2015-2022年中国rtb广告行业分析及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国rtb广告行业分析及发展策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201509/28-189592.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

美国RTB技术早于国内三年，据知名的市场研究机构eMarketer预测，2013年RTB广告将占美国展示广告19%的市场份额，预计到2017年份额将攀升至29%。

国内已经诞生四十多家互联网广告 DSP，如易传媒、品友互动、悠易互通等。在媒体端，腾讯、百度、阿里巴巴皆推出了广告交易平台（Ad Exchange）。DSP服务于广告主或代理公司，以RTB实时竞价和非RTB形式结合，进行多种媒体资源(包括Ad Network、SSP、Ad Exchange等)的购买，实时竞价模式的RTB广告会很快全面移植中国，以及chinapex创略中国国内第一家独立的数字媒体交易平台（Media Trading Desk），对接了国内外多个DSP、Ad Network、SSP、Ad Exchange。

报告目录：

第1章：rtb广告行业研究背景
1.1 rtb广告行业需求研究测算工具
1.1.1 rtb行业数据来源
1.1.2 rtb行业需求测算原则
1.1.3 aidas模型分析工具
（1）aidas模型介绍
（2）rtb行业需求测算方法
1.1.4 rtb行业需求测算局限
1.2 rtb广告市场盈利方式分析
1.2.1 rtb广告交易模式
1.2.2 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（adexchange市场）
（4）数据服务市场（dmp市场）
1.3 rtb广告行业发展阶段分析
1.3.1 rtb广告行业发展阶段划分
1.3.2 中国rtb广告行业所处发展阶段
1.3.3 中国rtb广告行业发展轨迹预测

1.4 rtb广告行业发展环境分析
1.4.1 rtb广告行业发展政策环境分析
（1）2011-2015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
1.4.2 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）2015年宏观经济走势预测
1.4.3 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
1.4.4 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

第2章：rtb广告行业国内外市场发展分析
2.1 全球rtb广告行业市场发展分析
2.1.1 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
2.1.2 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
2.2 国内rtb广告行业市场发展分析
2.2.1 国内rtb广告行业现状
2.2.2 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
2.2.3 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
2.2.4 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
2.2.5 国内rtb广告市场发展制约因素

第3章：dsp市场需求与投资分析
3.1 中国dsp市场现状
3.1.1 中国dsp市场特点
3.1.2 中国dsp市场规模
3.1.3 中国dsp市场竞争情况
3.2 中国dsp市场主体分析
3.2.1 中国dsp市场主体分布
3.2.2 中国dsp企业盈利模式
3.2.3 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
3.3 中国dsp市场需求分析
3.3.1 dsp市场广告主行业分布
3.3.2 dsp市场广告主需求倾向
3.3.3 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
3.3.4 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
3.4 中国dsp市场投资分析
3.4.1 dsp市场投资现状
3.4.2 dsp市场投资方式
3.4.3 dsp市场投资回报分析

第4章：ssp市场需求分析
4.1 中国ssp市场现状
4.1.1 中国ssp市场特点
4.1.2 中国ssp市场规模
4.1.3 中国ssp市场竞争情况
4.2 中国ssp市场主体分析
4.2.1 中国ssp市场媒体对接现状

4.2.2 中国ssp企业盈利模式
4.2.3 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
4.3 中国ssp市场需求分析
4.3.1 ssp市场媒体平台类型分布
4.3.2 ssp市场媒体平台需求倾向
4.3.3 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
4.3.4 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
4.4 中国ssp市场投资分析
4.4.1 ssp市场投资现状
4.4.2 ssp市场投资方式
4.4.3 ssp市场投资回报分析

第5章：adexchanges市场需求分析
5.1 中国ade市场现状
5.1.1 中国ade市场特点
5.1.2 中国ade市场规模
5.1.3 中国ade市场竞争情况
5.2 中国ade市场主体分析
5.2.1 中国ade市场主体特点
5.2.2 中国ade企业盈利模式
5.2.3 中国ade主要企业分析
（1）腾讯
（2）doubleclickadexchange
（3）tanx

（4）百度
（5）秒针系统
5.3 中国ade市场需求分析
5.3.1 cookiemapping情况分析
5.3.2 ade市场需求倾向
5.3.3 ade市场需求预测
5.4 中国ade市场投资分析
5.4.1 ade市场投资现状
5.4.2 ade市场投资方式
5.4.3 ade市场投资回报分析

第6章：dmp市场需求分析
6.1 中国dmp市场现状
6.1.1 中国dmp市场特点
6.1.2 中国dmp市场规模
6.1.3 中国dmp市场竞争情况
6.2 中国dmp市场主体分析
6.2.1 中国dmp市场主体特点
6.2.2 中国dmp企业盈利模式
6.2.3 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
6.3 中国dmp市场需求分析
6.3.1 网络数据处理需求分析
6.3.2 dmp市场需求倾向
6.3.3 dmp市场需求预测
6.4 中国dmp市场投资分析
6.4.1 dmp市场投资现状
6.4.2 dmp市场投资方式

6.4.3 dmp市场投资回报分析

第7章：中国rtb广告行业市场投资前景
7.1 中国rtb广告业市场总体投资前景
7.1.1 中国rtb广告业市场规模预测
7.1.2 中国rtb广告业市场需求预测
7.1.3 中国rtb广告业市场竞争格局预测
7.2 中国rtb广告业细分市场投资前景
7.2.1 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
7.2.2 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
7.2.3 中国adexchanges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
7.2.4 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

第8章：中国rtb广告行业市场新触点
8.1 移动互联网rtb广告
8.1.1 移动互联网rtb广告布局
8.1.2 互联网rtb广告向移动端转化前景
8.1.3 移动互联网rtb广告需求预测
8.2 rtb广告自助投放
8.2.1 中小企业rtb广告需求

8.2.2 rtb广告自助投放平台现状
8.2.3 rtb广告自助投放瓶颈
8.2.4 rtb广告自助投放平台前景
8.3 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3：2011-2015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5：2008-2015年中国互联网产业总体经济规模分析（单位：亿元，%）
图表6：2008-2015年中国网民规模分析（单位：万人，%）
图表7：2011-2015年中国不同形式网络广告市场份额（单位：%）
图表8：2008-2015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10：2015-2022年全球rtb广告市场规模分析（单位：亿美元，%）
图表11：2015年全球主要行业对rtb广告需求情况分析（单位：%）
图表12：2015-2022年主要国家rtb广告支出增速对比（单位：%）
图表13：2015-2022年美国rtb广告支出分析（单位：十亿美元，%）
图表14：2015年美国各行业rtb广告支出排名
图表15：2015-2022年主要欧洲国家rtb广告支出分析（单位：十亿美元，%）
图表16：2015-2022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18：2011-2015年中国rtb广告市场规模分析（单位：亿元，%）
图表19：2015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：mediavdsp平台分析

图表27：wisemediadsp平台分析
图表28：2011-2015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29：2010-2015年汽车品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表30：2010-2015年网游品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表31：2010-2015年房地产品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表32：2010-2015年食品饮料品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表33：2010-2015年化妆浴室用品品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表34：2010-2015年it产品品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表35：2010-2015年金融服务品牌网络广告投放分析（单位：万元，%）
图表36：2010-2015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：hdtmediassp平台分析
图表43：2011-2015年中国主要网络媒体类别广告收入分析（单位：亿元，%）
图表44：2010-2015年门户网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表45：2010-2015年视频网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表46：2010-2015年客户端网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表47：2010-2015年社交网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表48：2010-2015年新闻网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表49：2010-2015年汽车网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表50：2010-2015年房产网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表51：2010-2015年it网站网络广告收入分析（单位：万元，%）
图表52：腾讯ade平台分析
图表53：doubleclickadexchange平台分析
图表54：tanxade平台分析
图表55：百度ade平台分析
图表56：秒针系统ade平台分析
图表57：admaster数据处理能力分析
图表58：亿玛数据处理能力分析

图表59：随视传媒数据处理能力分析
图表60：传漾samedata平台分析
图表61：易传媒数据处理能力分析
图表62：2015-2022年中国rtb广告业市场规模预测（单位：亿元，%
……略

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201509/28-189592.html