

AI 类应用

海外移动广告趋势洞察

2024.09.01 – 2024.10.29

主要发现与结论

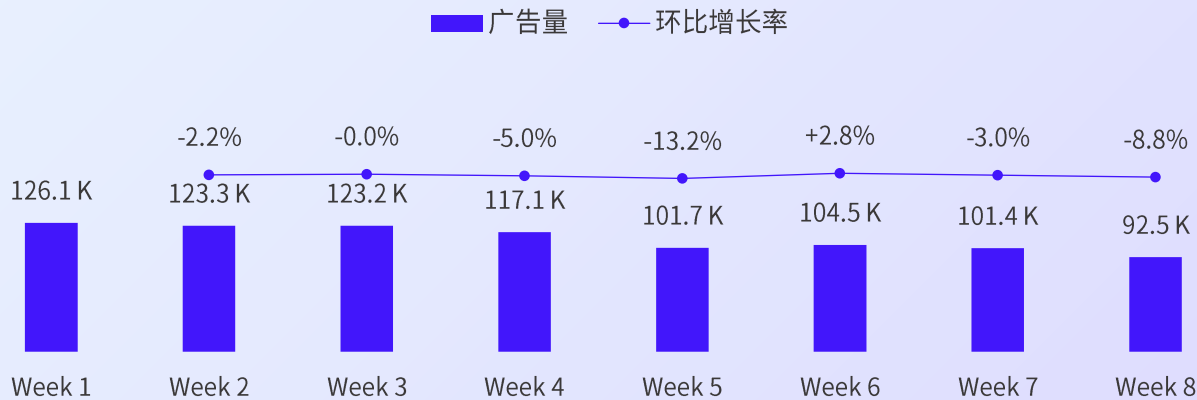
- 某些已入局的短剧类产品在 1 月第 4 周前后提高了它们的广告投入，使得赛道整体的广告竞争强度明显提升。
- 短剧类 App 的目标市场集中于英语国家和东南亚国家，这样的分布可能是综合考虑用户覆盖和商业效益的结果。
- 短剧类 App 的主要目标客户画像为 25-44 岁的女性。
- 广告素材的主流形式是 60 秒以上的竖屏视频，普遍基于产品内的影视资源剪辑制作而成。
- 除了英语市场和东南亚市场外，在头部及新入市场的产品中，出现了小语种内容，显示出短剧赛道经历飞速发展，即将进入针对小语种市场的争夺阶段。
- 随着用户对剧集质量的要求不断提升，译制剧逐渐被越来越多的海外本土化剧集取代。
- 本地化题材、情绪起伏的内容主线、视觉刺激等是广告素材设计的核心。

总体广告规模与趋势

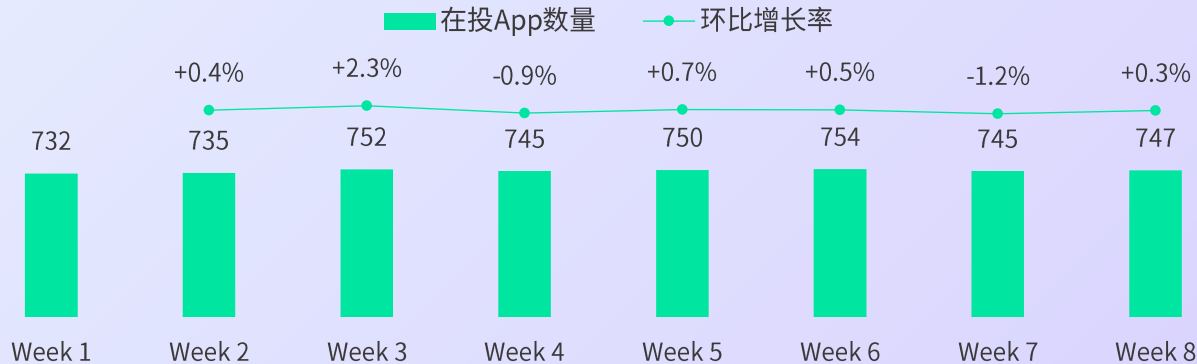
海外短剧类 App 移动广告量在 1 月第 4 周（0121-0127）出现了明显的上升趋势，保持了数周。但在对应时段内有广告投放行为的短剧 App 数量并未明显提升。这意味着广告量的增长可能并非来自于新进入的行业竞争者，而是某些已存在的产品提高了它们的广告投入。



广告量趋势



在投 App 数量趋势

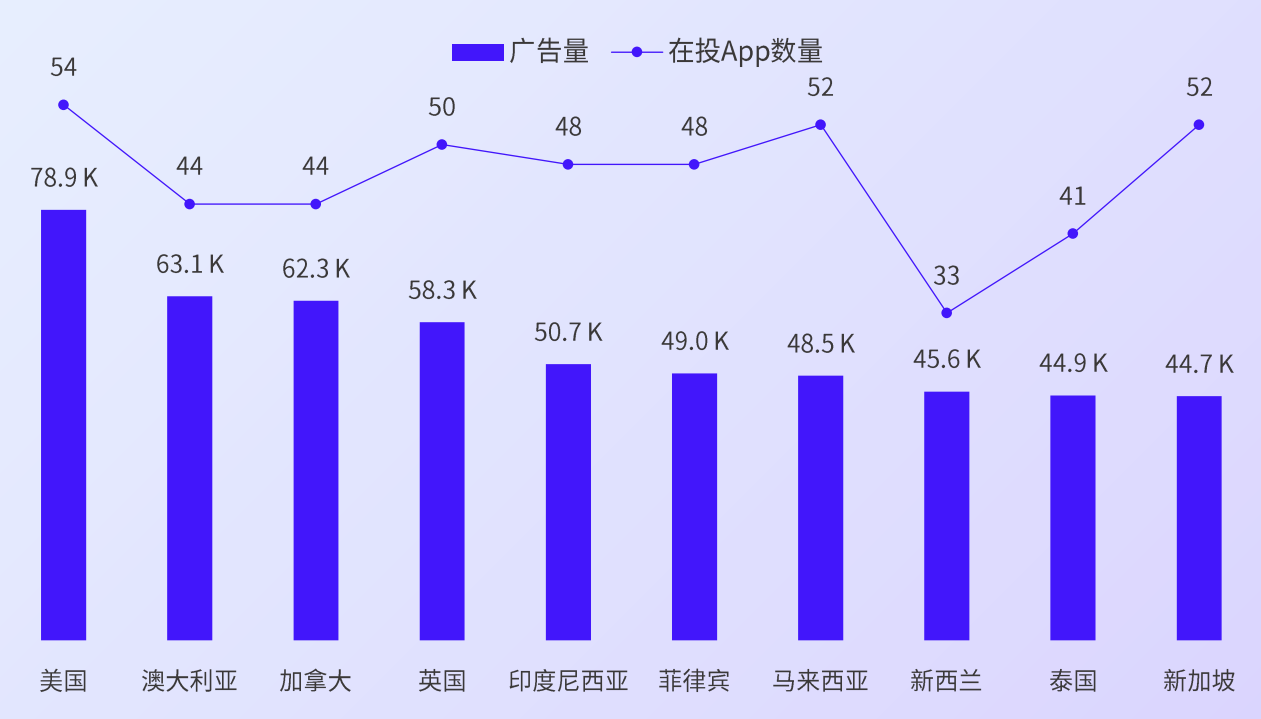


广告主要流向地区分布

短剧类 App 的主要目标市场目前仍**集中于英语国家**，这些地区的用户通常有着良好的内容消费和付费习惯，是 App 收入的保证。

而排在前 10 靠后位置的则多为**东南亚国家**，例如印度尼西亚、菲律宾、马来西亚等人口基数大的市场，这些地区的海量用户为 DAU 提供了保障，也为混合变现奠定了基础。

主要目标市场广告量及在投 App 数量



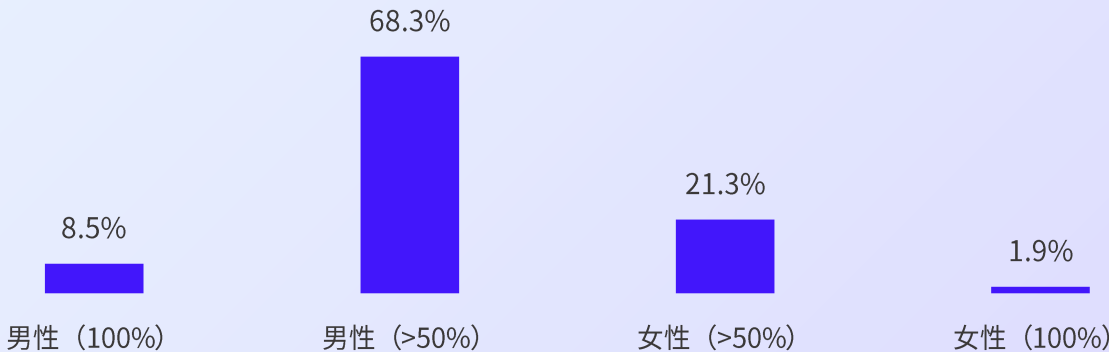
广告受众特征 (仅限欧盟数据)

短剧类 App 的**广告受众以女性为主**，其中：39.7% 的广告的受众仅为女性，47.2% 的广告以女性受众居多。这意味着女性用户可能更倾向为此类内容付费，因此成为了厂商争夺的主要目标。此外，从年龄分布上来看，**合计有 87.5% 的广告以 25-44 岁的用户为主要受众**。

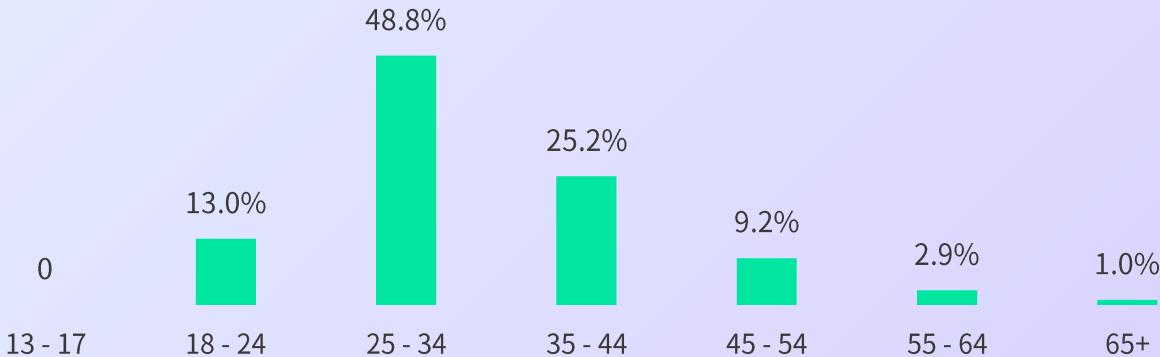
综合以上两点来看，短剧类 App 的主要目标客户画像为 25-44 岁的女性。



广告受众性别分布



广告受众年龄分布



来源：AppGrowing 国际版，2024-09-01 ~ 2024-10-29，仅限欧盟数据。

*男/女性 (>50%)：广告未指定性别，但受众展示男/女性居多。

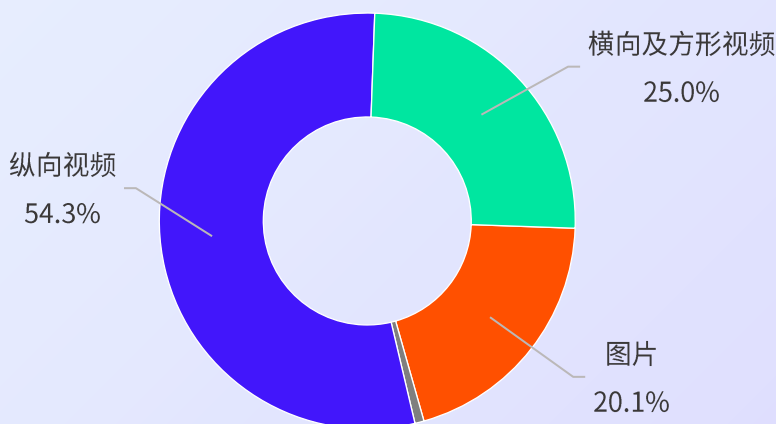
**受众年龄：该年龄段的广告受众占比最高。

素材形式特征

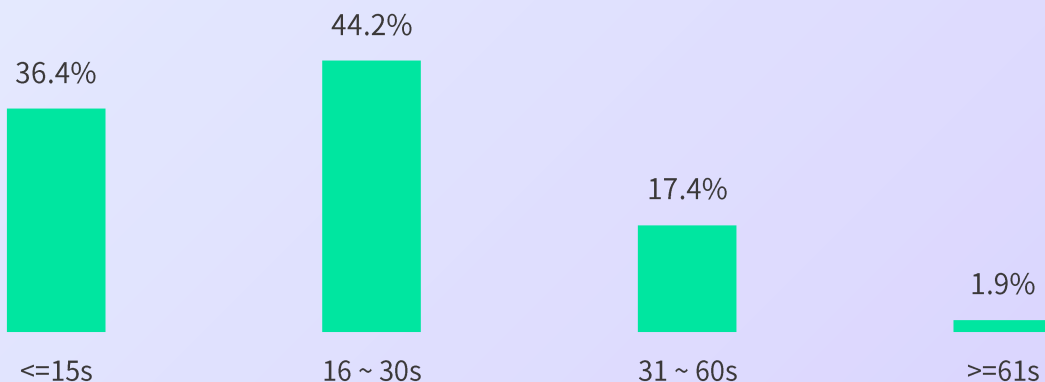
短剧类 App **98.1%** 的广告素材是**纵向视频**。短剧 App 往往拥有大量的影视资源，这些影视作品为开发商提供了许多有吸引力的片段作为广告素材。

进一步分析视频素材的时长，**94.4%** 的视频时长在 **1 分钟以上**。长视频内容往往包含更加完整的故事线，使得广告在展示阶段能够有效地调动用户的情绪起伏，从而推动后续的下载和使用行为。

素材类型分布



视频素材时长分布

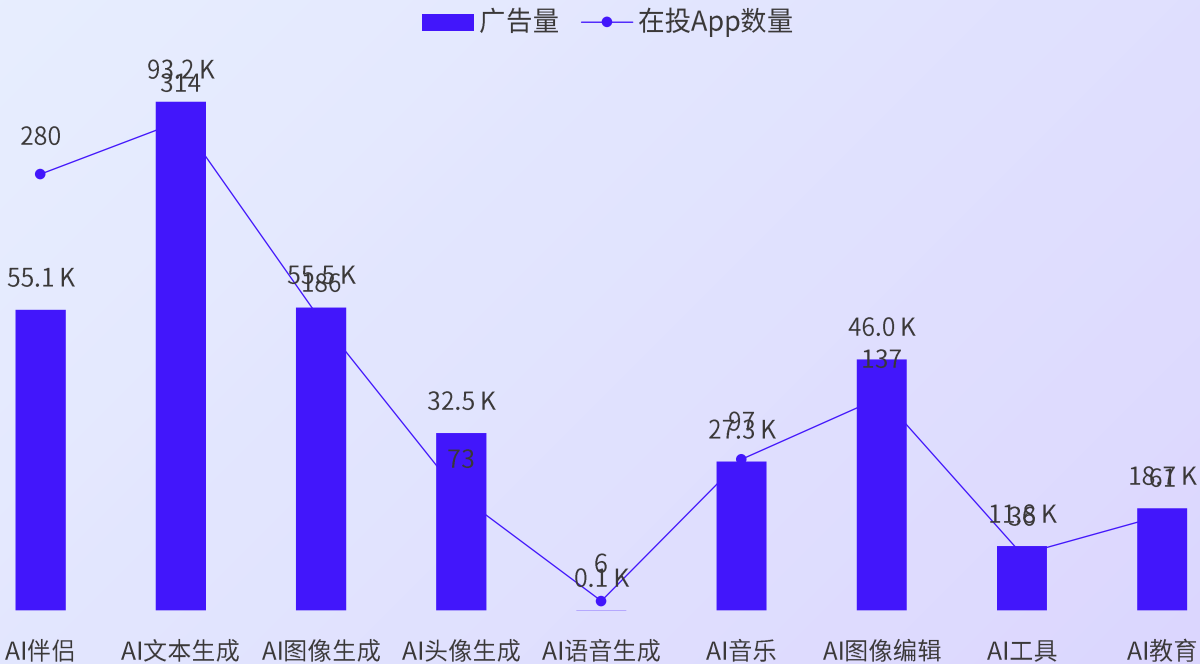


AI应用细分类型广告分布

短剧类 App 的主要目标市场目前仍**集中于英语国家**，这些地区的用户通常有着良好的内容消费和付费习惯，是 App 收入的保证。

而排在前十 10 靠后位置的则多为**东南亚国家**，例如印度尼西亚、菲律宾、马来西亚等人口基数大的市场，这些地区的海量用户为 DAU 提供了保障，也为混合变现奠定了基础。

主要目标市场广告量及在投 App 数量



行业主要买量竞争产品

01		Messenger Meta Platforms, Inc.	11		Face Swap Magic Hangover Studios
02		Grammarly Grammarly, Inc	12		Meco - AI Character Chat MIYA ONLINE TECHNOLOGY
03		Talkie SUBSUP	13		Donna MOBIVERSITE YAZILIM BILISIM REKLAM VE DANISMANLIK
04		Fotorama APPNATION AS	14		MyTunes HUBX
05		Photoroom Photoroom AI Photo Editor	15		OJI Prequel Inc.
06		Zeely Zeely, Inc.	16		Revive RefaceAI Limited
07		Genie APPNATION AS	17		Poly.AI 云鲸互动
08		Linky AI Skywork AI Pte. Ltd.	18		Cici SPRING (SG) PTE. LTD.
09		AI Chatbot - Nova ScaleUp	19		Easy Math TrustedOffice
10		Gauth GAUTHTECH PTE. LTD.	20		Dialogue Pheon Inc.

市场新入潜在竞争者

#	图标	名称&开发者	首次投放	广告量
01	 	AI Tutor Trusted Android App	2024-09-05	
02	 	LeArt Hally Daniel	2024-09-16	
03	 	Saylo Xverse Studio	2024-04-17	
04	 	Jukebox TWOWISE	2024-10-11	
05	 	SnapIQ 88 Tech	2024-10-23	
06	 	Saaz Vyro AI	2024-06-10	
07	 	PicJourney Metamorph AI Labs	2024-09-06	
08	 	Wave • AI Music Song Generator Snappseed, Inc.	2024-10-02	
09	 	GenieX XINGYUAN BUSINESS CO., LIMITED	2024-09-26	
10	 	AI Song, Music Generator • Zona Madduck	2024-09-27	

来源：AppGrowing 国际版，2024-09-01 ~ 2024-10-29，按广告量降序排列。

*市场新入：在所选时间内，新发现投放广告的应用

AI应用细分类别推广榜

AI 伴侣

- 01  **Talkie**
SUBSUP
- 02  **Linky AI**
Skywork AI Pte. Ltd.
- 03  **Meco**
MIYA ONLINE TECHNOLOGY
- 04  **Dialogue**
Pheon Inc.
- 05  **AnyDoor**
SPRING (SG) PTE. LTD.

AI 教育

- 01  **Gauth**
GAUTHTECH PTE. LTD.
- 02  **Easy Math**
TrustedOffice
- 03  **AI Tutor**
Trusted Android App
- 04  **Homework Helper AI Math Solver**
AMOBear TECHNOLOGY GROUP
- 05  **Quizlet**
Quizlet Inc.

AI 图像生成

- 01  **Fotorama**
APPNATION AS
- 02  **Revive**
RefaceAI Limited
- 03  **Genius**
Apero Vision Lab
- 04  **MyMood AI**
Ai Thumbnail Maker LLC
- 05  **FotoTweak**
AppVerge Technologies, LLC

AI 音乐

- 01  **Donna AI Song & Music Maker**
MOBIVERSITE YAZILIM BILISIM REKLAM VE
DANISMANLIK
- 02  **MyTunes**
HUBX
- 03  **Beat.ly**
Beat.ly music video maker with effects
- 04  **Music Beat**
Scale Dreams LLC
- 05  **AI Song Generator •**
NineG

广告投放策略案例分析



ShortTV
九州文化

首次投放
2023-08

推广媒体
f Q d M ... (8)

推广地区数
49



投放初期

2023-08-01 ~ 2023-09-30

主投地区 Top 5

美国, 15.8%
印度尼西亚, 12.0%
菲律宾, 11.5%
马来西亚, 10.3%
印度尼西亚, 9.9%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

稳定期

2023-10-01 ~ 2023-12-31

主投地区 Top 5

美国, 5.1%
印度尼西亚, 3.7%
菲律宾, 3.7%
英国, 3.6%
加拿大, 3.5%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 99.5%
TikTok Ads, 0.4%
Google Ads, 0.1%
Mintegral, 0.1%

近期

2024-01-01 ~ 2024-02-24

主投地区 Top 5

美国, 7.5%
泰国, 6.6%
澳大利亚, 5.8%
印度尼西亚, 5.5%
韩国, 5.4%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 93.8%
TikTok Ads, 0.9%
Google Ads, 0.3%

广告内容创意案例分析

早期多使用译制剧片段素材，矛盾冲突片段快速调动情绪

结构主线

片头吸睛

发展起伏

行动号召

视频截图

数据指标

189天
投放天数

100
关联广告数



创意解析

众人被保洁员拿出的超级VIP黑卡所震惊。二者形成强烈反差引发观众兴趣。

反派持续恶意欺压、凌辱保洁员，观众情绪随剧情发展被逐渐调动。

剧情即将反转，视频却在此时戛然而止，留下悬念，并使观众产生下载的欲望。

稳定期后出现本地化剧集内容，融合更多海外热门元素

结构主线

片头吸睛

发展起伏

行动号召

视频截图

数据指标

113天
投放天数

100
关联广告数



创意解析

金发女主瞳孔变红色，结合脖子上的吻痕，暗示剧集包含吸血鬼主题。

男女角色爆发激烈冲突，过程中逐渐道出二人的情感纠葛，情绪反复转变。

片尾展示剧集海报，并强调平台独家。底部搜索框设计增强下载暗示。

广告投放策略案例分析

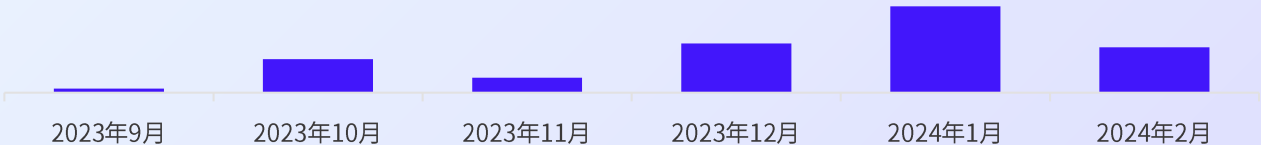


Kalos TV
Kalos_ShortTV

首次投放
2023-09

推广媒体
Facebook Instagram Messenger

推广地区数
49



投放初期

2023-09-23 ~ 2023-10-22

主投地区 Top 5

马来西亚, 4.3%
印度尼西亚, 4.2%
美国, 4.0%
菲律宾, 4.0%
肯尼亚, 3.7%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

稳定期

2023-10-23 ~ 2023-12-21

主投地区 Top 5

菲律宾, 4.2%
印度尼西亚, 3.8%
马来西亚, 3.7%
尼日利亚, 3.7%
美国, 3.5%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

近期

2024-01-01 ~ 2024-02-24

主投地区 Top 5

美国, 4.9%
菲律宾, 4.7%
英国, 4.3%
澳大利亚, 4.1%
加拿大, 3.8%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

广告内容创意案例分析

经典女频狼人ABO 设定搭配演员帅气外形展示，精准吸引女性观众

结构主线

视频截图

数据指标

45天
投放天数

9
关联广告数

创意解析

片头吸睛



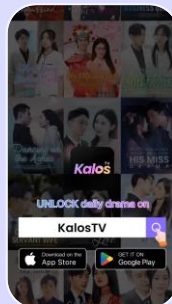
开头便引出故事的狼人主题，通过他人的反应表现狼人王的威严，引发好奇。

发展起伏



镜头推进揭晓狼人王形象，特写展示演员帅气外形，同时引出ABO设定。

行动号召



背景滚动展示 App 内丰富的女频剧集资源，搜索框和应用商店图标暗示下载。

视觉刺激赋予观众想象空间，经典桥段带来情绪转折

结构主线

视频截图

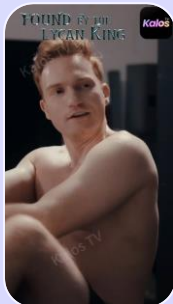
数据指标

32天
投放天数

15
关联广告数

创意解析

片头吸睛



赤裸上身的男角色迅速带来视觉刺激，使女性目标用户更有可能继续观看。

发展起伏



追逃情节烘托紧张情绪，随后接入英雄救美的经典桥段，带来情绪的转折。

行动号召



片尾再次展现视觉刺激片段，赋予女性观众更多想象，从而推动下载行为。

广告投放策略案例分析

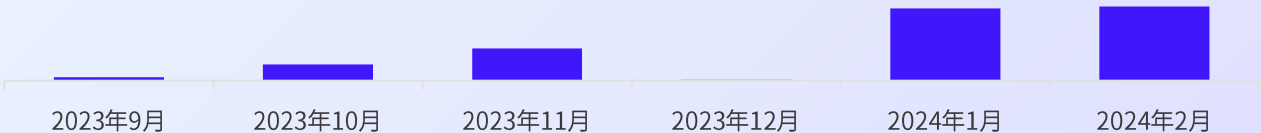


LoveShots
TALENT ME

首次投放
2023-09

推广媒体
f i y ... (6)

推广地区数
15



投放初期

2023-09-20 ~ 2023-10-19

主投地区 Top 5

美国, 100.0%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

稳定期

2023-10-20 ~ 2023-12-18

主投地区 Top 5

美国, 17.5%

英国, 11.8%

挪威, 11.8%

加拿大, 11.8%

澳大利亚, 11.8%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 100.0%

近期

2024-01-01 ~ 2024-02-24

主投地区 Top 5

加拿大, 15.6%

美国, 14.4%

英国, 11.0%

德国, 10.8%

澳大利亚, 10.8%

主投媒体平台 Top 5

Facebook Ads, 97.7%

Unity Ads, 1.6%

Google Ads, 0.8%

广告内容创意案例分析

独立女性题材迎合用户偏好

结构主线

视频截图

数据指标

44天
投放天数

10
关联广告数

创意解析

片头吸睛



除去狼人等魔幻题材，女性觉醒的现实题材同样受到女观众群体的追逐。

发展起伏



家庭主妇遭遇丈夫出轨，之后被赶出家门。通过塑造悲惨形象引发同情心。

行动号召



以剧集海报作为结尾，三人站位暗示复杂的情感纠葛，留下悬念感。

短视频素材更注重 BGM 与剪辑

结构主线

视频截图

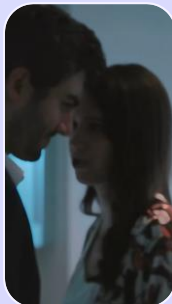
数据指标

50天
投放天数

2
关联广告数

创意解析

片头吸睛



剪辑多个数秒的关键剧情片段合并为一个短视频素材。

发展起伏



视频时长短，无法容纳剧情，因此主要依靠 BGM 和卡点剪辑推动情绪节奏。

行动号召



左侧剧集封面亮明剧名等关键信息，App 名和应用商店标识引导下载。

全球移动广告策略分析平台

Global marketing, Know What, Know Why, Know How

AppGrowing 出海观察



获取更多出海移动广告
营销资讯、研究报告

Bill 小助手



了解更多产品信息
预约 Demo 或加入社群

- 本报告由有米云旗下 AppGrowing 出品，报告中的所有内容均受有关商标和著作权的法律保护。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：AppGrowing”，同时不能删减或改写内容。
- 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。
- 报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。