

2014-2020年中国RTB广 告行业监测与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国RTB广告行业监测与投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201409/111600.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2013年国内外宏观经济逐步回升。2013年中国经济增长呈“V”态势，进入第三季度，国内经济刺激政策发力，在政府投资的对冲下，经济在三季度末企稳后明显回升，中国经济逐步回暖，整个年度GDP增长为7.7%。

2013年国内网络广告市场规模达到1100亿元，同比增长46.1%，与去年保持相当的增长速度，整体保持平稳增长。

未来网络广告的增长力主要体现在：核心企业不断扩大自身实力，布局各类终端及服务，提高影响力，创新营收模式；广告技术不断革新，RTB产业链逐渐完善，ADX与DSP平台的涌现；注重用户数据挖掘与内容创意的原生广告等新兴网络营销形式将进一步挖掘网络媒体的营销价值。这些都将为未来国内广告市场的发展带来动力。

RTB产业链逐步完善：2013年互联网巨头纷纷布局RTB市场，陆续上线ADX与DSP产品和平台，RTB产业链逐步完善。广告主在营销诉求方面更加重视效果营销，也在一定程度上促进了DSP的市场化。在经过了初期的市场教育阶段，DSP企业逐渐被广告主认可，他们在并购、融资层面也动作不断，处于活跃上升时期，这将给展示广告带来新的增长动力。

2013年，巨头纷纷布局RTB市场，核心ADX及DSP产品陆续上线。2013年1月11日，腾讯正式对外发布TencentAdExchange广告实时交易平台，并在后续推出“腾果”DSP；2013年3月14日，新浪推出私有广告交易平台SAX；2013年5月，阿里推出Tanx SSP平台；8月，百度正式推出流量交易服务BES，与WiseMedia等众多知名DSP企业对接；2013年11月，京东推出专属DSP广告平台——JD商务舱。

巨头跨屏布局，移动营销将成为新的爆发点：移动互联网方兴未艾，将成为下一个网络营销的重要阵地。在移动营销领域，终端特性与技术手段大大扩展了移动营销的想象空间。移动营销将在展现形式与互动方式上有更多潜力，带动网络营销的创新发展。

2013年，是中国RTB发展的爆发年。这一年，中国成为RTB购买力指标的新秀。经过两年的发展，国内RTB实现翻番，DSP市场规模亦不断扩大，预计到2016年DSP市场整理规模将达到245.67亿元。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对RTB广告行业进行了长期追踪，结合我们对RTB广告相关企业的调查研究，对我国RTB广告行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析

了RTB广告行业的前景与风险。报告揭示了RTB广告市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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、2011-2013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、MediaV 147
- 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、DoubleClickAdExchange	226
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：2009-2013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：2009-2013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：2009-2013年中国公共财政收入情况	89
图表：2009-2013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：2009-2013年中国外汇储备增长情况	90
图表：2009-2013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：2009-2013年我国建筑业增加值	92
图表：2009-2013城镇新增就业人数	93
图表：2009-2013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：2009-2013年普通及中高等教育招生人数	96
图表：2009-2013年国家研究与试验经费支出情况	96
图表：2009-2013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1	127
图表：互联网技术2	127
图表：互联网技术3	128
图表：互联网技术4	128
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：2009-2013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：2009-2013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：2014-2020年我国RTB（DSP）广告市场预测	255
图表：2014-2020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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/111600.html>