

2017-2022年中国RTB广告行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国RTB广告行业市场供需预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/296224.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

RTB即实时竞价，是一种利用第三方技术在众多网站中针对每个用户的展示行为进行评估以及出价的竞价技术。

在这种模式下，广告投放需要在每一个展示曝光的基础上进行竞价。同时基于人群定向算法和市场化的竞价机制，广告主可以通过RTB不断优化投放效果。

从效果来看，与传统的购买广告位的方式不同，DSP可帮助广告主实现RTB广告，使广告主可以只对目标人群进行竞价，并对位于多家广告交易平台的在线广告，以合理的价格实时购买高质量的广告库存。

通俗来讲，就是在同一页面中，不同消费者所看到的广告内容会根据其自身特点有所区分，比如关注美妆的女性消费者可以看到化妆品广告，而关注数码信息的男性则可以看到数码产品广告。

除了更有针对性地向目标消费者投放相关广告，RTB还可以有效提升广告转化率。

从国内情况来看，RTB若要取代传统广告营销方式还需要一段时间，需要一个过度的过程。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 RTB广告行业发展综述

第一章 综述篇 1

第一节 RTB广告行业研究背景 1

一、RTB广告行业需求研究测算工具 1

1、RTB行业数据来源 1

2、RTB行业需求测算原则 2

二、AIDAS模型分析工具 2

1、AIDAS模型介绍 2

2、RTB行业需求测算方法 5

三、RTB广告市场盈利方式分析 8

四、RTB市场 10

1、广告销售市场（SSP市场） 10

2、广告需求市场（DSP市场） 12

3、广告交易市场（AdExchange市场） 16

4、数据服务市场（DMP市场） 17

- 5、RTB交易模式 18
- 五、RTB广告行业发展阶段分析 18
 - 1、RTB广告行业发展阶段划分 18
 - 2、中国RTB广告行业所处发展阶段 20
 - 3、中国RTB广告行业发展轨迹预测 20
- 六、RTB广告行业发展环境分析 21
 - 1、互联网广告政策汇总 21
 - 2、网络广告监管现状 23
 - 3、《网络广告法》出台 24
 - 4、其它RTB广告相关政策法规分析 28
- 七、RTB广告行业发展经济环境分析 88
 - 1、经济发展创造广告需求 88
 - 2、2016年宏观经济走势预测 111
- 八、RTB广告行业发展网络环境分析 117
 - 1、互联网产业规模分析 117
 - 2、网络渗透情况分析 123
- 九、RTB广告行业发展技术环境分析 124
- 十、中国RTB广告技术生态分析 129
- 第二节 RTB 129
 - 一、全球RTB广告行业市场发展分析 129
 - 1、全球RTB广告市场规模 129
 - 2、全球RTB广告市场规模预测 129
 - 3、全球RTB广告市场需求分析 130
 - 二、主要国家RTB广告市场发展分析 130
 - 1、美国RTB广告市场 130
 - 2、欧洲RTB广告市场 130
 - 3、日本RTB广告市场 131
 - 三、国内RTB广告行业市场发展分析 131
 - 1、国内RTB广告行业现状 131
 - 2、国内RTB广告行业市场规模 135
 - 3、国内RTB广告行业市场渗透率 135
 - 4、国内RTB广告行业市场需求 136
 - 5、国内RTB广告行业市场认可度 136
 - 6、国内RTB广告市场主体分布 136
 - 7、国内RTB广告市场竞争情况 136

8、国内RTB广告市场发展制约因素 137

第二部分 RTB广告行业市场分析

第二章 需求与投资篇 138

第一节 DSP市场需求与投资分析 138

一、中国DSP市场特点 138

二、中国DSP市场规模 140

三、中国DSP市场竞争情况 140

第二节 中国DSP市场主体分析 141

一、中国DSP市场主体分布 141

二、中国DSP企业盈利模式 141

第三节 中国DSP主要企业分析 141

1、淘宝网 141

2、阿里妈妈 142

3、悠易互通 143

4、品友互动 144

5、随视传媒 144

6、亿动广告传媒 146

7、MediaV 147

8、WiseMedia 148

9、亿玛 149

第四节 中国DSP市场需求分析 150

一、DSP市场广告主行业分布 150

二、DSP市场广告主需求倾向 150

第五节 主要行业类别DSP需求分析 151

一、交通类DSP需求分析 151

1、交通类DSP需求现状 151

2、交通类广告主需求特点 152

二、网游类DSP需求分析 152

1、网游类DSP需求现状 153

2、网游类广告主需求特点 158

3、网游类广告主品牌聚焦 159

三、房地产类DSP需求分析 160

1、房地产类DSP需求现状 160

2、房地产类广告主需求特点 167

3、房地产类广告主品牌聚焦 167

四、食品饮料类DSP需求分析 168

- 1、食品饮料类DSP需求现状 168
- 2、食品饮料类广告主需求特点 177
- 3、食品饮料类广告主品牌聚焦 177

五、化妆浴室用品类DSP需求分析 177

- 1、化妆浴室用品类广告主需求特点 179
- 2、化妆浴室用品类广告主品牌聚焦 179

六、IT产品类DSP需求分析 180

- 1、IT产品类DSP需求现状 180
- 2、IT产品类广告主需求特点 180
- 3、IT产品类广告主品牌聚焦 181

七、金融服务类DSP需求分析 181

- 1、金融服务类DSP需求现状 181
- 2、金融服务类广告主需求特点 183
- 3、金融服务类广告主品牌聚焦 183

八、医疗服务类DSP需求分析 183

- 1、医疗服务类DSP需求现状 183
- 2、医疗服务类广告主需求特点 183
- 3、医疗服务类广告主品牌聚焦 185

第六节 SSP市场需求分析 185

一、中国SSP市场现状 185

- 1、中国SSP市场特点 185
- 2、中国SSP市场规模 185
- 3、中国SSP市场竞争情况 186

二、中国SSP市场主体分析 187

- 1、中国SSP市场媒体对接现状 187
- 2、中国SSP企业盈利模式 187

三、中国SSP主要企业分析 187

- 1、阿里妈妈 187
- 2、易传媒 189
- 3、传漾科技 190
- 4、好耶集团 195
- 5、品友互动 199
- 6、hdtMEDIA 205

四、媒体平台SSP需求分析 206

- 1、门户网站SSP需求现状 206
- 2、门户网站广告位特点 215
- 五、视频网站SSP需求分析 216
 - 1、视频网站SSP需求现状 216
 - 2、视频网站广告位特点 217
- 六、客户端SSP需求分析 218
 - 1、客户端SSP需求现状 218
 - 2、客户端广告位特点 219
- 七、社交网站SSP需求分析 221
 - 1、社交网站SSP需求现状 221
 - 2、社交网站广告位特点 221
- 八、汽车网站DSP需求分析 222
 - 1、汽车网站SSP需求现状 222
 - 2、汽车网站广告位特点 223
- 九、房产网站SSP需求分析 223
 - 1、房产网站SSP需求现状 223
 - 2、房产网站广告位特点 224
- 第七节 ADEXchanges市场需求分析 225
 - 一、中国ADE市场现状 225
 - 1、中国ADE市场特点 225
 - 2、中国ADE市场规模 225
 - 3、中国ADE市场竞争情况 225
 - 二、中国ADE企业盈利模式 226
 - 三、中国ADE主要企业分析 226
 - 1、腾讯 226
 - 2、DoubleClickAdExchange 226
 - 3、Tanx 227
 - 4、秒针系统 228
 - 四、中国ADE市场需求分析 229
 - 1、CookieMapping情况分析 229
 - 2、ADE市场需求倾向 230
 - 五、Adexchange、SSP、DSP、DMP的盈利模式综述 233
 - 六、在线营销行业RTB广告模式分析 233
- 第八节 DMP市场需求分析 239
 - 一、中国DMP市场现状 239

- 1、中国DMP市场特点 239
- 2、中国DMP市场竞争情况 241
- 3、中国DMP技术 242
- 二、中国DMP市场主体分析 243
 - 1、中国DMP市场主体特点 243
 - 2、中国DMP企业盈利模式 243
- 三、中国DMP主要企业分析 243
 - 1、Admaster 244
 - 2、亿玛 246
 - 3、随视传媒 246
 - 4、传漾科技 248
 - 5、易传媒 252
- 第三部分 RTB广告行业投资前景展望
- 第三章 前景篇 255
 - 第一节 中国RTB广告行业市场投资前景 255
 - 一、中国RTB广告业市场总体投资前景 255
 - 1、中国RTB广告业市场规模预测 255
 - 2、中国RTB广告业市场需求预测 255
 - 3、中国RTB广告业市场竞争格局预测 256
 - 二、中国RTB广告业细分市场投资前景 256
 - 1、中国DSP市场投资前景 256
 - 2、中国DSP市场投资机会 257
 - 3、中国DSP市场投资风险分析 259
 - 三、中国SSP市场投资前景 271
 - 1、中国SSP市场周期预测 271
 - 2、中国SSP市场投资机会 271
 - 3、中国SSP市场投资风险分析 271
 - 四、中国ADExchanges市场投资前景 271
 - 1、中国ADE市场周期预测 271
 - 2、中国ADE市场投资机会 272
 - 3、中国ADE市场投资风险分析 272
 - 五、中国DMP市场投资前景 272
 - 1、中国DMP市场周期预测 272
 - 2、中国DMP市场投资机会 272
 - 3、中国DMP市场投资风险分析 273

第二节 中国RTB广告行业市场新触点 274

一、移动互联网RTB广告 274

- 1、移动互联网RTB广告布局 274
- 2、互联网RTB广告向移动端转化前景 275
- 3、移动互联网RTB广告需求预测 277

二、RTB广告自助投放 283

- 1、中小企业RTB广告需求 283
 - 2、RTB广告自助投放平台现状 285
 - 3、RTB广告自助投放瓶颈 286
 - 4、RTB广告自助投放平台前景 287
- ### 三、RTB广告行业市场其它新触点 290

图表目录：

- 图表：2011-2015年中国网络广告规模及预测 9
- 图表：RTB广告行业发展生命周期 20
- 图表：2011-2015年中国GDP数量增长情况 88
- 图表：2015年全部金融机构本外币各项存款余额 88
- 图表：2011-2015年中国公共财政收入情况 89
- 图表：2011-2015年我国进出口额 90
- 图表：2015年我国出口商品数量，金额及增长情况 90
- 图表：2011-2015年中国外汇储备增长情况 90
- 图表：2011-2015年我国粮食产量 91
- 图表：2015年我国社会消费品零售额增速 92
- 图表：2011-2015年我国建筑业增加值 92
- 图表：2011-2015年城镇新增就业人数 93
- 图表：2011-2015年我国电话户数数量 94
- 图表：2015年我国月度固定投资增速 95
- 图表：2015年非金融领域外商投资额及增长情况 95
- 图表：2011-2015年普通及中高等教育招生人数 96
- 图表：2011-2015年国家研究与试验经费支出情况 96
- 图表：2011-2015年我国卫生技术人员情况 97
- 图表：2015年我国发电量日均产量及同比增速 97
- 图表：2015年我国钢材日均产量及同比增速 98
- 图表：2015年我国水泥日均产量及同比增速 98
- 图表：2015年我国原油加工量日均产量及同比增速 99
- 图表：2015年我国十种有色金属日均产量及同比增速 99

- 图表：2015年我国乙烯日均产量及同比增速 99
- 图表：2015年我国汽车日均产量及同比增速 100
- 图表：2015年我国轿车日均产量及同比增速 100
- 图表：2015年国内PPI指数 100
- 图表：2015年中国电子商务服务企业区域分布图 102
- 图表：2011-2015年中国电子商务服务企业直接从业人员规模 103
- 图表：2011-2015年中国电子商务服务企业带动从业人员规模 103
- 图表：2011-2015年中国B2B市场交易规模 104
- 图表：2011-2015年中国B2B电子商务企业规模 104
- 图表：2011-2015年中国B2B电子商务营收规模 105
- 图表：2015年中国B2B服务商市场份额占比图 105
- 图表：2011-2015年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模 106
- 图表：2015年网络购物投诉情况 108
- 图表：2015年电子商务用户投诉涉及金额情况 108
- 图表：2015年电子商务用户投诉热点地区情况 109
- 图表：2015年电子商务用户投诉男女比例 110
- 图表：2015年电子商务细分行业投融资比例 110
- 图表：互联网技术 127
- 图表：中国RTB广告技术生态分析 129
- 图表：2012-2015年DSP展示类广告规模及预测 138
- 图表：2011-2015年第三方DSP广告购买方式占比 139
- 图表：四种DSP服务模式 140
- 图表：2011-2015年中国网络游戏广告主数量变化情况 153
- 图表：2015年中国网络游戏上市规模收入TOP10 154
- 图表：2011-2015年中国网络游戏广告投放金额 155
- 图表：2011-2015年中国网络游戏广告主投放天数 156
- 图表：2011-2015年中国网络游戏广告投放金额 157
- 图表：2011-2015年房地产广告投放数量 160
- 图表：2010-2015年房地产报纸广告投放量 161
- 图表：2011-2015年全国土地出让金额 162
- 图表：2015年食品饮料品牌网络广告总投放费用预估 168
- 图表：2015年食品饮料类品牌网络广告投放媒体类排行 169
- 图表：2011-2015年中国主要类别网络广告投放金额 178
- 图表：2011-2015年中国主要媒体类广告收入预估 179
- 图表：2015年中国数码IT类公司广告投放预估排行 180

- 图表：2015年金融服务行业媒体广告投入份额 181
- 图表：2015年银行资产与广告投放情况 182
- 图表：2015年银行广告投放产品情况 182
- 图表：2015年门户网站广告收入情况 206
- 图表：主要门户网站广告收入及增长情况 207
- 图表：增值服务收入情况 208
- 图表：新浪净利润来源 210
- 图表：网易净利润来源 211
- 图表：搜狐收入来源情况 213
- 图表：凤凰收入来源 214
- 图表：2011-2015年全球社交网络广告收入规模 221
- 图表：中国汽车市场规模 223
- 图表：2017-2022年我国RTB（DSP）广告市场预测 255
- 图表：2016-2022中国RTB(DSP)需求预测 256
- 图表：2011-2015年中国移动电子商务用户规模 278
- 图表：2011-2015年中国移动电子商务实物交易用户规模 279
- 图表：中国网民在移动设备上购物的地点分布 279
- 图表：2015年中国手机网购人群年龄分布 279
- 图表：通过移动端访问购物网站的中国用户年龄层分布 280
- 图表：中国网民在移动设备上购物的地点分布 280
- 图表：2011-2015年中国移动电子商务市场规模增长图 281
- 图表：2015年中国移动电子商务市场购物平台市场份额占比状况 281
- 图表：中国电商企业开展移动电商的时间情况 282
- 图表：中国电商企业发展移动电子商务的动机 282
- 图表：中国电商Top30企业的移动电子商务交易规模分布 283

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296224.html>