

## 互联网广告市场大洗牌：百度、腾讯退位，电商巨头霸占前3名

产品名称	互联网广告市场大洗牌：百度、腾讯退位，电商巨头霸占前3名
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13728755927 13728755927

### 产品详情

互联网产业典型的商务模式是广告，我们可以看到，在所有的互联网企业的营收中，必然会有一个广告收入。

因为只要有流量，就会有厂商投广告，投广告就要给钱，所以谁的流量大，广告商们就一定会来投广告，收入就会高。

所以开始的PC互联网的时候，国内三大互联网巨头BAT，在广告收入方面，一直就是“三枝独秀”，没有谁能够挑战，因为他们的流量大。

百度靠搜索引擎上的广告来赚钱，百度的搜索无人能及；腾讯靠社交广告来赚钱，QQ的流量无人能及；阿里靠电商营销广告来赚钱，毕竟阿里电商平台的用户数无人能及。

但后来，随着移动互联网的发展，市场慢慢就变了，越来越多的APP，抢走了PC的流量，于是基于手机APP的流量涨了起来。

不过早期，还是BAT比较强势，毕竟腾讯搞出了微信，然后手机淘宝、手机百度表现也非常不错，但后来越来越多的APP崛起，再加上广告商们对广告的投入，有了更高的要求。

广告商们，对于互联网广告市场的投放逻辑，也不再是以前的那种广撒网式的投放，变得更加靠近交易了，即要有效果才给钱。

于是我们看到，电商平台真正崛起，因为电商平台本身就是交易商品，然后在电商平台投广告，自然是基于效果付费的，卖出去商品才给钱。同时电商广告作为互联网广告市场份额的一种形式，极大地缩短了广告营销的链路。

如上图所示，我们可以看到2022年2季度，国内互联网公司的广告营收排名中，腾讯、百度退出了前三名，前三名均是电商巨头，阿里排第一、拼多多排第二、京东排第三。

像拼多多、京东在增长，而像腾讯、百度下滑，并且都是下滑超过10%，很明显，目前的互联网广告市场已经洗牌了，不再是谁流量高，谁就是老大。

而接下来，随着互联网的发展，以及各种新业务的推出，比如直播、短视频等，估计后续互联网广告这一块，还会有变化，并且会时不时的洗牌，谁没跟上节奏，可能就会被淘汰。