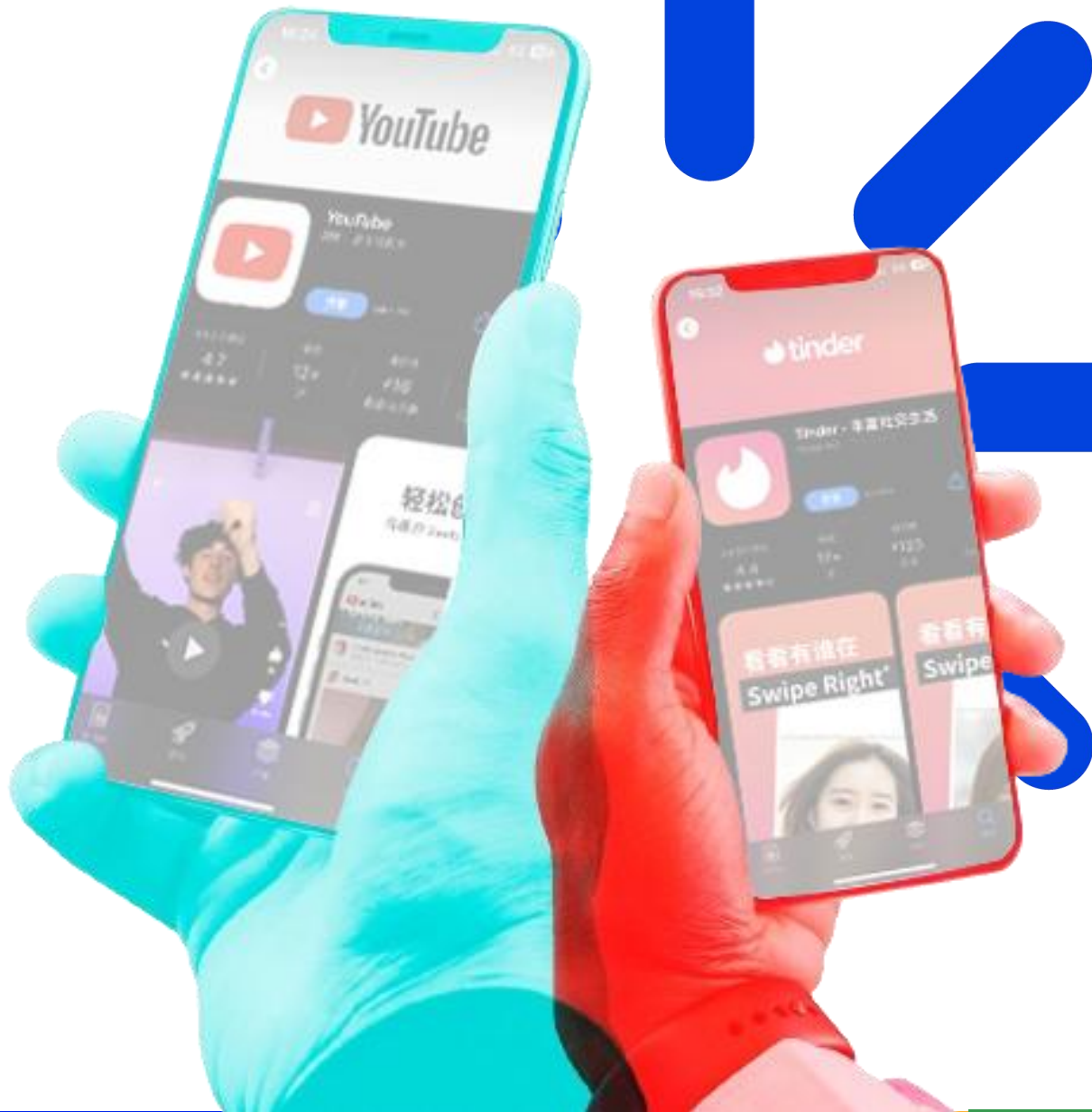


2023 全球移动应用广告 营销变现白皮书

数据来源：WEZO | TopOn | AppMagic | 全球第三方行研机构数据

报告涉及的主题包括本月全球移动应用发展趋势、热门品类市场概况以及年度非游营销及变现洞察



报告联合发布伙伴



- **维卓 (WEZO) 成立于2014年，是一家致力于为中国企业提供海外营销服务的数字营销公司。**
- 深耕出海企业营销服务多年，累计服务20,000+出海企业，服务产品种类涵盖30,000+，拥有Google、Meta、TikTok、Kwai、亚马逊SPN、Taboola 6大媒体一代认证，为游戏、APP、跨境电商、品牌出海等企业提供一站式整合营销服务。
- 维卓自主研发**“ADAM” 一站式广告智能平台及旗下产品WeMedia媒介管家**，实现全球海外流量一站式采买和管理，帮助出海广告主通过自动化智能营销模式，用更少的钱、更短的时间，选择最合适的媒体，实现更高的ROI目标，为企业出海的全生命周期保驾护航。



- **TopOn成立于2018年，是全球先进的移动广告聚合工具平台，专注于为全球移动开发者提供广告变现运营管理及优化服务。**
- TopOn基于大数据打造的智能化聚合管理工具，为开发者提供广告分层、头部竞价、流量分组、A/B测试、交叉推广、API管理等便捷变现管理功能，快速实施精细化运营策略，同时配备多维度数据报表，精准比对广告平台API数据，详细展示用户时长、广告展示频次、DEU、LTV、留存等关键数据，助力开发者实现广告收益最大化。
- TopOn已成功聚合全球30+主流广告平台资源，并与全球超过10000个客户达成合作，活跃合作产品超过30000款，日活跃用户数4亿+，日广告展示量30亿+，日广告请求量300亿。



- **成立于2019年的AppMagic是一家领先的手机应用市场数据公司。作为一家为移动应用提供强大市场研究工具的公司，AppMagic使全球开发者能够发现有价值的见解，全面了解市场动态和竞争格局。**
- AppMagic的独特之处在于其独特而独具特色的功能，再加上实惠的价格结构，AppMagic已成为开发者在移动应用市场竞争中寻求导向和蓬勃发展的可信赖伙伴。
- 成功与超过200位客户建立了合作关系，包括Azur Games、Playrix、Metacore Games等行业巨头，AppMagic已证明其在为移动应用行业中一些最著名的参与者提供可操作情报和战略支持方面的有效性。

数据来源

数据来源

营销篇和变现篇分析内容定位全球市场移动应用领域广告营销及变现价值分析，【营销篇】重点分析全球移动应用市场概况、大盘分析、热门品类（社交类、工具类、购物类、阅读类及娱乐影音类）APP广告表现。【变现篇】重点分析工具、教育校园类、社交类、生活服务类、图文影音类APP表现。

营销价值分析核心数据来自维卓内部整理、AppMagic、AppGrowing数据表现，其他数据均已标注。广告变现核心数据来自TopOn平台旗下合作移动应用类APP脱敏数据表现，且Android设备数据超过95%。本分析内容引用三方数据均来自于客观、真实、公开的政府及行业权威机构。

数据周期

应用市场观察数据时间段：2023.1.1- 2023.12.31

广告变现观察数据时间段：2023.1.1- 2023.12.31

地区说明

本结合市场主流国家划分标准以及其eCPM表现，本次报告数据来源涉及的国家地区如下所示。

T1地区：美国、日本、韩国、加拿大、英国、澳大利亚、德国、法国、西班牙、荷兰、瑞典、挪威、丹麦、中国台湾、中国香港、中国澳门

T2地区：俄罗斯、巴西、墨西哥、泰国、马来西亚、阿联酋、南非、土耳其、埃及、新加坡、意大利、尼日利亚、以色列、新西兰、科威特、波兰、瑞士、卡塔尔、比利时、奥地利、希腊、捷克、匈牙利、哥斯达黎加、芬兰、爱尔兰

T3地区：印度、印度尼西亚、菲律宾、越南、沙特阿拉伯、巴基斯坦、哥伦比亚、阿根廷、智利、伊拉克、秘鲁、孟加拉国、哈萨克斯坦、摩洛哥、肯尼亚、柬埔寨、罗马尼亚、乌克兰、阿曼、厄瓜多尔、约旦、葡萄牙、乌兹别克斯坦、加纳、缅甸、黎巴嫩、委内瑞拉、阿尔及利亚、保加利亚、白俄罗斯、多米尼加共和国、危地马拉、伊朗、玻利维亚、科特迪瓦、巴林、尼泊尔、斯洛伐克、突尼斯、洪都拉斯

2023 全球移动应用 营销变现白皮书 【营销篇】

CONTENT

01. 全球移动应用市场概况

- 1.1 市场规模
- 1.2 市场需求表现
- 1.3 全球市场机遇

02. 全球移动应用大盘分析

- 2.1 产品在投数量
- 2.2 投放素材量
- 2.3 广告主数量
- 2.4 广告投放榜单
- 2.5 素材展示榜单
- 2.6 投放渠道分布

03. 全球热门品类营销洞察

- 3.1 社交应用
- 3.2 工具应用
- 3.3 购物应用
- 3.4 阅读应用
- 3.5 娱乐影音应用

2023 全球移动应用 营销变现白皮书 【变现篇】

CONTENT

01. 全球篇

- 1.1 全球移动应用市场及广告变现总体概况
- 1.2 全球热门移动应用品类广告变现观察
- 1.3 全球各地区应用市场及广告变现观察
- 1.4 全球篇总结与趋势

02. 中国篇

- 2.1 中国应用市场及广告变现观察
- 2.2 中国热门移动应用品类广告变现观察
- 2.3 中国篇总结与趋势

前言

移动应用前景依然广阔，合规健康有序是全球主旋律

在后疫情时代，全球人们对移动应用程序的依赖显著增加。Data.ai的最新数据揭示了一个趋势：我们正在步入一个以移动应用为核心的新时代，应用的使用频率达到了空前的高度。面对通胀的挑战，游戏支出确实遭遇了下滑，但非游戏类应用的强劲表现推动了整体移动业务的同比增长达11%，其中2023年的非游戏应用支出更是突破了600亿美元的重要里程碑。

从下载量和收入增长来看，非游戏应用的表现同样令人瞩目。根据SensorTower的统计，2023年全球非游戏应用下载量重返增长轨道，超过900亿次。亚洲继续领跑全球市场，占据了全球非游戏应用下载量近一半的份额，就收入而言，北美是收入最高市场，且份额呈增长趋势，非游戏应用收入达到193亿美元。

在快速演变的全球环境和用户需求中，数据隐私保护已然成为行业的标准操作。随着广告主不断调整其SKAN策略，Google也计划减少对GAID的依赖，并且推出了新的隐私沙盒政策。过去两年的实践表明，只有保持灵活并集中精力于解决方案，企业才能有效地应对数据隐私变革带来的挑战。

2023年，移动应用界的另一大焦点是人工智能的兴起。以ChatGPT为先锋的AI移动应用层出不穷，大量提供人工智能解决方案的应用纷纷登陆iOS应用商店和Google Play商店。

国内方面，AI大模型的比拼也同海外一样热火朝天：一方面，存量互联网公司利用AI赋能现有产品功能——推出AI网文场景、AI漫画、AI剪辑、AI鉴别、AI主播，并

成功实现部分人力的降本增效。

另一方面，头部互联网公司推出AI独立APP——字节 AI 对话产品“豆包”；腾讯音乐“未伴”APP，试水AI社交；美图公司AI数字人生成工具DreamAvatar；总体来看，独立AI APP后续的动作较少，新科技的应用也许需经过较长时间的验证才能完全投入市场化运作。

此外，整体来看，国内移动应用的经济形势在平稳向好。根据工信部的数据，2023年1-11月，我国软件业收入110447亿元，同比增长13.9%；利润总额13033亿元，同比增长12.9%。

合规要求也仍在不断完善。工信部8月提出，要求在中华人民共和国境内从事互联网信息服务的APP主办者，应当依照《中华人民共和国反电信网络诈骗法》《互联网信息服务管理办法》等规定履行备案手续，未履行备案手续的，不得从事APP互联网信息服务。一边是收紧的政策，一边是良好的发展趋势，移动应用市场最终会大浪淘沙，留下更健康、更符合当下市场需求的产品。

为帮助更多互联网开发者了解移动应用APP的应用市场及广告变现情况，全球移动广告聚合工具平台TopOn与数字营销服务商维卓、手机应用市场数据公司AppMagic，对旗下合作应用类APP 2023年1至12月累计数据进行分类汇总分析，分析展示不同移动应用APP类型在全球市场的下载、内购、广告收入表现，为全球移动应用APP开发人员和营销人员提供值得借鉴的有效信息。

2023 全球移动应用广告 营销变现白皮书

【营销篇】

 WEZO 维卓

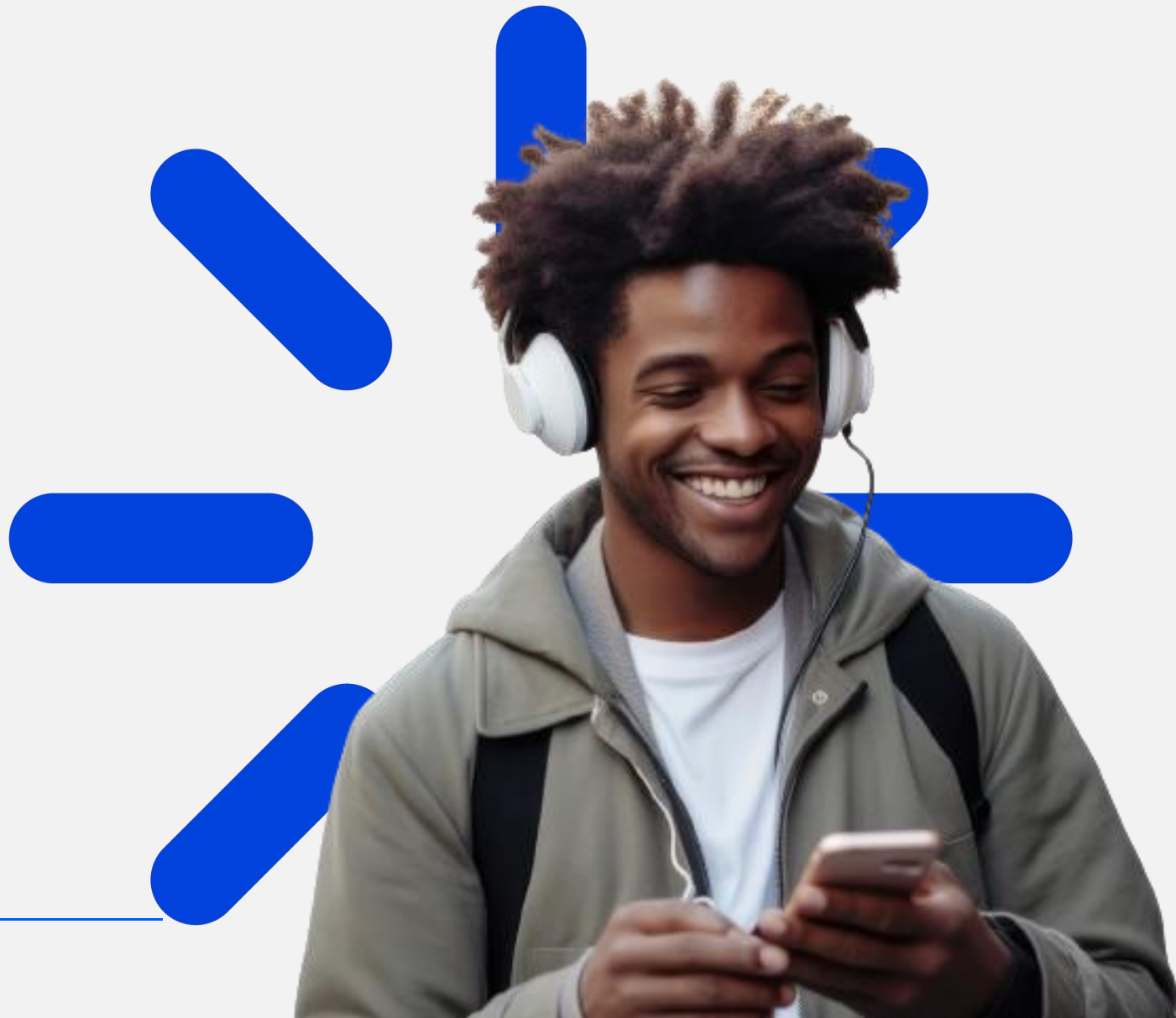
 topOn

 APPMAGIC

报告涉及的主题包括本月全球移动应用发展趋势、热门品类市场概况以及年度非游营销及变现洞察
数据来源：TopOn | AppMagic | 全球第三方行研机构数据

MARKETING GLOBAL MOBILE APP ADVERTISING

2023



[营销篇]

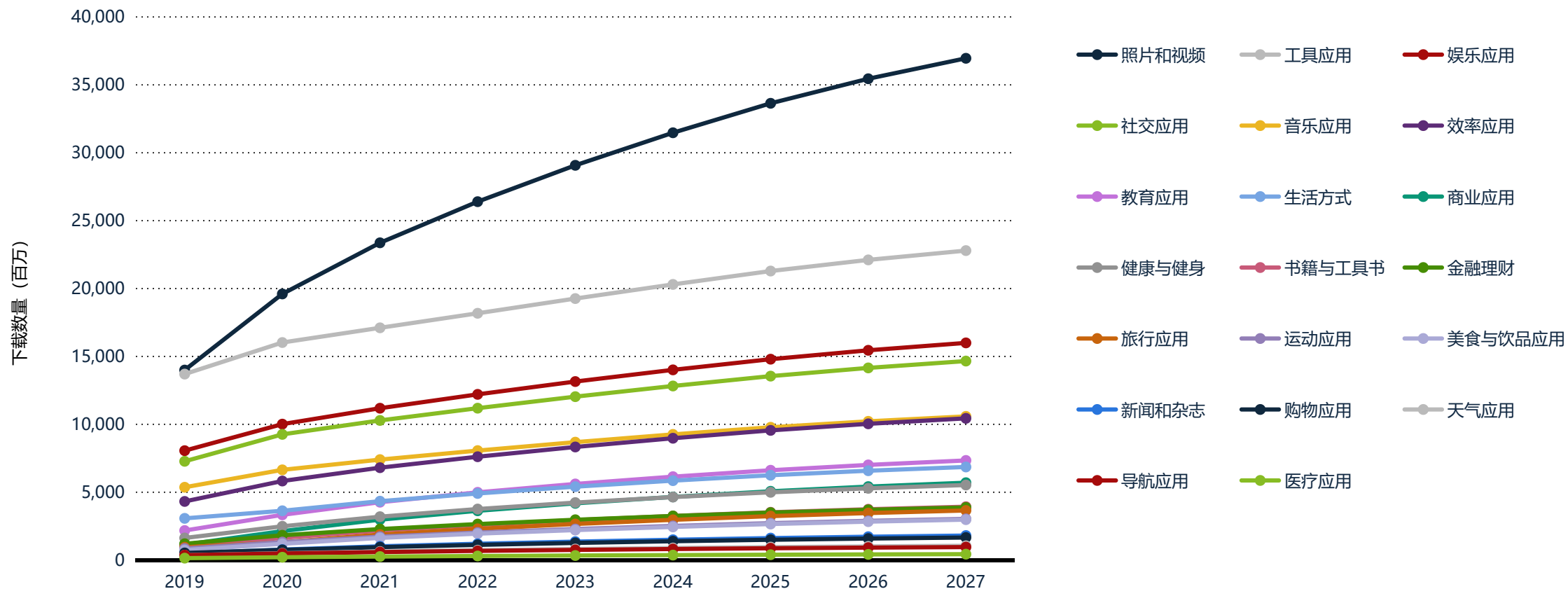
01

全球移动应用 市场概况

- 市场规模
- 市场需求表现
- 全球市场机遇

市场规模：全球移动应用下载量趋势

- 2023年，表现最佳的**照片和视频**应用下载量为**290.74亿**，该应用增长还将持续
- 从整体来看，预计到2027年各个领域的下载数量都将呈显著增长



市场规模：全球移动应用收入情况

- 根据Statista预测，全球移动应用的市场规模保持稳定增长态势
- 2023年，**社交**、**娱乐**和**购物**应用为收入前三，社交为**1404亿美元**，娱乐为**327亿美元**，购物为**291亿美元**
- 预计到2027年，所有21个不同细分市场的收入都达到了最大值，市场规模超**3800亿美元**

社交应用

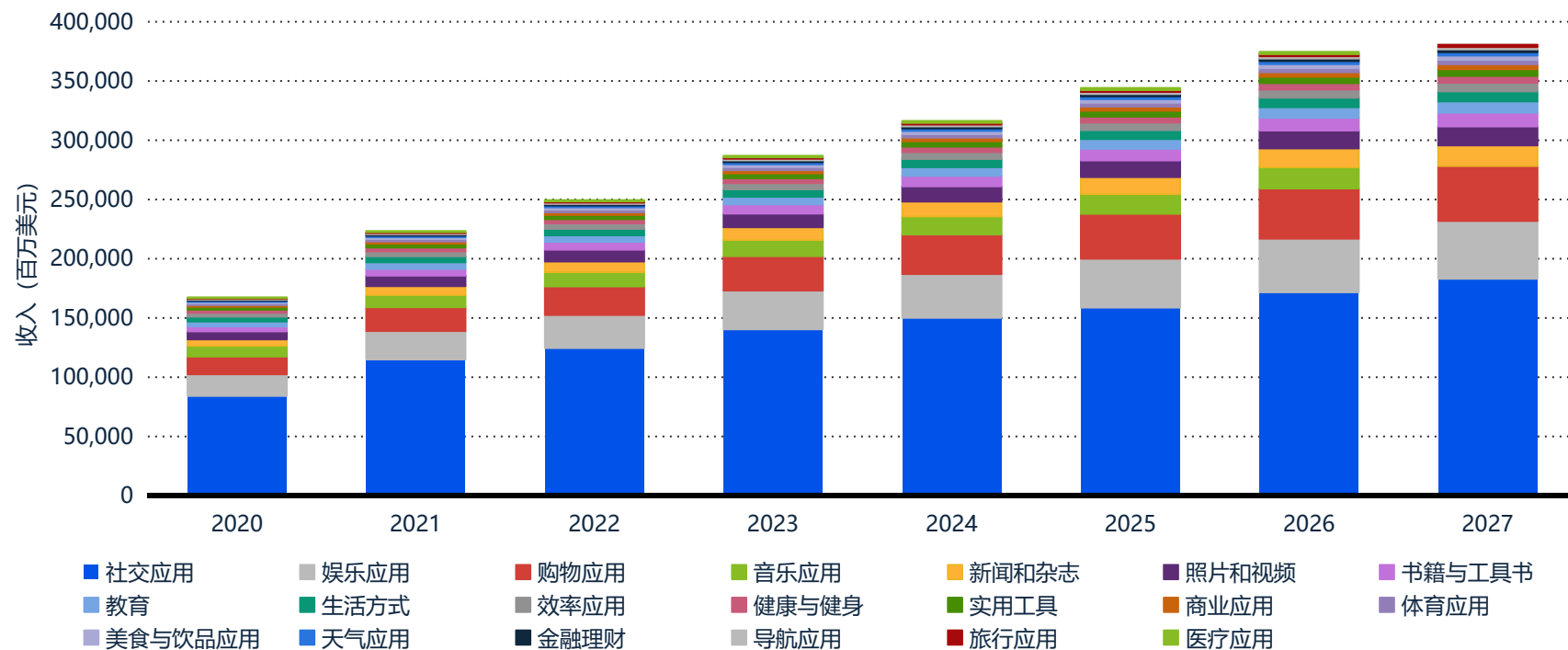
1404亿美元

娱乐应用

327亿美元

购物应用

291亿美元



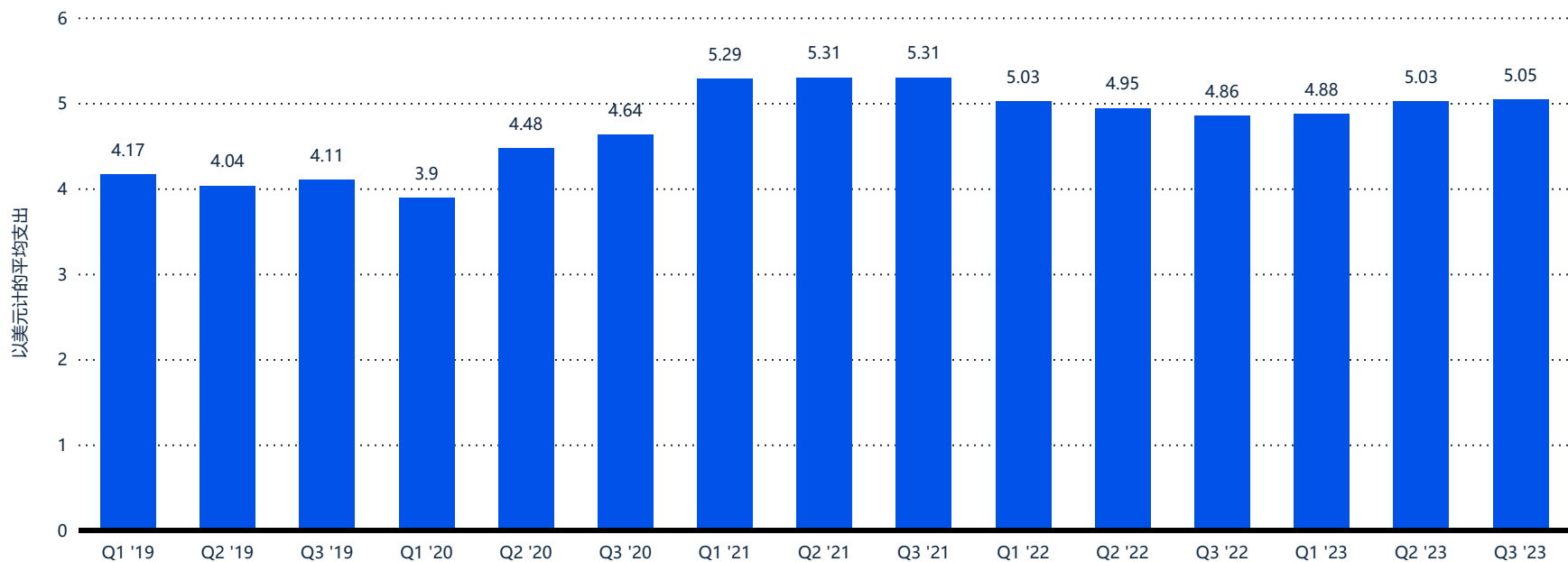
市场需求表现：用户付费能力

- 截止2023年Q3，每部智能手机用户在移动应用上的平均消费者支出约为**5.05美元**
- 比2022年第三季度全球用户的平均支出4.86美元**增长4%**，用户付费能力持续强劲，市场需求依旧旺盛

平均消费支出

5.05美元

较去年增长

4%

市场需求表现：用户付费能力（按应用商店划分）

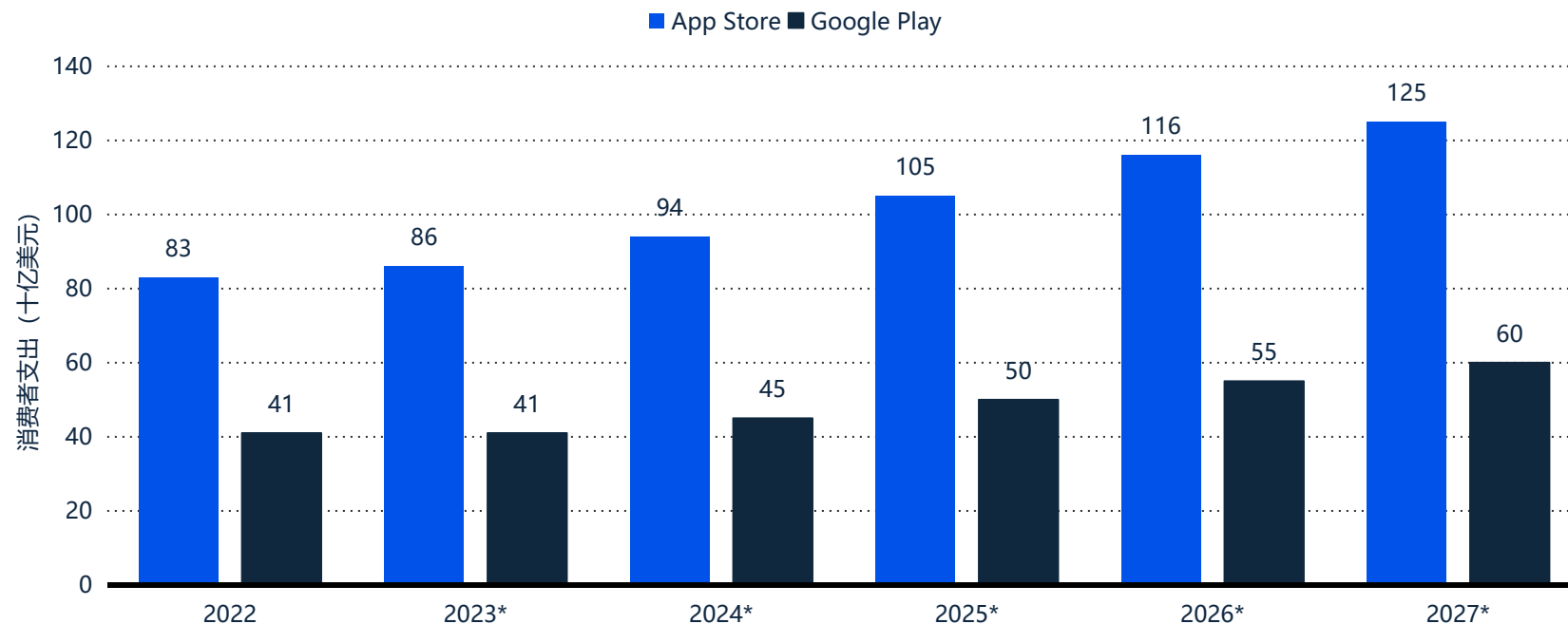
- 对于2023年至2024年之间的年度应用支出，与过去相比已经显著下降
- 预计到2027年，App Store和Google Play的用户支出总额预计将接近**1860亿美元**

2023年用户付费能力（双端）

1270亿美元

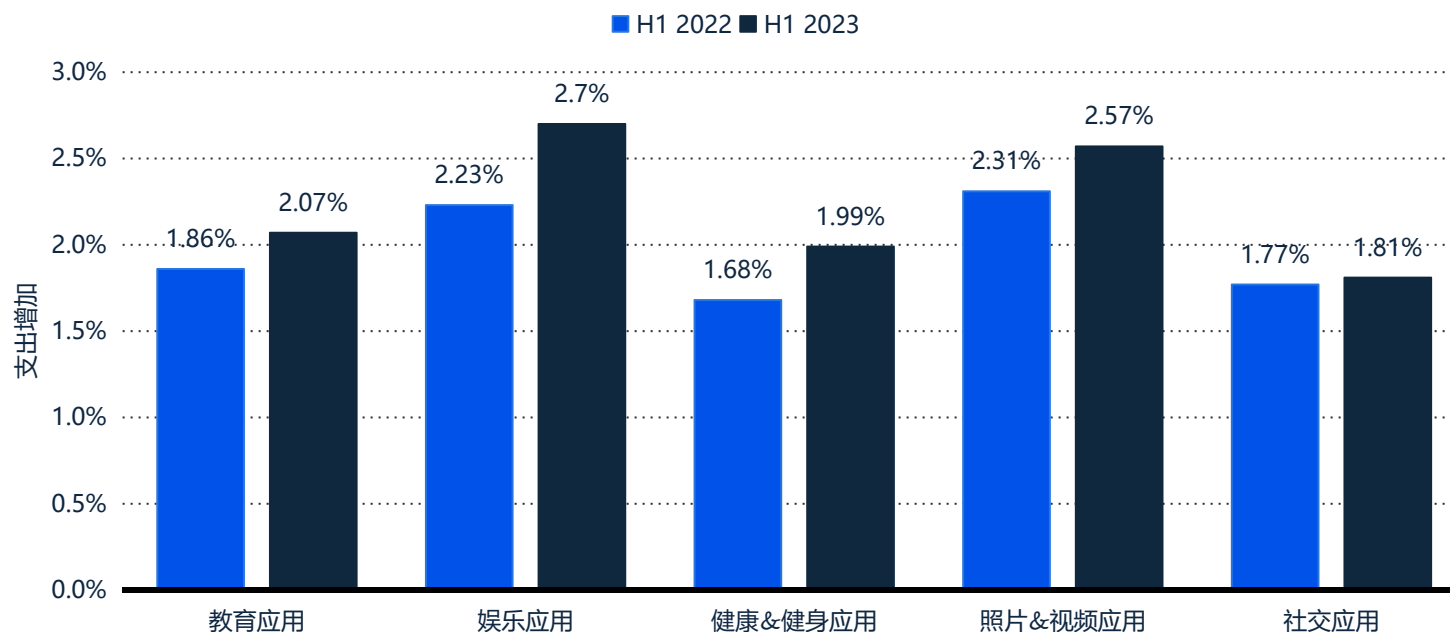
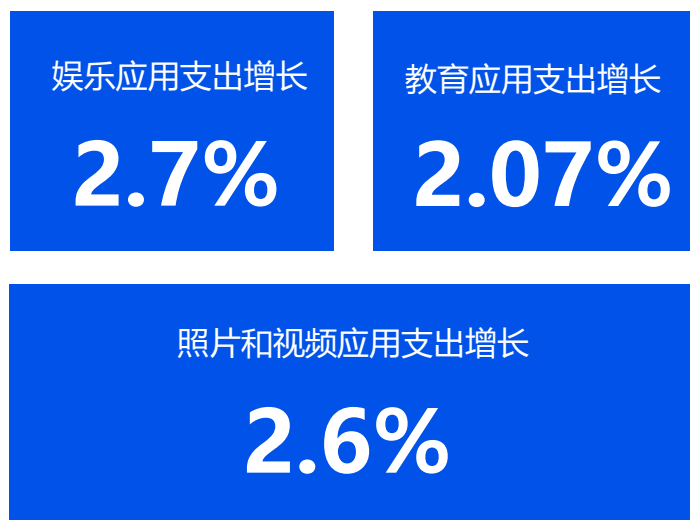
2027年预测

1860亿美元



市场需求表现：主要移动应用支出增长

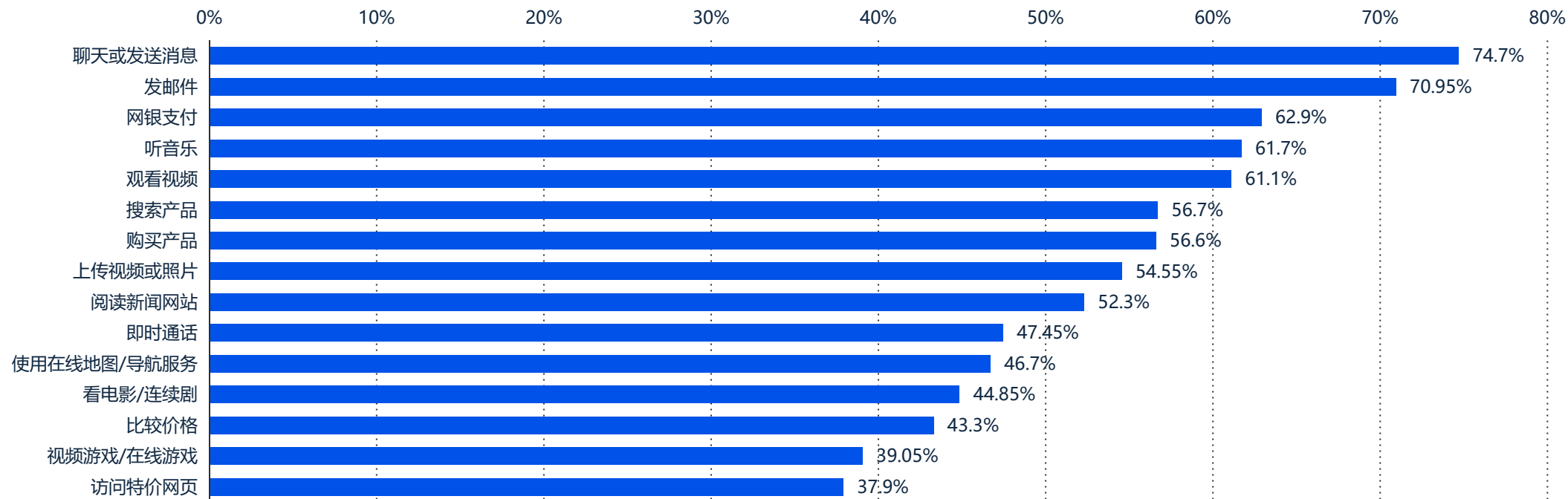
- 2023年H1，全球娱乐应用的用户产生的支出较2022年同期增长了约**2.7%**，这一品类呈现较大的需求态势
- 照片和视频应用的支出增长约为**2.6%**，而教育应用的全球用户支出经历了大约**2.07%**的增长



市场需求表现：用户应用下载需求

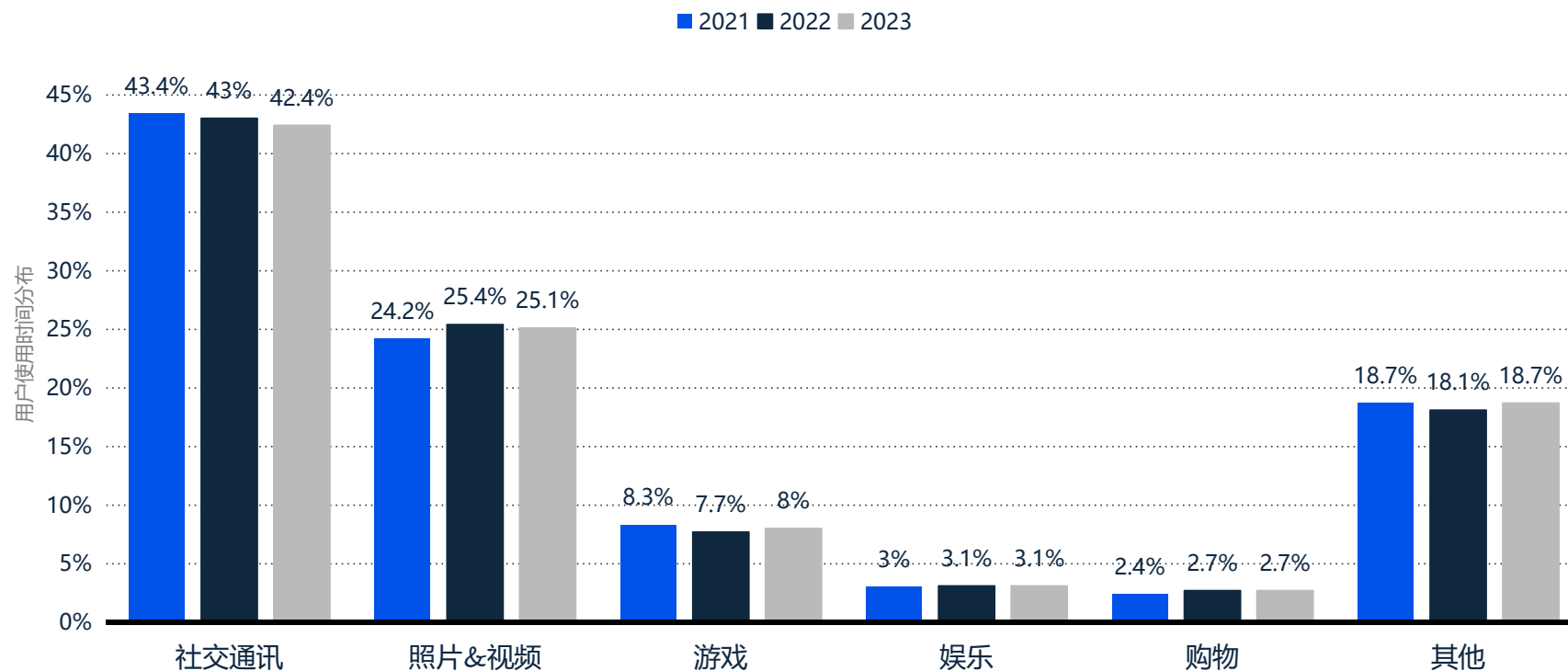
- 从动机上看，**聊天和发送消息**、**发邮件**和**使用在线网银**是最多人选择的前三个理由
- 利用移动应用进行消遣、获取和发送信息以及数字支付正成为用户重要的使用场景，内容营销、商品种草和在线支付为应用带来变现机会

用户下载应用的需求



市场需求表现：全球移动用户使用时长

- 2023年，全球用户在移动应用上花费的时间里，社交通讯应用约占花费时间的**42%**
- 照片和视频应用占移动时间的**25%**，大约有**8%**的移动时间用于游戏应用，注意力稀缺的当下，抓住用户的时间才是王道



社交应用占花费时间

42%

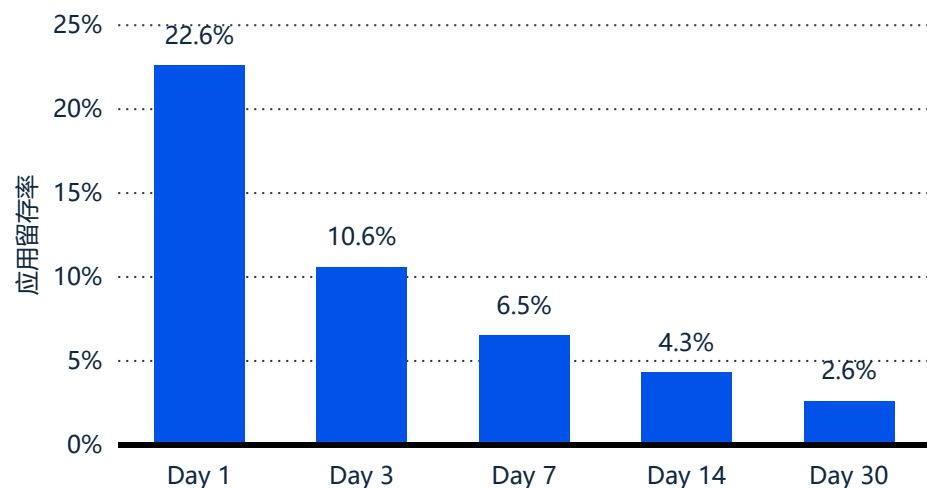
照片和视频应用占花费时间

25%

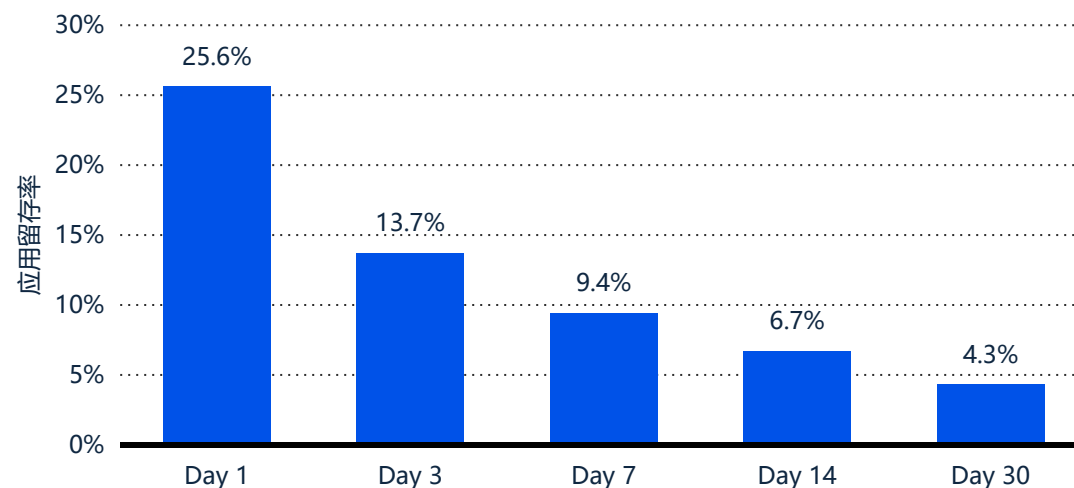
市场需求表现：双端用户应用留存率

- Android应用在下载后1天后的留存率设置为22.6%，而下载后7天后的留存率则设为6.5%；iOS应用在下载后1天后的留存率设置为25.6%，而下载后7天后的留存率则设为9.4%
- 移动营销人员可以通过打造高质量的用户体验等策略，帮助提升留存率，进而增加收入，提高用户的品牌忠诚度

Android (2023Q3)



iOS (2023Q3)



[营销篇]

02

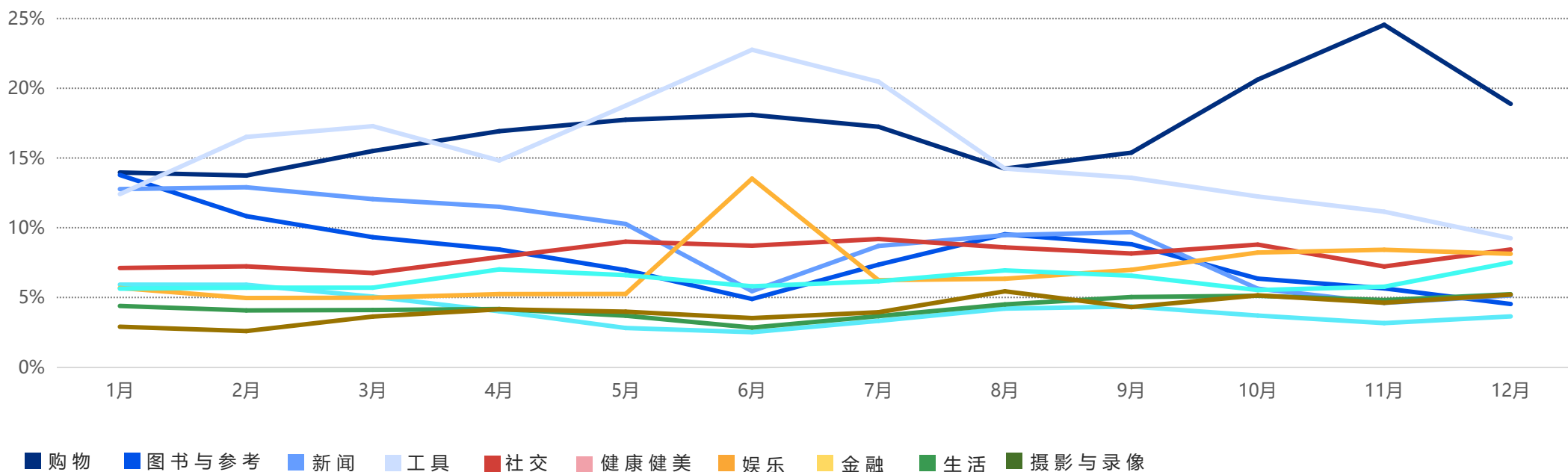
全球移动应用 大盘分析

- 投放数量趋势
- 广告量趋势
- 广告投放榜单

全球移动应用广告量趋势

- 2023年，**工具**和**购物**是两大投放量最大的品类；上半年排名前三的分别为工具、购物和新闻APP；下半年新闻APP回落，社交和娱乐后来居上
- 工具类APP在Q1持续小增长，二季度6月占到22.76%，Q3后开始回落；购物类APP按照市场规律，8月后迎来季节性销售占比大24.55%

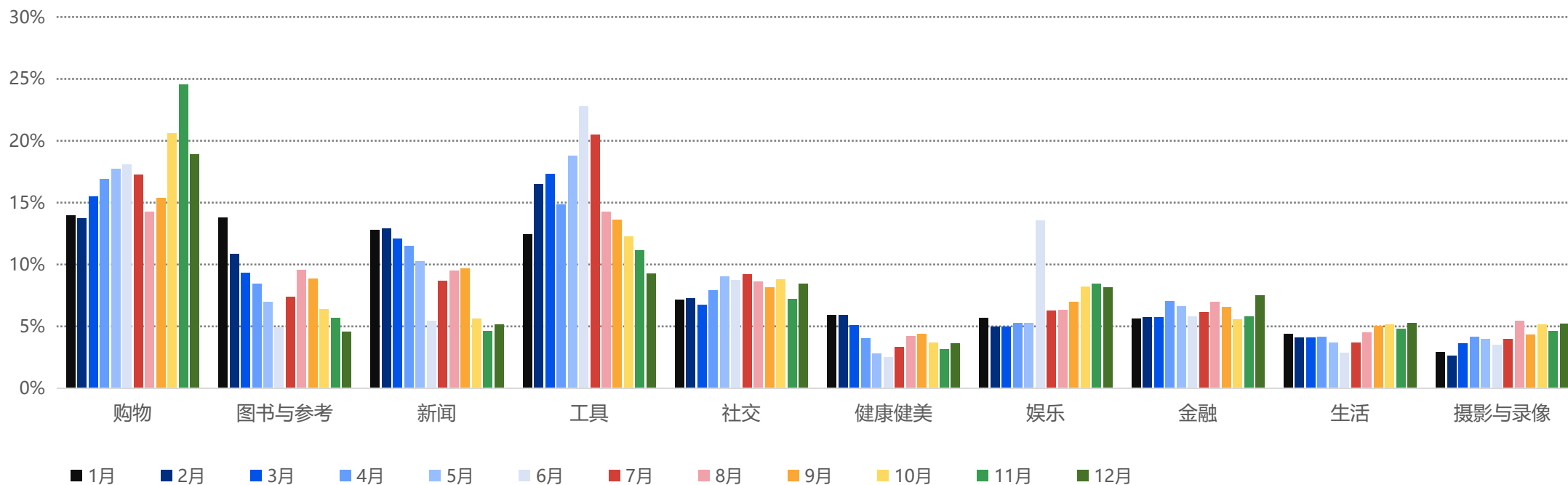
全年总体广告量投放趋势



全球移动应用广告量趋势





















- 2023年，**工具**和**购物**是两大投放量最大的品类；上半年排名前三的分别为工具、购物和新闻APP；下半年新闻APP回落，社交和娱乐后来居上
- 工具类APP在Q1持续小增长，二季度6月占到22.76%，Q3后开始回落；购物类APP按照市场规律，8月后迎来季节性销售占比大24.55%

前十品类 月度投放量对比























移动应用广告投放总榜TOP榜

iOS TOP榜

01	 Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物	11	 MegaNovel - fiction&webtoon Mega Novel	阅读
02	 Shopee: Jual Beli Online 虾皮	购物	12	 Emmiol Emmiol	购物
03	 Ticketmaster - Buy Sell Tickets Ticketmaster	服务	13	 DICE: Live Shows DICE	娱乐
04	 Adobe Creative Cloud Adobe	工具	14	 PhotoRoom: AI Photo Editor PhotoRoom	工具
05	 GoodFM: Audio Books & Story GoodFM	娱乐	15	 Fever: local events & tickets Fever	娱乐
06	 SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物	16	 Zalando - fashion & clothing Zalando	购物
07	 DramaBOX-movies and drama DramaBox	娱乐	17	 Mob0Reels: Amazing Episodes DramaBox	娱乐
08	 Doping Hafiza Doping Hafiza	教育	18	 G-Star RAW - Official app G-Star RAW	购物
09	 CountThings from Photos Dynamic Ventures	工具	19	 Keto Cyclæ KetO Diet App Keto	健身
10	 GoodNovel - Stories & Novels GoodNovel	阅读	20	 Manobook Manobook	阅读

Android TOP榜

01	 Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物	11	 Opera News: breaking & local Opera	新闻
02	 NewsBreak: Local News & Alerts NewsBreak	新闻	12	 Instagram Meta	社交
03	 Tik Tok 字节跳动	娱乐	13	 Adobe Creative Cloud Adobe	工具
04	 Alibaba.com-B2B marketplace 阿里巴巴	购物	14	 ChatBot-AI Chat X PhotoKit	工具
05	 SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物	15	 Magic Fluid: Live Wallpaper MIA Studio	壁纸
06	 Dreame Dreame	阅读	16	 Easy Scanner - PDF Maker Caller Show	工具
07	 Bigo Live-Live Stream, Go Live Bigo Live	娱乐	17	 Cam Scanner Scanner App	工具
08	 PhotoRoom: AI Photo Editor PhotoRoom	工具	18	 inDrive. Rides with fair fares inDrive	服务
09	 Facebook Meta	社交	19	 Grab - Taxi & Food Delivery Grab	服务
10	 Magic Fluid: Live Wallpaper MIA Studio	壁纸	20	 Blood Pressure BPM Tracker Khoshu Global	生活方式

[营销篇]

03

全球热门品类 营销洞察

- 社交应用
- 工具应用
- 电商应用
- 阅读应用
- 娱乐应用

[营销篇]











03-1

社交应用篇











- 双端投放榜单
- 代表案例解析

社交类应用 iOS TOP榜











下载榜

01	 Instagram Meta	社交
02	 WhatsApp Messenger Meta	社交
03	 Facebook Meta	社交
04	 Telegram Telegram	通讯
05	 Snapchat Snapchat	社交
06	 Messenger Meta	社交
07	 Threads Instagram	社交
08	 Discord Discord	社交
09	 X X	社交
10	 Pinterest Pinterest	社交

收入榜











01	 Tinder: Dating, Chat Tinder	社交约会
02	 Bumble: Dating & Meet People Bumble	社交约会
03	 Hinge Dating App Hinge	社交约会
04	 Snapchat Snapchat	社交
05	 Grindr Grindr	社交约会
06	 Discord Discord	社交
07	 Instagram Meta	社交
08	 Match Match	社交约会
09	 BLK BLK	社交约会
10	 Facebook Meta	社交

投放榜











01	 Bigo Live-Live Stream, Go Live Tinder	娱乐
02	 QVC Mobile Shopping (US) Bumble	购物
03	 PlayStation App Hinge	娱乐
04	 Life Time Digital Snapchat	健身与健康
05	 Bumble: Dating & Meet People Grindr	社交约会
06	 AMC+ TV Shows & Movies Discord	娱乐
07	 Burn Boot Camp Meta	服务
08	 UNice: Wigs & Hair Bundles Match	购物
09	 올리브영 BLK	购物
10	 YouTube: Watch, Listen, Stream Meta	娱乐

社交类应用 Android TOP榜











下载榜

01	 Instagram Meta	社交
02	 WhatsApp Messenger Meta	社交
03	 Telegram Meta	社交
04	 Snapchat Snapchat	社交
05	 Facebook Meta	社交
06	 Messenger Meta	社交
07	 Pinterest Pinterest	社交
08	 Discord Discord	社交
09	 X X	社交
10	 Text Now TextNow	社交

收入榜

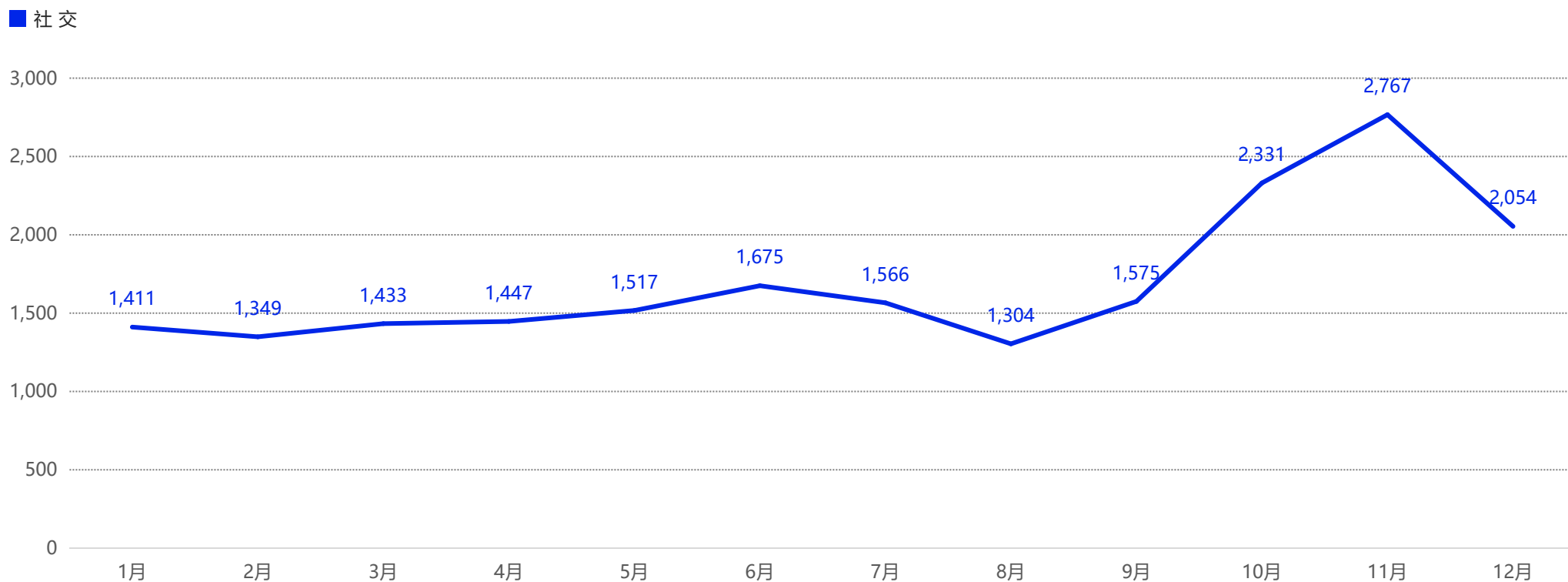
01	 Tinder: Dating, Chat Tinder	社交 约会
02	 Bumble: Dating & Meet People Bumble	社交 约会
03	 Hinge Dating App Hinge	社交 约会
04	 Snapchat Snapchat	社交
05	 Grindr Grindr	社交 约会
06	 Discord Discord	社交
07	 Badoo Meta	社交
08	 Tango Match	社交 约会
09	 Once BLK	社交 约会
10	 Snapchat Meta	社交

投放榜

01	 Bigo Live-Live Stream, Go Live Bigo	娱乐
02	 Dating and chat - Maybe You SweetMeet	社交 交友
03	 Dating and chat - SweetMeet PlayStation	娱乐
04	 ROS Chat -Live Video Chat Life Time	健身 与健康
05	 We Play - Party Game & Chat WEJOY	娱乐
06	 Pocadocha - Chat, Live streaming DeNA	娱乐
07	 PlayStation App PlayStation	娱乐
08	 Dating and chat - Evermatch Evermatch	社交 交友
09	 Bigo Live-Live Stream, Go Live Bigo	娱乐
10	 QVC Mobile Shopping (US) QVC	购物

社交应用投放数量趋势

与整体移动应用大盘涨幅一致，1月-7月保持正向稳定增长，最高投放数量为**1675个**在8月出现小低谷后，9月开始持续飙升，11月达到最大投放数量**2767个**



热门社交应用观察



Hinge Dating App: Meet & Date

类型: 约会交友

发行: (美) Hinge, Inc.

投放周期: 2021-04-21 ~2023-12-12

投放国家: 43个, 以北美、欧洲、南美、印度、巴西为主, 其中美国下载占42%, 收入占75%

投放媒体: 共投放10个媒体, 投放46个媒体版位

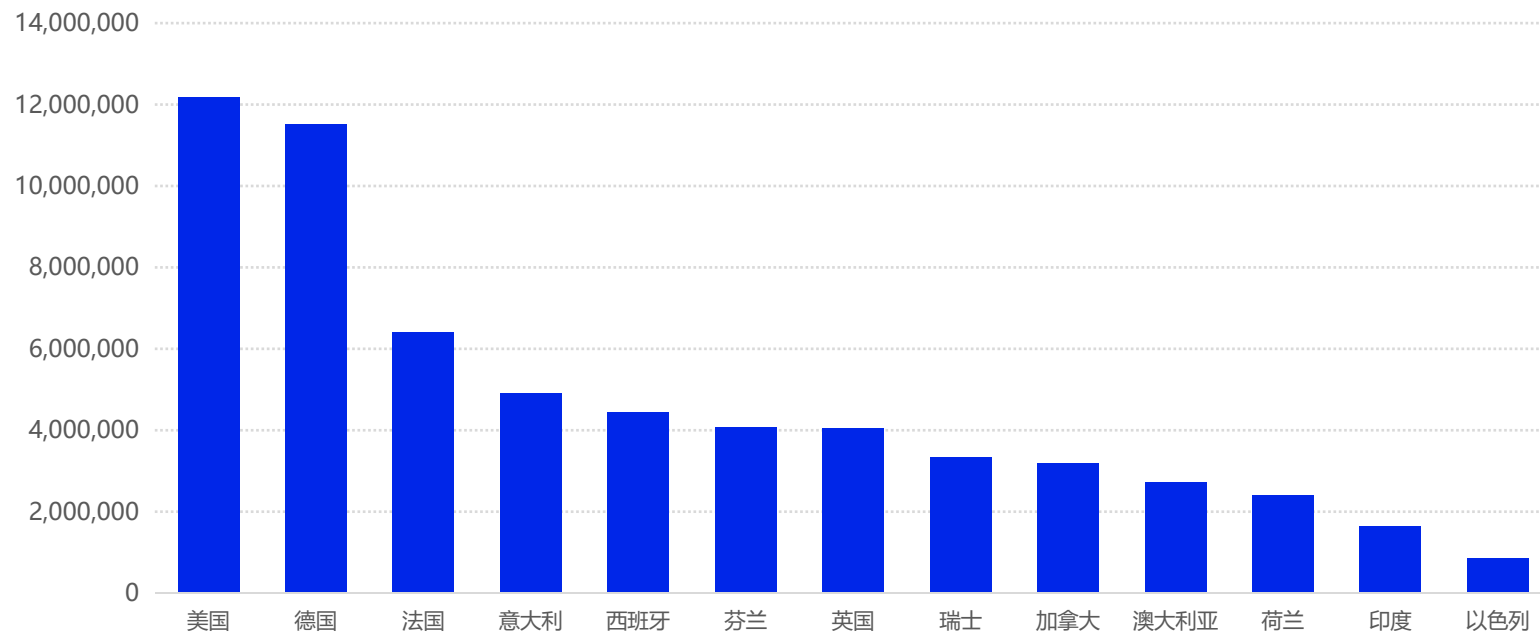
投放分析: iOS端今年7、8月曝光量达到顶峰; 安卓端在9月达到顶峰

1360万
年度下载量

\$2.03亿
年度收入

2021-04-21
首投日期

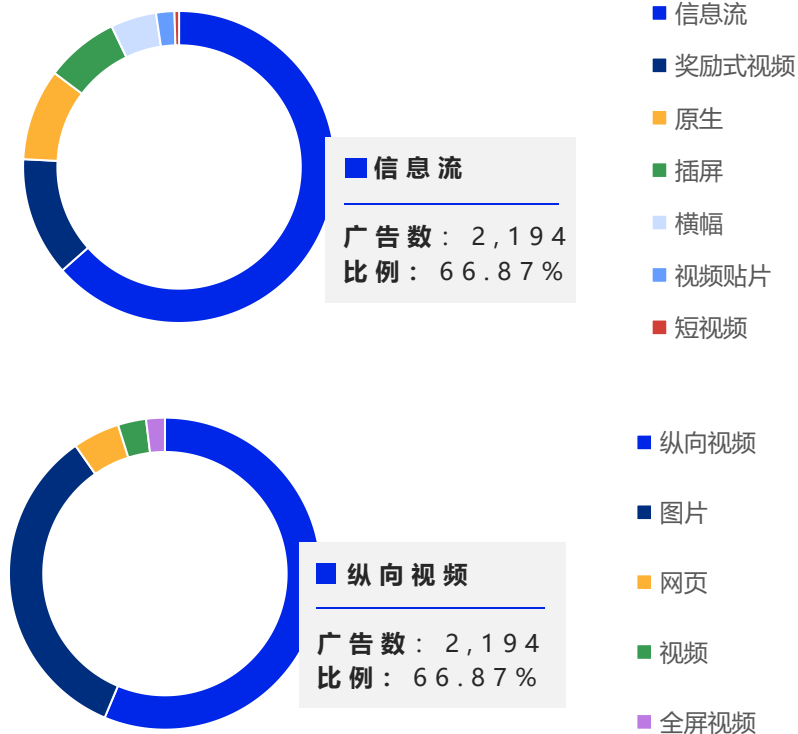
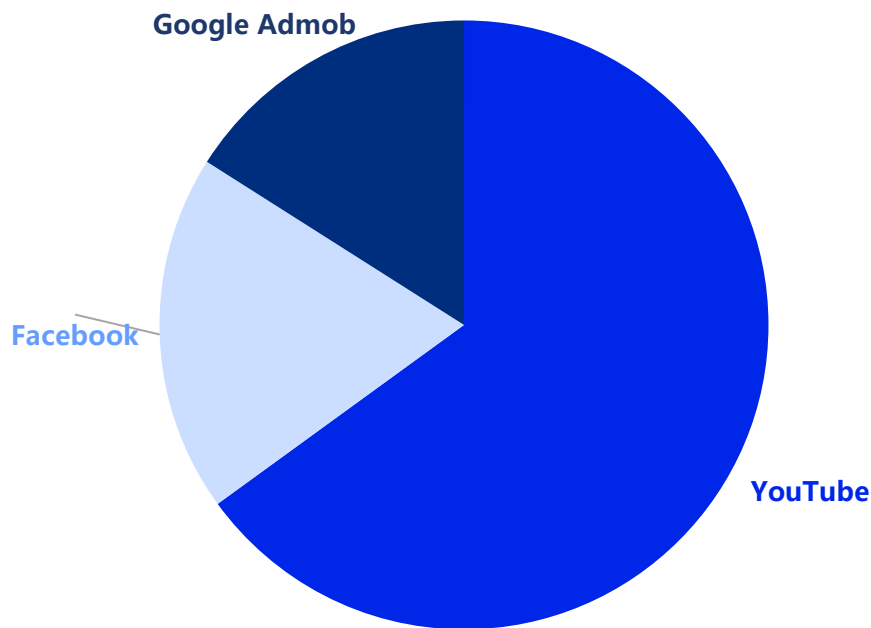
2023年Hinge Dating App不同国家曝光数



【Hinge Dating App】投放媒体广告及素材分析

2023年，社交应用Hinge Dating App广告总数为216,756，畅销榜最好排名表现第8名
 广告投放媒体方面， YouTube占比65%， Facebook占比19%， Google Admob占比16%；广告形式以信息流为主， 素材以纵向视频为主

HINGE DATING APP投放广告占比



【Hinge Dating App】近期爆款素材

真实场景、真人实拍，以温馨、搞笑的方式产品的高匹配度，并演绎“一个用掉即删的APP” Slogan

甜蜜爽文短剧情



558万

广告曝光

145天

投放天数

Slogan文案展示
产品的效果



147万

广告曝光

36天

投放天数

剧情演绎演绎
产品优势



292万

广告曝光

112天

投放天数

[营销篇]











03-2

工具应用篇











- 双端投放榜单
- 代表案例解析

工具类应用 iOS TOP榜











下载榜

01		Google Google	工具
02		Gmail-Email by Google Google	娱乐
03		Google Chrome Google	娱乐
04		ChatGPT OpenAI	工具
05		Microsoft Authenticator Microsoft	工具
06		Microsoft Outlook Microsoft	工具
07		Google Drive Google	工具
08		Google Photos Google	工具
09		Google Docs Google	工具
10		Google Translate Google	工具

收入榜











01		Dropbox: Cloud & Photo Storage Dropbox	工具
02		Google Photos Google	工具
03		Gmail-Email by Google Google	工具
04		PictureThis - Plant Identifier Glory Global	工具
05		Cricut Design Space Cricut	工具
06		Adobe Acrobat Reader Adobe	工具
07		Microsoft Word Microsoft	工具
08		Iscanner BPMobile	工具
09		Goodnotes 6 Goodnotes	工具
10		Chaton AIBY	工具

投放榜











01		PhotoRoom: AI Photo Editor PhotoRoom	工具
02		Picsify: AI- power Photo Editor Picsify	工具
03		DaVinci - AI Photo Generator HUBX	工具
04		PicSo - Customize Your AI Girl Metalnsight	工具
05		Picsart Photo Video Editor AI PicsArt	工具
06		Kidly: Book, Sleep Kidly	工具
07		CGTN - China Global TV Network CCTV	新闻
08		Bug ID: Insects Identifier Bug ID	工具
09		ARTA • AI Art & Avatar Generator AIBY	工具
10		MYER one Myer	工具

工具类应用 Android TOP榜











下载榜

01		QR & Barcode Scanner Gamma Play	工具
02		Samsung Smart Switch 三星	工具
03		Microsoft Authenticator Microsoft	工具
04		Google Translate Google	工具
05		Microsoft Edge Microsoft	工具
06		Move to ios Apple	工具
07		Adobe Acrobat Reader Adobe	工具
08		ChatGPT OpenAI	工具
09		Google Home Google	工具
10		Google Authenticator Google	工具

收入榜

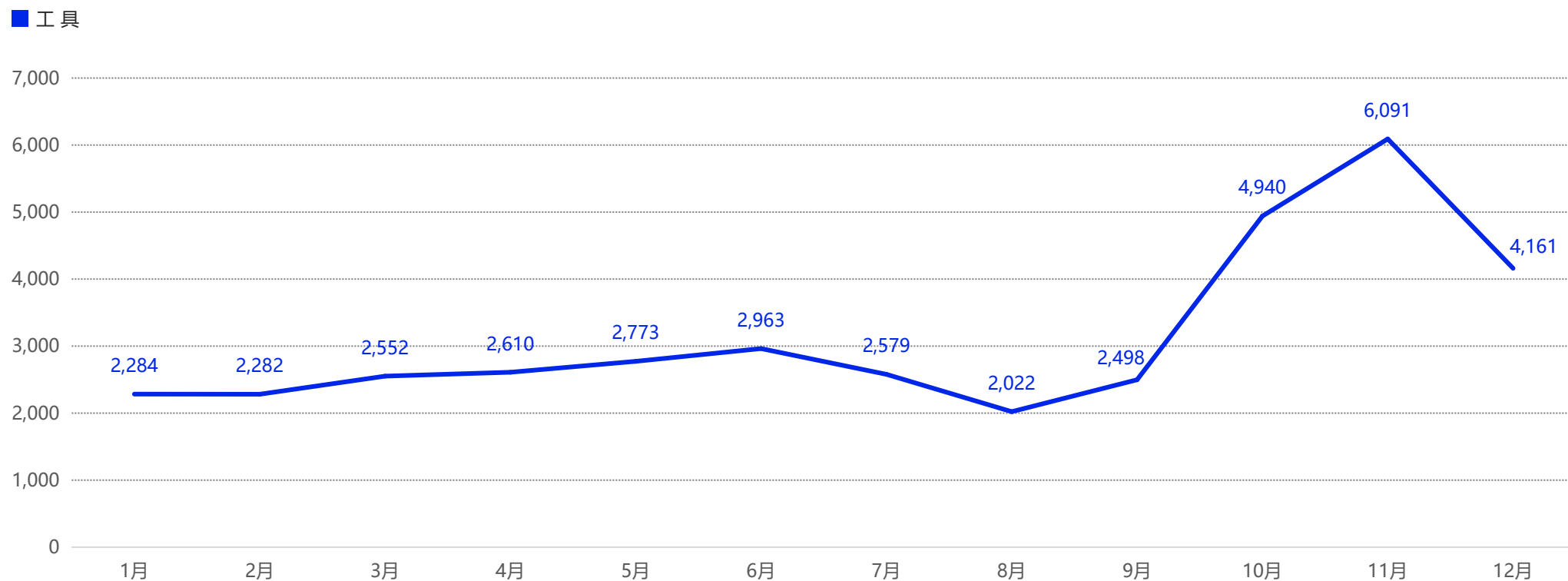
01		Google One Google	工具
02		Microsoft OneDrive Microsoft	工具
03		Dropbox: Cloud & Photo Storage Dropbox	工具
04		Google Drive Google	工具
05		NordVPN Nord Security	工具
06		Cricut Design Space Cricut	工具
07		Adobe Acrobat Reader Adobe	工具
08		PictureThis - Plant Identifier Glory Global	工具
09		Wyze Wyze	工具
10		Replika: My AI Friend Luka	工具

投放榜

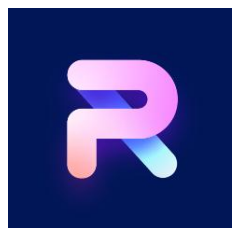
01		PhotoRoom: AI Photo Editor PhotoRoom	工具
02		Magic Fluid: Live Wallpaper MIA Studio	壁纸
03		ChatBot-AI Chat X PhotoKit	工具
04		Magic Fluids: Live Wallpape OpenAI	工具
05		Talkie: Soulful AI MIA Studio	壁纸
06		Broken Screen 4K Funny Pranks MIA Studio	壁纸
07		Imagine Art: AI Art Generator Destroy Global	工具
08		Call Santa Claus: Prank Call MIA Studio	壁纸
09		AI Quran Majeed: Holy Quran AI Quran Majeed	工具
10		Speed Vpn JS2021 Games	工具

工具类应用投放观察

与整体移动应用大盘涨幅一致，1月-6月保持正向稳定增长，最高投放数量为2963个在8月出现小低谷后，9月开始持续飙升，11月达到最大投放数量6091个



热门工具应用观察



PhotoRoom AI Photo Editor

类型: AI 摄影与录像

发行: (法) Hinge, Inc.

投放周期: 2021-03-14 ~2023-12

投放国家: 60个, 以印度、巴西、美国、瑞士、香港为主, 其中美国收入占47%, 英国占7%; 下载量为印度12%, 美国/巴西8%

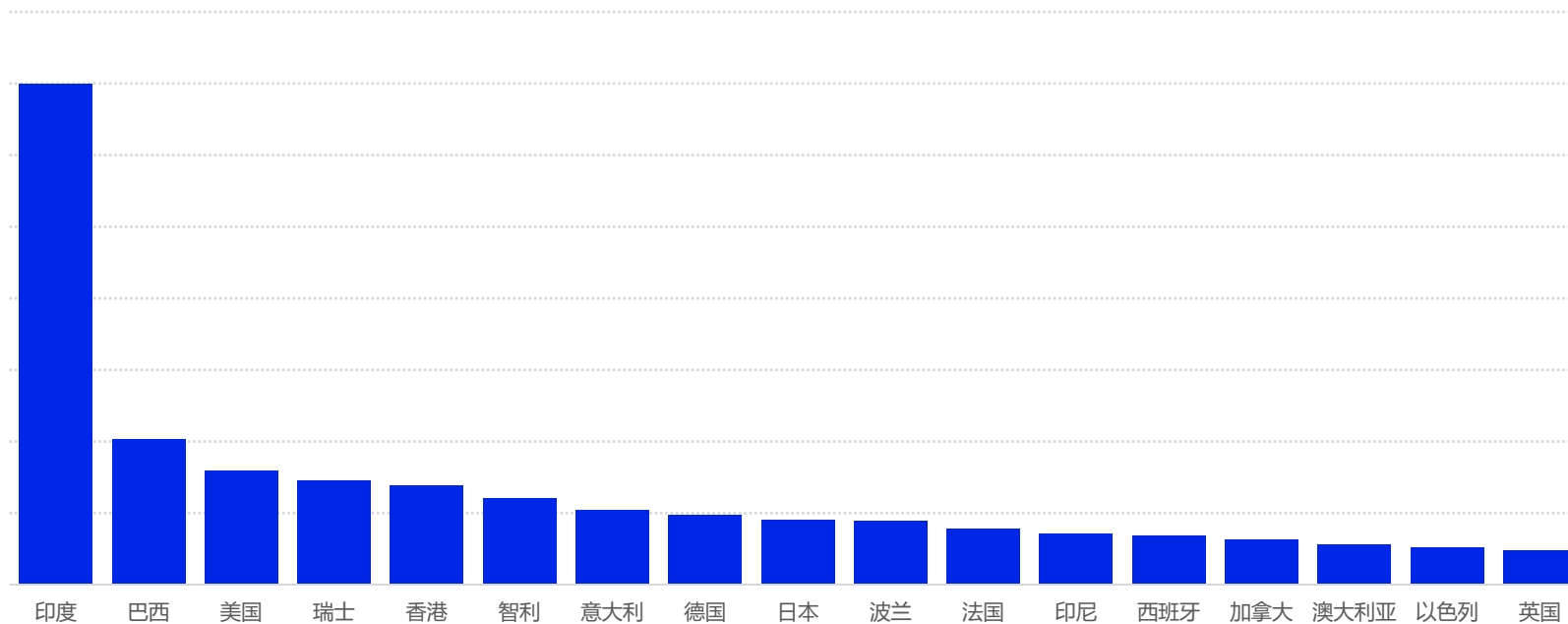
投放媒体: 共投放9个媒体, 投放22个媒体广告位

6116万
年度下载量

\$2.5亿
年度收入

2021-03-14
首投日期

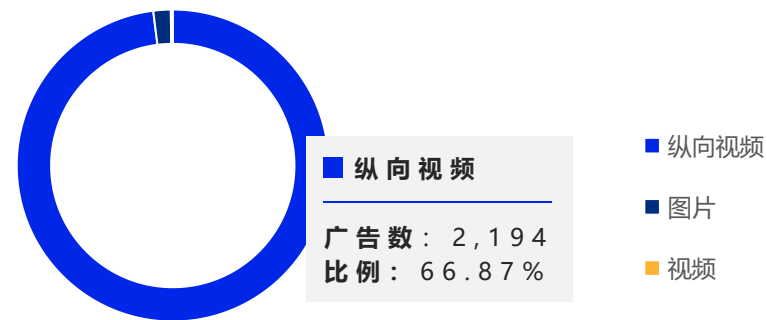
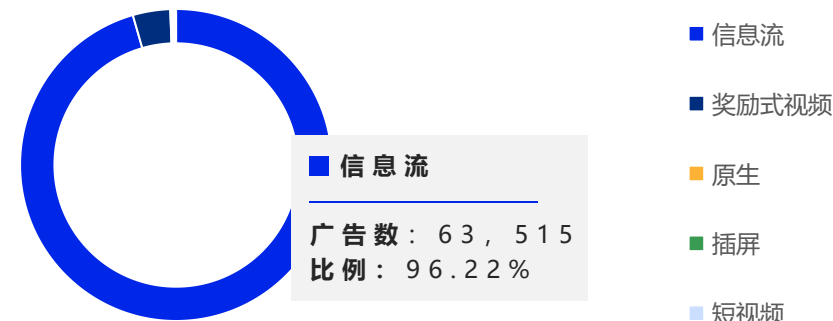
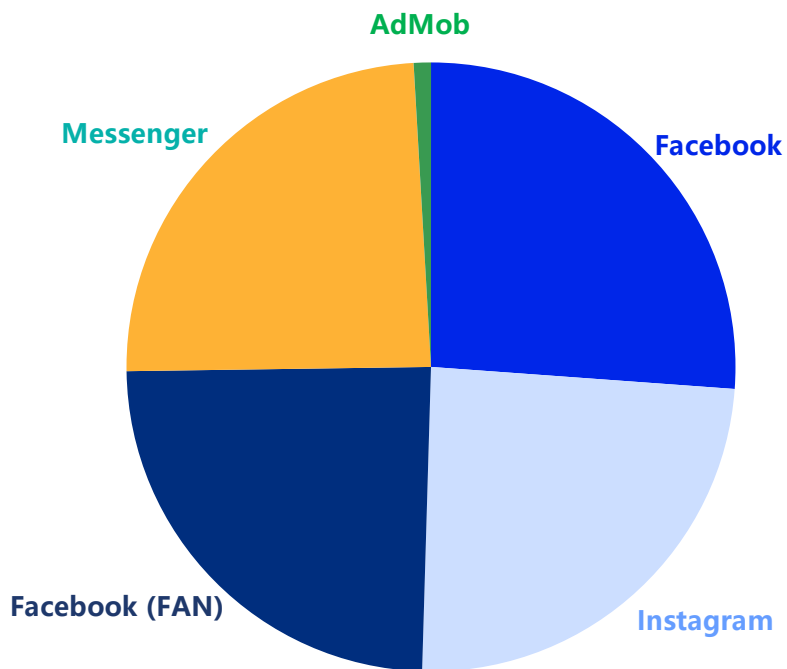
2023年PhotoRoom AI Photo Editor不同国家曝光数



【PhotoRoom AI Photo Editor】投放媒体广告及素材分析

2023年，社交应用PhotoRoom AI Photo Editor广告总数为**216,800**，畅销榜最好排名表现第1名
 广告投放媒体方面，**Facebook占比26.14%**，**Instagram占比24.30%**；Facebook (FAN)占比24.30%
 广告形式以**信息流**为主，素材以**纵向视频**为主

PHOTOROOM AI PHOTO EDITOR 投放广告占比



【 PhotoRoom AI Photo Editor 】年度热门素材

抓住痛点类修图场景，如“换背景”“素人换装”“如何拍出高级感”，充分展示秒AI功能的强大

6个不同的真实场景转换



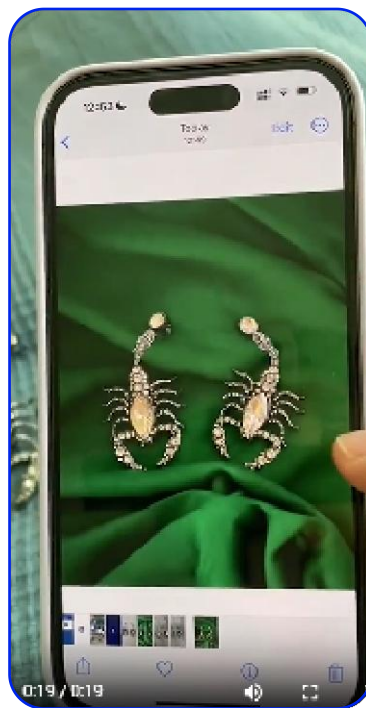
901万

广告曝光

135天

投放天数

饰品类拍摄背景场景转换



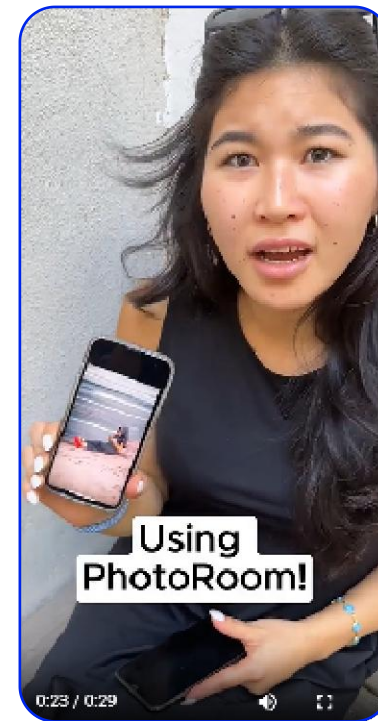
184万

广告曝光

145天

投放天数

随机拍摄素人场景转换



290万

广告曝光

156天

投放天数

[营销篇]











03-3

购物应用篇











- 双端投放榜单
- 代表案例解析

购物类应用 iOS TOP榜











下载榜

01		Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物
02		SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物
03		Amazon Shopping 亚马逊	购物
04		Walmart 沃尔玛	购物
05		Nike 耐克	购物
06		Etsy Etsy	购物
07		Vinted Vinted	购物
08		eBay eBay	购物
09		Alibaba.com-B2B marketplace 阿里巴巴	购物
10		AliExpress 阿里巴巴	购物

收入榜











01		OfferUp: Buy. Sell. Letgo. Offerup	购物
02		CARFAX CARFAX	购物
03		LootBoy LootBoy	购物
04		Style DNA Style DNA	购物
05		Buy and sell AppKoncept	购物
06		AnyList Purple Cover	购物
07		Think Dirty-Shop Clean Think Dirty	购物
08		Copart Copart	购物
09		Sneakers Drops Sneakers Drops	购物
10		AutoScout24 AutoScout24	购物

投放榜











01		Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物
02		Shopee: Jual Beli Online 虾皮	购物
03		SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物
04		Emmiol STARWE	购物
05		G-Star RAW - Official app G-Star-RAW	购物
06		Kimbino — Offers & Deals Kimbino Green	购物
07		Zalando - fashion & clothing Zalando	购物
08		eBay eBay	购物
09		HUGO BOSS-Premium Fashion HUGO BOSS	购物
10		LUISAVIAROMA LUISAVIAROMA	购物

购物类应用 Android TOP榜











下载榜

01		Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物
02		SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物
03		Amazon Shopping 亚马逊	购物
04		Walmart 沃尔玛	购物
05		AliExpress 阿里巴巴	购物
06		Alibaba.com-B2B marketplace 阿里巴巴	购物
07		eBay eBay	购物
08		Etsy Etsy	购物
09		Too Good To Go Too Good To Go	购物
10		Lidl Plus Lidl	购物

收入榜

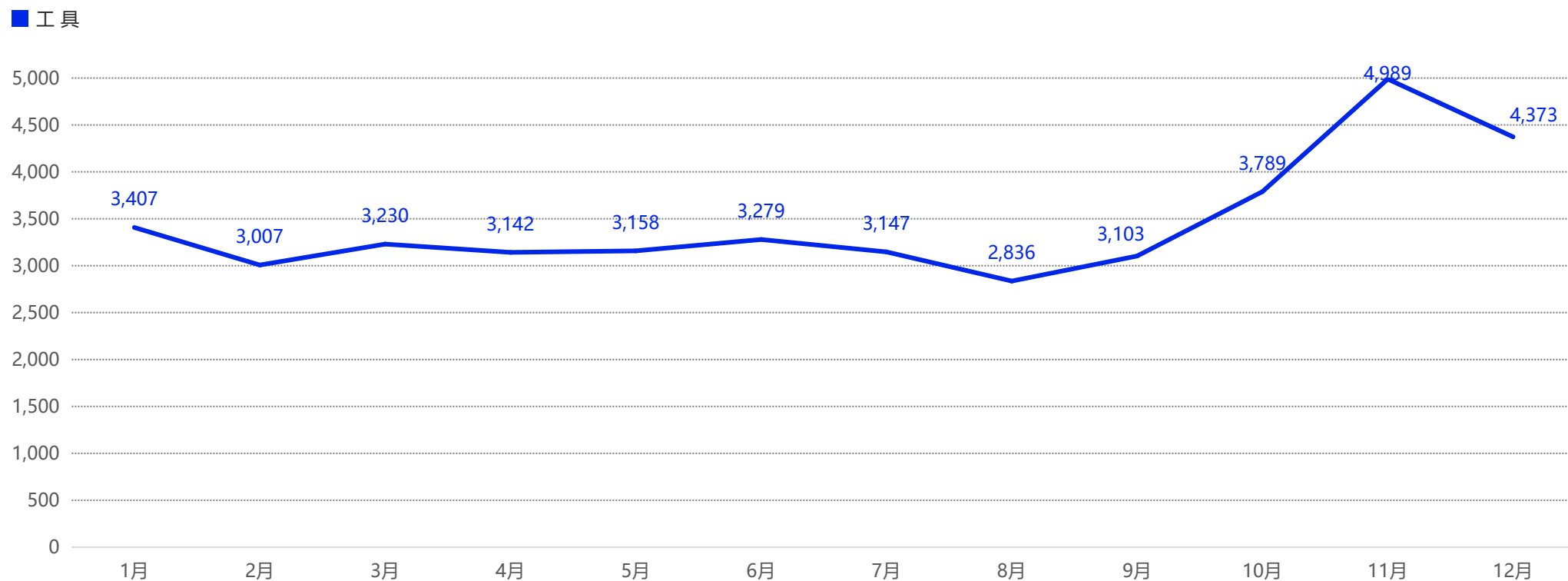
01		Amazon Shopping 亚马逊	购物
02		OfferUp: Buy. Sell. Letgo OfferUp	购物
03		LootBoy LootBoy	购物
04		AnyList AnyList	购物
05		My Best Colors My Best Colors	购物
06		Style DNA Style DNA	购物
07		Grocery Shopping List listonic Listonic	购物
08		Think Dirty-Shop Clean Think Dirty	购物
09		Carousell Carousell	购物
10		Buy and sell AppKoncept	购物

投放榜

01		Temu: Shop Like a Billionaire 拼多多	购物
02		SHEIN-Shopping Online SHEIN	购物
03		Alibaba.com-B2B marketplace 阿里巴巴	购物
04		Shopee PH: Shop this 12.12 虾皮	购物
05		Nike: All The Greatest Gifts 耐克	购物
06		Shopee 12.12 Birthday Sale 虾皮	购物
07		Lazada - All out this 12.12 Lazada	购物
08		Nykaa Fashion- Shopping App Nykaa	购物
09		iHerb iHerb	购物
10		LightInTheBox Online Shopping LightInTheBox	购物

购物类应用投放观察

与整体移动应用大盘涨幅一致，1月-6月保持稳定增长，最高投放数量为**3407个**在8月出现小回落后，9月开始持续飙升，11月达到最大投放数量**4989个**



热门购物应用观察



Temu

类型: 购物

发行: (中)

投放周期: 2022-09-01 ~ 2023-12-17

投放国家: 44个, 以美国、德国、法国、波兰、意大利、荷兰、瑞士、英国、西班牙等国为主; 下载量为美国27%, 墨西哥12%, 英国6%

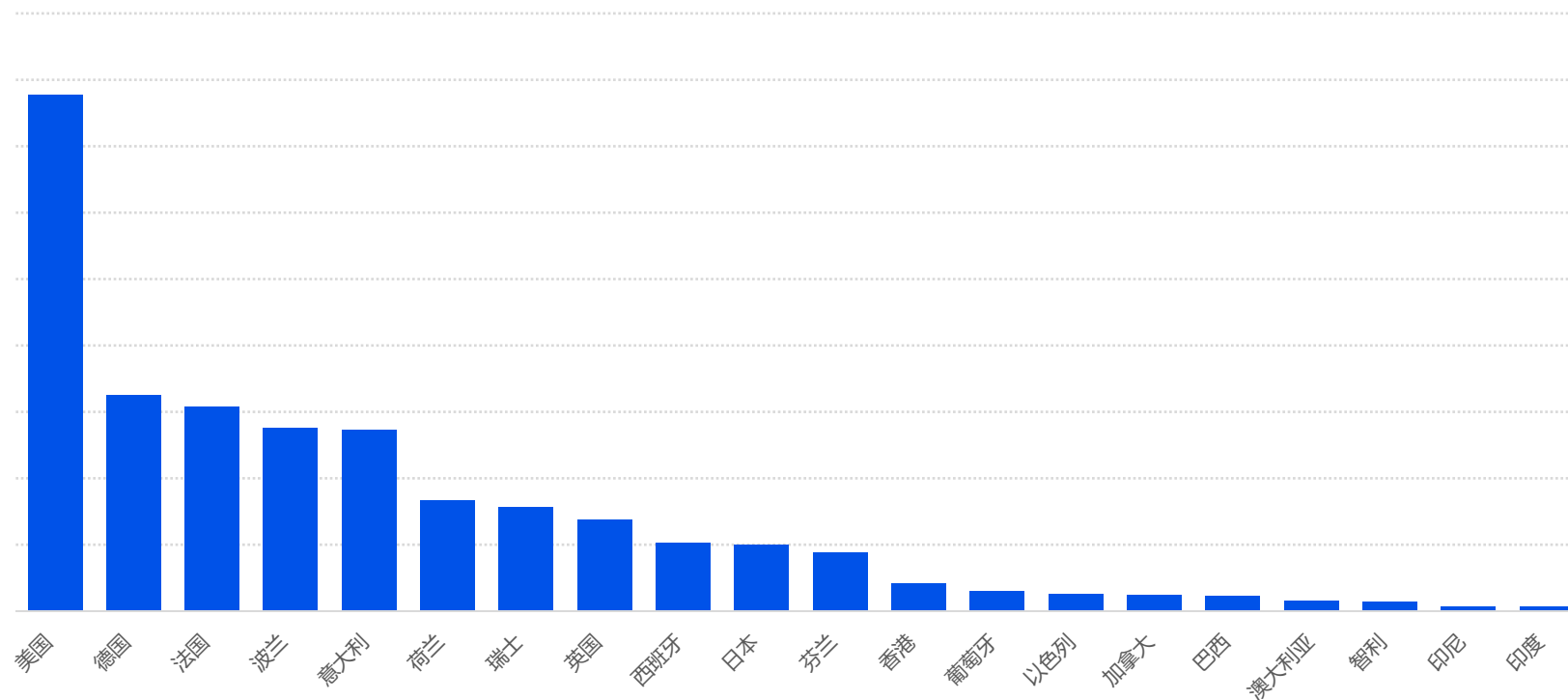
投放媒体: 共投放9个媒体, 投放207个媒体广告位

3.3亿
年度下载量

第一
下载排名

2022-09-01
首投日期

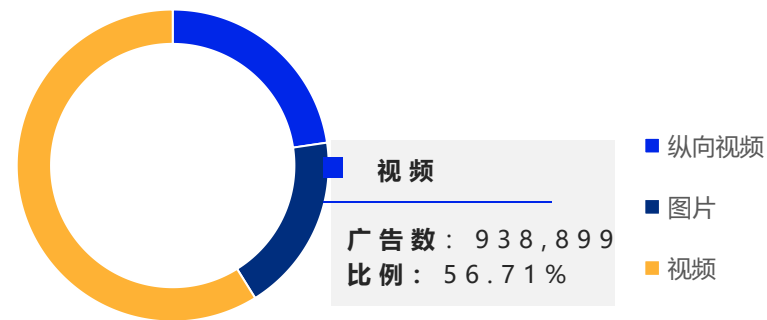
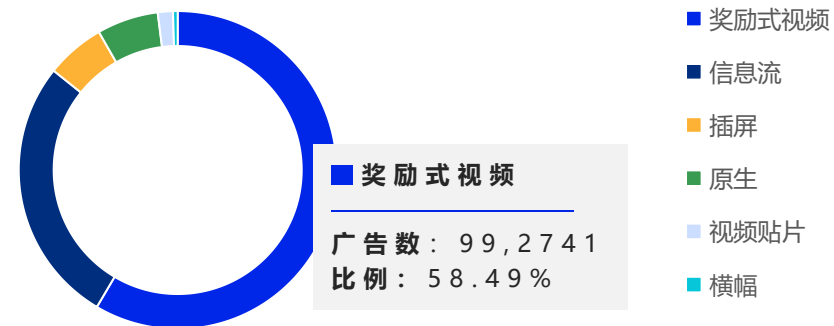
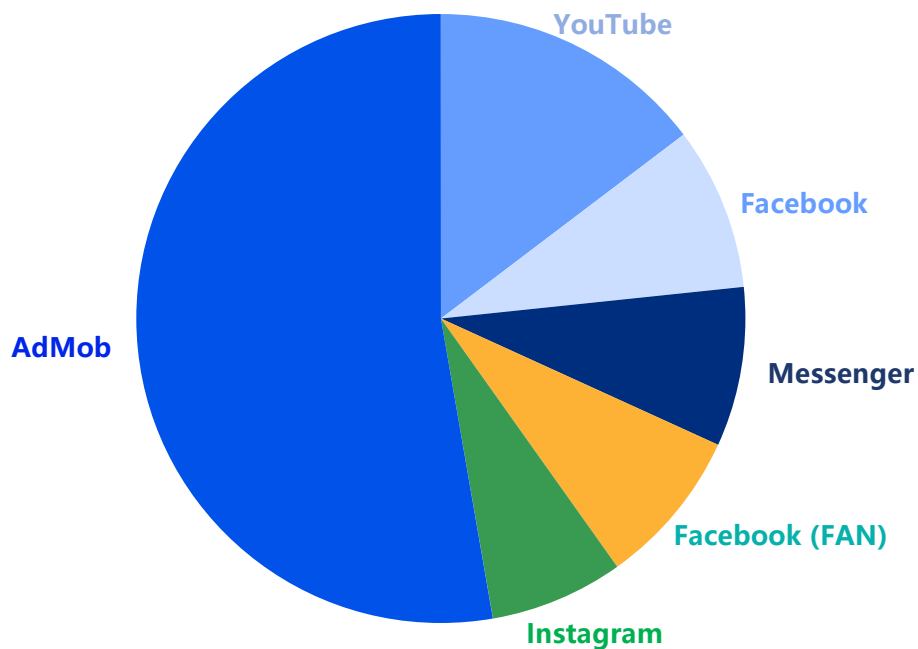
2023年Temu不同国家曝光数



【Temu】投放媒体广告及素材分析

2023年，购物应用Temu广告总数为**1,670,540**，畅销榜最好排名表现第1名
 广告投放媒体方面，**AdMob占比49.04%**，**YouTube占比16.27%**，**Facebook占比9.25%**
 广告形式以**奖励式视频**为主，**素材以视频**为主

TEMU投放广告占比



【Temu】年度热门素材

从热门的服装饰品、家用产品等场景切入，结合吸引眼球的对比价，充分展示产品丰富、低价的特点

6个不同的真实场景转换



4.7亿
广告曝光

195天
投放天数

实操场景展示
售卖品和价格



6092万
广告曝光

30天
投放天数

6个不同的
真实场景转换



3869万
广告曝光

125天
投放天数

[营销篇]











03-4

阅读应用篇











- 双端投放榜单
- 代表案例解析

阅读类应用 iOS TOP榜











下载榜

01		Audible Audible	阅读
02		Amazon Kindle 亚马逊	阅读
03		Libby, by OverDrive OverDrive	阅读
04		Headway GTHW	阅读
05		Wattpad Wattpad	阅读
06		Goodreads Goodreads	阅读
07		Pocket FM:Audio Series Pocket FM	阅读
08		WEBTOON KR WEBTOON KR	阅读
09		Epic Epic Creations	阅读
10		GALATEA GALATEA	阅读

收入榜











01		Audible Audible	阅读
02		GoodNovel GoodNovel	阅读
03		WEBTOON KR WEBTOON KR	阅读
04		Headway Headway	阅读
05		Dreame Dreame	阅读
06		Epic Epic Creations	阅读
07		Blinkist Blinks Labs	阅读
08		GALATEA GALATEA	阅读
09		Everand Scribd	阅读
10		Pocket FM Pocket FM	阅读

投放榜











01		Good Novel - Stories & Novels GoodNovel	阅读
02		MegaNovel - fiction&webtoon Mega Novel	阅读
03		Manobook Manobook	畅读
04		MoboReader-The Alpha King MaboReader	畅读
05		Tapon-Stories & Novels Tapon	阅读
06		Lera: Best eBooks & Webnovels Lera	阅读
07		Vampire Novels-Endless Stories Vampire Novels	阅读
08		BueNovela & leer novela BueNovel	阅读
09		HeyNovel HeyNovel	阅读
10		Hinovel-Read Stories Hinovel	阅读

阅读类应用 Android TOP榜











下载榜

01		Audible Audible	阅读
02		Pocket FM: Audio Series Pocket FM	阅读
03		Amazon Kindle 亚马逊	阅读
04		Libby, by OverDrive OverDrive	阅读
05		Wattpad Wattpad	阅读
06		Headway GTHW	阅读
07		WEBTOON KR WEBTOON KR	阅读
08		Blinkist Blinks Labs	阅读
09		Google Play Books Google	阅读
10		Pockettoon Pockettoon	阅读

收入榜

01		Audible Audible	阅读
02		WEBTOON KR WEBTOON KR	阅读
03		Pocket FM Pocket FM	阅读
04		GoodNovel GoodNovel	阅读
05		Tapas Tapas	阅读
06		WebNovel Cloudary	阅读
07		Dreame Dreame	阅读
08		Tappytoon Comics Tappytoon Comics	阅读
09		GALATEA GALATEA	阅读
10		MoboReader MoboReader	阅读

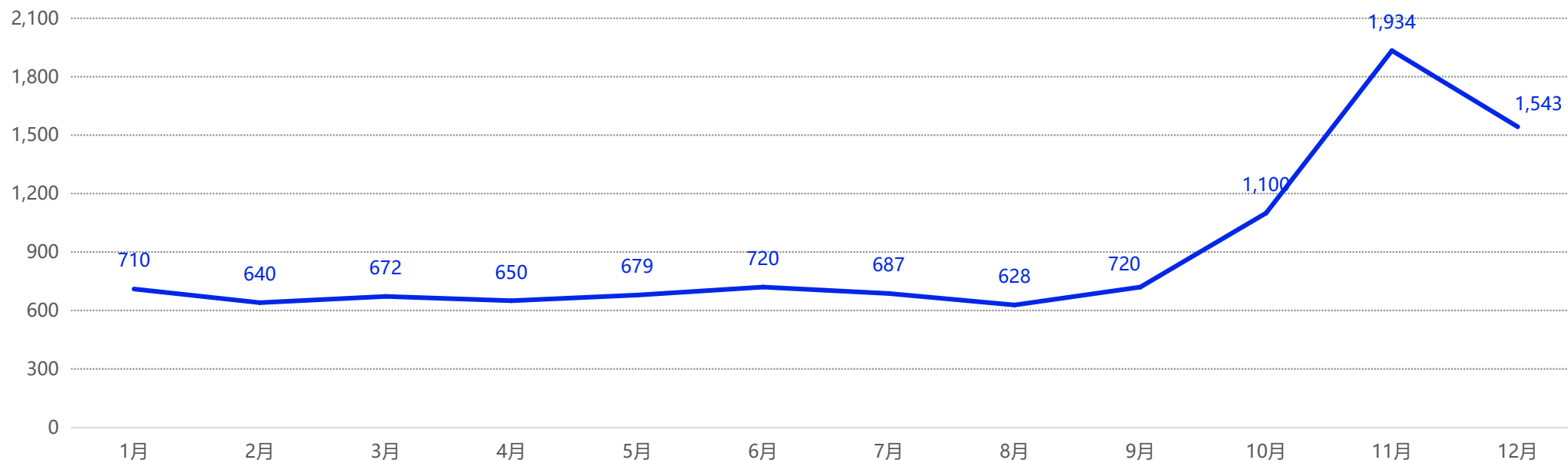
投放榜

01		Dreame Dreame	阅读
02		HeyNovel Epic Creations	阅读
03		Audible: Audio Entertainment Audible	畅读
04		マガポケ -週刊少年マガジン公式アプリ Kodansha	畅读
05		Domestika - Online courses Domestika	阅读
06		HappiLit-Great Novels HappiLit	阅读
07		Readink - Good Novel & Fiction Readink	阅读
08		FictionClub FictionClub	阅读
09		Kikistory Tapon	阅读
10		ReadNovel-Attractive Fictions ReadNovel	阅读

阅读应用观察

与整体移动应用大盘涨幅一致，1月-6月保持稳定增长，最高投放数量为6月投放**1914个**在8月出现小回落后，9月开始持续飙升，11月达到最大投放数量**3498个**

■ 阅读类



热门阅读应用观察



Dreame

类型: 阅读 图书

发行: (中) Dreame Media

投放周期: 2021-02-19 ~2023-12

投放国家: 50个, 以美国、巴西、智利、印尼、土耳其、加拿大为主, 其中美国收入占59%, 泰国占8%; 下载量为巴西15%, 泰国13%, 美国10%

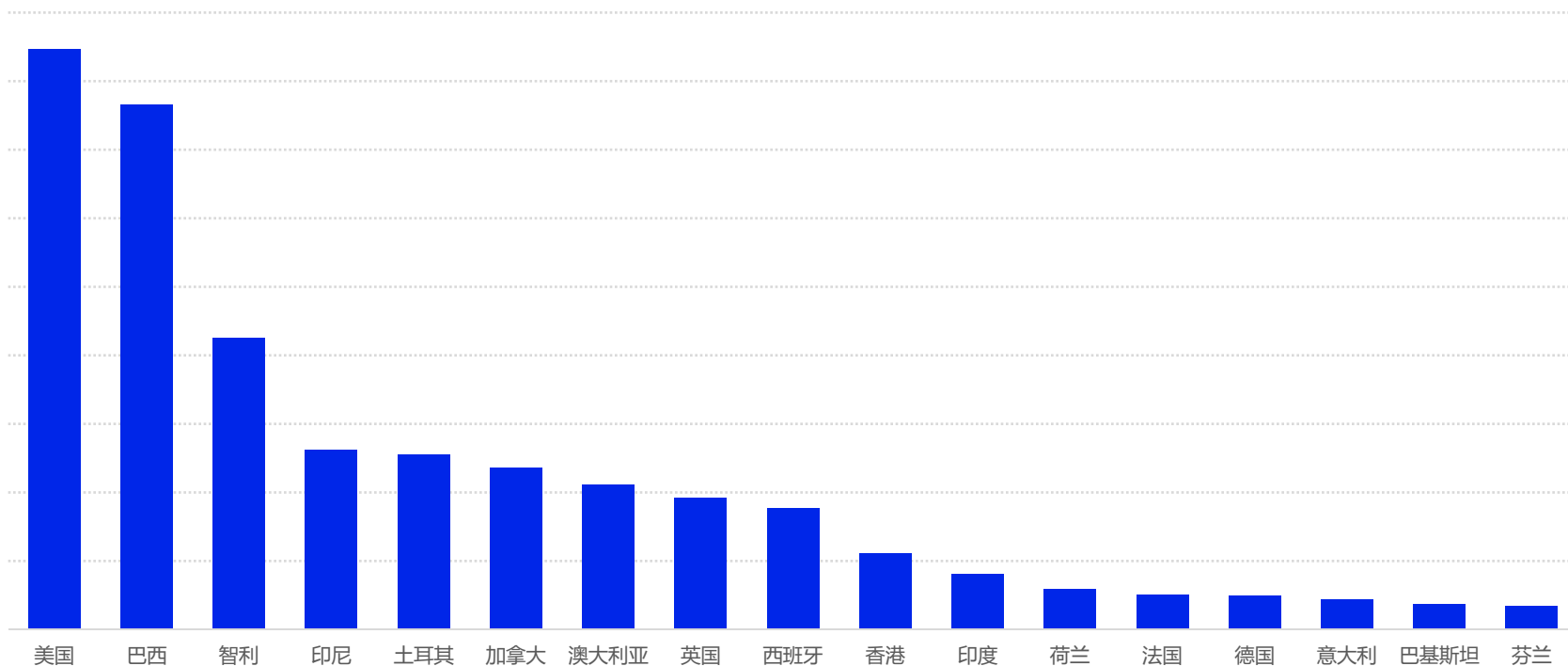
投放媒体: 共投放13个媒体, 投放214个媒体广告位

611万
年度下载量

\$34.67万
年度收入

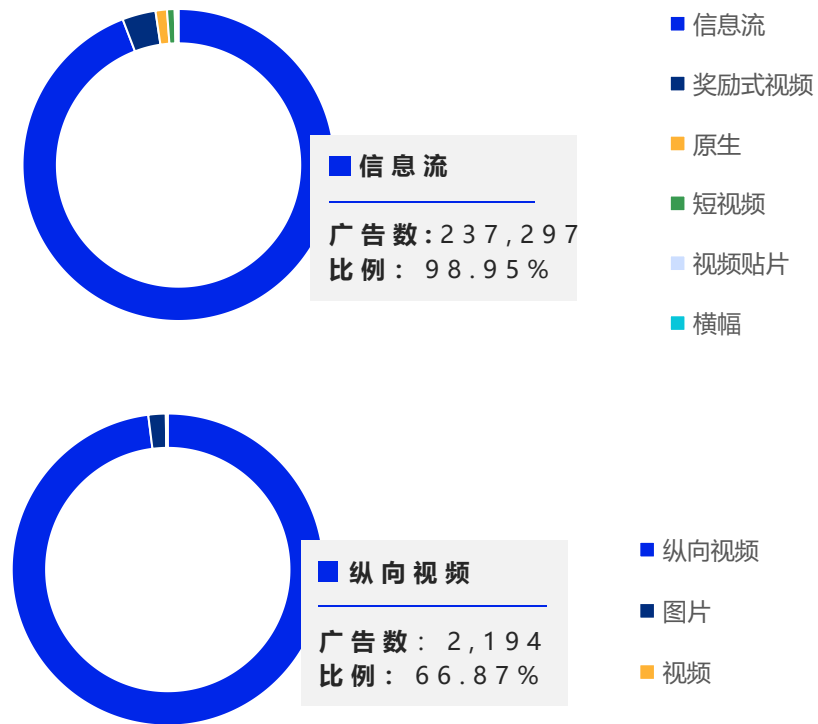
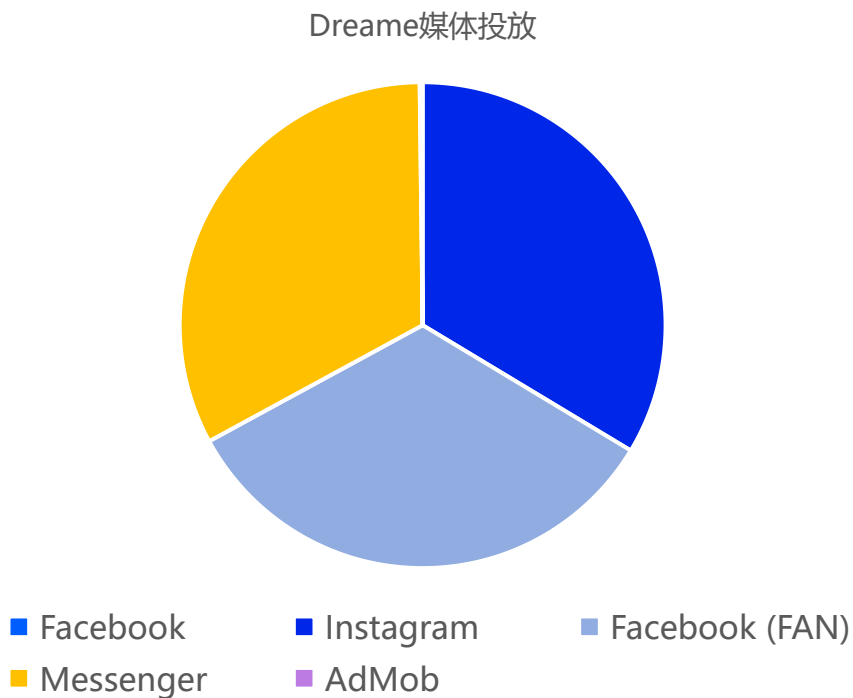
2021-02-19
首投日期

2023年Dreame不同国家曝光数



【Dreame】投放媒体广告及素材分析

2023年，阅读应用Dreame广告总数为237,297，畅销榜最好排名表现娱乐类第1名
 广告投放媒体方面，Facebook占比26.30%，Instagram占比24.23%，Messenger占比24.14%；
 广告形式以信息流为主，素材以纵向视频为主



【Dreame】年度热门素材

通过反转剧情、悬念疑问、爽文文案等方式，展现小说的精彩片段，吸引点击

第一人称讲述剧情



78万
广告曝光

29天
投放天数

疑问式对话引发悬念



74万
广告曝光

30天
投放天数

真人反转出境剧情



49万
广告曝光

21天
投放天数

[营销篇]











03-5

娱乐应用篇











- 双端投放榜单
- 代表案例解析

娱乐应用 iOS TOP榜











下载榜

01		Tik Tok 字节跳动	娱乐
02		Netflix Netflix	娱乐
03		Max: Stream HBO, TV, & Movies WarnerMedia Global	娱乐
04		Amazon Prime Video 亚马逊	娱乐
05		Disney+ Disney	娱乐
06		Ticketmaster Ticketmaster	娱乐
07		Peacock TV Peacock TV	娱乐
08		The Roku App (Official) Roku	娱乐
09		Hulu Hulu	娱乐
10		Paramount+ CBS	娱乐

收入榜

01		Tik Tok 字节跳动	娱乐
02		Disney+ Disney	娱乐
03		Hulu Hulu	娱乐
04		Peacock TV Peacock TV	娱乐
05		Crunchyroll Crunchroll	娱乐
06		Paramount+ CBS	娱乐
07		Max: Stream HBO, TV, & Movies Peacock TV	娱乐
08		Netflix Roku	娱乐
09		HBO Max Hulu	娱乐
10		Amazon Prime Video CBS	娱乐

投放榜











01		Ticketmaster - Buy Sell Tickets Ticketmaster	服务
02		GoodFM: Audio Books & Story GoodFM	娱乐
03		DramaBOX-movies and drama DramaBox	娱乐
04		Fever: local events & tickets Fever Labs	娱乐
05		MoboReels: Amazing Episodes MoboReels	娱乐
06		Vampire Novels-Endless Stories Vampire Novels	阅读
07		Tik Tok 字节跳动	娱乐
08		Lie Detector: Test Scan Prank Lie Detector	娱乐
09		hoichoi - Movies & Web Series Hoichoi	娱乐
10		World of Mods for Minecraft PE Leonovs	娱乐

娱乐应用 Android TOP榜











下载榜

01		Disney+ Disney	娱乐
02		Netflix Netflix	娱乐
03		Amazon Prime Video 亚马逊	娱乐
04		Tubi: Movies & Live TV Tubi TV	娱乐
05		Pluto TV Pluto	娱乐
06		Max: Stream HBO, TV, & Movie WamerMedia	娱乐
07		MISTPLAY MISTPLAY	娱乐
08		Peacock TV Peacock TV	娱乐
09		YouTube Kids Google	娱乐
10		The Roku App (Official) ROKU	娱乐

收入榜

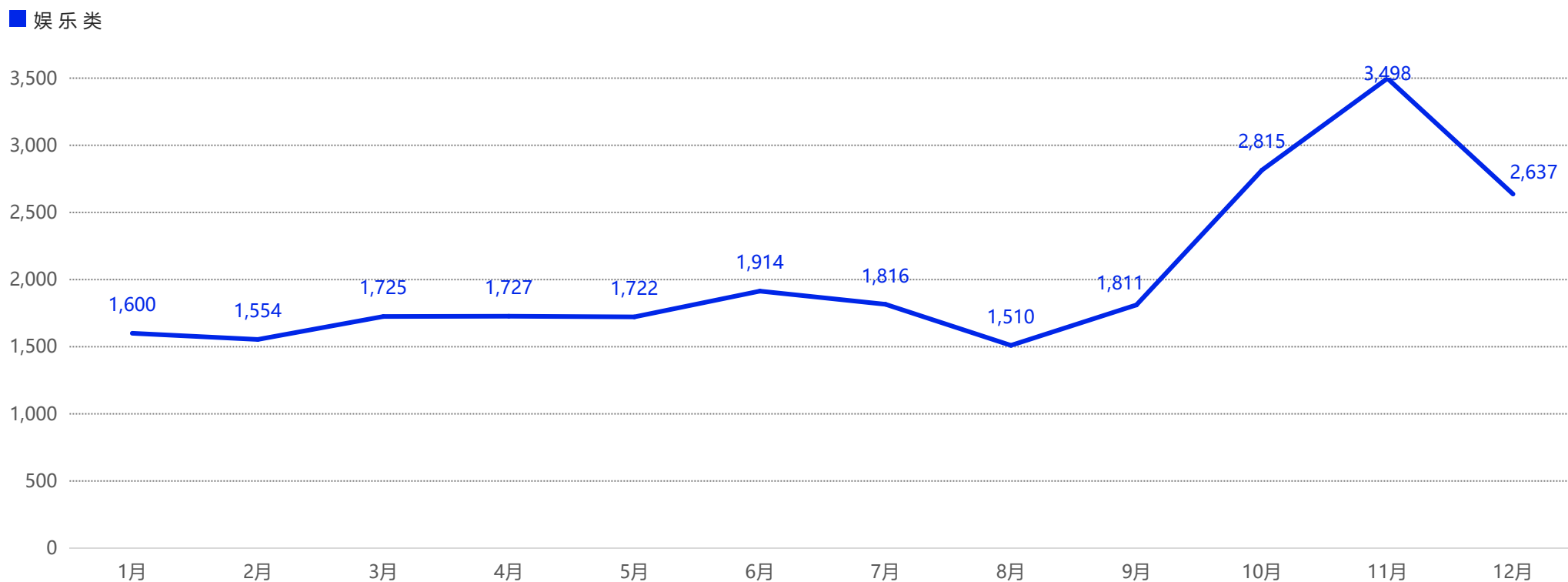
01		Disney+ Disney	娱乐
02		Twitch Twitch	娱乐
03		Crunchyroll Crunchyroll	娱乐
04		Peacock TV Peacock TV	娱乐
05		Max: Stream HBO, TV, & Movies WamerMedia	娱乐
06		HBO Max WamerMedia	娱乐
07		Paramount+ CBS	娱乐
08		Hulu Disney	娱乐
09		Vudu VUDU	娱乐
10		discovery+ Discovery	娱乐

投放榜

01		Talkie: Soulful AI Talkie	服务
02		Broken Screen 4K Funny Pranks MIA Studio	娱乐
03		Equalizer Pro Eualizer Pro	娱乐
04		Call Santa Claus: Prank Call MIA Studio	娱乐
05		ReelShort ReelShort	娱乐
06		Photo AI Photo AI	娱乐
07		ShortTV ShortTV	娱乐
08		STAGE CatchUp	娱乐
09		MoboReels: Amazing Episodes MoboReels	娱乐
10		Cici - Your helpful friend SPRING (SG)	娱乐

娱乐应用观察

与整体移动应用大盘涨幅一致，1月-6月保持稳定增长，最高投放数量为6月投放1914个在8月出现小回落后，9月开始持续飙升，11月达到最大投放数量3498个



热门购物应用观察



ReelShort

类型: 娱乐 短剧

发行: (中) NewLeaf Publishing

投放周期: 2022-08-16 ~2023-12-14

投放国家: 50个, 以美国、印度、加拿大、英国、澳大利亚、印尼为主, 其中美国收入占47%, 英国占7%; 下载量为印度12%, 美国/巴西8%

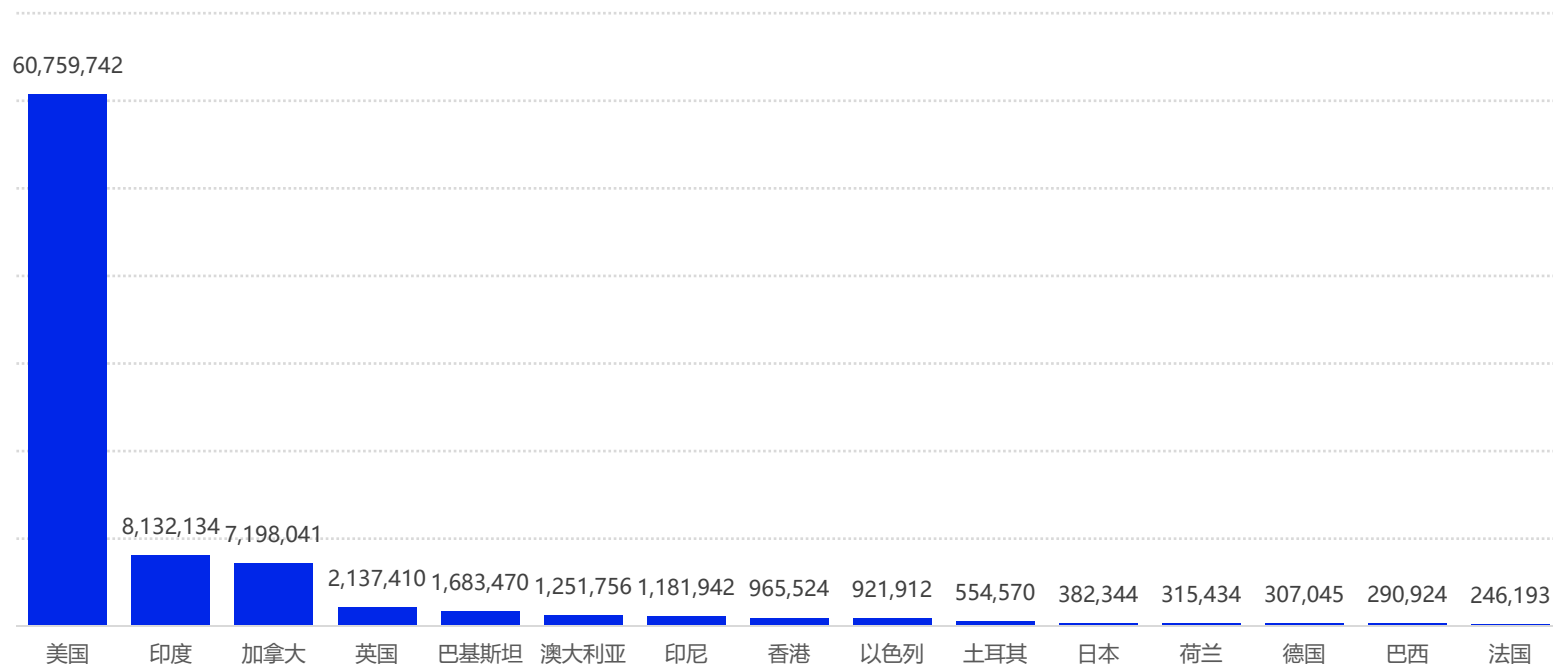
投放媒体: 共投放11个媒体, 投放66个媒体广告位

261万
年度下载量

\$4.76万
年度收入

2022-08-16
首投日期

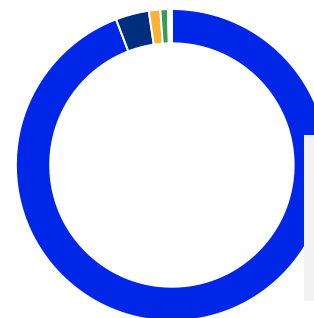
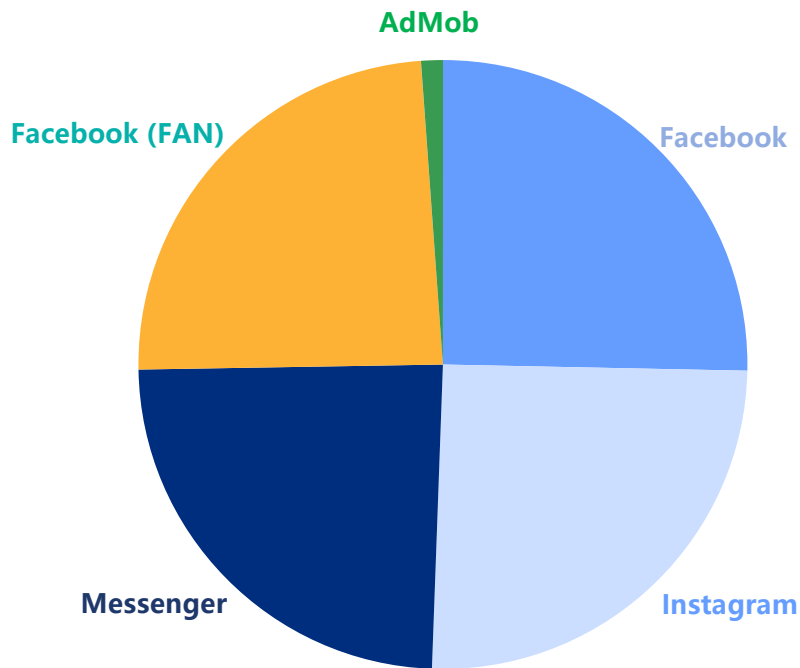
2023年ReelShort不同国家曝光数



【ReelShort】投放媒体广告及素材分析

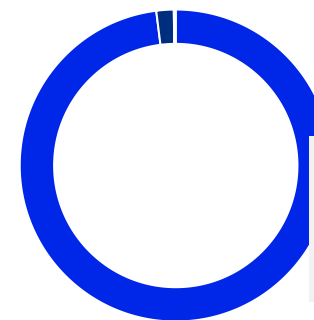
2023年，社交应用ReelShort广告总数为16,174，畅销榜最好排名表现娱乐类第91名
 广告投放媒体方面， Facebook占比25.30%， Instagram占比25.23%， Messenger占比24.14%；
 广告形式以信息流为主， 素材以纵向视频为主

REELSHORT媒体投放



■ 信息流
 广告数: 16,093
 比例: 98.47%

- 信息流
- 奖励式视频
- 原生
- 短视频
- 视频贴片
- 横幅



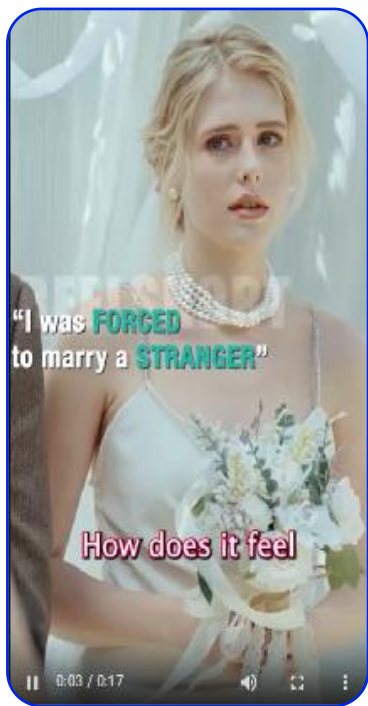
■ 纵向视频
 广告数: 2,194
 比例: 66.87%

- 纵向视频
- 图片
- 视频

【ReelShort】年度热门素材

通过对比、反转、男主甜宠、女主逆袭等方式，展现短剧的高潮甚至擦边时“戛然而止”，吸引点击下载

女主逆袭剧情



934万

广告曝光

125天

投放天数

男主反转剧情



330万

广告曝光

87天

投放天数

男主甜宠剧情



257万

广告曝光

116天

投放天数

2023 全球移动应用广告 营销变现白皮书

【 变现篇 】



APPMAGIC

报告涉及的主题包括本月全球移动应用发展趋势、热门品类市场概况以及年度非游营销及变现洞察

数据来源：TopOn | 全球第三方行研机构数据

MARKETING GLOBAL MOBILE APP ADVERTISING

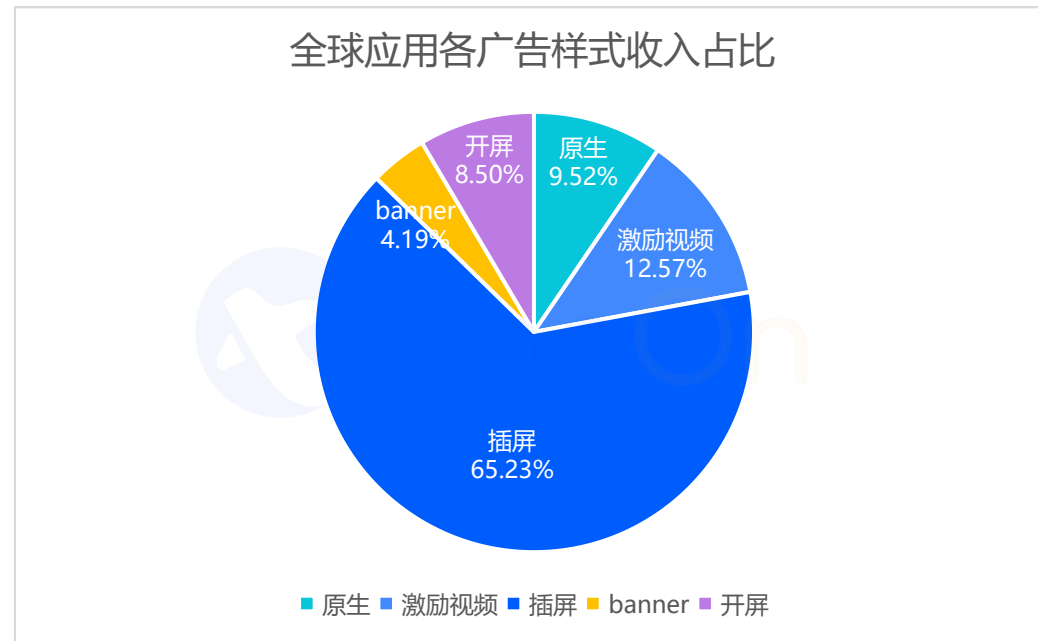
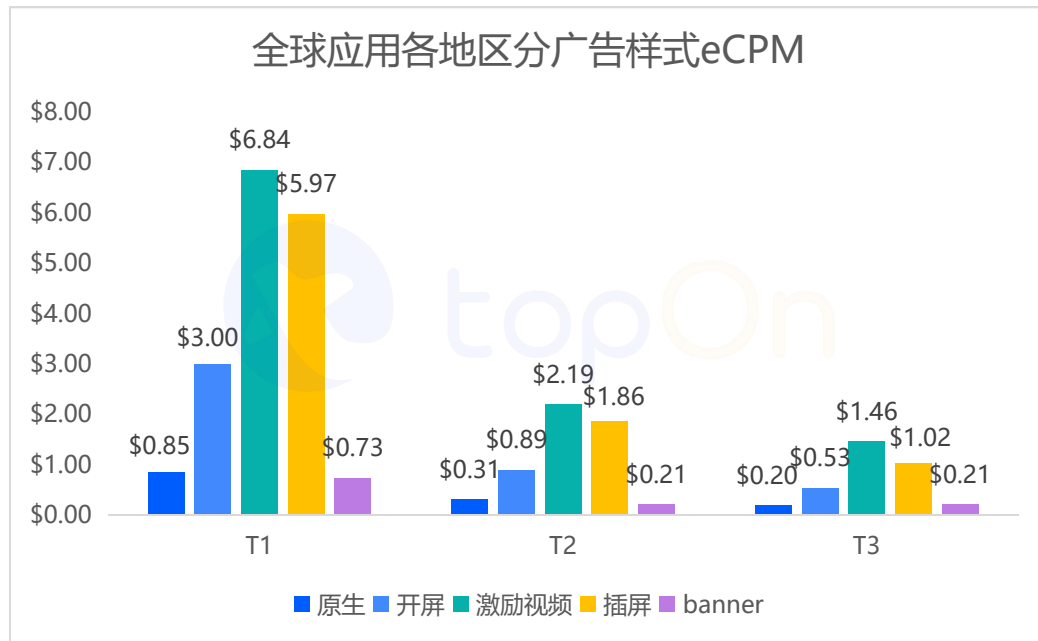
2023



[变现篇]
01-1

全球移动应用 广告变现总体概况

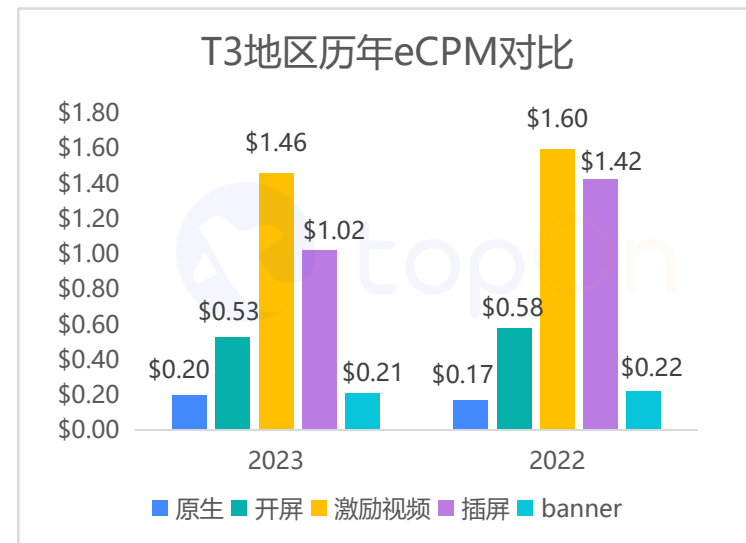
全球各区域广告变现数据概况



注：eCPM指每一千次广告展示获得的广告收入

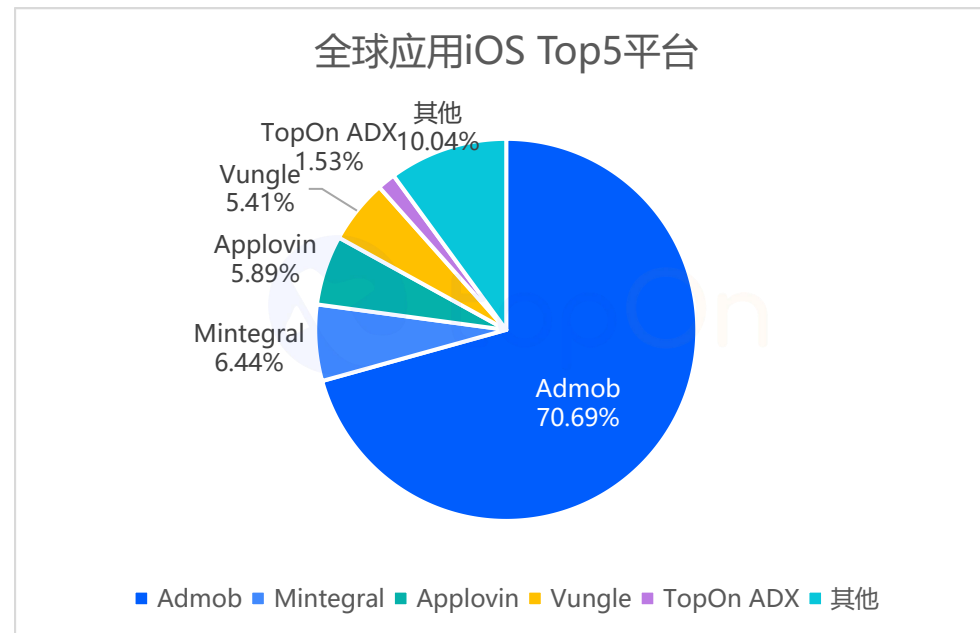
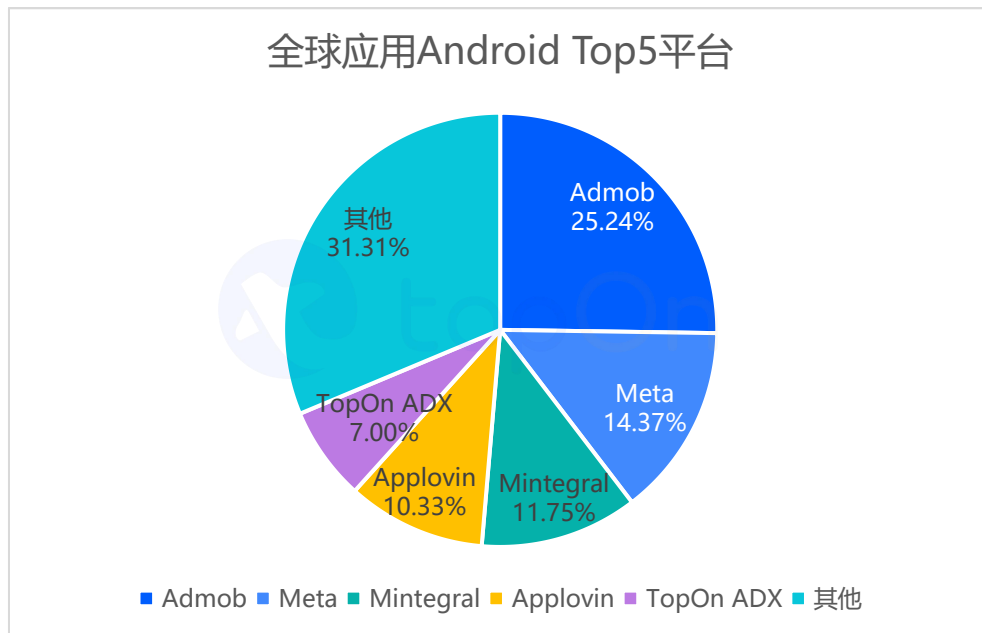
- 广告样式eCPM表现：**激励视频 > 插屏 > 开屏 > 原生 > Banner**。其中激励视频和插屏优势比较明显。
- 分国家eCPM表现：T1 > T2 > T3，T1国家大致是T2国家的三倍，T2国家大致是T3国家的1.5倍。
- 应用类APP插屏的收益占比高达65.23%，主要是因为插屏兼具了eCPM比较高和展示次数较高的优势；相比之下激励视频虽然eCPM较高，但是大部分应用缺乏激励的场景，因此激励视频的收益占比仅占12.57%；开屏、原生和banner广告虽然通常展示量也比较高，但是因为eCPM较低，收益占比也比较低。

全球各区域广告变现数据概况



- 2023年，T1和T2地区国家各广告样式eCPM 同比基本持平；
- 而T3国家的eCPM相比去年有不同幅度的下滑，其中最主要的插屏样式从\$1.42下降到了\$1.02。原因主要是：2023年投放华为、小米、OPPO、VIVO等海外应用商店的应用同比去年有所增加，这部分流量以T3国家为主，通常eCPM都会低于Google Play，拉低了T3地区的大盘eCPM；另外也和广告主预算调整有关。

全球移动应用APP TOP5 收益广告平台



- Android端可选的广告平台较多，各家广告平台的收益占比均衡，不在Top5的Pangle、Vungle、Unity、Yandex、inmobi、Bigo等其他平台，占比也有31.31%；
- iOS端海外移动应用Top广告平台中，Admob以70.69%的收益占比位居第一，Mintegral、Applovin、Vungle、TopOn ADX分别占据2~5位。

[变现篇]

01-2

全球热门移动应用品类 广告变现观察

工具广告变现情况



- 工具品类APP在T1国家和T2、T3国家的eCPM差距比较大，主要是因为覆盖的产品类型不完全一致。
- T1国家的工具品类包含了IAP+IAA混合变现的精品类型，以及IAA的类型，表现出来的特点是人均展示次数较低，但eCPM较高；
- T2、T3国家的工具类一般是纯IAA的工具，表现为展示频次和人均展示较高，但是eCPM较低；
- T3国家还有部分是来自非Google Play的商店流量，eCPM会更低一些，也一定程度上拉低了工具品类在T3国家的eCPM。

图文影音品类广告变现情况



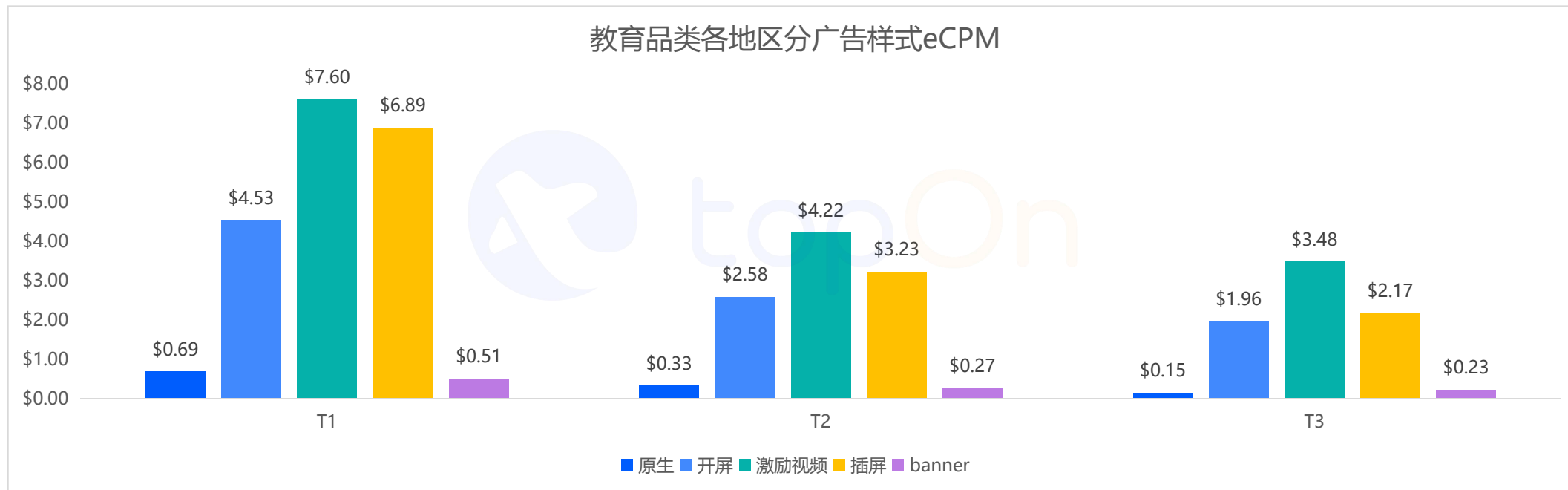
- 图文影音品类APP在T1、T2、T3不同地区间的产品类型较为相似，通常更注重用户的体验和留存率，广告体验较好，人均的广告展示次数较低，各广告样式eCPM也比较高。eCPM的变化趋势也和大盘比较一致。

社交品类广告变现情况



- 社交品类在各地区的eCPM均远高于大盘应用类的数据，特别是激励视频和插屏尤为出众。主要原因是社交品类的产品通常以内购为主，买量成本也比较高，因此用户价值比较高，广告主的出价自然也会高于其他品类的应用。

教育品类广告变现情况



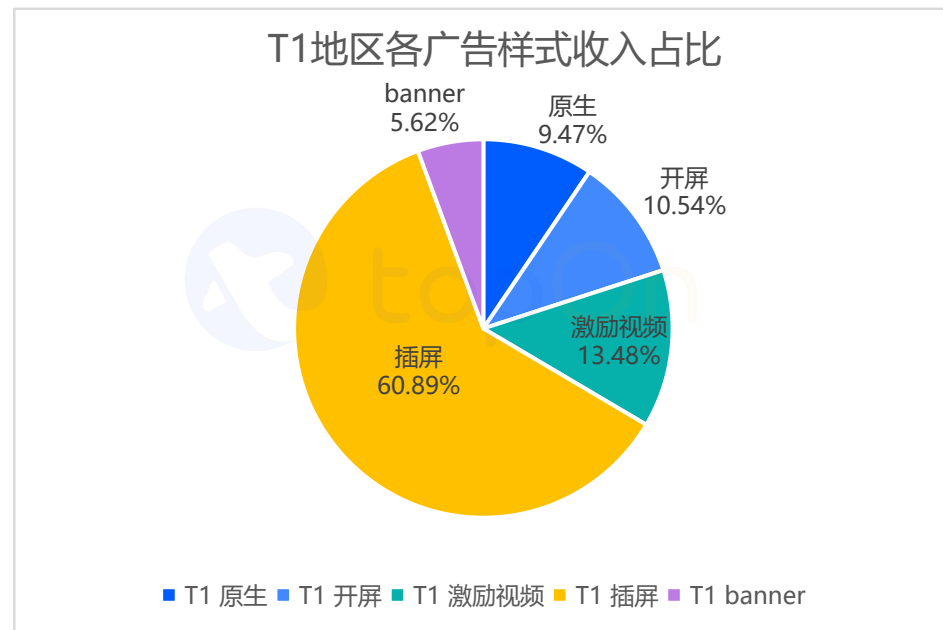
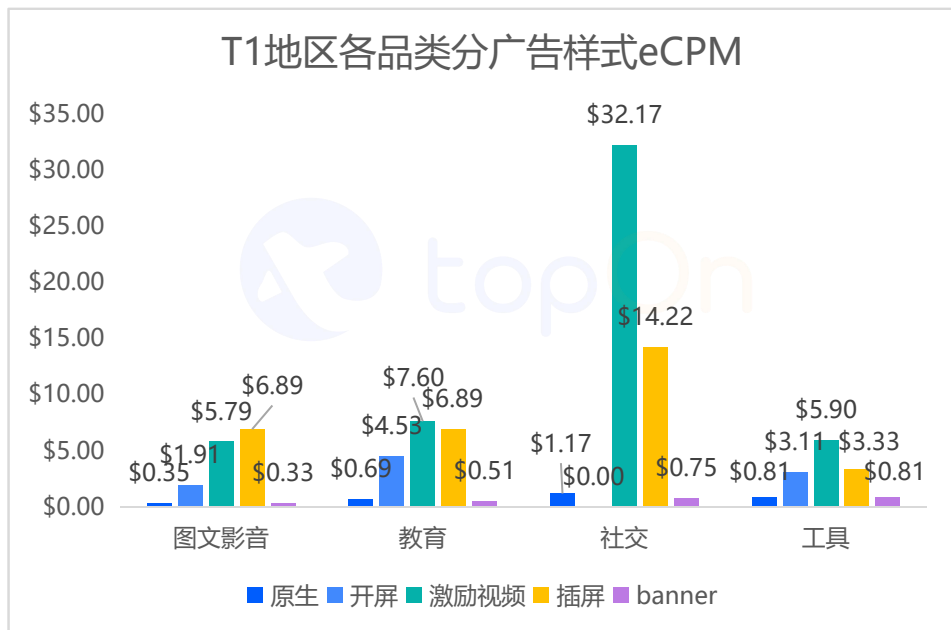
- 教育品类APP一般以原生和Banner等不打扰用户的广告类型为主，开屏、插屏和激励视频相对会比较少。主要广告场景是：在信息流等位置插入原生广告，工具使用的界面插入Banner广告等。

[变现篇]

01-3

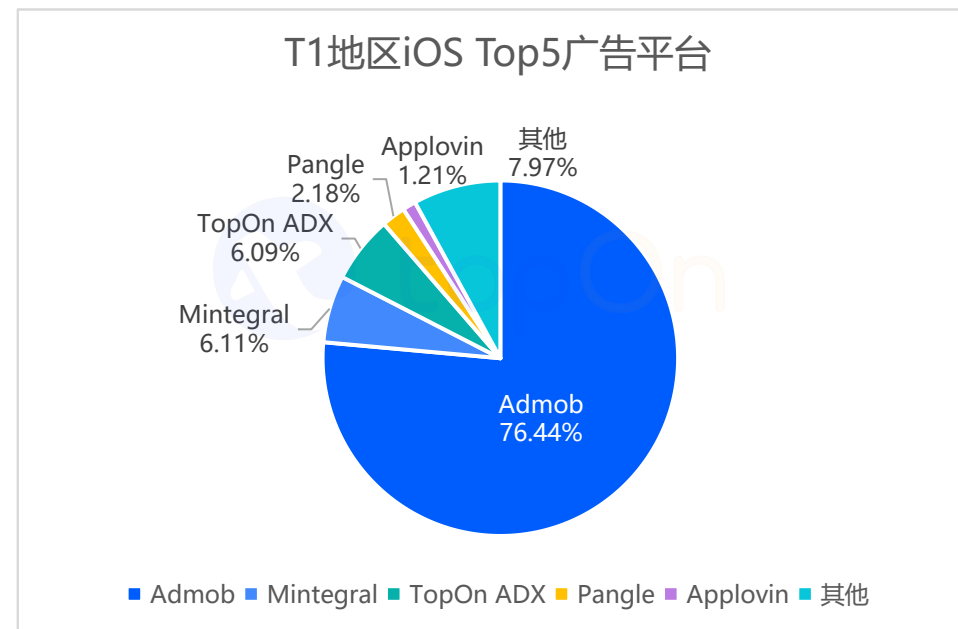
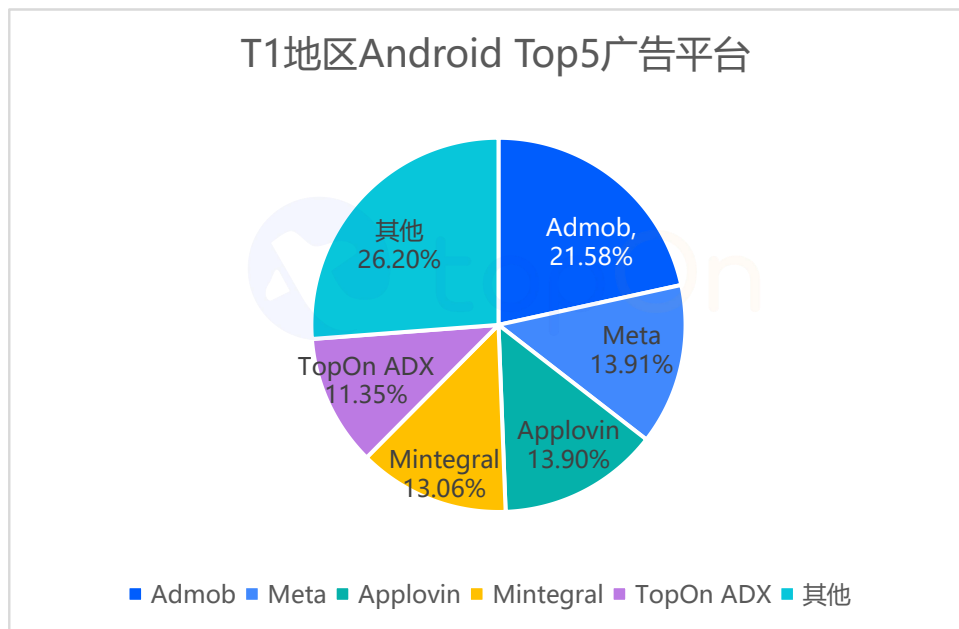
全球各地区应用市场及 广告变现观察

T1地区广告变现数据



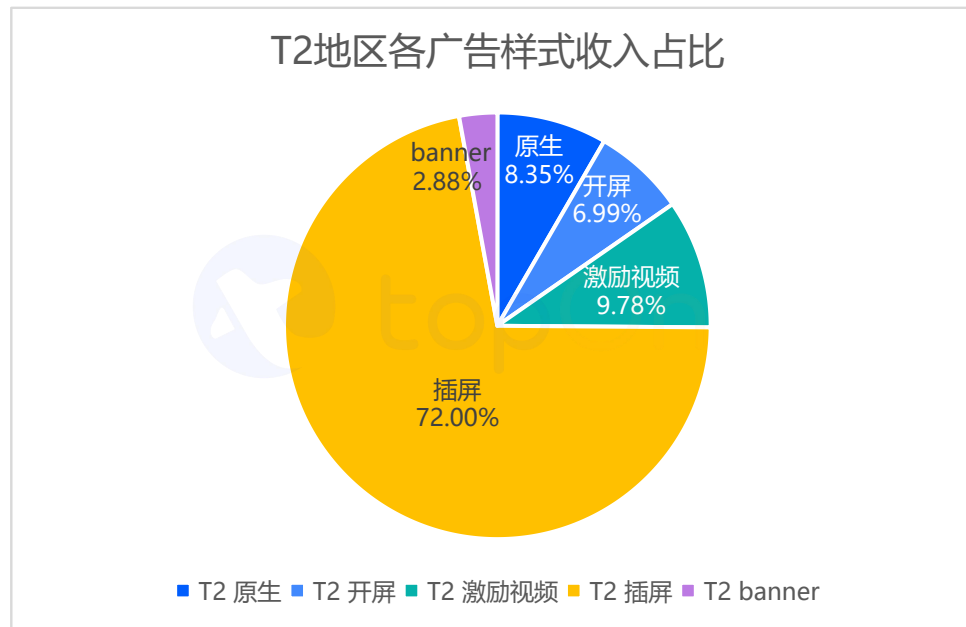
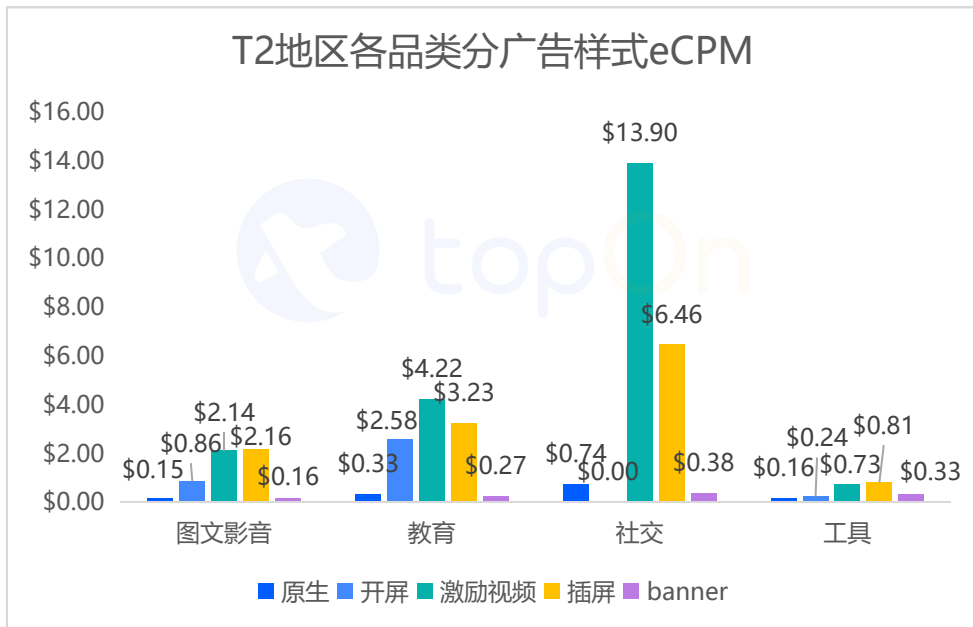
- T1地区社交品类APP的eCPM整体是最高的，各种广告样式的eCPM均排在第一位。随后依次是教育、图文影音、工具。
- T1地区收入占比最高的广告样式是插屏，占据了60.89%，比上半年略有上涨，主要原因是下半年以插屏广告为主的IAA工具品类量级有所增加。

T1地区 Top5 收益广告平台



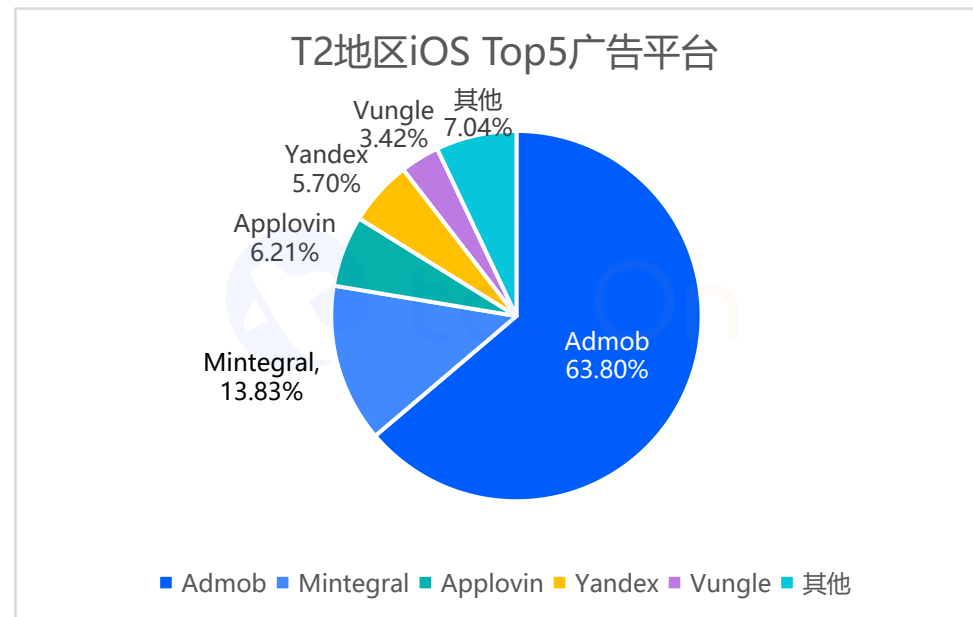
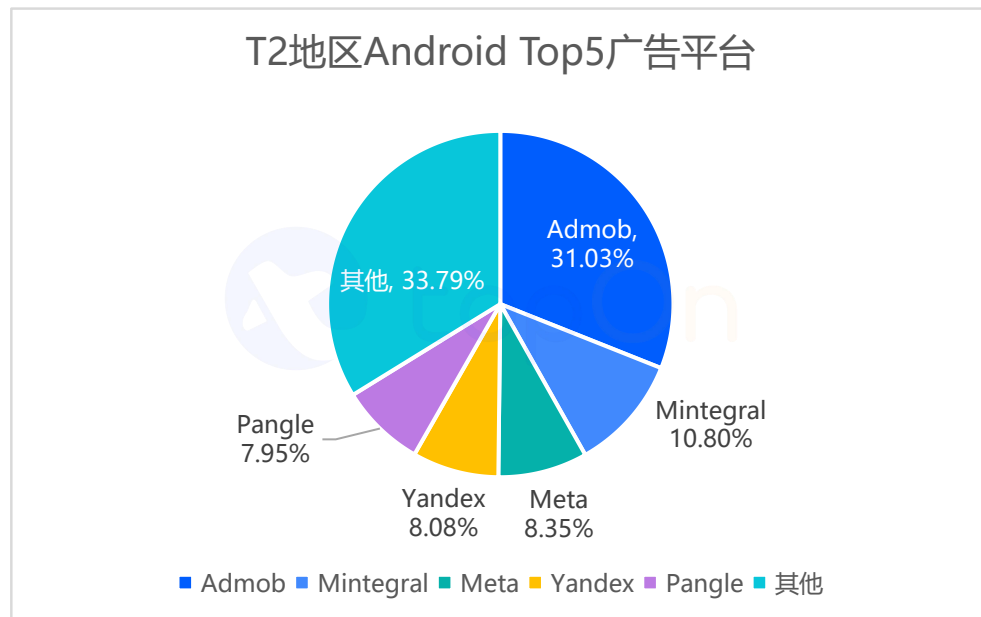
- T1地区Android的Top5平台分别是Admob、Meta、Applovin、Mintegral和TopOn ADX。
- 除了Top1的admob占比有21.58%以外，排名2-5名的平台差距不大，未进入前五的其他平台占比也有26.2%。
- T1地区iOS的Top5平台分别是Admob、Mintegral、TopOn ADX、pangle和applovin。
- 其中Admob占据了绝对的领先地位，占比高达76.44%。

T2地区广告变现数据



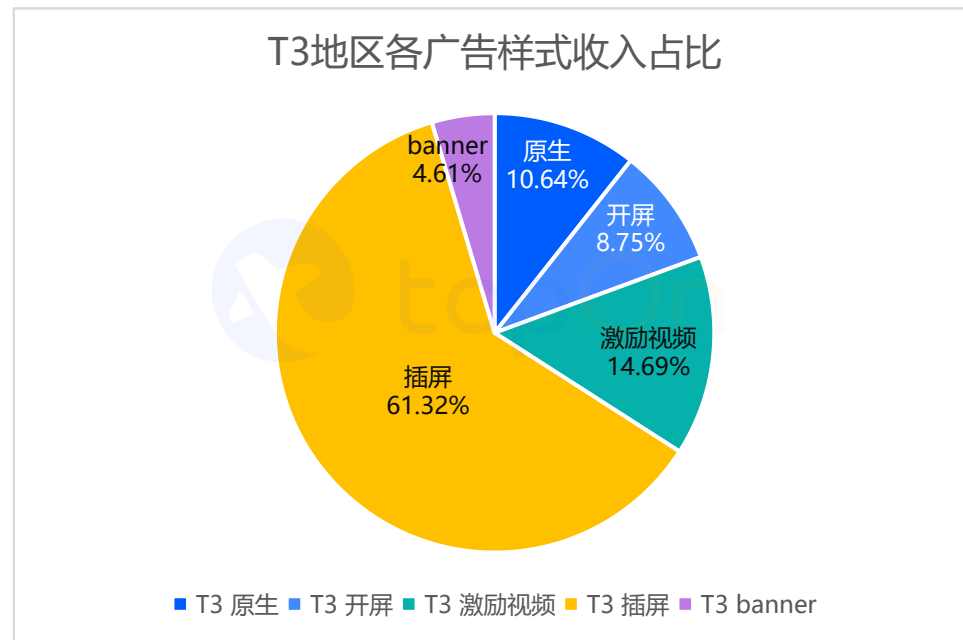
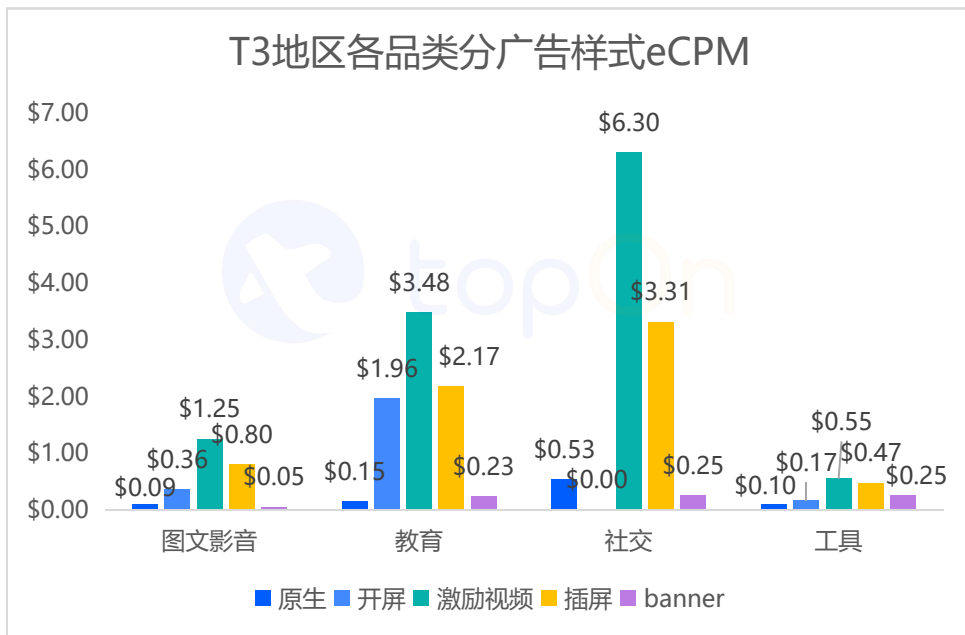
- T2地区eCPM整体情况：社交>教育>图文影音>工具。工具和其他品类差距较大，主要原因是T2地区的工具产品主要以短平快的变现模式为主，一般人均的广告展示次数比较高，因此eCPM比较低。此外，随着俄罗斯地区的华为商店以及小米商店等非Google Play商店流量的增多，也一定程度拉低了T2地区工具类的eCPM。
- T2地区应用类APP广告样式主要以插屏为主，收益占比高达72%。

T2地区 Top5 收益广告平台



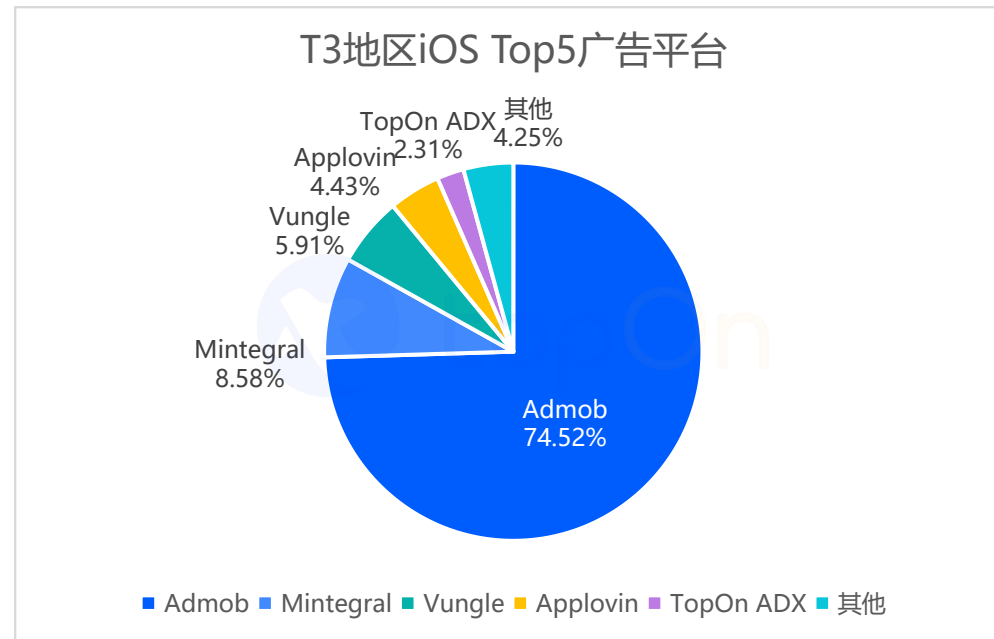
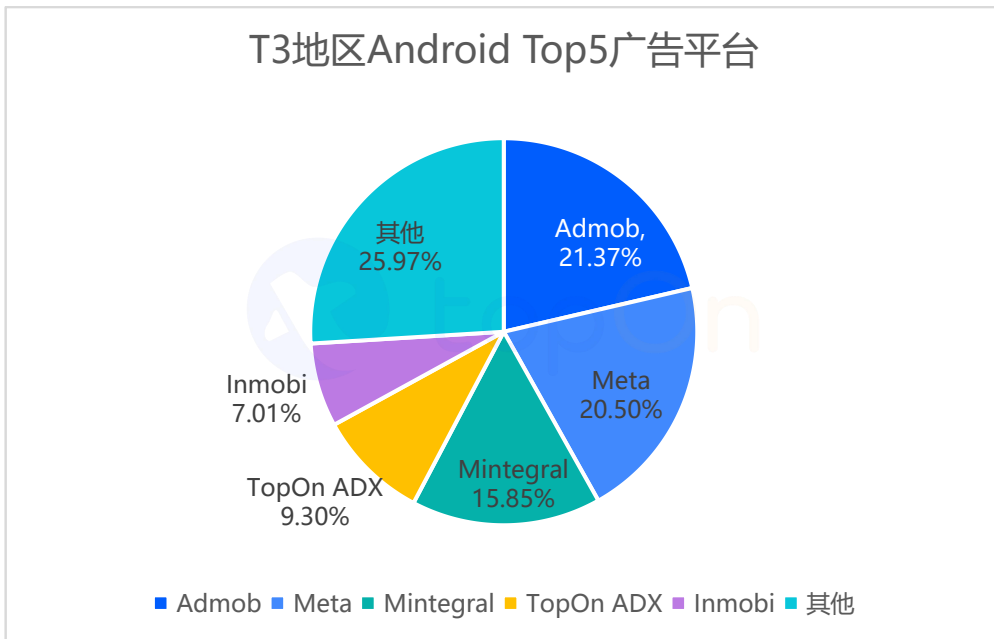
- T2地区Android的Top5平台分别是Admob、Mintegral、Meta、Yandex、Pangle。T2地区的Admob以31.03%的占比占据第一。
- T2地区iOS的Top5平台分别Admob、Mintegral、Applovin、Yandex、Vungle。
- 随着入场俄罗斯市场的开发者增加，作为俄罗斯市场的第一大平台，凭借在俄罗斯市场表现强劲，Yandex平台成功跻身T2地区广告变现平台的Top5。

T3地区广告变现数据



- T3地区社交品类APP的eCPM整体是最高的，各种广告样式的eCPM均排在第一位。随后依次是教育、图文影音、工具。
- T3地区的广告样式主要也是插屏为主，收入占比61.32%；其次是激励视频和原生广告，也均有10%+的收入占比；开屏和Banner使用得比较少，收入占比均不到10%。

T3地区 Top5 收益广告平台



- T3地区Android的Top5平台分别是Admob、Meta、Mintegral、TopOn ADX和Inmobi。
- T3地区iOS的Top5平台分别为Admob、Mintegral、Vungle、Applovin和TopOn ADX。

[变现篇]

01-4

总结及趋势预测

总结

- **插屏广告是大部分应用类APP的主要广告收益来源之一。**一方面，应用类App大部分缺乏激励的场景可以设置eCPM更高的激励视频广告；另一方面，很多应用类APP采用相对激进的买变模式，要求APP在短时间内能够快速回收。为了满足这一需要，兼具了eCPM比较高和填充率相对充足的插屏广告优势明显，因此成为了更多应用App开发商的首选，收入占比高达65.23%。
- **在中国市场，本土应用商店平台强势介入，成为出发开发者新的选择。**尽管T1和T2地区的广告样式eCPM在2023年与2022年相比保持稳定，但T3地区的eCPM却出现了明显的下降。由于华为、小米、OPPO、VIVO等中国应用商店在全球市场加强了关注和投入，给予了出海开发者较大的政策扶持，开发者在上架渠道上也有了更多的选择和尝试。基于中国出海手机厂商设备出货区域的差异，不难发现T3地区的流量相对较大。再结合非Google Play市场变现广告平台的支持情况和eCPM的差异，从大盘角度看T3地区的eCPM会有明显的下降。
- **区域市场的广告平台兴起，为开发者创造了更多的机会。**尽管在全球市场中，AdMob依然是开发者优先考虑的广告平台，但在部分区域市场，例如俄罗斯，受到政策的限制，部分头部主流广告平台没有办法给予开发者更好的支持。在这样的背景下，更能匹配当地流量需求的广告平台，如Yandex，BIGO Ads等，更受到开发者的青睐，也为开发者创造了更多拓展区域市场的机会。相信未来区域广告市场的竞争者将多元化发展，为开发者带来更多选择空间。
- **在应用品类的细分市场中，社交产品的广告变现能力显著胜出于其它品类。**根据Data.ai的数据显示，2023年，社交品类用户支出同比增长13%，接近90亿美元。由于社交应用产品的内购用户比例较高，导致该品类用户的自然价值普遍处于较高水平。鉴于用户价值的提升，广告主愿意为获取这些高质量用户支付更高的价格，从而推动了相应社交应用类别相对于其他类型应用的eCPM在全球各个区域保持着较高的水平。

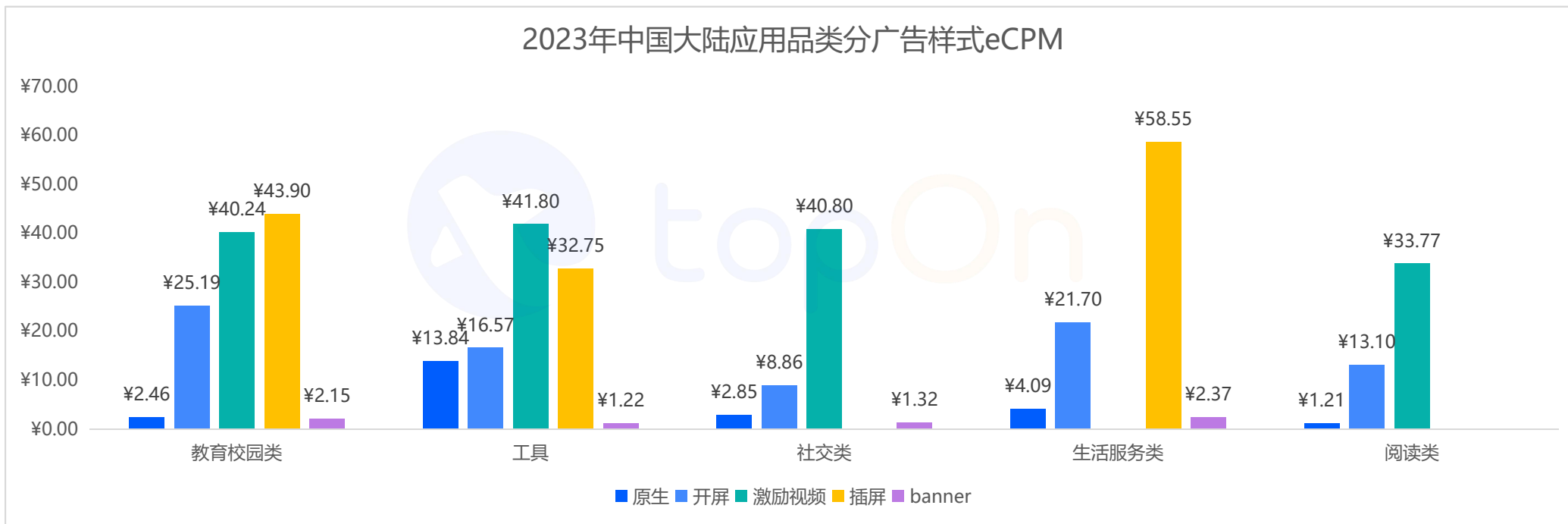
趋势预测

- **移动应用市场将在24年迎来更大幅度的增长。** 2023年，App 在IAP、IAA 和订阅收入方面依旧拥有强劲的变现表现，随着经济形势出现好转迹象，这一消费趋势可能会在2024 年延续下去。此外，我们预计将有更多 App 采用混合变现方式，主要通过 IAP 和订阅收入变现。
- **AI人工智能将进一步深入移动应用App之中。** AI技术的进步将允许开发商创建更加智能化的应用，并且能够根据用户的行为和偏好进行自我调整，根据data.ai报告显示，嵌入“人工智能”功能的应用在2023年下载量增长了 60%，2024年生成式人工智能功能的应用下载量将同比增长40%，开发者应积极了解、拥抱新技术，这或许也是降本增效的有力途径之一。
- **在国内短剧市场已成红海的情况下，海外市场将成为短剧新战场。** 今年下半年以来，中国短剧正在更猛烈地漂往大洋彼岸。就出海目的地而言，北美市场正在成为新的兵家必争之地，东南亚和中东地区也成为不少玩家试图开发的热土。
- **移动应用用户越来越关心个人信息的收集和使用方式，保护隐私和数据安全仍是主旋律。** 法律法规如欧盟的通用数据保护条例（GDPR）、SKAdNetwork隐私政策以及Google的隐私沙盒新等均要求业务透明度和用户控制权限的提升。因此，非游戏应用开发商需要投资于隐私设计，确保遵守相关法律，并实施安全措施以保护用户数据不受侵害。

[变现篇]
02-1

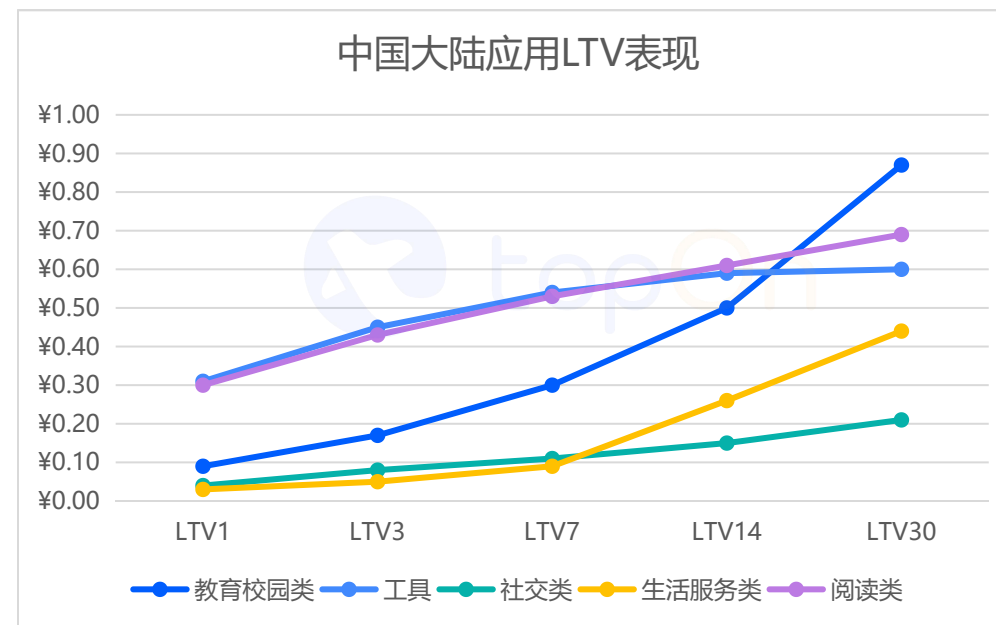
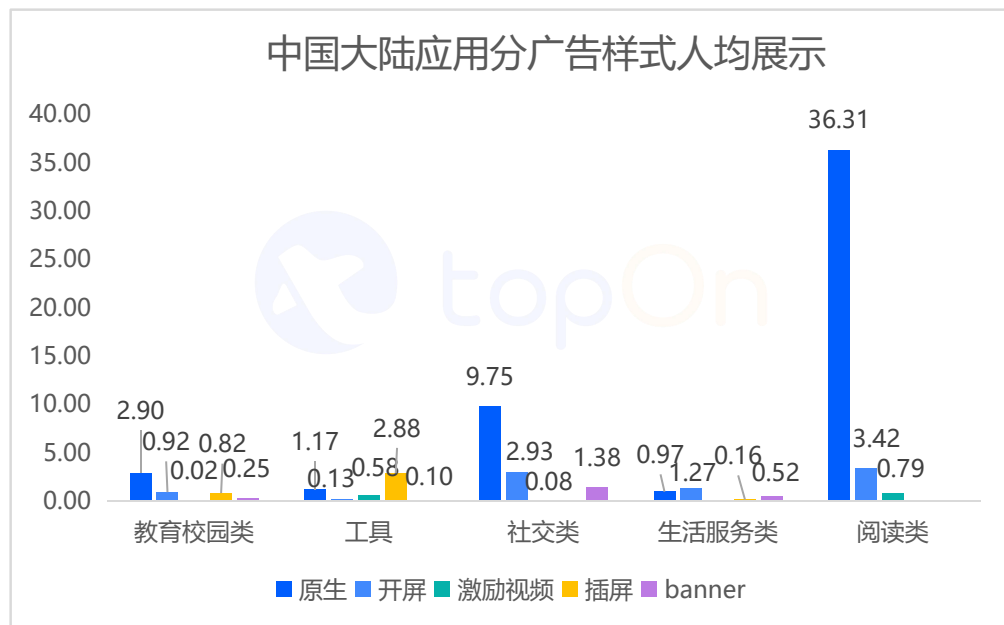
中国移动应用市场 广告变现观察

中国大陆各类别应用eCPM表现



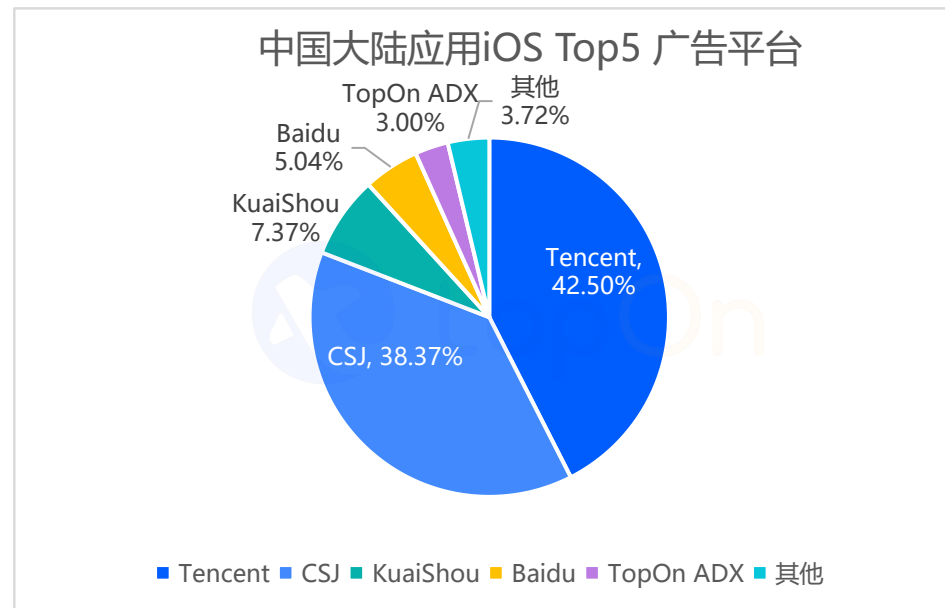
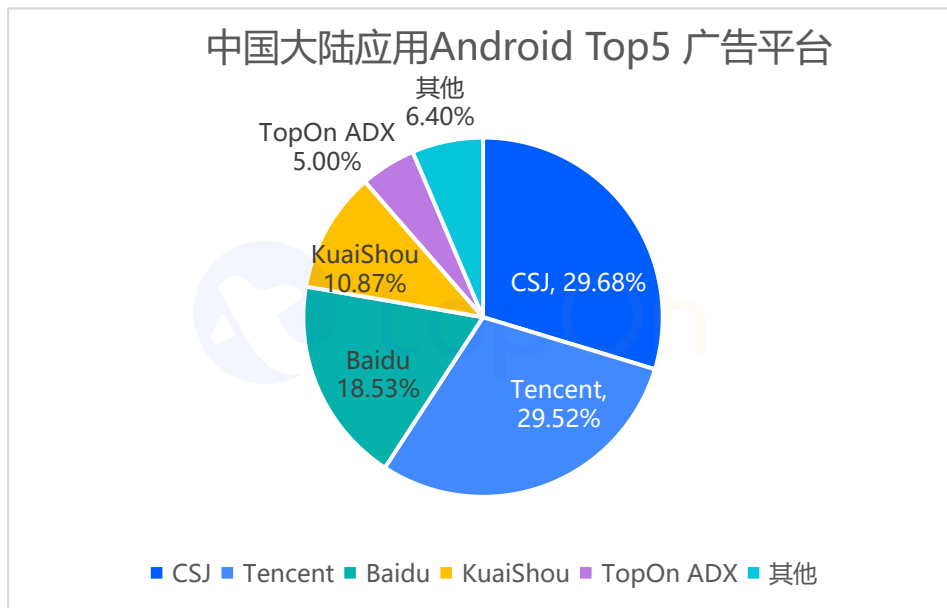
- 各广告类型eCPM表现：激励视频>插屏>开屏>原生>Banner，激励视频和插屏的转化效果好，eCPM有着明显优势。
- 受工信部合规和市场环境等因素的影响，可以看到2023年工具类产品的规模有所减少，eCPM仅处于各类型产品中游水平。

中国大陆各类别应用人均展示及LTV表现



- 阅读类和社交类APP的用户活跃时长较长，且一天会多次打开APP，以开屏广告和原生广告为主，开屏广告和原生广告的人均展示次数远高于其他品类的应用。其中阅读类的日均用户活跃时长可达2小时以上，人均的原生广告展示次数达36.31次。
- 教育校园类、生活服务类和工具类等几个品类的APP，相对的用户使用的活跃时长比较短，整体广告的人均展示比较低。
- 工具类APP一般走的是短平快的买量变现的模式，为了最大化提升变现收益，会牺牲用户体验，较多地使用一些插屏广告，插屏广告人均展示是所有品类最高的。相应的，工具类的用户生命周期比较短，从LTV7开始基本就不增长了。
- 教育校园类APP的用户留存与校园使用场景强绑定，用户粘性很高，可以看到LTV曲线几乎是呈线性增长的。

中国大陆应用APP Top5 收益广告平台

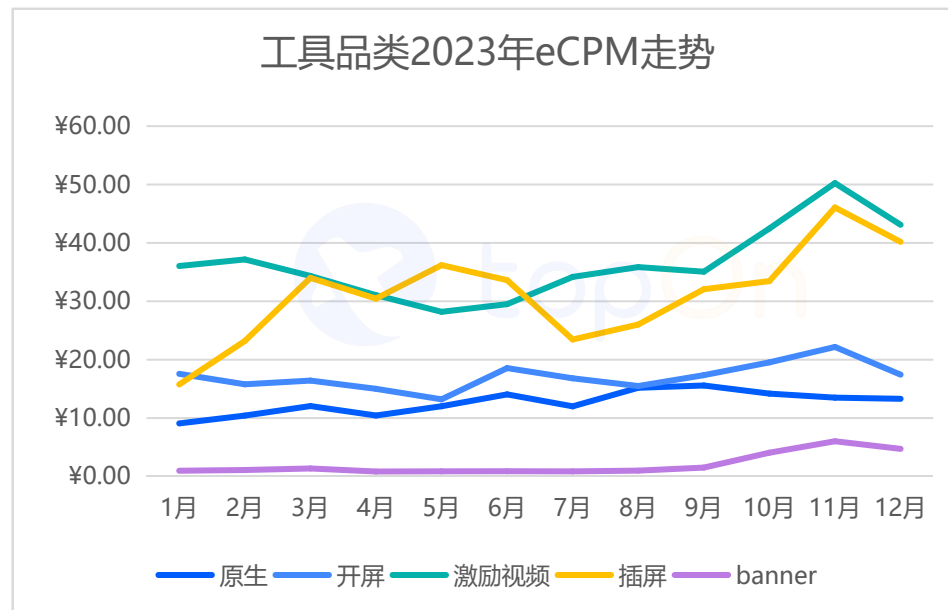
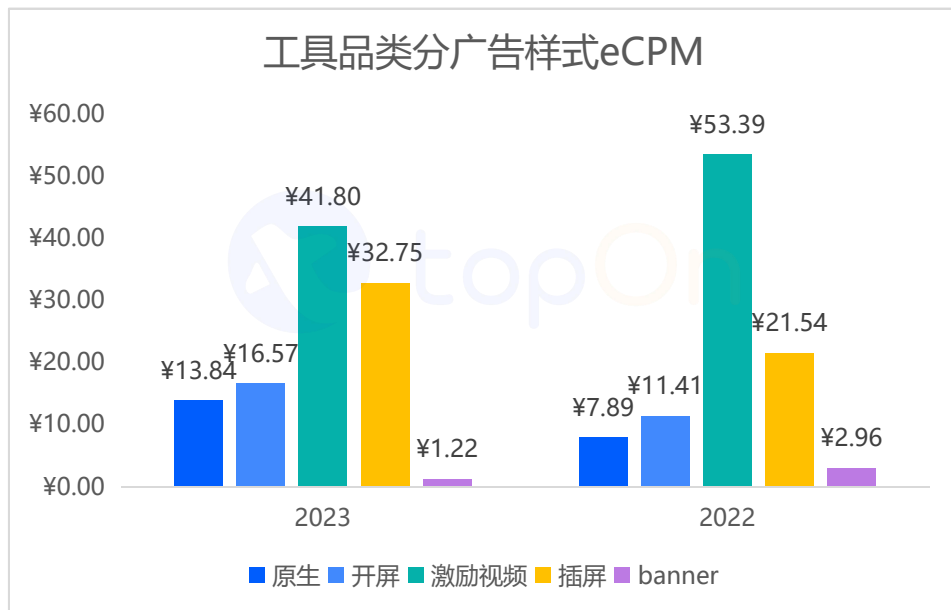


- Android端的穿山甲和优量汇分别以29.68%和29.52%的收益占比位居前二，三四名的百度、快手加起来也有超过25%的收益占比。
- 而iOS端排名前二的优量汇和穿山甲均有40%左右的收益占比，其余三四名广告平台的收益占比均不足10%。

[变现篇]
02-2

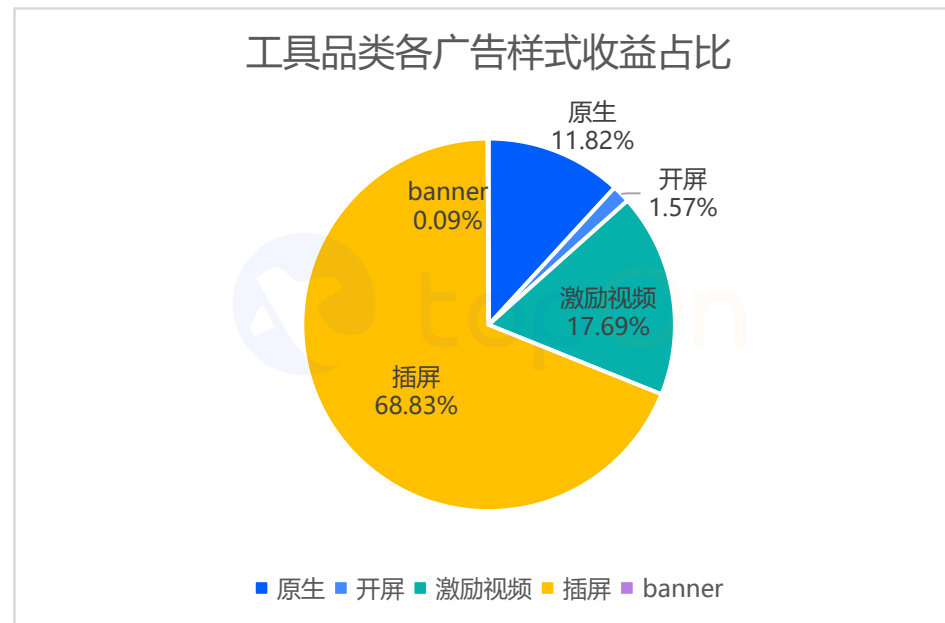
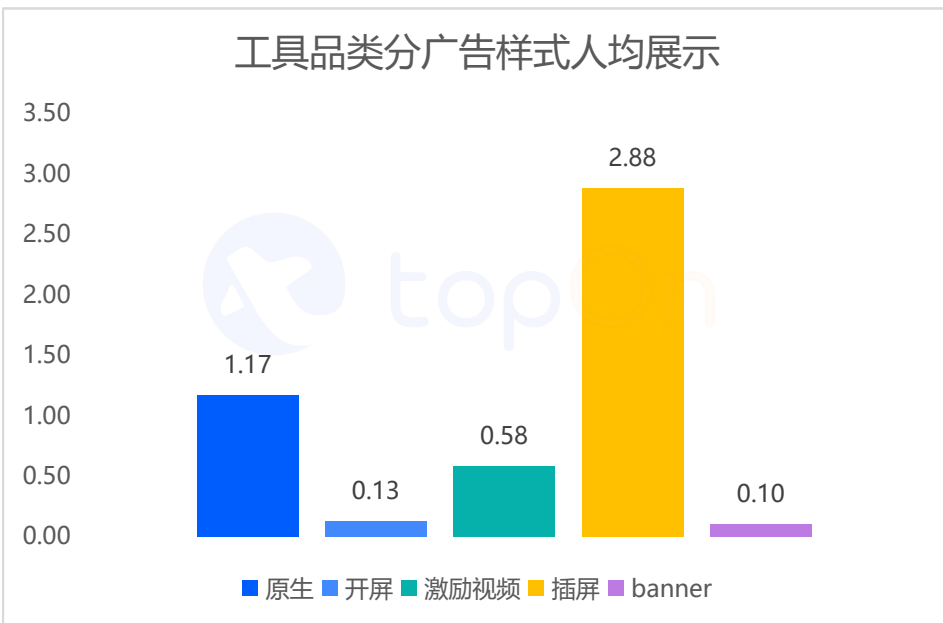
中国热门移动应用品类 广告变现观察

工具品类广告变现情况



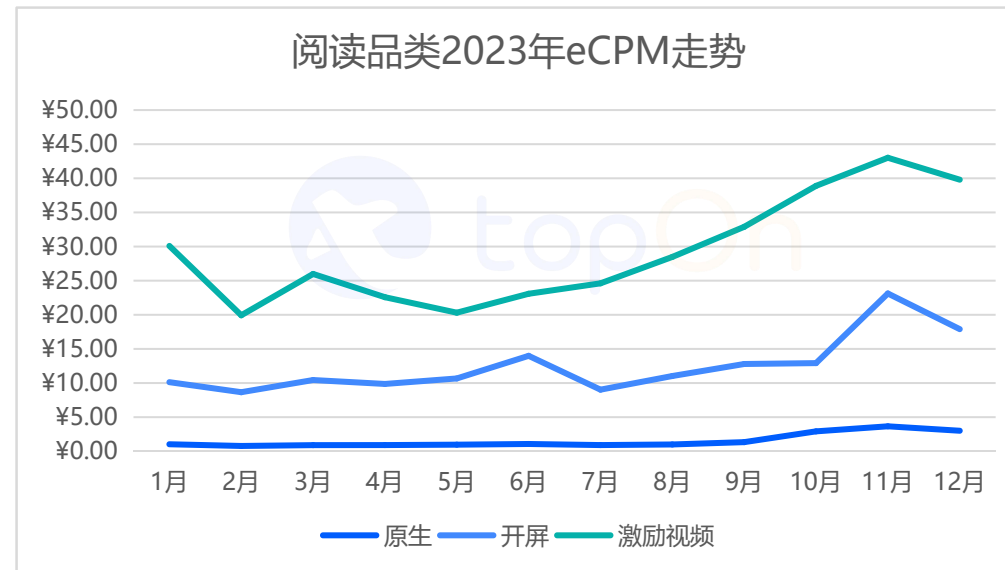
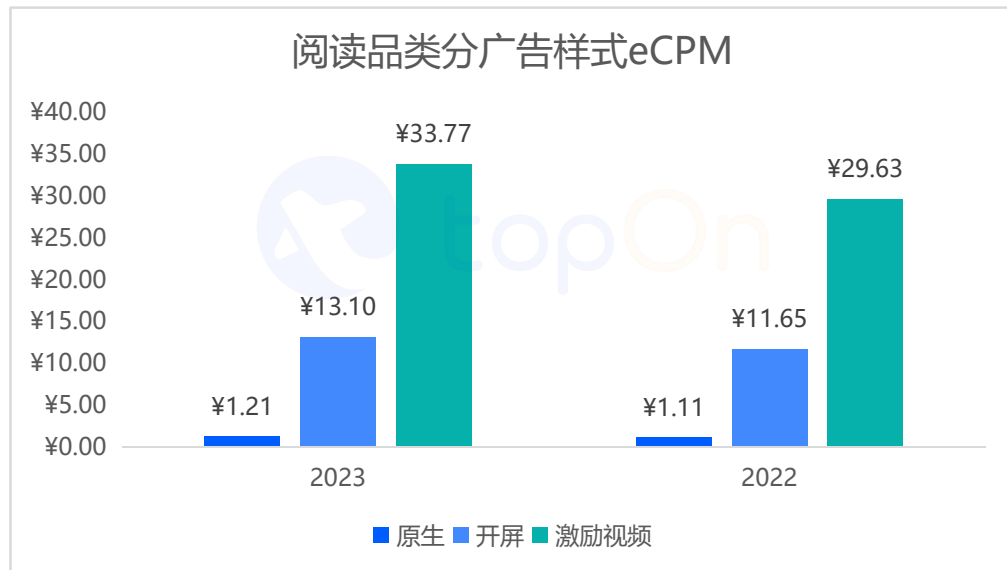
- 相比2022年，2023年中国大陆工具类APP激励视频的eCPM下降，而插屏、原生广告和开屏等样式的eCPM有所提升。
- 从工具类APP的月度eCPM走势可以看出，插屏和激励视频的eCPM波动较大，而开屏、原生和banner的eCPM变化趋势比较接近。

工具品类广告变现情况



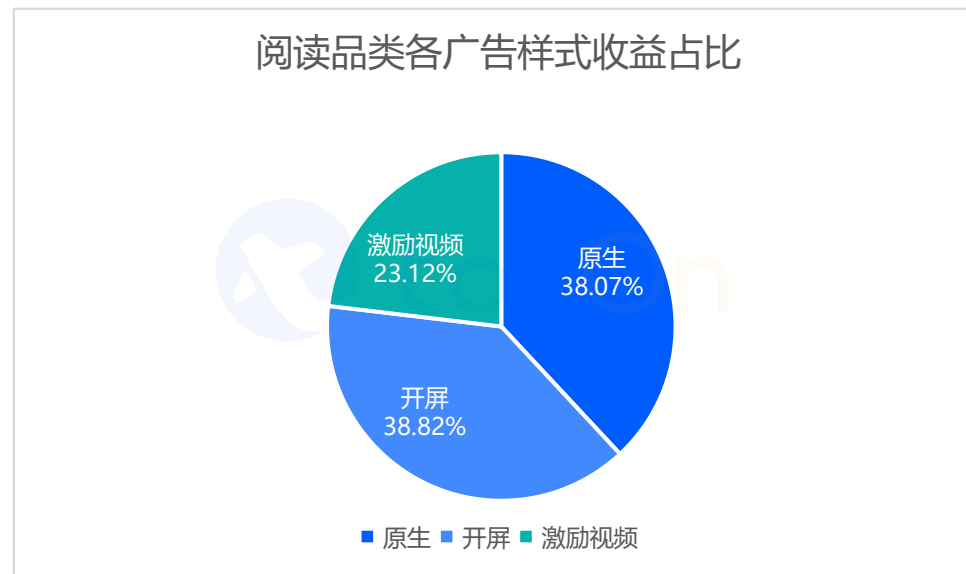
- 工具类APP主要以插屏广告和原生广告为主，插屏广告人均展示2.88次，原生广告人均展示1.17次；插屏广告的收益占比高达68.83%。

阅读品类广告变现情况



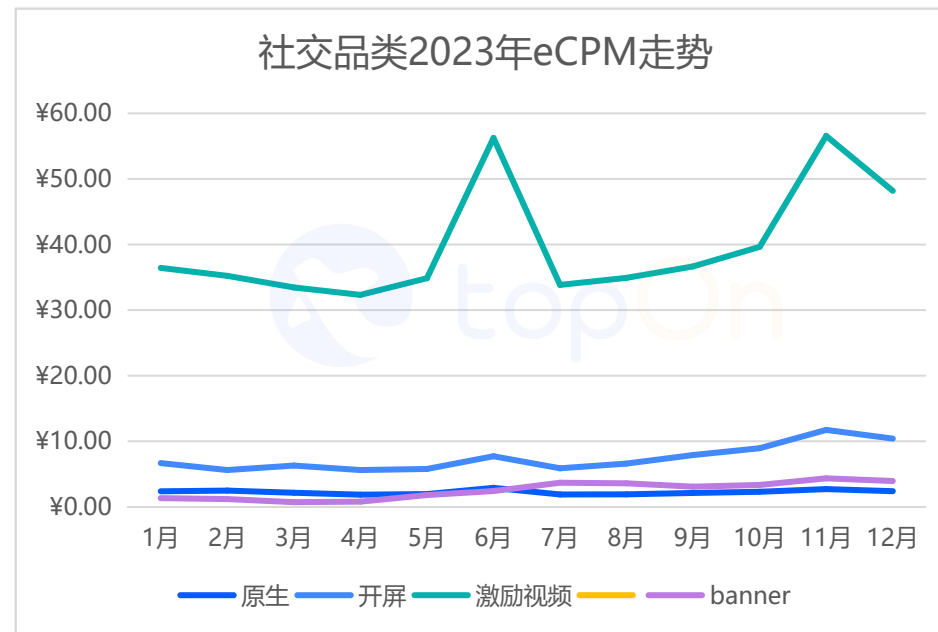
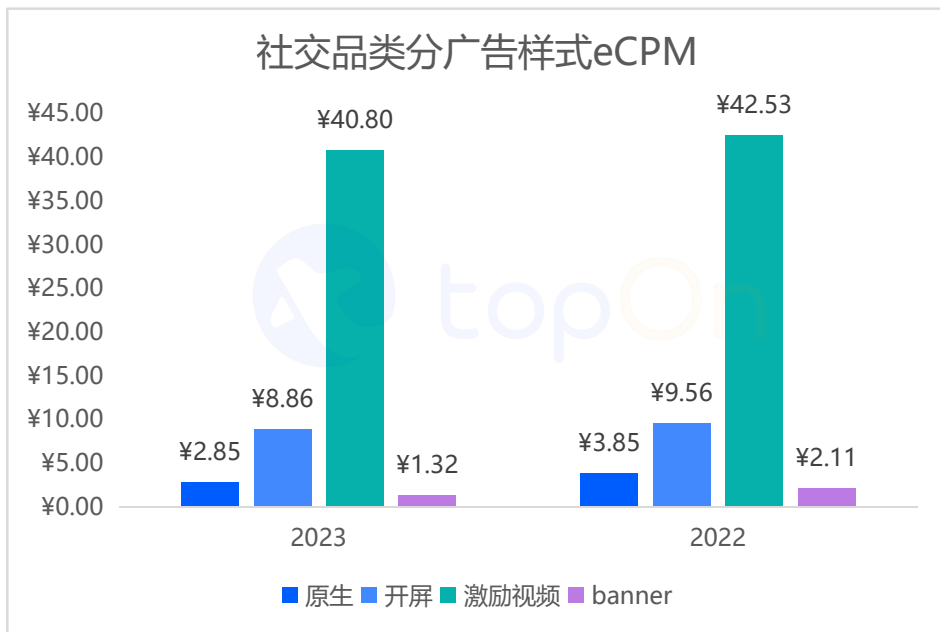
- 相比2022年，2023年阅读类APP eCPM整体略有提升，各广告样式增长趋势比较接近。
- 阅读类用户活跃时长较长，比较在意用户的体验，一般不使用插屏广告。
- 从月度的eCPM趋势看，上半年整体eCPM较低，6月份电商节预算影响，有一定幅度的提升。而下半年eCPM明显回升，在11月份双十一电商节期间达到最高点。

阅读品类广告变现情况



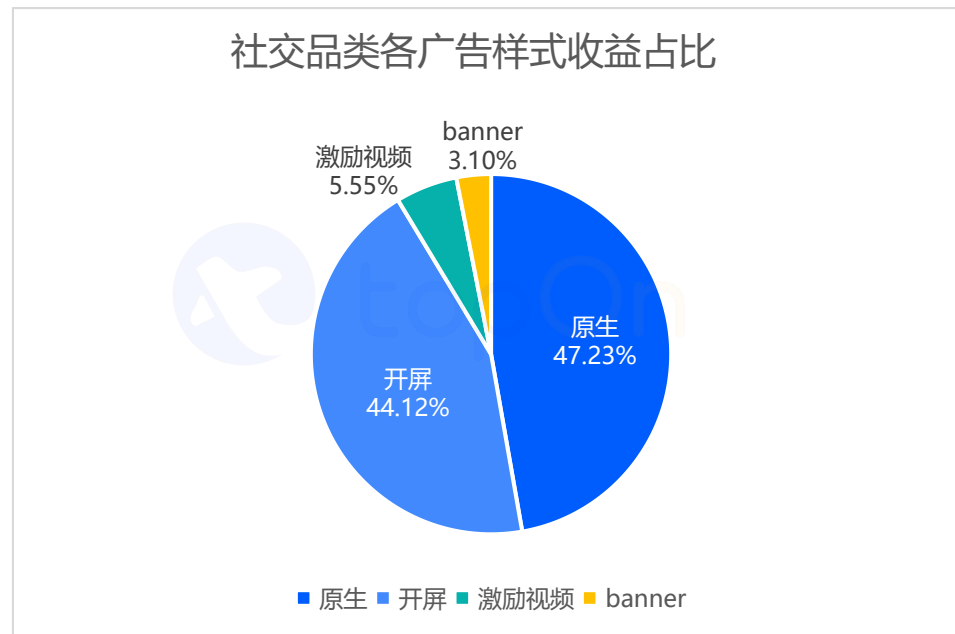
- 阅读类APP用户活跃时长较长，原生广告的人均展示高达36.31次；
- 虽然原生广告的人均展示较高，但因为eCPM远低于开屏和激励视频，因此收益占比仅占38.82%，略高于第二的激励视频。

社交品类广告变现情况



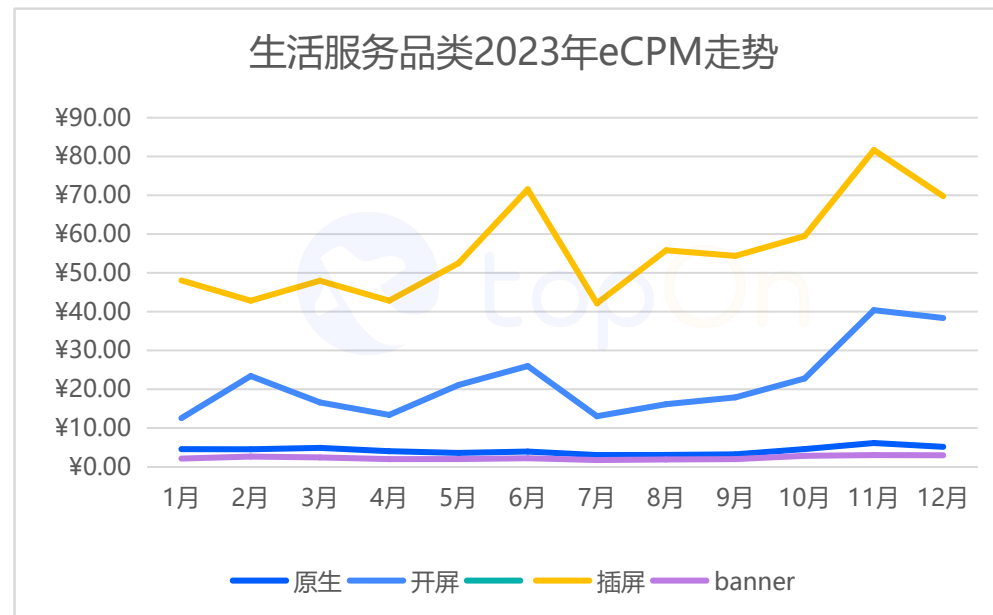
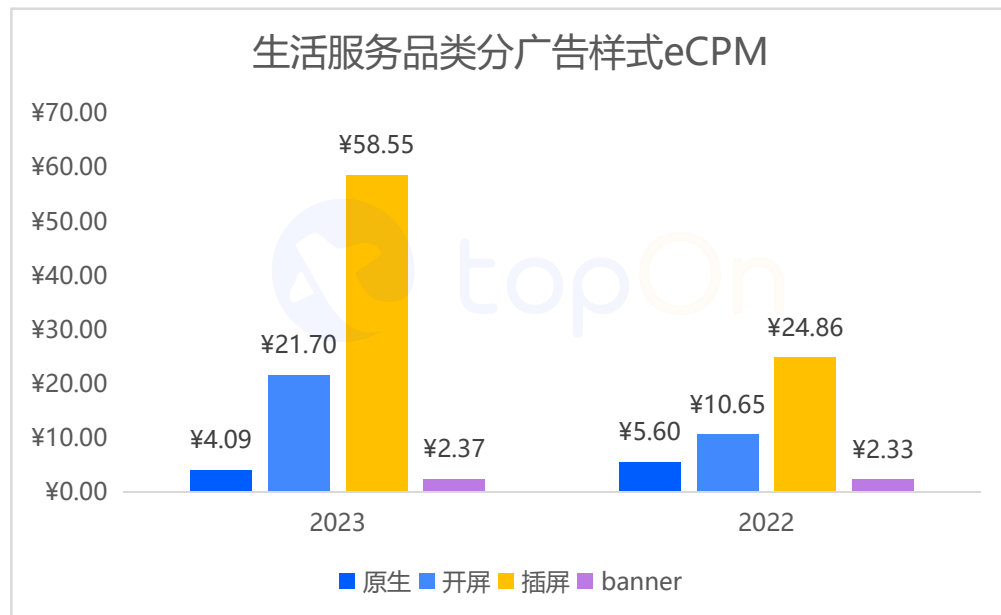
- 相比2022年，2023年社交类APP的eCPM有小幅下降，社交品类一般不使用打扰性较强的插屏广告，因此没有统计插屏相关数据。
- 从月度的eCPM趋势看，社交类APP各广告样式的变化趋势较为一致，分别在6月和11月的电商节期间达到一个小高峰。

社交品类广告变现情况



- 社交类APP用户使用时长较长，人均打开APP的次数较高，原生和开屏广告人均展示次数较高；收益占比也是原生和开屏占据了90%以上的收益。

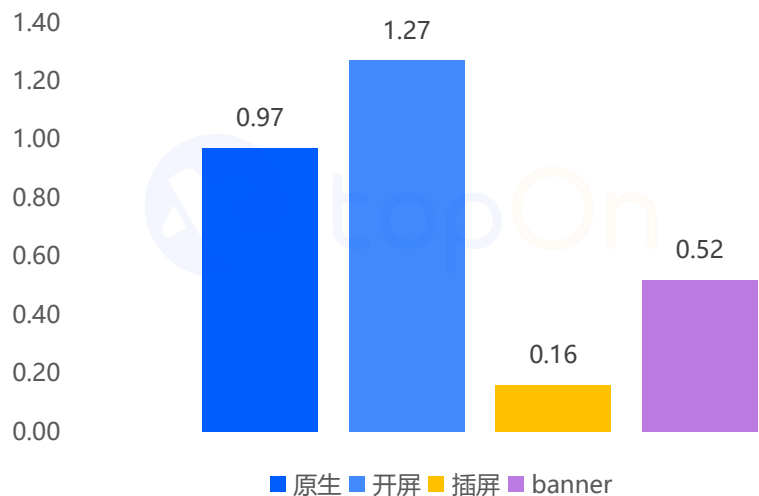
生活服务品类广告变现情况



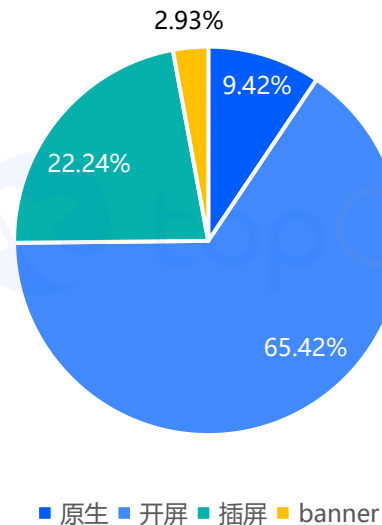
- 相比2022年，生活服务类APP在2023年开屏和插屏的eCPM涨幅很明显。
- 从月度趋势看，开屏和插屏广告的eCPM全年整体呈上涨趋势，在6月份和11月份受电商节预算的影响分别达到上下半年的峰值。

生活服务品类广告变现情况

生活服务品类分广告样式人均展示

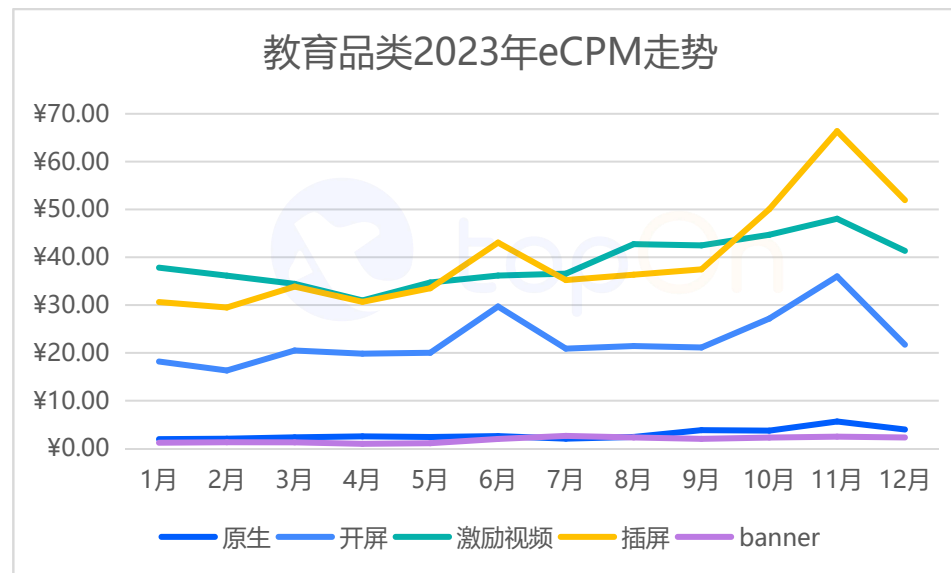
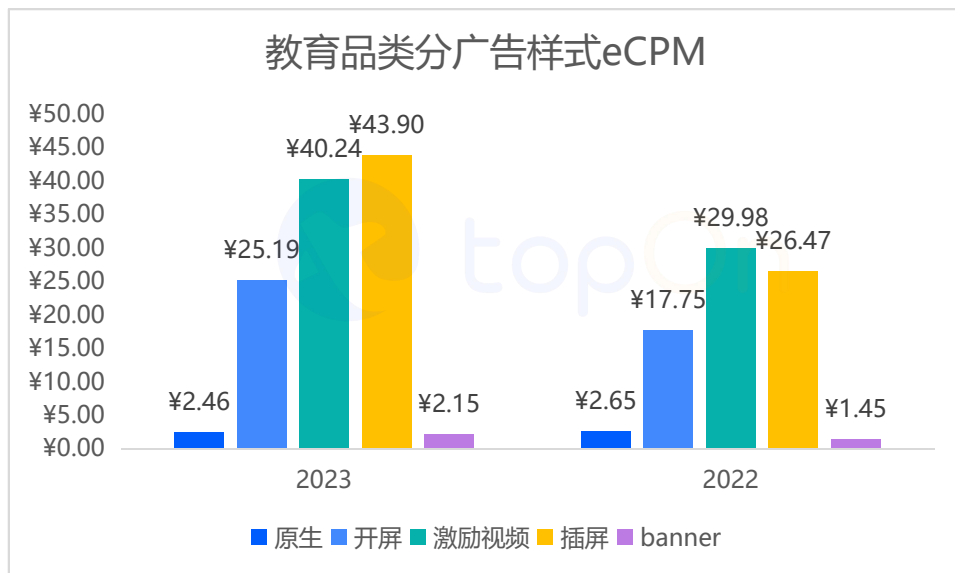


生活服务品类各广告样式收益占比



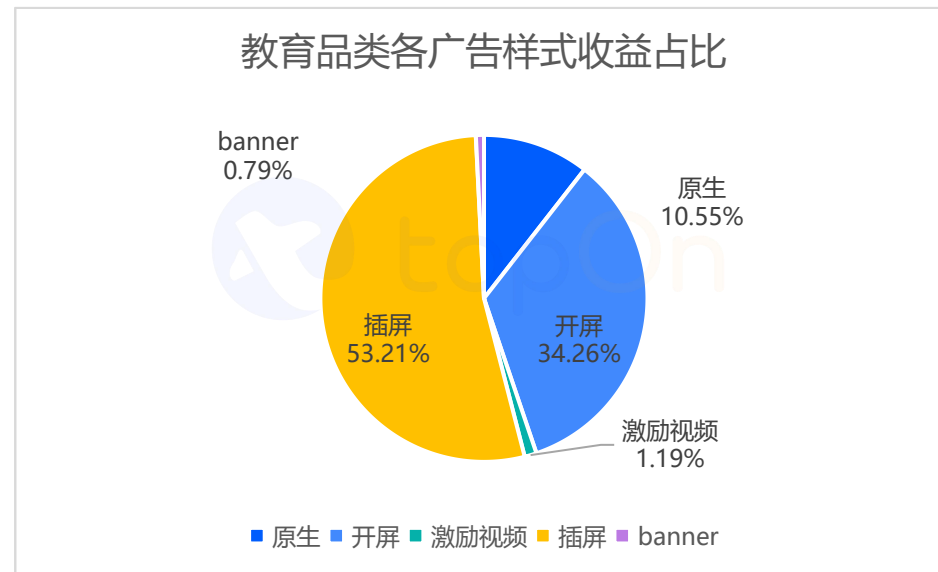
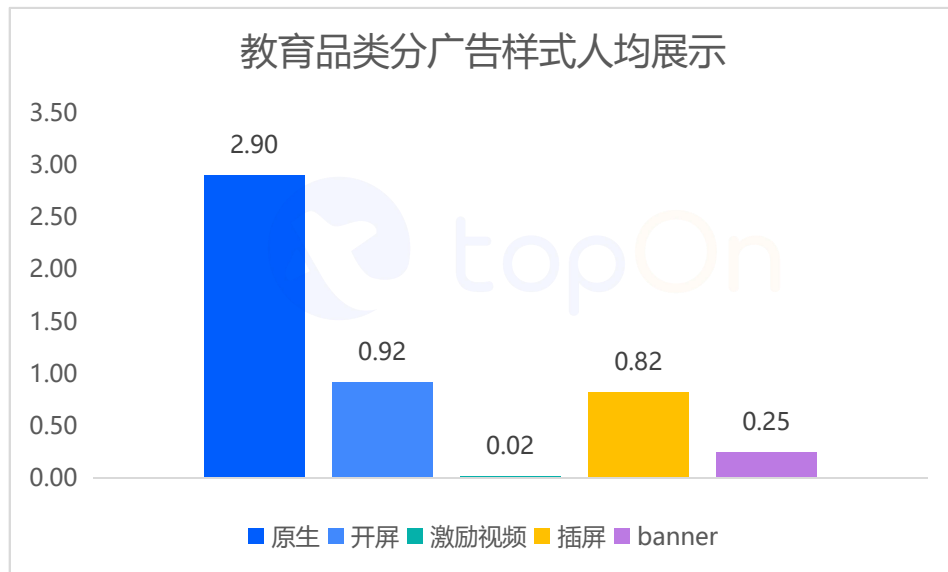
- 生活服务类APP，如安防类、邮箱、天气预报等APP，一般用户每日使用时长和频次较低，主要广告曝光都来自开屏广告，开屏广告人均展示次数1.27次，收益占比占据了65.42%。

教育品类广告变现情况



- 相比2022年，2023年教育校园APP的eCPM相比有小幅上涨。
- 从月度趋势看，1-2月份和7-8月份寒暑假期间，用户活跃低，eCPM较低；

教育品类广告变现情况



- 教育校园APP的用户主要是在校学生以及学生家长群体，这类APP有比较多功能，适合植入信息流广告，人均的原生广告展示达2.9次。由于这类APP的用户黏性比较高，会适当加入对用户打扰性较强的插屏广告，插屏广告人均展示达0.92次。
- 从收益层面看，教育校园类APP主要以插屏、开屏以及原生为主。插屏广告收益占比达53.21%，开屏广告收益占比34.26%，原生广告收益占比10.55%。

[变现篇]

02-3

总结及趋势预测

总结

- **国内广告平台的竞争依然持续，格局已相对固化。** 国内Android端与iOS端的Top5广告收益平台，占比变化同比去年变化较小，各家广告平台都在持续深耕运营，做好产品服务，争取获得更大的竞争优势。
- **较多品类eCPM均有所上涨，市场整体预期良好。** 工具品类的插屏、生活服务类的开屏和插屏、阅读的整体eCPM均同比上涨，主要原因在于，随着消费回暖，广告主预算同比有所上升。
- **工具品类的买量成本有所提升，生活服务品类加入广告变现的大盘增加。** 工具品类在eCPM整体上涨的情况下，其人均展示次数同比大幅下降，侧面显示广告主在该品类的买量成本增加；生活服务类应用开屏和插屏的eCPM上升明显，主要是由于接入移动广告平台变现的应用增加，这部分流量对广告平台而言是优质的流量，变现价值较高，也侧面反映出这一品类对于广告变现、混合变现趋势的拥抱。
- **不同品类的广告样式优势差距在增加。** 工具品类最常使用的插屏样式的eCPM上升，而激励视频和Banner下降；生活服务类应用的开屏和插屏的eCPM同比涨幅很明显，二者的收益占比也达到80%，涨幅同样明显。侧面反映出行业的精细化运营程度不断加深，随着广告主和开发者对产品特性和用户的了解加深，他们都更有的放矢地选择合适的广告样式进行投放和展示。

趋势预测

- **合规要求将逐步细化，覆盖监管的方方面面。**除了最新颁布的备案要求外，2023年也已连续对弹窗广告、摇一摇广告进行了规范限制。此外，各大应用商店也有各自的合规要求，开发者在开发产品时，仍需要从长远角度考虑App的变现模式，避免因不合规问题造成的产品下架；接入广告平台时需提前了解平台对广告展示的要求，选择适合的广告平台。
- **AI+社交赛道概念火热，找准切入点成为破局关键。**2023年AI在全球范围内都是重要话题，国内互联网许多互联网大厂虽已布局了各项大模型，并已在电商、拍照、摄像等领域嵌入了AI功能，但在社交产品领域，虽然各大厂商都有推出产品，但这些产品尚处于测试阶段，暂时没有头部产品出圈。如果开发者想AI+社交赛道发力，一方面需要接受更为严格的监管环境，另一方面仍需探索更符合国内用户需求的“AI陪聊”模式，而非照搬海外的交互习惯。
- **特定圈层赛道仍有新蓝海：银发人群、爱宠人士、智能硬件需求进一步增长。**根据Questmobile的报告显示，截至2023年9月，银发人群上网用户规模已达3.25亿，较上年增长超过2,300万，全网占比提升1.3个百分点。全网宠物兴趣人群达到3.23亿，其中，30岁以下用户占比41.3%，46岁以上用户占比30.1%。汽车服务类App同比增长200%。智能家居、智能穿戴、智能教育类产品的APP需求量也大增。这些尚有增长的细分赛道，仍有开发者发力的空间。
- **存量市场中，开发者扩充收益的发展趋势是精细化运营，以及积极引入三方广告资源。**当前国内广告变现市场已经相对成熟，产品增长也遇到瓶颈，开发者需要进一步根据用户特点对用户进行拆分并针对不同群组进行精细化运营，从而带来收益的进一步增长。同时面对国内预算源平台格局相对固化的局面，开发者也在寻找新的广告资源，不少新兴SDK、DSP平台涌现，对程序化广告行业来说，可能会带来新的格局冲击。

版权及免责声明

版权说明

- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源，同时不能删减或改写内容。
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- 若有业务输出需求，欢迎联系 TopOn: 15626205770 (刘女士) ; 维卓: 18630366650 (郭先生) 。

免责声明

- 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TopOn及维卓产品数据估算获得，仅供行业参考。部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。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，TopOn及维卓对该报告的数据和观点不承担法律责任。



注册媒介管家



接入广告变现



获取买量资讯

更多移动应用最新资讯、研究报告，可由此获取