

# 2017-2022年中国RTB广告市场调查与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国RTB广告市场调查与发展前景报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/U72719WM4G.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国RTB广告市场调查与发展前景报告》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：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/U72719WM4G.html>