



2016上半年中国移动营销市场专题研究报告

2016 H1 China Mobile Marketing Development Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group





研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与移动营销用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

目录

- 1 2016上半年中国移动营销市场概况
- 2 2016上半年中国企业移动营销参与情况调查
- 3 移动搜索营销专题研究
- 4 社会化媒体营销——微信公众号刷量问题专题研究
- 5 2016上半年中国移动营销经典案例解析
- 6 2016中国移动营销未来发展趋势解析及预测

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016上半年移动营销市场概况





移动营销概念及特征

● 概念

指面向移动终端(手机或平板电脑)用户，在移动终端上直接向分众目标受众定向和精确地传递个性化即时信息，通过与消费者的信息互动达到市场营销目标的行为。

● 特征

移动营销的特征可以用4I模式来表达：



Individual identification
(分众识别)

Instant message
(即时信息)

Interactive communication
(互动沟通)

I(我的个性化)

移动营销时代热搜名词



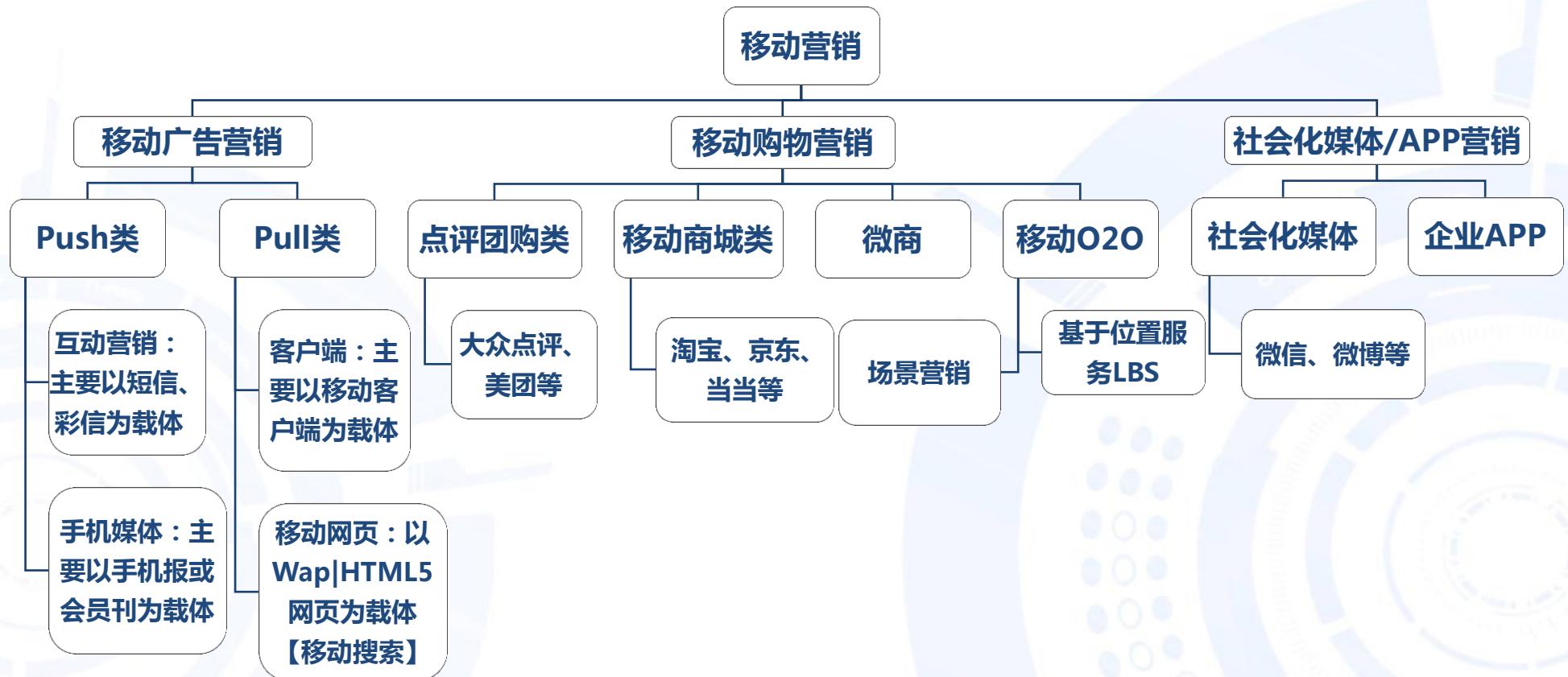
随着移动设备尤其是手机的普及，移动端成为企业进行营销的重要渠道。移动营销的精准、高速、实时性的特点大大提高营销的效果转化率，移动营销的市场规模膨胀。近年来移动化趋势明显，拉动移动营销规模的扩大，越来越多的广告主由原来单一的营销渠道转向多终端营销，在移动端的营销投入逐年增加，甚至有很多广告主专业深耕移动营销领域，移动营销赢利点将持续保持。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

以消费者为核心的移动营销市场体系



面对移动互联时代下消费者存在的巨而细的移动消费行为，市场已形成一套全面覆盖、分工明确的全移动营销布局。主要包括移动广告营销、移动购物营销及移动社会化媒体/APP营销三大部分。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动广告产业链分析



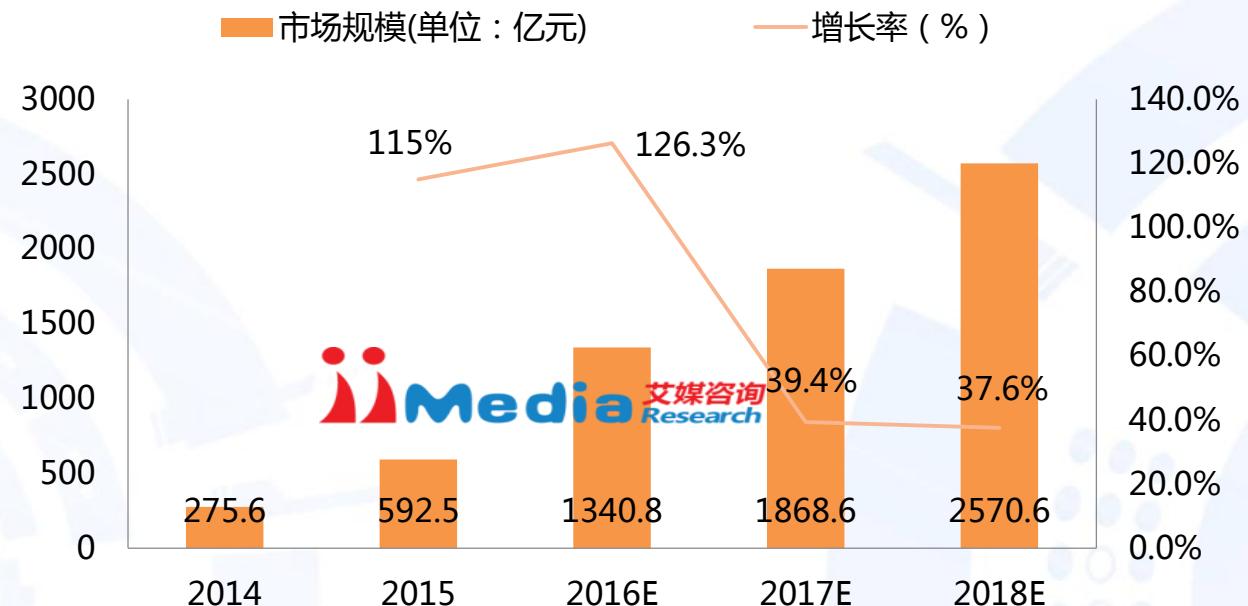
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源 : iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动端广告增长态势不减，有望成为广告主首要发力点

2014-2018中国移动广告市场规模及预测



注：本次统计数据包含移动搜索广告、移动展示广告、社交信息流广告等移动广告形式。

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国移动广告市场规模将达1340.8亿元，较去年增长126.3个百分点，从中国移动广告投放规模来看，移动广告的热度持续升温。随着移动互联网的快速发展，移动购物、移动支付等移动化消费行为拉动广告行业发展，移动端平台成为广告主投放广告的主要渠道。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

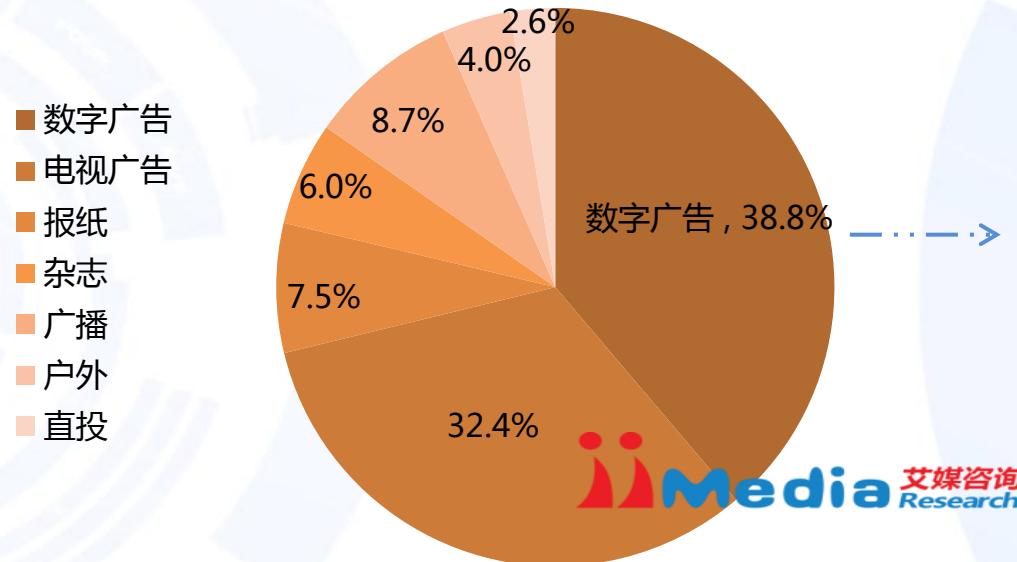
数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

传统广告投放渠道渐趋没落，移动广告市场份额异军突起

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国数字广告市场份额在多样化的投放渠道中位列第一，占比38.8%，其中移动广告的占比达21.7%，占据数字广告大壁江山。艾媒咨询分析师认为，伴随移动APP、移动搜索等营销渠道的成熟，以及移动端用户体量的积累，移动端营销将成为品牌广告主最青睐的投资蓝海。

2016年中国广告市场及投放渠道预测



其中移动广告占比为21.7%

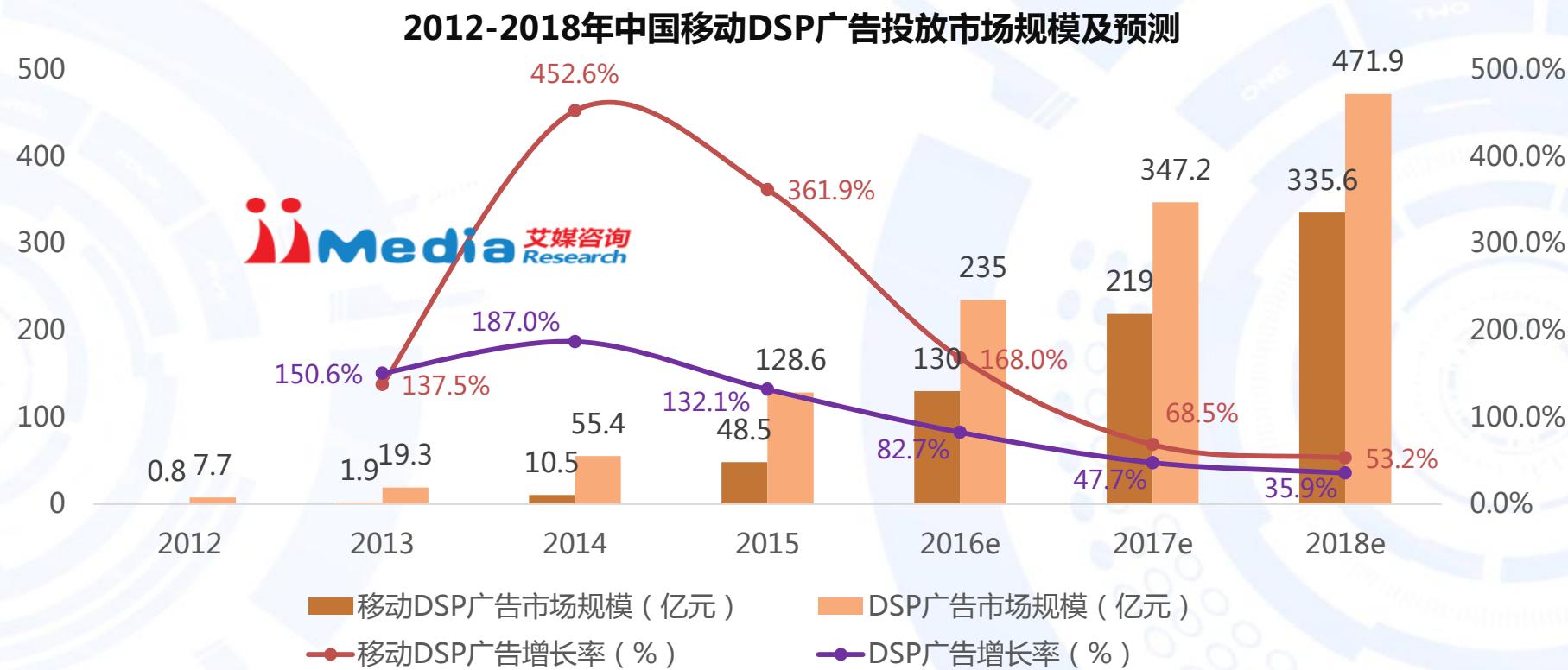
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016年移动DSP广告投放市场将达130.0亿元，约占DSP广告的半数

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国DSP广告投放市场规模达235.0亿元。随着未来营销方向更趋于精准化营销，对于用户需求的精准性把握要求更高，DSP广告将会成为广告主较为青睐的形式，市场规模将不断扩大，预计2018年市场规模会增长到471.9亿元。而近年来移动互联网的发展带动了移动DSP广告的发展，2016年移动DSP广告的市场规模或将达到130.0亿元，近乎占据DSP广告一半的市场份额。未来移动DSP广告市场趋于饱满，增速将减缓。

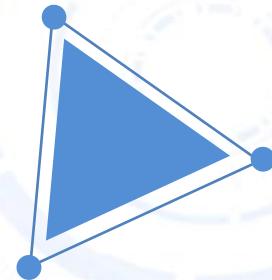


艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

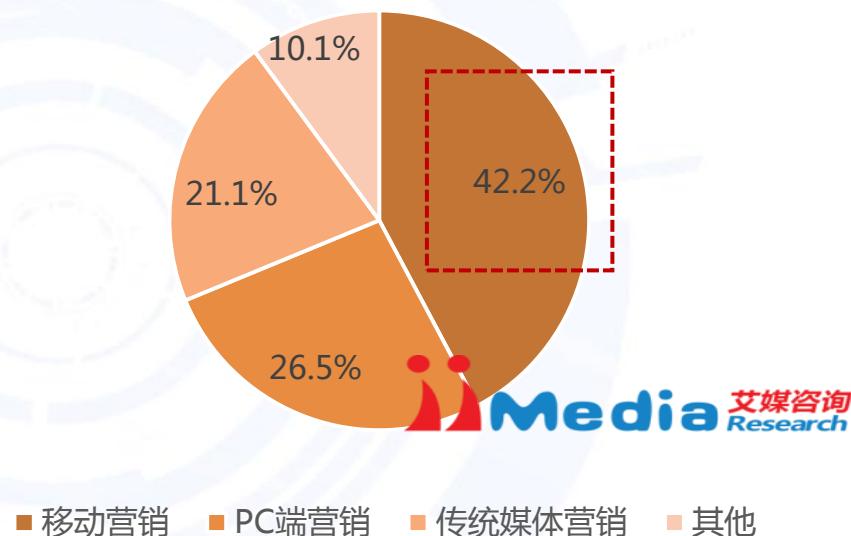
2016上半年中国企业移动营销参与 情况调查



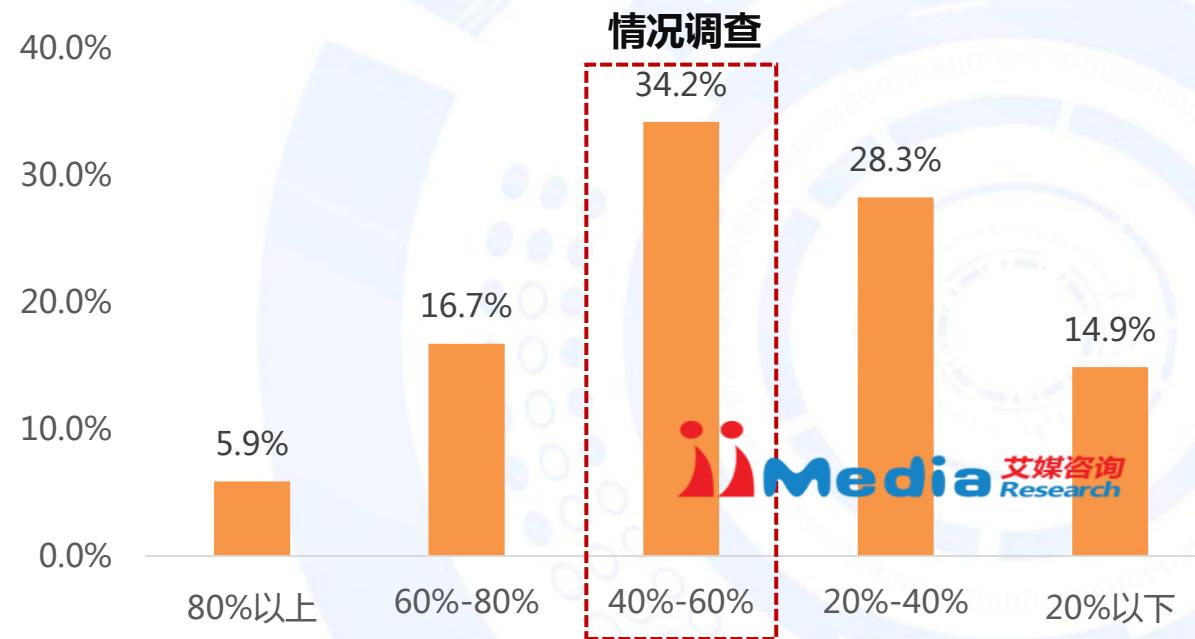
企业发力移动端，广告投放预算集中在60%-80%之间

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，42.2%的受访企业目前主要的营销方式已经转向移动营销，PC端营销与传统媒体的营销方式占比逐渐缩小。移动营销的效果转换率提高，企业重点预算投资移至移动端，34.2%的企业目前在移动营销方面的预算集中占总体营销预算的40%-60%。艾媒咨询分析师认为，随着移动端营销可行性和有效性提升，企业营销的焦点转向移动营销的可能性将会更大，未来移动营销的预算占比将会逐步提升。

2016上半年中国受访企业主要营销方式分布



2016上半年中国受访企业移动营销预算占总体营销预算



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

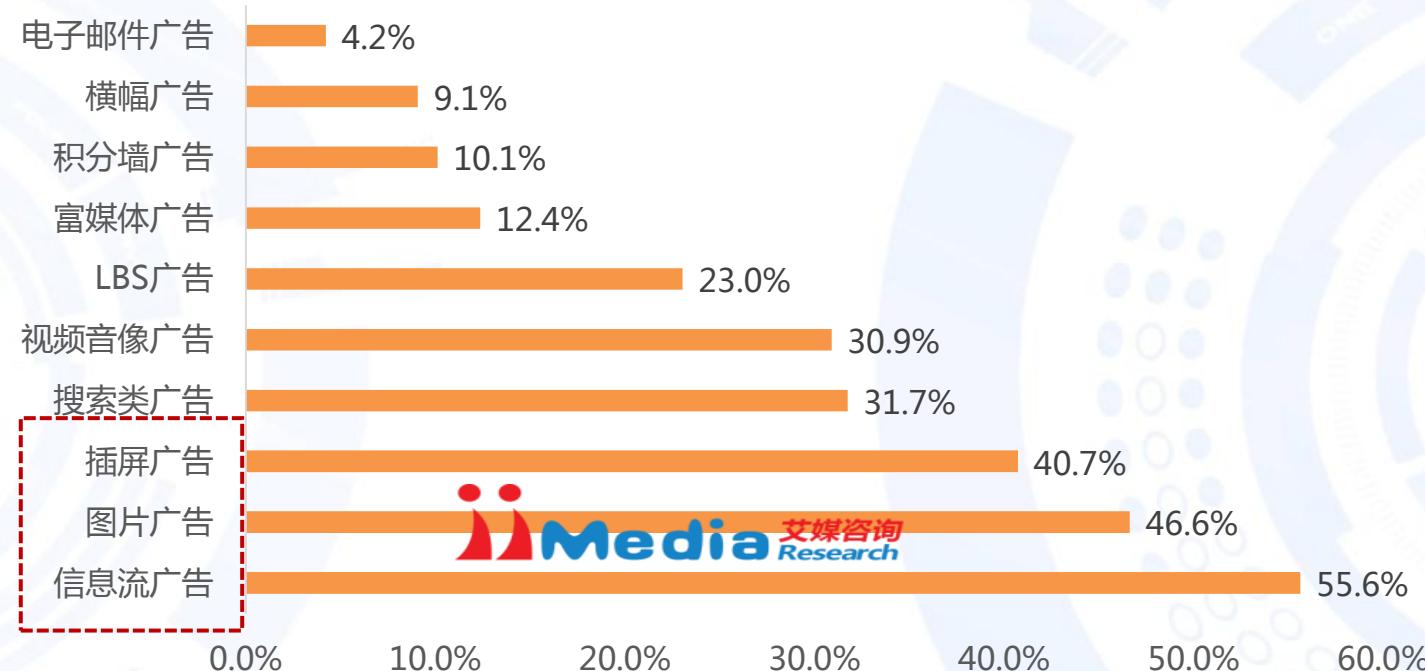
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

广告主最青睐的广告形式：信息流广告

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在企业投放的移动广告形式方面，超过五成的广告主更青睐于投放信息流形式的广告，领先其他广告形式；图片广告视觉效果优势明显，也为广告主重视，位列第二；插屏广告以40.7%的占比紧随其后。艾媒咨询分析师认为，在信息流强势冲击下，微博等自媒体平台成为广告投放的重要渠道，信息流广告基于用户浏览记录，根据用户需求，精准定位兴趣用户，达到精准触达目标人群的效果，效果较其他广告形式明显。

2016上半年中国受访企业投放的移动广告形式分布



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

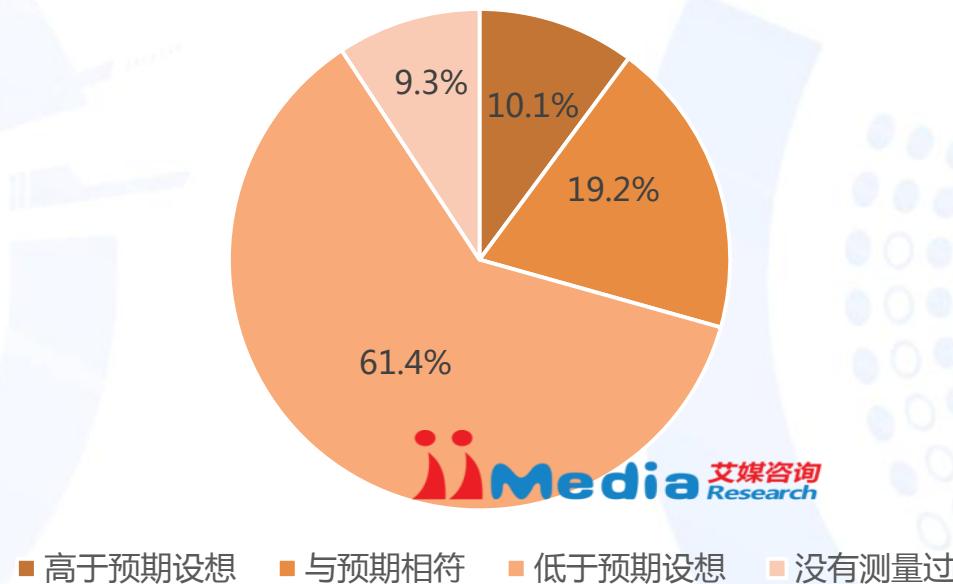
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动广告变现能力有望进一步提升

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在移动广告投资回报率上，超六成受访企业表示效果不明显，即使移动端广告投放规模在不断增加，但投资回报率总体低于预期设想。艾媒咨询分析师认为，移动营销广告受众体量大、曝光率高，企业既要在广告创意和渠道上实现引流，也需尽可能减少用户操作流程以及提高互动性，从而提高广告的变现能力。

2016上半年中国受访企业移动广告投资回报率调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

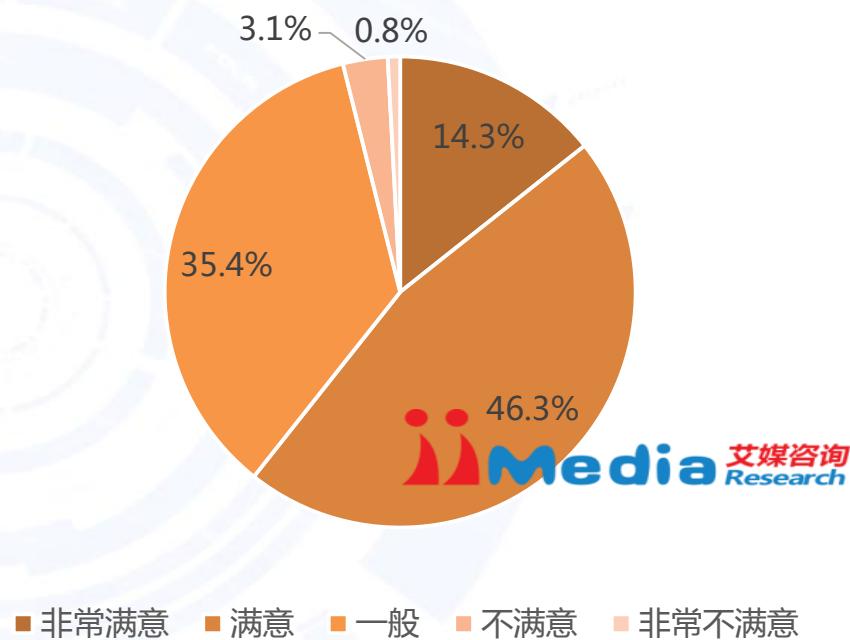
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

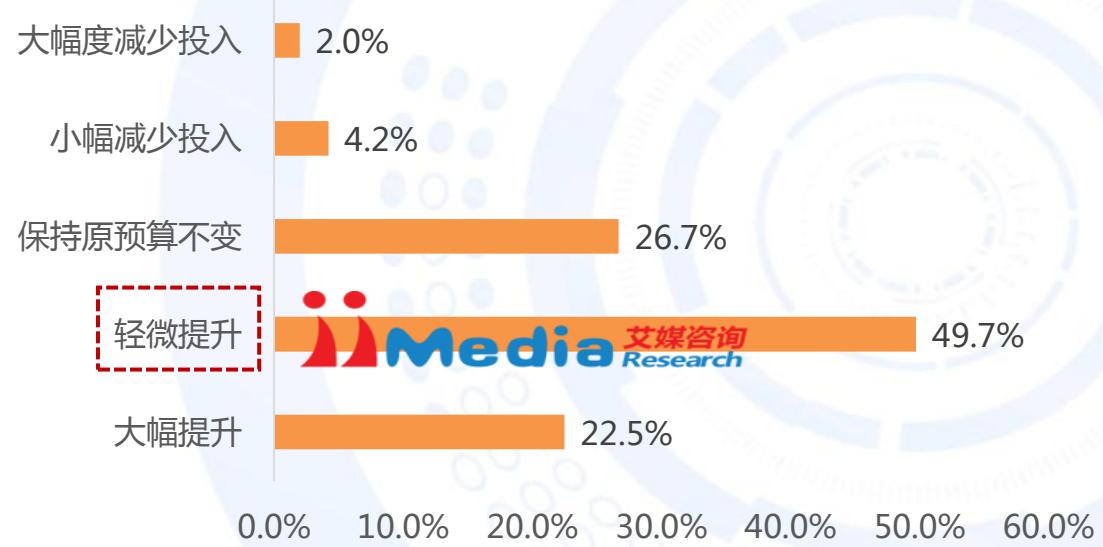
移动营销满意度可观，未来预算投入呈增长势头

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，14.3%的企业对移动营销非常满意，近五成企业表示满意，只有不到4.0%的企业表示不满意或非常不满意。在未来营销战略上，49.7%的企业表示会轻微提升移动营销的预算投入，不到7.0%的企业表示将减少在移动营销方面的投入。艾媒咨询分析师认为，移动营销市场规模在未来几年里将持续保持增长态势，广告主增加移动端的投入势头也将继续维持，移动端和PC端将形成对峙局面，移动营销总体处于优胜状态。

2016上半年中国受访企业针对移动营销满意度调查



2016上半年中国受访企业未来移动营销预算投入
策略调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

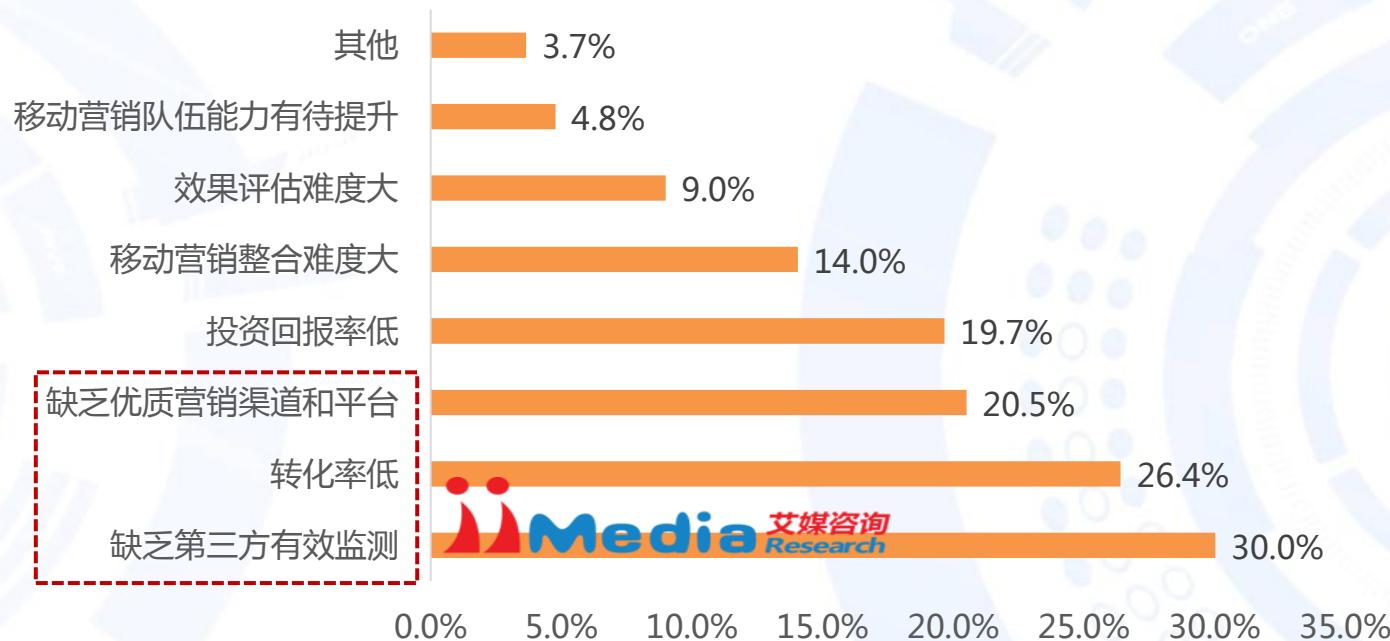
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

烧钱模式不可取，移动营销应着力提高转化率

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，缺乏有效监测以及移动营销转化率低是企业发展的最大瓶颈，占比分别为30.0%和26.4%；缺乏优质的移动营销渠道和平台占比20.5%位列第三。艾媒咨询分析师认为，移动营销烧钱模式不可取，需要兼顾投入与转化的平衡，以达到事半功倍的效果。

2016上半年中国受访企业对移动营销的担忧因素分布

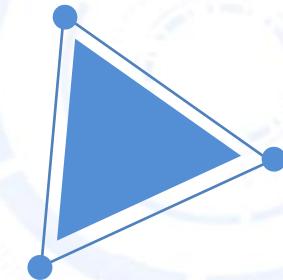


艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

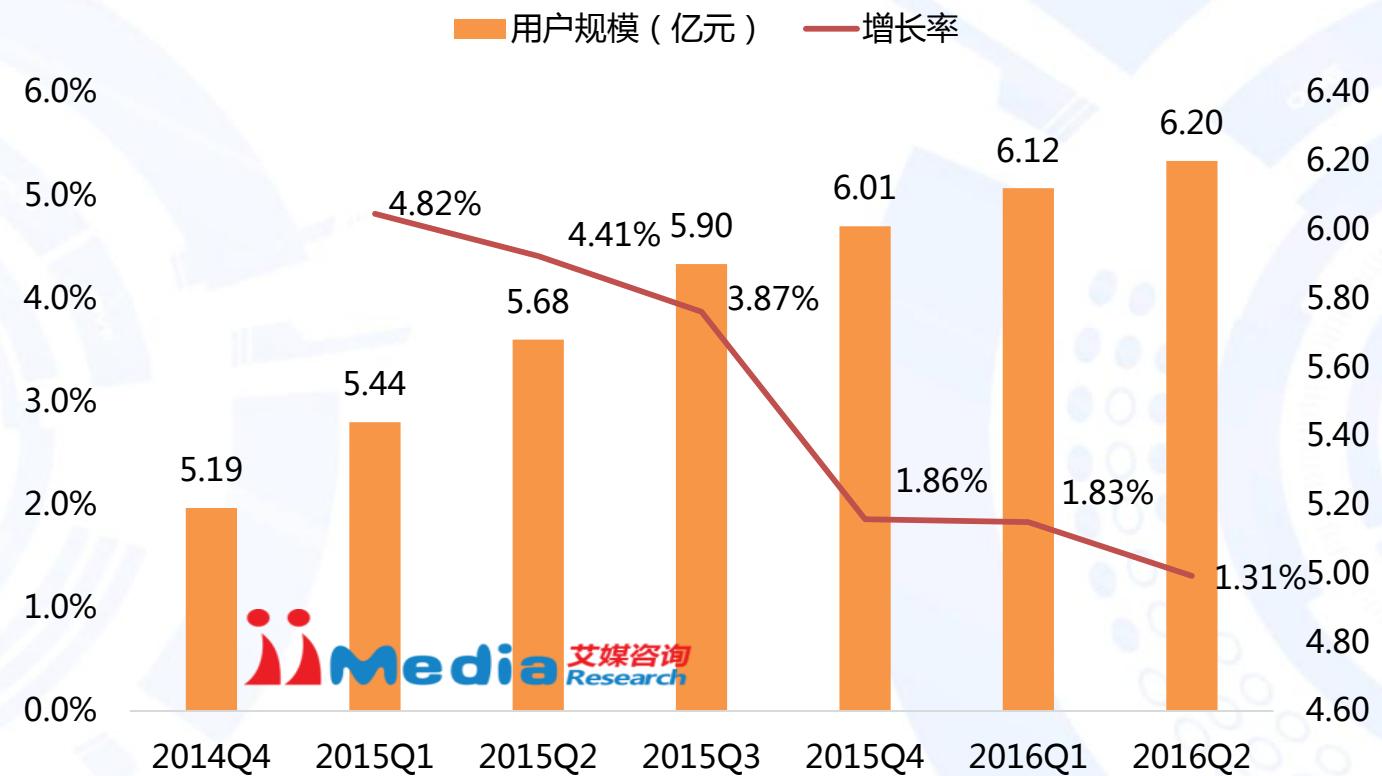
移动搜索营销专题研究



移动搜索用户规模增速减缓，2016Q2用户规模达6.20亿

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，截止2016Q2，中国移动搜索用户规模达6.20亿。艾媒咨询分析师认为，随着各大浏览器以及移动客户端等搜索入口用户红利逐渐见顶，移动搜索的用户规模增速减缓态势明显。

2014Q4-2016Q2中国移动搜索用户规模



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

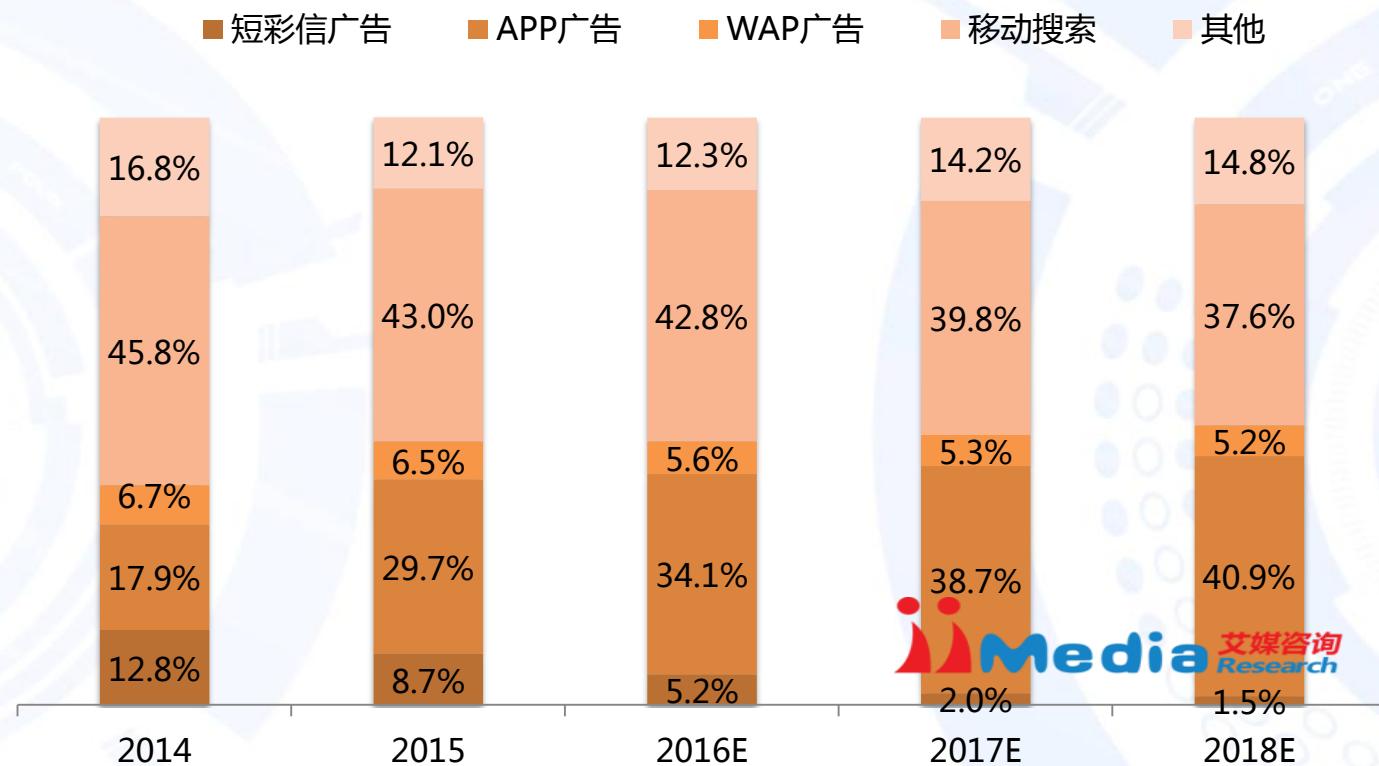
数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动搜索广告比例超四成，市场份额较大

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，移动搜索广告和APP广告占据移动广告巨头，预计2016年移动搜索广告市场份额仍居榜首，占比将超40%。艾媒咨询分析师认为，移动搜索平台用户流量大，广告主可针对定向用户精准投放广告，缩短广告投放回报期，移动搜索或将成为重要的流量变现渠道。

2014-2018中国移动广告市场结构及预测



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



移动端搜索营销本地化特点突出，变现能力优于PC端

01 ● 目标受众更精准

基于地理位置实时获取用户数据，定位意向消费者，使广告主针对性在重点区域提高广告竞价排名。

02 ● 本地化结果更明显

移动搜索广告服务地域性较强，推送的广告本地化结果尤为明显，更能满足消费者个性化需求。



移动搜索
营销特点

03 ● 效果转化率更高

移动端可以放大查看搜索的产品和服务细节，用户体验感更好，用户参与度提升，后续咨询和购买行为相对PC端效果更好。

04 ● 广告成本更低

移动端相对PC端使用频率更高，互动性强度更大，广告的点击率提高，意味着较少的投入成本能获得更好的转化效果。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动搜索商业推广方式盘点

The figure displays three mobile search results pages from Sogou Map (搜狗地图) illustrating different commercial promotion methods:

- Food Delivery (美食):** Shows a promotional offer for food franchise opportunities. A red dashed box highlights the "拨打电... (Call Now) button.
- Theme Park Tickets (长隆欢乐世界):** Displays a ticket offer starting at 175 yuan. A red dashed box highlights the "立即下载" (Download Now) button.
- Local Attractions (景点):** Shows a map of Guangzhou with three marked locations: Yuexiu Park (越秀公园), South China Botanical Garden (华南植物园), and Langchong Joyland (长隆欢乐世界). Each location has a red dashed box highlighting the "路线" (Route) button.

Bottom Buttons (Dashed Line Separation):

- 链接服务按钮 (Link Service Button)
- 电话拨打按钮 (Phone Call Button)
- 应用下载按钮 (App Download Button)
- 位置服务导航 (Location Service Navigation)
- 站内搜索按钮 (In-site Search Button)
- 信息详情按钮 (Information Detail Button)

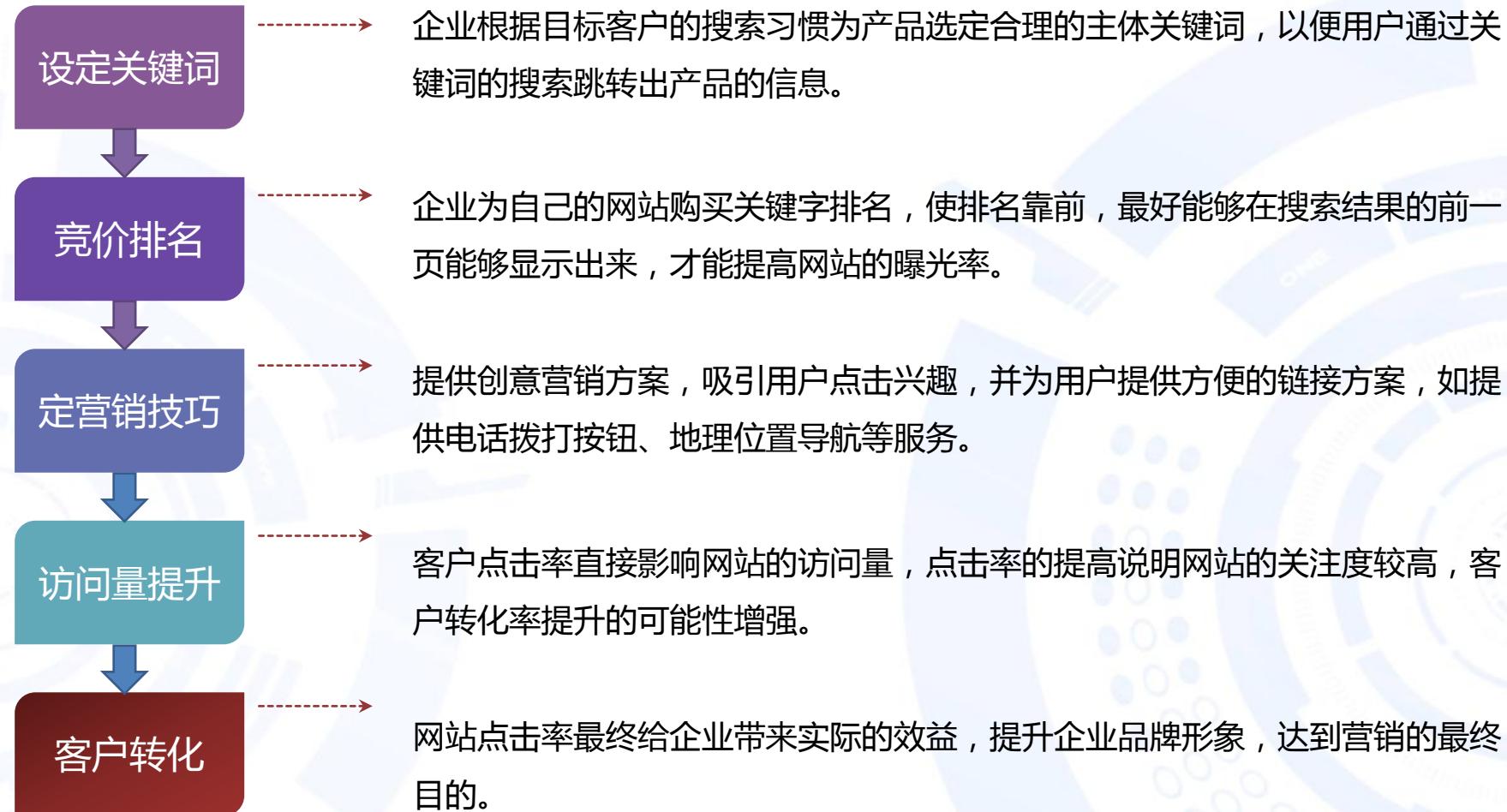
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源 : iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



移动搜索营销的常规性流程



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

需求差异化拉动垂直搜索营销成为新的盈利点

伴随移动互联网的发展，人们对于移动搜索的依赖程度加深，移动端搜索营销成为新的发力点。而特定人群对于搜索结果的精细化、精确化要求逐渐提升，购物、生活、出行等流量入口纷纷自建垂直搜索引擎，垂直搜索“专、精、深”的特点成为吸引企业投放广告的重要因素。



综合搜索营销

概念

对海量信息进行整合导航，通过搜索查询获取所有网站信息的大众搜索营销渠道。

特点

信息量大而全面，但筛选出的信息往往不能第一时间符合用户的需求。

垂直搜索营销

概念

针对某一特定领域、行业或特定需求人群的专业搜索营销渠道，是综合搜索的细分和延伸。

特点

专门领域信息获取更快更精准。



社会化媒体营销——微信公众号、 刷量问题专题研究



微信公众刷量大号“见光死”，营销账号亟需另寻出路

9月28日，微信后台接口升级，无数“10+”微信大号难逃“见光死”重创，阅读量大幅下跌，部分跌至原平均水平的十分之一，虚假阅读数据曝光令人发指，引爆自媒体行业泡沫现状。而在“大号”圈中营销类账号居多，广告真实效果引人质疑。艾媒咨询分析师认为，企业以微信公众号作为营销平台的同时，还应该着眼于企业自身流量属性的提高，此外，如何将产品渠道打通才是企业得以传播的关键。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

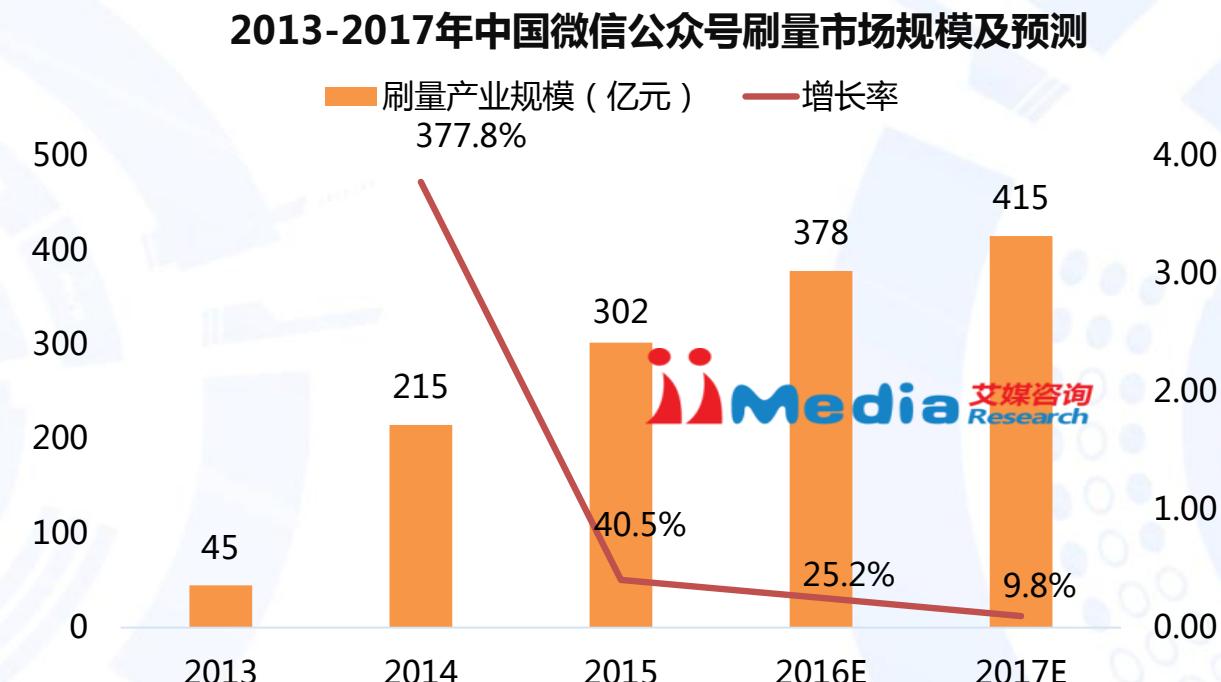
数据来源：iiMedia Research

Adiimedia移动广告监测系统（截止2016年9月底，Adiimedia已实现微信、微博、APP、网页、H5等媒介的广告投放覆盖监测与分析）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

微信公众号刷量衍生各种营销“大号”

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年中国微信公众号刷量市场规模预计将达到378亿元。随着新媒体兴起，体量大、活跃度高的微信平台逐渐被列入营销的重要渠道，过于重视阅读量等指标，催生微信公众号刷量产业，微信公众号刷量制造“大”数据成为行业潜规则，各种营销“大号”如雨后春笋。艾媒咨询分析师认为，虚假阅读数据背后隐藏着行业泡沫体质，既增加营销成本，又不利于企业整体持续发展。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

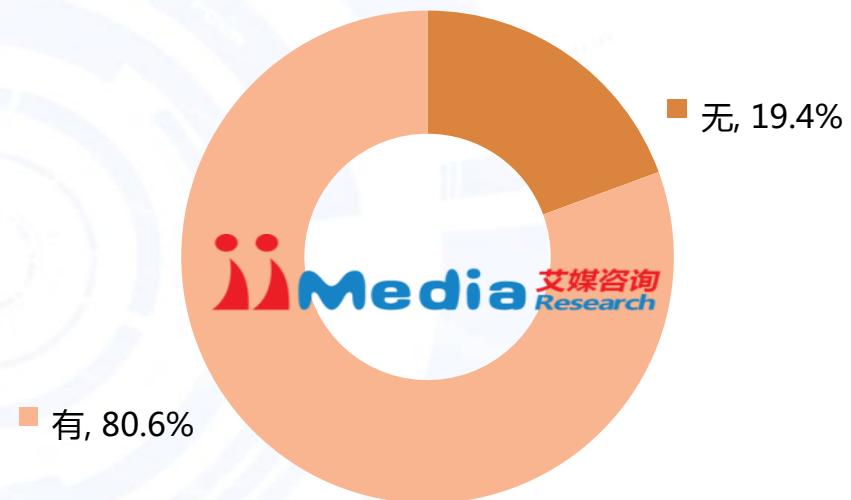
Adiimedia移动广告监测系统（截止2016年9月底，Adiimedia已实现微信、微博、APP、网页、H5等媒介的广告投放覆盖监测与分析）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

刷量行为遍地开花，广告主需理性营造行业良性生态链

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在2016年营运类微信公众号行业刷量行为调查中，高达80.6%的运营者表示存在刷量行为，而在微信公众号数据真假比例监测上，实际真实运营数据仅占三成，刷量数据几乎突破七成。艾媒咨询分析师认为，部分营销类账户运营者铤而走险采取刷量手段已尽快获取市场认可，并且部分广告主动要求刷量。盲目刷量行为不可取，徒增营销成本之外难达营销推广的真正目的，广告主需理性，打造良性行业生态链。

2016年营运类微信公众号行业刷量行为调查



2016年营运类微信公众号数据真假比例监测



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

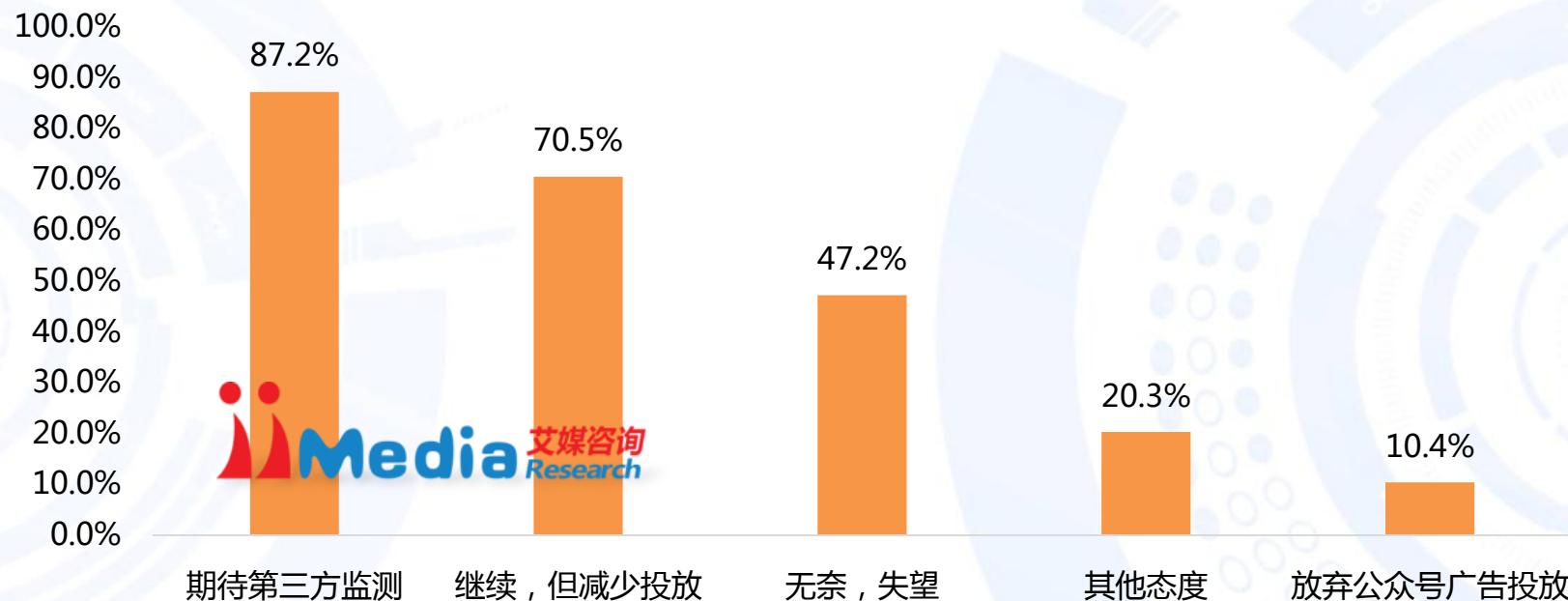
Adiimedia移动广告监测系统（截止2016年9月底， Adiimedia已实现微信、微博、APP、网页、H5等媒介的广告投放覆盖监测与分析）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

广告主期待引入第三方监测把控数据真实性

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，针对广告主对于微信公众号刷量行为的态度调查方面，87.2%的广告主期待第三方监测介入，对营销数据真实性进行严格把控。艾媒咨询分析师认为，当前广告主在自媒体渠道投放广告的成本加量，但刷量行为造成的“虚假繁荣”给广告主带来巨大的担忧，广告投资回报率大大低于预期设想。广告主期待引入第三方进行数据监测，以确保数据真实性来掌握推广情况并及时作出营销策略调整。

广告主对于微信公众号存在刷量行为的态度调查



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

Adiimedia移动广告监测系统（截止2016年9月底，Adiimedia已实现微信、微博、APP、网页、H5等媒介的广告投放覆盖监测与分析）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

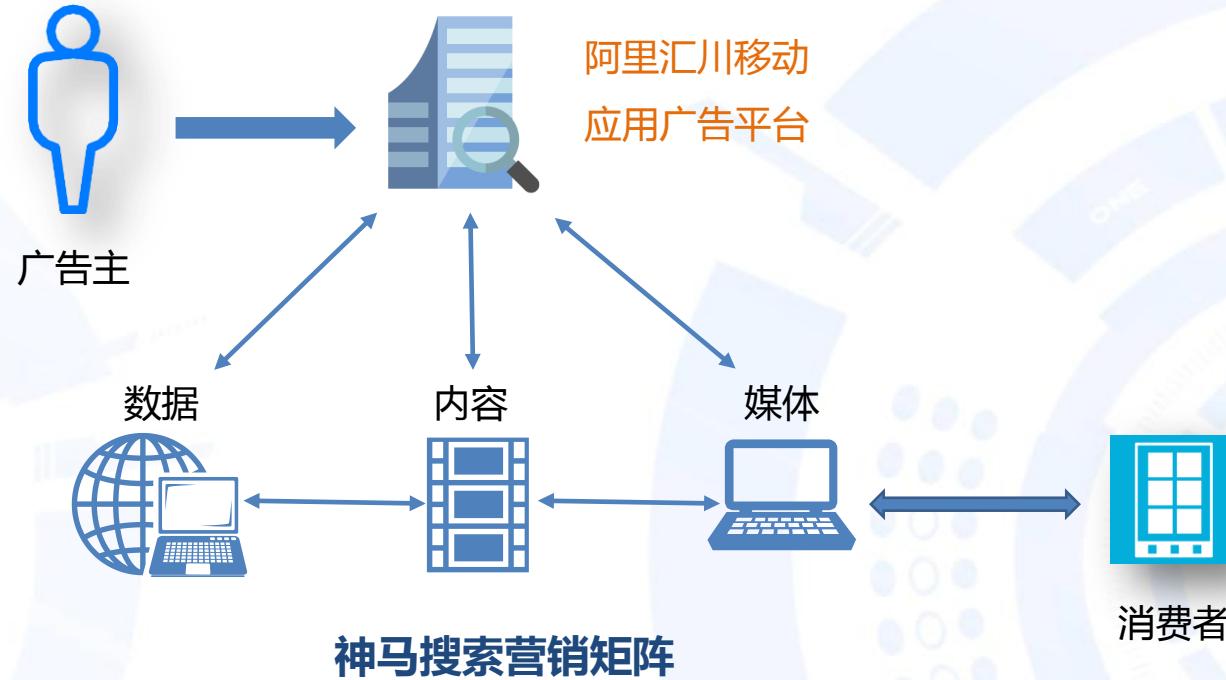
2016上半年中国移动营销 经典案例解析



移动搜索营销经典案例——神马搜索



神马搜索是阿里巴巴旗下的移动搜索品牌，依托UC浏览器和阿里系的资源优势，获得快速增长，神马专注于移动搜索用户刚需满足和痛点解决，致力于创造有用、有趣的全新移动搜索体验。



艾媒咨询分析师认为，神马建立的营销矩阵，有效连接了大数据、媒体平台与营销内容，商家可以在神马搭建的矩阵平台中，利用最少的成本提高人群的转化，并根据大数据的行为匹配用户兴趣自动生成相关的创意广告等价值服务，最终实现用户层面的二次传播。从而彻底帮助广告主摆脱有流量转化低、有转化无传播这一顽疾。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动搜索营销经典案例——神马搜索推出蓝光模式

神马搜索移动搜索交互产品——蓝光模式。

特点

- ◆ 高颜值：
版面设计美感度佳，交互APP化。
- ◆ 全聚合：
聚合大量相关性内容，简化操作，用户体验感较好。
- ◆ 场景化：
移动场景精准匹配，更快找到搜索需求。

艾媒咨询分析师认为，移动搜索引擎的优化将为营销带来更好的用户体验，增强用户对广告内容的好感度，提升移动营销的投资回报率。

神马搜索推出了“欧洲杯”专属蓝光模式页面，信息精炼聚集度较高，使球迷有的放矢地获取高匹配度的搜索结果。球迷们通过输入关键字“欧洲杯”便可实现对赛程、积分榜、球员榜、新闻及视频的即时查询。另外，蓝光模式让搜索结果呈现APP化，提供纵向提拉和横向查找功能，全面提升球迷获取资讯的速度和体验。



神马搜索欧洲杯“蓝光模式”页面

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



力美科技基于大数据实现人群定向式营销



成立于2011年，移动程序化广告技术平台，致力于打造大数据时代领先的移动数字营销生态圈。

业务线

力美ADN

原生广告网络平台，覆盖用户近亿，支持iOS和Android系统

力美DSP

为广告主提供一站式便捷的移动端广告投放服务

力美DMP

中国领先的移动广告信息数据平台，对移动端广告投放具有重要的战略指导意义

平台优势

广泛的人群覆盖

众多优质媒体资源，进行大面积的品牌展示和曝光，带来大量有效用户，迅速提升排名。

完善的统计数据

为广告主提供实时、准确、详尽的报表，广告主可通过多种维度分析报表数据，为其商业决策提供坚实的数据基础。

超强的防作弊机制

使广告主花的每一分钱都能得到保证，充分的保证广告主的利益不受损害。

丰富的广告形式

提供了互动广告墙、全屏广告、横幅广告等多种广告样式，可满足广告主不同的需求，使其广告获得最好的展示效果。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

力美科技宝马移动DSP重定向投放案例解析

01 投放背景

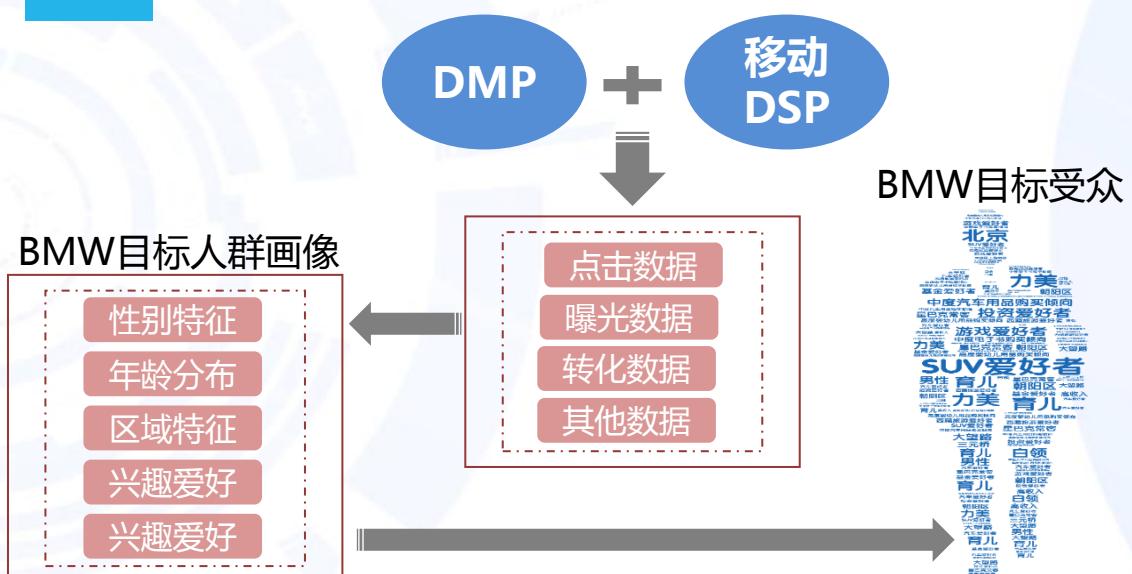
产品：宝马BMW系

目的：强化品牌，扩大并巩固市场，挖掘潜在销售线索

投放地区：全国，全天候全时段

投放时间：2016年1月22日~4月22日间的133天，分为4期进行

03 宝马移动DSP重定向投放精准人群策略



02 广告形式



04 投放结果



注：案例公布数据来源于各平台公开数据。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



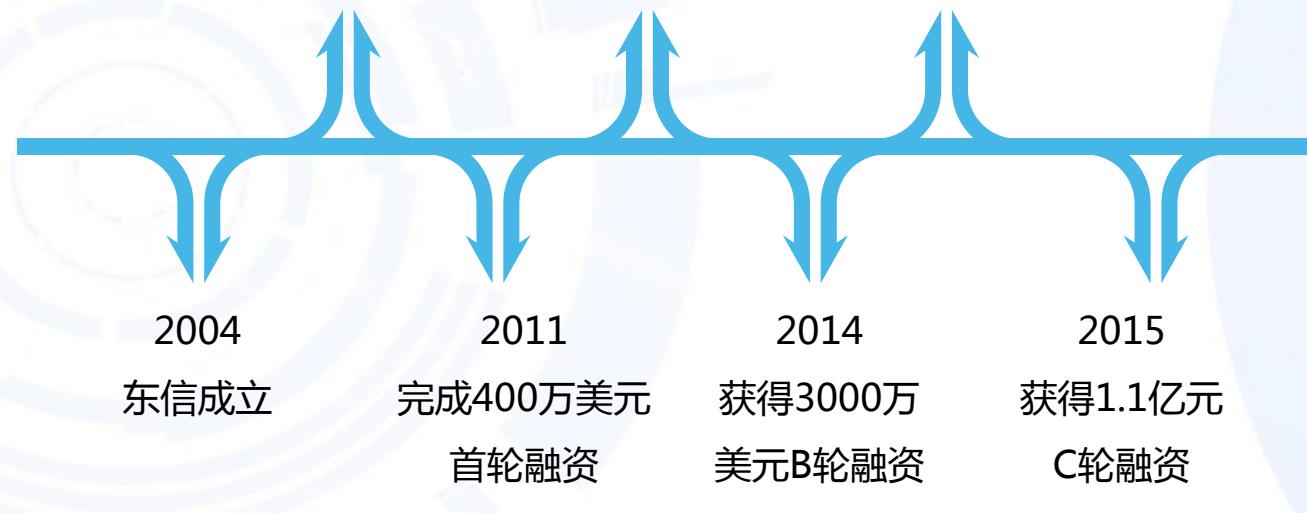
东信点媒致力打造一站式移动整合营销服务



东信专注移动互联网领域，以大数据为核心，围绕用户大数据打通流量、技术、内容等关键元素，为客户提供涵盖精准营销、效果推广等在内的一站式跨媒体移动整合营销服务，实现客户商业价值最大化。

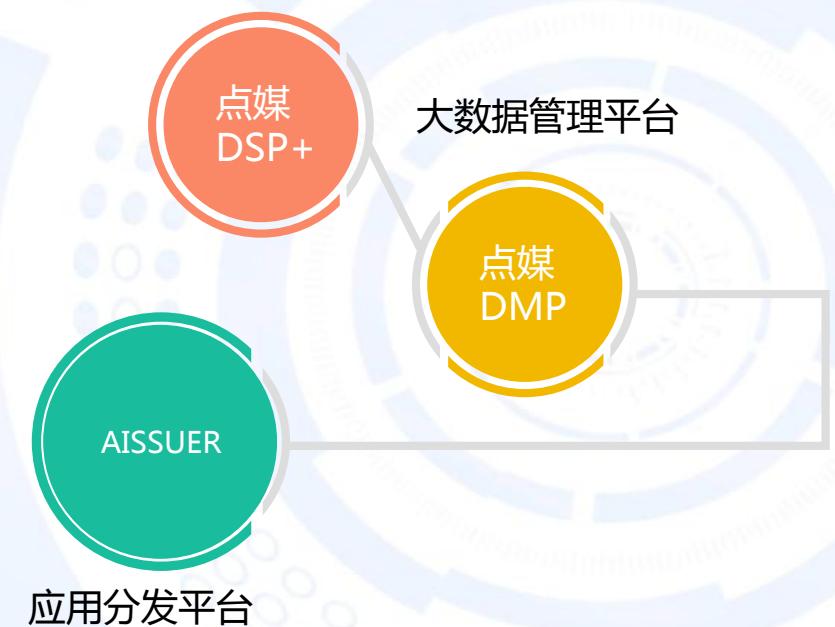
发展历程

2010 2013 2015
启动点媒Lomark 点媒DSP移动广告 启动AISSUER
移动广告业务 平台正式上线运营 应用发行业务



自有平台

移动广告管理平台



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

东信点媒助力安徽福利彩票移动营销，实现目标受众精准定位

背景

福利彩票作为竞彩类产品，在营销推广上一直遵循着“传统媒体+网媒辅助”的模式，而安徽福彩从2015年开始接触移动端新媒体，2016年开始对移动端媒体进行运用，在彩票营销宣传中，安徽福利彩票发行中心通过点媒LOMARK整合移动端资源，结合当前主流交互形式，运用DSP技术精准定位目标受众，促进福利彩票活动进一步传播。



投放结果

注：案例公布数据来源于各平台公开数据。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016中国移动营销未来发展趋势 解析及预测





未来发展趋势分析

1

移动端广告爆发势头迅猛

移动互联网的发展为营销开辟了新的蓝海，随着移动端用户渗透率不断提升，企业对于移动营销的关注度激增，移动营销成为企业宣传品牌、争夺影响力的重要商机。2016年中国移动广告市场规模预计将近1340.8亿元，较去年增长126.3个百分点，未来移动广告的投放规模将会持续加大，移动营销或将成为企业首选的营销方式。

2

用户参与感和体验感的关注度提升

移动端较PC端最大的特点是能够实时互动与分享，基于这一特性，移动营销更加强调企业与用户之间的有效互动，通过适当的营销优惠让用户有更强的参与感和较好的体验感，实现广告效果的转化，并发挥移动设备分享的功能，扩大广告辐射范围，从而提升产品的影响力，树立品牌形象。

3

打通线上线下营销渠道，使移动营销更精准

目前，移动营销的线上渠道在广告投放和优化上都已趋于成熟，但是传统的线下渠道与线上渠道的结合并未达到较高的和谐度。未来移动营销有望整合线上线下渠道数据资源，全方位拓展营销渠道。借助大数据对目标受众精准定位，提高移动广告的变现能力，用最少的广告投入获取较高回报率。

4

引入第三方广告监测或将成主流趋势

当前，营销真实数据难以保证、营销效果达不到预期，营销成本无故增加成为广告行业痛点。广告主亟需第三方监测介入，以统一的标准监测实际营销数据，确保数据真实有效，指导广告投放策略，保证广告效果，降低营销成本。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



未来发展趋势分析

5

移动搜索将成为营销的关键突破口

随着移动搜索的用户渗透率逐渐提升，用户对搜索引擎的粘性提升，移动搜索将成为重要的流量入口，搜索营销或将成为移动营销的绝对主力。而付费搜索的刺激作用将会给网页带来优化效用，提升搜索营销的投资回报率。在APP营销、社会化媒体营销市场用户红利渐趋见顶的情况下，移动搜索营销将成为营销的另一个重要突破口。

6

本地化趋势更明显

场景化营销是未来移动营销的重要突破点，场景作为用户与企业实现情感共振的最佳载体之一，广告主将根据用户所处的具体情境提供针对性的个性化服务。特定位置对于企业来说是重要的商机，基于用户的实时位置投放本地广告，更能满足用户需求，广告效果转化的速率远远高于远程空间广告投放。

7

广告内容为王

目前移动广告的形式呈现多样化、多元化的特点，吸引大量用户的注意。但是随着用户对创意的需求度增加，优质的广告内容将会更受用户的青睐，更易于企业抢占市场。有深度有内容的广告本身就是一种营销方式，能够激起用户互动和分享的欲望，并且转化程度相对花样形式的广告效果更佳。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



北极星应用统计分析平台是在广东省政府的支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

艾媒 • 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

研究报告编号：161029

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



因为专注，所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet !

全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group