亿动广告传媒（Madhouse）

官方网址： http://madhouse.cn
公司类型： 数字营销技术公司
参选类别： 金鼠标 10 周年——数字营销影响力公司

公司简介及核心优势

亿动广告传媒（Madhouse）于 2006 年成立，是中国第一家专注于移动广告的平台公司，是中国移动广告行业的开拓者。十二年来，亿动始终致力于为广告主提供最好的移动端广告解决方案，并大力推进移动广告的程序化购买，引领及推动移动营销在中国的发展。

在中国市场稳步发展后，亿动于 2012 年开始国际化战略部署，成功进入印度市场并发展成为了印度移动品牌广告市场份额占有率第一的企业。

同样在 2012 年，亿动广告传媒率先开始帮助中国的手游和移动应用开拓海外市场，在全球范围内提供移动营销解决方案，是移动出海的开拓者和领先者。

2016 年亿动广告传媒成为全球最大的独立移动广告平台，并保持营收连年大幅增长，2017 年营收达 33 亿元，2018 年营收增长了 150%！服务近千家国内外知名品牌类及效果类客户。

亿动广告传媒拥有 4 个广告平台产品，包括：

- PerforMad – 移动应用出海一站式 ROI 优化平台
- PremiumMad – 专注优质流量的移动端广告管理平台（SSP）
- PlayMad – 一站式国内安卓系统推广平台
- TravelMad – 定向全球中国旅行者的移动广告解决方案

亿动广告传媒在中国已设立 3 处办公室，拥有员工超过 200 人。

在自身发展的同时，亿动广告传媒也一直不遗余力地推动移动营销在中国的健康有序发展。亿动作为 MMA 中国无线营销联盟的联合创始人和积极参与者，移动广告标准的制定和推动者，始终致力于中国移动广告行业规范化和透明化。

数字营销领域突出成绩

一、坚持移动广告的程序化，专注移动，坚持国际化

自成立时起，亿动广告传媒就坚持只做数据驱动的移动端广告智能投放。2015 年初，亿动启动移动端程序化购买旗舰平台，搭载数款针对不同广告主需要和广告内容的细分产品。这多款产品组

成了一个完整的产品线，可以独立投放也能组合应用，确保满足品牌广告主、App 开发者、电商/O2O 等客户的需求。

为品牌广告主服务的 PremiumMad 平台，以优质内容/流量为核心。2015 年初，亿动首次提出了 Hero App 的程序化购买，即一个平台对接多个 Hero App，率先在国内实现了优质内容的一站式投放，在保证品牌安全的同时又确保了广告品质的定位。“Hero App”是亿动为优势的移动媒体赋予的定义，通过紧密合作扶植了以墨迹天气为代表的一批 Hero App，构建了新生态。

2012 年，亿动率先迈出国际化的步伐，去拓展更广阔的市场空间。亿动旗下针对移动应用出海的推广平台- PerforMad，历经三次升级，解决广告主在出海时遇到的一些列问题，取得最大化 ROI。PerforMad 整合 Facebook、Google 和 Twitter 三大主流渠道，实现高效投放和管理。不仅能够实现各大渠道自身的优化功能，还能为不同的广告主提供客制化的解决方案，包括创意优化和批量创建，以及行业竞品分析。此外，对于自有 BI 系统的大客户，PerforMad 还推出了客制化 SaaS 解决方案，与广告主通过 Open API 的对接，根据不同游戏的内部特性和运营习惯提供业务模块客制化开发服务。亿动国际化的探索，也带动了行业其他企业一起前行。

2018 年初，亿动发布定向全球中国旅行者的移动广告平台 TravelMad，旨在更好地帮助海外广告主针对不断增长的中国旅行者这一巨大的市场来进行精准推广，提升销售业绩。

2018 年中推出了 PlayMad 平台。提升了原有 Google Android 流量对效果广告主的作用，可以进行一站式的采买，SDK 半天时间就可以集成，最主要的是可以直接对接 Google 的广告数据平台，广告主可以进行更加科学合理的投放优化分析。

2016 年亿动广告传媒的营收总额达 28 亿元，成为全球最大的独立移动广告平台公司。后续保持营收连年大幅增长，2017 年营收达 33 亿元，2018 年营收增长了 150%！

二、致力于移动广告标准化，推动广告透明化，促进行业的健康有序发展

作为移动营销行业的开拓者和领导者，亿动也承担着更加重要的社会责任，在良莠不齐、追求利益的商业当中，坚守商业道德底线，倡导积极正确的价值观。此外，为改变行业不良风气、维护行业秩序、推动行业发展，亿动不遗余力。

亿动作为 MMA 中国无线营销联盟的联合创始人和积极参与者，移动广告标准的制定和推动者，始终致力于中国移动广告行业规范化和规模化。自 2012 年起，亿动的创始人马良骏先生连续六年当选 MMA 中国广告标准委员会主席，全力推进移动广告标准化，促进行业多方合作共赢，包括广告主、广告代理商、需求方平台、第三方监测/验证公司、第三方数据公司、媒体主和供应方平台，期间共制定了 13 个广告标准和白皮书。

数字广告在快速发展的同时，数据造假问题也越发严重。2018 年，亿动马良骏领导的 MMA 中国广告标准委员会，与中广协充分协作，将部分广告标准整合后申请国标。同年，正式发布并启动广告监测及验证统一 SDK，并纳入中广协的中国数字媒体价值评估标准体系中，作为衡量媒体透

明度这一考核指标的重要工具。此外，在亿动的领衔推动下，MMA 中国与中广协合作推出基于区块链技术的 GIVT List 系统 DIF，为解决互联网广告流量痛点开辟了全新的道路。

服务的主要客户

宝洁，联合利华，可口可乐，玛氏箭牌，亿滋，美赞臣，桂格，百胜，麦当劳，康师傅，达能，费列罗，百威，IHG，LVMH，Burberry，Richmont，施华洛世奇，潘朵拉，欧莱雅，CHANEL，资生堂，进口大众，沃尔沃，保时捷，福特，林肯，路虎，纳智捷，Apple，华为，博世，拜耳，VISA，中国建设银行，中国平安，中国银联，爱茉莉，达芙妮，H&M，GAP，海尔，联想，Dell，HP，宜家，芬兰航空，新西兰航空，NIKE，adidas，Puma，拜耳，GSK，安佳，丝塔芙，beats，日立，迪士尼，立邦，清风，Airbnb 等国内外知名品牌。