

# 2023-2029年中国RTB广告市场深度分析与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国RTB广告市场深度分析与产业竞争格局报告》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/202307/379199.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

在互联网广告高度发达的美国，RTB广告市场已具规模，处于高速发展时期。2013年美国广告主将在实时竞价广告上面花费超过33.6亿美元，预计到2018年市场规模将接近100亿美元，占美国数字展示广告支出的三成以上。然而，反观中国市场，2011年RTB广告概念才引入国内，2012年是中国的RTB元年，全年RTB广告投放量约为9亿元，2013年预计将超过20亿元；但较之美国市场，国内RTB广告市场空间巨大，可谓前景诱人。

RTB广告市场在欧美国家起步于2009年，现已发展成熟，细分领域服务完善。国内市场虽然当前还处于培育期，但是进入2013年后，随着腾讯、新浪和百度各自广告交易平台的推出，国内互联网巨头都在积极进入RTB领域；因此，中国RTB广告行业已站在了爆发式增长的临界点上。能否正确把握市场发展方向，掌握全面的行业现状和市场需求倾向，是决定企业将能否占据这一潜力无限市场的制高点的关键因素。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国RTB广告市场深度分析与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：综述篇

#### 1.1 RTB广告行业研究背景

##### 1.1.1 RTB广告行业需求研究测算工具

（1）RTB行业数据来源

（2）RTB行业需求测算原则

1) 真实性原则

2) 准确性原则

3) 科学性原则

（3）AIDAS模型分析工具

1) AIDAS模型介绍

2) RTB行业需求测算方法

（4）RTB行业需求测算局限

##### 1.1.2 RTB广告市场盈利方式分析

- (1) RTB广告交易模式
- (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 (Ad Exchange市场)
- 4) 数据服务市场 (DMP市场)

#### 1.1.3 RTB广告行业发展阶段分析

- (1) 中国RTB广告行业所处发展阶段
- (2) 中国RTB广告行业发展轨迹预测

#### 1.1.4 RTB广告行业发展环境分析

- (1) RTB广告行业发展政策环境分析
  - 1) 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
- (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
  - 2) 宏观经济走势预测
- (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
  - 2) 互联网广告市场竞争分析
- (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：需求与投资篇

### 2.1 DSP市场需求与投资分析

#### 2.1.1 中国DSP市场现状

- (1) 中国DSP市场特点
  - 1) DSP市场蓬勃发展
  - 2) 媒体资源较为分散
  - 3) 独立DMP角色缺失，DSP拓展第一及第三方数据突围
  - 4) 众多DSP推出DSPAN模式

(2) 中国DSP市场规模

(3) 中国DSP市场竞争情况

1) 市场份额分析

2) 实力排名分析

#### 2.1.2 中国DSP市场主体分析

(1) 中国DSP市场主体分布

1) 主要服务品牌类客户的DSP运营商

2) 主要服务电商类客户的DSP运营商

3) 主要服务游戏类客户的DSP运营商

4) 品牌、效果类客户兼而有之的DSP运营商

(2) 中国DSP主要企业分析

1) 阿里妈妈Tanx ADX

2) 悠易互通

3) 品友互动

4) 随视传媒

5) 亿动广告传媒

6) WiseMedia (新数网络)

7) MediaV (聚胜万合)

#### 2.1.3 中国DSP市场需求分析

(1) DSP市场广告主行业分布

(2) DSP市场广告主需求倾向

(3) 主要行业类别DSP需求分析

1) 交通类DSP需求分析

2) 房地产类DSP需求分析

3) 金融服务类DSP需求分析

4) IT产品类DSP需求分析

5) FMCG (快消) 类DSP需求分析

#### 2.1.4 中国DSP市场投资分析

(1) DSP市场投资现状

(2) DSP市场投资方式

(3) DSP市场投资风险分析

#### 2.2 SSP市场需求分析

## 2.2.1 中国SSP市场现状

- (1) 中国SSP市场特点
- (2) 中国SSP市场规模
- (3) 中国SSP市场竞争情况

## 2.2.2 中国SSP市场主要企业分析

- (1) 阿里妈妈
- (2) 传漾科技
- (3) 互动通 (hdtMEDIA)

## 2.2.3 中国SSP市场需求分析

- (1) SSP市场媒体平台类型分布
  - (2) 媒体平台SSP需求分析
- 1) 门户网站SSP需求分析
  - 2) 搜索引擎SSP需求分析

## 2.2.4 中国SSP市场投资建议

## 2.3 AD Exchanges市场需求分析

### 2.3.1 中国ADE市场现状

- (1) 中国ADE市场特点
- (2) 中国ADE市场规模
- (3) 中国ADE市场竞争情况

### 2.3.2 中国ADE市场主体分析

- (1) 中国ADE市场主体特点
  - (2) 中国ADE企业盈利模式
  - (3) 中国ADE主要企业分析
- 1) 腾讯
  - 2) Doubleclick Ad Exchange
  - 3) Tanx
  - 4) 百度
  - 5) 秒针系统

### 2.3.3 中国ADE市场需求分析

- (1) Cookie Mapping情况分析
- (2) ADE市场需求倾向

### 2.3.4 中国ADE市场投资分析

- (1) ADE市场投资现状
- (2) ADE市场投资方式
- (3) ADE市场投资回报分析

## 2.4 DMP市场需求分析

### 2.4.1 中国DMP市场现状

- (1) 中国DMP市场特点
- (2) 中国DMP市场规模
- (3) 中国DMP市场竞争情况

### 2.4.2 中国DMP市场主体分析

- (1) 中国DMP市场主体特点
- (2) 中国DMP企业盈利模式
- (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

### 2.4.3 中国DMP市场需求分析

- (1) 网络数据处理需求分析
- (2) DMP市场需求倾向
- (3) DMP市场需求预测

### 2.4.4 中国DMP市场投资分析

- (1) DMP市场投资现状
- (2) DMP市场投资方式

## 第3章：前景篇

### 3.1 中国RTB广告行业市场投资前景

#### 3.1.1 中国RTB广告业市场竞争格局预测

#### 3.1.2 中国RTB广告业细分市场投资前景

- (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
  - (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
  - (3) 中国DMP市场投资前景
- 1) 中国DMP市场投资机会
- 2) 中国DMP市场投资风险分析
- 3.2 中国RTB广告行业市场新触点
- 3.2.1 移动互联网RTB广告
  - (1) 移动互联网RTB广告布局
- 1) 谷歌
- 2) Facebook
- 3) 本土巨头BTA在移动广告领域的布局
  - (2) 互联网RTB广告向移动端转化前景
  - (3) 移动互联网RTB广告需求预测
- 1) 广告主预算增加
- 2) 众多企业发力海外市场
- 3) 本地化营销需求更加明显
- 3.2.2 RTB广告自助投放
  - (1) 中小企业RTB广告需求
  - (2) RTB广告自助投放平台前景
- 3.2.3 RTB广告行业市场其它新触点
  - (1) 视频&社交媒体成为新增长点
  - (2) 粉丝经济催生自媒体变现热潮

## 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3：2015-2021年互联网广告政策汇总

图表4：2016-2021年GDP增速与网络广告市场规模增速对比分析（单位：%）

图表5：2016-2021年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）



图表6：2016-2021年我国手机网民规模及增长速度（单位：万人，%）

图表7：2021年中国不同形式网络广告市场份额（单位：%）

图表8：2016-2021年中国互联网技术相关专利申请情况分析（单位：件）

图表9：2016-2021年中国DSP市场规模变化趋势及预测（单位：亿元，%）

图表10：2021年中国DSP市场竞争格局（单位：%）

图表11：2021年中国DSP投放实力排行

图表12：阿里妈妈Tanx

图表13：悠易互通DSP平台分析

图表14：品友互动DSP平台分析

图表15：随视传媒DSP平台分析

图表16：亿动广告传媒DSP平台分析

图表17：WiseMedia平台分析

图表18：MediaV平台分析

图表19：2021年中国展示类网络广告主要行业广告投放规模（单位：亿元）

图表20：2021年中国展示类网络广告主要行业广告投放规模分布（单位：%）

图表21：中国主要垂直媒体广告投放单日相对单价（单位：万元，天，元/天，%）

图表22：2016-2021年汽车品牌网络广告投放分析（单位：亿元，%）

图表23：2021年中国交通类广告主投放前十位（单位：亿元）

图表24：2021年中国交通类广告投放细分行业占比（单位：%）

图表25：2021年中国交通类广告主媒体投放选择（单位：%）

图表26：2016-2021年房地产类广告主投放规模（单位：亿元，%）

图表27：2021年房地产类网络广告主投放前十位（单位：亿元）

图表28：2021年中国房地产类广告主媒体投放选择（单位：%）

图表29：2016-2021年金融服务类广告主投放规模（单位：亿元，%）

图表30：2021年金融服务类广告主主投放前十位（单位：亿元）

图表31：2021年中国金融服务类广告投放细分行业占比（单位：%）

图表32：2021年中国金融服务类广告主媒体投放选择（单位：%）

图表33：2016-2021年IT产品类广告主投放规模（单位：亿元，%）

图表34：2021年金融服务类广告主主投放前十位（单位：亿元）

图表35：2021年中国IT产品类广告投放细分行业占比（单位：%）

图表36：2021年中国IT产品类广告主媒体投放选择（单位：%）

图表37：2016-2021年IT产品类广告主投放规模（单位：亿元，%）

图表38：2021年金融服务类广告主主投放前十位（单位：亿元）

图表39：2021年中国IT产品类广告投放细分行业占比（单位：%）

图表40：2021年中国IT产品类广告主媒体投放选择（单位：%）

图表41：2021年中国程序化购买相关挂牌新三板企业分析（单位：亿元，万股，万元，%）

图表42：2021年中国程序化购买相关企业融资并购事件

图表43：2016-2021年中国网络广告市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表44：阿里妈妈SSP平台分析

图表45：传漾科技SSP平台分析

图表46：2016-2021年中国五大媒体广告收入规模及预测（单位：亿元）

图表47：2016-2021年中国网络广告市场门户网站广告规模（单位：亿元，%）

图表48：2016-2021年中国网络广告市场搜索引擎广告规模（单位：亿元，%）

图表49：移动Ad Exchange在产业链中作用与地位分析

图表50：2016-2021年中国程序化购买市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表51：程序化购买投资水平分析（单位：%）

图表52：随视传媒对接平台及主要服务行业分析

图表53：传漾科技对接平台及主要服务行业分析

图表54：易传媒优势分析

图表55：DSP市场公司级别分布

图表56：本土巨头BTA在移动广告领域的布局

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/379199.html>