



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国RTB广告行业 发展趋势及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国RTB广告行业发展趋势及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/253372.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第1章：综述篇

1.1 RTB广告行业研究背景

1.1.1 RTB广告行业需求研究测算工具

- (1) RTB行业数据来源
- (2) RTB行业需求测算原则
- (3) AIDAS模型分析工具

1) AIDAS模型介绍

2) RTB行业需求测算方法

- (4) RTB行业需求测算局限

1.1.2 RTB广告市场盈利方式分析

- (1) RTB广告交易模式
- (2) RTB广告行业市场盈利方式

1) 广告销售市场（SSP市场）

2) 广告需求市场（DSP市场）

3) 广告交易市场（Ad Exchange市场）

4) 数据服务市场（DMP市场）

1.1.3 RTB广告行业发展阶段分析

- (1) RTB广告行业发展阶段划分
- (2) 中国RTB广告行业所处发展阶段
- (3) 中国RTB广告行业发展轨迹预测

1.1.4 RTB广告行业发展环境分析

- (1) RTB广告行业发展政策环境分析

1) 2011-2014年互联网广告政策汇总

2) 网络广告监管现状

3) 《广告法》对RTB广告的效用分析

4) 《网络广告法》出台

5) 其它RTB广告相关政策法规分析

- (2) RTB广告行业发展经济环境分析

1) 经济发展创造广告需求

1、宏观经济与网络广告相关性分析

2、国内经济环境对RTB广告市场需求的影响

2) 2014年宏观经济走势预测

(3) RTB广告行业发展网络环境分析

1) 网络发展推动广告需求

1、互联网产业规模分析

2、网络渗透情况分析

2) 互联网广告市场竞争分析

(4) RTB广告行业发展技术环境分析

1) 互联网技术发展分析

2) 中国RTB广告技术生态分析

1.2 RTB广告行业国内外市场发展分析

1.2.1 全球RTB广告行业市场发展分析

(1) 全球RTB广告市场现状及预测

1) 全球RTB广告市场规模

2) 全球RTB广告市场规模预测

3) 全球RTB广告市场需求分析

4) 全球RTB广告市场需求预测

(2) 主要国家RTB广告市场发展分析

1) 主要国家RTB广告市场对比

2) 美国RTB广告市场

1、RTB广告市场规模分析

2、RTB广告市场需求分析

3) 欧洲RTB广告市场

1、RTB广告市场规模分析

2、RTB广告市场需求分析

4) 日本RTB广告市场

1、RTB广告市场规模分析

2、RTB广告市场需求分析

1.2.2 国内RTB广告行业市场发展分析

(1) 国内RTB广告行业现状

(2) 国内RTB广告行业市场规模分析

1) 国内RTB广告行业市场规模

- 2) 国内RTB广告行业市场渗透率
- (3) 国内RTB广告行业市场需求分析
- 1) 国内RTB广告行业市场需求
- 2) 国内RTB广告行业市场认可度
- (4) 国内RTB广告行业市场竞争分析
- 1) 国内RTB广告市场主体分布
- 2) 国内RTB广告市场竞争情况
- (5) 国内RTB广告市场发展制约因素

第2章：需求与投资篇

2.1 DSP市场需求与投资分析

2.1.1 中国DSP市场现状

- (1) 中国DSP市场特点
- (2) 中国DSP市场规模
- (3) 中国DSP市场竞争情况

2.1.2 中国DSP市场主体分析

- (1) 中国DSP市场主体分布
- (2) 中国DSP企业盈利模式
- (3) 中国DSP主要企业分析

- 1) 淘宝网
- 2) 阿里妈妈
- 3) 悠易互通
- 4) 品友互动
- 5) 随视传媒
- 6) 亿动广告传媒
- 7) MediaV
- 8) WiseMedia

2.1.3 中国DSP市场需求分析

- (1) DSP市场广告主行业分布
- (2) DSP市场广告主需求倾向
- (3) 主要行业类别DSP需求分析

1) 交通类DSP需求分析

1、交通类DSP需求现状

- 2、交通类广告主需求特点
- 3、交通类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

2) 网游类DSP需求分析

- 1、网游类DSP需求现状
- 2、网游类广告主需求特点
- 3、网游类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

3) 房地产类DSP需求分析

- 1、房地产类DSP需求现状
- 2、房地产类广告主需求特点
- 3、房地产类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

4) 食品饮料类DSP需求分析

- 1、食品饮料类DSP需求现状
- 2、食品饮料类广告主需求特点
- 3、食品饮料类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

5) 化妆浴室用品类DSP需求分析

- 1、化妆浴室用品类DSP需求现状
- 2、化妆浴室用品类广告主需求特点
- 3、化妆浴室用品类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

6) IT产品类DSP需求分析

- 1、IT产品类DSP需求现状
- 2、IT产品类广告主需求特点
- 3、IT产品类广告主品牌聚焦
- 4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

7) 金融服务类DSP需求分析

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

4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

8) 医疗服务类DSP需求分析

1、医疗服务类DSP需求现状

2、医疗服务类广告主需求特点

3、医疗服务类广告主品牌聚焦

4、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

(4) 基于AIDAS模型的DSP市场需求预测

1) DSP市场需求解构

2) DSP市场需求预测

2.1.4 中国DSP市场投资分析

(1) DSP市场投资现状

(2) DSP市场投资方式

(3) DSP市场投资回报分析

2.2 SSP市场需求分析

2.2.1 中国SSP市场现状

(1) 中国SSP市场特点

(2) 中国SSP市场规模

(3) 中国SSP市场竞争情况

2.2.2 中国SSP市场主体分析

(1) 中国SSP市场媒体对接现状

(2) 中国SSP企业盈利模式

(3) 中国SSP主要企业分析

1) 阿里妈妈

2) 易传媒

3) 传漾科技

4) 好耶集团

5) 品友互动

6) hdtMEDIA

2.2.3 中国SSP市场需求分析

(1) SSP市场媒体平台类型分布

(2) SSP市场媒体平台需求倾向

(3) 媒体平台SSP需求分析

1) 门户网站SSP需求分析

- 1、门户网站SSP需求现状
- 2、门户网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

2) 视频网站SSP需求分析

- 1、视频网站SSP需求现状
- 2、视频网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

3) 客户端SSP需求分析

- 1、客户端SSP需求现状
- 2、客户端广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

4) 社交网站SSP需求分析

- 1、社交网站SSP需求现状
- 2、社交网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

5) 新闻网站SSP需求分析

- 1、新闻网站SSP需求现状
- 2、新闻网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

6) 汽车网站DSP需求分析

- 1、汽车网站SSP需求现状
- 2、汽车网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

7) 房产网站SSP需求分析

- 1、房产网站SSP需求现状
- 2、房产网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

8) IT网站SSP需求分析

- 1、IT网站SSP需求现状
- 2、IT网站广告位特点
- 3、基于AIDAS模型的DSP需求潜力分析

(4) 基于AIDAS模型的SSP市场需求预测

1) SSP市场需求解构

2) SSP市场需求预测

2.2.4 中国SSP市场投资分析

(1) SSP市场投资现状

(2) SSP市场投资方式

(3) SSP市场投资回报分析

2.3 AD Exchanges市场需求分析

2.3.1 中国ADE市场现状

(1) 中国ADE市场特点

(2) 中国ADE市场规模

(3) 中国ADE市场竞争情况

2.3.2 中国ADE市场主体分析

(1) 中国ADE市场主体特点

(2) 中国ADE企业盈利模式

(3) 中国ADE主要企业分析

1) 腾讯

2) Doubleclick Ad Exchange

3) Tanx

4) 百度

5) 秒针系统

2.3.3 中国ADE市场需求分析

(1) Cookie Mapping情况分析

(2) ADE市场需求倾向

(3) ADE市场需求预测

2.3.4 中国ADE市场投资分析

(1) ADE市场投资现状

(2) ADE市场投资方式

(3) ADE市场投资回报分析

2.4 DMP市场需求分析

2.4.1 中国DMP市场现状

(1) 中国DMP市场特点

(2) 中国DMP市场规模

(3) 中国DMP市场竞争情况

2.4.2 中国DMP市场主体分析

(1) 中国DMP市场主体特点

(2) 中国DMP企业盈利模式

(3) 中国DMP主要企业分析

1) Admaster

2) 亿玛

3) 随视传媒

4) 传漾科技

5) 易传媒

2.4.3 中国DMP市场需求分析

(1) 网络数据处理需求分析

(2) DMP市场需求倾向

(3) DMP市场需求预测

2.4.4 中国DMP市场投资分析

(1) DMP市场投资现状

(2) DMP市场投资方式

(3) DMP市场投资回报分析

第3章：前景篇

3.1 中国RTB广告行业市场投资前景

3.1.1 中国RTB广告业市场总体投资前景

(1) 中国RTB广告业市场规模预测

(2) 中国RTB广告业市场需求预测

(3) 中国RTB广告业市场竞争格局预测

3.1.2 中国RTB广告业细分市场投资前景

(1) 中国DSP市场投资前景

1) 中国DSP市场周期预测

2) 中国DSP市场投资机会

3) 中国DSP市场投资风险分析

(2) 中国SSP市场投资前景

1) 中国SSP市场周期预测

- 2) 中国SSP市场投资机会
- 3) 中国SSP市场投资风险分析
 - (3) 中国AD Exchanges市场投资前景

- 1) 中国ADE市场周期预测
- 2) 中国ADE市场投资机会
- 3) 中国ADE市场投资风险分析
 - (4) 中国DMP市场投资前景

- 1) 中国DMP市场周期预测
- 2) 中国DMP市场投资机会
- 3) 中国DMP市场投资风险分析

3.2 中国RTB广告行业市场新触点

3.2.1 移动互联网RTB广告

- (1) 移动互联网RTB广告布局
- (2) 互联网RTB广告向移动端转化前景
- (3) 移动互联网RTB广告需求预测

3.2.2 RTB广告自助投放

- (1) 中小企业RTB广告需求
- (2) RTB广告自助投放平台现状
- (3) RTB广告自助投放瓶颈
- (4) RTB广告自助投放平台前景

3.2.3 RTB广告行业市场其它新触点

图表目录：

图表1：AIDAS模型结构分析

图表2：RTB广告交易模式分析

图表3：2011-2014年互联网广告政策汇总

图表4：GDP增速与网络广告市场规模增速对比分析（单位：%）

图表5：2008-2014年中国互联网产业总体经济规模分析（单位：亿元，%）

图表6：2008-2014年中国网民规模分析（单位：万人，%）

图表7：2011-2014年中国不同形式网络广告市场份额（单位：%）

图表8：2008-2014年中国互联网技术相关专利申请情况分析（单位：件，%）

图表9：中国RTB广告技术生态分析

图表10：2015-2020年全球RTB广告市场规模分析（单位：亿美元，%）

图表11：2014年全球主要行业对RTB广告需求情况分析（单位：%）

图表12：2011-2020年主要国家RTB广告支出增速对比（单位：%）

图表13：2012-2020年美国RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）

图表14：2014年美国各行业RTB广告支出排名

图表15：2012-2020年主要欧洲国家RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）

图表16：2012-2020年日本RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）

图表17：国内RTB广告市场主体分析

图表18：2011-2014年中国RTB广告市场规模分析（单位：亿元，%）

图表19：2014年中国网络广告市场媒体营收规模Top10（单位：亿元）

图表20：淘宝网DSP平台分析

图表21：阿里妈妈DSP平台分析

图表22：悠易互通DSP平台分析

图表23：品友互动DSP平台分析

图表24：随视传媒DSP平台分析

图表25：亿动广告传媒DSP平台分析

图表26：MediaV DSP平台分析

图表27：WiseMedia DSP平台分析

图表28：2011-2014年中国主要行业类别网络广告投放费用分析（单位：亿元，%）

图表29：2010-2014年汽车品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表30：2010-2014年网游品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表31：2010-2014年房地产品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表32：2010-2014年食品饮料品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表33：2010-2014年化妆浴室用品品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表34：2010-2014年IT产品品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表35：2010-2014年金融服务品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表36：2010-2014年医疗服务品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）

图表37：阿里妈妈SSP平台分析

图表38：易传媒SSP平台分析

图表39：传漾科技SSP平台分析

图表40：好耶集团SSP平台分析

图表41：品友互动SSP平台分析

图表42：hdtMEDIA SSP平台分析

图表43：2011-2014年中国主要网络媒体类别广告收入分析（单位：亿元，%）

图表44：2010-2014年门户网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表45：2010-2014年视频网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表46：2010-2014年客户端网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表47：2010-2014年社交网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表48：2010-2014年新闻网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表49：2010-2014年汽车网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

图表50：2010-2014年房产网站网络广告收入分析（单位：万元，%）

·略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253372.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。