

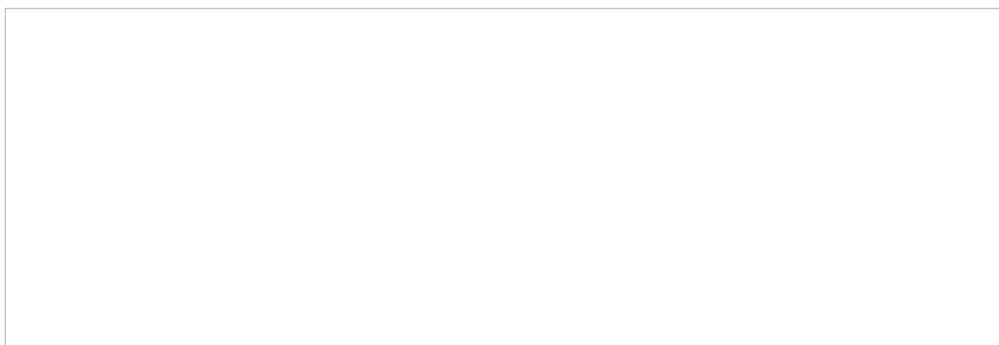
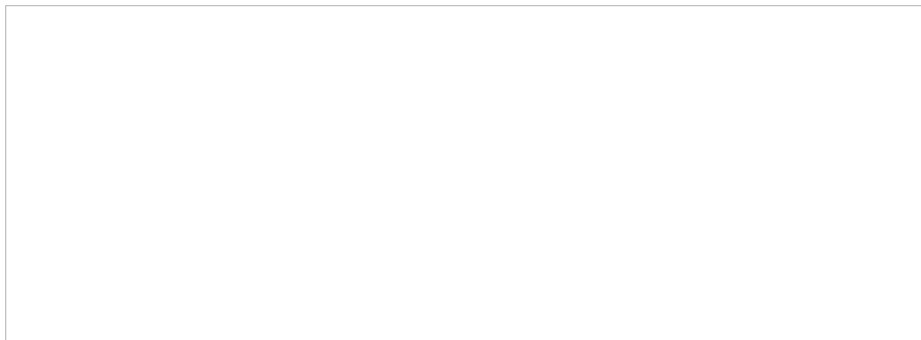
转 akamai：与看视频广告等待相比，用户更不能忍受缓冲等待

2013年11月02日 00:30:16 阅读数：2066

根据akamai的研究，网络视频广告的位置对于完成率的影响最大，间插广告的完成率比前贴片广告要高18.1%，而前贴片广告比后贴片广告的完成率要高14.3%。

□

网站的重复访客的视频广告观看完成率比一时兴起的访客要高。视频网站用户对视频广告的忍受能力要好于对缓慢加载的视频。与花10秒钟看前贴片视频广告相比，用户放弃缓冲载入超过10秒钟的视频内容的放弃率要高3倍。在视频开始时体育内容观众尤甚。而在视频观看过程中，对于出现缓冲的情况，新闻用户放弃的现象更加明显。



注：本文很有参考价值。可以参考用于互联网视频的QoE研究。

原文地址：<http://www.dvbcn.com/2013/10/31-104595.html>

文章标签：[qoe](#) [缓冲](#) [视频](#) [广告](#)

个人分类：[视频质量评价](#) [综合/IT与广电](#)

此PDF由spygg生成,请尊重原作者版权!!!

我的邮箱:liushidc@163.com