2021-2027年中国RTB广告市场深度评估与投资前景评估报告

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

《2021-2027年中国RTB广告市场深度评估与投资前景评估报告》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/202108/233442.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国RTB广告市场深度评估与投资前景评估报告》共八章。首先介绍了RTB广告行业市场发展环境、RTB广告整体运行态势等，接着分析了RTB广告行业市场运行的现状，然后介绍了RTB广告市场竞争格局。随后，报告对RTB广告做了重点企业经营状况分析，最后分析了RTB广告行业发展趋势与投资预测。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。

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.一章 RTB广告行业概述
1.1 RTB广告行业概述
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）2015-2019年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》出台前瞻
（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）2019年宏观经济走势预测
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

第二章 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

第三章 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

第四章 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

第五章 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

第六章 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

第七章中国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

第八章中国RTB广告行业市场新触点
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

部分图表目录：

图表：AIDAS模型结构分析
图表：RTB广告交易模式分析
图表：2015-2019年互联网广告政策汇总
图表：GDP增速与网络广告市场规模增速对比分析（单位：%）
图表：2015-2019年中国互联网产业总体经济规模分析（单位：亿元，%）
图表：2015-2019年中国网民规模分析（单位：万人，%）
图表：2015-2019年中国不同形式网络广告市场份额（单位：%）
图表：2015-2019年中国互联网技术相关专利申请情况分析（单位：件，%）
图表：中国RTB广告技术生态分析
图表：2015-2019年全球RTB广告市场规模分析（单位：亿美元，%）
图表：2015-2019年全球主要行业对RTB广告需求情况分析（单位：%）
图表：2015-2019年主要国家RTB广告支出增速对比（单位：%）
图表：2015-2019年美国RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）
图表：2015-2019年美国各行业RTB广告支出排名
图表：2015-2019年主要欧洲国家RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）
图表：2015-2019年日本RTB广告支出分析（单位：十亿美元，%）
图表：国内RTB广告市场主体分析
图表：2015-2019年中国RTB广告市场规模分析（单位：亿元，%）
图表：2015-2019年中国网络广告市场媒体营收规模Top10（单位：亿元）
图表：淘宝网DSP平台分析
图表：阿里妈妈DSP平台分析
图表：悠易互通DSP平台分析
图表：品友互动DSP平台分析
图表：随视传媒DSP平台分析
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202108/233442.html