2017-2022年中国RTB广告市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国RTB广告市场运行态势及投资战略研究报告》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.chyxx.com/research/201609/449663.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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广告一般而言是网络广告的一种，RTB是“Real Time Bidding”的缩写，意思就是“实时竞价”，即在每个广告展示曝光的基础上进行实时竞价的新兴广告类型。RTB模式是网络广告行业新型的购买模式，与传统的PPC广告（根据用户数量计费）、CPM广告（一千次浏览计费）、CPC广告（每点击一次计费）、Monthly Flat（包月计费）、Daily Flat（包天计费）等相比RTB就是在每个广告展示曝光的基础上进行竞价。在展示型广告市场上，交易的货品是每个广告展示的曝光，需求方是广告商和代理商，供应方就是各大媒体，那么效益最大化的竞价策略就是在每个广告展示曝光的基础上，根据这个展示曝光的需求量，在支持维克瑞拍卖模式的大环境下，给出不同的竞价进行类似拍卖意义的交易，这就是RTB广告。

RTB广告的特点在于，广告平台（即供应方平台：互联网广告提供者 SSP）售卖的不仅仅是传统意义上的广告位了，而是访问这个广告位的具体用户，这个用户会有自己的兴趣爱好，广告如果能够投其所好就能产生最大的收益。这样的用户在互联网海洋里可是稀缺资源，他完全有魅力让广告主来竞相竞价获得在用户面前展现自己的机会，RTB广告放大了网络广告的指向性和精准度，并将网络广告的作用发挥到一个崭新的水平，使需求方的效益最大化。

2014年，移动广告（包移动搜索广告、应用广告、移动视频广告等）市场规模为296.9亿，在过去三年中（2012年至2014年）均保持超过100%的增速。预计未来移动广告将继续保持高速增长，并且增长率远高于网络广告市场增速。未来移动广告将成为互联网广告增长的主要拉动力量。

2011-2018年中国移动互联网市场规模预测

2012-2018年中国互联网广告及移动广告市场规模对比图

2012-2018年中国互联网广告及移动广告市场规模增长率

2012-2018年中国互联网广告市场规模预测

2012-2018年中国移动广告市场规模预测

智研咨询发布的《2017-2022年中国RTB广告市场运行态势及投资战略研究报告》共八章。首先介绍了RTB广告产业相关概念及发展环境，接着分析了中国RTB广告行业规模及消费需求，然后对中国RTB广告行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国RTB广告行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国RTB广告行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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年以来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）2016年宏观经济走势预测
2008-2015年全国GDP及同比增速
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（ZY CW）
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

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201609/449663.html