

# 网络广告市场规模超900亿

2017Q3网络广告及细分媒体市场



## 网络广告总体规模：

2017Q3网络广告规模939.6亿元，同比增速28.8%，信息流广告占比超过17%。随着十一假期、双十一、圣诞等活动和节日的陆续到来预计在Q4网络广告规模仍将具有较大的增长空间。



## 在线视频及泛娱乐直播市场：

2017Q3中国在线视频企业收入达218.6亿元，广告市场规模达120.2亿元，同比增长30.7%。2017Q3泛娱乐直播市场规模达到110.4亿元，受暑期季度变化影响，及游戏赛事密集，带来整体市场规模提升。



## 社交网络市场：

2017Q3中国社交广告规模超过100亿，同比增速超50%，整体用户规模平稳增长。



## 新闻资讯市场：

2017Q3中国新闻资讯广告规模80.6亿元，移动端占比83.5%。移动新闻资讯行业格局分化已较为清晰，头部移动新闻资讯平台获得了行业绝大部分的资源与收益，因而其广告收入的变化对于行业整体广告收入变化的影响也较为显著。

2017Q3网络广告发展情况分析

1

2017Q3视频及直播行业发展情况分析

2

2017Q3社交网络发展情况分析

3

2017Q3新闻资讯发展情况分析

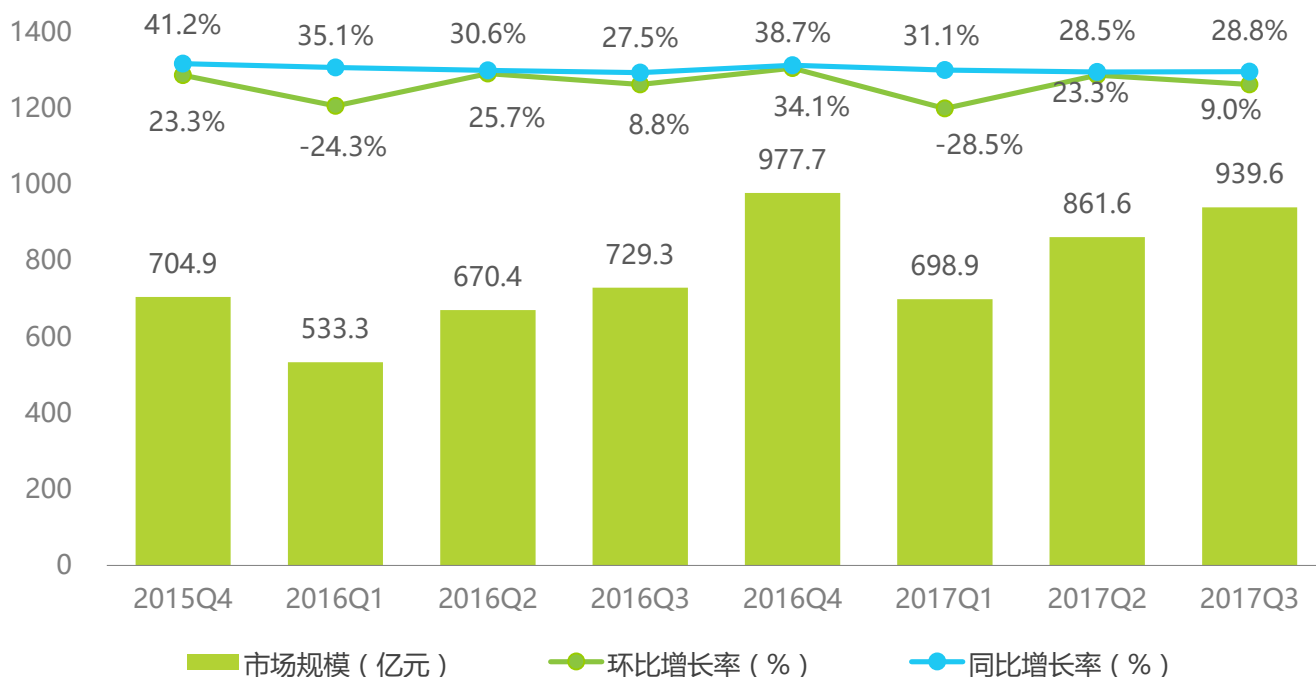
4

# 2017Q3中国网络广告市场规模

## 网络广告2017Q3规模超过900亿元，同比增速28.8%

2017Q3，中国网络广告季度市场规模为939.6亿元，环比增长率为9.0%，与去年同期相比增长28.8%。整体来看，网络广告市场增速较为稳定，广告主在下半年的投放预算有较大提升。随着十一假期、双十一、圣诞等活动和节日的陆续到来预计在Q4网络广告规模仍将具有较大的增长空间。

### 2015Q4-2017Q3中国网络广告市场规模



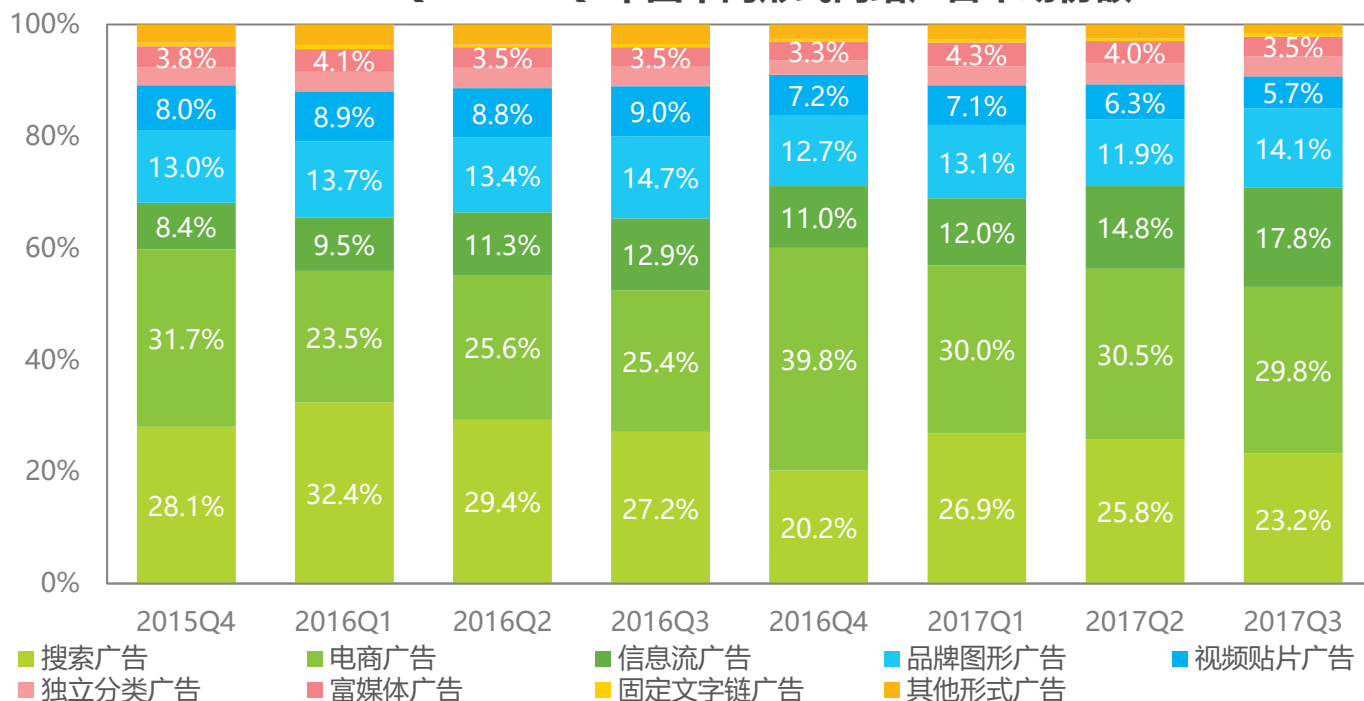
注释：1.网络广告市场规模按照媒体收入作为统计依据，不包括渠道代理商收入；2.此次统计数据包含搜索联盟的联盟广告收入，也包含搜索联盟向其他媒体网站的广告分成。  
来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

# 2017Q3中国各形式网络广告市场规模

## 单季度信息流广告占比达17.8%

2017Q3中国网络广告各形式中，电商广告占比为29.8%，与去年同期份额增长4个百分点，信息流广告占比超过17%，继续保持高速增长。搜索广告占比与上季度相比虽略有下降，份额为23.2%，Q4受到电商广告增幅较大的影响，搜索广告的占比或将继续下降。

### 2015Q4-2017Q3中国不同形式网络广告市场份额



注释：1.搜索广告包括搜索关键字广告及联盟广告；2.电商广告包括垂直搜索类广告以及展示类广告，例如淘宝、去哪儿及导购类网站；3.分类广告从2014年开始核算，仅包括58同城、赶集网等分类网站的广告营收，不包含搜房等垂直网站的分类广告营收；4.信息流广告从2016年开始独立核算，主要包括社交、新闻资讯、视频网站中的信息流品牌及效果广告等；信息流广告收入以媒体实际收入为准，未考虑企业财报的季节性波动而导致的收入误差；5.其他形式广告包括导航广告、电子邮件广告等。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2017Q3网络广告发展情况分析

1

2017Q3视频及直播行业发展情况分析

2

2017Q3社交网络发展情况分析

3

2017Q3新闻资讯发展情况分析

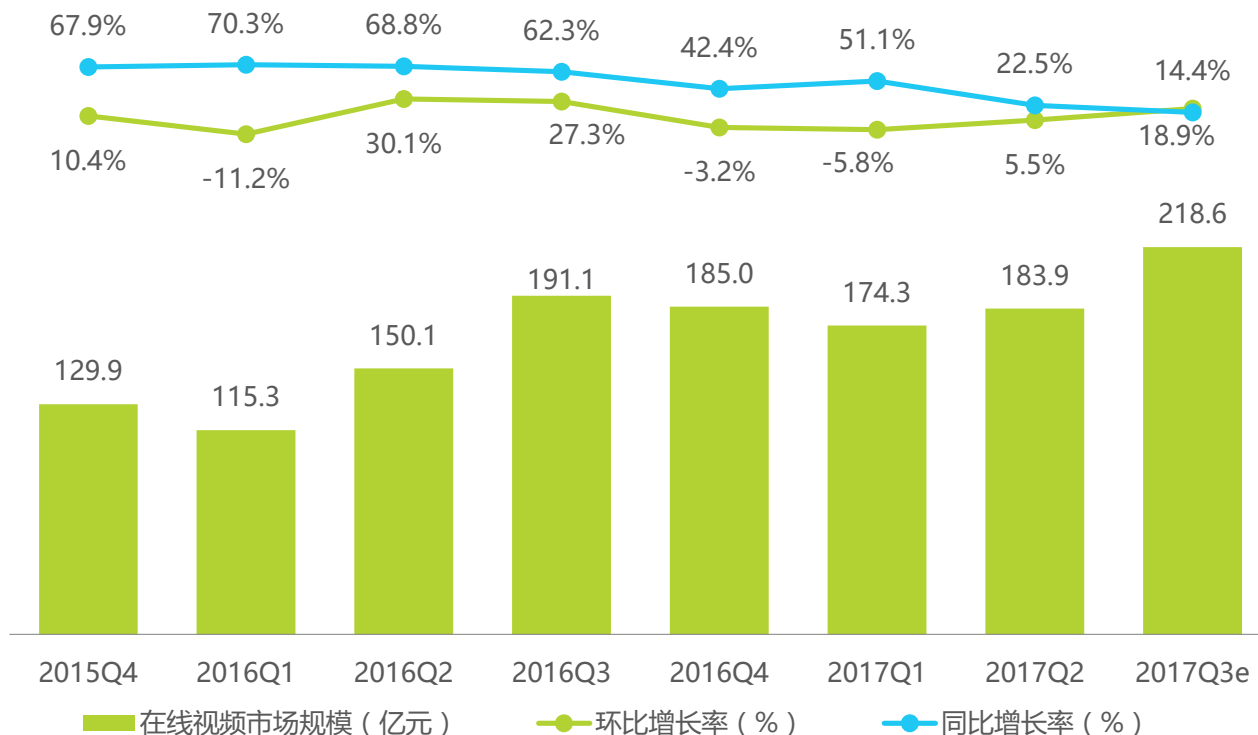
4

# 中国在线视频季度市场规模

## 整体市场规模：2017Q3达218.6亿元，同比增速14.4%

2017Q3，中国在线视频季度市场规模为218.6亿元，环比增长18.9%，同比增长14.4%。根据以往经验，暑假期间，在线视频用户规模及用户粘性提升明显，且本季度自制内容及头部内容上线集中，带来广告及用户付费规模的显著增长。

### 2015Q4-2017Q3中国在线视频行业季度市场规模



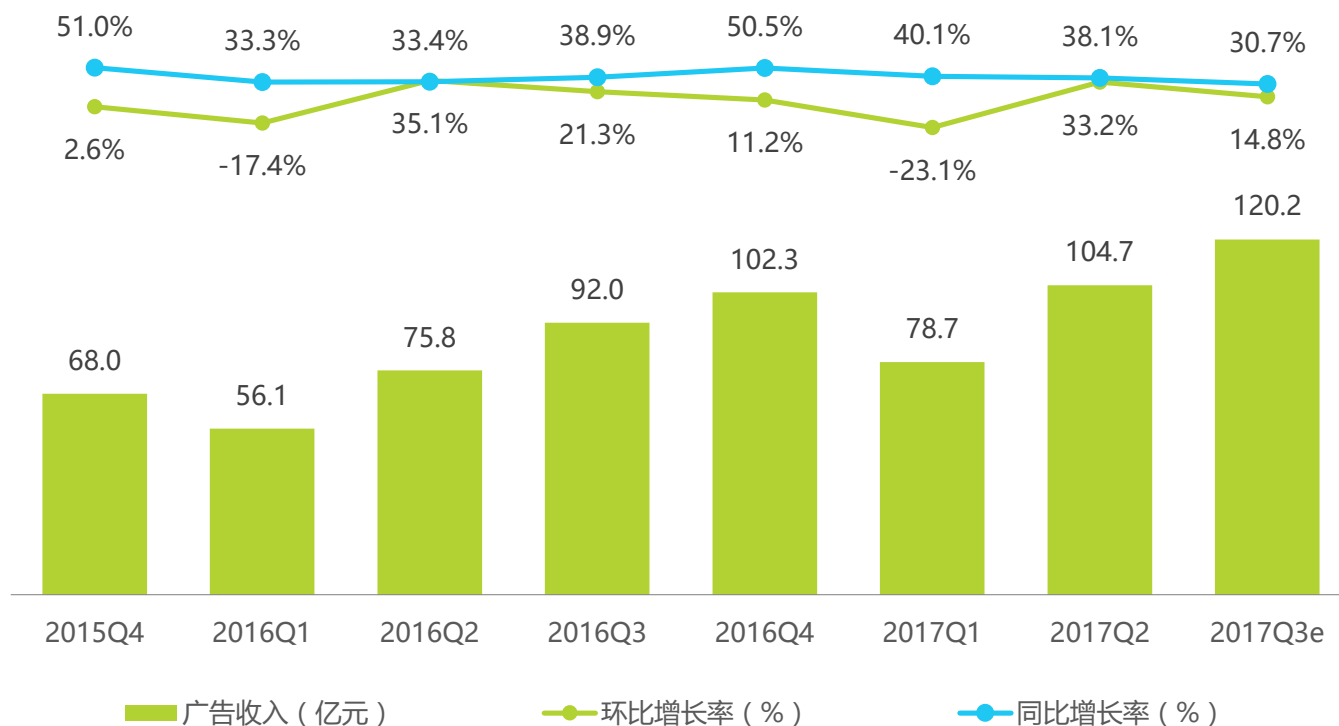
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

# 中国在线视频季度广告市场规模

## 广告市场规模：信息流广告为整体市场带来新的活力

2017Q3，中国在线视频广告市场规模达120.2亿元，同比增长30.7%，环比上涨14.8%。在贴片广告增速放缓的情况下，各视频平台逐渐进行创新广告形式尝试，目前来看，信息流广告取得较大成功，并反推在线视频平台改变产品内容布局形态。

### 2015Q4-2017Q3中国在线视频行业广告市场规模



来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。



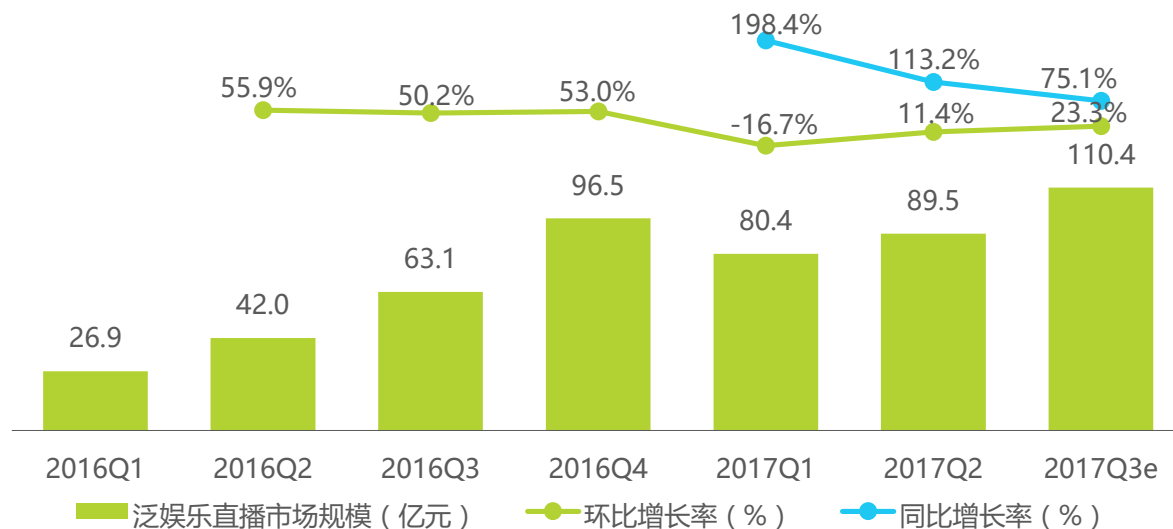
# 中国泛娱乐直播季度市场规模

## 市场规模：整体市场规模达110.4亿元，同比增长111.4%

2017Q3泛娱乐直播市场规模达到110.4亿元，同比增长75.1%，环比增长23.3%。

艾瑞分析认为，2017Q3受暑期季度变化影响，及游戏赛事密集，带来整体市场规模提升。当前整体用户规模趋于稳定，付费用户数量增长放缓，未来泛娱乐直播的重心将集中于ARPU值增长拉动企业营收提升。此外，游戏类直播营销尝试发展迅速，带来更多创意互动方式，预计未来将有良好发展。

### 2016Q1-2017Q3中国泛娱乐直播市场规模



注释：泛娱乐直播包括综合类社交直播平台、秀场直播平台及游戏直播平台。目前统计规模仅包括用户打赏部分，直播行业在营销领域仍处于初级阶段，营销收入占比较少，暂未考虑。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

# 中国泛娱乐直播用户规模

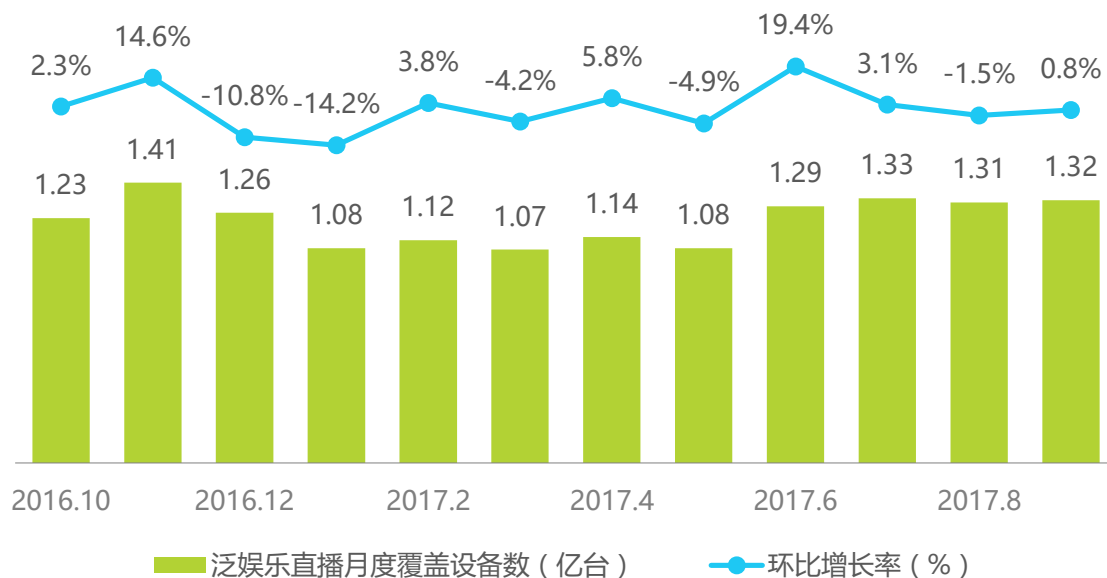
## 受暑期档影响，用户规模小幅提升，但整体仍较为平稳

艾瑞整理统计数据发现，2017年以来泛娱乐直播用户规模持续震荡，总体规模保持在1.1亿上下浮动。至2017年6月，直播用户重新回归上升趋势。受暑期档影响，泛娱乐直播用户回暖明显。

艾瑞分析认为，用户规模趋于稳定为企业带来新的挑战，单纯依靠用户打赏的商业模式难以持续带动企业营收的高速增长，未来各平台将会进行更加多元的收入模式探索。

mUsersTracker-2016年10月-2017年9月

泛娱乐直播月度覆盖设备数变化



来源：mUserTracker.2017.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

2017Q3网络广告发展情况分析

1

2017Q3视频及直播行业发展情况分析

2

2017Q3社交网络发展情况分析

3

2017Q3新闻资讯发展情况分析

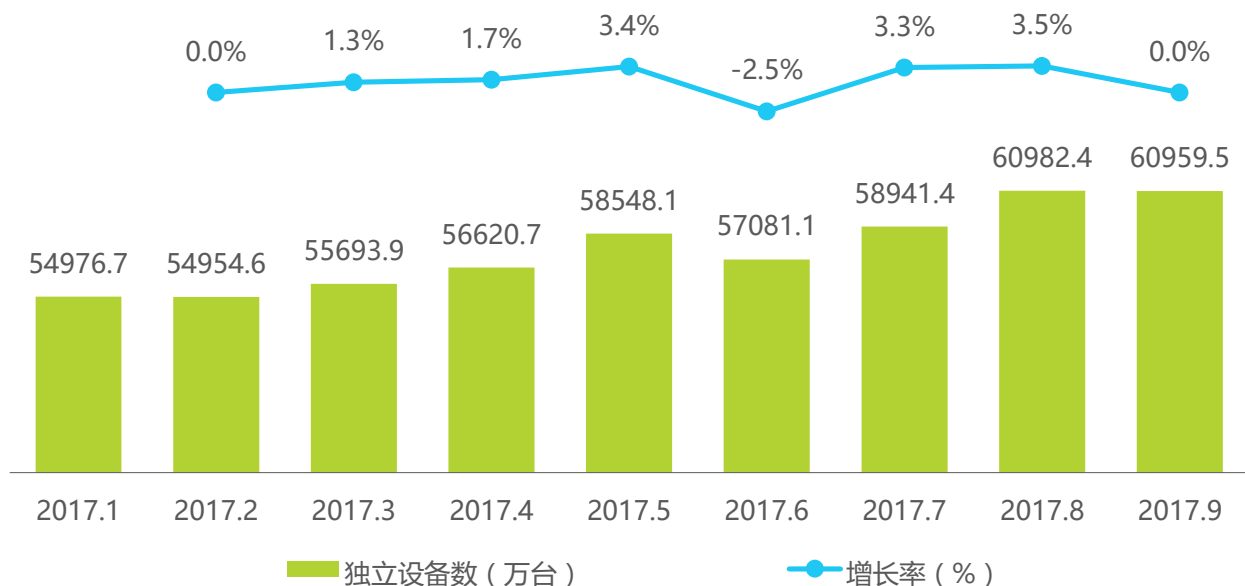
4

# 中国社交APP月度独立设备数走势

## 中国社交APP活跃用户长期保持平稳增长

据艾瑞数据显示，中国社交APP月度独立设备数自2017年1月以来长期保持平稳增长，仅在2017年6月份有小幅下跌，涨幅明显，中国社交APP的用户规模随着向人口结构的横向及纵向扩展而不断提升，但长期来看，人口红利期将很难再一次促进行业的爆发式增长，未来的发展仍要靠新的模式和精细化的运营。

### 2017年1月-2017年9月中国社交APP月度独立设备数走势



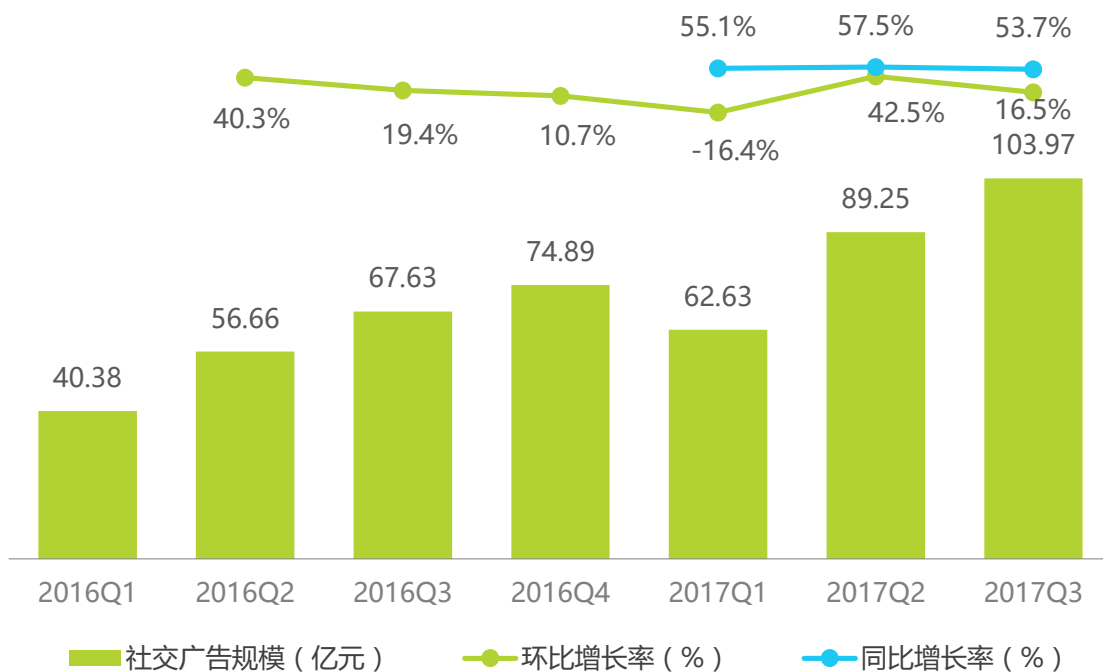
来源：mUserTracker.2017.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。

# 中国社交广告季度市场规模

## 2017Q3中国社交广告规模超过100亿，同比增速超50%

2017Q3中国社交广告规模为103.97亿元，同比增速达到53.7%。社交媒体在原生广告方面的布局不断增加，原生广告形式也从图文向视频转换，短视频营销也成为新的营销手段。随着广告原生程度的加强，社交广告的潜在价值也在不断被挖掘，与其他媒体的协同效应凸显。

### 2016Q1-2017Q3中国社交网络广告市场规模



注释：中国社交广告收入以媒体广告收入作为统计指标，包括中国社交网站PC端与移动端的广告收入。社交网站含通讯社交产品、独立网络社区，百度旗下社交产品百度贴吧，门户网站旗下社交产品如微博、微信、QQ、QQ空间等。

来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

2017Q3网络广告发展情况分析

1

2017Q3视频及直播行业发展情况分析

2

2017Q3社交网络发展情况分析

3

2017Q3新闻资讯发展情况分析

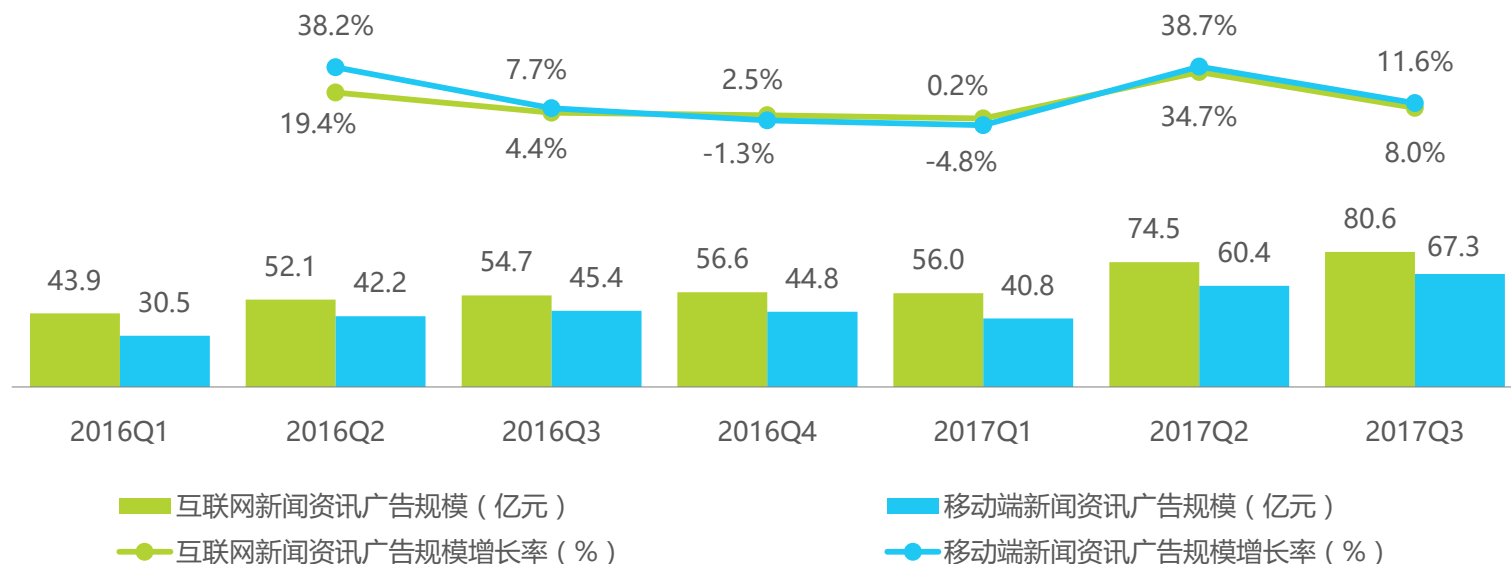
4

# 中国互联网新闻季度广告市场规模

## 2017Q3互联网新闻资讯广告规模80.6亿元，移动端占比83.5%

2017Q3，中国互联网新闻资讯广告规模达到80.6亿元，环比增长8.0%，增幅略有下降；同时，移动端新闻资讯广告收入规模达到67.3亿元，同比增长11.6%，整体变化趋势与互联网新闻资讯广告规模变化情况相近，并在其中占比达到83.5%。总体而言，移动端新闻资讯广告收入在整体互联网新闻资讯广告收入中的占比已达到较高水平，其数值波动将引起互联网新闻整体广告收入的相应变化。另一方面，移动新闻资讯行业格局分化已较为清晰，头部移动新闻资讯平台获得了行业绝大部分的资源与收益，因而其广告收入的变化对于行业整体广告收入变化的影响也较为显著。

### 2016Q1-2017Q3中国互联网新闻资讯及移动端新闻资讯广告规模及趋势



注释：1.互联网新闻资讯市场规模包含传统新闻机构设立的新闻网站/客户端、门户网站/客户端、新兴崛起类新闻网站/客户端及其他新闻媒体平台收入，不包含其旗下其他业务收入（如视频、社交、搜索等业务收入及线下收入）；2.互联网新闻资讯市场规模及移动端新闻资讯市场规模统计口径为企业广告收入。

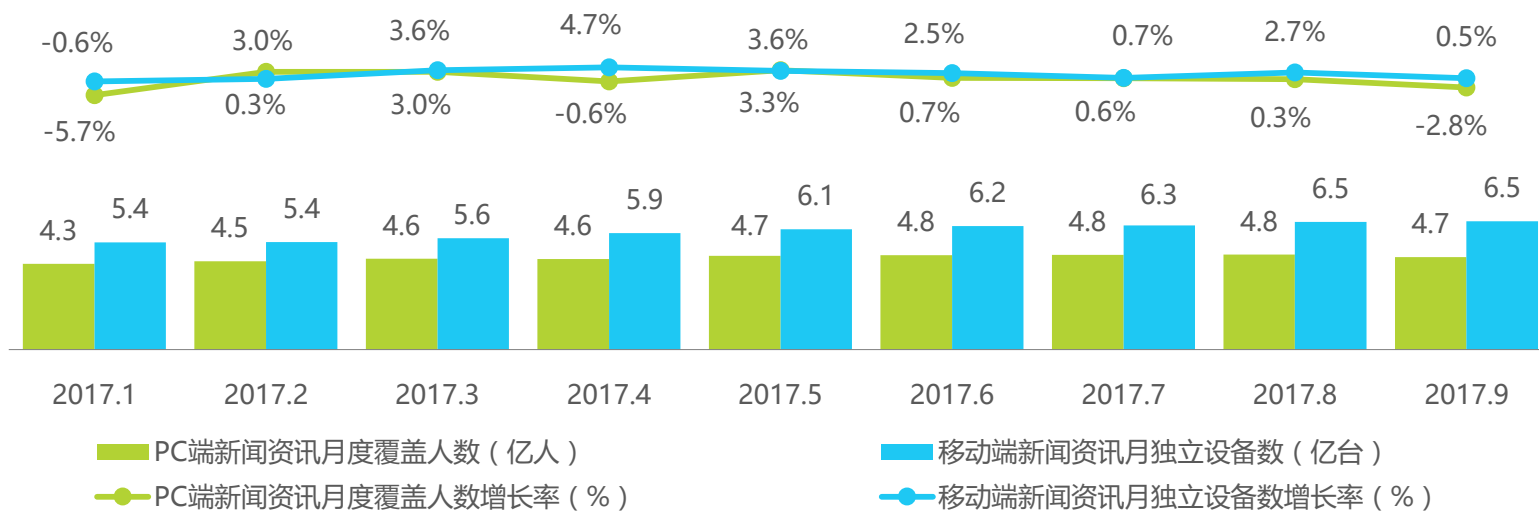
来源：根据公开数据及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 中国互联网新闻用户规模

## 移动新闻资讯用户达6.5亿，新闻网站月度覆盖人数开始下滑

根据艾瑞网民行为监测系统iUserTracker以及移动网民行为监测系统mUserTracker的监测数据显示，2017年9月，移动端新闻资讯服务月独立设备数6.5亿，环比增速0.5%，PC端新闻资讯服务月度覆盖人数4.7亿，环比下降2.8%；而与2017年1月相比，二者增幅分别为19.7%和7.7%；此外，其差额也由年初的1.1亿扩大至近1.8亿。艾瑞分析认为，移动新闻资讯流量增速已进入平缓期，但伴随着PC新闻资讯服务流量的不断下降，二者差额还将继续扩大。

iUserTracker&mUserTracker-2017年1-9月中国PC端&移动端新闻资讯  
月度覆盖人数及趋势



注释：“新闻资讯服务”包含综合新闻资讯与垂直新闻资讯的相关网站或APP。

来源：1.iUserTracker. 家庭办公版 2017.9，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络行为的长期监测数据获得；2.mUserTracker.2017.9，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。



# 公司介绍/法律声明



## 公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

## 联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载  
TECH DRIVES BIGGER DREAMS

