



# AppFlood全球安卓移动广告市场 2014年第二季度报告

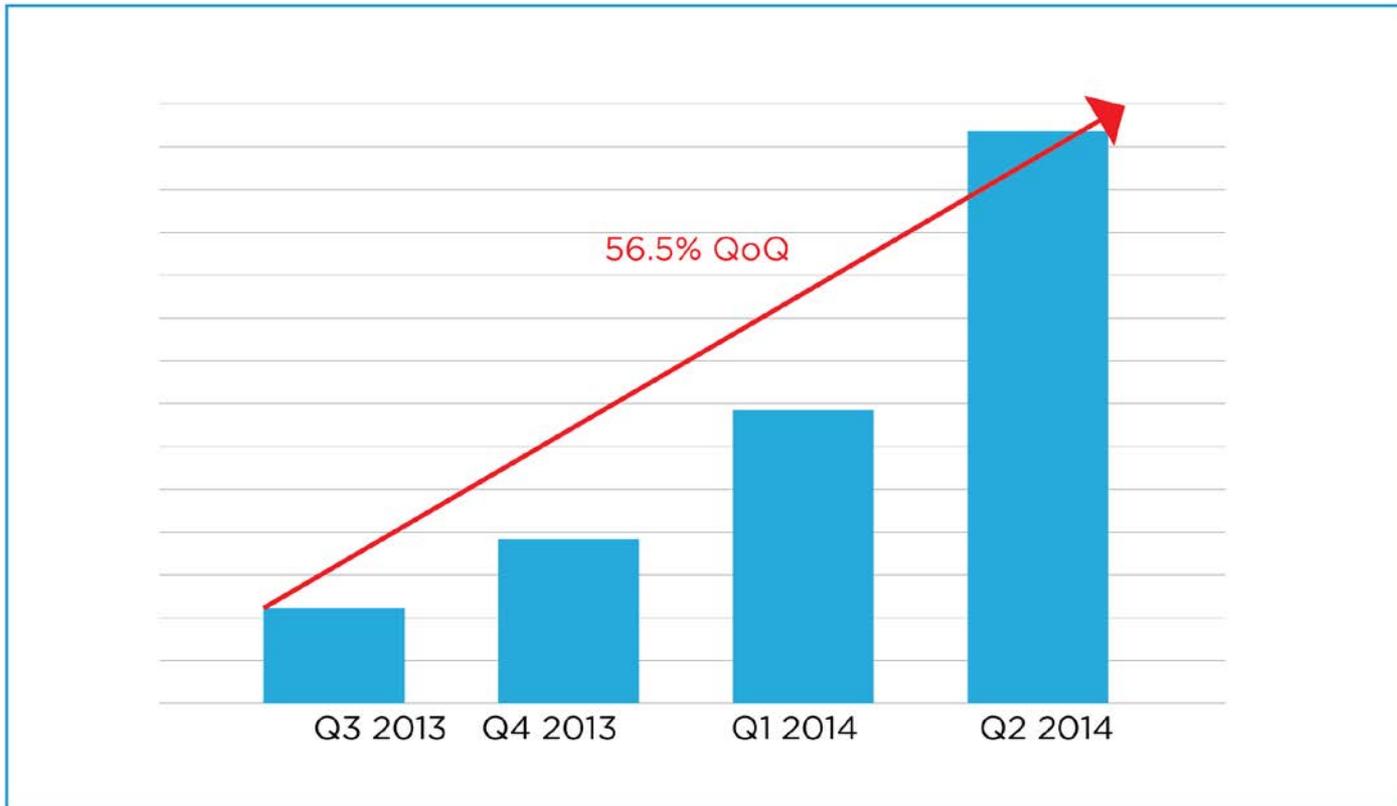
# 2014年第二季度移动广告生态系统一览

- 移动流量环比增长56.5%
- 2014年第一季度和第二季度eCPM持平，稳定在\$0.97
- 相比于2014年第一季度，第二季度的CPI下跌了\$ 0.01，跌至\$ 0.29
- 富媒体广告的收益上涨了95%，超过了插播广告收益的增长
- 全球移动广告预算平均每月增长19.1%
- 53%的全球移动广告预算被用于获取亚洲、中东、非洲和大洋洲等地区的用户
- 中国最大的移动广告花费来自于“效率型应用”的广告主

# 全球移动流量持续增长

2014第一、二季度间，全球移动流量增长了95%  
月度移动流量持续增长56.5%

## Global Mobile Ad Traffic Q3 2013-Q2 2014

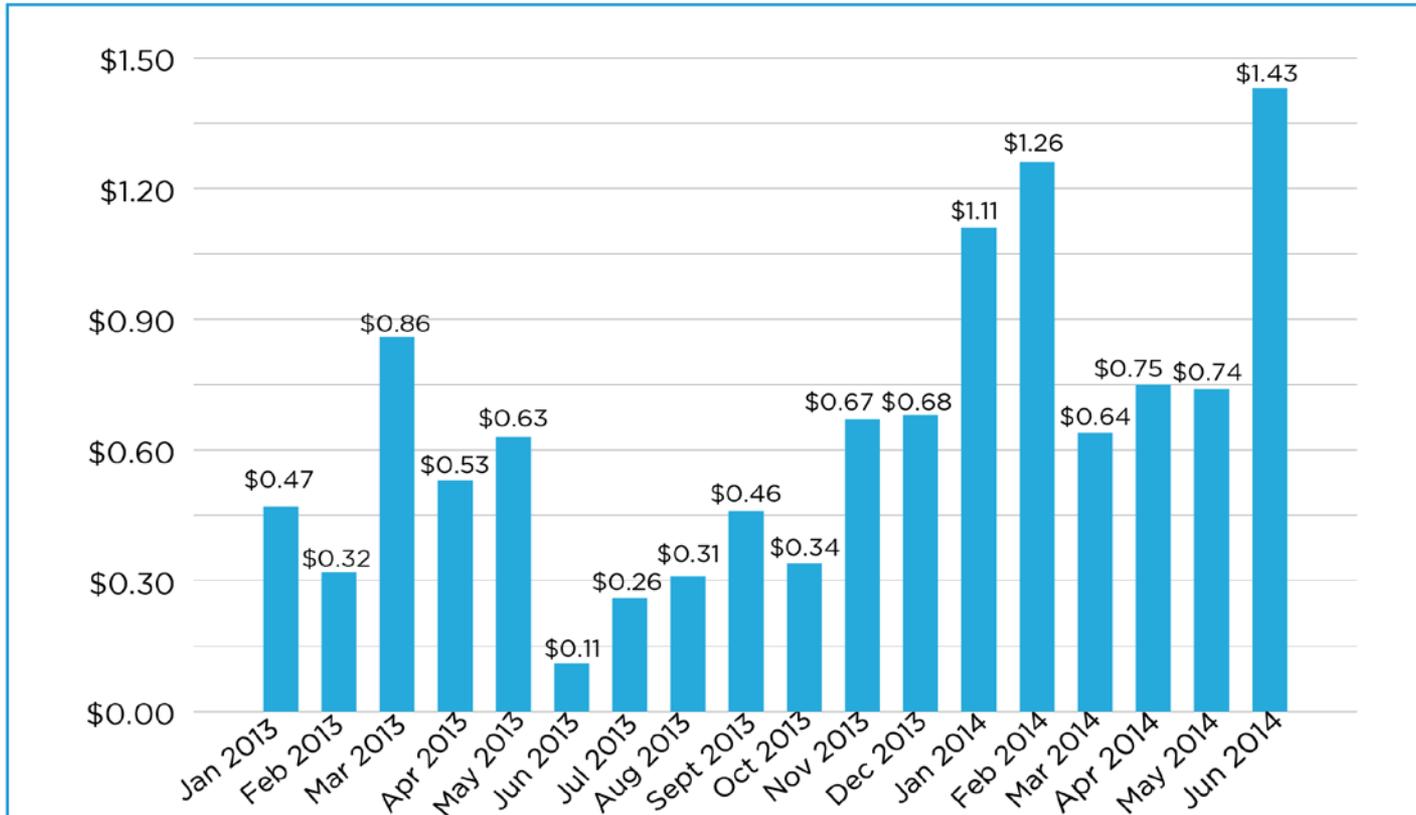


Source: AppFlood Network

# eCPM价格环比停滞

在中国广告主们大量的流量需求背后，六月份流量库存的供不应求（主要由一个重要中国广告主的出现所导致）使eCPM的价格上升到了 \$1.43。然而，通过2014年第一、二季度间的eCPM价格可以发现，这个价格在\$0.97左右停滞不前。

## Global Mobile eCPMs Jan. 2013 - June. 2014

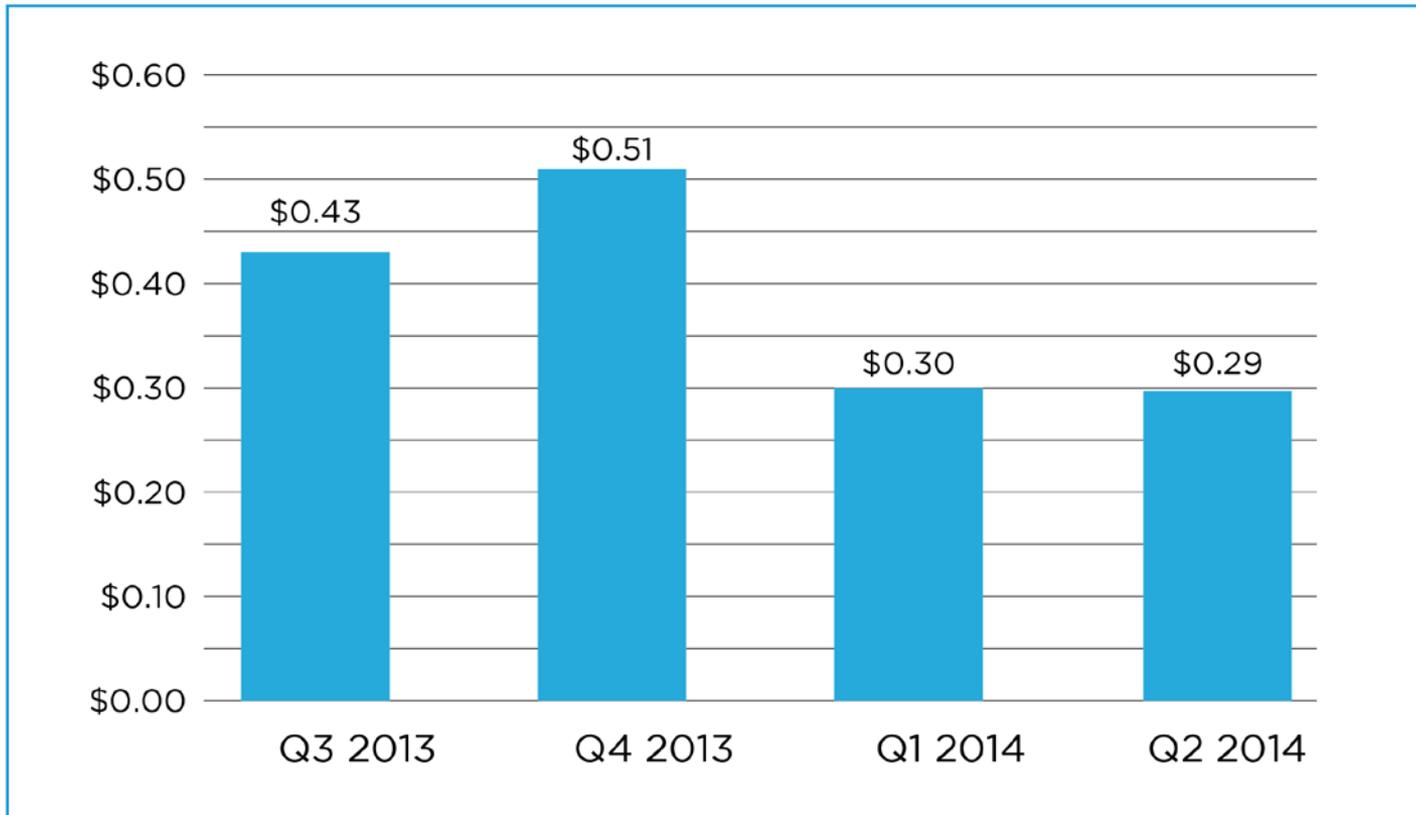


Source: AppFlood Network

# CPI价格在2014年春季保持不变

随着eCPM环比停滞，2014年第一、二季度间的CPI价格仅仅下降了\$0.01。

Global Mobile CPI Prices  
Q3 2013-Q2 2014

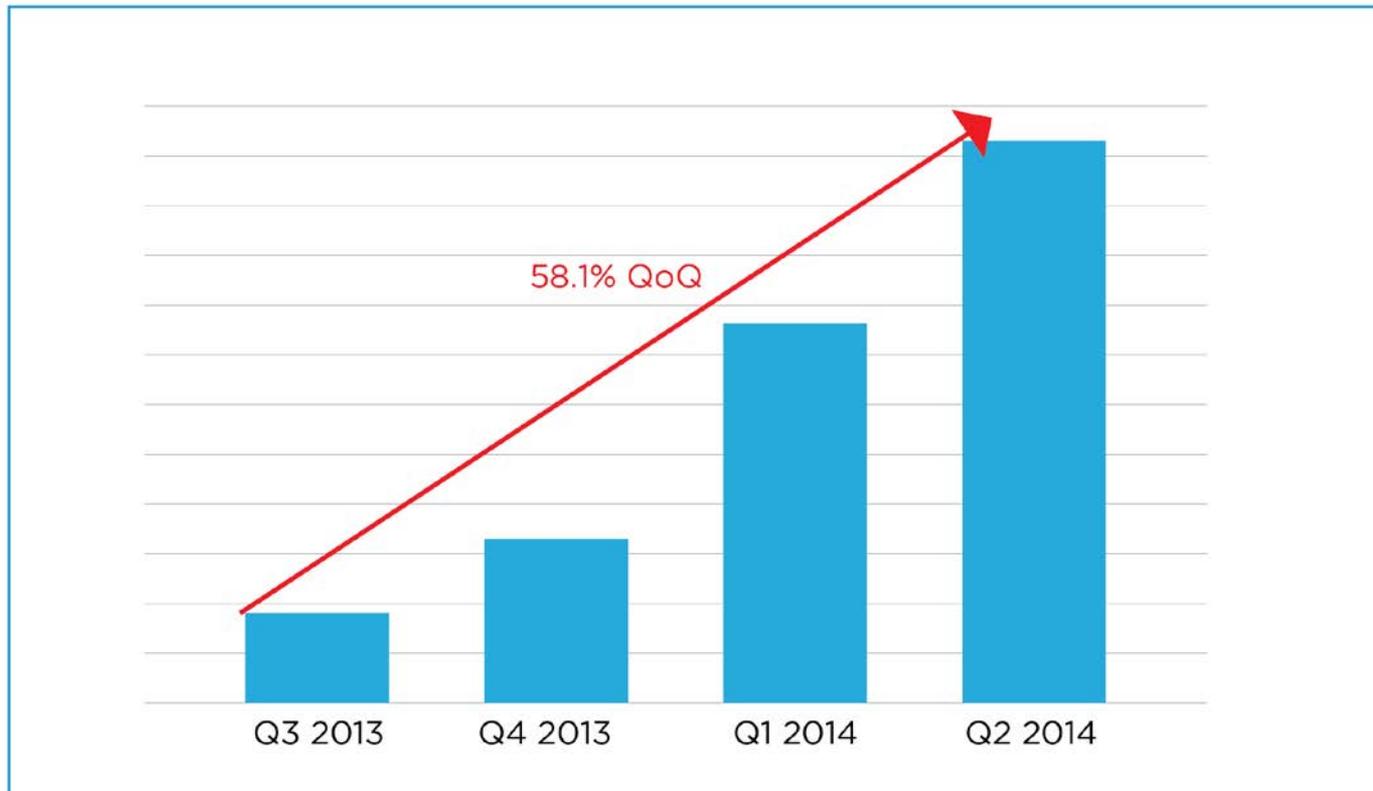


Source: AppFlood Network

# 在全球移动流量增长的同时，全球广告支出也在持续增加

全球移动广告支出在2014年第一、二季度间增长了48.2%，并且在2013年第三季度到2014年第二季度间增长了58.1%。

Global Mobile Ad Spend  
Q3 2013-Q2 2014

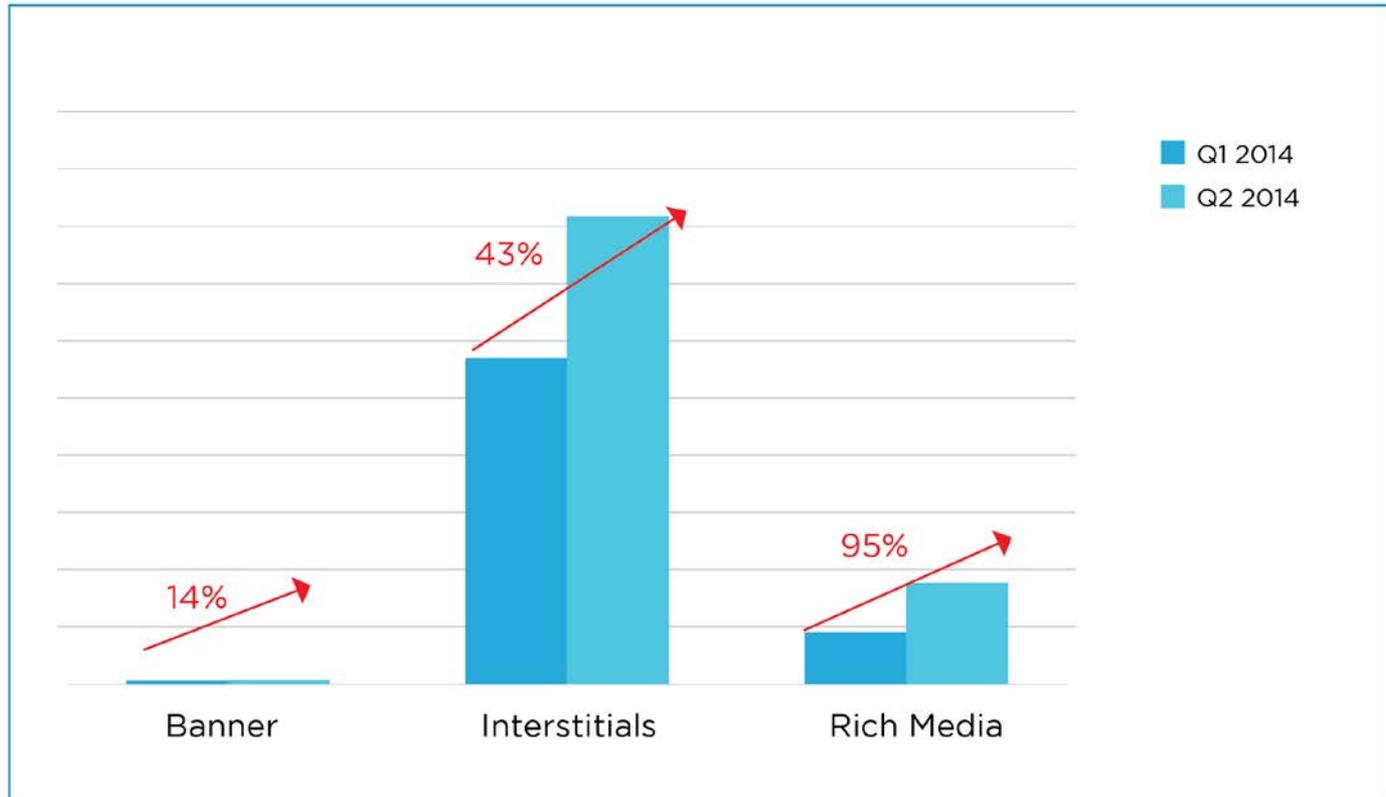


Source: AppFlood Network

# 富媒体广告收益的增长是插播广告收益增长的两倍

发布商们仍然选择插播广告作为他们的常用广告形式。但是，在2014年第一、二季度间，富媒体广告收益的增长却是插播广告收益增长的两倍。富媒体广告的收益环比增长了95%，插播广告的收益环比增长了43%。

Mobile Ad Formats by Revenue  
Q1 - Q2 2014

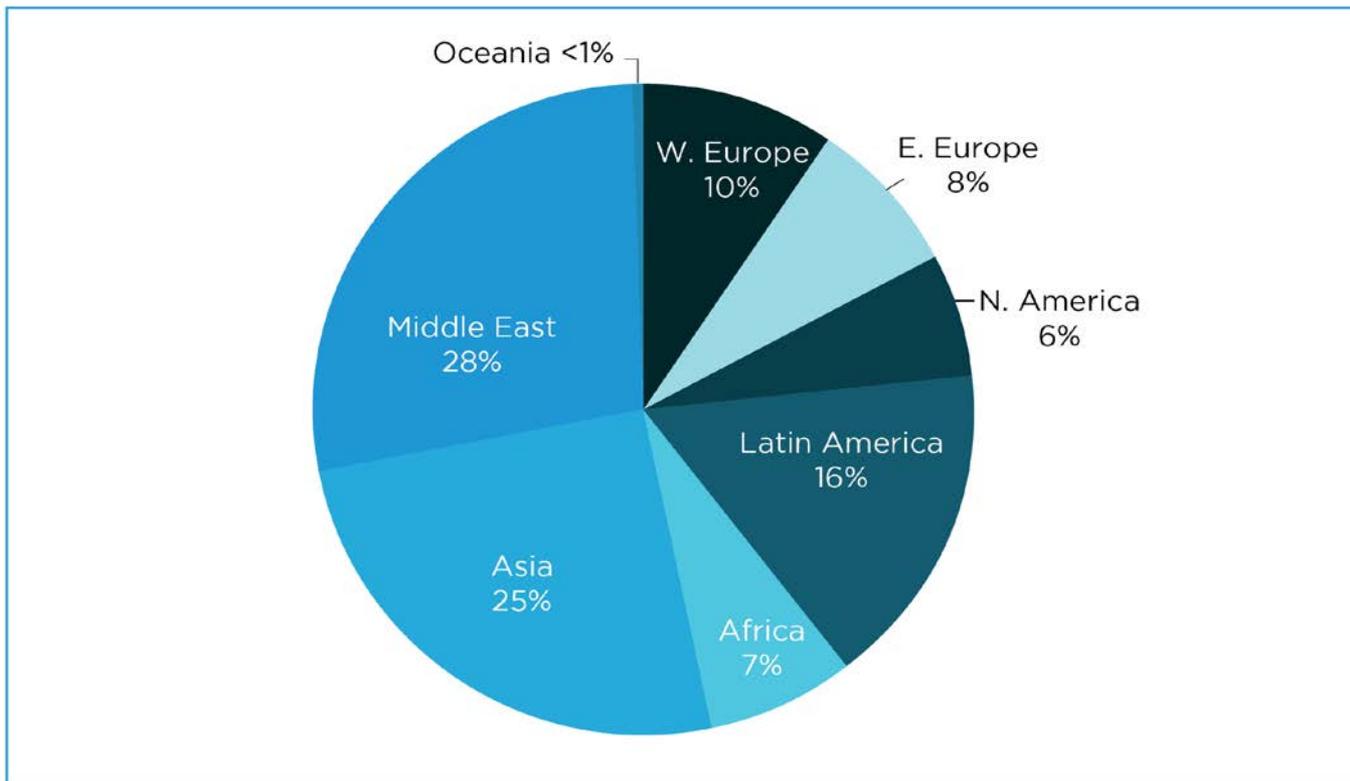


Source: AppFlood Network

# 亚洲和中东仍是移动流量最集中的地区

中东和亚洲地区的移动流量占据了全球移动流量的53%。

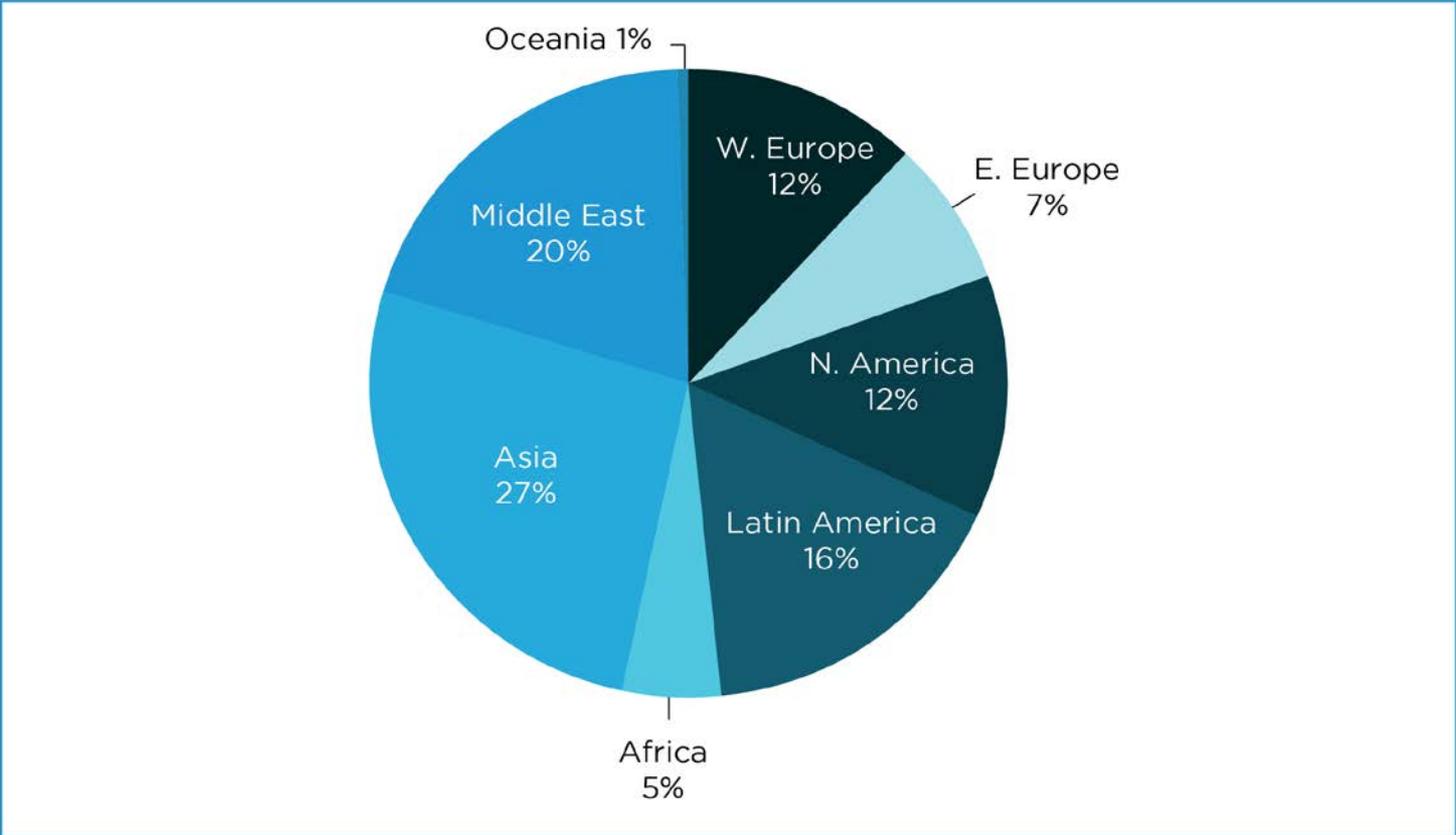
Mobile Traffic by Region  
Q2 2014



Source: AppFlood Network

这也是亚洲和中东地区的用户首次占据将近全球一半（47%）的安装量。

### Mobile Installs by Region Q2 2014

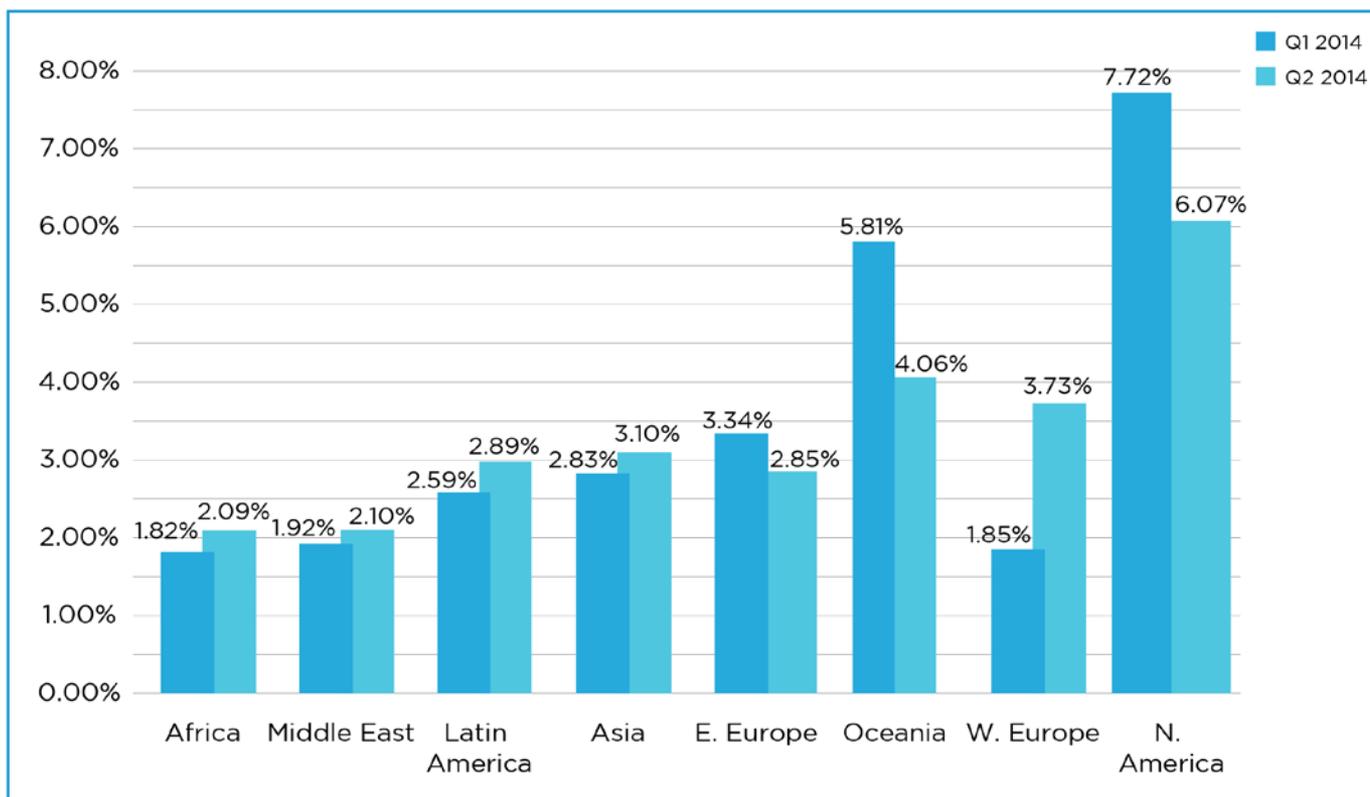


Source: AppFlood Network

# 新兴市场的安装率持续上升

新兴市场安装率的上升预示着开发者利用当地用户对应用的需求的增加而打入这些市场的机会增大。

Mobile Install Rate by Region  
Q1 - Q2 2014

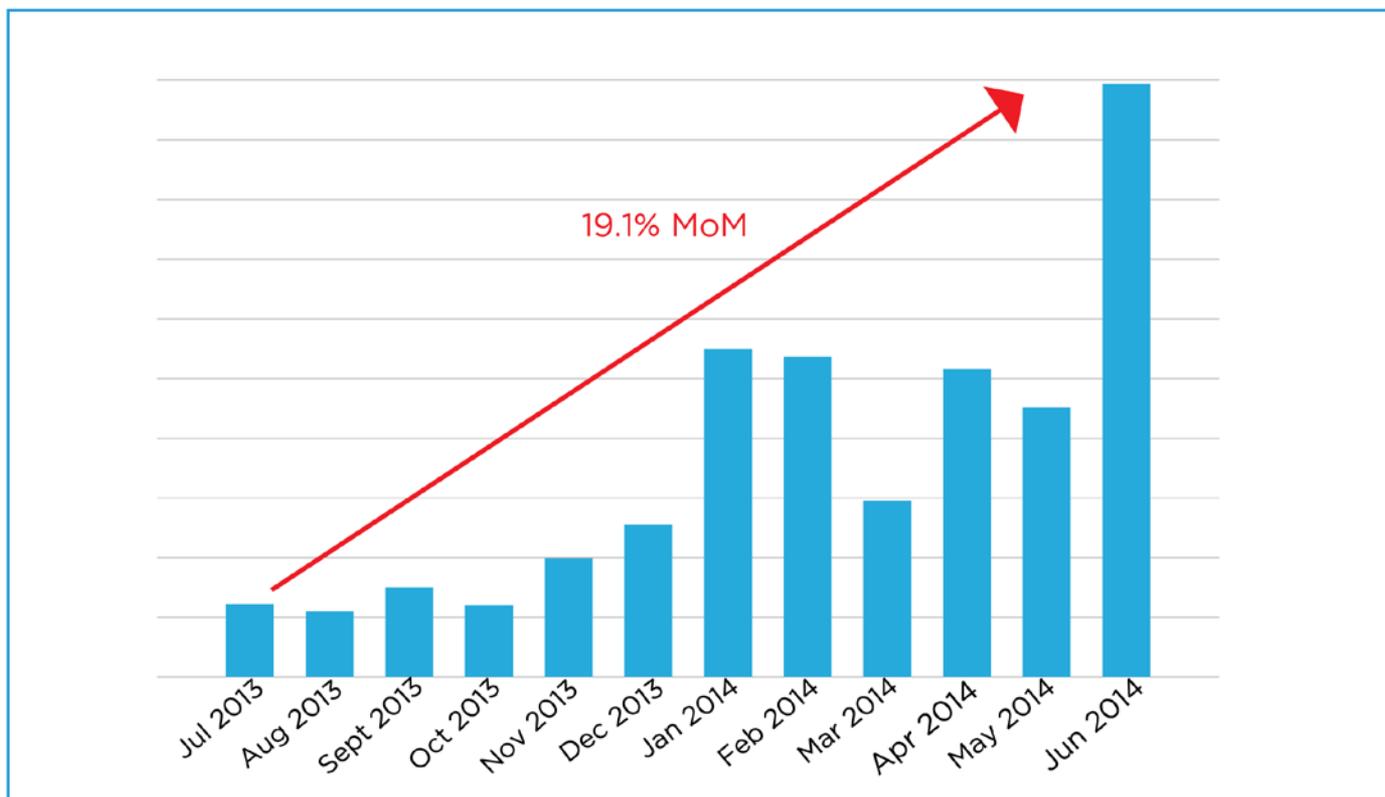


Source: AppFlood Network

# 移动广告在广告主们的预算分配中所占的比例越来越高

2013年6月到2014年6月间，平均每个广告主在移动广告方面的支出增长了19.1%。

Global Mobile Ad Budget Per Advertiser  
July 2013 - June 2014

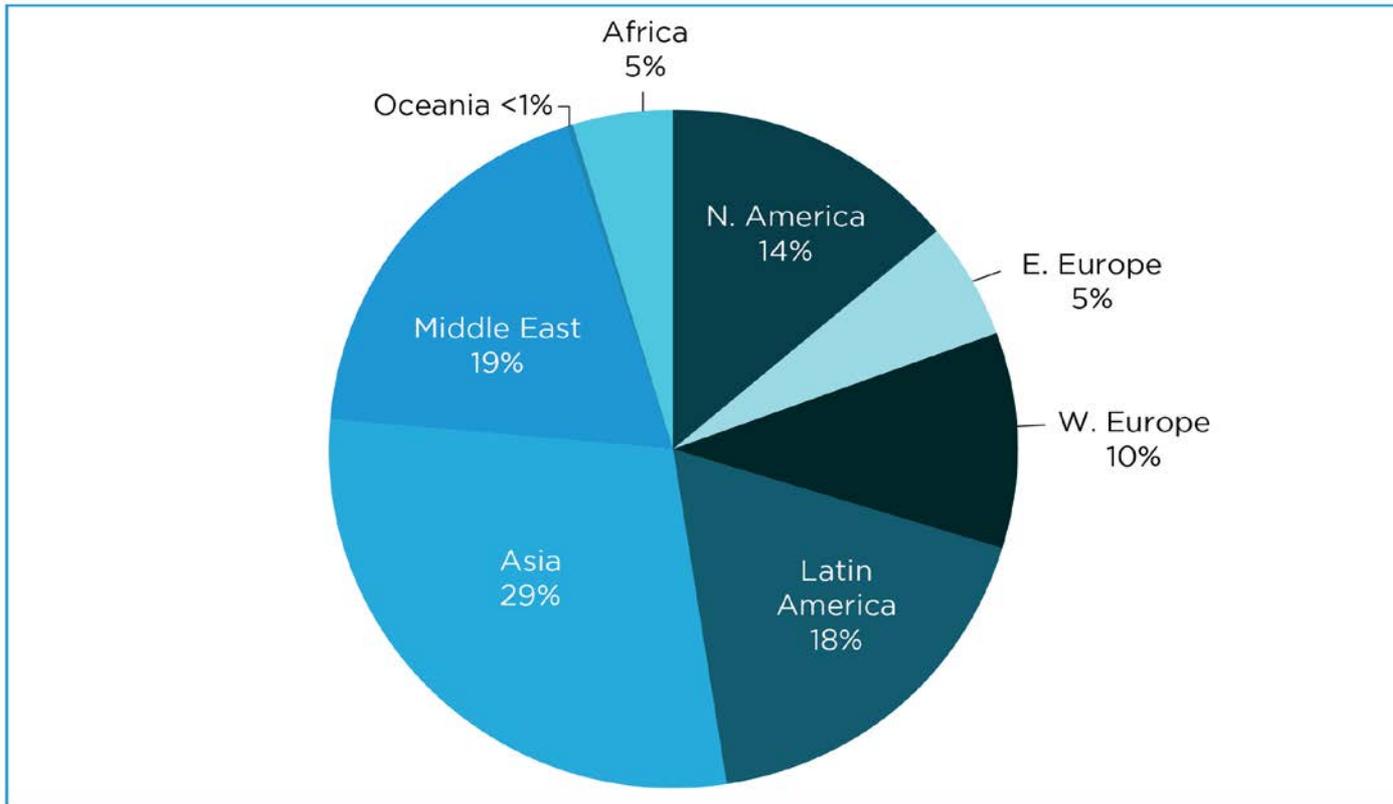


Source: AppFlood Network

# 超过半数的移动广告预算被用于亚洲、中东和非洲地区

52%的全球移动广告预算被用来获取亚洲、中东和非洲地区的用户。

Where advertisers spend their mobile ad budget by region Q2 2014

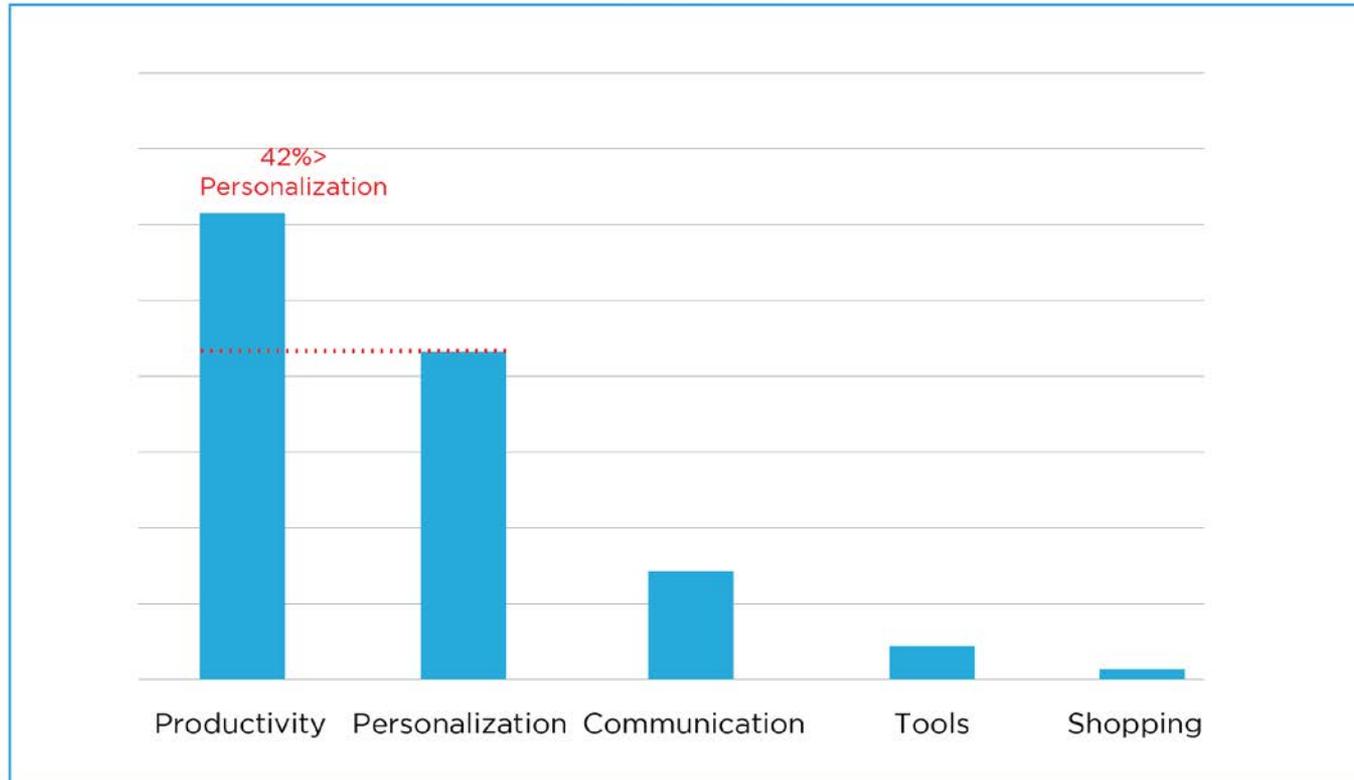


Source: AppFlood Network

# 移动广告支出最高的应用类型：生产效率型应用

生产效率型应用的广告主在2014年第二季度的平均广告支出最高，他们的支出比个性化应用广告主的支出要高42%。

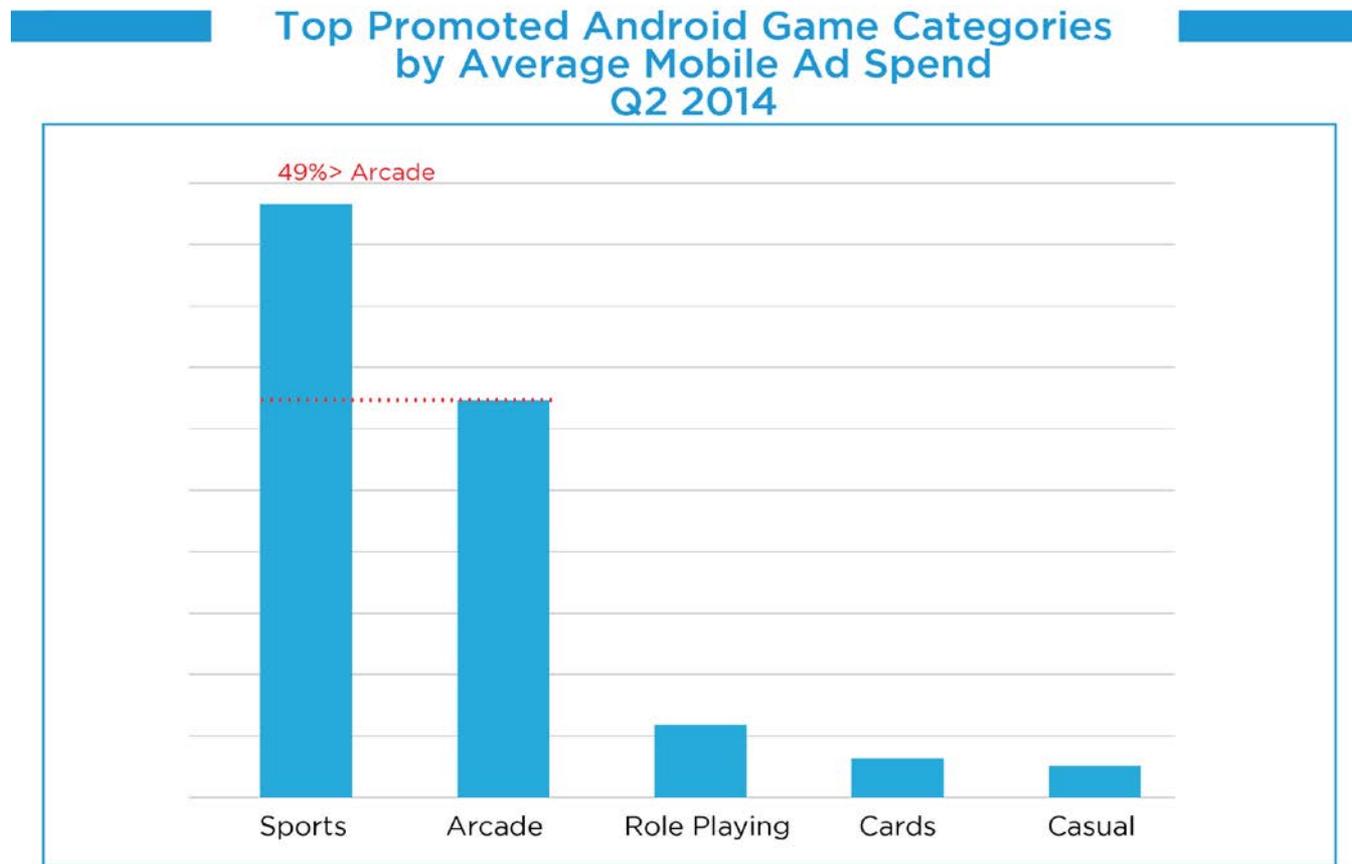
Top Promoted Android App Categories  
by Average Mobile Ad Spend  
Q2 2014



Source: AppFlood Network

# 移动广告支出最高的游戏类型：运动型游戏

移动运动游戏广告主在2014年第二季度的平均广告支出最高，他们的支出比街机游戏广告主的支出要高40%。

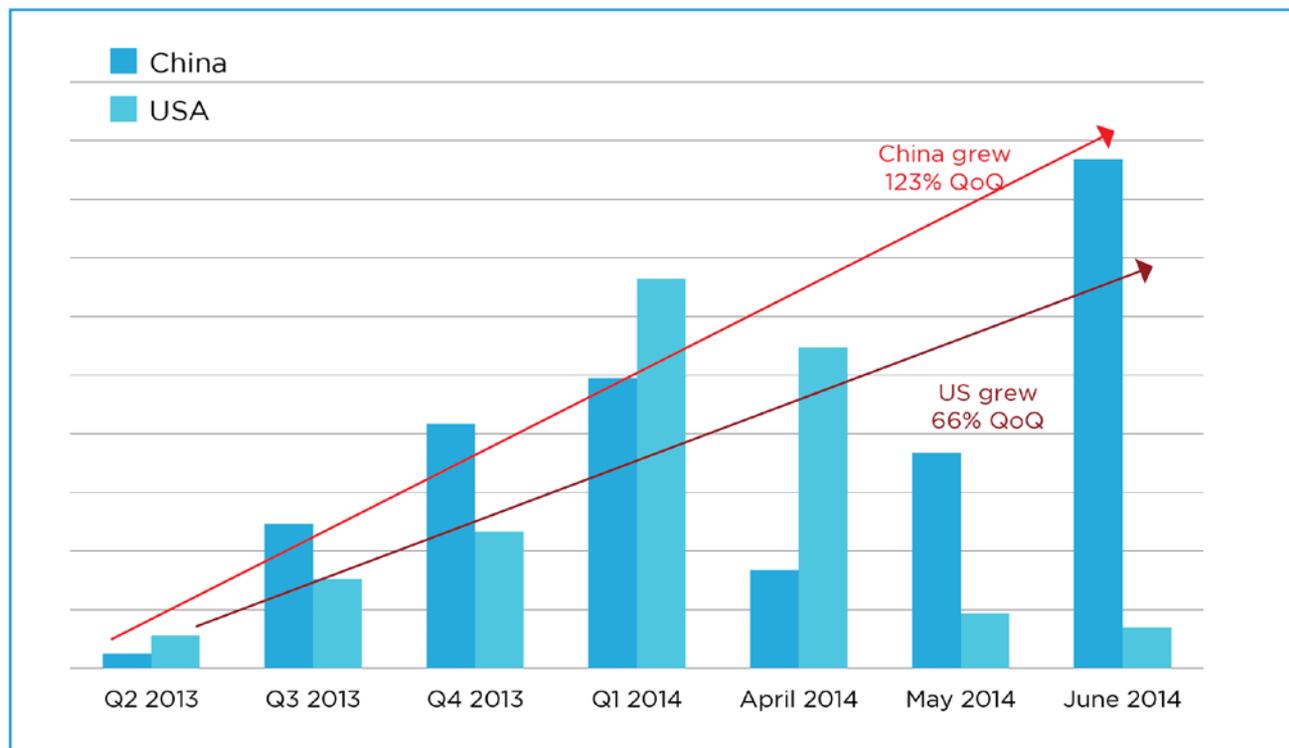


Source: AppFlood Network

# 中国移动广告支出迎头赶上，美国移动广告支出放慢脚步

中国的平均移动广告支出环比增长了123%，并且继续超过美国的移动广告支出。平均每个美国移动广告主的移动广告支出环比增长了66%，较上季度86%的增速有所下降。

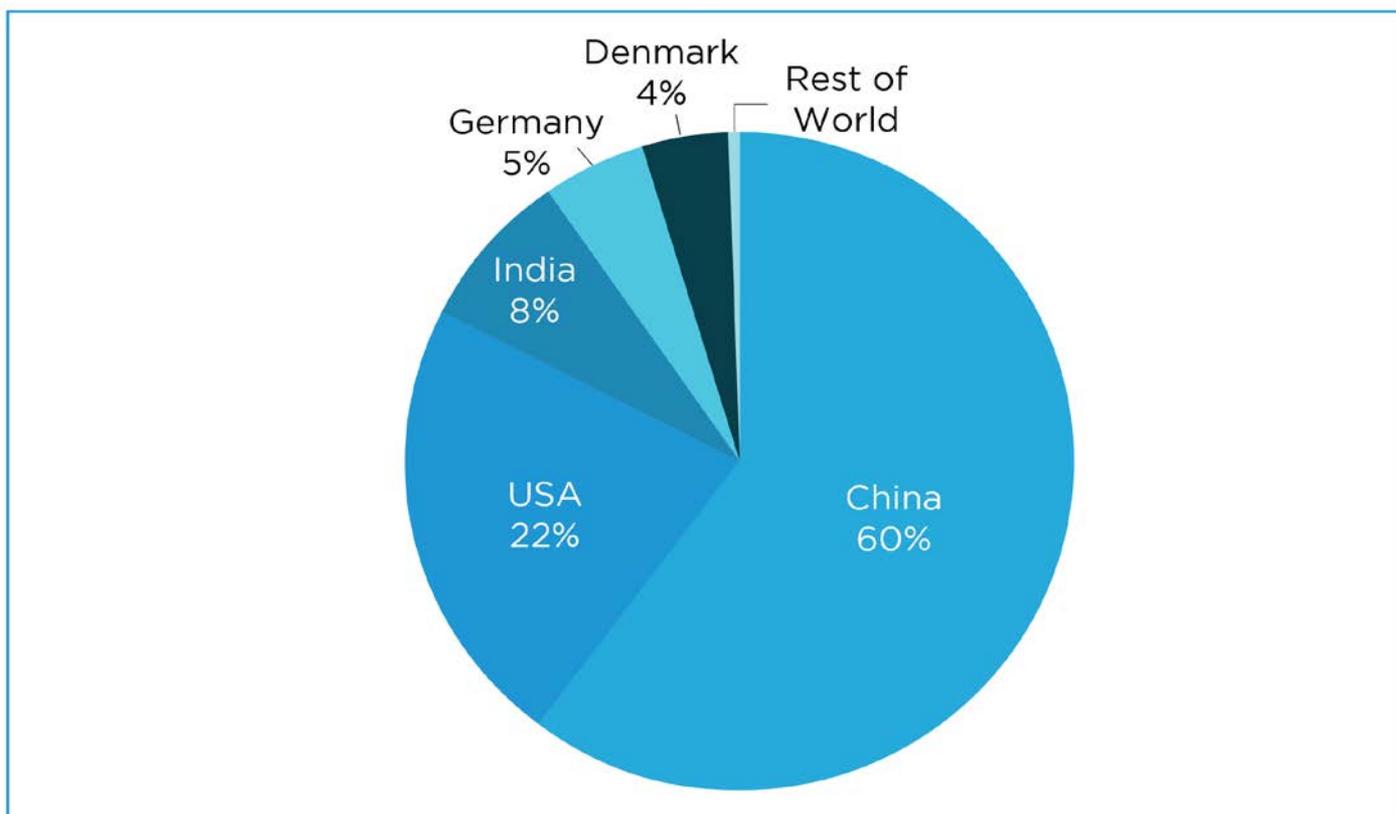
Mobile Ad Spend Per U.S. vs. China Advertiser  
Q2 2013 - Q2 2014



Source: AppFlood Network

# 不出所料，2014年第二季度中国占据了全球移动广告支出总量的3/5

Top Advertisers by  
Mobile Ad Spend Q2 2014

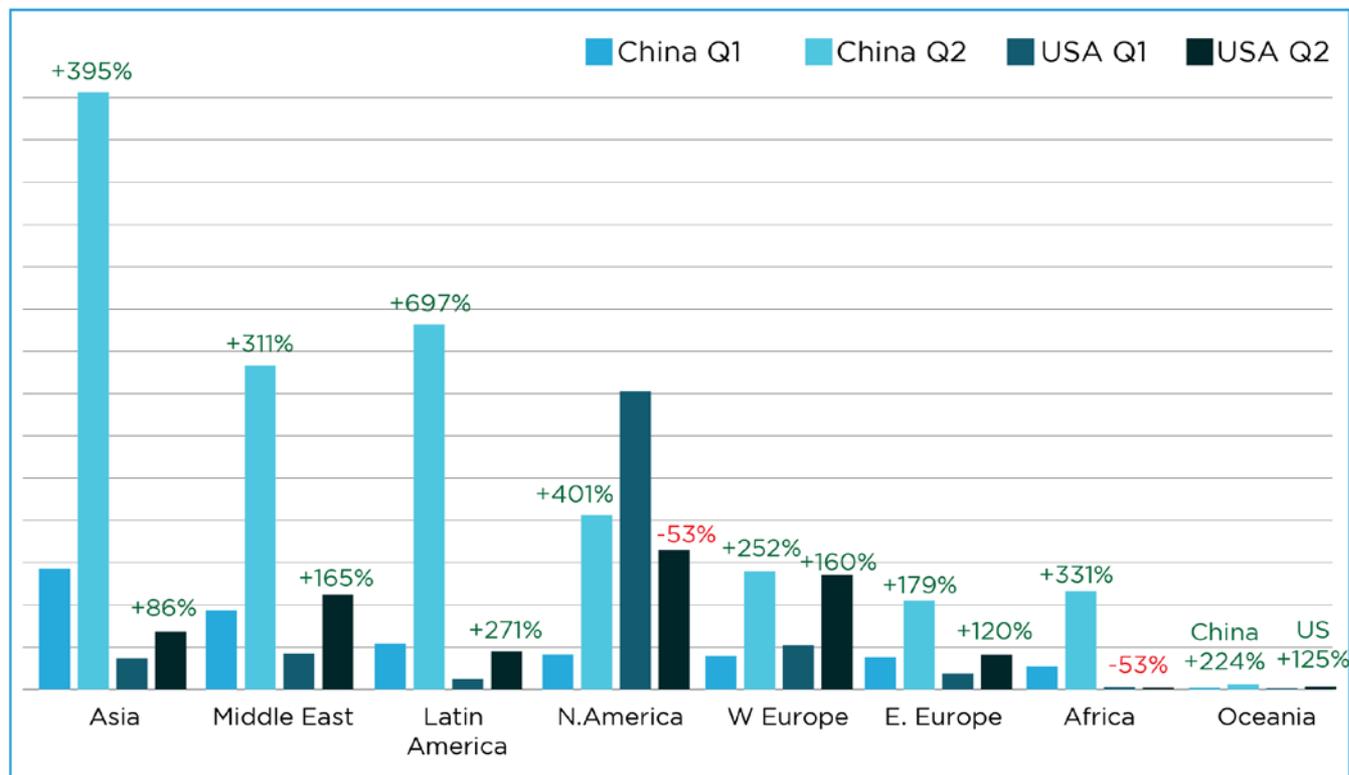


Source: AppFlood Network

# 中国和美国的广告主对亚洲、中东和拉丁美洲流量的需求上升

中国的广告主们继续将广告预算用于全球范围内的投放，但在2014年第二季度，中美两国都更加重视对亚洲、中东和拉丁美洲用户的获取。中国在这三个地区的支出分别环比增长了395%，311%和697%；而美国则是86%，165%，和271%。

## China and U.S. Global Mobile Ad Spend into Regions Q1 - Q2 2014



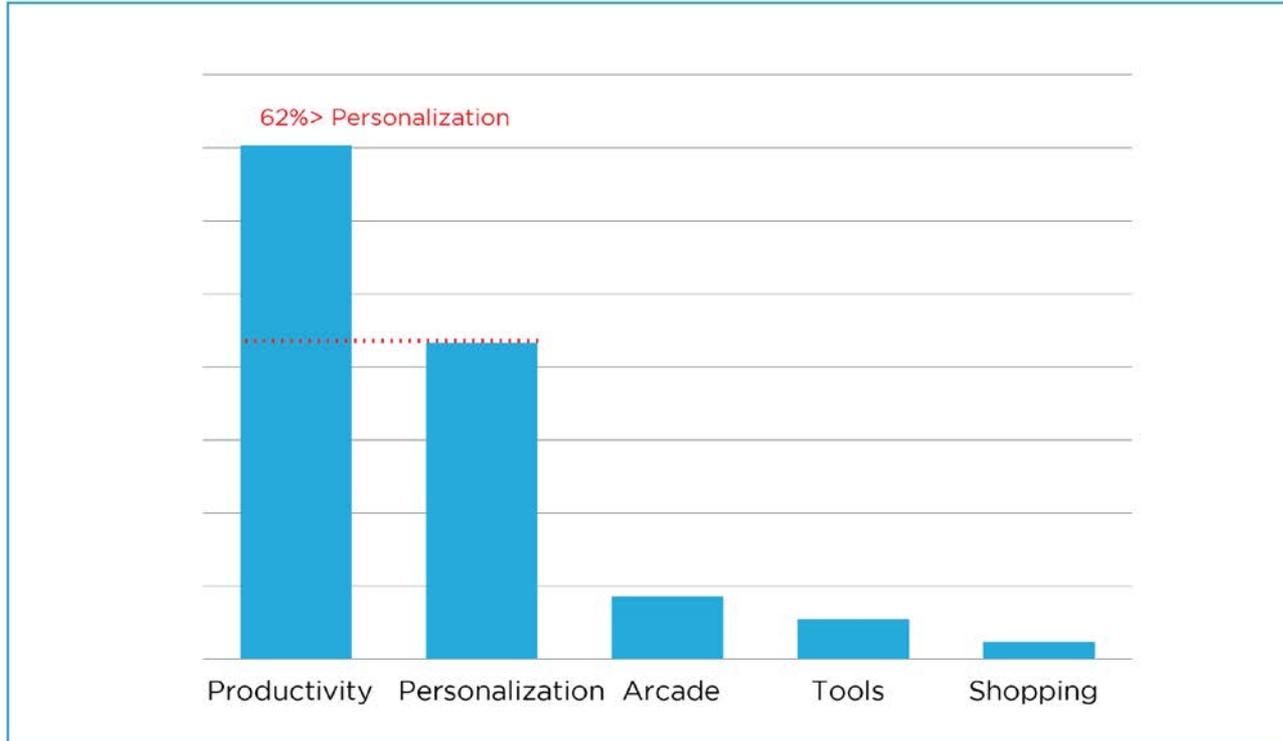
2014年第二季度中国的全球广告花费环比增长了379%

美国的总花费仅仅增长了10%，与此同时在北美的花费环比下跌了53%

# 效率型应用，中国走向西方的绿卡

中国效率型应用广告主们的平均支出比个性化应用广告主的平均支出高62%。事实上，预算最多的顶级应用是非游戏类应用。

Average Chinese Mobile Ad Budget  
by Android App Store Categories Q2 2014



2014年第二季度移动广告预算最高的中国广告主是效率型应用的广告主，因为这类的应用在西方市场更容易进行本地化。效率型应用仅仅需要被翻译成其他语言即可。

Source: AppFlood Network

AppFlood

\*Western regions as defined by countries in North America, Latin America, Western Europe, and Eastern Europe.

# 深度观察：中国应用市场排名

合作方：[TalkingData](#)

# 2014年第二季度中国优质安卓应用商店（按移动用户在应用商店内下载的百分比排名）

1. 360手机助手
2. 腾讯应用市场
3. 百度手机助手
4. Google Play
5. 小米应用商店
6. 豌豆荚
7. 91手机助手

\*数据来源: TalkingData.

# 2014年第二季度中国优质分类应用（按覆盖率排名）

## 交通类

1. 百度地图
2. 高德地图
3. 滴滴打车
4. 谷歌地图
5. 去哪儿
6. 快的打车
7. 携程旅行网
8. 高德导航
9. 天翼导航
10. 中国移动手机导航（免费语音导航）

## 教育&阅读类

1. 书旗小说
2. 多看
3. 掌阅
4. 考宝典-驾照考试|汽车驾校理论
5. 中国移动手机阅读（飞悦版）
6. 懒人听书
7. QQ阅读
8. 糗事百科
9. 车轮考驾照-驾照考试（适用全国驾考）
10. 天翼阅读

## 金融类

1. 阿里钱包
2. 中国建设银行
3. 中国工商银行
4. 招商银行
5. 同花顺手机炒股股票软件（稳定版）
6. 招商银行掌上生活
7. 随手记（理财记账）
8. 财付通
9. 大智慧手机炒股证券股票软件
10. 挖财记账理财

## 健康类

1. 遇见
2. 大姨妈月经期助手
3. 快乐孕期
4. 春雨医生
5. 瘦瘦-健康瘦身减肥顾问
6. 薄荷爱瘦身 减肥利器
7. 咕咚运动+
8. 超级减肥王
9. 爱瘦减肥
10. 美啦美妆

## 生活&娱乐类

1. 我查查
2. 大众点评\_美食酒店团购优惠电影
3. 唱吧
4. 58同城
5. 17173
6. 赶集网
7. 号码百事通
8. 微视
9. 内涵段子
10. 360天气

# 2014年第二季度中国优质分类应用（按覆盖率排名）

## 体育类

1. 新浪体育
2. 虎扑看球
3. CCTV体育
4. Nike+ Running
5. 球探比分
6. 仰卧起坐教练
7. 虎扑体育
8. A直播 - NBA英超视频直播
9. 骑记单车骑行运动软件
10. 看球啦

## 电商类

1. 淘宝
2. 美团
3. 唯品会
4. 天猫
5. 京东
6. 蘑菇街
7. 美丽说
8. 聚美
9. 折800
10. 糯米

## 新闻类

1. 腾讯新闻
2. 头条新闻
3. 网易新闻
4. 搜狐新闻
5. Flipboard
6. 汽车之家
7. VIVA
8. 新浪新闻
9. Google Magazines
10. 百度新闻

## 视频 & 播放器类

1. 酷狗
2. 优酷
3. 腾讯视频
4. QQ音乐
5. 爱奇艺
6. Adobe Flash Player
7. 快播
8. 天天动听音乐播放器
9. 暴风影音
10. 酷我

## 聊天 & 社交类

1. QQ2013
2. 微信
3. QQ空间
4. 新浪微博
5. 陌陌
6. 阿里旺旺
7. 米聊
8. Google+
9. 百度贴吧
10. 腾讯微博

# 2014年第二季度中国优质应用（按月度活跃用户排名）

## 应用类

1. 微信
2. QQ2013
3. 搜狗手机输入法
4. 360手机卫士
5. 淘宝
6. 360手机助手
7. 腾讯应用商店
8. 百度手机助手
9. 新浪微博
10. 腾讯手机管家
11. 支付宝
12. UC浏览器
13. QQ空间
14. QQ浏览器
15. 百度
16. 爱奇艺
17. 百度手机输入法
18. 腾讯视频
19. 酷狗音乐播放器
20. QQ音乐

## 移动游戏类

1. 消灭星星
2. 天天酷跑
3. 天天飞车
4. QQ斗地主
5. 雷霆战机
6. 全民飞机大战
7. 天天爱消除
8. 开心消消乐
9. 神庙逃亡 2
10. 地铁跑酷
11. 保卫萝卜2
12. 节奏大师
13. 天天炫斗
14. 捕鱼达人2
15. 别踩白块儿
16. 水果忍者
17. 熊出没之熊大快跑
18. QQ欢乐麻将
19. 小黄人快跑
20. 全民小镇

# 2014年第二季度中国优质应用（按覆盖率排名）

## 应用

1. QQ2013
2. 微信
3. 搜狗手机输入法
4. 淘宝
5. 酷狗音乐
6. 360手机助手
7. 360手机卫士
8. QQ空间
9. 新浪微博
10. 支付宝
11. UC浏览器
12. 百度地图
13. 腾讯应用商店
14. QQ浏览器
15. 腾讯手机管家
16. 优酷
17. 百度手机助手
18. 腾讯视频
19. QQ音乐
20. 美图秀秀

## 游戏

1. 天天酷跑
2. 消灭星星
3. QQ欢乐斗地主
4. 天天飞车
5. 节奏大师正式版
6. 全民飞机大战
7. 雷霆战机
8. 天天爱消除
9. 神庙逃亡 2
10. 地铁跑酷
11. 别踩白块儿
12. 保卫萝卜2
13. 天天炫斗
14. 开心消消乐
15. QQ欢乐麻将
16. 捕鱼达人2
17. 水果忍者
18. 天天星连萌
19. 全民炫舞
20. 全民小镇

# 中国和一些其他新兴地区正成为全球应用经济的影响者

伴随着全球智能手机出货量的增长，在世界范围也有着越来越多的移动流量。中国不仅加速了全球移动流量的增长需求，同时还承担着带领中东、拉美、亚洲和非洲等新兴地区移动应用市场走向成熟的责任。

- 中国广告主的移动广告支出要高于发达地区广告主的移动广告支出，因为中国在新兴地区投入了更多的预算。
- 中国开发者的效率型应用在全球范围内的移动广告支出最高，因为这类的应用在西方市场更容易进行本地化。
- 大多数新兴地区安装率的增长预示着通过广告发现应用和移动应用消费增加的积极信号。

# AppFlood

by PapayaMobile

AppFlood是全球最大的中文移动实时竞价广告平台。

AppFlood自主研发的程序化购买技术使用智能算法确保向正确的人展示正确的广告，不仅能够确保广告主获得最大的投资回报率，同时还能确保发布者获得更多的收益。

AppFlood于2012年发布，至今已经有82,000款应用在使用AppFlood，日展示量超过3亿。

[cn.appflood.com](http://cn.appflood.com)

