会导致投放决策容易失误

客户应用&反馈

高效了解行业热门爆款素材

素材制作效率显著提升

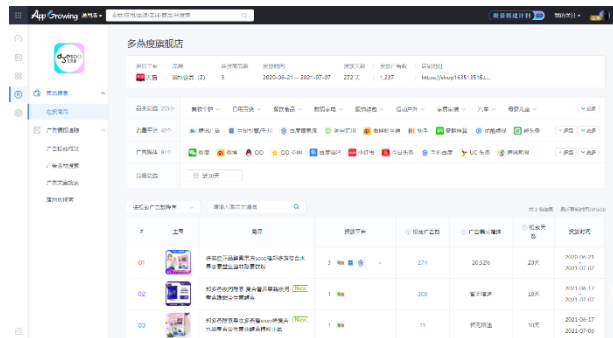
通过App Growing 查找新投放素材
 筛选高曝光的广告素材，拆解套路，分析逻辑



实时追踪竞对主推的商品

快速拆解营销策略，制定更科学的推广布局

通过App Growing 查看 热推店铺/品牌/商品
 分析主推渠道/卖点/高爆量素材/落地页



投管家：智能的广告投放效率工具

通过实现多平台跨账户管理，极速搭建计划与高效管理素材等功能助力广告主、代理商提升投放效率和优化决策，**让增长立竿见影！**



跨平台跨账户

一键接入**七大**平台，轻松实现跨平台跨账户管理



高效投放管理

5分钟生成**500+**广告计划，投放效率翻倍
批量上传素材，**一键**推送多平台账户



统一管理素材

查看**全平台**投放概览，**自动**生成投放报表
支持自定义设置，满足个性化投放



智能投放报表

投放提效，爆单爆量！



扫码申请
免费试用

投管家助力某广告代理商实现智能投放，为企业年增效100w

 **投管家** 旗舰版使用后

运营成本高

投放账户超过100个，配备20名优化师，账户管理工作占据了优化师大量时间，人效比低

项目统筹难

多平台数据分散，负责人无法第一时间了解整体的投放效果，并及时制定更准确的投放策略



跨平台跨账户管理
广告计划批量创建/调整

节省人工成本24w+

2名优化师即可管理20+广告账户
3小时+的繁琐重复操作缩短至10分钟内



自定义生成报表
一键查看投放概览
多维对比数据详情

负责人第一时间了解团队投放成效

查看数据更全，处理数据的时间更短
及时调整投放策略，有效提高ROI



查看全网投放素材
AI剪辑批量生成视频

素材重复率下降10%，创意长期产出效果

新建广告计划数提升，**广告消耗翻倍**



扫码申请
免费试用

投管家助力某小说广告主从“线索”到“现金”，企业增效无烦恼

营销数据难整合，投放成效难评估

推广成本与营销目标不成正比，亟需将广告投放系统与用户数据系统打通，实现“推广-转化”数据全链路追踪，分析营销数据改进策略。负责人还需评估成员的投放成效，改善团队配置。

使用投管家标准版，**投放效率提升10倍+**

定制BI数据分析面板，**全渠道监控分析**，改进营销策略

产品逆势增长，增强团队竞争力，**综合成本降低280%**



扫码申请
免费试用

App Growing 与全球 3000+ 企业保持长期合作



游戏



金融



美妆



电商

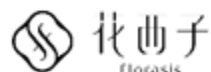


社交



媒体

App Growing 部分合作客户



THANK YOU

有米云，让营销更科学高效

联合出品：AppGrowing × MobTech 麦博 × 七麦数据