

中国网络广告营销系列报告

交通类篇

2019年



海量行研报告免费读

软性植入广告篇

- **数据来源** 艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库 AdTracker-软广监测专用版
- **时间范围** 节目首播时间2018.8-2019.4
- **节目范围** Mobile端播放的热播网络综艺和热播网络电视剧
- **平台覆盖** 爱奇艺、腾讯视频、优酷、芒果TV
- **重要说明** 所有视频内容都Mobile端下载分拣，如果影片PC、Mobile、OTT端赞助权益不同，艾瑞以Mobile端监测为准；所有植入广告都由人工审核完成，可能产生广告遗漏，艾瑞提供补录服务；部分赞助广告形式可能随机出现在剧集中，艾瑞以下载片源分拣结果为准。

展示类广告篇

- **数据来源** 艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库 AdTracker-标准版\信息流专用版
- **时间范围** 2017Q1 至 2019Q1
- **重要说明** 本报告中信息流广告在2018Q4及2019Q1的统计口径与之前发生变化，为经过AdTracker信息流专用版校队调整后的数据。2018年9月艾瑞咨询上线AdTracker信息流专用版，抓取的广告主数量更多，城市覆盖范围更广，因此导致投入指数及广告主数量在2018Q4出现突增的现象。

目录 Contents



前言

04



软性植入广告篇

05



展示类广告篇

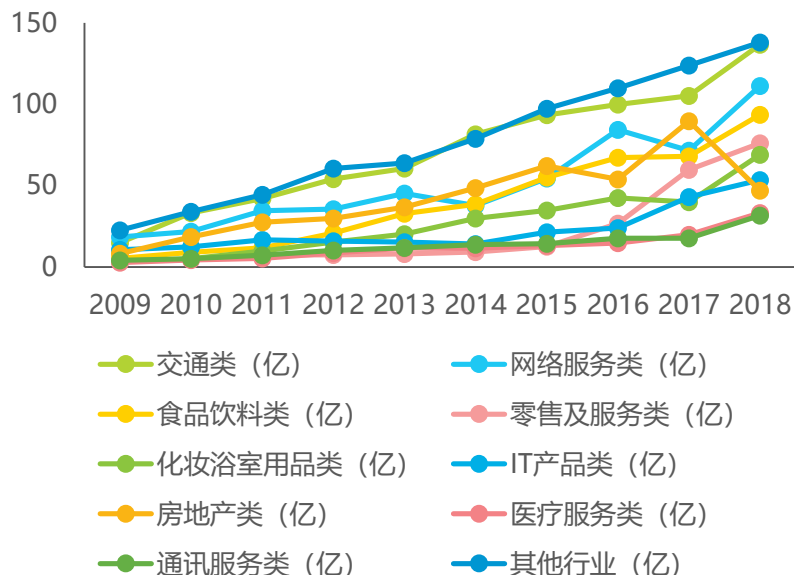
14

网络广告营销大势所趋，交通类广告投入蝉联9年榜首

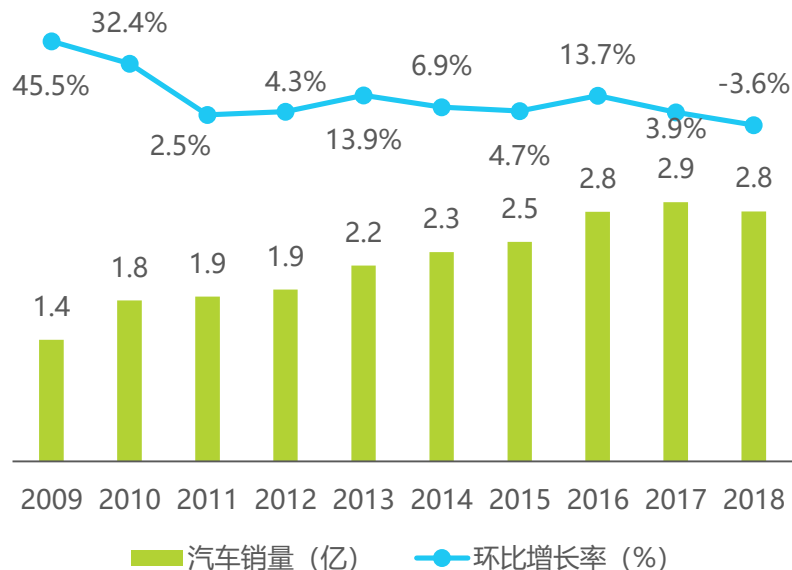
中国经济的高速增长以及国民消费水平的提高，带动了中国汽车行业的快速发展，根据中汽协会数据显示，截至2017年，中国汽车销量整体呈现平稳增长态势。汽车行业的发展带动交通行业广告的迅速崛起，根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker显示，网络广告营销价值得到广告主的高度认可，2009至2018的10年间，交通类网络广告营销投放指数不断攀升，蝉联9年榜首，首播时间（手机端播放）在2018年8月至2019年4月的13部热播网综和13部热播网剧中，交通类品牌主共赞助了12部网综和13部网剧。交通行业无疑成为中国网络广告头号广告主。

本报告中，艾瑞咨询将从软性植入广告和展示类广告两部分来展示中国网络广告市场总览以及交通类网络广告营销概况。

AdTracker-2009-2018年中国展示类网络广告营销 各行业投入指数



2009-2018年中国汽车销量及环比增长率



来源：AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

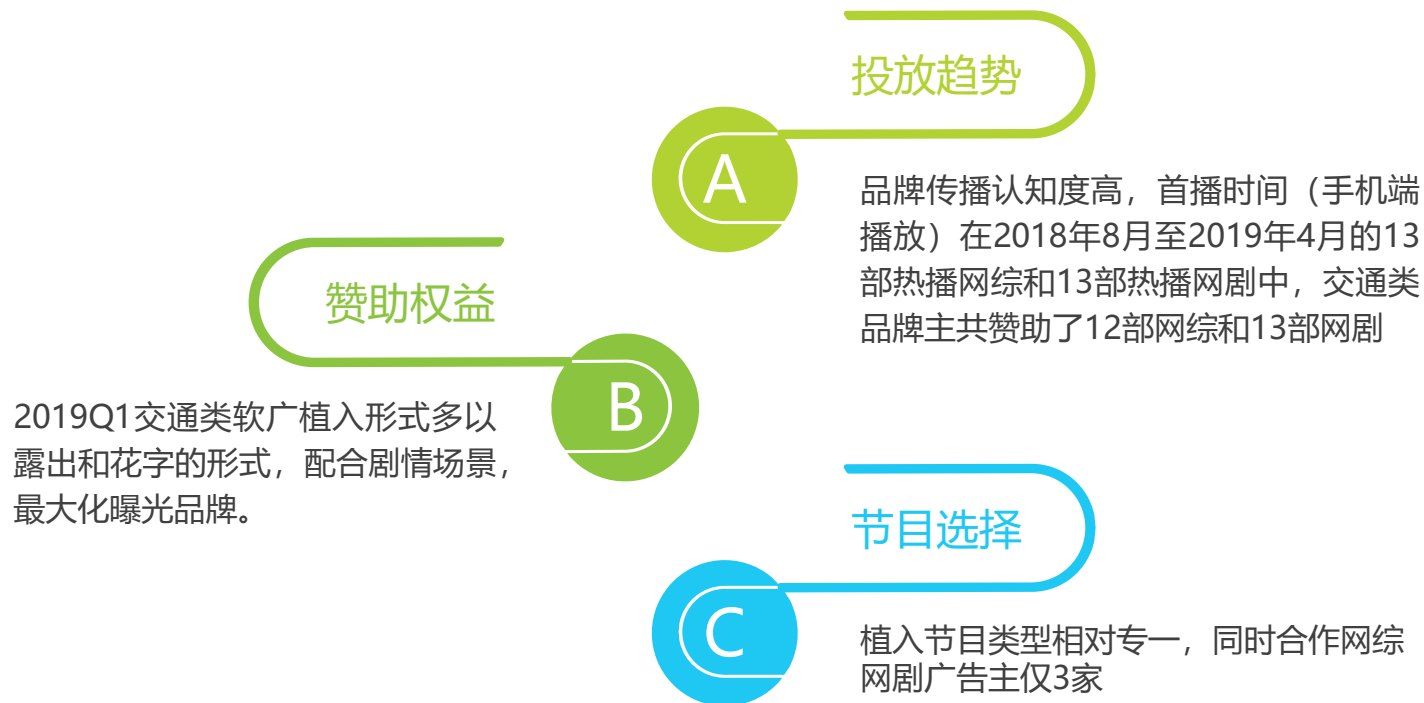
来源：中汽协会网络部。



软性植入广告篇

- I. 交通行业软广营销概览
- II. 交通行业软广营销广告形式
- III. 广告形式举例

核心摘要

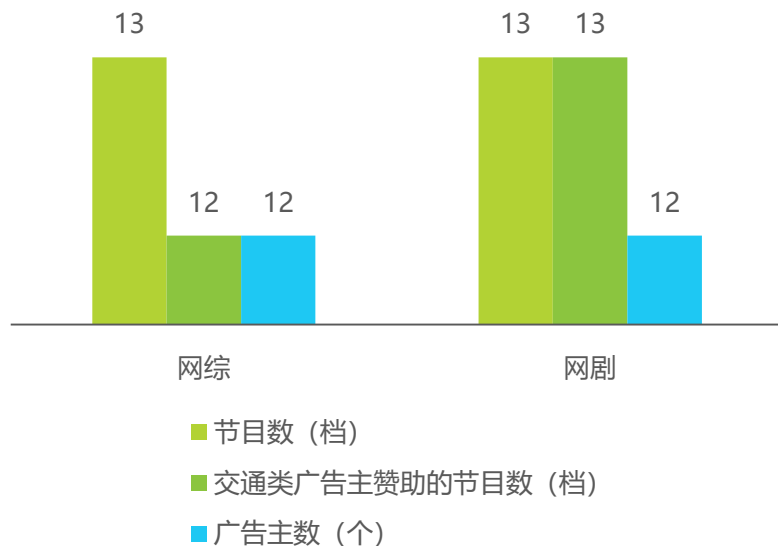


交通行业软广营销概览

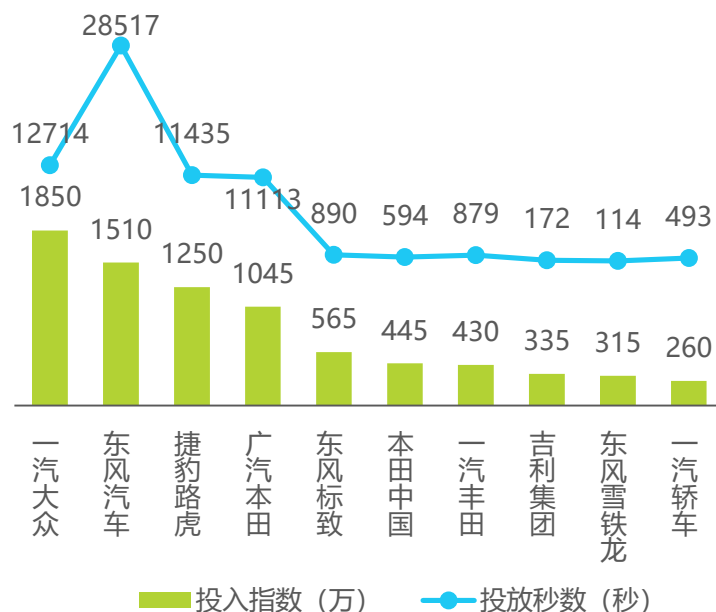
品牌传播认知度高，一汽大众投入指数居首

汽车在品牌传播上的认知度在全行业位列前茅，不止展示类网络广告营销投放指数蝉联9年榜首，几乎我们所知的每一个热门综艺或电视剧都有汽车品牌的广告植入。根据艾瑞咨询多平台网络广告监测数据库AdTracker-软广监测专用版显示，首播时间（手机端播放）在2018年8月至2019年4月的13部热播网综和13部热播网剧中，交通类品牌主共赞助了12部网综和13部网剧。其中，一汽大众的投入指数最高，东风汽车的植入时长最长。

AdTracker-2018年8月至2019年4月首播的
节目数及交通类广告主赞助的节目数



AdTracker-2018年8月至2019年4月首播的节目中
TOP10交通类广告主植入情况



来源：AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

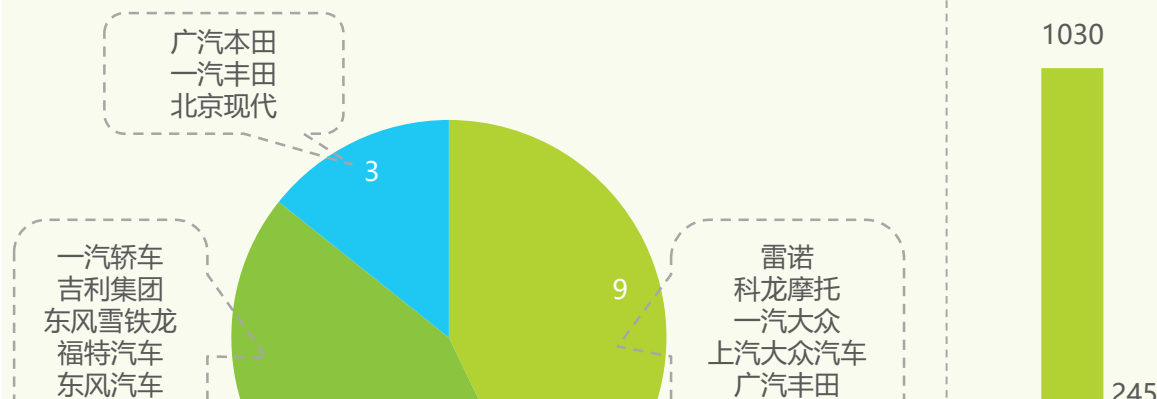
来源：AdTracker多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）。

交通行业软广营销概览

植入节目类型相对专一，同时合作网综网剧广告主仅3家

从植入节目类型来看，汽车品牌的选择相对专一，在该监测周期内的21个汽车广告主中，仅有3个广告主是即有网综植入也有网剧植入，分别是广汽本田、一汽丰田和北京现代，而这三个广告主几乎又以网综合作为主。

AdTracker-2018年8月至2019年4月首播的节目中交通类广告主植入情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21104

