



2022 GLOBAL MOBILE APP

2022H1 移动营销白皮书

全球移动应用(非游戏)

前言

疫情持续，众多出海应用厂商纷纷转型手游，2022过去的半年里移动应用行业又发生了哪些变化？为此，广大大数据研究院发布《2022H1移动应用(非游戏)营销白皮书》，帮助各位洞察全球，助力产品成功出海。

综合广大大抓取的全球数据来看，2022年移动应用(非游戏)市场有以下几大趋势：

一、欧美市场广告主暴跌，亚太地区应用广告主数量激增：

2022H1应用广告主数量同比下降6.24%，总素材量环比下降27%；其中欧美地区广告主下降趋势明显：大洋洲广告主同比下降38%，欧洲广告主同比下降近30%，北美广告主同比减少超21%。与之对应的是亚太地区(除中国大陆外)应用广告主增幅明显，其中中国港澳台地区广告主数量同比增幅超37%，为全球增长最迅猛的地区。

二、元宇宙概念火爆，社交应用积极跟进：

元宇宙的概念自提起便广受关注，随着热潮暂歇，市场的态度也逐渐走向理智。为了促进元宇宙真正落地，其相关技术也迎来了革新的机会。其中社交应用因为其跟元宇宙概念高度契合，已经推出就备受市场关注，最典型的代表有【啫喱】【Soul】【绿洲】……不过很多应用犹如昙花一现，“元宇宙”社交是否成功，还需要等待市场的验证。

三、疫情当下，在线媒体赛道有着更多机会：

受新冠疫情刺激，全球视频、音乐及游戏等在线媒体的市场总规模预计将从 2020 年的 170 亿美元（约合人民币 1100.9 亿元）增长至 2025 年的 350 亿美元（约合人民币 2266.5 亿元）。这一庞大的市场，吸引了众多竞争者加入。Viu、爱奇艺、WeTV等平台发现，韩剧在东南亚市场的影响力极高，甚至免费提供韩剧内容来拉动增长。

四、避免内卷，应用出海应该把握好T3市场：

T3市场的数字基础设施在疫情之后加速建设，为出海企业提供了广阔的发展空间。很多T3市场国家的金融科技、电商、社交娱乐、游戏等行业值得重点关注。比如用户对金融科技服务的巨大需求与政府的大力支持，促使墨西哥的金融科技业务发展迅速，已成为拉美地区主要的金融科技系统之一。中国成熟的互联网应用如果能快速适应当地文化特色，将在T3市场有着极佳的市场表现。

五、图书&漫画应用出海，软文化硬输出：

全球网文市场规模庞大，以掌阅，阅文等国内老牌网文厂商到字节，小米等新起网文公司都在大力布局网文出海。由于AI翻译技术的提升以及国家出海政策的扶持，越来越多的文学网站和小说作品输出到海外，出海规模大大提升。如今，国内出海网文企业已成功在海外搭建了从创作-运营-消费的全链条网络文学生态。

了解市场，适应市场才能在日趋激烈的出海竞争中脱颖而出，让广大大成为您扬帆出海的那双眼。

关于“广大大”

使用广大大洞察竞争对手的广告数据，可通过全球渠道、媒体、广告主的不同维度广告数据获取信息和灵感。

从12亿广告创意中获取灵感启发

我们覆盖近70个国家/地区，70多个全球广告渠道。比如Unity, Twitter, YouTube, Facebook, TikTok等知名广告渠道，全部广告创意已经达到12亿级别，每天更新百万以上。它将有力地帮助您解决广告创意灵感缺乏的问题。

Non-Gaming Apps

All

MultiSelect

Social-Networking	Finance	Utilities	Entertainment	Shopping	News	Lifestyle
Education	Productivity	Books & Reference	Food & Drink	Travel & Local	Photography	Bussness
Weather	Health & Fitness	Medical	Music	Sport Tool	Maps & Navigation	House & Home
Comics	Dating	Communication	Other			

Network

Recommend

Facebook Ads

Google Ads

Global Networks

FB News Feed

Instagram

Audience Network

Messenger

Google Ads(Admob)

YouTube

Twitter

UnityAds

Vungle

AppLovin

AdColony

Chartboost

Pinterest

IronSource

Yahoo!

reddit

TikTok

TopBuzz

Mintegral (Mobvis...)

Pangle(TikTok Aud...

Snapchat

Tapjoy

AdSense

Korea Networks

NAVER(네이버)

Daum(다음)

Nate(네이트)

Japan Networks

Ameba(アメーバ)

Yahoo! Japan

Gunosy(グノシー)

Zucks

SmartNews(スマートニュー...

i-mobile

AkaNe

Nend

AMoAd

报告说明

1. 数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球移动应用(非游戏)市场广告数据透视。我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经覆盖全球70多个渠道，近70个国家地区，积累超12亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据多达百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2. 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2022.1- 2022.6

具体数据指标请参考各页标注

3. 版权声明

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，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。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。

4. 免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。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。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 涉及地区说明

港澳台：中国香港、中国澳门、中国台湾

日韩：日本、韩国

东南亚：泰国、印度尼西亚、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾、柬埔寨

南亚：印度、巴基斯坦

中东：巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯、阿联酋、阿塞拜疆、黎巴嫩、科威特、以色列、埃及、阿曼、伊拉克、摩洛哥

独联体国家：俄罗斯联邦、乌克兰

南美：巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭

北美：美国、加拿大、墨西哥、巴拿马

欧洲：土耳其、法国、德国、英国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、波兰、葡萄牙、比利时、瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰

大洋洲：澳大利亚、新西兰

非洲：肯尼亚、尼日利亚、安哥拉、南非、阿尔及利亚、利比亚、塞内加尔、科特迪瓦



OpenMediation2022年中报告独家观点：

1.头部移动应用市场流量触顶，竞争白热化

2022年Q2季度的Top500应用下载量持续走低，在全球移动市场在经历了连年飞速增长之后，可以说是首次出现了这样快速缩水情况，2022年Q1和Q2的下载量相较于2021年整体有所下滑（Q1减少0.7%，Q2减少10.26%），虽然缩水幅度较小，但也反应出当前的移动应用市场较为严峻的环境，获客变得更加困难，对于开发者买量和营销都提出了巨大的挑战。

2.泛娱乐类应用最受用户喜爱，购物及金融类应用发展态势良好

Top500移动应用中，用户主要集中在Social&Communication、Games、Entertainment、Photo&Video&Editor等泛娱乐应用中。泛娱乐类应用本身就具有广大的受众，也是最接近人们生活的一类的应用。

Shopping、Finance、Tools等应用仅次于泛娱乐应用，处于较为前列的榜单，且随着移动化的普及，Shopping以及Finance具有非常大的发展空间。此外，Travel与Maps&Navigation于2022Q2表现出明显的增长，是疫情常态化后人们出行增多所带来的。Medical于2021年Q3、Q4出现了较多的增长，可能是疫情之下人们寻医看病的需求增长所催生的发展。



OpenMediation2022年中报告独家观点：

3.购物和金融APP在一些次发达地区呈现“一荣俱荣、一损俱损”的状态

当前全球的电商市场发展得如火如荼，用户的网上购物习惯也已经被慢慢地培养起来，从当前的市场发展情况来看，电商发展较快，据相关数据统计，全球电商渗透率上升至19%，而经我们的分析，次发达地区（如巴西、墨西哥等）的电商市场相比成熟市场有更大的发展空间，。购物和金融APP是深刻关联的两类应用，除中国外，海外的电视支付模式比较多，且各地均不一致，但是还是能发现一些电子钱包支付方式的份额逐渐增多，两者互惠互利。更方便的支付方式有利于促进用户选择电子钱包进行支付，而电商市场的扩大也有利于金融应用更加普及。且从数据表现上来看，Finance和Shopping的增长趋势趋同性很强。

目前金融应用中，以支付类和手机银行类应用居多（这两类应用也是与电商最接近的应用）。但促进金融应用发展的还有例如投资（加密货币）、贷款（借贷应用及信用管理）、社交视频产品，在这些产品中尤为需要关注的是视频化带来的购物场景变革和新消费习惯的建立。

4.社交+视频成为一种常见的内容生态

研究Social、Entertainment、Photo等泛娱乐应用在全球各地的Top10产品，我们发现其产品内容的核心点就是视频+社交，随着短视频的兴起以及网速的进步，用户的社交已经不再是简单的文字交流，视频、图的分享变得更加日常，因此整体出现成融合的趋势，社交应用中能够看短视频，视频应用则更具有社交属性。随着社交+视频的普遍化，随之而来的视频编辑、图片编辑也在如南美的这类地区中成为一类热门应用，低门槛、简单的操作应用更受用户欢迎，海外的一些机会市场反而进入了“工具类产品的红利期”。



在构建海外社媒影响力方面， 非游戏类应用中娱乐和社交类型的应用表现更为优越和积极。

不论是长视频、短视频、音频还是漫画应用，丰富的内容给了这类应用在社交媒体上活跃的基础；搭建社交媒体社区也帮助这类应用增强了用户认同和粘性。

同时，随着移动端图片、音视频编辑需求的增加，素材编辑和剪辑类工具型应用也开始在社交媒体平台上展露头角。

从OneSight对中国非游戏应用品牌海外社媒影响力变化的观察中，我们可以看到2022年下半年其海外社媒营销趋势：

1、TikTok成为新流量入口：

多数非游戏应用的主要海外社媒营销阵地都在TikTok。10亿用户使得TikTok成为了一个巨大的流量入口，这里的用户活跃、对很多事情感兴趣，并且乐于互动和分享。娱乐应用将自身的内容剪辑成短视频是非常方便的方式；工具类应用则用视频展示教程，简单易懂。2022下半年，会有更多的非游戏类应用入驻TikTok，获取用户红利。

2.娱乐应用社媒营销本地化程度加深：

娱乐应用最注重本地化。面向的市场不同，用户的偏好、品味和欣赏习惯都不同。反应在社交媒体营销上，随着娱乐应用对社媒营销的重视，其主页内容的本地化程度也在不断加深。

未来，娱乐应用在进入不同市场的同时，会采取设置分地区主页+更精细化的本地化营销方式，以加强与当地用户的联系。



2022年对于中国出海环境，Morketing研究院的洞察是：大环境愈发不确定。

首先，宏观层面来看，汇率变动使出口成本急剧上升；税收政策、VAT政策、数据安全政策等方面的海外监管进一步收紧。其次，供应链角度，黑天鹅影响下，曾高度依赖中国供应链的国家们逐步开始自己的供应链回归；而越南、印度等不同区域扶持的产业溢出服务，使类似小米、OPPO等产业带则开始外迁；此外，俄乌局势影响下，市场格局进一步变迁，依靠来料、进料，及部分原产地材料的创造型企业受到冲击。在外部环境的不确定下，诸多客观挑战正在到来：隐私新政保护下的广告精准触达成为难题，获客成本剧增；此外，出海企业头部规模效应逐渐形成，而腰尾部企业则同质化严重，难以脱颖而出；而新渠道、新流量又正处于探索进程中，尚未找到“标准答案”。

在不确定的环境下，出海企业们正在寻找切实可抓的“确定性”。首先，近几年来，中国品牌走出国门的成功案例不胜枚举，行业内对此有充足信心。对于出海，行业内不再探讨“国际化”，而是“本土化”、“全球化”、“品牌化”，搭建本地团队、建设本地供应链、多渠道布局、深挖区域人群属性，全面构建立体出海打法。可以观察到的是企业们的视角更加开阔和明朗，对于“出海”这件事本身的维度考量更加丰富和细致；此外，环境因素推动下，更多产品品类和行业属性的企业走向了出海道路，从产品出海到如今的应用出海、服务出海等，基础设施和市场教育的完善赋予了出海这一领域更多可能性；其次，是数字化的深入应用，许多出海行业的数字化已经不单停留在电商层面，数字化中台的搭建为出海企业带来更多内在力量，强有力的帮助出海企业实现从产品、供应链到人群的精细化运营。最后，营销层面，即使海内外营销环境及人群属性会有所不同，但对于强互动属性内容、新奇好玩的营销玩法的偏好却是相同的，因此，即使部分新渠道的玩法目前尚未形成定式，但对于内容高质量的把控和玩法的高度创意是永恒不变的。



泛娱乐社交、工具类App依然是出海的主力军，此外，少数健康类App在海外闪光

鉴于泛娱乐的广泛定义、及其与社交越来越模糊的边界，我们将音视频社交、虚拟形象社交、游戏社交等都算在泛娱乐社交内，而网文漫画则划定在泛娱乐类别内。上述赛道都发生了不小的变化。

2022年上半年，泛娱乐社交出海最重要的2个趋势是元宇宙化和基于平台变化的创新尝试。

元宇宙虽然至今仍然是一个概念，但是资本在2022年会出手投资的少数赛道之一。Bud、Oasis，是元宇宙社交出海的先锋部队。公司在欧美和拉美做重点尝试。而更多的App还在路上，但因为技术限制，这类App还无法打造差异化的用户体验，现阶段也无从谈起商业化。元宇宙社交在2022年下半年热度可能会有下降，但朝着这个方向，会不断有公司做出小步迭代尝试。

2022年另一个热点是基于苹果Widget技术的创新尝试。在2021-2022年，鉴于海外头部社交App出现不少问题，欧美市场的熟人社交出现了很多差异化产品，包括BeReal、Poparazzi等，但中国厂商很难在这一波浪潮中找到切入点。直到广州一家公司基于苹果的小插件Widget切入熟人社交，在很长一段时间霸榜美国市场，另基于中国厂商的独特认知，相较于其他同类产品，Livein将服务拓展至陌生人社交。

在下半年，鉴于现有的泛娱乐社交App的产品和商业模式已经相对固定，基于新技术和新变化的尝试将会是厂商的重点探索方向，如之前出现的直播互动游戏平台，即对直播交互与游戏体验融合的最新尝试，而除了创业型公司之外，大厂在下半年很有可能在海外市场推出各种和元宇宙沾边的产品尝试海外市场。

泛娱乐社交之外，延续之前几年的趋势，网文出海再进一步投入力度有增无减，在不同区域市场，也出现了相应的头部玩家，但目前来看，离格局固化还早。而漫画出海应该会在2022年下半年继续发力，包括快看、B站等主要参与玩家。



2022应用出海，多角度寻找增长点

随着时代发展，应用出海的方向变得更加多元，开发者可布局的赛道也更加丰富。

比如在2010年，国内诞生第一批工具出海开发者，赶在游戏出海之前收获了一波红利。拿清理加速/图片编辑等为代表的工具类来说，我们看到了植物识别应用【PictureThis】近年来在欧美市场的爆火，甚至激发了用户的学习欲望；另外自【TikTok】风靡全球后，视频剪辑也成为风口，视频剪辑应用【InShot】顺势拿下了6亿下载量，逐渐成为新创作者经济的一大引擎。上述两家公司均来自杭州，这些成绩都让今年的工具出海更具看点。

此外，随着元宇宙、Web3.0概念的火热，社交类工具应用也开始升温。刚刚过去的第二季度，Google Play收入前三大类分别是游戏、娱乐和社交，而社交类环比增幅达到了35%。另一项数据指出，虚拟形象社交 App下载量在两年内翻了三倍，头部产品包括【ZEPETO】【BUD】【Oasis】拥有庞大的下载量。可见，玩家对元宇宙的好奇、对虚拟社交的需求已很难被忽视，相信今年应用出海的增长点也能得到充分地挖掘，应用出海或将迎来新一轮巅峰。

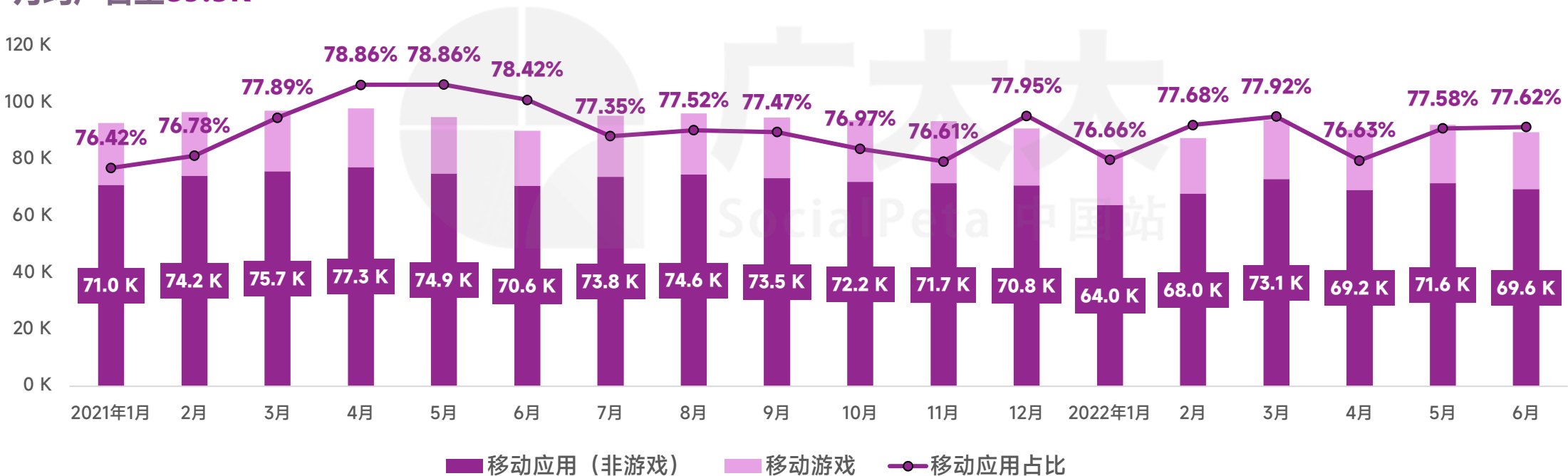
全球移动应用营销洞察

2022H1移动广告主数量同比下降5.79%

新冠疫情的持续和日趋复杂的全球形势下，使得全球移动应用的整体营销受到了影响，尤其在今年1月份，全球移动应用广告主到达最低点，全球总计广告主为83.4K。

2022年移动应用（非游戏）广告主约占总计的**77.5%**

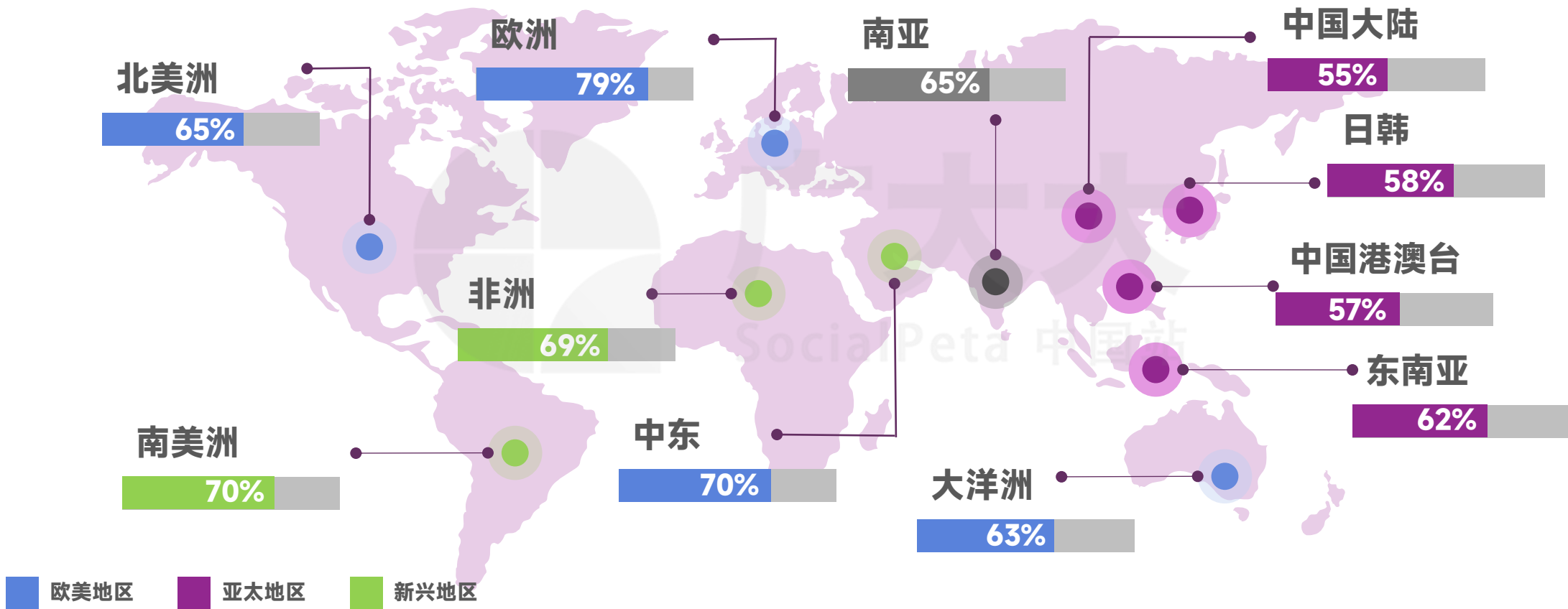
2022移动应用（游戏&工具） 月均广告主89.5K



各地区移动应用营销洞察

欧美地区移动应用(非游戏)广告主占比最高

欧洲的移动应用(非游戏)广告主占比最高为79%，中国大陆地区应用广告主占比最低，新兴市场移动应用(非游戏)广告主占比保持在70%左右



深色部分代表该地区移动应用(非游戏)广告主占比情况

01

全球移动应用(非游戏)营销洞察
/14

02

全球热门国家/地区
移动应用(非游戏)营销洞察
/28

03

全球热门渠道投放洞察
/45

04

全球移动应用（非游戏）投放COST
/52

05

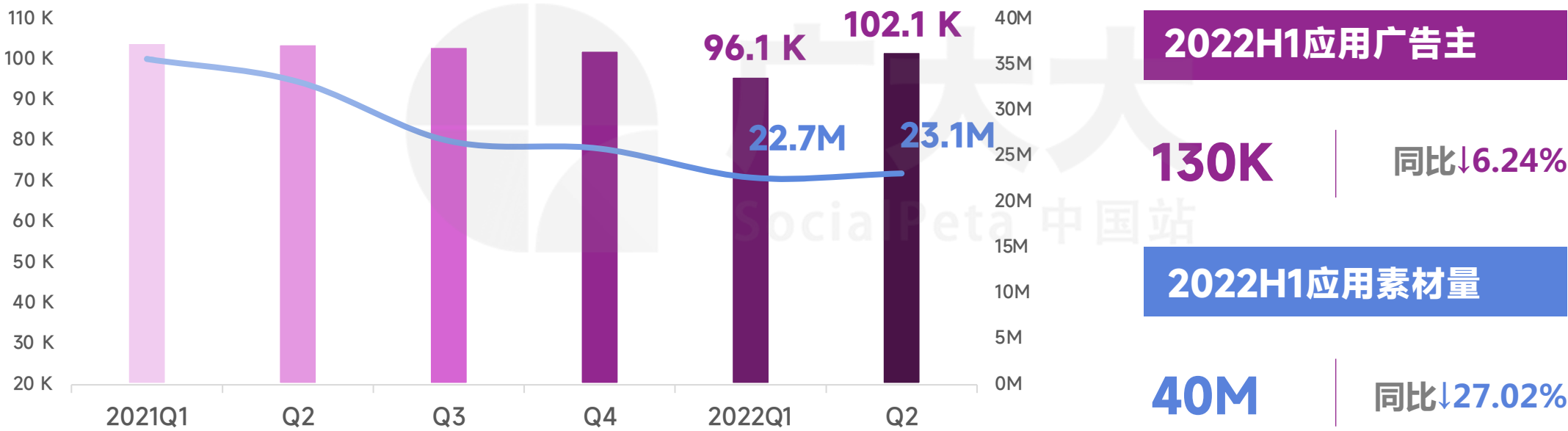
热门类型移动应用营销观察
/61

全球移动应用(非游戏)营销洞察

全球移动应用(非游戏)营销洞察

2022H1移动应用(非游戏)素材量**同比下降27.02%**

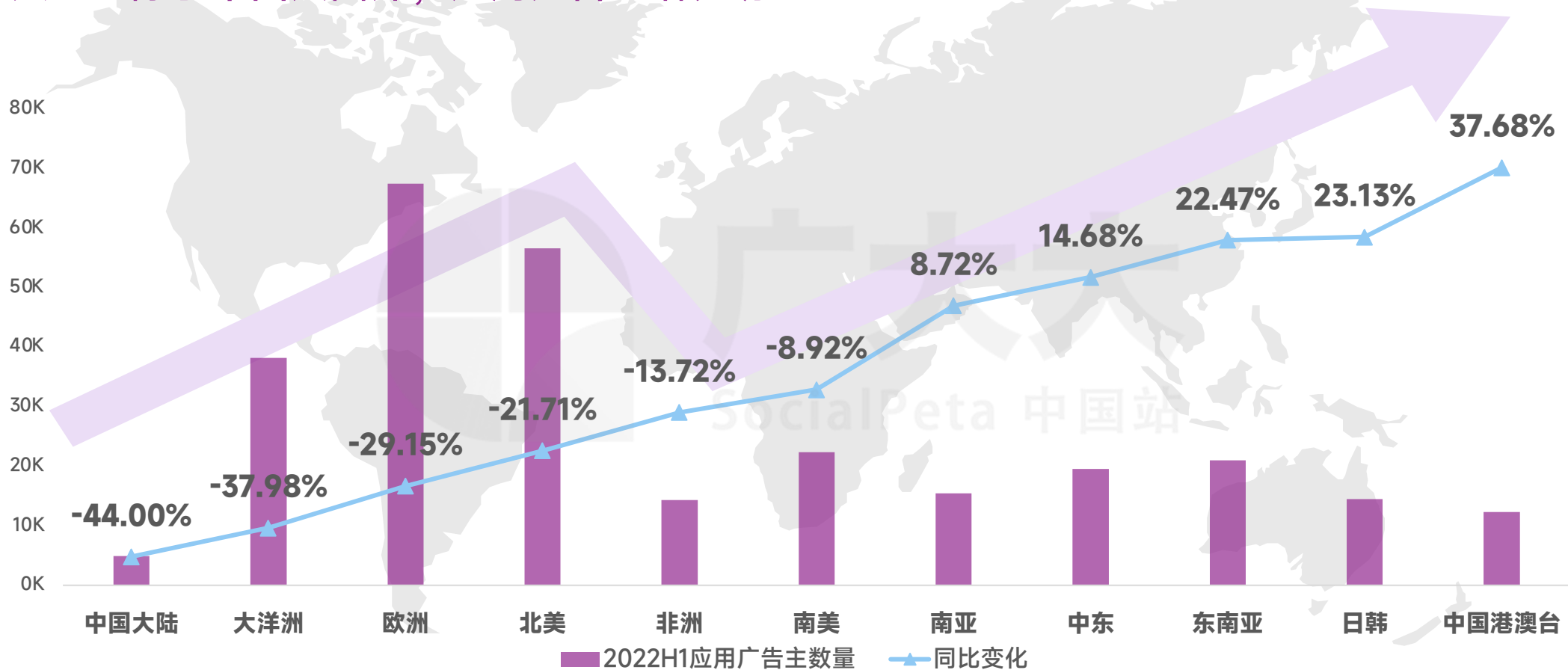
2022年移动应用(非游戏)投放下降趋势明显，上半年广告主近130K，数量比去年同期下降6.24%。总计应用素材量同比下降超27%，总计40M。
 其中2022年Q1素材量为22.7M，同比下降35.52%；Q2素材量23.1M，同比下降30.26%



全球移动应用(非游戏)营销洞察

欧美地区应用广告主同比下降明显

亚太地区除了中国大陆外，应用广告主增长明显



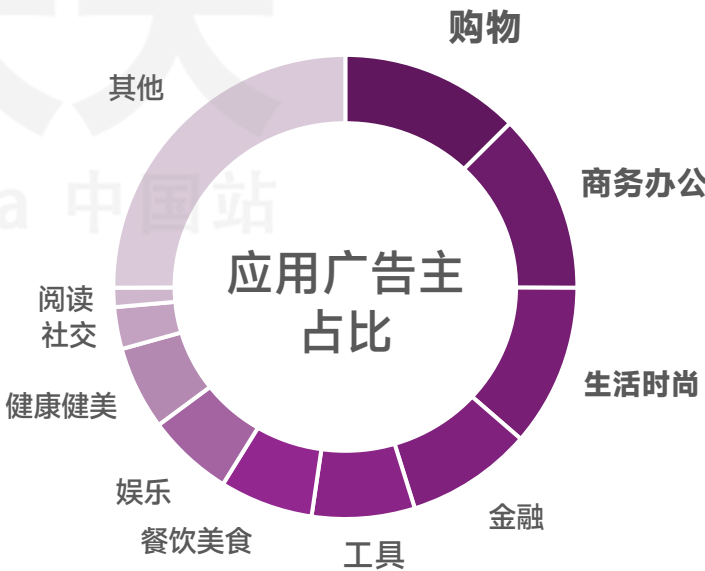
各类型应用广告主占比

类别名称	占比情况	对比去年同期
购物	12.55%	+0.36%
商务办公	12.51%	+0.53%
生活时尚	11.30%	-0.76%
金融	8.80%	+1.53%
工具	7.17%	+0.23%
餐饮美食	6.51%	-0.52%
娱乐	6.03%	-0.14%
健康健美	5.82%	+0.04%
社交	2.92%	-0.5%
阅读	1.34%	+0.02%

广告主数量前三应用类型

购物、商务办公、生活时尚

购物类应用广告主数量最多，总计占比12.55%，比去年同期提升0.36%。其次为商务办公和生活市场类应用广告主，这三类应用广告主总计占比超过36%。金融类应用广告主总计占比8.8%，对比去年同期占比提升最大，提升1.53%，因今年上半年NFT产品在全球的爆火，导致众多虚拟货币类金融应用横空出世。



各类型应用素材量占比

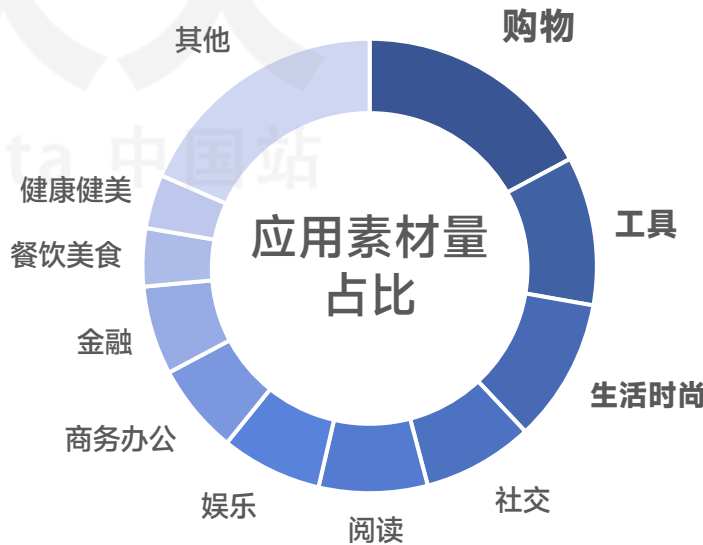
类别名称	占比情况	对比去年同期
购物	17.19%	-2.06%
工具	10.59%	+2.55%
生活时尚	10.21%	-2.21%
社交	7.89%	-1.01%
阅读	7.74%	+3.2%
娱乐	7.19%	-0.65%
商务办公	6.42%	+0.82%
金融	6.32%	+1.94%
餐饮美食	4.13%	+0.4%
健康健美	3.85%	+1%

素材量占比前三应用类型

购物、工具、生活时尚

购物类应用仍是素材量占比第一的应用类型，总计占比17.19%，比去年同期降低2.06%。其次为工具类素材，总计占比10.59%，阅读类素材也是占比提升最大的应用素材类型，对比去年占比提升3.2%。

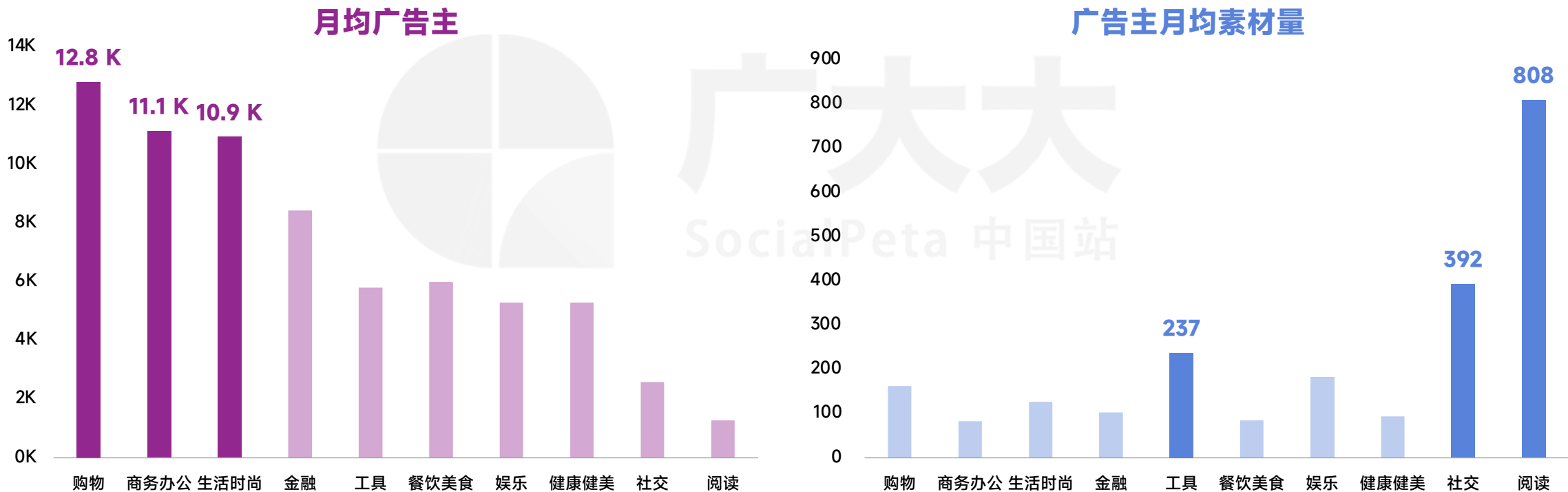
生活时尚类素材占比下降最大，总计占比10.21%，比去年下降2.21%。



各类型应用市场营销观察

2022年移动应用(非游戏)月均广告主：64K；月均素材量：176条

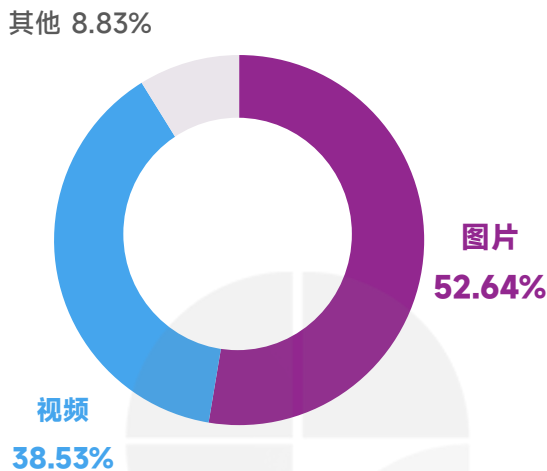
在移动应用中，**购物类应用**月均广告主数量最高，广大大平均每月抓取近1.3万名购物类广告主，其次为商务办公和生活时尚类广告主。
 在广告主月均素材量上，**阅读应用**的平均素材投放力度最大，每个阅读广告主每月投放超800条素材，比第二名社交类应用高出一倍多。



各类型应用素材量占比

2022H1 各类型素材占比

图片素材占比最高
总计占比超52%



13,588K

图片素材总数量

相较于移动游戏，移动应用常常选用图片素材作为其买量的主要形式，不过随着移动网络技术的不断升级，视频素材有着赶超图片素材的趋势。

历年素材形式变化趋势

■ 图片

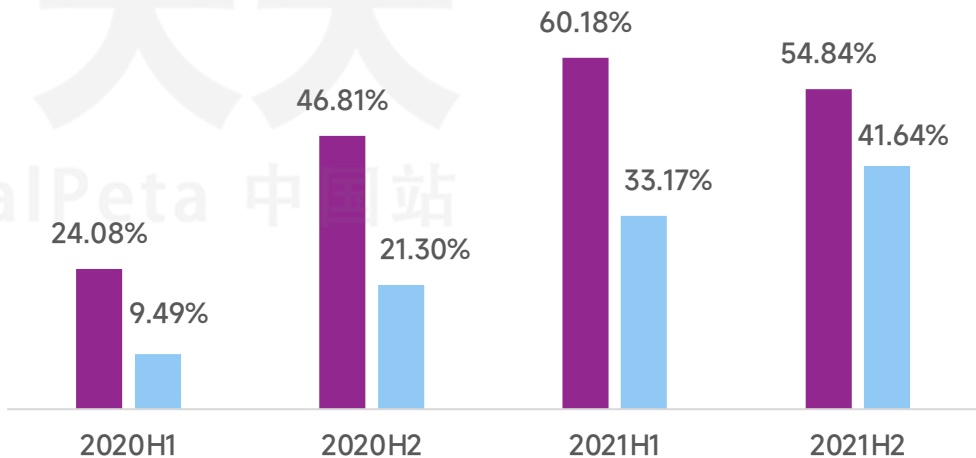
■ 视频



图片素材在2021H1占比超过6成



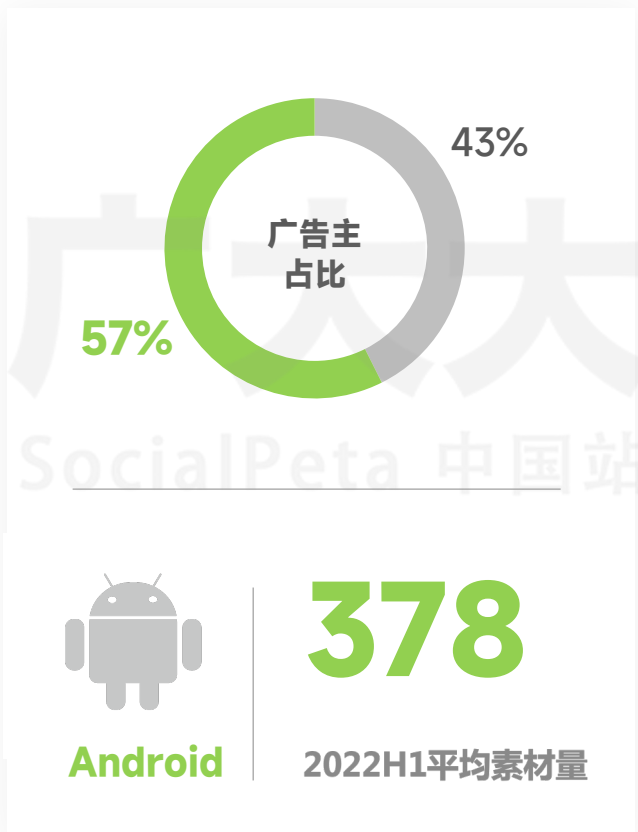
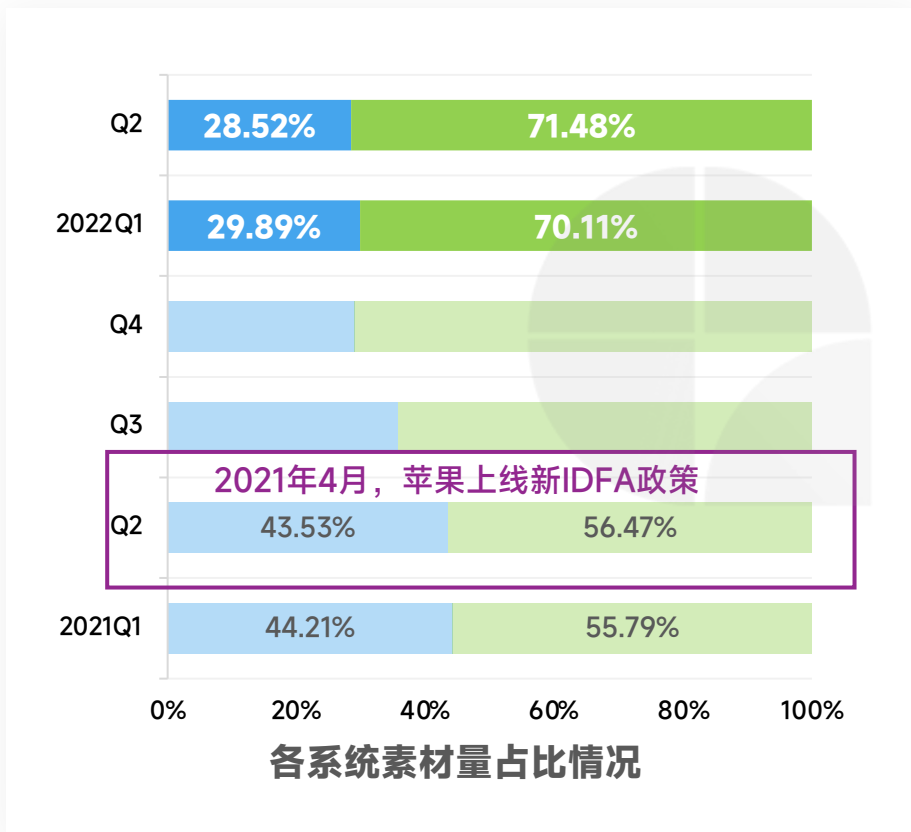
图片和视频素材占比都呈现上升趋势，预计下半年视频素材和图片素材占比将相近



各系统应用广告主投放洞察

Android端应用平均素材量比iOS高出171条

苹果IDFA政策迫使越来越多公司将投放重点转向Android端，Android广告主约占总广告主60%，但Android端素材量占比超70%。



2022H1 APP Store应用TOP榜

下载榜

1		WhatsApp Messenger META	社交
2		YouTube Google	摄影录像
3		Instagram META	摄影录像
4		TikTok 字节跳动	娱乐
5		Facebook META	社交
6		Google Maps Google	导航
7		Messenger META	社交
8		Gmail Google	效率
9		Telegram Telegram	社交
10		CapCut 字节跳动	摄影录像
11		Google Google	工具
12		Google Chrome Google	工具
13		Snapchat Snap	摄影录像
14		ZOOM Cloud Meetings ZOOM	商务
15		Netflix Netflix	娱乐
16		SHEIN 希音	购物
17		Spotify Spotify	音乐
18		Twitter Twitter	新闻
19		Google Drive Google	效率
20		Pinterest Pinterest	生活

收入榜

1		YouTube Google	摄影录像
2		Tinder Match Group	生活
3		Netflix Netflix	娱乐
4		Pandora Pandora	音乐
5		Disney+ Disney	娱乐
6		HBO Max WarnerMedia	娱乐
7		LINE LINE	社交
8		TikTok 字节跳动	娱乐
9		ピッコマ Kakao piccoma Corp.	图书
10		Hulu Hulu	娱乐
11		Bumble Bumble	生活
12		LINEマンガ LINE	图书
13		Spotify Spotify	音乐
14		YouTube Music Google	音乐
15		BIGO LIVE 欢聚集团	社交
16		LinkedIn LinkedIn	商务
17		Dropbox Dropbox	效率
18		Twitch Twitch Interactive	摄影录像
19		LINE MUSIC LINE	音乐
20		Smule Smule	音乐

2022H1 应用投放TOP榜 | 苹果 iOS端

1	 WhatsApp Messenger META	11	 Lattelier APONIC INC	21	 와디즈 WADIZ	31	 Daraz Daraz	41	 Binance Academy Binance LTD
2	 NewsBreak Particle Media	12	 BueNovela 新闻时代	22	 Falabella Falabella	32	 Answear WearCo	42	 Webfic 点众科技
3	 Domestika Domestika	13	 H&M H&M	23	 Squarespace Squarespace	33	 Google Authenticator Google	43	 Squarespace Video Studio Squarespace
4	 Chic Me 上海极高	14	 Flamingo Shop Flamingo Technologies	24	 GreenSpeed THREE PANDA DIGITAL	34	 Digital Trends Video DigitalTrends	44	 Grab Superapp Grab
5	 Lazada Lazada	15	 Uber Eats Uber	25	 Zilch Zilch	35	 Guanabara Fullpack Comunicação	45	 Manobook 畅读科技
6	 CVC CVC Brasil	16	 Pizza Fan Greece Fanatics Pizza	26	 Dreame STARY	36	 Dunkin' Dunkin' Brands	46	 Trendyol Trendyol
7	 Wolt Delivery Wolt	17	 Spotify Spotify	27	 CDLLife CDLLife	37	 Vivara Vivara	47	 AliExpress 阿里巴巴
8	 GoodNovel 新闻时代	18	 CASETiFY Colab CASETiFY	28	 Sympla Sympla	38	 Bikroy Saltside Technologies AB	48	 Funyo Salome Studio
9	 Speedd® Speedd srl	19	 Uplive 亚洲创新集团	29	 MoboReader 畅读科技	39	 AXS Tickets AXS	49	 Makuake (マクアケ) Makuake
10	 HAVAN Havan Lojas de Departamentos	20	 Emmiol STARWE LIMITED	30	 DressLily DressLily	40	 EveryPlate HelloFresh	50	 SHEIN 希音

2022H1 Google Play应用TOP榜

下载榜

1		Instagram META	摄影录像
2		Snapchat Snap	摄影录像
3		WhatsApp Messenger META	社交
4		Telegram Telegram	社交
5		Facebook META	社交
6		Meesho Meesho	购物
7		WhatsApp Business META	通讯
8		Facebook Lite META	社交
9		TikTok 字节跳动	娱乐
10		Spotify Spotify	音乐
11		Messenger META	社交
12		CapCut 字节跳动	摄影录像
13		Truecaller Truecaller	通讯
14		Shopsy Flipkart	购物
15		ZOOM Cloud Meetings ZOOM	商务
16		MX Player MX Player	视频播放
17		PhonePe PhonePe	财务
18		StarMaker 昆仑万维	音乐
19		Flipkart Flipkart	购物
20		TikTok Lite 字节跳动	社交

收入榜

1		Google One Google	效率
2		Tinder Match Group	生活
3		LINE LINE	社交
4		Disney+ Disney	娱乐
5		Pandora Pandora	音乐
6		BIGO LIVE 欢聚集团	社交
7		TikTok 字节跳动	娱乐
8		HBO Max WarnerMedia	娱乐
9		Twitch Twitch Interactive	摄影录像
10		Google Drive Google	效率
11		ピッコマ Kakao piccoma Corp.	图书
12		LINEマンガ LINE	图书
13		Azar Hyperconnect	通讯
14		KakaoTalk Kakao	通讯
15		Tango TangoMe	社交
16		DAZN DAZN	体育
17		Netflix Netflix	娱乐
18		Facebook META	社交
19		OneDrive Microsoft	效率
20		Dropbox Dropbox	效率

2022H1 应用投放TOP榜 | Android端

1	 NewsBreak Particle Media	11	 Clatter hdapp	21	 KeepBooster APPS INNOVA	31	 inDriver Sinet	41	 Webnovel 阅文集团
2	 SHEIN 希音	12	 Domestika Domestika	22	 TextNow Enflick	32	 Bigo Live 欢聚集团	42	 Phoenix Browser CloudView Technology
3	 Public Inshorts	13	 Helo 字节跳动	23	 Joyread Joyread	33	 RavoVPN Five Oceans E-Commerce	43	 Uber Eats Uber
4	 Fitnete Rierra Inc	14	 TikTok 字节跳动	24	 Lazada Lazada	34	 GoodNovel 新阅时代	44	 iNovel iNovel Inc.
5	 SmartNews SmartNews	15	 Flipped MMTEAM	25	 Dreame STARY	35	 Battery Saver APPS INNOVA	45	 glimble reisplanner ov en meer Arriva Personenvervoer Nederland B.V.
6	 NewsBreak Lite Particle Media	16	 Chic Me 上海极高	26	 Lyft Lyft	36	 Kwai (中东版) 快手集团	46	 MaxSpeedfiy PRIME DIGITAL
7	 KeepClean APPS INNOVA	17	 One Security One Dot Moblie	27	 StarMaker 昆仑万维	37	 Noizz 欢聚集团	47	 One Booster One Dot Moblie
8	 FileMaster SmartVisionMobi	18	 speed booster Proxy PRIME DIGITAL	28	 Kwai 快手集团	38	 PublicVibe Dailyhunt	48	 Daily VPN UPUP TECHNOLOGY
9	 Opera News Opera	19	 FREE NOW Intelligent Apps	29	 CVC CVC Brasil	39	 Beat.ly 格像科技	49	 Gojek GoTo Group
10	 PoMelo File Explorer Android Does Team	20	 Audible Audible	30	 Uplive 亚洲创新集团	40	 Spotify Spotify	50	 iReader 掌阅科技

BrandOS 2022年1-5月 TOP20

应用类出海品牌社媒影响力榜单

排名		品牌中文名	品牌英文名	BrandOS	排名		品牌中文名	品牌英文名	BrandOS
1		WeTV	WeTV	349.16	11		17 直播	17 Live	148.05
2		TikTok	TikTok	285.23	12		宝宝巴士	BabyBus	143.99
3		爱奇艺	iQIYI	269.17	13		每日瑜伽	Daily Yoga	134.03
4		芒果TV	MangoTV	254.39	14		Nimo TV	Nimo TV	133.51
5		JOOX	JOOX	233.01	15		巧影	KineMaster	132.75
6		Kwai	Kwai	227.69	16		Filmora	Filmora	131.38
7		WeComics	WeComics	209.35	17		Snaptube	Snaptube	129.94
8		哔哩哔哩	Bilibili	181.19	18		形色	picture this	127.99
9		BIGO LIVE	BIGO LIVE	169.39	19		茄子快传	SHAREit	126.05
10		优酷	Youku	159.24	20		Inshot	Inshot	125.90

Klarna.

BNPL成为Z世代和千禧一代最爱支付形式

Klarna于2005年在瑞典斯德哥尔摩成立，我们在去年初正式开始了在中国市场的旅程。创立于瑞典，并且在海外市场成长了17年的我们，现在已经成为了BNPL（Buy Now Pay Later，即先买后付）行业中全球市场占有率第一的服务商，并持续为全球45个国家和地区的40万商户和1.5亿消费者提供着支付服务。

BNPL作为一种全新的支付方式和更贴近生活场景的消费服务，让出海商户在更加快捷和安全的支付方式下，走入海外用户的生活。

Klarna已经成为许多中国DTC品牌出海路上的最佳搭档，一起在海外市场中探索着新的商业机遇。作为深受Z时代和千禧一代喜爱的支付服务提供商，在过去一年中，Klarna的Z世代用户增长率较去年同期增长36%，全球Z世代用户总增长量达到1040万。其中，75%的用户会选择Klarna回购，近40%的用户回购超过三次。

我们在上海和深圳的中国本地团队为出海品牌提供着不同领域的专业支持和服务。其中包括了技术交付、商务拓展运营、Partner Marketing（联合营销）以及数据分析。

Klarna跟随着中国品牌的出海道路，助力品牌遍布全球，随时提供与您的商品媲美的服务和体验。我们将确保支付方案能为您的顾客提供本土化和流畅的用户体验。



全球热门国家/地区 移动应用(非游戏)营销洞察

中国大陆地区移动应用TOP10



中国大陆地区移动应用(非游戏)广告主观察

工具应用蝉联投放榜首，健身应用素材激增

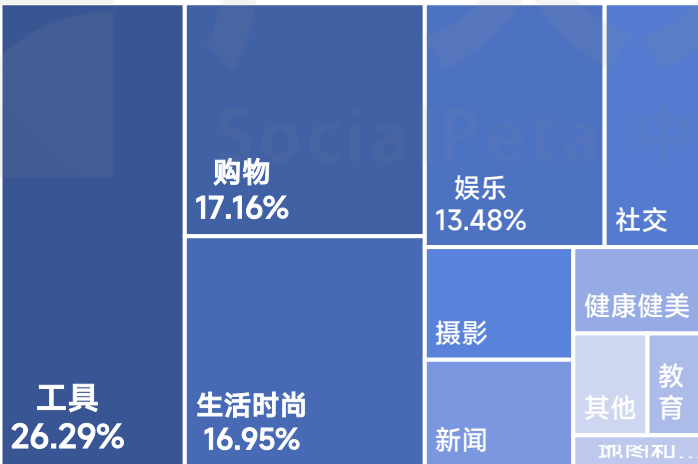
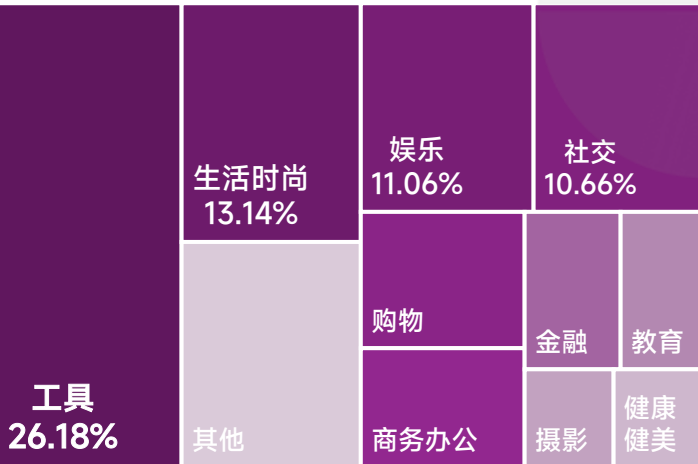
各类型应用投放占比

同比于2021年，工具类广告主占比提升约5%，以清理加速为首的实用类工具应用受到消费者青睐。

受到居家隔离和运动解压的双重带动，健身应用一跃成为新晋投放霸主，重现2021年健身应用投资热潮。然而随着线下场所解封，健身应用热度正在降温。

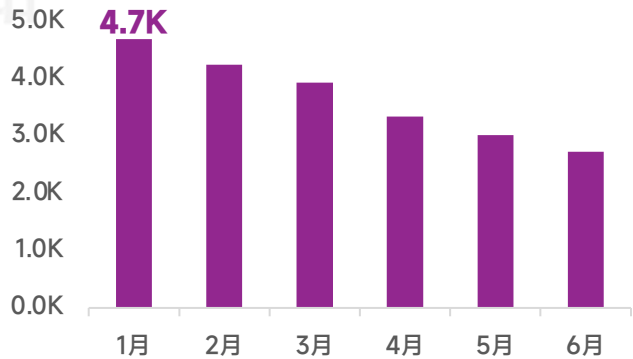
泛娱乐应用投放占比稳中有升，娱乐与社交类应用合计占比约20%。自2021年开始，针对泛娱乐应用政策、行业规范多次变动，市场仍保持高度热情，社交类应用开发者高达7.2万名，位列第二。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主5.7K；月均广告主3.7K。



中国港澳台地区移动应用TOP10

下载

收入

下载

收入

1		LINE	社交
2		YouTube	娱乐
3		全民健保行動快易通	医疗
4		Google Meet	商务
5		Disney+	娱乐
6		行動郵局	商务
7		Google Maps	导航
8		ZOOM Cloud Meetings	商务
9		Facebook	社交
10		Gmail	通讯

1		YouTube	娱乐
2		LINE	社交
3		Disney+	娱乐
4		KKBOX	音乐
5		WePlay	娱乐
6		iQIYI	娱乐
7		17LIVE	社交
8		TikTok	社交
9		Tinder	生活
10		WEBTOON	漫画

1		Disney+	娱乐
2		全民健保行動快易通	医疗
3		Phone Optimizer	工具
4		ZOOM Cloud Meetings	商务
5		小红书	社交
6		foodpanda	美食
7		Samsung Smart Switch Mobile	工具
8		TikTok	社交
9		蝦皮購物	购物
10		QR & Barcode Reader	工具

1		Google One	效率
2		LINE	社交
3		17LIVE	社交
4		TikTok	社交
5		WePlay	娱乐
6		LANG LIVE	社交
7		Disney+	娱乐
8		WEBTOON	漫画
9		Uplive	社交
10		Twitch	摄影录像

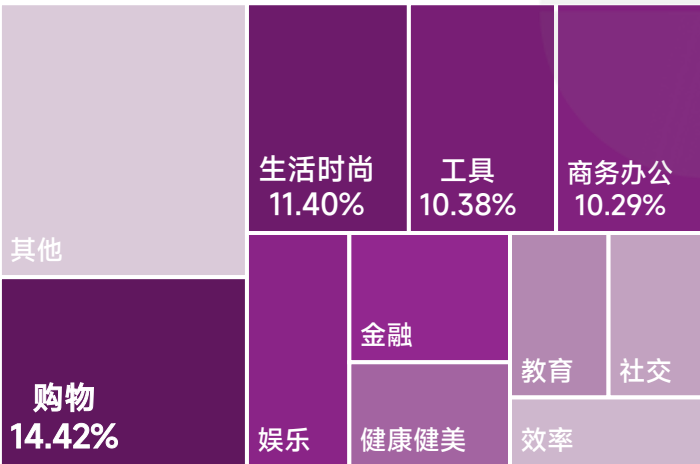
港澳台地区移动应用(非游戏)广告主观察

工具、阅读投放量巨大，购物广告主占比最多

各类型应用投放占比

同比于2021年，港澳台地区广告主各类型占比变动较小，工具类广告主占比最高，素材量占比为10.38%，其中视频素材占比约80%，热度最高。从单个投放产品来看，清理加速类头部应用投放量十分突出。阅读应用广告主占比不到4%，素材占比高达21%，头部厂商旗下多款阅读应用协同占领细分市场。

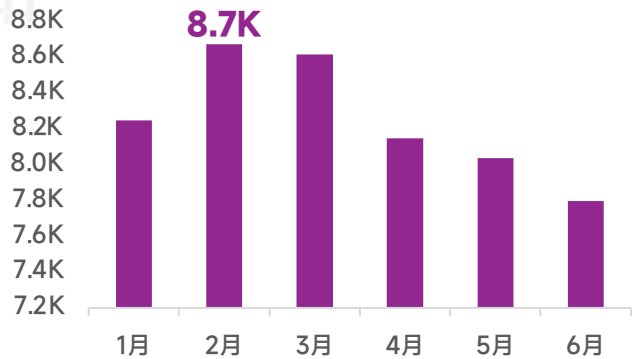
■ 在投广告主
 ■ 在投素材



speed booster Proxy
Domestika
RavoVPN

各月广告主数量观察

H1累计广告主15.3K；月均广告主8.3K。



美国移动应用TOP10

下载

收入

下载

收入

1		TikTok	社交
2		YouTube	娱乐
3		Instagram	社交
4		Facebook	社交
5		HBO Max	娱乐
6		Gmail	通讯
7		Google Maps	导航
8		Netflix	娱乐
9		Cash App	财务
10		Messenger	社交

1		TikTok	社交
2		YouTube	社交
3		Tinder	生活
4		HBO Max	娱乐
5		Disney+	娱乐
6		Bumble	生活
7		Hulu	娱乐
8		Pandora	音乐
9		Audible	图书
10		ESPN	体育

1		TikTok	社交
2		Cash App	财务
3		Instagram	社交
4		WhatsApp Messenger	社交
5		Snapchat	摄影录像
6		ZOOM Cloud Meetings	商务
7		Bravo Cleaner	工具
8		Disney+	娱乐
9		Tubi	娱乐
10		Messenger	社交

1		Google One	效率
2		HBO Max	娱乐
3		TikTok	社交
4		Disney+	娱乐
5		Pandora	音乐
6		Twitch	摄影录像
7		Tinder	生活
8		Peacock TV	娱乐
9		Paramount+	娱乐
10		ESPN	体育

美国移动应用(非游戏)广告主观察

阅读素材数量惊人，购物广告主占比下降

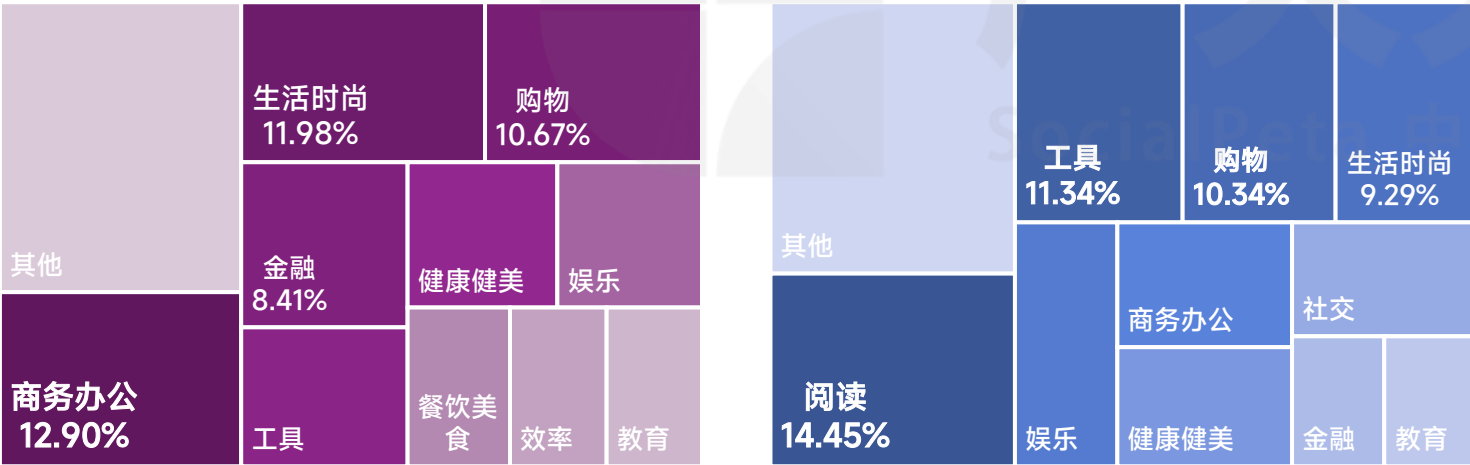
各类型应用投放占比

疫情影响下，全球泛娱乐需求直线上升，在线小说市场增长迅速，阅读素材同比增长超6%。

商务办公类广告主数量占比最高为12.90%；新闻、阅读、天气广告主占比在1%左右，但素材量占比都在8%附近。

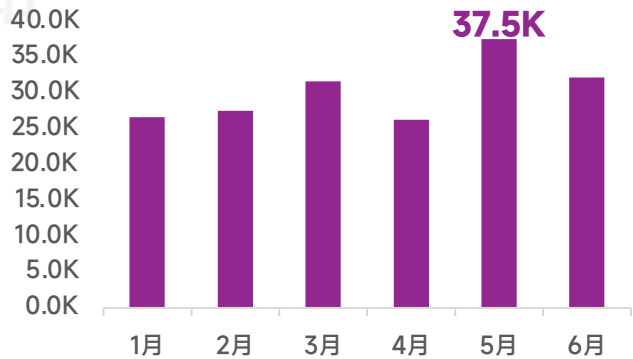
从头部投放产品来看，多款新闻类应用霸榜前十，寡头效应严重，新闻类广告主、素材占比均未超过2%。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主65.6K；月均广告主30.3K。



东南亚地区移动应用TOP10

 下载

 收入

 下载

 收入

1		Messenger	社交
2		Facebook	社交
3		TikTok	社交
4		CapCut	摄影录像
5		YouTube	娱乐
6		Zalo	通讯
7		Instagram	社交
8		Google Maps	导航
9		Gmail	通讯
10		WhatsApp Messenger	社交

1		TikTok	社交
2		YouTube	娱乐
3		LINE	社交
4		Tinder	生活
5		iQIYI	娱乐
6		WeSing!	娱乐
7		Facebook	社交
8		BIGO LIVE	社交
9		Meb : หนังสือดี นิยายดัง	图书
10		WeTV	娱乐

1		CapCut	摄影录像
2		TikTok	社交
3		Instagram	社交
4		Lazada Singapore	购物
5		Facebook Lite	社交
6		Facebook	社交
7		Litmatch	社交
8		Telegram	通讯
9		WhatsApp Messenger	社交
10		Terabox	工具

1		TikTok	社交
2		Google One	效率
3		WeTV	娱乐
4		WeSing!	娱乐
5		Facebook	社交
6		Bigo Live	社交
7		WEBTOON	漫画
8		LINE	社交
9		GoodNovel	图书
10		Tinder	生活

东南亚地区移动应用(非游戏)广告主观察

疫情之后，金融、工具类应用投放加码

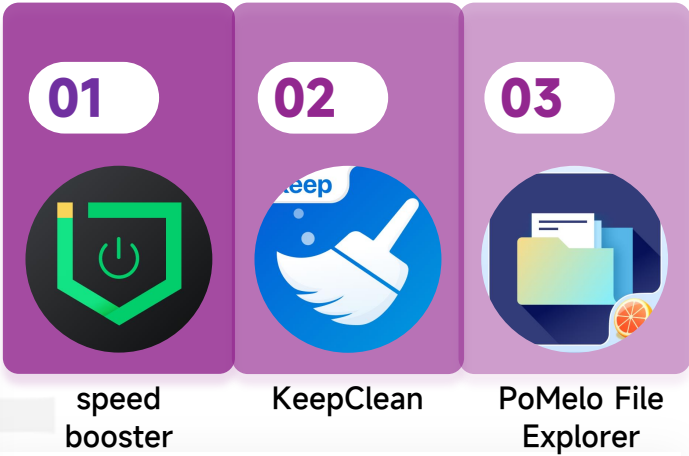
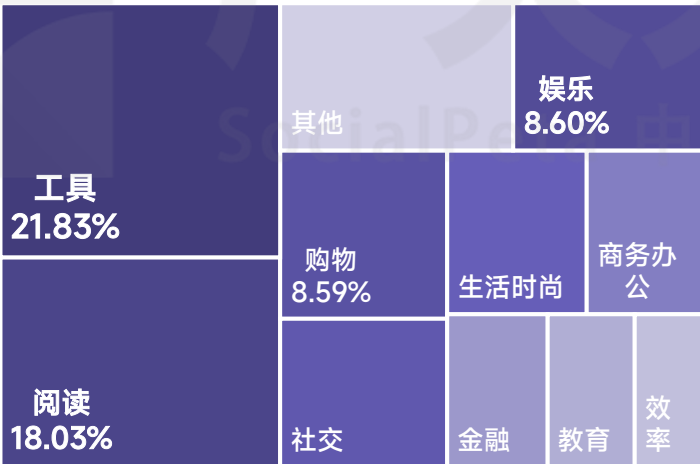
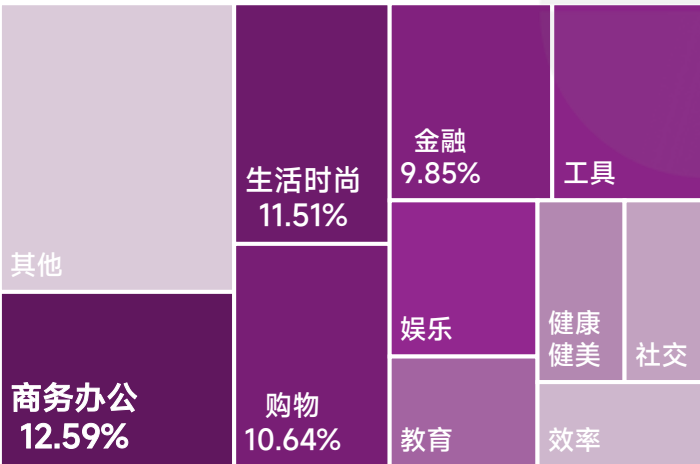
各类型应用投放占比

商务办公应用蝉联广告主占比之首，其素材占比为5.82%，同比2021年略有上升。

受疫情影响，东南亚多地改变付费方式，线上付费普及率提高带动一系列金融应用下载量显著提升。

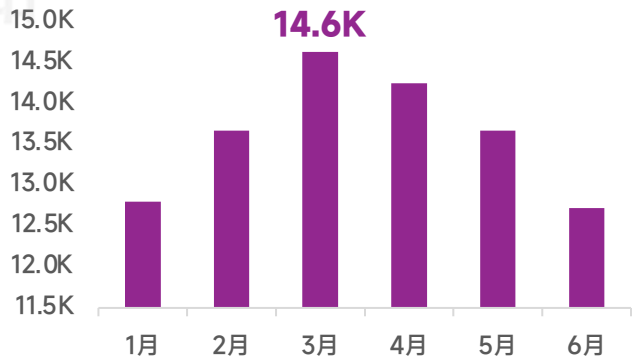
同比于2021年，购物应用广告主、素材占比均呈略微下滑，直播电商成为新风潮。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主26.1K；月均广告主13.6K。



日韩移动应用TOP10

 下载

 收入

 下载

 收入

1	 LINE	社交
2	 PayPay	财务
3	 YouTube	娱乐
4	 Instagram	社交
5	 ZOOM Cloud Meetings	商务
6	 TikTok	社交
7	 Google Maps	导航
8	 Google	工具
9	 SHEIN	购物
10	 Gmail	通讯

1	 ピッコマ	图书
2	 LINEマンガ	图书
3	 YouTube	娱乐
4	 LINE MUSIC	音乐
5	 LINE	社交
6	 Pairs(ペアーズ)	社交
7	 ABEMA(アベマ) 新しい未来のテレビ	娱乐
8	 U-NEXT	娱乐
9	 Tinder	生活
10	 DAZN	体育

1	 TikTok	社交
2	 Instagram	社交
3	 Powerful Cleaner	工具
4	 ZOOM Cloud Meetings	商务
5	 싸이월드 cyworld	社交
6	 Disney+	娱乐
7	 Smart Cleaner	工具
8	 질병관리청 COOV	医疗
9	 Netflix	娱乐
10	 Karrot	社交

1	 ピッコマ	图书
2	 LINEマンガ	图书
3	 Google One	效率
4	 LINE	社交
5	 Pococha Live	社交
6	 TikTok	社交
7	 KakaoTalk	社交
8	 17LIVE	娱乐
9	 Disney+	娱乐
10	 ABEMA(アベマ) 新しい未来のテレビ	娱乐

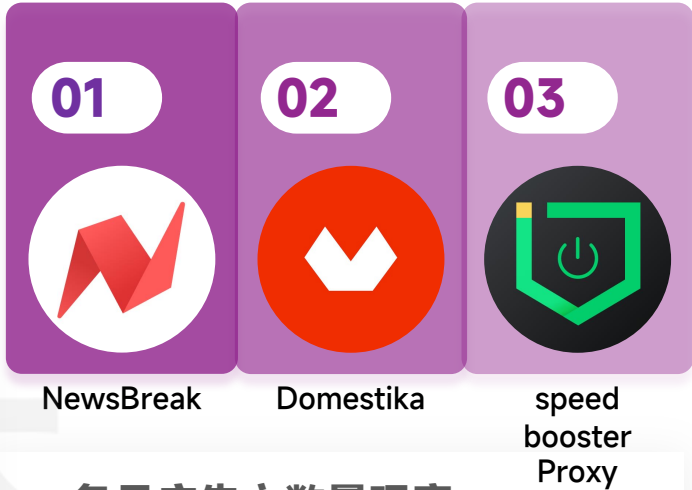
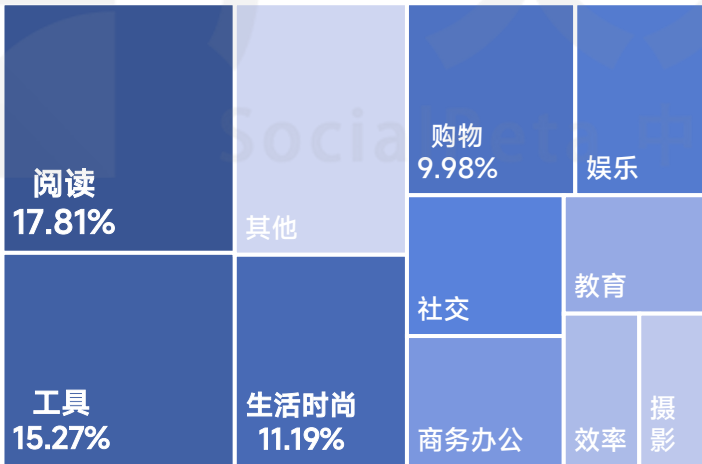
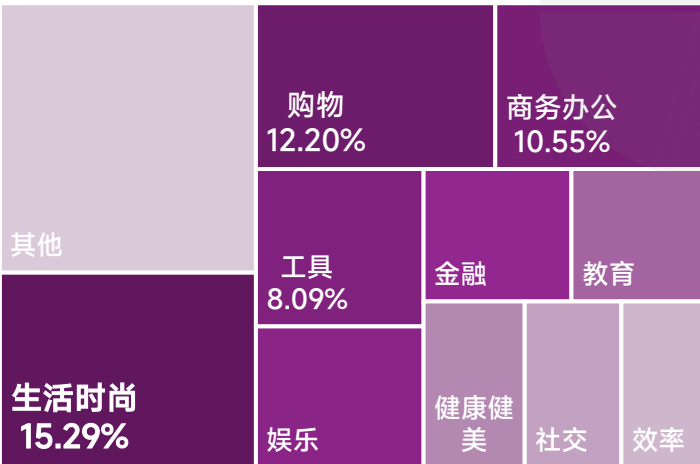
日韩地区移动应用(非游戏)广告主观察

社交应用 占比下降， 阅读素材 占比最高

各类型应用投放占比

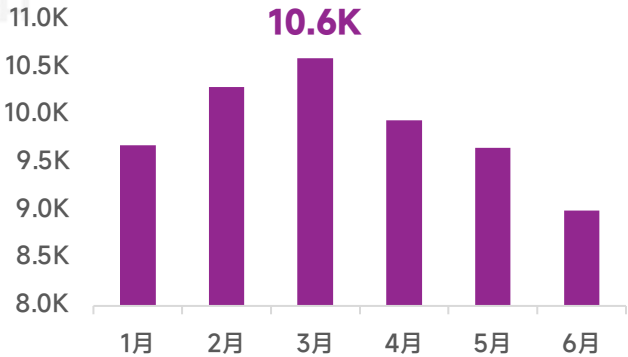
生活时尚、购物、商务办公广告主数量最多；阅读、工具、生活时尚类素材占比数量最大。
疫情大背景下，线上交友热带动社交应用用户增长，本土社交应用的垄断定位难以动摇。
日韩市场作为重要的网文漫画输出国，其阅读、漫画广告主占比约3%，素材占比约19%。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主18.3K；月均广告主9.9K。



土耳其移动应用TOP10

 下载

 收入

 下载

 收入

1		WhatsApp Messenger	社交
2		Instagram	社交
3		getir	购物
4		Trendyol	购物
5		YouTube	娱乐
6		Google Maps	导航
7		TikTok	社交
8		Hepsiburada	购物
9		Akbank	购物
10		AdimPara	健康 健美

1		TikTok	社交
2		Azar	社交
3		Tinder	生活
4		YouTube	娱乐
5		Tango	社交
6		FaceApp	摄影
7		LivU	社交
8		Connected2.me	社交
9		BluTV	娱乐
10		BIGO LIVE	社交

1		Kwai	社交
2		getir	购物
3		Trendyol	购物
4		AdimPara	健康 健美
5		Hepsiburada	购物
6		Snapchat	摄影 录像
7		TikTok	社交
8		e-Devlet Kapısı	办公
9		StarMaker	音乐
10		Instagram	社交

1		TikTok	社交
2		Azar	社交
3		LivU	社交
4		Tango	社交
5		17LIVE	社交
6		Tumile	生活 时尚
7		Connected2.me	社交
8		Google One	效率
9		Bigo Live	社交
10		Yalla	娱乐

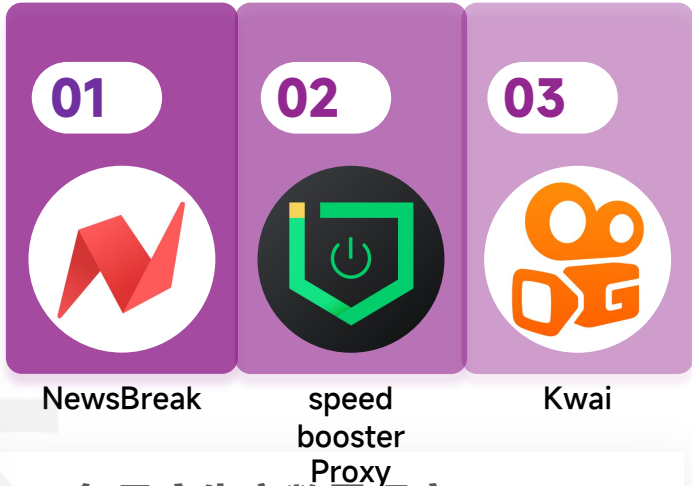
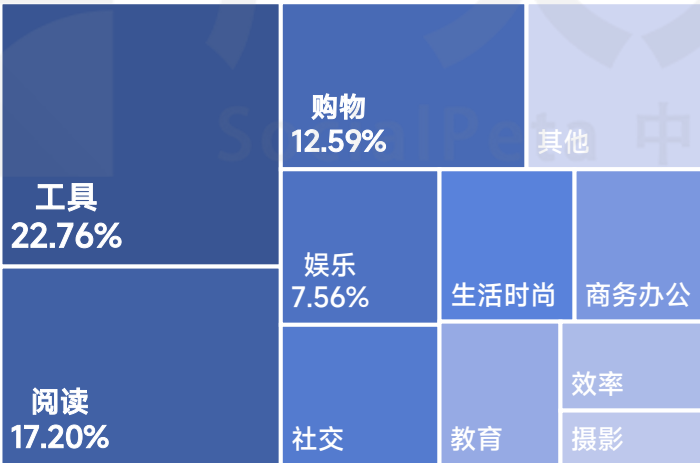
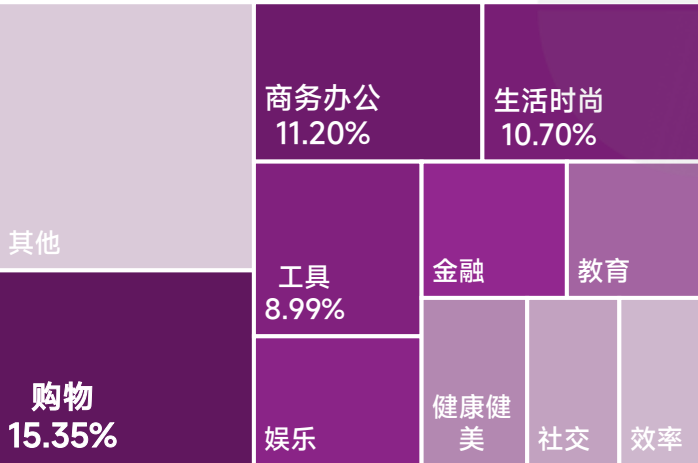
土耳其移动应用(非游戏)广告主观察

购物应用表现优异，工具素材占比最高

各类型应用投放占比

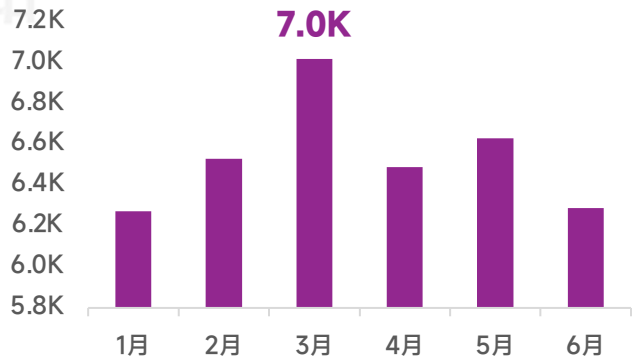
作为一个智能手机覆盖率达97%，平均上网时长超8小时的新兴市场，从购物、社交应用开始，土耳其市场正在掀起新一轮增长热潮。各大电商平台纷纷转战移动应用端，移动销售与购物应用共同承包了近80%的购物行为。从社交应用来看，各类短视频、视频聊天类应用迅速攻占市场，深受本地年轻人喜爱。土耳其主流智能终端为Android中低端机型，因此对工具类应用的渴求度高，工具类广告主、素材占比分别为8.99%，22.76%，清理加速、病毒清除类应用十分普及。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主11.8K；月均广告主6.5K。



中东地区移动应用TOP10

下载

收入

下载

收入

1		WhatsApp Messenger	社交
2		TikTok	社交
3		YouTube	娱乐
4		Locket Widget	社交
5		Snapchat	摄影录像
6		Telegram	社交
7		Instagram	社交
8		CapCut	摄影录像
9		Google Maps	导航
10		Facebook	社交

1		TikTok	社交
2		Shahid	娱乐
3		YouTube	娱乐
4		Azar	社交
5		Tinder	生活
6		BIGO LIVE	社交
7		Tango	社交
8		Yalla	娱乐
9		LinkedIn	商务
10		YouTube Music	音乐

1		Telegram	社交
2		TikTok	社交
3		Kwai	社交
4		WhatsApp Messenger	社交
5		Snapchat	摄影录像
6		Video Editor APP	视频编辑
7		Instagram	社交
8		Amazon Shopping	购物
9		WhatsApp Business	商务
10		Facebook	社交

1		TikTok	社交
2		Bigo Live	社交
3		Likee	社交
4		Tango	社交
5		YoYo	娱乐
6		imo-International Calls & Chat	社交
7		Azar	社交
8		Chamet	社交
9		Google One	社交
10		Ahlan-Group Voice Chat Room	娱乐

中东地区移动应用(非游戏)广告主观察

工具应用投放素材量最高，购物、商务办公广告主数量前二

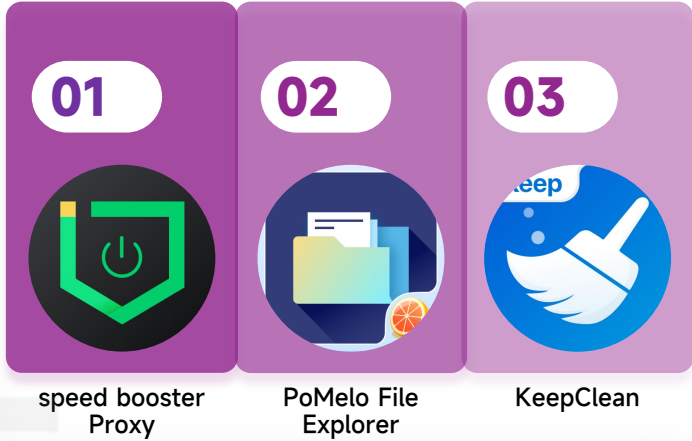
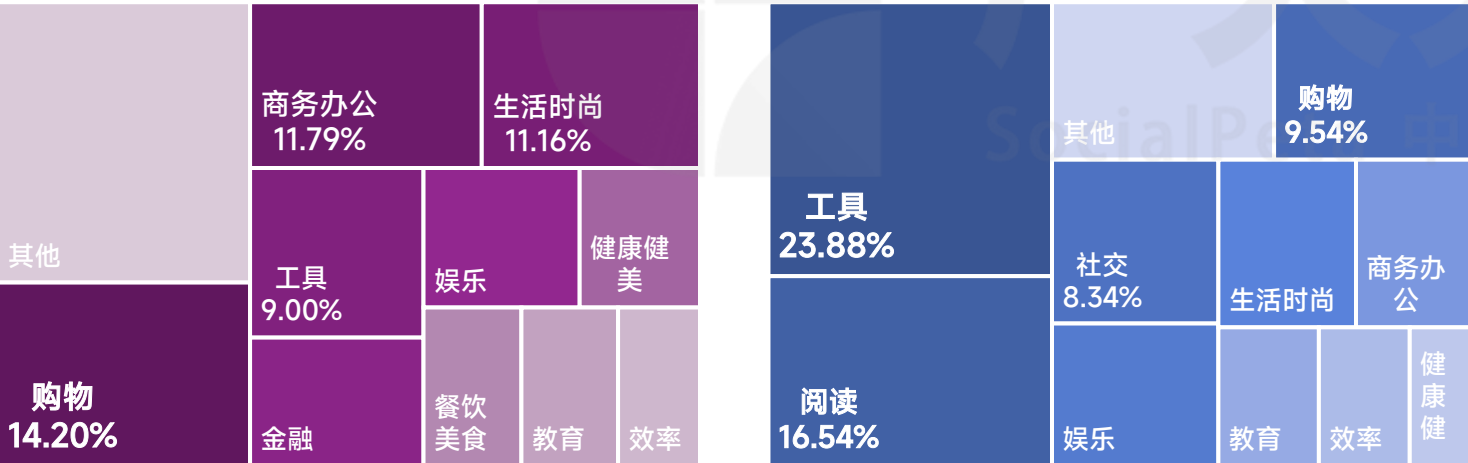
各类型应用投放占比

广告主数量占比前三依次为购物、商务办公和工具；工具、阅读、社交类素材占比突出，总计占比约50%。

从单个投放产品来看，手机加速、文件清理类应用投放力度最大。

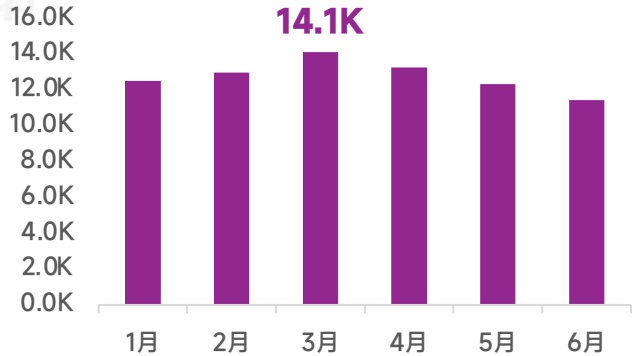
阅读应用广告主占比不足3%，素材占比高达16.54%，排名第二。

■ 在投广告主 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主24.4K；月均广告主12.8K。



南亚地区移动应用TOP10

下载

收入

下载

收入

1		WhatsApp Messenger	社交
2		Instagram	社交
3		YouTube	娱乐
4		Google Pay	财务
5		Snapchat	摄影录像
6		Google Maps	导航
7		Facebook	社交
8		Telegram	社交
9		Gmail	通讯
10		Google	工具

1		Hotstar	娱乐
2		YouTube	娱乐
3		Tinder	生活
4		SonyLIV	娱乐
5		LinkedIn	商务
6		Bumble	生活
7		ZEE5	娱乐
8		Netflix	娱乐
9		BIGO LIVE	社交
10		Chamet	社交

1		Meesho	购物
2		Instagram	社交
3		Snapchat	摄影录像
4		Shopsy Shopping App	购物
5		PhonePe	财务
6		Flipkart Online Shopping App	购物
7		Facebook	社交
8		WhatsApp Business	商务
9		Truecaller	工具
10		MX Player	视频播放

1		Chamet	社交
2		Google One	效率
3		Tango	社交
4		Tinder	生活
5		Bumble	生活
6		Truecaller	工具
7		LinkedIn	商务
8		Google Drive	效率
9		Honeycam Chat	社交
10		Who	社交

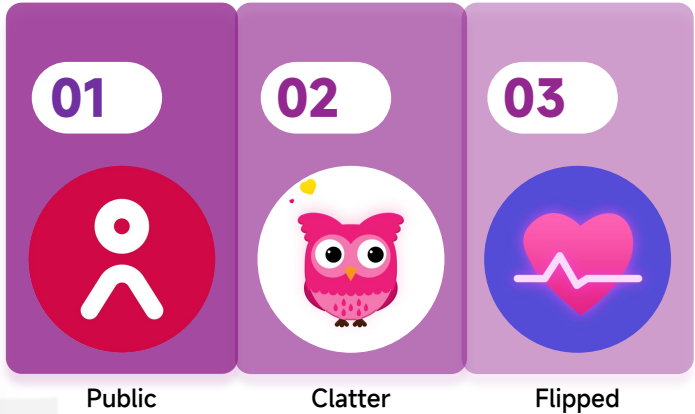
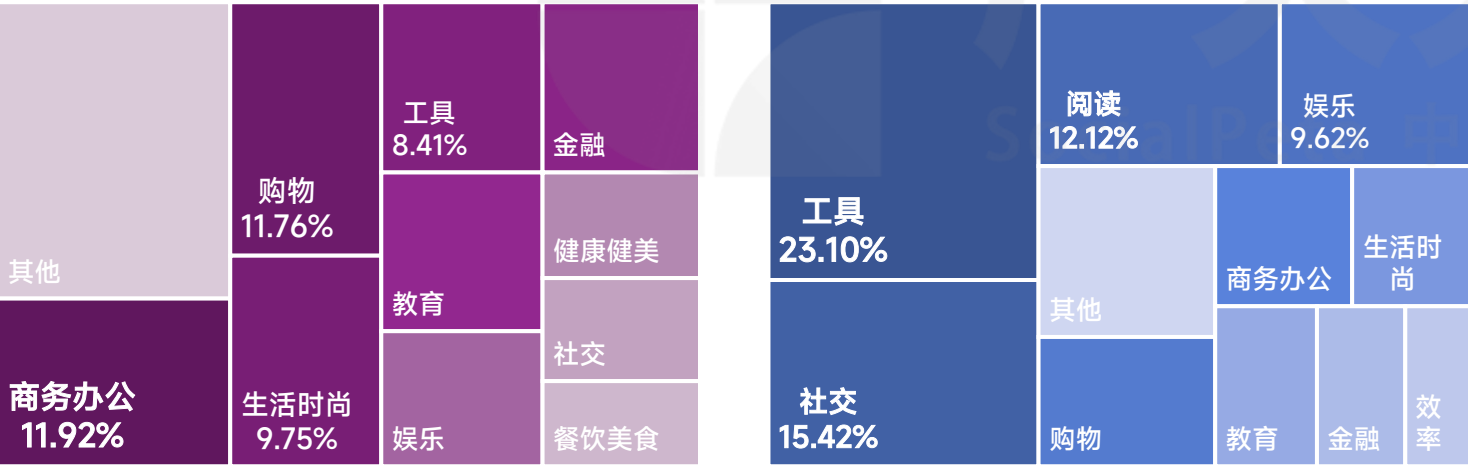
南亚地区移动应用(非游戏)广告主观察

社交、教育类应用表现突出，商务办公广告主数量最高

各类型应用投放占比

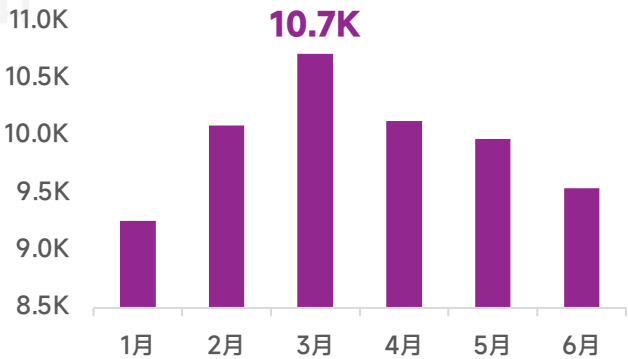
商务办公、购物、生活时尚类应用广告主占比前三；教育类应用排名第五，广告主占比7.86%，素材占比为4.97%。
社交类应用素材占比高达15.42%，2022H1累计抓取素材超286K。
3月抓取广告主10716名，为2022年数量最高；其中工具类应用素材量占比最高。

■ 在投广告主
 ■ 在投素材



各月广告主数量观察

H1累计广告主18.4K；月均广告主10.0K。





全球热门渠道投放洞察

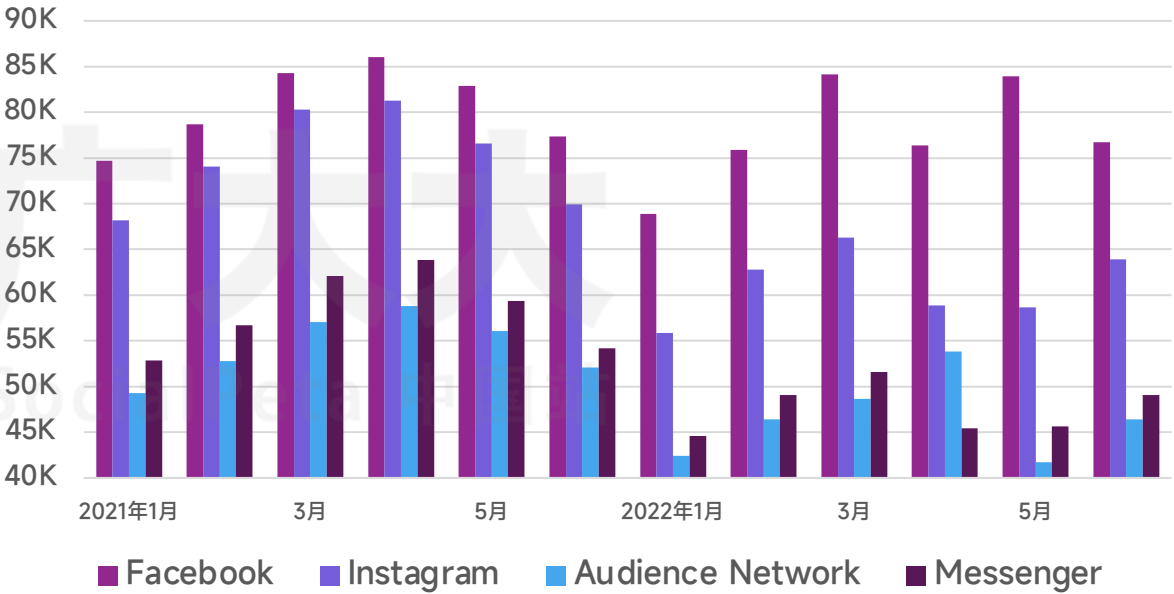
Meta渠道移动应用(非游戏)投放洞察

2022H1，Facebook渠道拥有应用广告主数量128K+

	总广告主	月均广告主
Facebook	128.4K	77.7K
Instagram	110.8K	61.1K
Audience Network	80.9K	46.6K
Messenger	87.0K	47.6K



同比2021H1应用广告主数量下降9.42%



Meta系渠道热门广告主TOP10

Facebook		
1	 NewsBreak	新闻
2	 Domestika	教育
3	 WhatsApp Messenger	通讯
4	 KeepClean	工具
5	 Public	社交
6	 SmartNews	新闻
7	 NewsBreak Lite	新闻
8	 FileMaster	工具
9	 Opera News	新闻
10	 PoMelo File Explorer	工具

Instagram		
1	 NewsBreak	新闻
2	 Public	社交
3	 WhatsApp Messenger	通讯
4	 NewsBreak Lite	新闻
5	 SmartNews	新闻
6	 Opera News	新闻
7	 KeepClean	工具
8	 FileMaster	工具
9	 Clatter	社交
10	 PoMelo File Explorer	工具

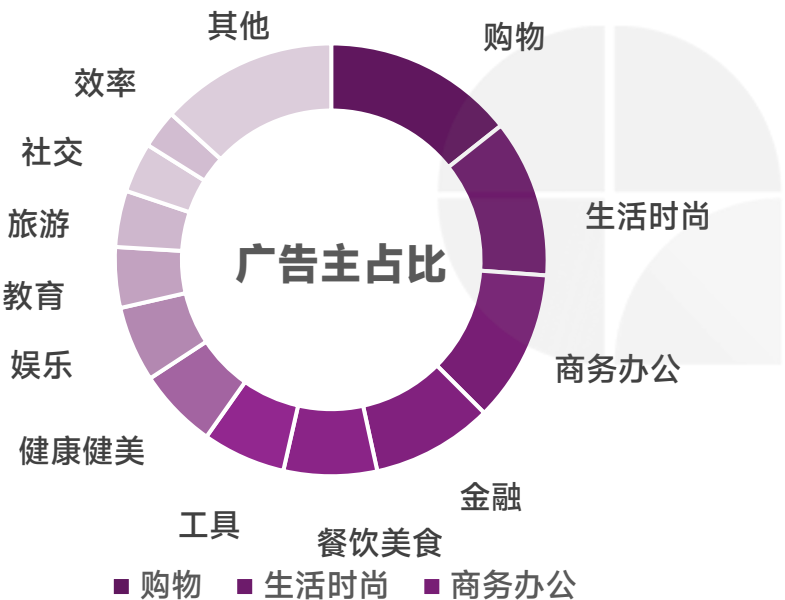
Audience Network		
1	 NewsBreak	新闻
2	 Public	社交
3	 NewsBreak Lite	新闻
4	 KeepClean	工具
5	 SmartNews	新闻
6	 FileMaster	工具
7	 Opera News	新闻
8	 PoMelo File Explorer	工具
9	 KeepBooster	工具
10	 speed booster Proxy	工具

Messenger		
1	 NewsBreak	新闻
2	 Public	社交
3	 NewsBreak Lite	新闻
4	 KeepClean	工具
5	 SmartNews	新闻
6	 FileMaster	工具
7	 Opera News	新闻
8	 Clatter	社交
9	 PoMelo File Explorer	工具
10	 Flipped	娱乐

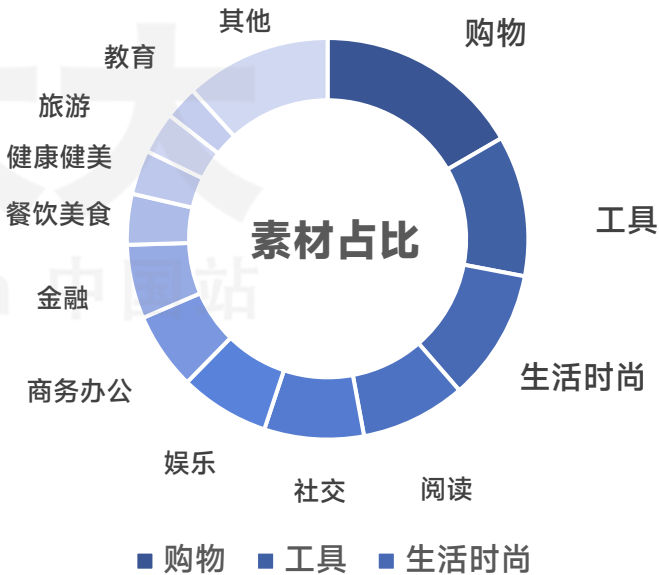
Meta渠道移动应用(非游戏)投放洞察

相较于2021年，购物应用广告主、素材数量均有提升

从广告主占比情况来看，购物广告主数量最多，总计占比14.35%；其次是生活时尚和商务办公类广告主，分别占比11.80%和11.35%。



从投放素材来看，购物类素材总量最多，总计占比16.65%；其次是工具类，数量超过4.13M，总计占比11.35%。



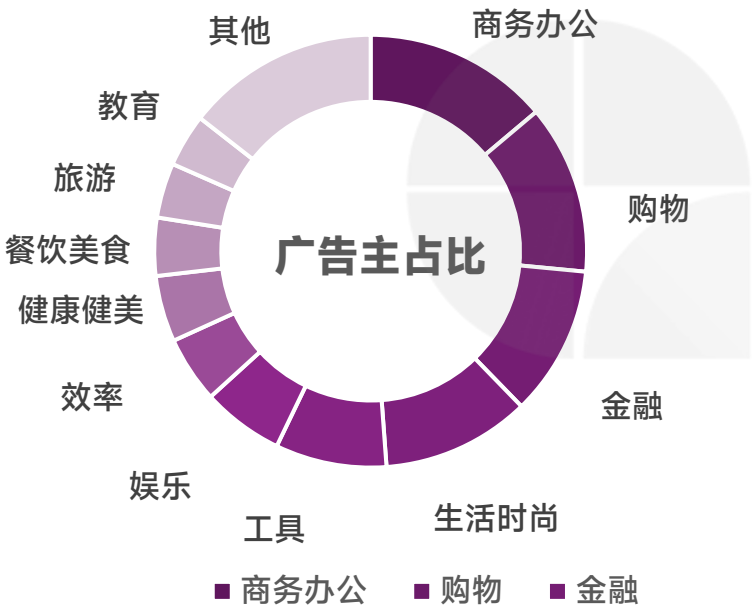
Google系渠道热门广告主TOP10



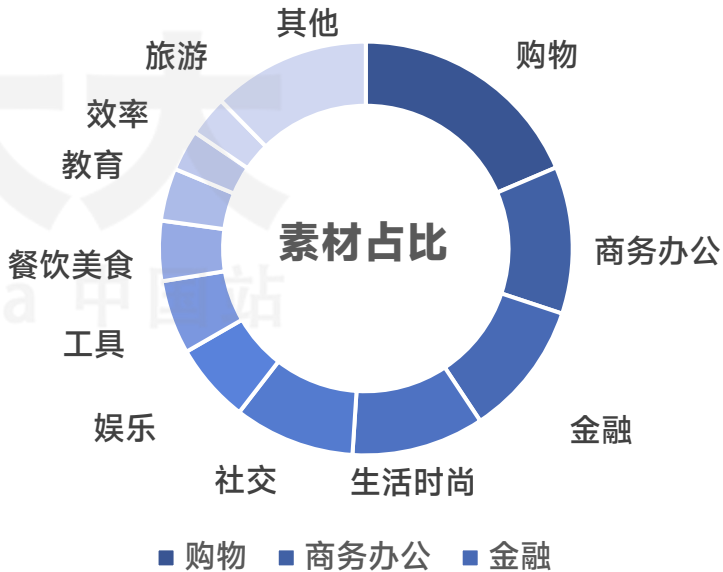
Google渠道移动应用(非游戏)投放洞察

商务办公广告主数量最多，购物类素材投放量最大

从广告主占比情况来看，商务办公类广告主数量最多，总计占比13.86%；其次是购物和金融类广告主，分别占比12.65%和11.21%。



从投放素材来看，购物类的素材数量最多，总计占比18.59%，数量超过182K；其次是商务办公和金融类素材，分别占比11.51%和10.58%。



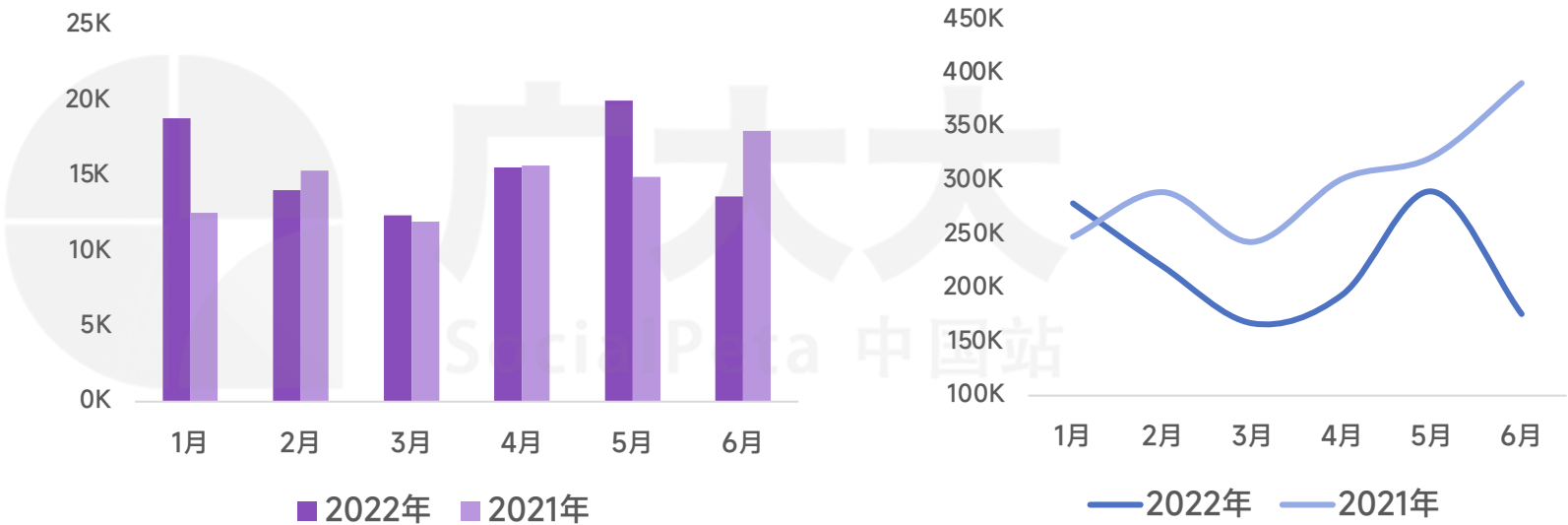
Admob渠道移动应用(非游戏)投放洞察

总广告主数量：44.0K；月均广告主数量：15.8K

总素材量：834.5K；月均素材量：221.2K

2022H1的广告主数量对比2021年，有所提升，并在5月达到数量高峰。从整体趋势来看，变动幅度较大。

投放素材数量逐月下滑，并在3月触底反弹，一路回升至5月投放巅峰。相较于2021年稳中有升的素材投放，2022年应用素材数量的波动频率高、波峰差距大。厂商会根据市场情况与相关政策快速调整投放策略。

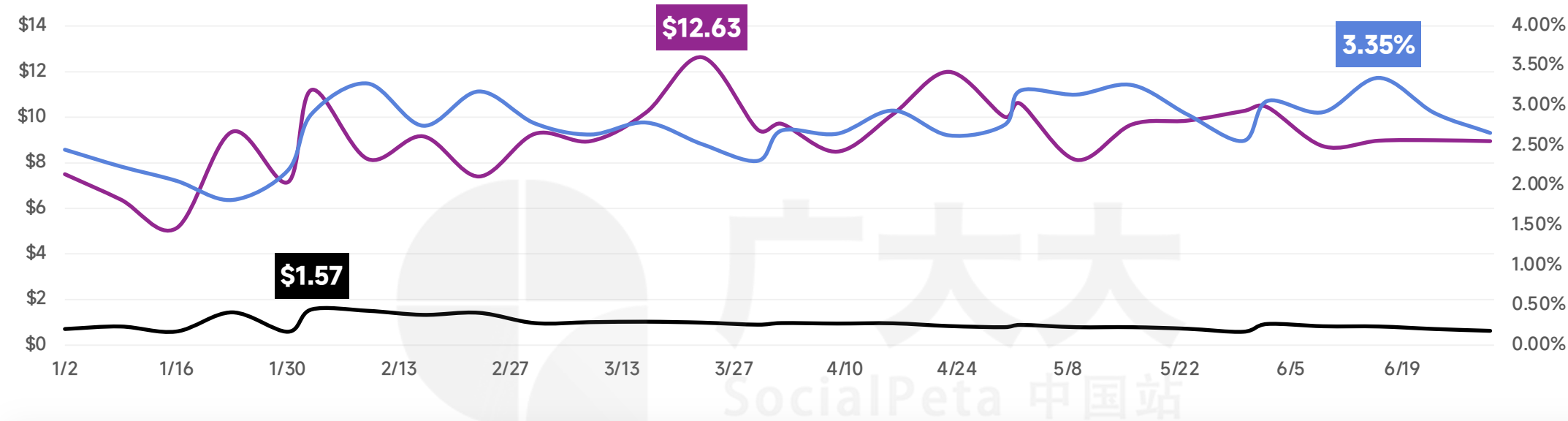




全球移动应用(非游戏)投放COST

移动应用(非游戏)COST趋势

投放成本持续攀升，移动应用CPM值\$9.16，环比上升64%



CPM

\$9.16 环比 ↑ 64%



CPC

\$0.93 环比 ↑ 181%



CTR

2.74% 环比 ↑ 22%

移动应用(非游戏)COST趋势

美国CPM继续保持第一

TOP10国家/地区CPM均过\$9

美国移动应用投放成本最高，CPM平均\$11.88，CPC为\$1.8，CTR为2.79%；
除了美国以外，澳大利亚和新加坡总计3个国家/地区CPM值超过\$10；
新加坡是亚太地区投放成本最高的国家/地区，其次是韩国和日本。

国家/区域	CPM (\$)	CPC (\$)	CTR (%)
美国	11.88	1.8	2.79
澳大利亚	11.62	1.51	3.16
新加坡	10.09	0.55	3.21
德国	9.78	0.46	3.38
韩国	9.67	1.61	2.73
加拿大	9.66	1.05	3.22
日本	9.5	1.73	2.76
中国香港	9.5	1.58	2.82
中国台湾	9.25	1.38	2.79
英国	9.12	0.82	3.2

按照CPM高低趋势排序

移动应用(非游戏)COST趋势

阅读类应用平均CPM值最高



iOS

CPM: \$9.22

CPC: \$1.02

CTR: 2.62%



Android

CPM: \$9.17

CPC: \$0.81

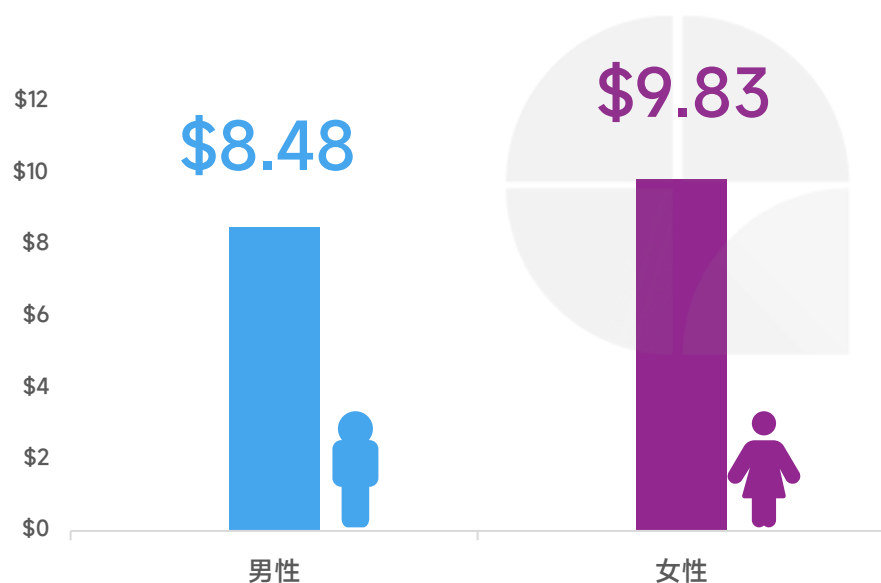
CTR: 2.81%

应用类型	CPM(\$)	CPC(\$)	CTR(%)
购物	6.75	0.3	2.61
商务办公	10.15	0.79	2.11
生活时尚	9.02	0.39	2.8
金融	6.82	0.49	2.29
工具	5.31	0.3	2.2
餐饮美食	6.63	0.7	0.81
娱乐	13.11	1.33	1.58
效率	9.09	0.72	1.91
社交	5.72	0.37	1.4
阅读	15.91	1.21	2.47

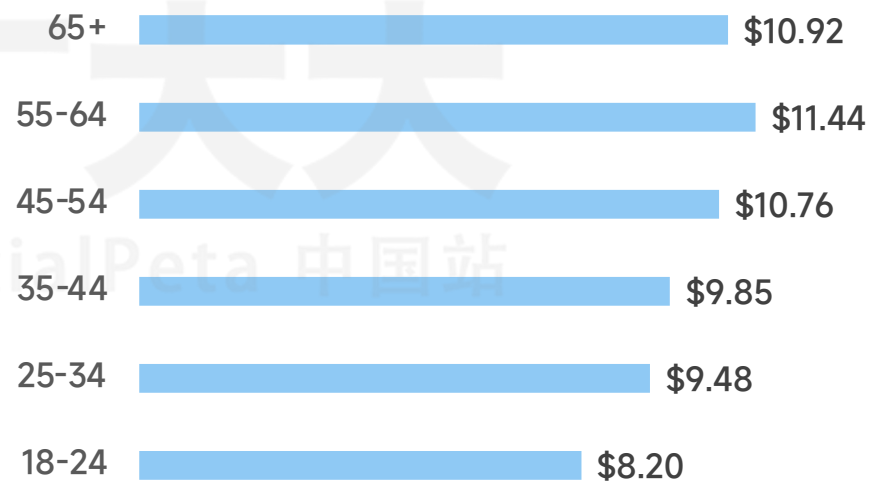
移动应用(非游戏)CPM趋势

女性用户CPM比男性高15.92%，55-64岁群体平均CPM值最高

移动应用不同性别CPM



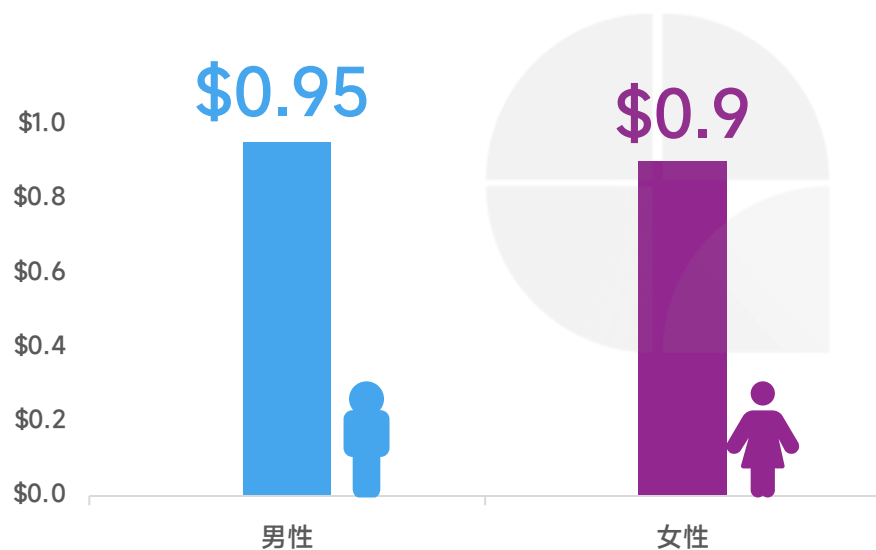
不同年龄用户CPM



移动应用(非游戏)CPC趋势

男性用户CPC比女性高\$0.05，35-54岁群体平均CPC值最高

移动应用不同性别CPC



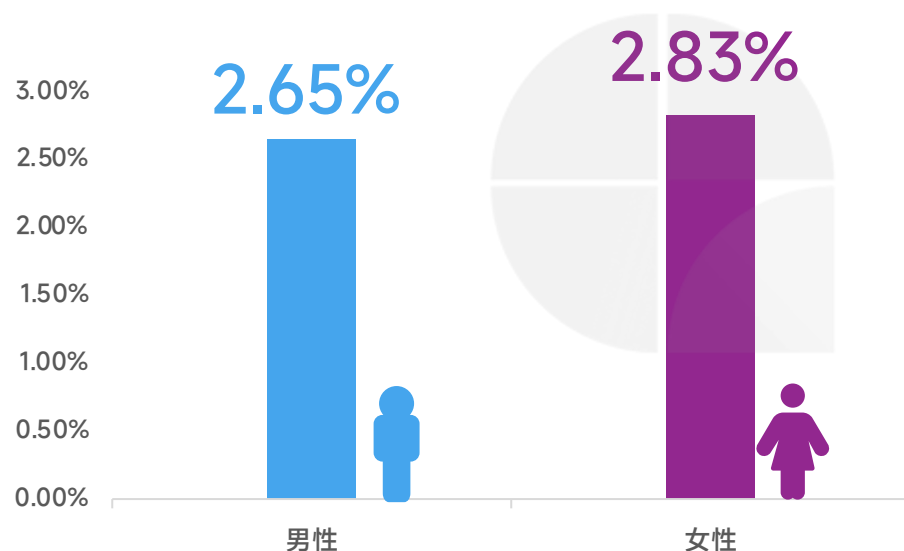
不同年龄用户CPC



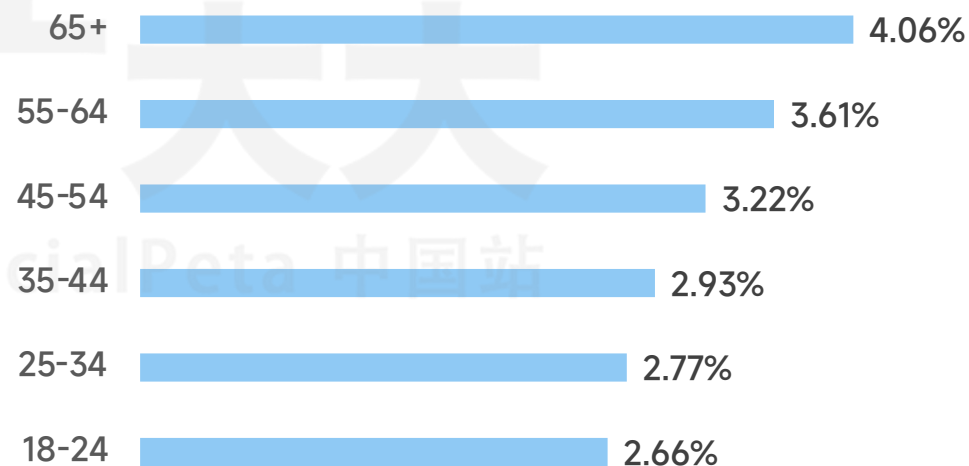
移动应用(非游戏)CTR趋势

女性用户CTR比男性高出0.18%，CTR同用户年龄呈正相关

移动应用不同性别CTR



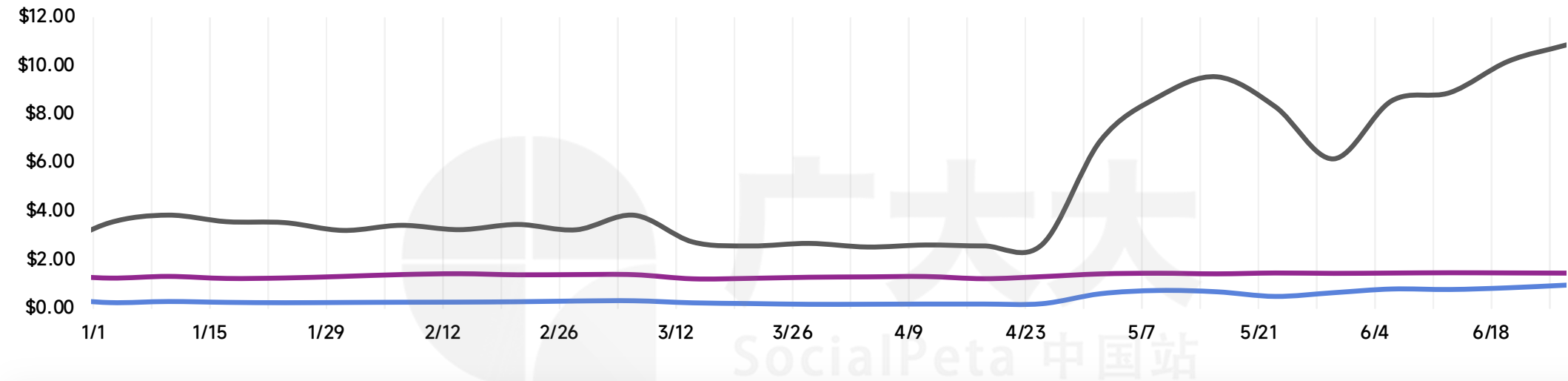
不同年龄用户CTR



移动应用(非游戏)CPA趋势

安装均值最高为\$1.48

从变化趋势来看，2022H1安装、购买和加入购物车在前4个月变化不大，购买成本在4月23日后增长显著



安装

平均: \$1.37



购买

平均: \$4.97



加入购物车

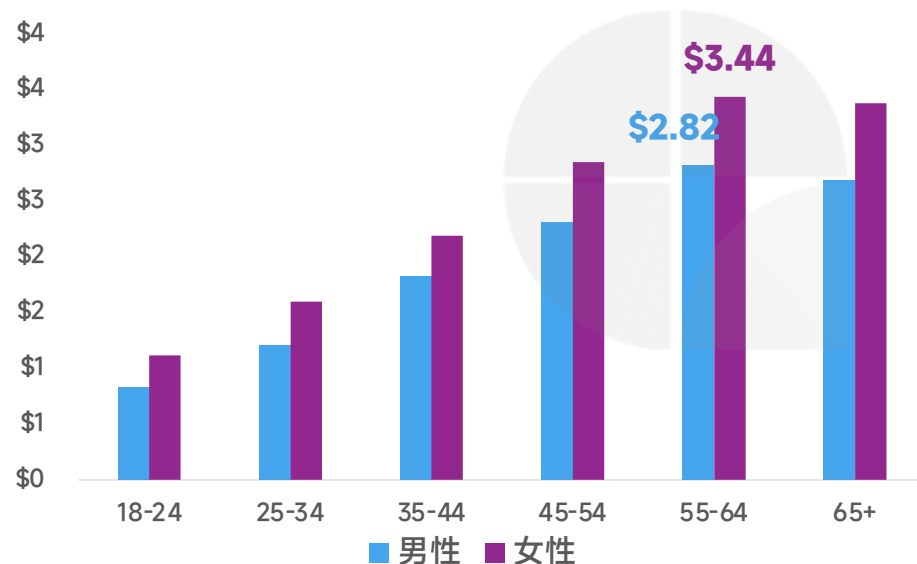
平均: \$0.42

移动应用(非游戏)CPI趋势

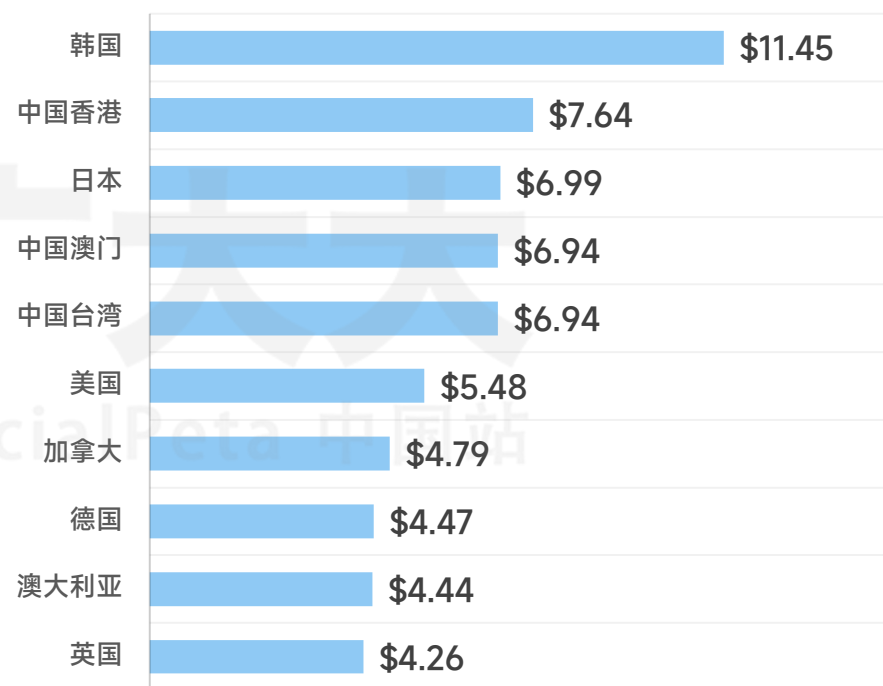
韩国是全球CPI最高国家，平均\$11.45

亚太地区CPI要显著高于其他地区，CPI前5国家/地区中都在亚太地区。
 观察不同年龄段CPI变化，其中男性最高CPI出现在55-64岁，为\$2.82；
 女性最高CPI出现在55-64岁，为\$3.44。

不同年龄段CPI分布



不同国家/地区CPI





热门类型移动应用营销观察

2022H1 社交类应用 iOS TOP榜

🍏 投放榜

1		WhatsApp Messenger	META
2		Uplive	亚洲创新集团
3		CDLLife	CDLLife
4		Instagram	META
5		Messenger	META
6		BIGO LIVE	欢聚集团
7		Dama Live	Rolling Luck Studio
8		PeachLive	LODY EDU
9		PLINK	PLINK
10		Telegram	Telegram

📥 下载榜

1		WhatsApp Messenger	META
2		Instagram	META
3		TikTok	字节跳动
4		Facebook	META
5		Messenger	META
6		Gmail	Google
7		Snapchat	Snap
8		Telegram	Telegram
9		Twitter	Twitter
10		Picsart	Picsart

💰 收入榜

1		Tinder	Match Group
2		TikTok	字节跳动
3		Bumble	Bumble
4		Twitch	Twitch Interactive
5		BIGO LIVE	欢聚集团
6		LINE	LINE
7		Hinge	Match Group
8		Duolingo	Duolingo
9		Facebook	META
10		Pairs(ペアーズ)	Match Group

2022H1 社交类应用 Android TOP榜

投放榜

1		Public	Inshorts
2		Clatter	hdapp
3		Helo	字节跳动
4		TikTok	字节跳动
5		Uplive	亚洲创新集团
6		Bigo Live	欢聚集团
7		PublicVibe	Dailyhunt
8		CuteU	亚洲创新集团
9		Bliss Live	hdapp
10		Yumy	YUMY

下载榜

1		Instagram	META
2		Snapchat	Snap
3		Facebook	META
4		TikTok Lite	字节跳动
5		Facebook Lite	META
6		TikTok	字节跳动
7		Josh	Dailyhunt
8		MX TakaTak	ShareChat
9		Twitter	Twitter
10		Moj	ShareChat

收入榜

1		Bigo Live	欢聚集团
2		TikTok	字节跳动
3		Tango	TangoMe
4		Facebook	META
5		Likee	欢聚集团
6		Pococha Live	DeNA
7		17LIVE	17LIVE LIMITED
8		Grindr	Grindr
9		LivU	莱熙科技
10		Chamet	FULIAO

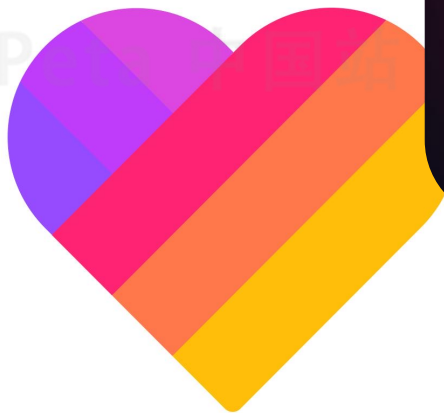
泛娱乐属性的社交应用出海更具优势

疫情、国际局势加大泛娱乐需求

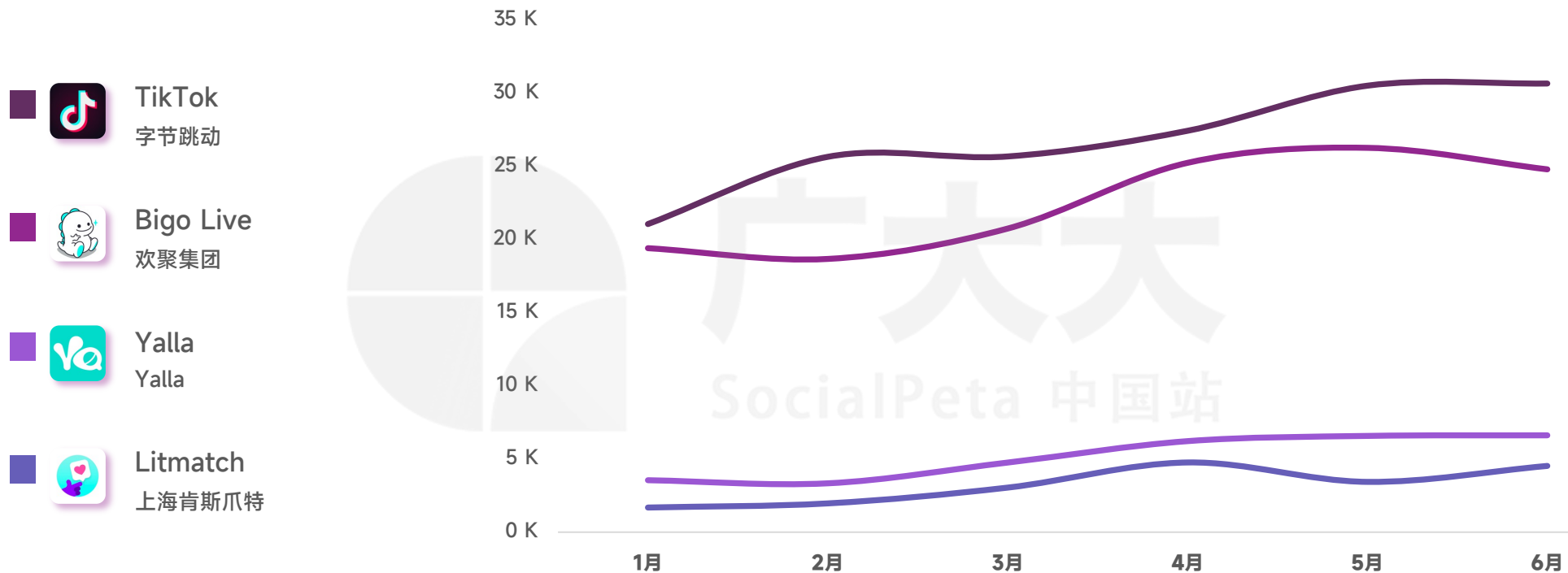
2019年疫情爆发，全球人类的生活习惯都因此改变。难以预测的病毒变体和疫情封禁，不断加深人们的焦虑，再加上动荡的国际局势，人们将不安感化作了对线上社交娱乐的需求。

短视频、直播、娱乐平台竞争激烈

TikTok以及Bigo Live等短视频、直播产品打破了Meta系产品的霸主布局，引发了“千播大战”的激烈局面。



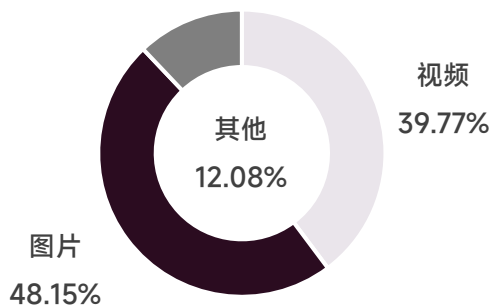
出海爆款泛娱乐应用投放趋势



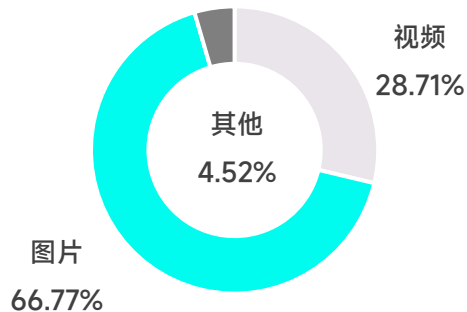
出海爆款泛娱乐应用素材类型占比



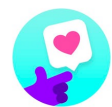
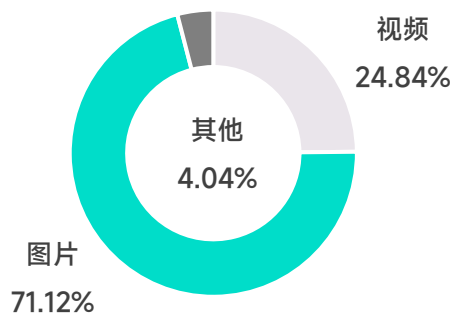
TikTok
字节跳动



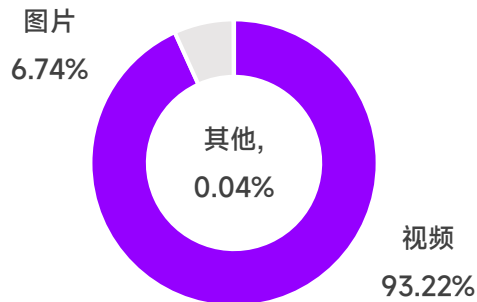
Bigo Live
欢聚集团



Yalla
Yalla



Litmatch
上海肯斯爪特



泛娱乐应用素材趋势

变装挑战

通过意想不到的变装视频
给予观众惊喜



[点击播放](#)

美女热舞

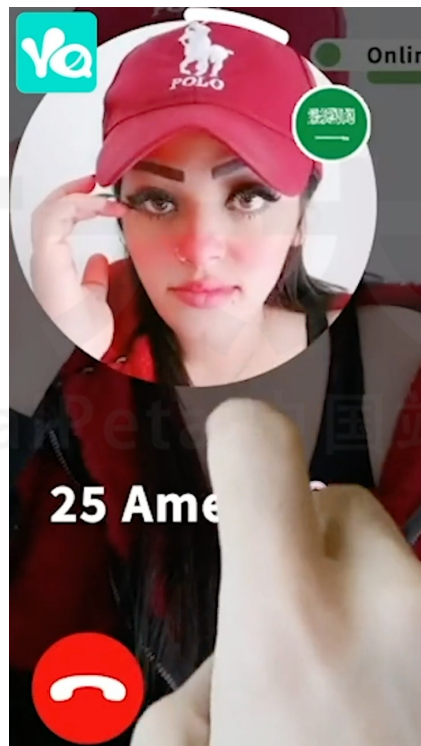
身材凹凸有致的各色美女动感热舞
跟随节奏给予特写



[点击播放](#)

匹配交友

左滑右滑匹配视频聊天
展示产品强大社交功能



[点击播放](#)

真人推荐

真人口播，推荐交友产品
提高产品的置信度



[点击播放](#)

2022H1 阅读类应用 iOS TOP榜

🍏 投放榜

1		GoodNovel	新阅时代
2		BueNovela	新阅时代
3		Dreame	STARY
4		MoboReader	畅读科技
5		Webfic	点众科技
6		Manobook	畅读科技
7		マガポケ	Kodansha
8		ReadNow	成都凤鸣轩
9		GALATEA	Inkitt
10		小説大全	点众科技

⬇️ 下载榜

1		Amazon Kindle	Amazon
2		Wattpad	Wattpad
3		Audible	Audible
4		Bible	Life.Church
5		EWA	Lithium Lab
6		Chapters	枫叶互动
7		ピッコマ	Kakao piccoma Corp
8		Headway	Universe
9		LINEマンガ	LINE
10		Tabou Stories®	Nanobit

💰 收入榜

1		ピッコマ	Kakao piccoma Corp
2		LINEマンガ	LINE
3		Audible	Audible
4		Dreame	STARY
5		マガポケ	Kodansha
6		Chapters	枫叶互动
7		マンガBANG!	Amazia
8		少年ジャンプ	SHUEISHA
9		Epic	Epic Creations
10		WEBTOON KR	NAVER

2022H1 阅读类应用 Android TOP榜



投放榜

1		Audible	Audible
2		Joyread	Joyread
3		Dreame	STARY
4		GoodNovel	新阅时代
5		Webnovel	阅文集团
6		iReader	掌阅科技
7		Readme	Readme
8		NovelToon	若谷信息
9		BueNovela	新阅时代
10		Hinovel	Hiread



下载榜

1		King James Bible	乐信圣文
2		Wattpad	Wattpad
3		Google Play Books & Audiobooks	Google
4		YouVersion Bible	Life.Church
5		Amazon Kindle	Amazon
6		Audible	Audible
7		Storytel	Storytel
8		Pratilipi	Pratilipi
9		Bible Offline	Bíblia Offline
10		MyHeritage	MyHeritage



收入榜

1		GoodNovel	新阅时代
2		Dreame	STARY
3		Webnovel	阅文集团
4		Hinovel	HiRead
5		Bravonovel	Lovenovel
6		GALATEA	Inkitt
7		Storytel	Storytel
8		BueNovela	新阅时代
9		Radish Fiction	Radish
10		Ancestry	Ancestry.com

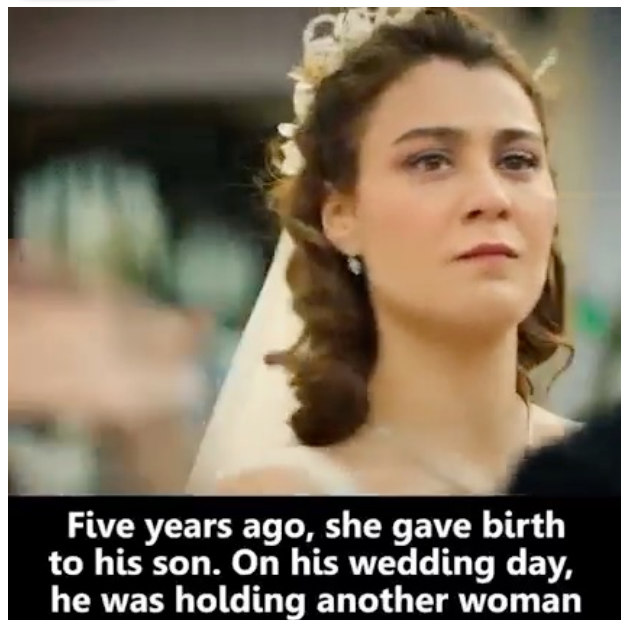
网文漫画应用素材趋势

网文漫画应用的素材会加入许多狗血桥段和伦理元素，用稍微出格的内容抓住用户的眼光

常见的内容有：出轨、结婚、怀孕、背叛、不伦等，常见的元素有狼人、吸血鬼、霸道总裁等；除此之外，漫画素材会在漫画的基础上让内容“动”起来，提升漫画的代入感。



Buenovela



[点击播放](#)



Amazon Kindle



[点击播放](#)



ピッコマ



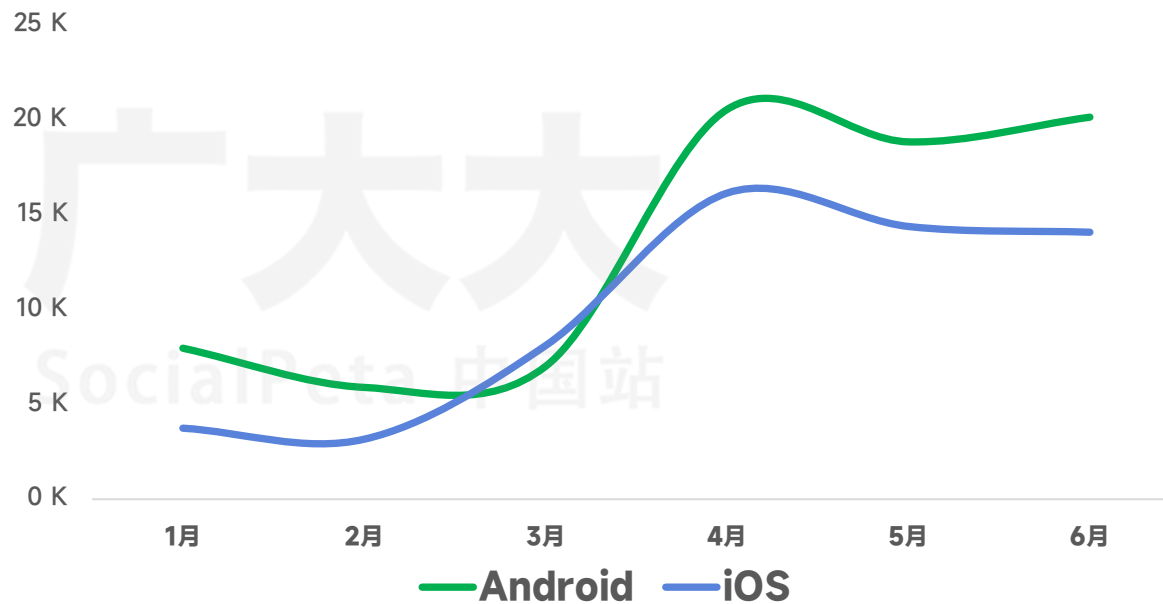
[点击播放](#)

出海爆款网文应用——GoodNovel



- 累计投放天数: 400天+
- H1收入估算: \$24.5M
- H1下载估算: 520K
- TOP投放国家/地区:
美国、印度尼西亚、英国、澳大利亚、加拿大

【 GoodNovel 】
2022H1投放趋势



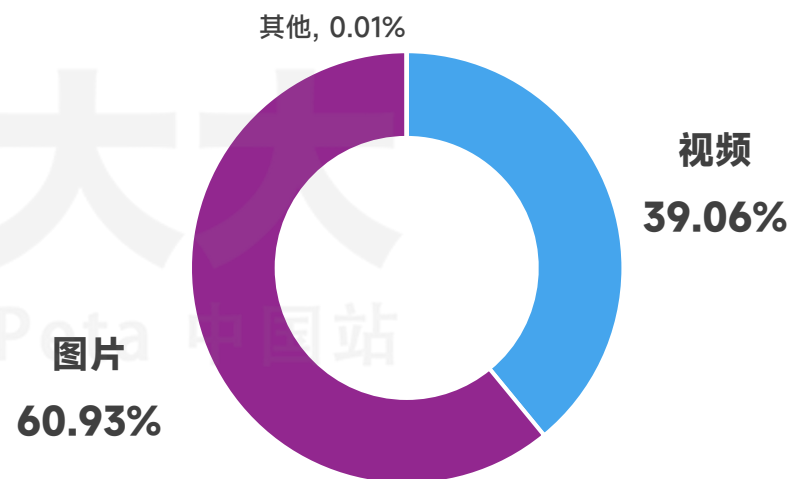
出海爆款网文应用——GoodNovel

【GoodNovel】会将一些影视剧片段加以剪辑，用男女主的深情对视和饱含故事性的文案引发观众遐想。



[点击播放](#)

H1投放素材中，图片素材类型占比超过60%



2022H1 工具类应用 iOS TOP榜

投放榜

1		WhatsApp Messenger	META
2		Speedd ®	Speedd srl
3		GreenSpeed	THREE PANDA
4		Google Authenticator	Google
5		Uranus NetTest	PRIME DIGITAL
6		Zásilkovna	Zásilkovna
7		Panvel Farmácia e Perfumaria	Panvel
8		RaySpeed	FIVE OCEANS
9		FunStory	俊杰 张
10		Google Chrome	Google

下载榜

1		WhatsApp Messenger	META
2		Google Chrome	Google
3		Google	Google
4		PayPal	PayPal
5		Widgetsmith	Cross Forward Consulting
6		Microsoft Authenticator	Microsoft
7		Google Authenticator	Google
8		Viber Messenger	Viber Media
9		Fonts	Fonts ApS
10		Getcontact	Getverify

收入榜

1		Dropbox	Dropbox
2		ExpressVPN	Express VPN
3		Grammarly	Grammarly
4		NordVPN	Tefinkom & CO
5		RoboKiller	TelTech
6		AirBrush	美图
7		Translate Now	Wzp Solutions
8		Mathway	Mathway
9		QR Code Reader	TinyLab
10		Sleep Cycle	Sleep Cycle AB

2022H1 工具类应用 Android TOP榜

投放榜

1		KeepClean	APPS INNOVA
2		FileMaster	SmartVisionMobi
3		PoMelo File Explorer	Android Does Team
4		One Security	One Dot Moblie
5		speed booster Proxy	PRIME DIGITAL
6		KeepBooster	APPS INNOVA
7		RavoVPN	Five Oceans
8		Battery Saver	APPS INNOVA
9		Noizz	欢聚集团
10		iNovel	iNovel

下载榜

1		QR & Barcode Scanner	Gamma Play
2		One Booster	One Dot Moblie
3		ZArchiver	ZDevs
4		FileMaster	SmartVisionMobi
5		SHAREit	茄子科技
6		Noizz	欢聚集团
7		VPN Master Pro	VPM Master
8		Share Vpn	Million status
9		ShareKaro	Nikita Kapadia
10		FastVPN	Five Oceans

收入榜

1		NordVPN	Tefinkom & CO
2		ドラゴンクエスト	SQUARE ENIX
3		Norton Secure VPN	Symantec
4		Norton 360	Symantec
5		AVG	AVG
6		Kaspersky	Kaspersky
7		Avast	AVAST
8		VirusBuster Mobile	Trend Micro
9		Turbo VPN	All Connected
10		Pokémon HOME	Pokemon

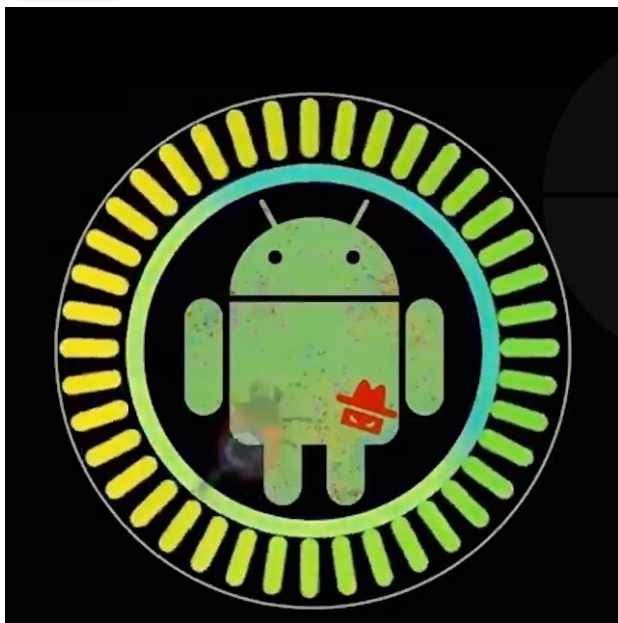
工具类应用素材趋势

工具类应用素材多落地**真实使用场景**，体现产品的**专属强大功能**

工具类应用的热门投放素材多会使用动画的模式来进行呈现，利用产品使用前后的对比来突出产品功能的专业性和高效性。除此之外，手机清理/优化类工具应用还会在视频封面加入知名手机品牌的各类型产品等元素。



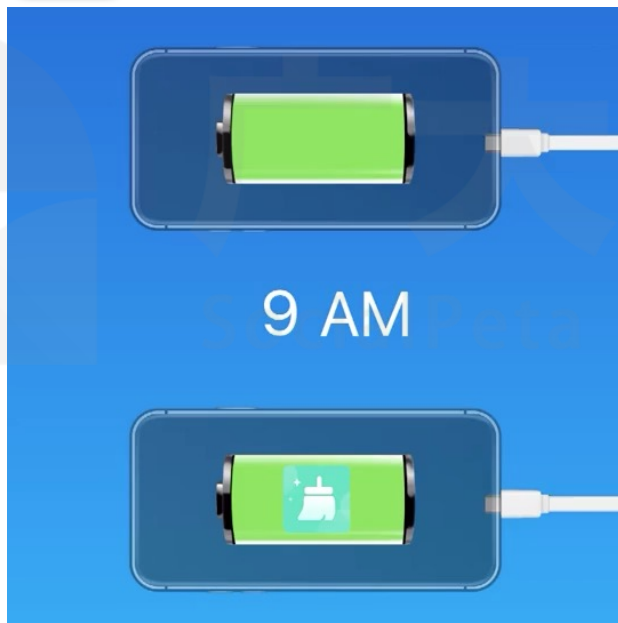
Battery Saver



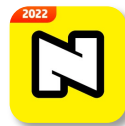
[点击播放](#)



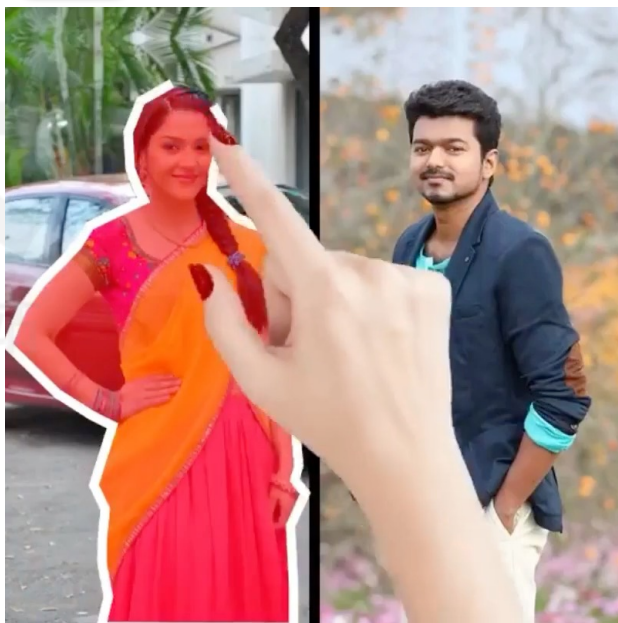
Clean Master



[点击播放](#)



Noizz



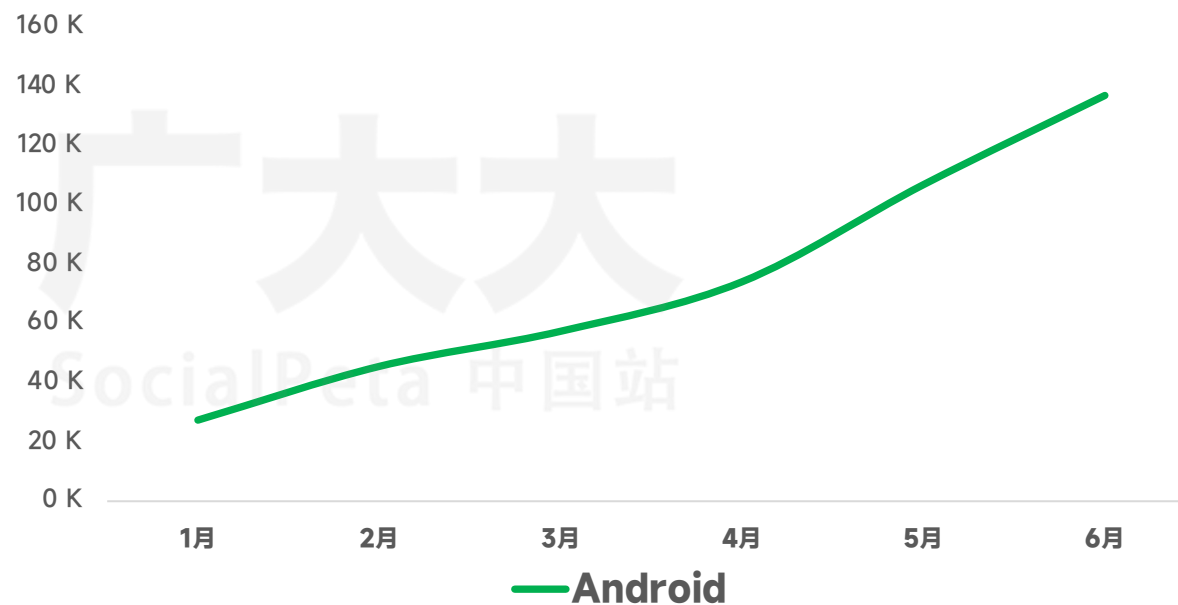
[点击播放](#)

出海爆款工具应用——KeepClean



- 累计投放天数：900天+
- H1去重后创意数：17.4K
- H1下载估算：24M
- TOP投放国家/地区：
埃及、菲律宾、印度尼西亚、墨西哥、阿根廷

【 KeepClean 】
2022H1投放趋势

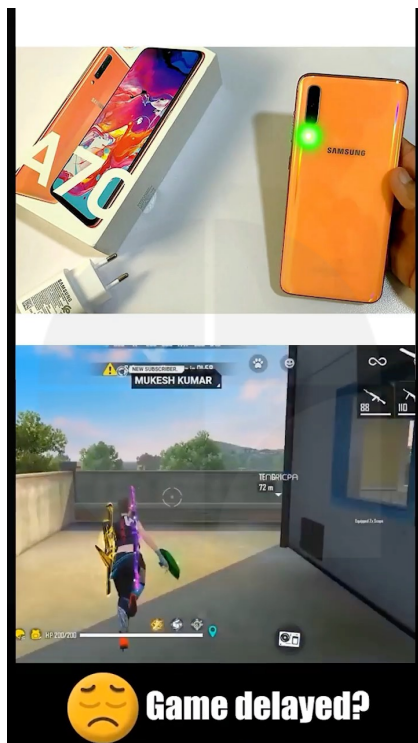


出海爆款工具应用——KeepClean

【Keep Clean】最常使用的视频素材会将“卡顿”和“顺畅”的手机进行对比，体现产品的强大功能。

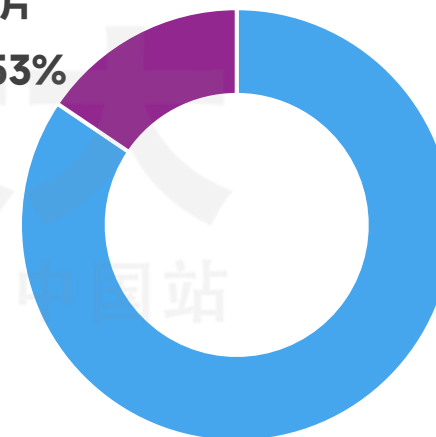
图片素材中则会更多的加入热门手机机型来触达更大范围的手机用户。

[点击播放](#)



H1投放素材中，视频素材类型占比超过84%

图片
15.53%



视频
84.47%



进入“新工具出海”时代。

工具出海，始于2008年，一直以来是绝对主力军，但进入2020年之后，跑出来的工具类App们脱离于已经原有的产品和商业化模式，其主要特征有3个：

(1) 深度化。相较于早期的全球无差异纯工具App，如今的工具类App是更深入洞察当地用户需求之后的产品，如植物识别App【PictureThis】、如婴儿监测App【Glowbaby】，而为了服务于用户的深度需求，这类App也从早期的纯工具属性，拓展出平台属性，提供专家咨询、社区论坛、商品购买等服务；

(2) 软硬互联。随着硬件和DTC品牌出海的快速发展，工具类App成为加强用户粘性、以及企业在售卖硬件之外的一个主要收入来源，如【YiHome】、【Femometer】；

(3) 收入提升、不再依赖于广告变现。广告变现是以往工具类App的主要商业化模式，而如今，在洞察到用户需求并基于自有资源和优势的基础上，出海厂商因为能够提供差异化的产品与服务，从而获得更高的内购收入，月流水能够做到千万、百万人民币。

2022年下半年，我们预测出海厂商会在海外用户日常生活的更多方面刷存在感，基于用户不断变化的需求，会有更多优秀的工具类App出现，而中国强大的供应链优势和品牌出海趋势，会是一大助推动力。

2022H1 教育类应用 iOS TOP榜

🍏 投放榜

1		Domestika	Domestika
2		Binance Academy	Binance
3		upGrad	upGrad
4		Gran Cursos Online	EDUCACIONAL
5		Impulse	Impulse
6		Crehana	Crehana
7		Doping Hafiza	Doping Hafiza
8		Bright	Language Apps
9		Wingfox	QIXIONG XIE
10		탈잉	Taling

📶 下载榜

1		Google Classroom	Google
2		Duolingo	Duolingo
3		Toca Life World	Toca Boca
4		YouTube Kids	Google
5		Photomath	Photomath
6		PictureThis	睿琪软件
7		Kahoot!	Kahoot!
8		GuitarTuna	Ovelin
9		Brainly	Brainly
10		Microsoft OneNote	Microsoft

💰 收入榜

1		Toca Life World	Toca Boca
2		Duolingo	Duolingo
3		PictureThis	睿琪软件
4		GoodNotes 5	TimeBaseTech
5		Simply Piano	JoyTunes
6		Babbel	Babbel
7		ABCMouse.com	Age of Learning
8		Epic	Epic Creations
9		Lingokids	Lingokids
10		Notability	GingerLabs

2022H1 教育类应用 Android TOP榜

投放榜

1		Domestika	Domestika
2		Binance Academy	Binance
3		upGrad	upGrad
4		Gran Cursos Online	EDUCACIONAL
5		Mondly	ATi Studios
6		Doping Hafiza	Doping Hafiza
7		탈잉	Taling
8		PictureThis	睿琪软件
9		EWA	Lithium Lab
10		KooBits Parent	KooBits

下载榜

1		Google Classroom	Google
2		Brainly	Brainly
3		Duolingo	Duolingo
4		BYJU'S	BYJU'S
5		Photomath	Photomath
6		Cake	Playlist Corporation
7		U Dictionary Translator	网易有道
8		QANDA	Mathpresso
9		Unacademy	Unacademy
10		PictureThis	睿琪软件

收入榜

1		Duolingo	Duolingo
2		Babbel	Babbel
3		PictureThis	睿琪软件
4		ClassDojo	ClassDojo
5		Udemy	Udemy
6		Blinkist	Blinks
7		Noggin	Nickelodeon
8		Rosetta Stone	Rosetta Stone
9		EWA	Lithium Lab
10		Lingokids	Lingokids

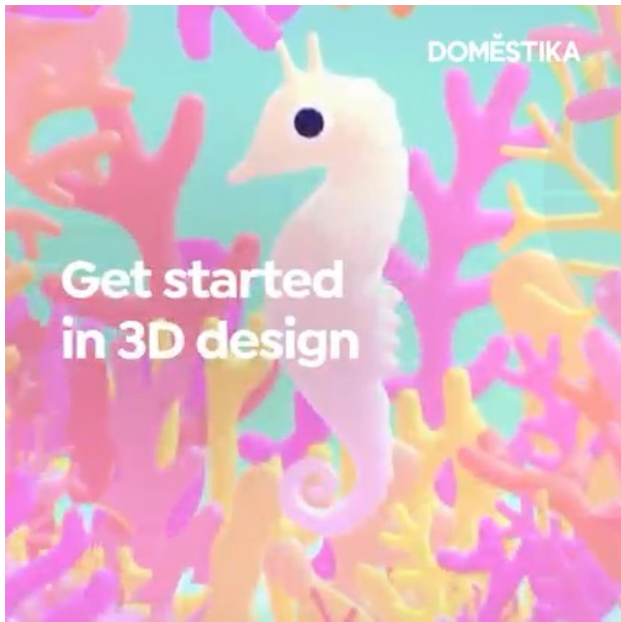
教育类应用素材趋势

教育类应用多投放高质量素材：**踩点视频或真人采访**

成人教育应用会更多地展示自身拥有的教育资源，用“资料展示”、“真人采访”等方式进行体现；而早教类产品则更多地体现产品UI的流畅性和可爱元素。



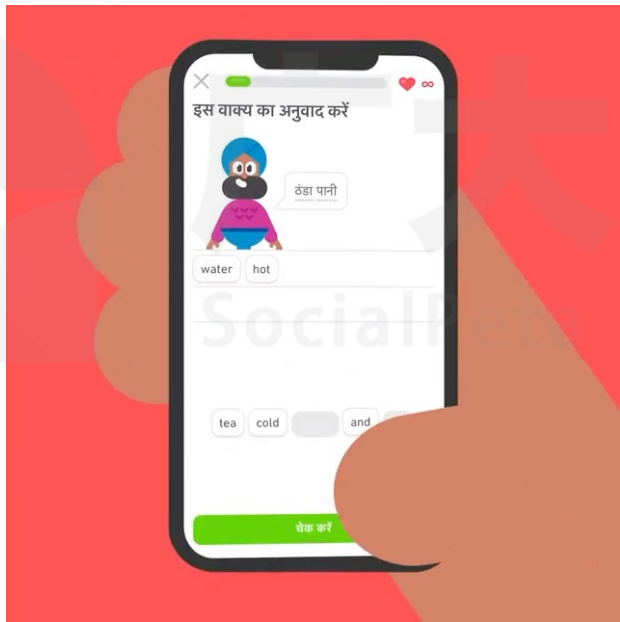
Domestika



[点击播放](#)



Duolingo



[点击播放](#)



upGrad



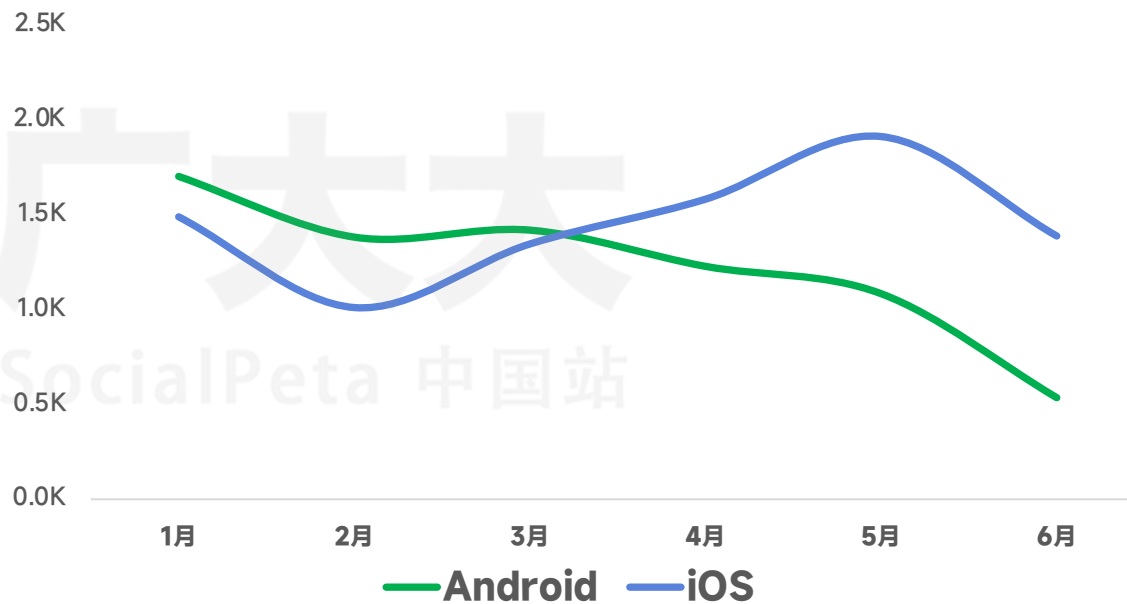
[点击播放](#)

出海爆款教育应用——PictureThis



- 累计投放天数: 1100天+
- H1收入估算: \$25.2M
- H1下载估算: 12.8M
- TOP投放国家/地区:
美国、加拿大、英国、澳大利亚、法国

【 PictureThis 】
2022H1投放趋势



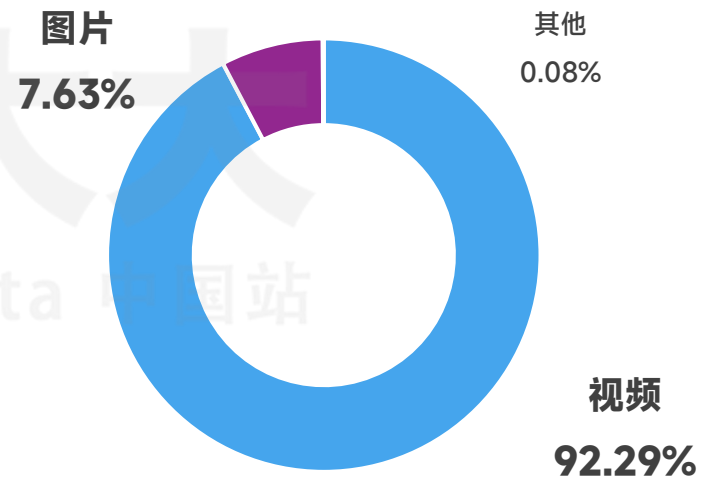
出海爆款教育应用——PictureThis

【PictureThis】投放的素材中，**模拟使用APP**的素材最为常见，视频中还会加入**电子音效和扫描动画**来凸显产品的科技属性。



[点击播放](#)

H1投放素材中，**视频素材**类型占比超过**92%**



2022H1 金融类应用 iOS TOP榜

🍏 投放榜

1		Zilch	Zilch
2		Binance Academy	Binance
3		Lojas Renner	Lojas Renner
4		FBS	FBS
5		Wefunder	Wefunder
6		Banca Móvil BCP	Banco Credito
7		Compass	Compass
8		QuickBooks Accounting	Intuit
9		State Farm®	State Farm Insurance
10		Banca Móvil BAC Credomatic	Bac Credomatic Network

⬇️ 下载榜

1		PayPal	PayPal
2		Cash App	Block Inc
3		Binance	Binance
4		PayPay	PayPay
5		Venmo	Venmo
6		Coinbase	Coinbase
7		Klarna	Klarna
8		Crypto.com	Crypto.com
9		Госуслуги	MinComSvyaz Rossii
10		StockX	StockX

💰 收入榜

1		QuickBooks Self-Employed	Intuit
2		QuickBooks Accounting	Intuit
3		Invoice 2go	Invoice 2go
4		MileIQ	Mobile Data Labs
5		Bloomberg	Bloomberg
6		Seeking Alpha	Seeking Alpha
7		マネーフォワード ME	Money Forward
8		Truebill	Truebill
9		CNBC	NBCUniversal Media
10		Credit Sesame	Credit Sesame

2022H1 金融类应用 Android TOP榜

投放榜

1		Webull	Webull
2		BLOX	Blox B.V.
3		XTrend Speed	RYNAT CAPITAL
4		Zilch	Zilch
5		Crypto.com	Crypto.com
6		FBS	FBS
7		OctaFX	OctaFX
8		Credit Sesame	Credit Sesame
9		NanoPay	Oplay Digital Services
10		Adakami	Pembiayaan

下载榜

1		PhonePe	PhonePe
2		Google Pay	Google
3		PayPal	PayPal
4		Paytm	Paytm
5		Binance	Binance
6		DANA	Espay Debit Indonesia Koe
7		neobank	Bank Neo Commerce
8		Binomo	Binomo
9		YONO SBI	State Bank of India
10		Nubank	Nubank

收入榜

1		QuickBooks Self-Employed	Intuit
2		MileIQ	Mobile Data Labs
3		家計簿 マネーフォワード ME	Money Forward
4		股市籌碼K線	CMoney
5		SA Stock Market Analysis	SeekingAlpha
6		Truebill Budget & Bill Tracker	Truebill
7		Webull	Webull
8		Credit Sesame	Credit Sesame
9		Wallet: Budget Expense Tracker	BudgetBakers
10		EveryDollar	The Lampo Group

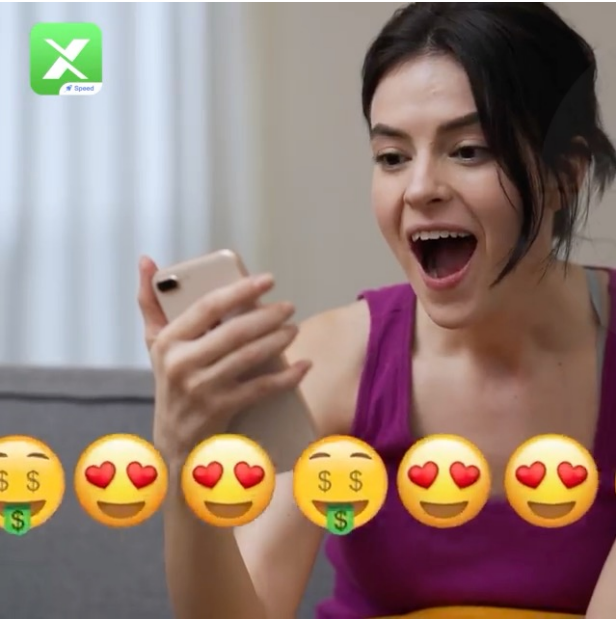
金融类应用素材趋势

金融类应用会更多地利用真人元素提升客户信任度。

演员的表情和动作都可以迅速地将观众带入到视频中的使用场景，生活化的口播则可以在信任度上给予提升。



XTrend Speed



[点击播放](#)



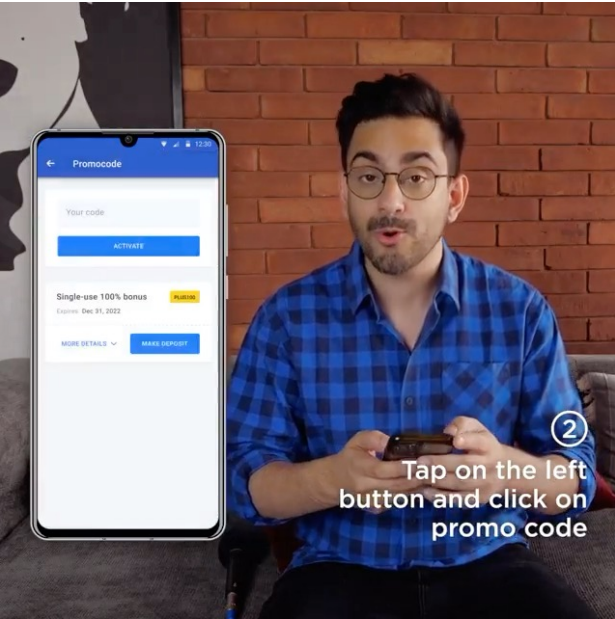
Zilch



[点击播放](#)



OctaFX



[点击播放](#)

出海爆款金融应用——Akulaku



- 累计投放天数：2200天+
- H1去重后创意数：8K
- H1下载估算：7.9M
- TOP投放国家/地区：
印度尼西亚、美国、英国、加拿大、澳大利亚

【 Akulaku 】
2022H1投放趋势

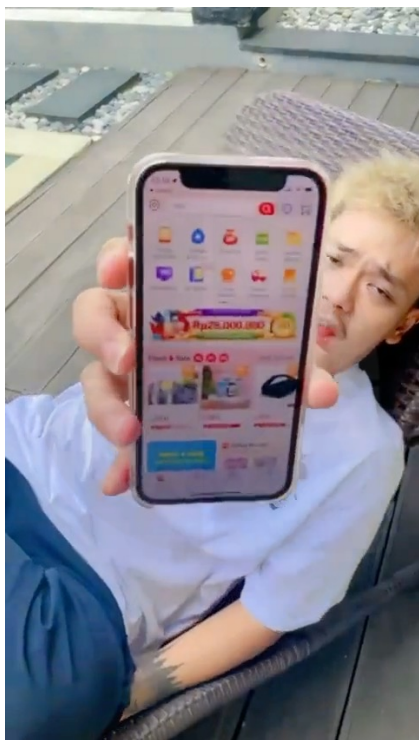


出海爆款金融应用——Akulaku

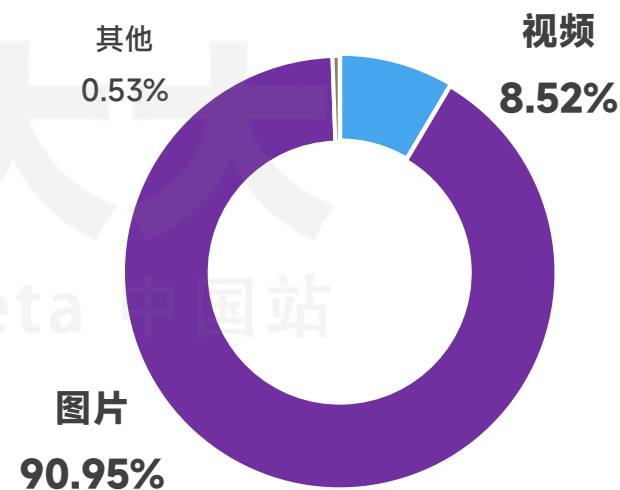
短视频风格的尬剧素材展现
量较高，除此之外，功能展
示仍然是该产品投放最多的
素材内容。

图片素材上会多展示**热门商
品和大数字金额**，吸引用户
视线。

[点击播放](#)



H1投放素材中，**图片素材类型占比超过90%**



特别鸣谢

(排名不分先后, 按照拼音首字母顺序排序)

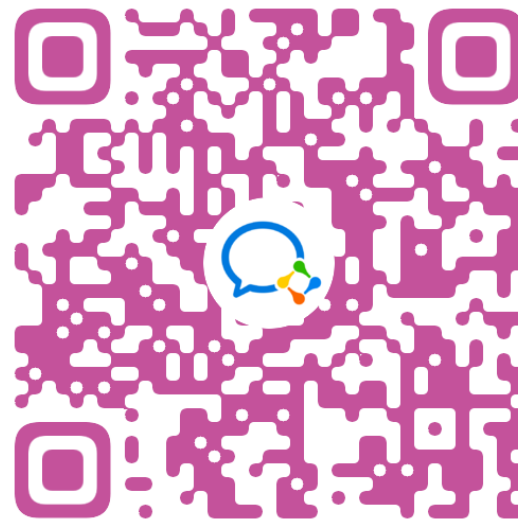


更多移动应用最新资讯、研究报告，可由此获取

(获取广大大免费试用等诸多福利)



公众号：广大大出海笔记



微信号：zing6161

报告制作：广大大数据研究院

广大大——全球领先的广告营销平台

实时了解全球市场动态，洞察竞争对手的广告数据、推广/变现策略，实现全球获客降本增效。

广

平台、国家地区、分析维度

大

数据量

快

数据更新

深

智能推荐、自研算法



超过12亿广告数据



覆盖510万广告主



产品多维深度分析



独家数据流量情报



全球近70个国家/地区
70多个渠道覆盖



小时级别更新
每天超百万级更新

90%的头部公司选择使用“广大大”





2022 GLOBAL MOBILE APP

Thanks