

## 2020 年 Q1 流量平台广告投放洞察

2020 年第一季度刚刚过去，不同流量平台的广告投放呈现哪些趋势？哪些才是平台重点投放行业？游戏风格有什么变动趋势？哪些头部 App 广告主强势抢量？各大广告媒体主投哪些行业？

本文选取**腾讯广告、巨量引擎、百度信息流、百度百青藤、搜狗星耀及网易易效**六大主流移动广告平台，分别从平台**整体广告投放概览、广告投放文案、App 广告投放金额排行榜 Top10、广告媒体情报**等方面着手，解密 Q1 各主流流量平台的投放趋势。

*说明：本文所提及的数据均来源于 App Growing 所追踪到的移动广告情报，以广告投放数，广告投放金额（估算）作为判断广告投放力度的依据，并不完全等同于实际消耗，仅供参考。*

基于 App Growing 在 Q1 期间追踪到的广告情报，整理出头部五大行业广告数占比分布如下。**文化娱乐及游戏行业占比连续 3 月稳定在前两位，教育培训在 2、3 月份占比明显提升，社交婚恋、金融行业在 2 月份投放占比较为突出，3 月份护肤美容、服饰鞋包投放占比逐步回升。**

## Q1广告数TOP5行业分布



来源: App Growing 广告情报追踪  
说明: 统计各行业广告数, 并进一步计算各行业在整体行业广告数中的占比

### 01 腾讯广告投放洞察

为进一步分析不同行业广告主的分布, App Growing 基于 AI 技术对落地页素材进行智能分类, 细分为**活动推广**(推广品牌或者活动, 通过表单收集吸引留电咨询), **应用推广**(落地页引导某一 App 的下载), **电商推广**(落地页为某一产品的销售, 如二类电商或淘宝, 京东等电商平台上的商品售卖), 以下同。在**腾讯广告 Q1**投放的广告中, 以**应用推广**为目的的广告占比最多, 达到**47.56%**, 活动推广类广告数占比**30.02%**, 电商推广广告数占比**22.44%**, **文化娱乐行业投放广告数占比最高**, 游戏、社交婚恋、教育培训、金融行业投放势头较好。

热投游戏风格多为**战争、模拟、仙侠类**, 非游戏应该主要为**短视频、直播、社交及小说阅读**等类型。

## 2020年Q1腾讯广告投放概览

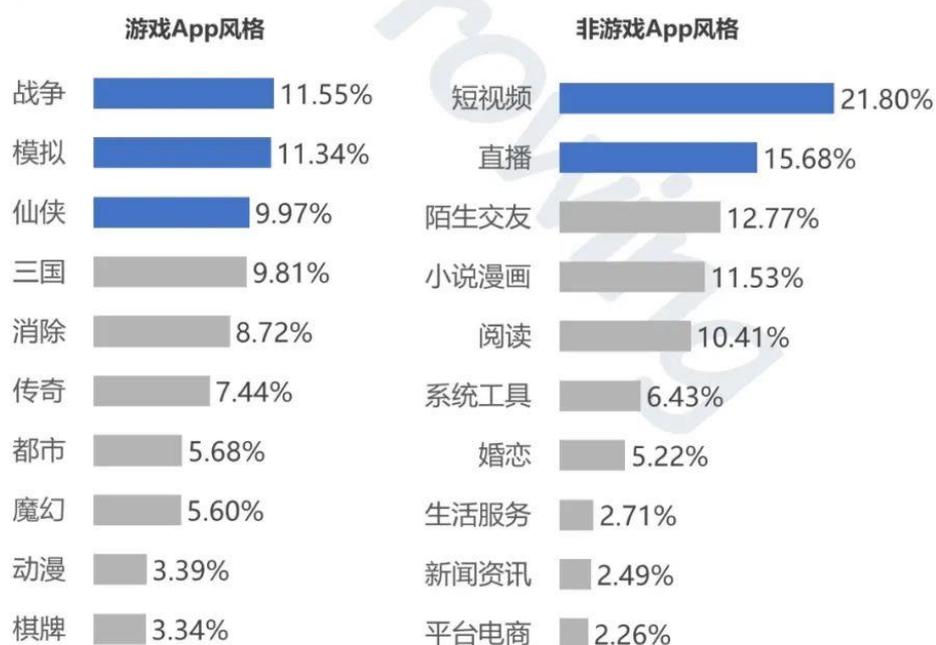
### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明: 按广告数统计)



来源: App Growing广告情报追踪

说明: 本文提及的腾讯广告的数据暂不包含以吸引用户直接点击关注公众号等形式的广告。且 App Growing 暂未追踪腾讯广告平台的微信朋友圈, QQ 浏览器, 应用宝等数据, 此处的广告不包含这些平台的广告。

从广告文案词云图可见“手机”、“免费”、“清理”、“红包”、“现金”等为该平台广告文案的高频词汇，进一步查询发现 Q1 期间软件应用、教育培训、游戏、保险等多个行业广告文案均与出现“手机”关键词，如“手机卡顿？就用清理大师一键清理，拒绝手机卡顿！”，“买了苹果手机却不用来学英语，真是太可惜了！”，“阳光养猪场，手机每天养猪减压又赚钱，轻松领红包，可提秒到账”，“输入手机号免费领 500 保障金”等。

### 腾讯广告Q1广告文案词云

说明：以各热门词汇的词频作为统计依据



来源：App Growing广告情报追踪

基于 App Growing 的广告算法对所追踪到的单个 App 的广告投放金额进行估算，整理出腾讯广告 Q1 广告投放金额排行 Top10 的游戏及非游戏 App，以下同。Q1 期间腾讯广告的重点 App 广告主类型主要为短视频类、小说阅读类、直播类，《哔哩哔哩》、《七猫免费小说》及《快手极速版》位列广告投放金额（估算）非游戏 App 前三。TOP10 手游风格众多，魔幻类《剑与远征》、休闲类《疯狂猜成语》及《我的大刀四十米》位列游戏榜前三。

## Q1腾讯广告App推广排行榜TOP10

### 非游戏App广告投放金额TOP10



### 游戏App广告投放金额TOP10



来源：App Growing广告情报追踪

## 02 巨量引擎投放洞察

在巨量引擎 Q1 投放的广告中，活动推广及电商推广目的的占比最多，分别为 37.84%及

34.66%，应用推广类广告数占比达 27.5%，游戏、文化娱乐、服饰鞋包、护肤美容、教育

培训为该平台广告数 Top5 的行业。在游戏风格方面，模拟类广告数占比一家独大，为仙侠（10.48%）、三国（9.86%）的两倍多，非游戏应用主要为直播、短视频、及小说阅读等类型，与腾讯广告平台类似。

## 2020年Q1巨量引擎广告投放概览

### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明：按广告数统计)



来源：App Growing广告情报追踪





## Q1巨量引擎App推广排行榜TOP10

### 非游戏App广告投放金额TOP10



### 游戏App广告投放金额TOP10



来源: App Growing 广告情报追踪

### 03 百度信息流投放洞察

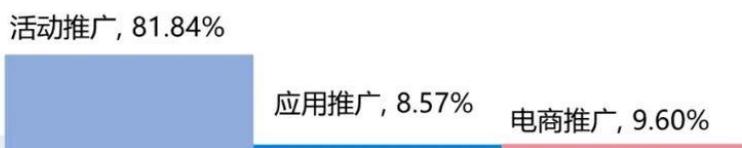
百度信息流平台超 8 成广告以活动推广为目的，教育培训、护肤美容、金融、游戏、家居家装为该平台广告数 Top5 的行业，教育培训行业占比突出。热投游戏 App 风格偏重度，魔

幻、战争、传奇风格占比接近 5 成，非游戏 App 风格偏生活类，以生活服务、租房买房、二手交易为主。



## 2020年Q1百度信息流广告投放概览

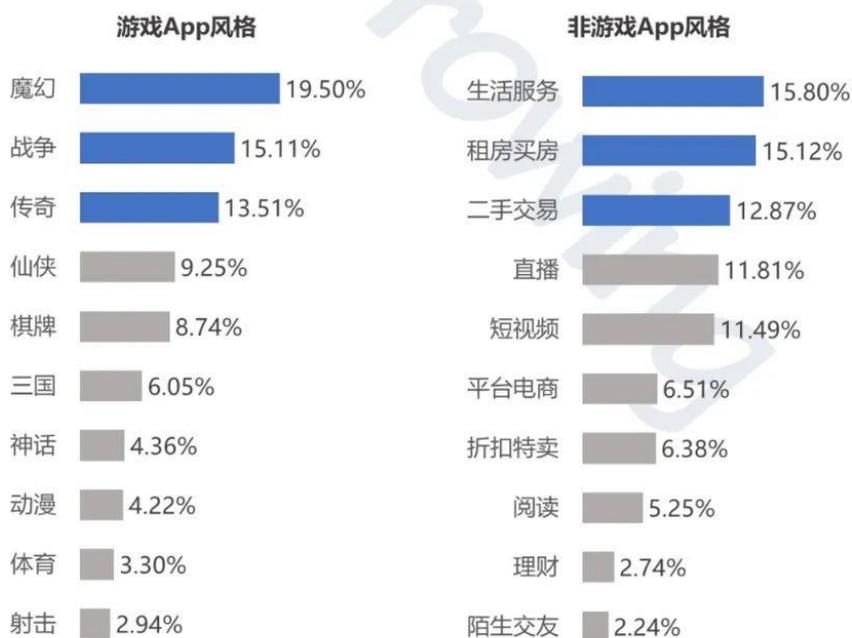
### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明: 按广告数统计)



来源: App Growing广告情报追踪

“免费”、“手游”、“放置”、“离异”等为其广告文案的高频词汇，较多放置类风格手

游在该平台投放，热门广告文案如“放置不伤肝，英雄不用抽，全看你的操作，开局竟然抽到神秘红五星”，“莉莉丝高分放置力作《剑与远征》登陆国服！礼包码：AFK888”，“这三国才有意思！开局只是1小兵，放置自动进化，3天称王称霸！”等。

## 百度信息流Q1广告文案词云

说明：以各热门词汇的词频作为统计依据



来源：App Growing广告情报追踪

在百度信息流广告投放金额（估算）Top10中，《陌声》、《拼多多》、《贝壳找房》位列前三。该平台头部游戏偏重度风格，多为魔幻、西游、仙侠类手游，《剑与远征》、《第六天魔王》、《道友请留步》位列广告投放金额榜前三。



## Q1百度信息流App推广排行榜TOP10

### 非游戏App广告投放金额TOP10



### 游戏App广告投放金额TOP10



来源：App Growing广告情报追踪

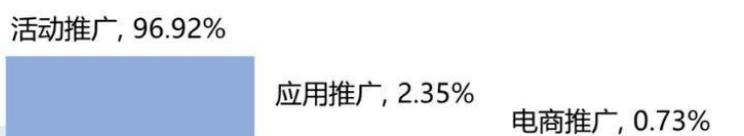
#### 04 百度百青藤投放洞察

Q1 期间，百度百青藤平台落地页为活动推广的广告占比多达 96.92%，应用推广与电商推广占比少。游戏行业投放占比高，为 26.93%、教育培训次之，为 10.7%。主投游戏风格为战

争、三国类，棋牌类游戏占比相比其他平台较高，非游戏 App 主要为租房买房、二手交易、平台电商、折扣特卖等生活类、购物类应用。

## 百意 2020年Q1百度百青藤广告投放概览

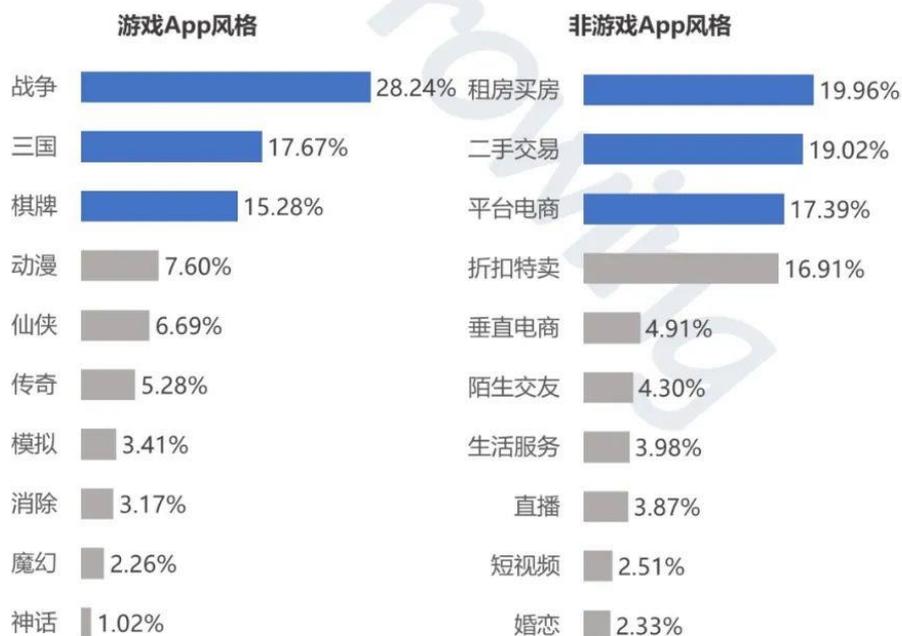
### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明: 按广告数统计)



来源: App Growing广告情报追踪

“游戏”、“下载”、“棋牌”、“手机”等词为该平台 Q1 广告文案高频词汇，查询发现棋牌类游戏广告文案着重突出“棋牌游戏”关键词，如“在棋牌游戏里！你会遇到意想不到



## 百意 Q1 百度百青藤 App 推广排行榜 TOP10

### 非游戏 App 广告投放金额 TOP10



### 游戏 App 广告投放金额 TOP10



来源: App Growing 广告情报追踪

## 05 搜狗星耀投放洞察

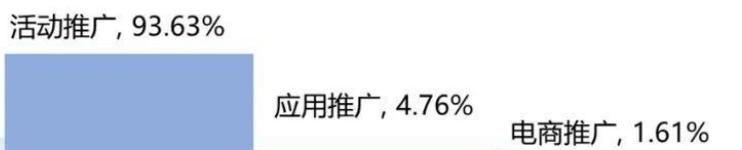
该平台落地页为活动推广的广告占比最高, 为 93.63%, 教育培训、招商加盟、金融、游戏、钟表首饰为该平台广告数 Top5 的行业, 教育培训行业占比依旧最高, 达 16.91%。热

投游戏风格中，超 5 成为棋牌风格，陌生交友、垂直电商、系统工具分列非游戏 App 风格前三。



## 2020年Q1搜狗星耀广告投放概览

### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明: 按广告数统计)



来源: App Growing广告情报追踪

“下载”、“免费”、“游戏”、“棋牌”、“加盟”等词汇为该平台广告文案的高频词汇，棋牌游戏及招商加盟广告在该平台较为常见，热门广告文案如“这游戏，没WiFi也能玩



## Q1搜狗星耀App推广排行榜TOP10

### 非游戏App广告投放金额TOP10



### 游戏App广告投放金额TOP10



来源: App Growing 广告情报追踪

## 06 网易易效投放洞察

Q1 期间, 该平台以活动推广、应用推广为目的的广告较多, 文化娱乐广告数占比超 5 成。

热投游戏 App 风格以三国、战争、魔幻等重度风格为重点, 非游戏 App 有 94.29%为新闻

资讯类应用。



## 2020年Q1网易易效广告投放概览

### 不同推广目的广告数分布



### Top5 行业的广告数分布



### 游戏&非游戏App风格投放概览 (说明: 按广告数统计)



来源: App Growing广告情报追踪

“手游”、“次世代”、“倩女幽魂”、“科技”、“升级”、“满满”等为其广告文案的高频词汇，查询发现《倩女幽魂》、《梦幻西游三维版》等着重强调“次世代”关键词，房地产广告强调“科技”关键词，热门文案如“倩女幽魂手游次世代版全面升级，满满黑科

技！”，“未来金茂府“无接触”式黑科技，健康宅家无压力”等。

## 网易易效Q1广告文案词云

说明：以各热门词汇的词频作为统计依据



来源：App Growing广告情报追踪

在网易易效平台广告投放金额（估算）Top10中，《网易新闻》、《丝芙兰中国》、

《Farfetch》位列前三。上榜游戏多为战争、三国、魔幻、仙侠、传奇等重度手游，《率土之滨》、《三国志·战略版》、《剑与远征》强势投放。



## Q1网易易效App推广排行榜TOP10

### 非游戏App广告投放金额TOP10



### 游戏App广告投放金额TOP10



来源：App Growing广告情报追踪

## 07 十大广告媒体重点行业盘点

基于 App Growing 在 Q1 期间追踪到的移动广告情报，进一步计算各广告媒体各行业广告数，梳理出 Q1 十大广告媒体重点行业广告数占比分布情况如下。文化娱乐、游戏、教育培训、护肤美容、服饰鞋包为各大媒体重点投放行业。

2020年Q1

十大广告媒体重点行业广告数占比分布



来源: App Growing广告情报追踪

以上为 App Growing 发布的《2020 年 Q1 流量平台投放洞察》，查看更多其他流量平台的广告投放情报，请登陆 [App Growing](#) 官网查看。