

## **Báo cáo Partner Benchmark cung cấp thông tin toàn cảnh về thị trường ứng dụng toàn cầu và các yếu tố tác động lên từng khu vực**

*Báo cáo Partner Benchmark cung cấp thông tin chi tiết về hiệu suất của các mạng quảng cáo, thị trường và phân khúc ứng dụng trên toàn cầu*

**Việt Nam, ngày 30 tháng 9 năm 2021** — [Adjust](#), nền tảng phân tích marketing di động, hôm nay công bố kết quả của báo cáo tương tác - [Partner Benchmark](#) - bao gồm thông tin về sự tăng trưởng ứng dụng trên toàn cầu và các yếu tố thúc đẩy phát triển ứng dụng tại các khu vực. Báo cáo được phân tích dựa trên hơn 270 mạng quảng cáo với 6 tỷ lượt cài đặt trả tiền từ hơn 5000 ứng dụng, trên gần 250 quốc gia và 12 phân khúc ứng dụng.

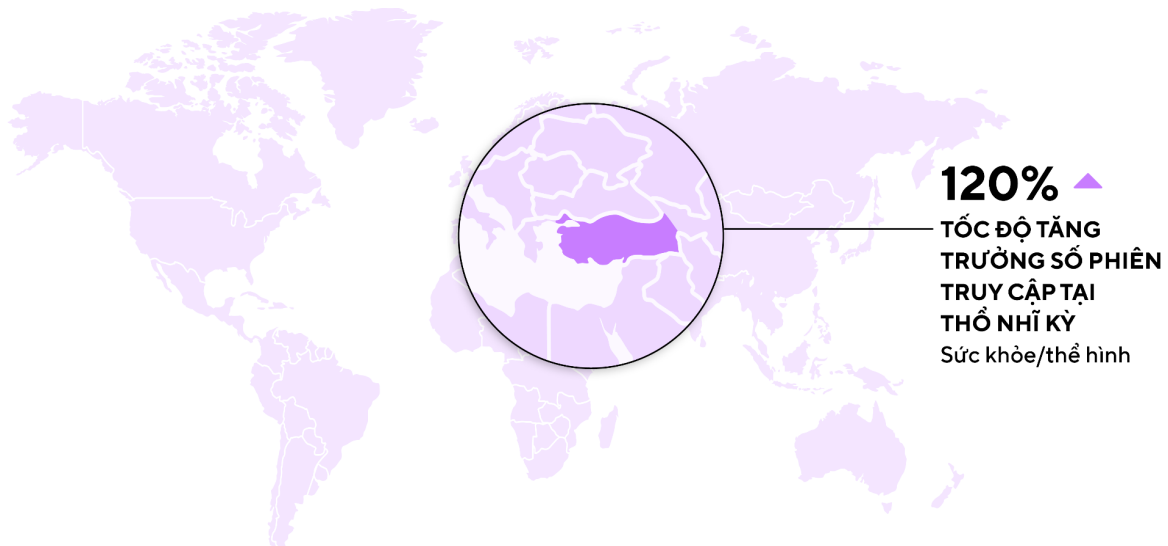
Andrey Kazakov, Chief Operating Officer tại Adjust, cho biết: "Nhìn rộng ra toàn cầu, thị trường ứng dụng đang tăng trưởng với tốc độ "phi mã", ước đạt 75% tổng chi phí quảng cáo số trong năm nay. Để mức phí trên được sử dụng một cách có hiệu quả, quản lý của chiến dịch tăng trưởng người dùng (UA manager) cần biết cách tiếp cận đúng và thông tin về các kênh phổ biến tại khu vực và phân khúc ứng dụng. Báo cáo Partner Benchmark của Adjust mang đến một cái nhìn bao quát toàn cầu về lĩnh vực quảng cáo trên thiết bị di động — mạng quảng cáo nào phổ biến nhất, cách xây dựng một tổ hợp kênh hoàn hảo nhằm tiếp cận đúng đối tượng người dùng — tất cả đều dựa trên dữ liệu đến từ các doanh nghiệp đang hoạt động hiệu quả nhất.

Các phát hiện đáng chú ý trong Báo cáo Partner Benchmark

- **Thị trường ứng dụng ngày càng lớn mạnh trên toàn thế giới, với các yếu tố thúc đẩy tăng trưởng khác nhau tùy theo từng khu vực.** Ví dụ, ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương, game là phân khúc đóng góp lớn vào sự thành công của thị trường ứng dụng, nhưng tại Thổ Nhĩ Kỳ, [các phân khúc khác game \(non-gaming\)](#) lại được ưa chuộng nhiều nhất. Facebook, Google, AppLovin và Unity thống trị các phân khúc này tại Thổ Nhĩ Kỳ. Còn ở châu Á - Thái Bình Dương, Facebook và Google Ads là hai cái tên thu hút nhiều nhất chi phí quảng cáo tại phần lớn phân khúc và thị trường, trong khi đó các mạng quảng cáo nội địa cũng đang dần đạt được vị thế nhất định.

Ở phân khúc ứng dụng theo dõi sức khỏe và thể hình, số phiên truy cập năm 2021 đã tăng 120% so với số liệu trung bình của năm 2020.

ADJUST

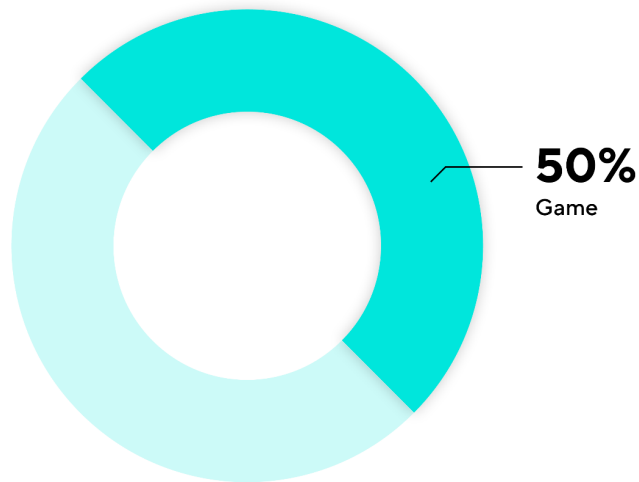


Dựa trên dữ liệu trong nửa đầu năm 2021, Adjust đã phân tích 272 mạng quảng cáo với hơn 6 tỷ lượt cài đặt trả phí và 160 triệu lượt mở ứng dụng từ 5.460 ứng dụng. Khách hàng của Adjust đang hoạt động trên 246 quốc gia, đặc biệt tập trung tại khu vực Bắc Mỹ, EMEA (khu vực châu u, Trung Đông và châu Phi) và APAC (khu vực châu Á - Thái Bình Dương).

- **Game tiếp tục là phân khúc thu hút được nhiều người dùng mới nhất, đặc biệt tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương.** Game chiếm 50% tổng chi phí quảng cáo UA trên tất cả phân khúc. Các công ty hoạt động trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương phân bổ phần lớn chi phí vào game — lên tới 64%. Con số này ở Bắc Mỹ là 57% và ở khu vực châu Âu, Trung Đông và châu Phi là 39%. AppLovin và IronSource là hai kênh đi đầu trong phân khúc này. Các kênh khác như Facebook, Google Ads, TikTok, Unity và Mintegral cũng chiếm thị phần đáng kể.

**Game được phân bổ hơn 50% tổng chi phí quảng cáo. Nếu xét riêng khu vực châu Á - Thái Bình Dương, thì số tiền quảng cáo chi cho game chiếm đến 64% ngân sách.**

**ADJUST**

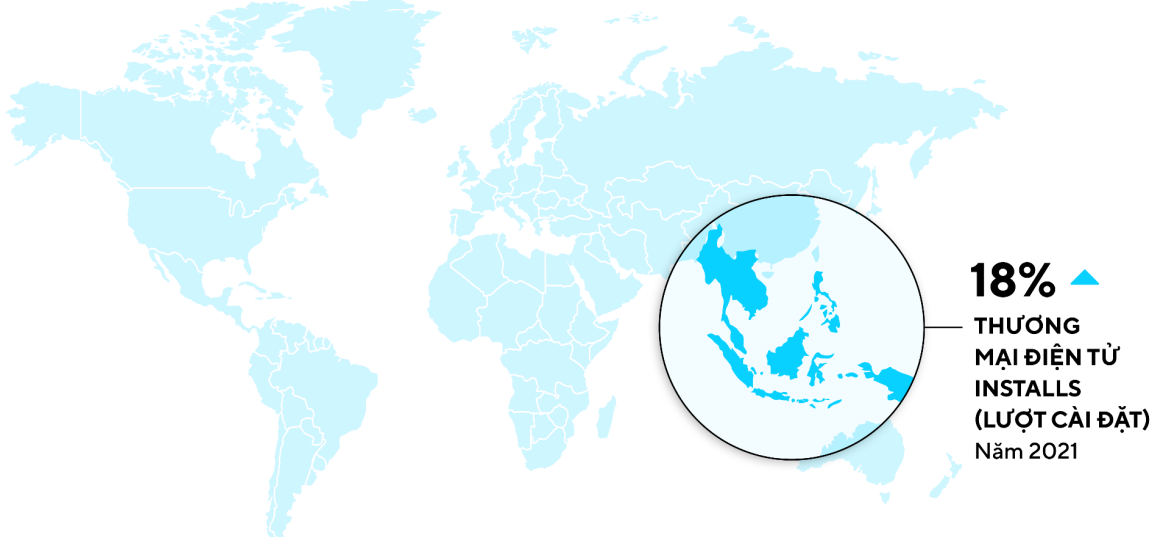


Dựa trên dữ liệu trong nửa đầu năm 2021, Adjust đã phân tích 272 mạng quảng cáo với hơn 6 tỷ lượt cài đặt trả phí và 160 triệu lượt mở ứng dụng từ 5.460 ứng dụng. Khách hàng của Adjust đang hoạt động trên 246 quốc gia, đặc biệt tập trung tại khu vực Bắc Mỹ, EMEA (khu vực châu Âu, Trung Đông và châu Phi) và APAC (khu vực châu Á - Thái Bình Dương).

- **Đông Nam Á dẫn đầu phân khúc thương mại điện tử.** Dữ liệu của Adjust cho thấy lượt cài đặt các ứng dụng thương mại điện tử tại Đông Nam Á đã tăng 18% trong nửa đầu năm 2021 — đặc biệt thị phần bán lẻ số hiện đã [vượt qua Trung Quốc và Ấn Độ](#). Mặc dù Google và Facebook vẫn là hai "ông lớn" nhất khu vực, nhưng các mạng quảng cáo khác như TikTok, Affle, Naver, InMobi và Appier đang ngày càng được nhiều người dùng chú ý, và có thể trở thành đối tác tiềm năng cho chiến lược mua quảng cáo.

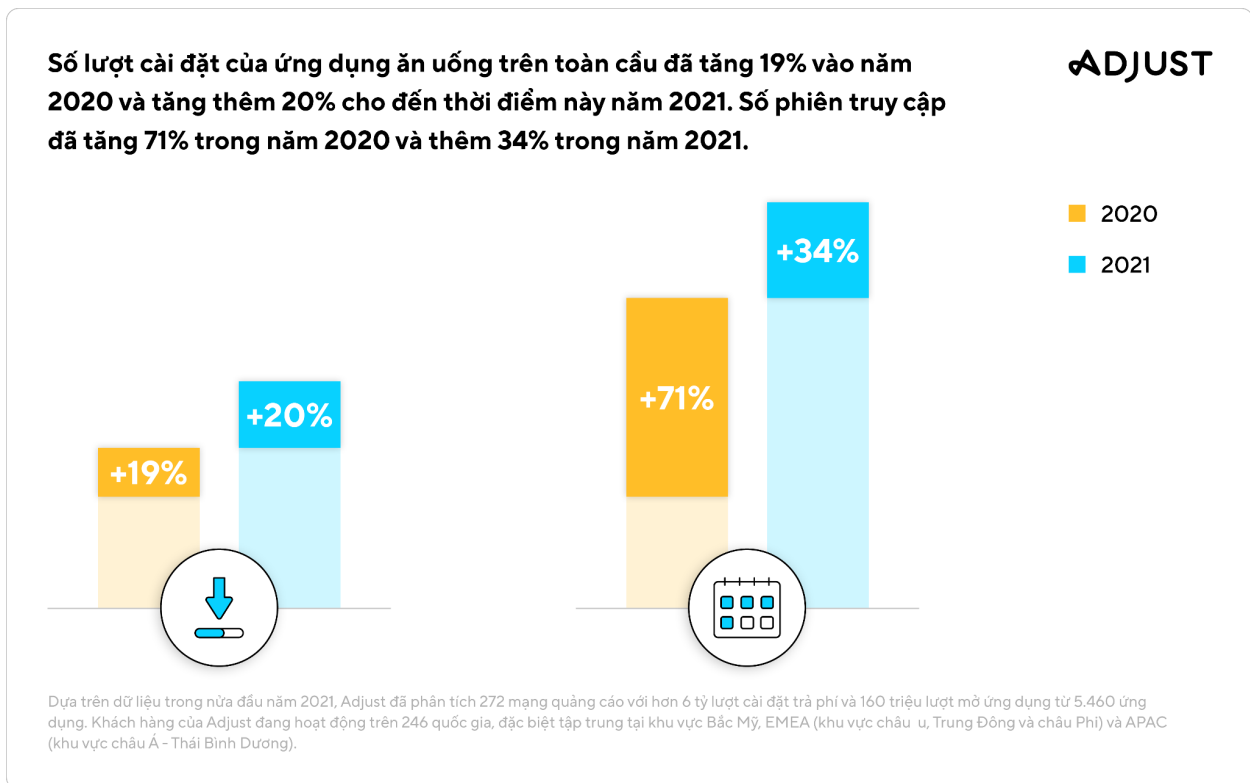
Ở khu vực Đông Nam Á, tính đến thời điểm này năm 2021, số lượt cài đặt của ứng dụng thương mại điện tử đã tăng 18% nếu so với năm 2020 — năm mà ứng dụng đã ghi nhận đợt tăng trưởng rất mạnh.

ADJUST



Dựa trên dữ liệu trong nửa đầu năm 2021, Adjust đã phân tích 272 mạng quảng cáo với hơn 6 tỷ lượt cài đặt trả phí và 160 triệu lượt mở ứng dụng từ 5.460 ứng dụng. Khách hàng của Adjust đang hoạt động trên 246 quốc gia, đặc biệt tập trung tại khu vực Bắc Mỹ, EMEA (khu vực châu u, Trung Đông và châu Phi) và APAC (khu vực châu Á - Thái Bình Dương).

- Các ứng dụng giao đồ ăn vẫn phát triển mạnh sau đợt tăng bùng nổ hồi đầu đại dịch.** Dữ liệu của Adjust cho thấy, biểu đồ tăng trưởng của các ứng dụng đồ ăn và thức uống liên tục đi lên, thậm chí ngay tại thị trường không còn áp dụng lệnh phong tỏa. Xét trên toàn cầu, số lượt cài đặt năm 2020 tăng 19% so với cùng kỳ năm ngoái, và cho đến thời điểm này năm 2021, số liệu đã tăng thêm 20%. Số phiên truy cập còn tăng ấn tượng hơn, 34% cho đến thời điểm này năm 2021, trong khi đó đã tăng 71% vào năm 2020. Google Ads, Facebook và Apple Search Ads là các mạng quảng cáo đóng góp nhiều nhất vào đà tăng trưởng trên — Snap và TikTok là hai cái tên còn lại trong top năm, theo sau nữa là AppLovin, Headway và Digital Turbine.



- Mạng xã hội xuất hiện cơn sốt mới: video dạng ngắn.** Với tổng thời gian người dùng xem các video dạng ngắn càng lúc càng tăng, tiềm năng phát triển của định dạng này cũng càng lúc càng lớn, đưa định dạng này trở thành một công cụ hiệu quả trong lĩnh vực thương mại kết hợp nền tảng xã hội. Mặt khác, Google Ads, TikTok, Snap, Apple Search Ads và Facebook tiếp tục là các nền tảng thống trị trên tất cả phân khúc và trên cả hai hệ điều hành iOS và Android.

Xem chi tiết các phát hiện đáng chú ý của [báo cáo tại đây](#).

###

## **Phương pháp**

Báo cáo Partner Benchmark dành cho Đối tác được xây dựng dựa trên dữ liệu của nửa đầu năm 2021. Adjust đã phân tích 272 mạng quảng cáo cùng hơn 6 tỷ lượt cài đặt trả phí và 160 triệu phiên truy cập từ 5.460 ứng dụng - một bức tranh tổng quan trên tất cả khách hàng của Adjust. Khách hàng của Adjust đang hoạt động trên 246 quốc gia, đặc biệt tập trung tại khu vực Bắc Mỹ, EMEA (khu vực châu Âu, Trung Đông và châu Phi) và APAC (khu vực châu Á - Thái Bình Dương). Kết quả phân tích phản ánh xu hướng chính của toàn ngành, đồng thời đưa ra dữ liệu so sánh với báo cáo ngành cũng như báo cáo [Xu hướng Ứng dụng 2021 của Adjust](#).

## **Giới thiệu về Adjust**

[Adjust](#) là nền tảng phân tích marketing di động được nhiều doanh nghiệp trên toàn thế giới tin tưởng lựa chọn, đặc biệt những doanh nghiệp luôn tìm kiếm giải pháp thúc đẩy tăng trưởng, đo lường và tối ưu hóa chiến dịch, cũng như bảo vệ dữ liệu của người dùng. Adjust cung cấp công nghệ tự động hóa và xử lý thông tin cho hàng ngàn ứng dụng, cùng dịch vụ hỗ trợ trên toàn cầu.

Năm 2021, Adjust được mua lại bởi AppLovin (Nasdaq: APP), nền tảng marketing hàng đầu, chuyên cung cấp cho các nhà phát triển một bộ giải pháp tích hợp và mạnh mẽ để xây dựng ứng dụng. Tìm hiểu thêm về Adjust tại [www.adjust.com/vi](http://www.adjust.com/vi).

## **Thông tin liên hệ**

Trang Huyen  
Media Relations, Priority Consultants  
[Trang.huyen@priorityconsultants.com](mailto:Trang.huyen@priorityconsultants.com)