



IClick
INTERACTIVE



2014年中国网络展示广告将会呈现两大趋势， 广告主应该把握站在“风口”的机会：



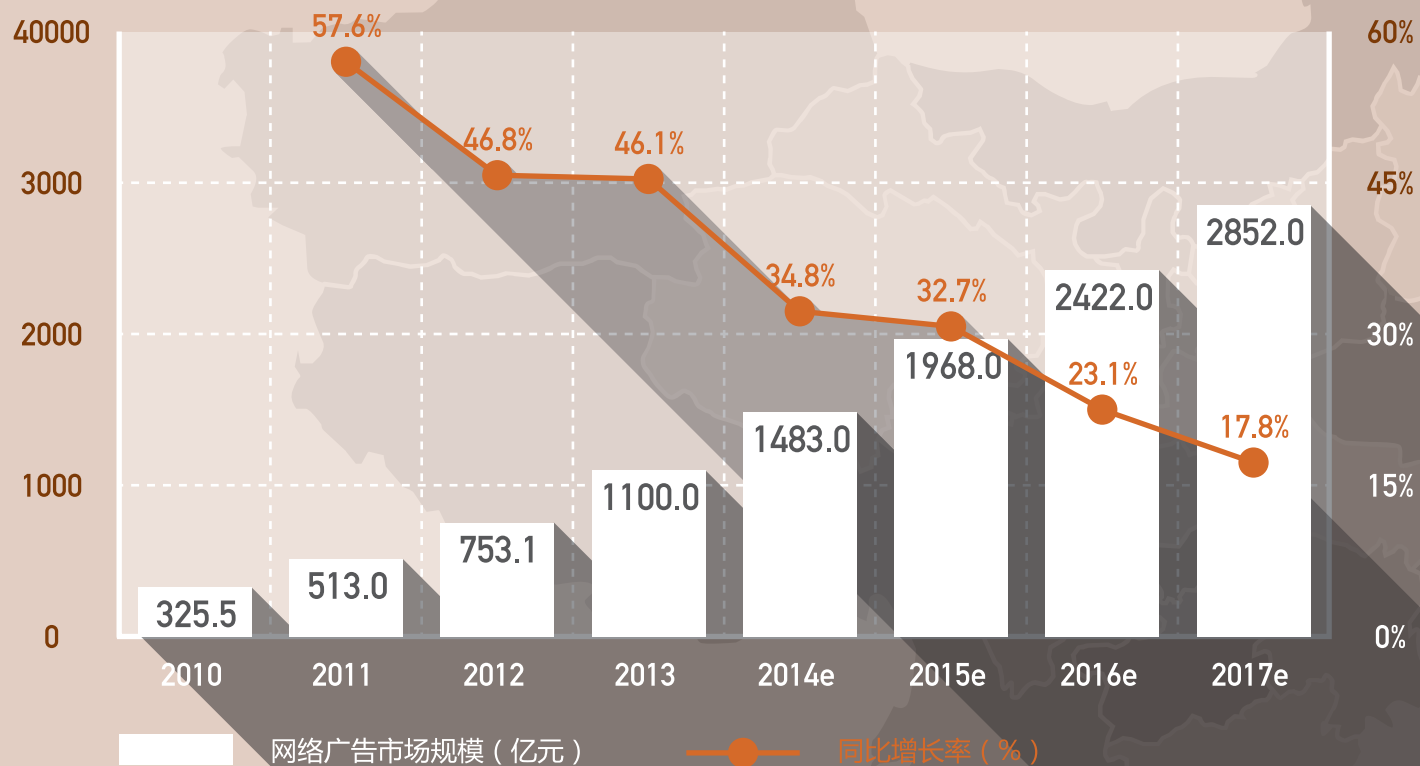
- ★ 网络媒体布局各类终端及服务，广告形式和模式更为多元新颖，市场空间更大。
- ★ 网络展示广告技术将不断革新，RTB产业链逐渐完善，ADX与DSP平台爆发式增长。



图1：网媒多屏布局提升广告空间，视频广告成新焦点

2013年中国网络广告市场规模达到1,100亿元，同比增长46.1%，整体平稳增长。网络媒体的营销价值已经得到广告主的高度认可，未来市场依然存在较大空间，动力在于网络媒体影响力在各个终端上持续加强，并有更新颖的广告形式出现。

2010-2017中国网络广告市场规模及预测



110,000,000,000

2013年
中国网络
广告市场
规模达到
1,100亿元

数据来源：艾瑞咨询《2010-2017年中国网络广告市场规模及预测》，2014年1月

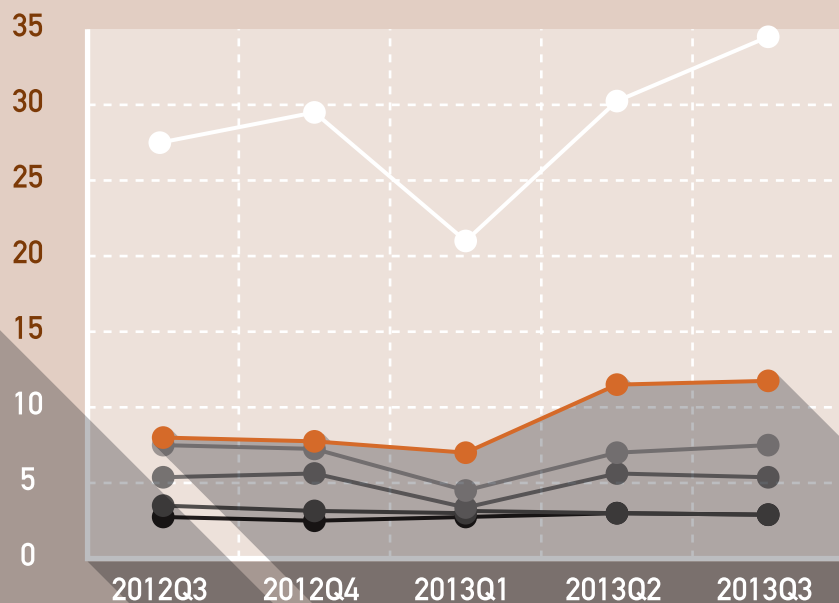
风口1：网媒多屏布局提升广告空间，视频广告成新焦点

2013年一个突出的趋势是视频网站广告在巩固强劲增长的态势。截至2013年第3季度，在视频网站投放的展示广告同比增长率超10%，这是因为视频网站积极的多屏布局策略。在手机端、平板端、电视端均能呈现的视频贴片广告已经获得了大品牌广告主的认可。



- 广告主应注意PC端有优质内容的视频网站、新闻门户和垂直网站正在加大手机端和平板电脑端的布局。
- 广告主应与多端布局的网络媒体加强合作，积极尝试新型广告形式，力争处在话题焦点。

iADTracker - 2012Q3 - 2013Q3中国主要媒体类别广告收入预估费用



优酷电视剧播放前的视频贴片广告
(广告主：加多宝)

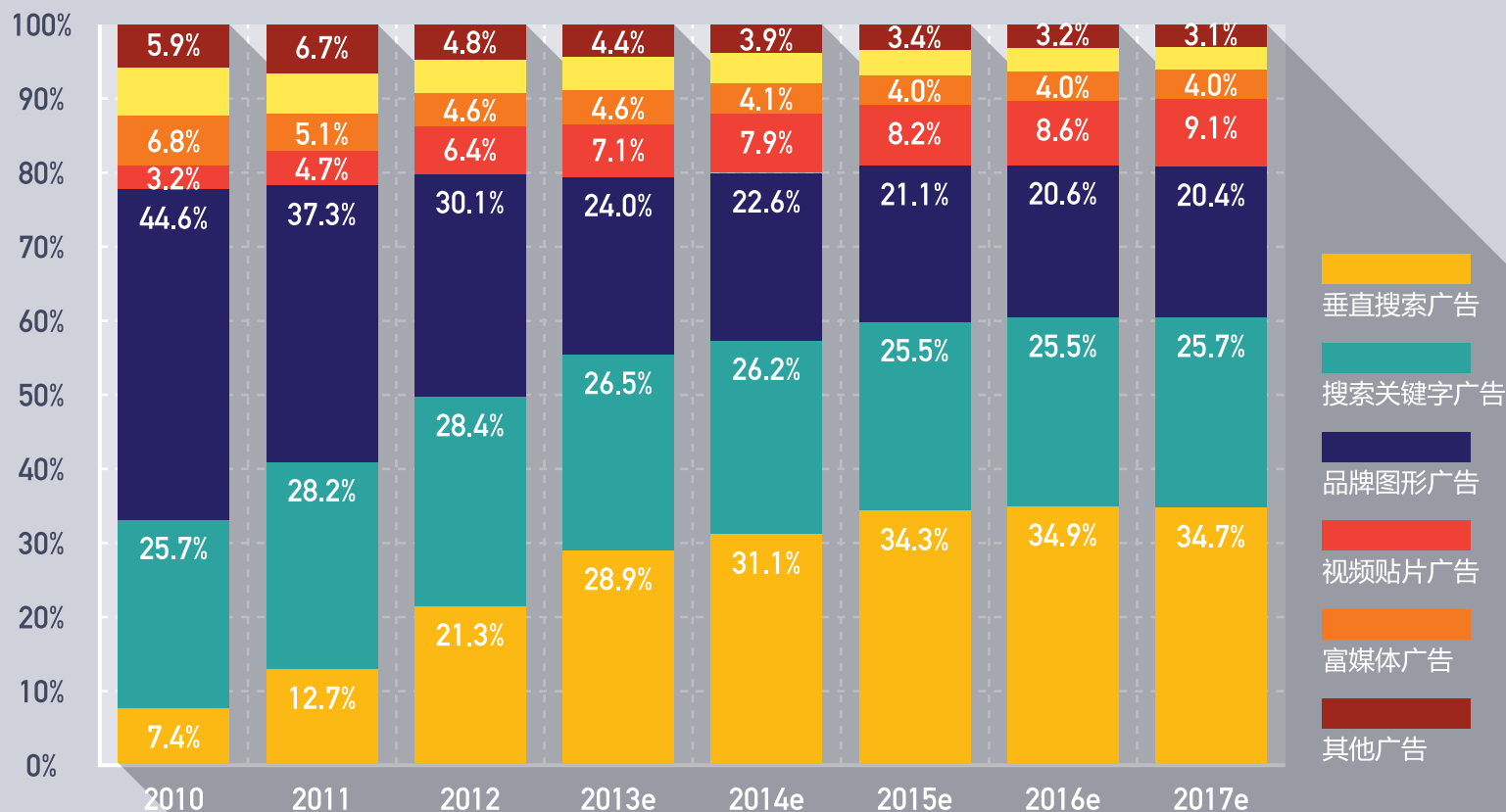


数据来源：艾瑞咨询《2012Q3-2013Q3中国主要媒体类别广告收入预估》，2013年11月

风口2: RTB产业链逐渐完善, ADX与DSP平台不断涌现, 推动展示广告迎来第二春

2013年, 在所有网络广告中, 品牌图形广告占比大幅下降至24%, 搜索广告对传统展示广告冲击明显。对于空间受到挤压的品牌图形广告, 搜索广告的效果可衡量性以及实时性既是挑战也是启发, 使展示广告也在向实效化的RTB模式大幅演进。

2010-2017年中国不同形式网络广告市场份额及预测



数据来源: 艾瑞咨询 《2010-2017年中国不同形式网络广告市场份额及预测》, 2014年1月

风口2：RTB产业链逐渐完善，ADX与DSP平台不断涌现，推动展示广告迎来第二春

广告主更重视效果营销，促进了展示广告RTB模式的发展以及DSP的繁荣。2013年RTB产业新出现了多个广告交易平台(Ad Exchanges简称“ADX”)，更多的媒体接入ADX提升了展示广告的供给量，此外DSP服务商和技术提供商逐渐被广告主认可，DSP投放的广告量迅速增长。

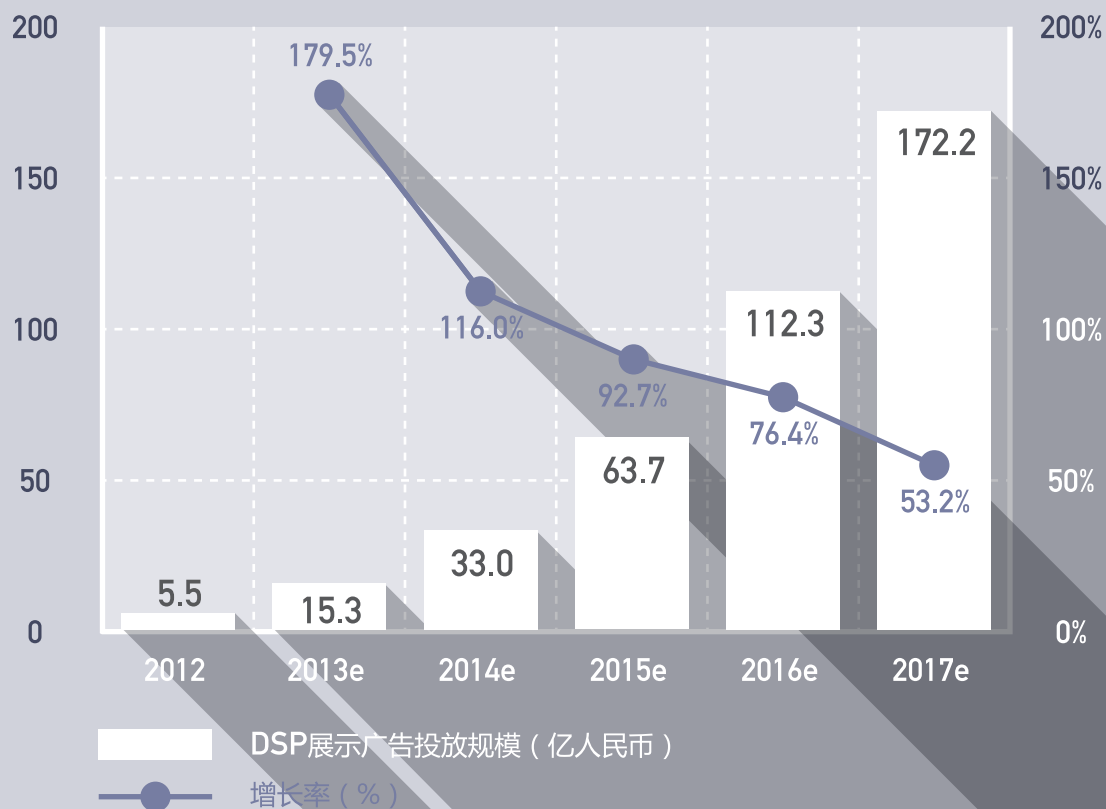
2014年，RTB产业链将更加完善，服务商和技术商将更加专业细分，有助于促进展示广告从品牌曝光向实效营销的转型。



广告主应该洞察到这一技术变化，适时跟进，将广告覆盖更多网媒。



2010-2017中国DSP展示类网络广告投放市场规模



数据来源：艾瑞咨询《2013年中国DSP行业发展报告》，2013年10月



Thank you

网站：i-click.com

官微：Weibo.com/iclickasia

邮箱：sales@i-click.cn

此报告的内容和结论仅代表本公司的观点，文中内容力求准确可靠，但本公司不对内容及引用资料的准确性和完整性做任何承诺。