

2015 移动广告行业报告

/ 行业报告 /

TalkingData移动数据研究中心
2016年4月

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

目录

C O N T E N T S

Part 01

2015年移动广告行业趋势

Part 02

2015年移动广告榜单盘点

报告说明

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

● 数据来源

- ✓ TalkingData移动数据研究中心数据来自TalkingData App Analytics、TalkingData Game Analytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商，等多种不同来源的数据复合而成。本报告数据主要基于TalkingData Ad Tracking移动广告监测数据。截止2015年11月，TalkingData Ad Tracking对接广告平台200余家，覆盖超过8亿独立移动设备，热门时段平均日监测点击超过3000万。

● 数据周期

- ✓ 2014年1月-2015年12月

● 概念定义

- ✓ 点击量：用户点击广告的行为次数。
- ✓ 激活量：首次下载并启动应用的设备数。
- ✓ 投放热度：各广告平台上推广活动的数量。

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 01

2015年 移动广告行业趋势

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

2015移动广告行业趋势概览

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

流量增长

- **移动品牌广告**：品牌广告主在移动端的投放增加，移动品牌广告份额增长至36.5%；
- **移动效果广告**：
 - iOS平台投放态度更加理性——iOS平台2015年相对2014年点击量增长255%，激活量增长12%，高点击量下激活量呈自然增长，广告主对激励式广告依赖降低，投放态度更加理性；
 - Android平台流量增加——Android平台广告主开始重视分包推广后续效果，对第三方监测数据的需求增加，全年点击量与激活量增速分别为112%与146%；

行业倾斜

- **游戏依然是重点行业**：游戏依然是移动广告投放量最大的细分行业，2015年点击量占比59.6%，但份额较去年的81.1%有明显下降；
- **新兴行业快速进入**：新媒体、金融、房产、教育等新兴行业广告主的移动端投放明显增加

精准营销

- **DMP投放增加**：DMP投放的占比尚小但增长较快，效果广告中DMP投放比例的增速达200%；
- **部分行业认知领先**：游戏、电商、金融行业广告主对DMP投放形式的认知度较高；
- **广告效果提升显著**：与普通投放形式相比，DMP投放带来CVR与CTR的显著提升

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

2015移动广告行业趋势-移动品牌广告

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动品牌广告

移动效果广告

移动端精准营销

- 移动品牌广告-**份额趋势**
- 移动品牌广告-**投放与收入的平台占比**
- 移动品牌广告-**热门广告格式**

移动广告 品牌与效果广告份额占比

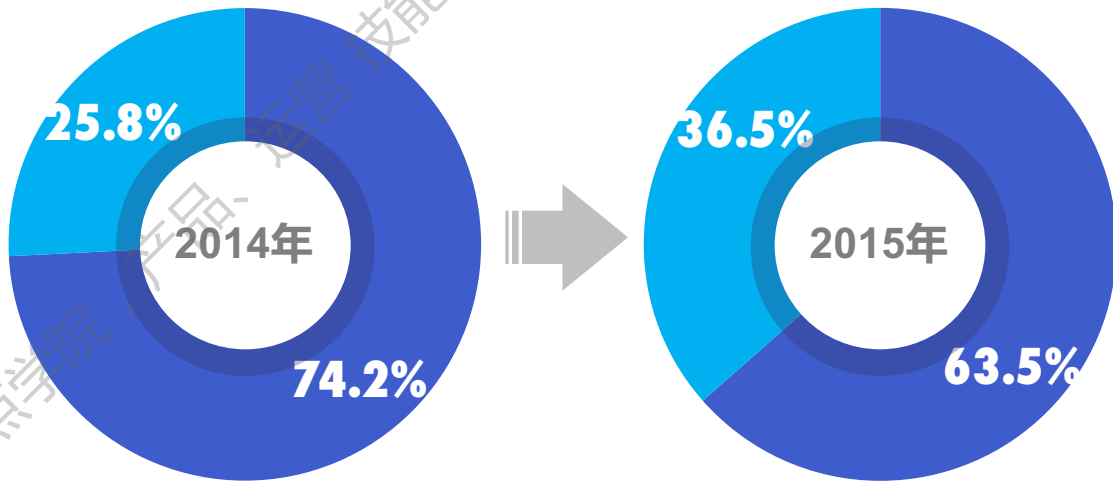
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动品牌广告 份额在增加

相对PC端而言，移动端广告对目标人群的触达更加精准，2015年，更多品牌广告主开始参与移动端推广，移动端品牌广告份额增长至**36.5%**。

移动品牌广告与效果广告份额占比

■ 移动效果广告 ■ 移动品牌广告



起点学院 www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：企业访谈、行业公开信息；TalkingData移动数据研究中心整理

移动品牌广告 投放与收入平台分布

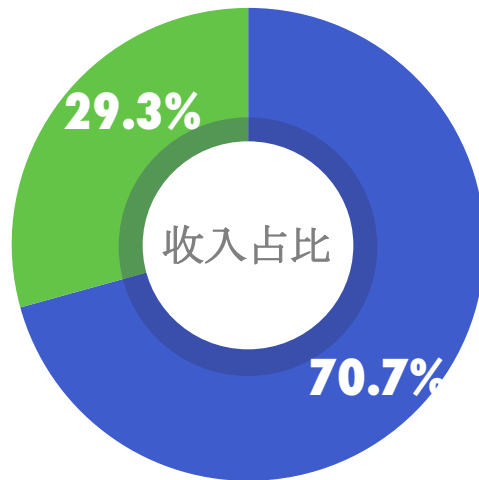
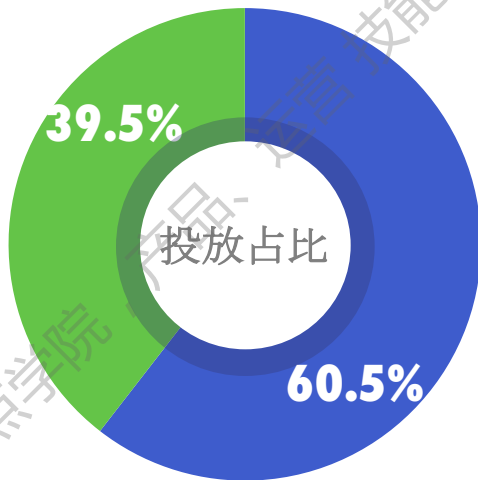
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

iOS品牌广告 投放与收入份额 高于Android

iOS设备上品牌广告的展示效果与交互体验均较Android有一定优势，移动端品牌广告的投放iOS平台也占较大份额；iOS平台广告收入份额高达70.7%，为广告平台与媒体带来更多受益，而对广告主而言，iOS用户的获取代价也更高

2015年 移动品牌广告投放与收入的平台分布

■ iOS平台 ■ Android平台



起点学院 www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：企业访谈、行业公开信息；TalkingData移动数据研究中心整理
注释：投放占比为广告流量占比，收入占比为广告平台实际收入占比。

移动品牌广告-热门广告格式

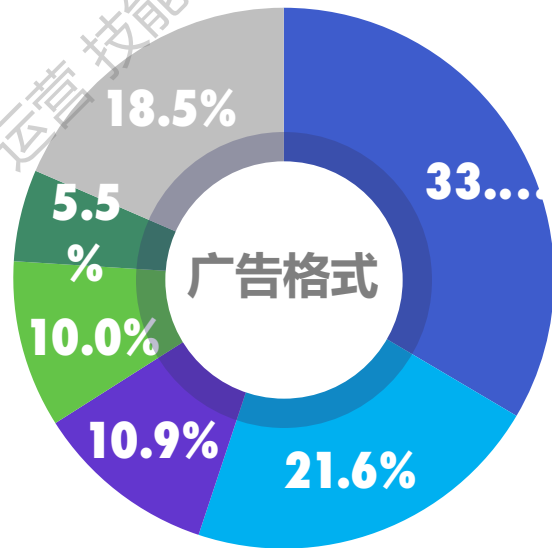
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动品牌广告偏爱视频与信息流

视频与信息流广告是移动端品牌广告主流的广告形式，两类投放份额占比超50%，其次是品牌开屏广告与搜索广告。

不同格式移动品牌广告投放占比

■ 视频 ■ 信息流 ■ 开屏 ■ 搜索 ■ 插屏 ■ 其他



起点学院 www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：企业访谈、行业公开信息；TalkingData移动数据研究中心整理

2015移动广告行业趋势-移动效果广告

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动品牌广告

移动效果广告

移动端精准营销

- 移动效果广告-**点击量与激活量**趋势
- 移动效果广告-点击量与激活量**平台**分布
- 移动效果广告-点击量**省份**分布
- 移动效果广告-**细分行业广告份额**趋势
- 移动效果广告-**获客成本**
- 移动效果广告-**异常点击**与**异常激活**趋势

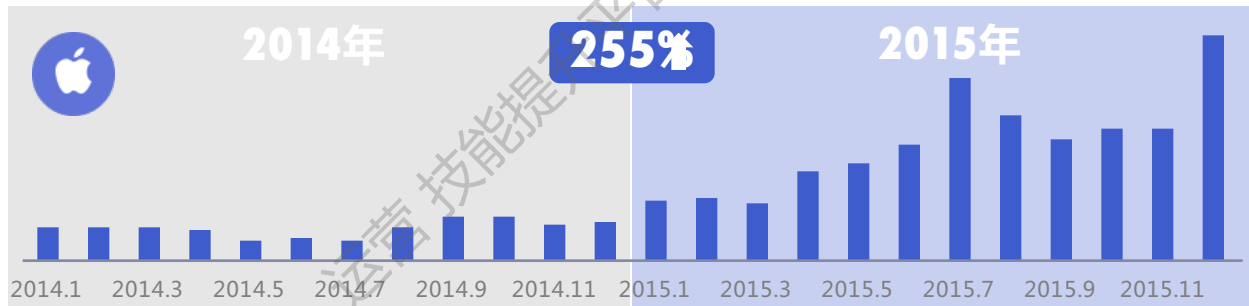
移动效果广告~点击量与激活量趋势

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

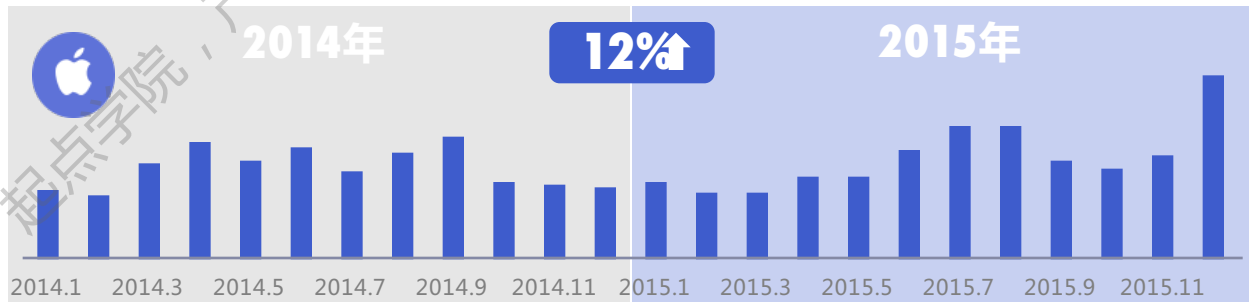
iOS平台 点击量增长较快 激活量趋于稳定

2015年，iOS平台广告点击量增速达255%，而激活量增速为12%，趋于自然增长，从点击和激活的增幅综合来看，广告主对激励式广告依赖降低，投放态度更加理性，注重投放后续效果和目标人群的触达

2014年1月-2015年12月 iOS平台移动效果广告点击量趋势



2014年1月-2015年12月 iOS平台移动效果广告激活量趋势



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活。

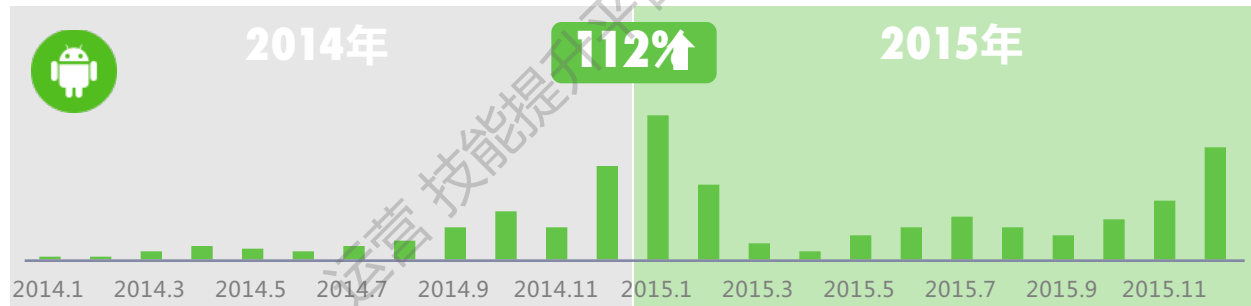
移动效果广告 点击量与激活量趋势

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

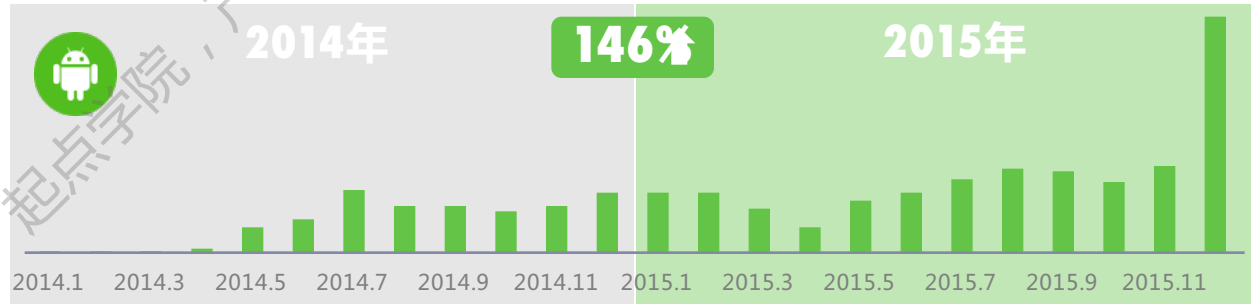
Android平台 点击量与激活量 增长均较快

2015年，Android平台广告点击量增速达112%，激活量增速为146%，在春节前后投放热门时段流量增长显著；Android广告主从“分包就可以统计”的传统思路进阶到利用数据做更精细的效果评估，开始重视分包推广的后续效果衡量

2014年1月-2015年12月 Android平台移动效果广告点击量趋势



2014年1月-2015年12月 Android平台移动效果广告激活量趋势



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：激活量为通过推广带来的激活，不包括自然激活。



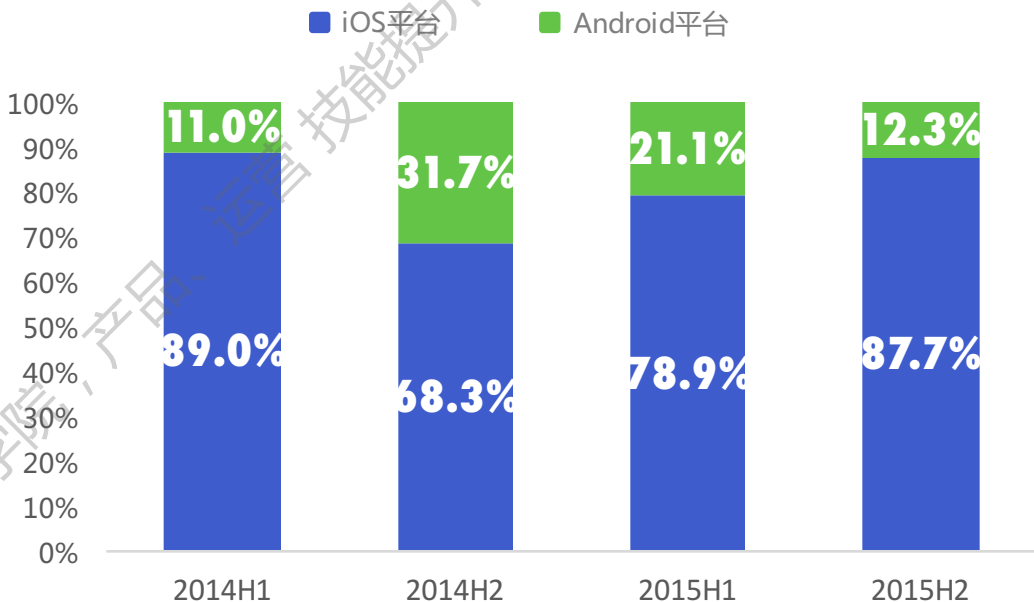
移动效果广告 点击量平台分布

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

点击量 iOS占绝大比例

国内Android平台流量被各大应用市场占据，安卓投放首选应用市场；而iOS则需广告平台引流到Appstore，在此前提下iOS平台持续占据总点击量的绝大比例；2014下半年至2015上半年，激励类广告的兴起带来iOS点击量占比有所降低，在2015年下半年比例又回升至87.7%

2014-2015年 移动广告点击量平台分布



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



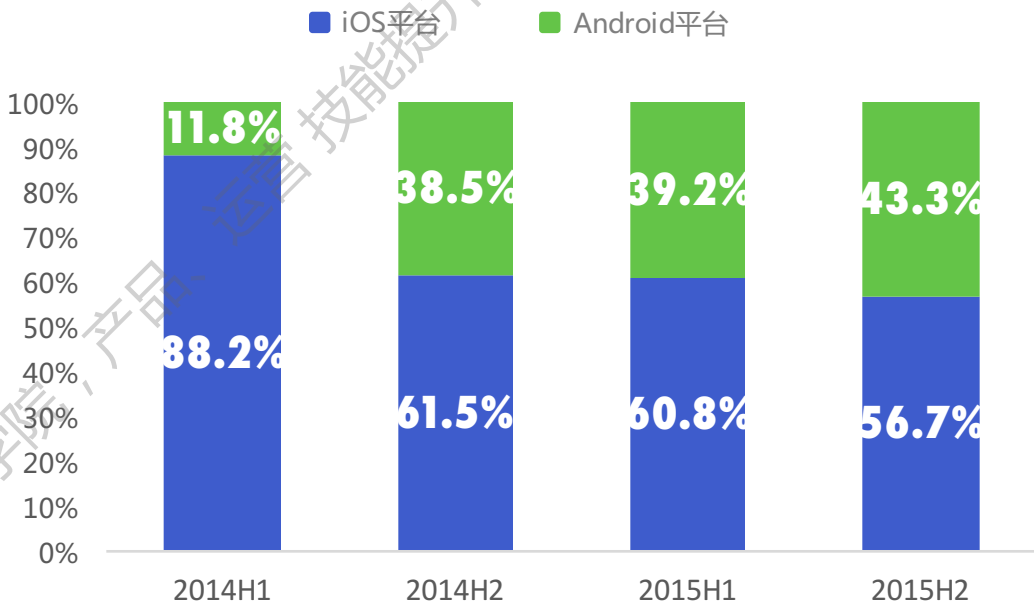
移动效果广告-激活量平台分布

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

激活量 两平台趋于平衡

2014至2015年，两平台激活量逐渐趋于平衡，截止2015年下半年，Android平台激活量已占整体激活量的43.3%

2014-2015年 移动广告激活量平台分布



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



移动效果广告-点击量省份TOP5

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

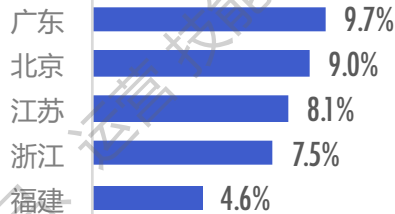
北上广、沿海省份 更多用户点击移动广告

北上广及江苏、浙江等沿海省份的广告点击量较高，与移动设备的地域分布趋势类似。

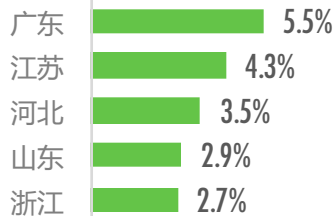
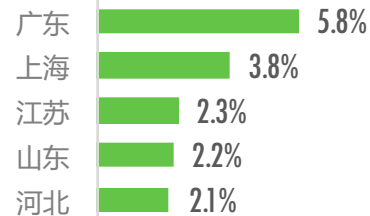
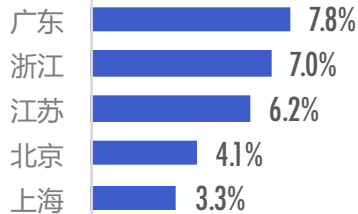


iOS与Android平台点击量占比省份TOP5

2014



2015



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



移动效果广告-激活量省份TOP5

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

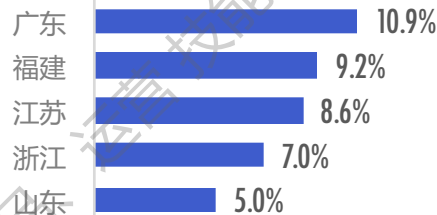
广东与沿海省份 移动广告的激活量高

激活量分布上，广东也是两平台份额最高的省份，iOS平台浙江、江苏、福建份额也较高，Android平台除广东、江苏等沿海省份外，北京、山东、河南等中部地区的份额也较高。

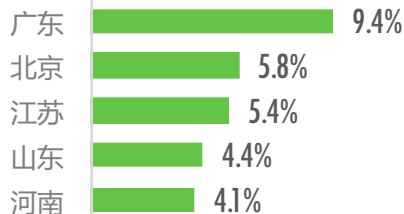
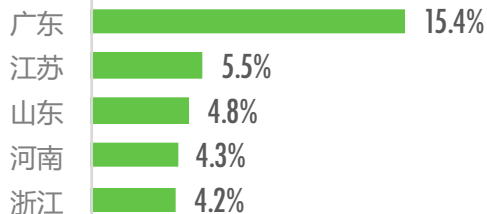
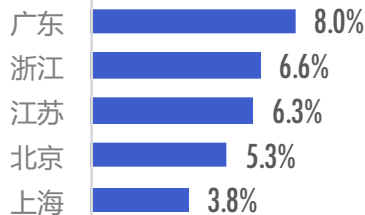


iOS与Android平台激活量占比省份TOP5

2014



2015



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



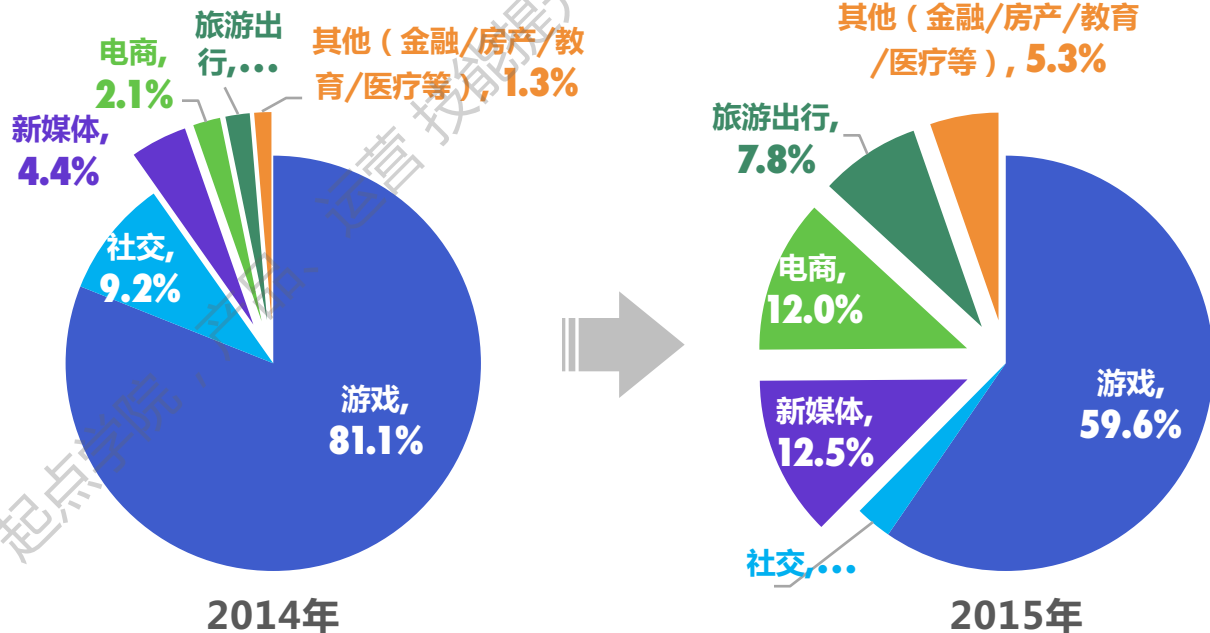
移动效果广告-各行业广告点击量份额趋势

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

新兴行业移动广告投放增加

2014年，游戏、社交行业移动广告投放份额占比达90%以上；2015年，游戏与社交的移动广告份额降至62.4%，新媒体、电商及其他新兴行业的移动广告投入增加，份额明显上升

2014-2015年 各行业移动广告点击量份额趋势



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：新媒体行业指视频、音乐、电台、新闻资讯客户端等移动端媒体类型。

移动效果广告-新兴行业广告点击量增长趋势

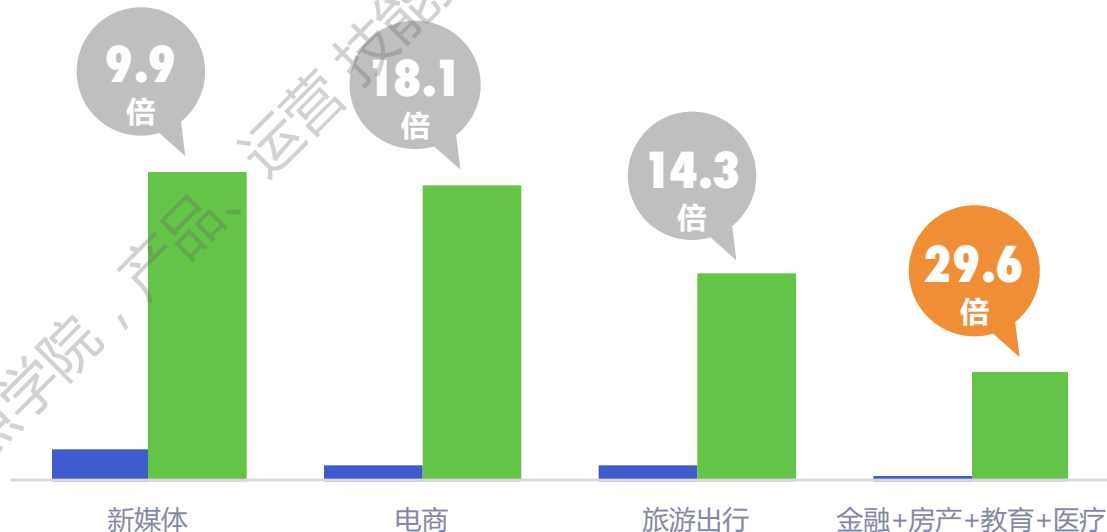
备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

金融、房产、医疗等 新兴行业 点击量增速更快

2015年，各新兴行业移动广告点击量均有大幅增长，其中，金融、房产、教育、医疗等生活相关领域的增速最快，移动广告的行业分布日趋多元化

新兴行业移动广告点击量增长趋势

■ 2014年 各新兴行业移动广告总点击量 ■ 2015年 各新兴行业移动广告总点击量



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



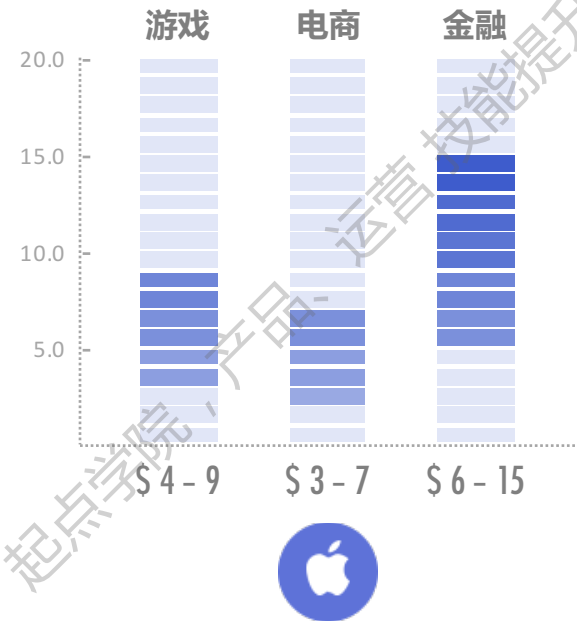
移动效果广告-各行业获客成本

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

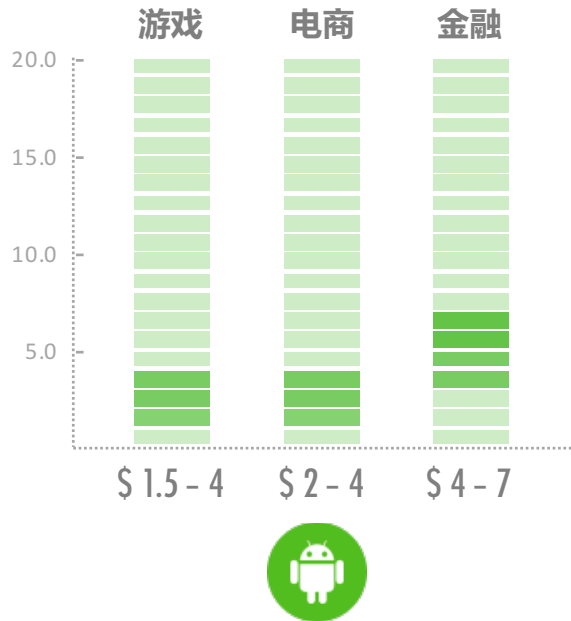
iOS平台 获客成本更高

iOS平台获客成本普遍高于Android；金融行业相对于游戏、电商行业的用户获取成本更高

单位：美元



单位：美元



起点学院 www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：企业访谈、行业公开信息；TalkingData移动数据研究中心整理
注释：各行业广告获客均以点击激活为统一衡量。

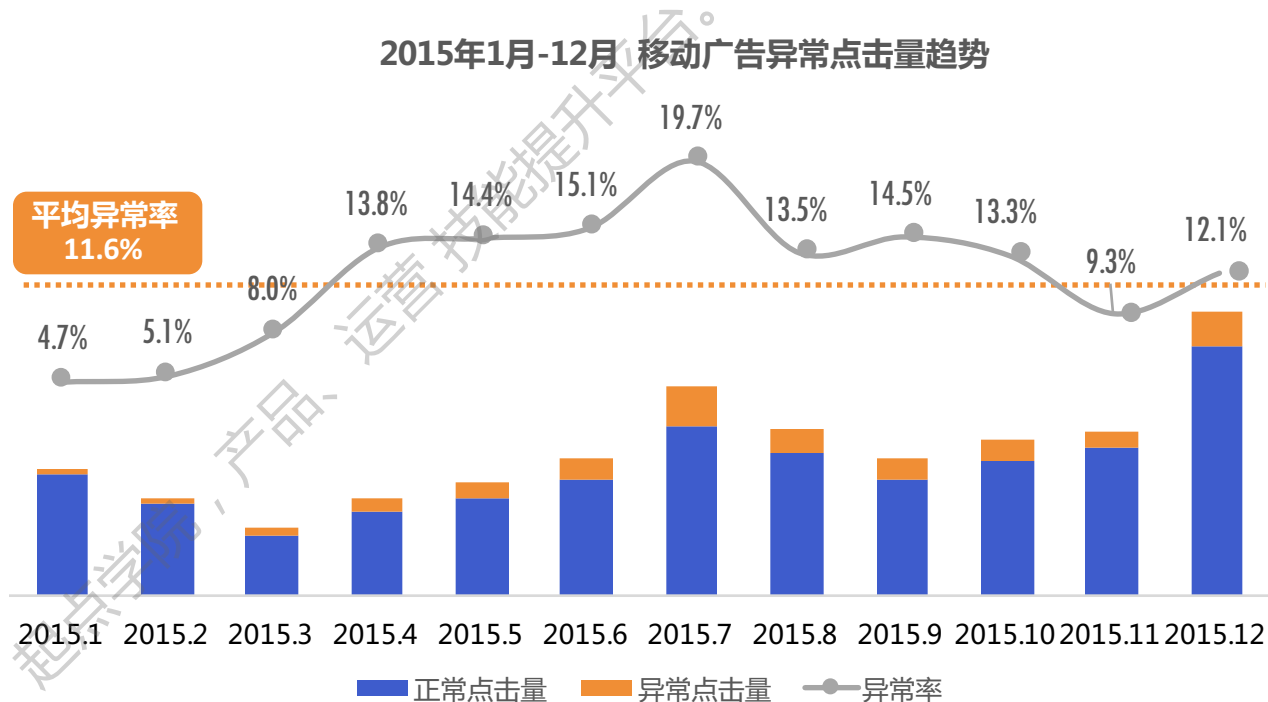


移动广告监测-异常点击量趋势

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

异常点击量 月平均占比约 11.6%

2015年，移动广告平均每月异常点击量占总点击量的11.6%，最高月份达到19.7%



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

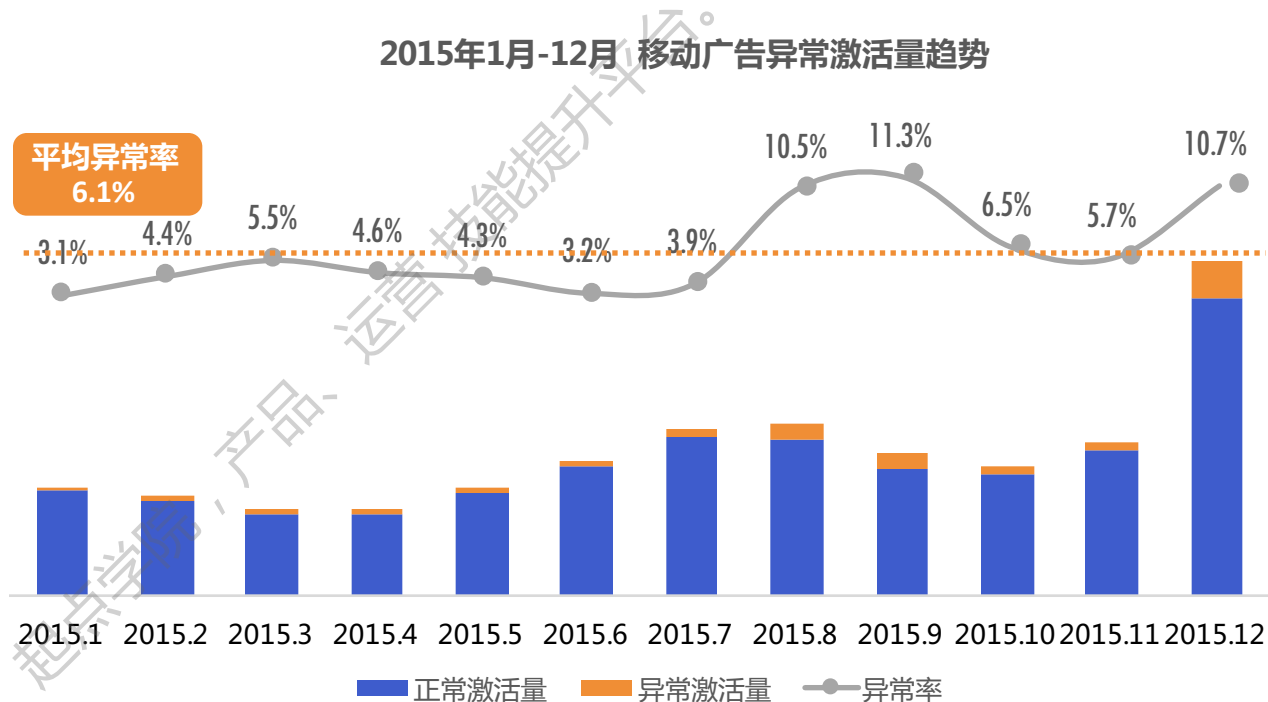
注释：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等。

移动广告监测-异常激活量趋势

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

异常激活量 在推广旺季增长 明显

平均每月的异常激活量占整体激活量的6.1%，在全年推广的热门时段，异常率有明显增长



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：异常的判定策略包括IP段离散度、异常转化时差、异常激活请求等。



2015移动广告行业趋势-移动端精准营销

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动品牌广告

移动效果广告

移动端精准营销

- 移动端精准营销-趋势解读
- 移动端精准营销-移动广告DMP投放份额及行业分布
- 移动端精准营销-DMP广告投放效果评价

移动端精准营销 从媒体定向时代向人群定向时代迈进

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



移动DMP-多维度数据精准定位目标受众

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

基于移动DMP标签的目标受众定位

人口属性

- 性别
- 年龄
- 职业
- 婚育情况
- 车辆情况

位置属性

- 省份
- 城市
- 常驻地
- 活动区域

终端特征

- 品牌
- 机型
- 网络
- 运营商
- 分辨率

关联应用

- 安装应用
- 使用应用
- TOP应用
- 应用分类

兴趣标签

- 应用兴趣
- 消费偏好
- 出入场所
- 媒体类型
- 行业倾向

移动DMP 广告主种子人群价值的扩展

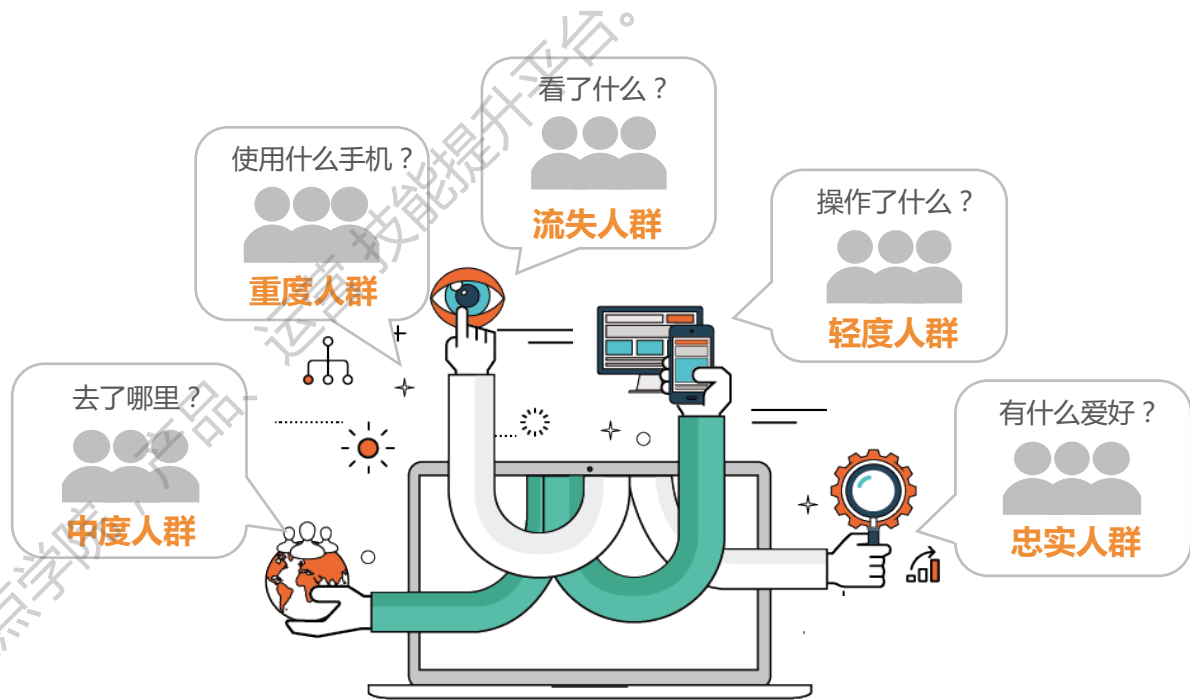
备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

广告主种子人群匹配与深入洞察

1、种子数据上传

2、自动匹配计算

3、自动创建人群



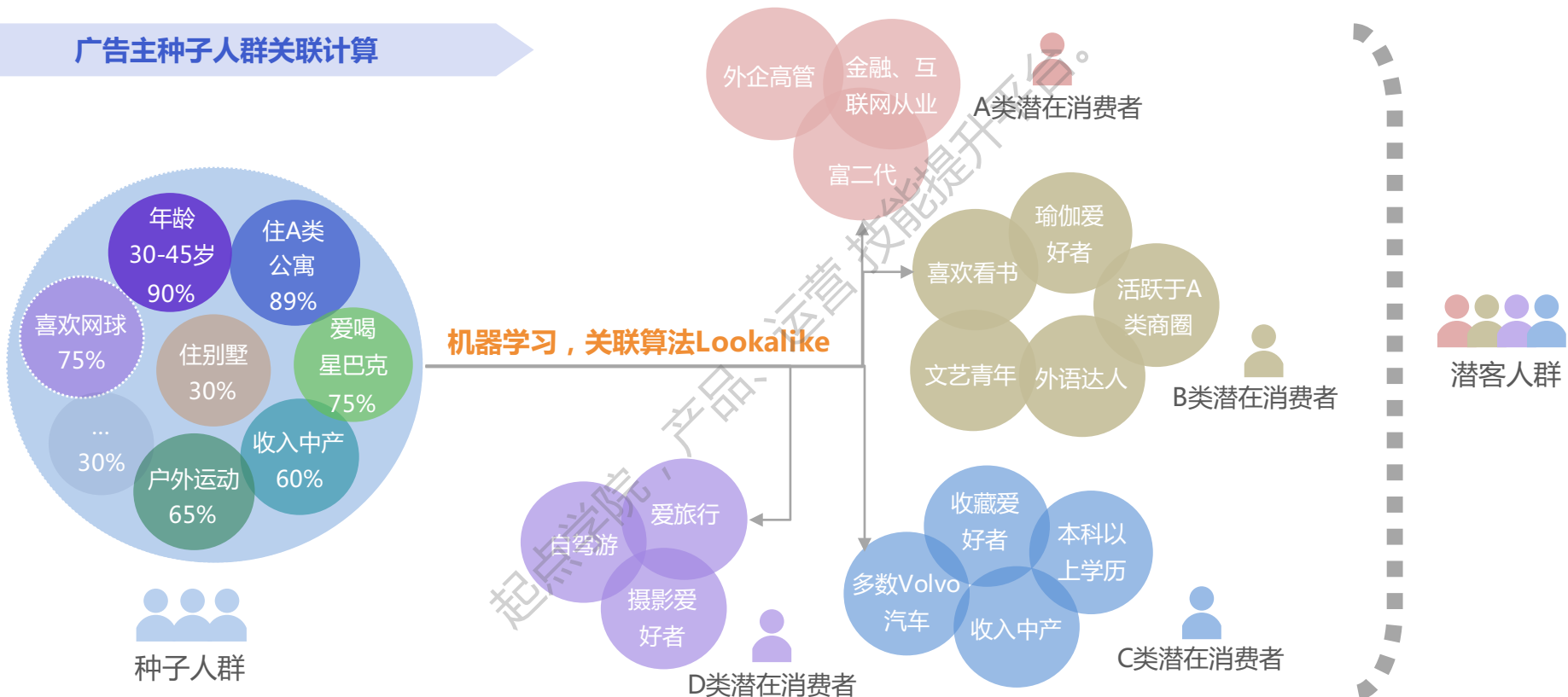
种子人群的深入洞察

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

移动DMP：广告主种子人群价值的扩展

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

广告主种子人群关联计算

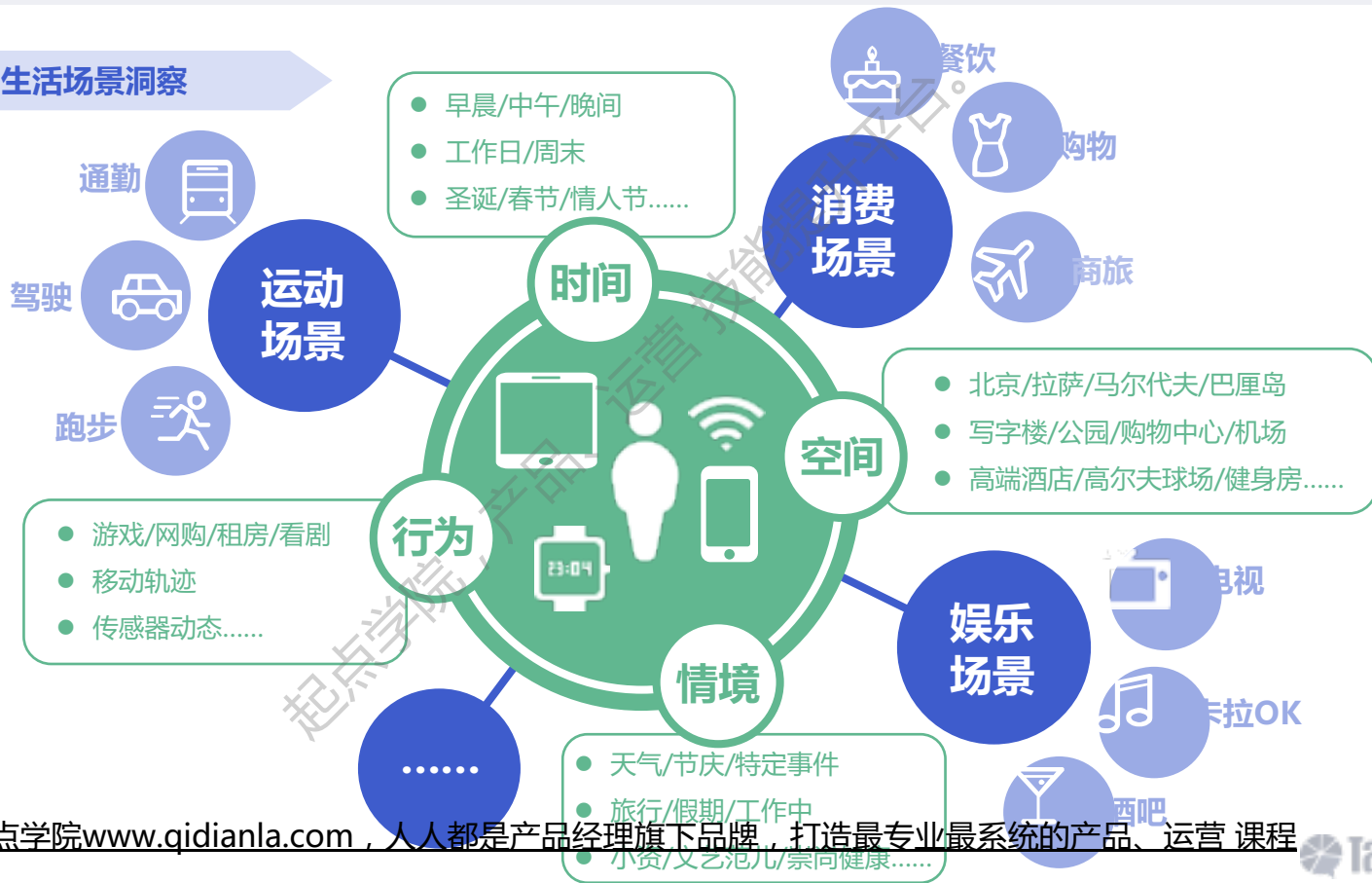


起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

移动DMP 关联场景的跨界营销，实现更高效与精准的触达

备注：起点学院/学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

复合数据源下的生活场景洞察



起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

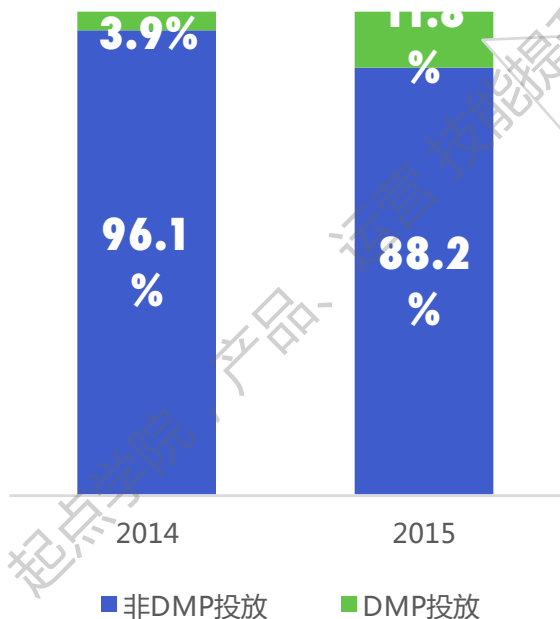
移动DMP 移动效果广告DMP投放份额及行业分布

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

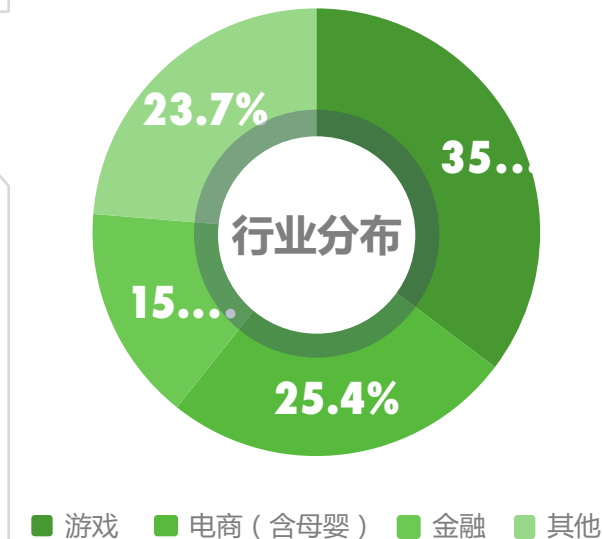
DMP投放份额增速约200%

2015年，移动效果广告中DMP投放的份额由去年的3.9%增长至11.8%，增幅约200%；采用DMP投放的广告主行业主要集中在游戏、电商、金融领域

2015年移动效果广告DMP投放份额



2015年DMP投放移动效果广告行业分布



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



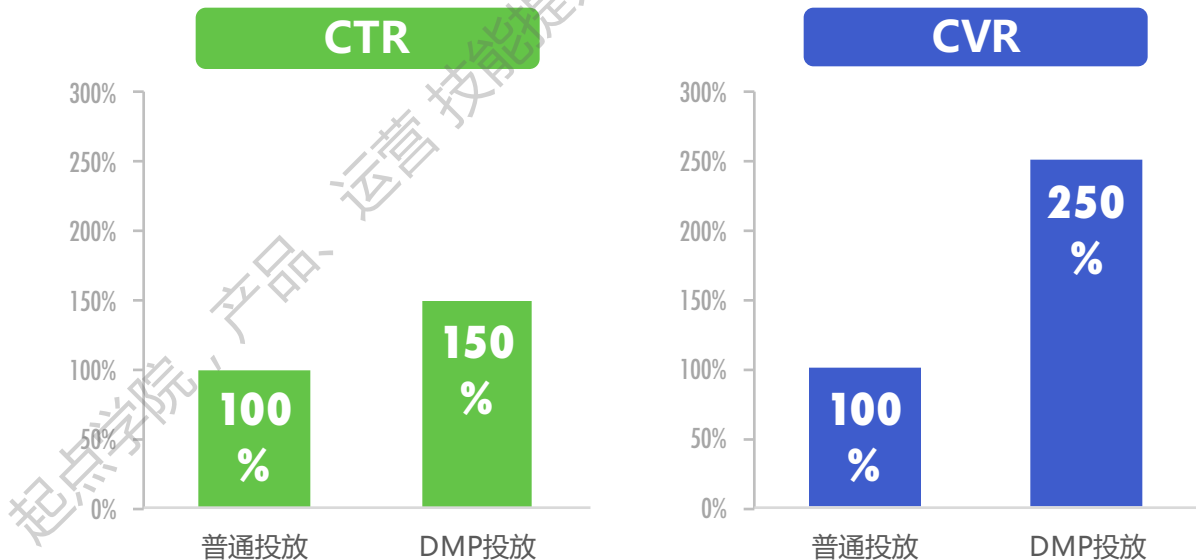
移动DMP-DMP投放广告效果评价

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

使用DMP投放 广告效果提升显著

与普通投放方式相比，使用DMP投放，CVR与CTR均有显著提升

移动效果广告-DMP投放与普通投放广告效果对比



起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

Part 02

2015年 移动效果广告榜单盘点

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动广告网络TOP20



点击量



激活量



投放热度



综合实力

移动广告网络 点击量TOP20

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
glispa	InMobi	百度联盟	腾讯社交广告 (广点通)	艾德思奇	Mobvista	Chartboost	AdWords	畅思	今日头条
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
									
多盟	百度搜索	安沃	有米	Approach	Unity Ads	Avazu Private Exchange	优酷视频	果合	MobPartner

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking监测数据，2015年各广告网络全年点击量总量进行排序。



移动广告网络 激活量TOP20

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
InMobi	多盟	有米	百度联盟	腾讯社交广告 (广点通)	AdWords	百度搜索	glispa	艾德思奇	畅思
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
									
巨掌移动广告平台	万普	今日头条	点入	Chartboost	AdView	限时免费大全	点乐	优酷视频	安沃

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking监测数据，2015年各广告网络全年激活量总量进行排序。

移动广告网络投放热度TOP20

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
AdWords	百度联盟	百度搜索	今日头条	安沃	多盟	腾讯社交广告 (广点通)	InMobi	UC	MdotM
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
									
微博粉丝通	有米	艾德思奇	百度DSP	力美	glispa	畅思	百思不得姐	Appcoach	点入

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking监测数据，2015年各广告网络全年推广活动数量进行排序。



移动广告网络 综合实力TOP20

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
腾讯社交广告 (广点通)	微博粉丝通	今日头条	陌陌原生广告平台	InMobi	百度搜索	AdWords	优酷视频	搜狗搜索	glispa
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
									
UC	百度联盟	多盟	畅思	有米	艾德思奇	神马搜索	Chartboost	Mobvista	安沃

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据各广告网络2015年的用户覆盖广度、点击量、媒体质量等维度指标，按权重配比综合计算结果进行排序

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

各行业投放渠道TOP10



游戏



电商



金融



旅游出行



新媒体



汽车



社交



教育

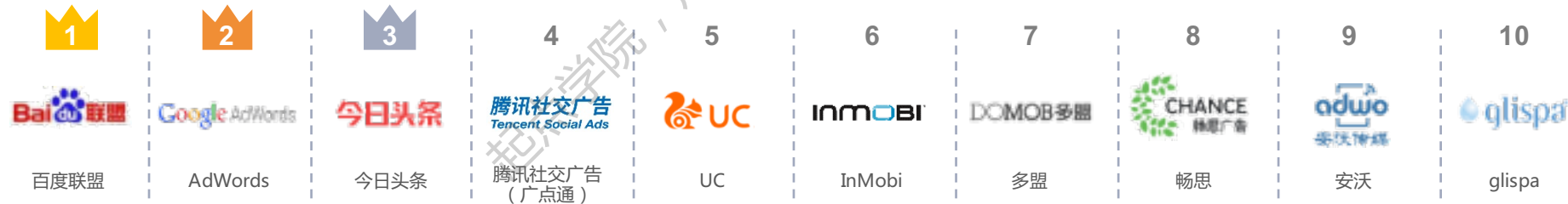
移动游戏行业广告投放渠道TOP10

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动电商行业广告-投放渠道TOP10

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权归原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动金融行业广告投放渠道TOP10

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动旅游出行行业广告 投放渠道TOP10

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动新媒体行业广告投放渠道TOP10

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

按点击量排名TOP10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
聚效广告平台	百度联盟	百度搜索	腾讯社交广告 (广点通)	畅思	AdWords	InMobi	多盟	安沃	今日头条

按投放热度排名TOP10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									
AdWords	百度联盟	安沃	百度搜索	微博粉丝通	聚效广告平台	腾讯社交广告 (广点通)	InMobi	多盟	有米

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动社交行业广告投放渠道TOP10

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权归原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名

移动汽车行业广告-投放渠道TOP10

备注：起点学院学员收集资料于网络，版权归原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



移动教育行业广告-投放渠道TOP10

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

按点击量排名TOP10



按投放热度排名TOP10



起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

注释：根据TalkingData Ad Tracking移动广告监测平台2015年监测数据进行排名



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

移动应用市场TOP10



用户覆盖率

移动应用市场 用户覆盖率TOP10

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

硬件品牌应用市场 成为重要分发渠道

截止2016年2月，用户覆盖率排名前十的应用市场中，半数席位由手机品牌厂商自有市场占据，应用宝用户覆盖居首位，360手机助手、小米应用商店分别居第二、第三位

2016年2月 移动应用市场用户覆盖率TOP10

1		应用宝	6		华为应用市场
2		360手机助手	7		OPPO软件商店
3		小米应用商店	8		步步高应用商店
4		百度手机助手	9		谷歌应用商店
5		小米游戏中心	10		安卓市场

起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

ABOUT TD

关于TalkingData

- ▶ **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年9月，2013年完成千万美元A轮融资（北极光领投），2014年完成数千万美元的B轮融资（MileStone和软银领投），总部位于北京，在美国硅谷，日本东京，上海都设有分公司。
- ▶ 经过近四年的高速发展，**TalkingData**逐步打造了由开发者服务平台，数据服务平台，数据商业化平台为中心的数据生态体系，覆盖超过**32亿**独立智能设备，服务超过**12万**款移动应用，以及**10万**多应用开发者。
- ▶ 公司服务的客户既有如：腾讯，百度，网易，搜狐，360，Google，Yahoo，Zynga，宝开，聚美，唯品会，滴滴打车等知名互联网企业，又有中国银联，招商银行，兴业银行，中信银行，平安集团，国信证券，海通证券，Orchirly，碧桂园，亨得利，全城热恋等传统行业巨头。我们在移动互联网发展过程中创造数据价值，并帮助传统行业积极拥抱未来。

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程



备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

观数据星象 解移动风云

移动观象台



www.talkingdata.com

扫二维码立即访问



起点学院 www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。



Thanks!

关注TalkingData官方微信获取最新移动数据资讯

www.talkingdata.com