

Criteo 发布 2015 年电子商务行业前景预测报告

- 报告强调移动广告、跨屏解决方案和原生格式是新趋势，将为市场营销者提高广告投资回报率

近日，效果展示广告厂商 Criteo（纳斯达克代码：CRTO）发布了《2015 年电子商务行业前景预测报告》，预测了本年度内将对行业造成重大影响的关键性趋势。该报告将帮助广告商未雨绸缪，及时调整市场投资战略，以适应消费者不断演变的在线购物行为。

基于对数以十亿计的在线交易数据的挖掘与分析，Criteo 预测：

- 移动端的在线销售份额在2014年稳步增长，预期**今年全球40%的电商交易将来自于移动端**；，在美国、英国、日本等成熟市场，这一数字将达到50%以上。
- 2015年，随着更准确的精准匹配方法的出现，跨屏广告定位目标消费者将不再那么复杂。58%的零售业高管和广告代理商将跨屏技术列为移动营销策略的重中之重¹，因此在2015年，**提升跨屏能力将成为他们的关注焦点**。此外，利用跨屏广告，零售商将能够区分现有用户和潜在用户，并能更好的了解用户在台式机、平板和智能手机上的购物行为。
- **程序化购买将推动原生广告迅速增长**。利用程序化购买，实施原生广告会比以往更加容易。另外，由于原生广告比IAB标准的广告单元（IAB standard ad units）效果更好，发行商将会收取更高的CPM费用——在移动端上将更是如此。
- 由于零售商预计反展厅现象（先在线对比产品信息再到实体店购买）和展厅现象（先到实体店体验再到线上购买）对销量产生的影响将与日俱增，**线上销售对零售实体店来说势在必行**。
- 由于42%的零售商高管和广告代理商将消费者互动作为移动应用战略的首要目标，**零售商将对移动应用内再互动（app re-engagement）给予高度重视**。

¹根据 Criteo 和 Digiday 于 2014 年 7 月发布的调查报告

- **自动化广告格式 (Automated ad formats) 将会提供更多灵活性。**这一科技转变将允许广告主轻而易举地接触全球大部分的有效资源，并能更轻易地在全球进行大范围广告投放。对于发行商，这一改变将同时意味着他们可以更自由地创新和提供新的广告格式。
- **广告行业的兼并和收购将继续加剧。**这将使电商营销者更容易地选择出符合他们需求的营销解决方案。

“随着消费者网购行为的迅速演变，2015 年将是电子商务行业多变的一年。跨屏购物时间增长意味着营销商需要考虑更多的因素来定位目标消费者。” Criteo 公司主席兼首席运营官 Eric Eichmann 说到：“那些预先对跨屏定位、移动网页优化和应用等解决方案实行稳健投资的广告商，将能以最佳的状态满足消费者的需求，并拉动销量。”

下载《2015 年电子商务行业前景预测报告》（英文），请访问 <http://www.criteo.com/resources/criteo-ecommerce-industry-outlook-2015/>，获取 Criteo 更多信息请访问 www.criteo.com/cn。

###

关于 Criteo

Criteo 为广告主提供大规模、个性化的效果类广告。通过衡量点击后的销售转化率，Criteo 让 ROI 更加透明且易于评估。Criteo 在美洲、欧洲和亚太地区拥有 21 个办公室和超过 1000 名员工，服务于全球 6000 多家广告主，并与全球超过 8,000 家发布商建立起直接合作关系。欲了解更多信息，请访问 www.criteo.com/cn。

媒体联络：

尹静

励尚公关

电话：(010) 8851 7496

邮件：Tracy.yin@Allisonpr.com