

2015-2020年中国RTB广告行业市场监测及前景深度调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国RTB广告行业市场监测及前景深度调查报告》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.bosidata.com/chuanmei1502/278029OMJP.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-04-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国RTB广告行业市场监测及前景深度调查报告》共三章。报告介绍了RTB广告行业相关概述、中国RTB广告产业运行环境、分析了中国RTB广告行业的现状、中国RTB广告行业竞争格局、对中国RTB广告行业做了重点企业经营状况分析及中国RTB广告产业发展前景与投资预测。您若想对RTB广告产业有个系统的了解或者想投资RTB广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2002年之前，网络广告以新浪、搜狐等网站品牌广告为主，采取包断模式，固定广告位；2002年到2011年，搜索引擎关键字广告快速增长，与展示广告两分天下。易观网数据显示，截至2013年第2季度，关键字广告占中国互联网广告市场的比例为40.6%。

从2011年开始，互联网广告行业发生新的变化，展示广告领域出现实时竞价RTB技术，传统的人工谈判和流量包断模式慢慢被颠覆，此前的媒体投放已无法满足广告主越来越精细的要求。

截至2012年底，国内RTB广告在整个展示广告中占比 仍然非常小。业内知名的悠易互通首席执行官周文彪估计，2012年，RTB广告占比约0.5%，预计今年达到3%-5%，这一数字到2016年可能达到 20%-30%，成为与搜索引擎关键字广告并驾齐驱的另外一个增长点。

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、2012-2014年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、2014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、MediaV147

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、DoubleClickAdExchange226

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：2011-2014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：2011-2014中国GDP数量增长情况 88

图表：2013年全部金融机构本外币各项存款余额88

图表：2011-2014年中国公共财政收入情况 89

图表：2011-2014年我国进出口额 90

图表：2013年我国出口商品数量，金额及增长情况 90

图表：2011-2014年中国外汇储备增长情况 90

图表：2011-2014我国粮食产量 91

图表：2013年我国社会消费品零售额增速 92

图表：2011-2014年我国建筑业增加值 92

图表：2011-2014城镇新增就业人数 93

图表：2011-2014我国电话户数数量 94

图表：2013年我国月度固定资产投资增速 95

图表：2013年非金融领域外商投资额及增长情况95

图表：2011-2014年普通及中高等教育招生人数 96

图表：2011-2014年国家研究与试验经费支出情况 96

图表：2011-2014年我国卫生技术人员情况 97

图表：2013年我国发电量日均产量及同比增速 97

图表：2013年我国钢材日均产量及同比增速98

图表：2013年我国水泥日均产量及同比增速98

图表：2013年我国原油加工量日均产量及同比增速 99

图表：2013年我国十种有色金属日均产量及同比增速99

图表：2013年我国乙烯日均产量及同比增速99

图表：2013年我国汽车日均产量及同比增速100

图表：2013年我国轿车日均产量及同比增速100

图表：2013年1月国内PPI指数 100

图表：2013年2月国内PPI指数 100

图表：2013年3月国内PPI指数 100

图表：2013年4月国内PPI指数 101

图表：2013年5月国内PPI指数 101

图表：2013年6月国内PPI指数 101

图表：2013年上半年中国电子商务服务企业区域分布图 102

图表：2009-2014年中国电子商务服务企业直接从业人员规模 103

图表：2009-2014年中国电子商务服务企业带动从业人员规模 103

图表：2009-2014年中国B2B市场交易规模104

图表：2009-2014年中国B2B电子商务企业规模104

图表：2009-2014年中国B2B电子商务营收规模105

图表：2013年上半年中国B2B服务商市场份额占比图 105

图表：2009-2014年使用第三方电子商务平台中小企业用户规模 106

图表：2013年上半年网络购物投诉情况108

图表：2013年上半年电子商务用户投诉涉及金额情况108

图表：2013年上半年电子商务用户投诉热点地区情况109

图表：2013年上半年电子商务用户投诉男女比例110

图表：2013年上半年电子商务细分行业投融资比例 110

图表：互联网技术1127

图表：互联网技术2127

图表：互联网技术3128

图表：互联网技术4128

图表：中国RTB广告技术生态分析129

图表：2012-2017DSP展示类广告规模及预测 138

图表：2012-2017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：2004-2013中国网络游戏广告主数量变化情况 153

图表：2013年Q1中国网络游戏上市规模收入TOP10 154

图表：2004-2013年中国网络游戏广告投放金额 155

图表：2004-2013年中国网络游戏广告主投放天数 156

图表：2012Q1-2013Q1中国网络游戏广告投放金额157

图表：2011Q1-2013年房地产广告投放数量 160

图表：2010-2013年房地产报纸广告投放量 161

图表：2011-2014全国土地出让金额 162

图表：2013年12月食品饮料品牌网络广告总投放费用预估 168

图表：2013年12月食品饮料类品牌网络广告投放媒体类排行 169

图表：2012Q2-2013Q2中国主要类别网络广告投放金额178

图表：2012Q2-2013Q2中国主要媒体类广告收入预估 179

图表：2013年4月中国数码IT类公司广告投放预估排行180

图表：2013年金融服务行业媒体广告投入份额 181

图表：2013年银行资产与广告投放情况182

图表：2013年银行广告投放产品情况 182

图表：2013年第四季度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：2011-2014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：2015-2020年我国RTB（DSP）广告市场预测255

图表：2015-2020中国RTB(DSP)需求预测 256

图表：2008-2014年中国移动电子商务用户规模 278

图表：2009-2014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：2012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：2008-2013年中国移动电子商务市场规模增长图 281

图表：2013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

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

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/278029OMJP.html>