



2014年移动互联发展呈现三大走势， 广告主应借力打力，撬动移动营销：

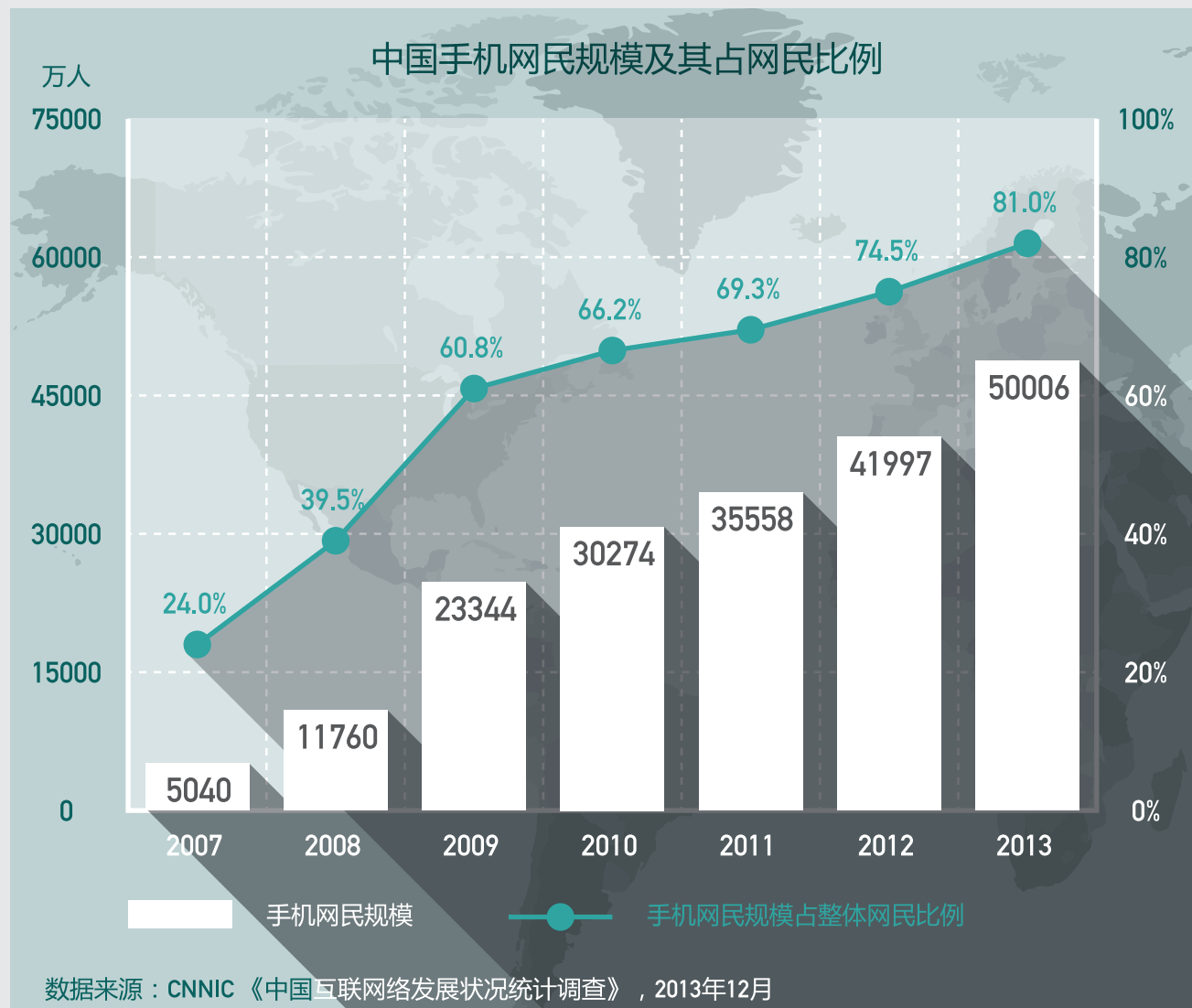


- ★ 手机网络用户规模的持续增长，促进各类手机应用的使用。
- ★ 直投APP的品牌广告以及通过移动应用广告平台投放的APP广告，均在高速发展。
- ★ O2O服务和LBS服务兴起，广告主应将移动营销与线下业务结合，实现O2O服务。



支点1：5亿手机网民造就重要营销入口

截至2013年12月，中国手机网络用户规模达5亿，较2012年底增加8,009万人，网络用户中使用手机上网的人群占比由2012年底的74.5% 提升至81.0%，手机网络用户规模继续保持稳定增长。



500,000,000



截至2013年12月，
中国手机
网络用户
规模达5
亿

支点2：直投APP广告以及移动应用广告平台均能成为广告主依靠



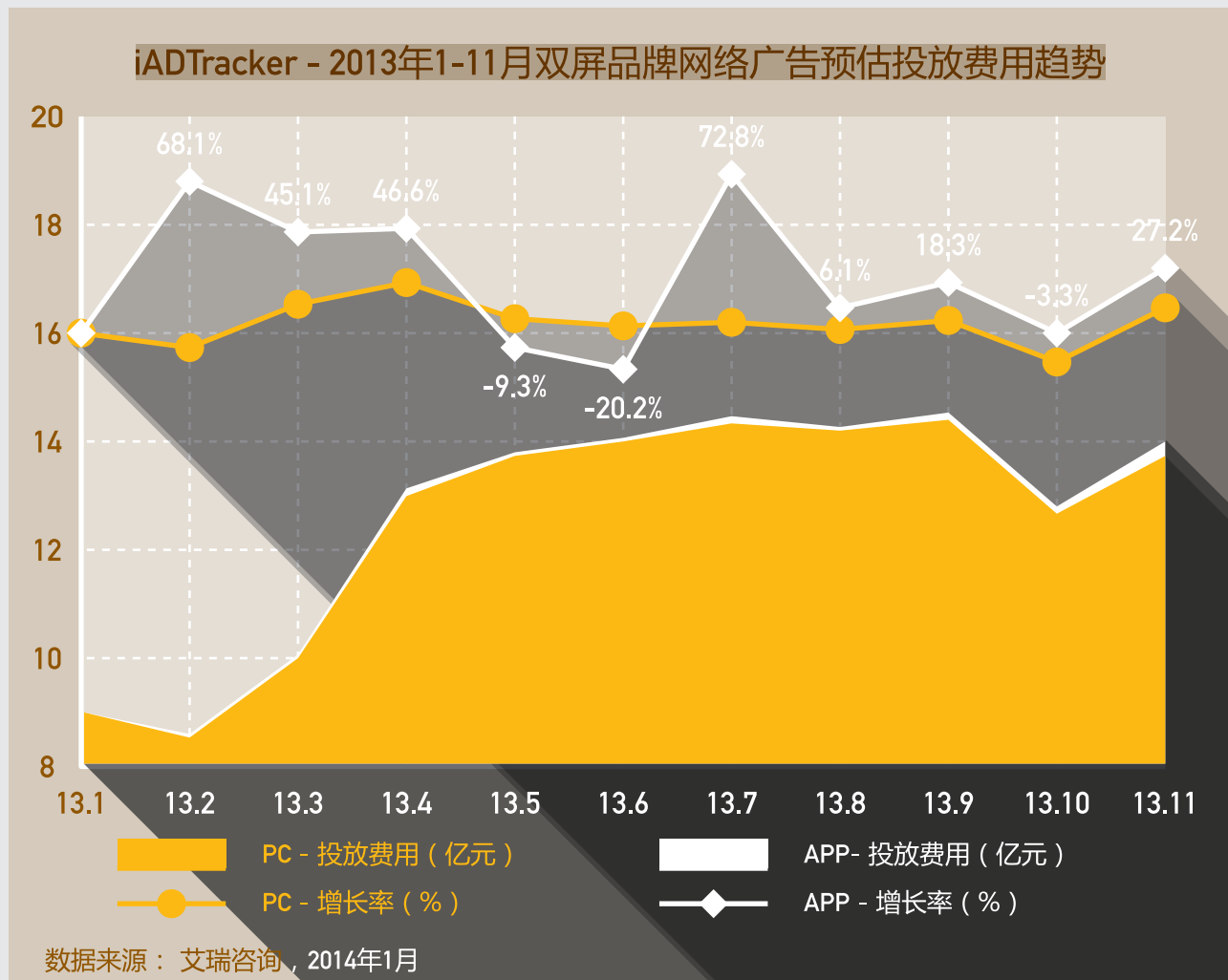
对广告主而言，投放APP广告成为接触移动端用户的首选。



移动端APP广告增速惊人

得益于手机应用APP的多样性和深入性，尤其是新型即时通信工具和生活类应用的推动下，手机上网对日常生活的渗透进一步加大，在满足网络用户多元化生活需求的同时提升了手机网民的上网黏性。

2013年1月至11月，移动端APP广告投放规模尽管相较PC端仍十分有限，但从增长率趋势来看，则显著高于PC端，平均环比增长率达25.1%。其中，2013年7月环比增长一度达到72.8%。

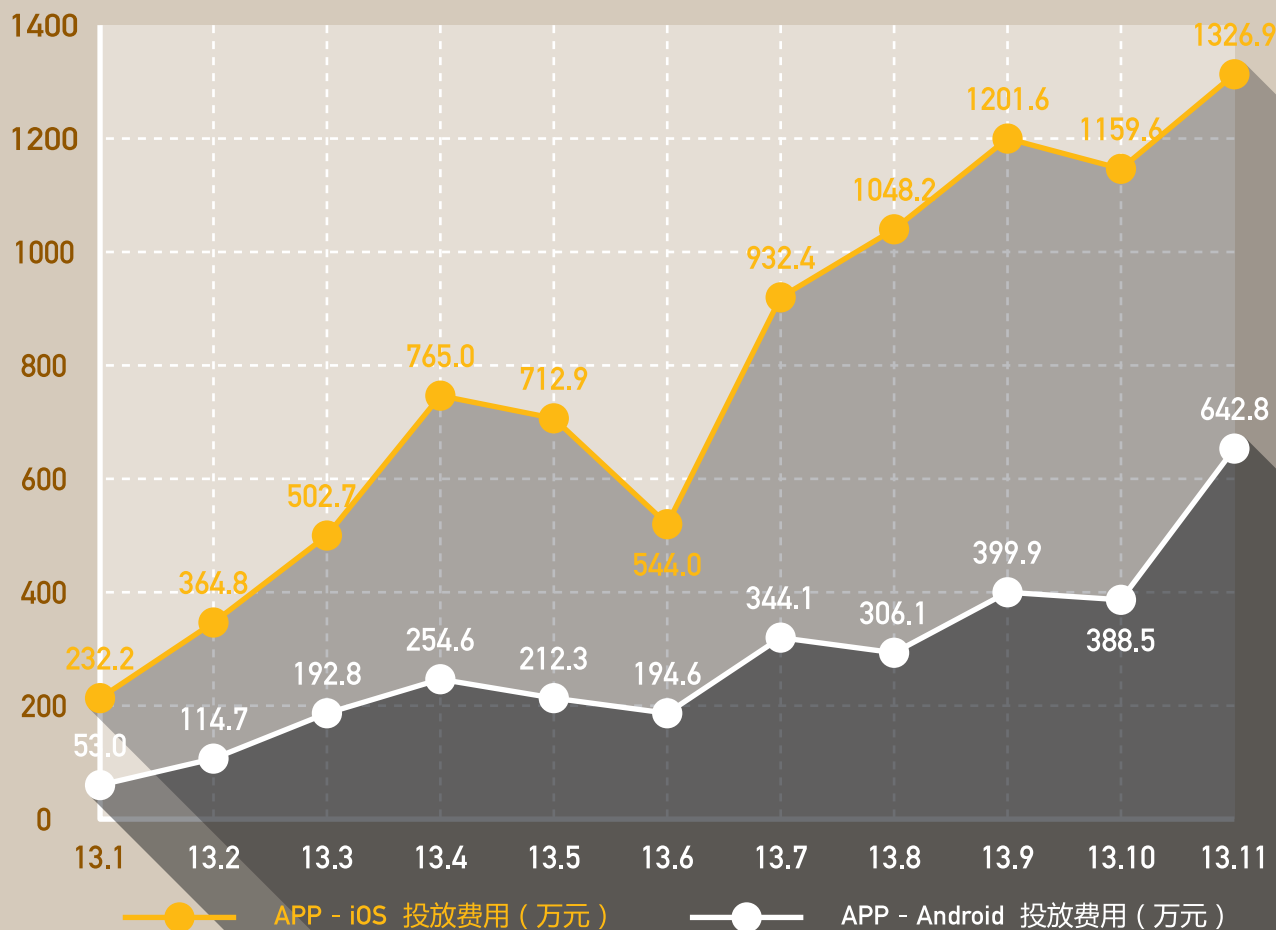


支点2：直投APP广告以及移动应用广告平台均能成为广告主依靠

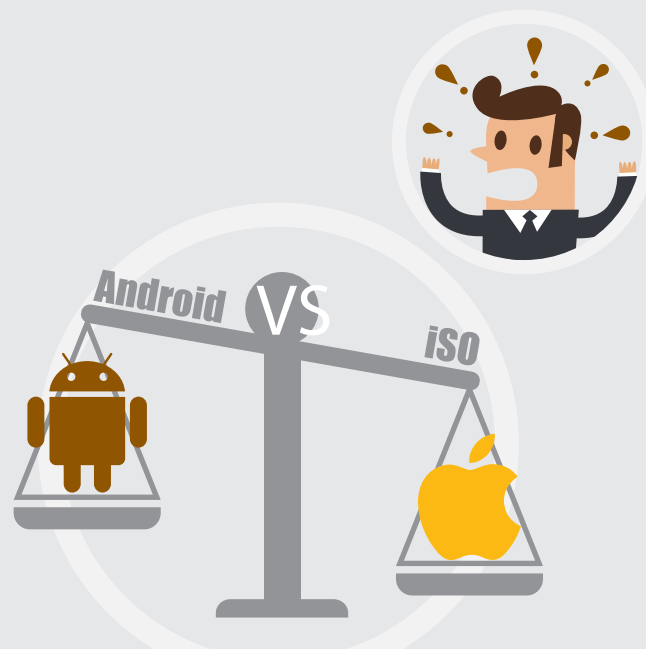


以精致生活方式为主要诉求的广告主应着重iOS平台，而以促销价低为诉求的广告主应更多依赖Android平台。

iADTracker - 2013年1-11月不同操作系统下的APP广告预估投放费用对比



数据来源：艾瑞咨询《2012-2013年中国移动应用广告平台数据监测报告》，2014年1月



需求不同，平台不同

广告主投放APP广告时，尽管Android系统移动终端持有量较iOS更多，但从投放监测数据来看，广告主目前的投放仍向iOS平台倾斜，因iOS用户的高知识构成和高消费能力适合率先摸索移动营销的大品牌广告主。

当移动营销普及之后，更多面向普通消费者的广告主品牌，应适时的转入Android平台，扩大用户覆盖。

支点2：直投APP广告以及移动应用广告平台均能成为广告主依靠

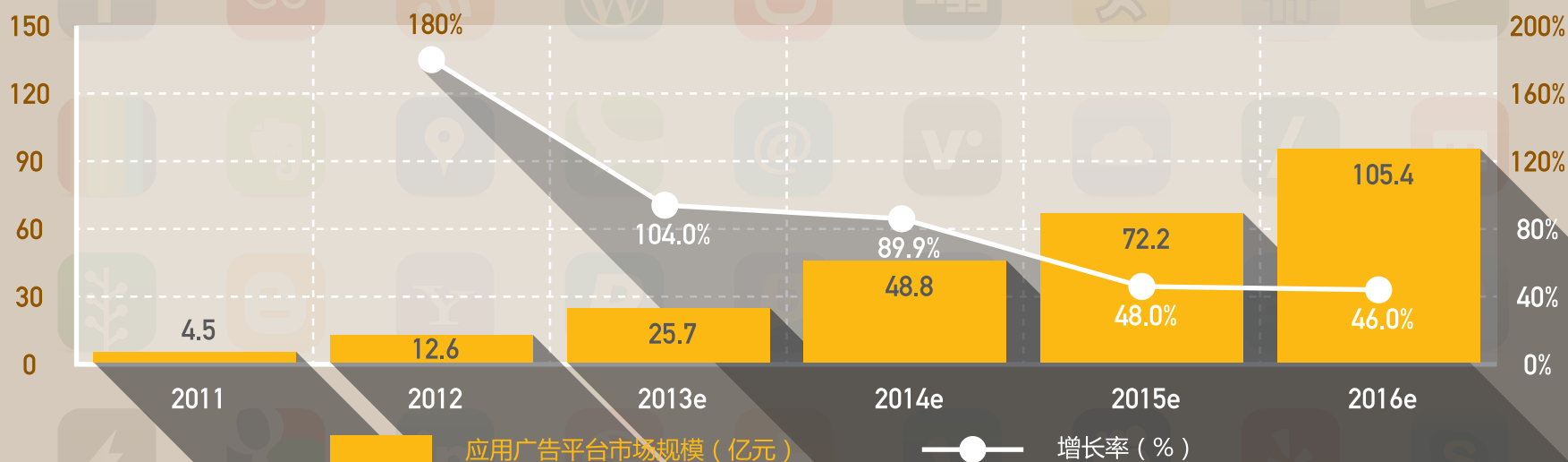
移动广告显现程序化购买迹象

移动应用广告平台发展迅猛，成为广告主投放长尾APP重要渠道。2012年移动应用广告平台市场规模增长到12.6亿，预期2013年会增长到25.7亿，而未来几年会继续保持高增长率。这一增长的大背景是移动应用生态得到了爆发式发展，APP应用数量直线增长、应用创新不断涌现、用户认可越来越高。于是，在此之上的营销模式也得到了长足进步。



- 广告主面对数以万计的长尾APP进行投放时，通过移动应用广告投放可以节省选择成本，聚焦目标用户；移动应用广告平台的展现形式如插屏广告、全屏广告、积分墙等也极大的刺激了用户互动效果。
- 2014年，广告主应该留意移动广告在网络展示广告程序化购买和RTB模式的影响下，逐渐出现的程序化购买迹象，这有助于移动广告实现全面实效化。

2011 - 2016年中国应用广告平台市场规模



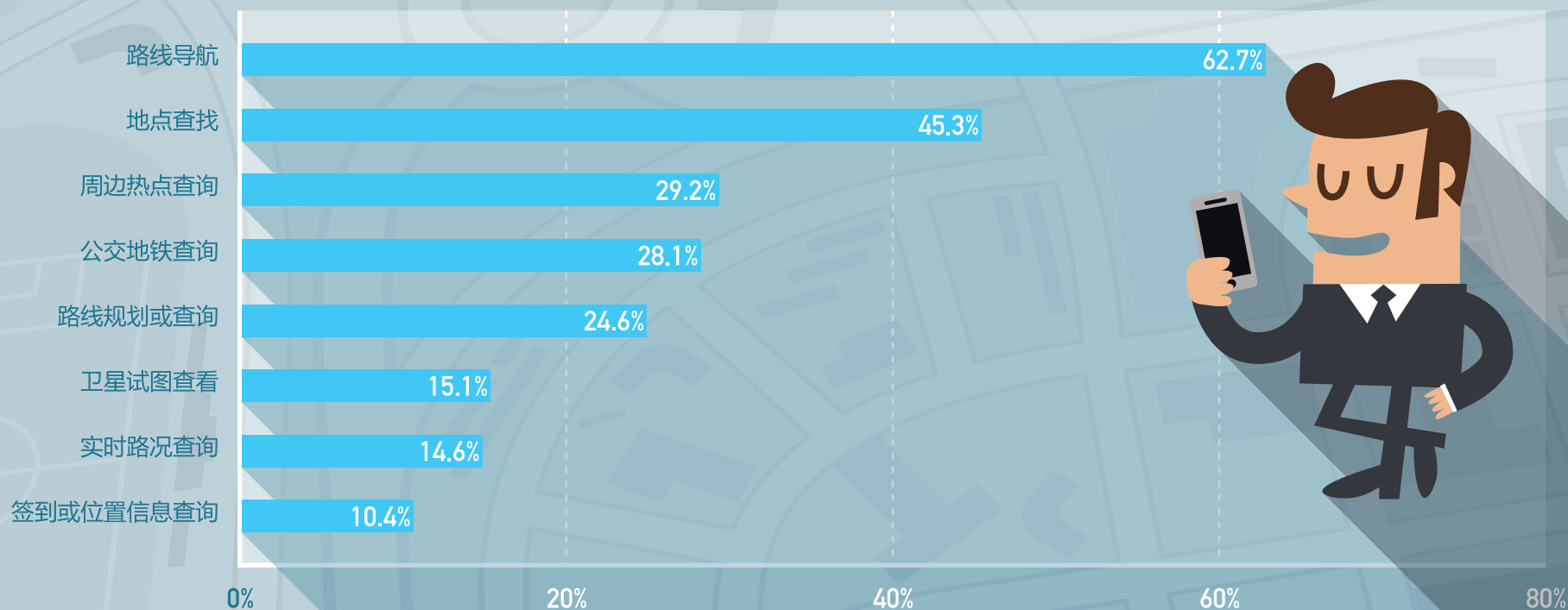
数据来源：艾瑞咨询《2012-2013年中国移动应用广告平台数据监测报告》，2013年9月

支点3：O2O+LBS成为生活服务入口，广告主应拥抱O2O

移动端特有的定位服务催生出更多新的应用模式，重构了传统行业的业务模式，O2O和LBS服务成为了网络用户生活服务的入口，用户对地理位置信息的依赖从未像今日这般强烈。

在手机地图常用的使用功能中，周边生活信息等热点查询的比例已达29.2%；签到或位置信息分享比例为10.4%。手机与位置信息有密切的关系，地理位置信息不仅可以成为衣食住行等一系列生活服务的入口，也可以衍生出众多移动应用，成为基于用户位置与线下商户之间关联各种O2O应用的平台。

手机地图用户在手机地图上使用功能情况



数据来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计调查》，2013年12月

支点3：O2O+LBS 成为生活服务入口，广告主应拥抱O2O



- 对广告主而言，应该将移动营销与自身线下业务紧密结合，充分利用地理位置信息，实现O2O服务，例如将促销团购信息与地图产品结合、将线下实体店配送与O2O类的APP合作等等，借助新兴应用的普及，让传统的店面再度处于关注焦点。

- 另外，地理位置信息是精准营销、个性化推荐和数据挖掘等的基础。广告主可以利用用户和商家的位置信息，了解用户的分布情况和对线下实体店的访问情况、如何获取用户以及如何对用户进行精准营销。对于依托用户地理位置信息提供服务的APP，广告主要特别留意加强合作，与之一道创新移动营销的新模式。

高德地图iOS APP
中的酒店团购功能



百度地图iOS APP
中的打车功能





Thank you

网站：i-click.com

官微：Weibo.com/iclickasia

邮箱：sales@i-click.com

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。