

2017-2022年中国DSP行业市场行情动态及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国DSP行业市场行情动态及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/301893.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

DSP (Demand-Side Platform) , 就是需求方平台。这一概念起源于网络广告发达的欧美, 是伴随着互联网和广告业的飞速发展新兴起的网络广告领域。它与AdExchange和RTB一起迅速崛起于美国, 已在全球快速发展, 2011年已经覆盖到了欧美、亚太以及澳洲。在世界网络展示广告领域, DSP方兴未艾。DSP传入中国, 并迅速成为热潮, 成为推动中国网络展示广告RTB市场快速发展的动力之一。在互联网广告产业中, DSP是一个系统, 也是一种在线广告平台。它服务于广告主, 帮助广告主在互联网或者移动互联网上进行广告投放, DSP可以使广告主更简单便捷地遵循统一的竞价和反馈方式, 对位于多家广告交易平台的在线广告, 以合理的价格实时购买高质量的广告库存。DSP让广告主可以通过一个统一的接口来管理一个或者多个Ad Exchange账号, 甚至DSP可以帮助广告主来管理Ad Exchange的账号, 提供全方位的服务。

2013年通过DSP投放的互联网广告规模约23.1亿元人民币, 同比增长179.5%, 其中展示广告为13.1亿人民币, 搜索类广告3.8亿人民币, 社交类广告不到2.2亿人民币。作为当今发展最为强劲的技术之一, DSP 在其发展道路上不断满足人们日益提高的要求, 将涉及更多的领域, 它正在逐渐朝向个人化和低功耗化方向发展, 使我们的生活、工作、学习方式得到更大的变革。因此, DSP 发展的前景是非常可观的。

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家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：

第一部分 DSP行业发展综述

第一章 DSP行业基本概况 1

第一节 DSP基本概念 1

第二节 DSP发展历程 2

第三节 DSP的特点 3

一、硬件特点 3

二、技术特点 4

三、DSP处理器同GPP通用处理器的异同 6

第四节 我国DSP产业发展现状 8

第五节 DSP发展趋势 11

第二章 中国DSP行业发展环境分析	15
第一节 国内经济环境分析	15
一、国民经济运行情况GDP	15
二、消费价格指数CPI、PPI	15
三、全国居民收入情况	20
四、恩格尔系数	22
五、工业发展形势	26
六、固定资产投资情况	28
七、财政收支状况	30
八、中国汇率调整	31
九、社会消费品零售总额	31
十、对外贸易&进出口	34
十一、交通、邮电和旅游	38
第二节 国际经济环境分析	40
一、2015年世界经济运行基本情况	40
二、2015年世界经济运行的主要特点	44
三、对2016年世界经济的初步判断	46
第三节 政策环境分析	47
一、宏观政策环境	47
二、行业政策影响分析	53
三、相关行业标准分析	54
1、中国互联网广告推荐使用标准	54
2、《中国互联网定向广告用户信息保护行业框架标准》	55
3、广告审核标准准则	56
4、广告准则	58
四、行业相关法律法规	63
第四节 技术环境分析	72
第五节 DSP行业地位分析	82
一、行业对经济以及社会的影响	82
二、行业关联度情况	86
第六节 DSP行业发展的"波特五力模型"分析	88
一、行业内竞争	89
二、买方侃价能力	89
三、卖方侃价能力	90
四、进入威胁	91

五、替代威胁 91

第七节 影响DSP行业发展的主要因素分析 92

一、影响行业发展的因素 92

二、未来发展的积极因素 94

三、未来发展的消极因素 94

第三章 DSP产业发展现状分析 95

第一节 产业链产品构成 95

第二节 产业特点 97

第三节 产业竞争分析 98

第四节 产业技术水平 100

一、技术发展路径 100

二、当前市场准入壁垒 107

第五节 2012-2015年产业规模 108

第六节 近期产业政策 109

第四章 国外DSP产业发展情况 120

第一节 美国DSP行业发展状况 120

第二节 欧洲DSP行业发展状况 120

第三节 日本DSP行业发展状况 122

第二部分 DSP行业市场分析

第五章 2011-2015年中国DSP行业市场规模分析及预测 124

第一节 我国DSP市场结构分析 124

第二节 2011-2015年中国DSP行业市场规模分析 125

一、2011-2015年中国DSP展示类网络广告投放市场规模 125

二、DSP定价方式分析及预测 126

三、DSP购买方式分析及预测 127

第三节 中国DSP行业区域市场规模分析 128

一、中国DSP行业区域发展现状 128

二、东北地区市场规模分析 129

三、华北地区市场规模分析 129

四、华东地区市场规模分析 130

五、华中地区市场规模分析 131

六、华南地区市场规模分析 131

七、西部地区市场规模分析	132
第四节 2017-2022年中国DSP行业市场规模预测	133

第六章 DSP产业链整合策略研究 135

第一节 当前产业链整合形势	135
一、DMP	135
二、TradingDesk	136
三、SSP	137
四、RTB	139
第二节 产业链整合策略选择	140
第三节 不同企业在产业链整合中的威胁与机遇	142
一、大型生产企业	142
二、中小生产企业	143

第七章 DSP企业资源整合策略研究 144

第一节 DSP企业存在问题	144
一、内部资源问题	144
二、外部资源成本问题	145
三、资源管理机制问题	145
四、企业产业链利用水平	147
第二节 典型企业资源整合策略分析	147
一、外部产业链协作	147
二、成本管理	147
三、集约化管理	148
第三节 企业信息化管理	150
一、财务信息化	150
二、生产管理信息化	151
第四节 企业资源整合经典案例	152
一、案例一悠易互通企业资源整合	152
二、案例二品友互动企业资源整合	152
三、案例三亿玛企业资源整合	153

第三部分 DSP行业竞争格局分析

第八章 2012-2015年中国DSP经典案例分析	155
第一节 某国际知名化妆品牌目标人群找寻	155

第二节 海尔商城有效流量转化	157
第三节 三全龙舟粽海量人群曝光	159
第四节 跨屏DSP助力奥迪A5	161
第五节 欧珀莱三款产品智能投放	163
第六节 紫荆花漆品牌投放	165
第七节 博士伦隐形眼镜人群定位营销	166

第九章 DSP重点企业分析 169

第一节 易传媒 169

一、企业概况	169
二、企业主营业务分析	170
三、企业产品和服务分析	170
1、展示广告网络	170
2、视频广告网络	170
3、网络电视WebTV	170
4、社交（SNS）网络	171
5、电子商务	171
6、公关网络	171
7、移动无线网络	172
四、企业DSP市场竞争优势分析	172
五、企业SWOT分析	174

第二节 好耶 175

一、企业概况	175
二、企业产品和服务分析	175
三、企业SWOT分析	181

第三节 亿玛 181

一、企业概况	181
二、企业产品与服务分析	182
1、亿起发	182
2、购物客	183
3、亿玛--亿告	184
4、亿玛--易博EMARBOX	185
5、EMARBOX旗舰产品--SEMWinner	186
6、亿玛--易购网	186
7、亿玛--效果整合营销	187

8、亿玛--KA全程营销	188
三、企业SWOT分析	189
四、企业最新动向	189
第四节 品友互动	190
一、企业概况	190
二、企业产品和服务分析	192
1、需求方平台(DSP)	192
2、视频需求方平台(VDSP)	193
3、品友大算盘(SDSP)	194
4、富媒体人群网络(RAN)	195
5、供应方平台(SSP)	196
三、企业竞争优势分析	197
1、中国RTB市场领导者	197
2、拥有先进的人群定向技术和中国最大的互联网人群数据	198
3、具有国际化管理团队服务全球企业	198
四、企业SWOT分析	199
第五节 聚胜万合MediaV	199
一、企业概况	199
二、企业产品与服务分析	200
三、企业SWOT分析	201
第六节 悠易互通	201
一、企业概况	201
二、企业产品与服务分析	202
1、AIR(AudienceInvestmentReturners)悠选广告平台	202
2、DNA (DataNerveofAudience) 悠众数据中心	203
3、ASK (AudienceSEMKit) 悠效搜索营销	203
4、AIM (AudienceInventoryManager) 悠胜广告管家	204
5、ACT (AudienceCommunicationsTransformer) 悠跃广告系统	204
三、企业SWOT分析	205
四、企业动向分析	205
第七节 WiseMedia (新数网络)	207
一、企业概况	207
二、企业主要产品分析	208
1、RTB(Real-TimeBidding)	208
2、DSP(Demand-SidePlatform)	208

3、AdWise	208
4、重定向综合决策引擎	209
三、企业技术解决方案分析	209
1、品牌提升	209
2、实效营销	210
3、用户数据库维护	210
4、行业研究	210
5、数据监测	210
第八节 传漾	210
一、企业概况	210
二、企业产品和服务分析	211
三、企业技术解决方案分析	211
1、Dolphin广告发布协作平台	211
2、Eagle广告监测协作平台	212
3、Vertical广告智能管家	212
4、SamBa（桑巴）富媒体广告协作平台	212
5、EagleMobile移动广告监测协作平台	212
6、基础定向BasicTargeting	212
7、高阶定向AdvancedTargeting	213
四、企业营销平台分析	214
五、企业动向分析	216
第九节 互动通	216
一、企业概况	217
二、企业技术解决方案分析	218
1、iCast网络富媒体广告解决方案	218
2、iFocus网络用户定向广告解决方案	218
3、MoCast	218
4、MoCity	218
5、hdtDXP	219
第十节 艾维邑动	219
一、企业概况	219
二、企业主营业务	220
1、产品介绍	220
2、业务介绍	220
三、企业竞争优势	221

1、专业手游评估	221
2、全球发行	221
3、专业本地化服务	221
4、7x24小时多语种客服支持	221
5、资深数据研究	221
6、技术支持团队	222
第十一节 泰一指尚	222
一、企业概况	222
二、企业产品平台分析	223
1、互联网精准广告智能投放平台：CCM	223
2、移动互联网精准广告智能投放平台：手指客	223
3、XAD	223
4、社会化媒体营销平台：SNS+	224
5、广告口碑及效果管理平台：ADMonitor	224
第十章 我国DSP行业投资价值与投资策略咨询	225
第一节 行业SWOT模型分析	225
一、优势分析	225
二、劣势分析	226
三、机会分析	229
四、风险分析	229
第二节 DSP行业投资价值分析	230
一、DSP行业发展前景分析	230
二、投资机会分析	231
第三节 DSP行业投资风险分析	238
一、市场竞争风险	238
二、技术风险分析	238
三、政策和体制风险	239
第十一章 DSP发展前景预测	241
第一节 行业发展趋势预测	241
第二节 2017-2022年行业市场容量预测	242
第三节 影响未来行业发展的主要因素分析预测	243
第四节 未来企业分工趋势	244
第五节 行业资源整合趋势	245

第六节 产业链竞争态势发展预测 246

第七节 技术发展趋势 249

第八节 专家观点 251

第十二章 DSP行业竞争格局分析 252

第一节 DSP行业竞争结构分析 252

一、现有企业间竞争 252

二、潜在进入者分析 253

三、替代品分析 255

四、供应商议价能力 256

五、客户议价能力 257

第二节 DSP行业集中度分析 258

一、市场集中度分析 258

二、企业集中度分析 261

三、区域集中度分析 261

第四部分 DSP行业投资价值分析

第十三章 DSP行业投资战略研究 263

第一节 DSP行业发展战略研究 263

一、战略综合规划 263

二、业务组合战略 264

三、区域战略规划 265

四、产业战略规划 266

五、营销品牌战略 267

六、竞争战略规划 268

第二节 对我国DSP品牌的战略思考 271

一、DSP品牌的重要性 271

二、DSP实施品牌战略的意义 272

三、DSP企业品牌的现状分析 273

四、我国DSP企业的品牌战略 274

五、DSP品牌战略管理的策略 274

第三节 DSP经营策略分析 276

一、DSP市场细分策略 276

二、DSP市场创新策略 278

三、品牌定位与品类规划 278

四、DSP新产品差异化战略 279

第十四章 2017-2022年中国DSP行业投资建议 281

第一节 政策和体制风险 281

第二节 技术发展风险 281

第三节 市场竞争风险 281

第四节 经营管理风险 284

第五节 专家观点 287

图表目录：

图表：DSP特点 5

图表：2011-2015年国内生产总值和增长速度 15

图表：2015年居民消费价格指数月度增长幅度 16

图表：2015年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度 16

图表：2013-2015年工业生产者出厂价格跌涨幅情况 17

图表：2013-2015年工业生产者购进价格跌涨幅情况 17

图表：2013-2015年生产资料出厂价格跌涨幅情况 18

图表：2013-2015年生活资料出厂价格跌涨幅情况 18

图表：2015年工业生产者价格主要数据 20

图表：2011-2015年农村人均纯收入 21

图表：2011-2015年城镇人均可支配收入 22

图表：世界各国恩格尔系数一览表 24

图表：2015年规模以上工业增加值增速 26

图表：2011-2015年建筑业增加值 27

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度 28

图表：2015年固定资产累计投资增速 29

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 29

图表：2015年固定资产投资新增主要生产能力 30

图表：2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 30

图表：2011-2015年我国公共财政收入 31

图表：2011-2015年国家外汇储备 31

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比） 32

图表：2015年社会消费品零售总额环比增速 33

图表：2015年全年社会消费品零售总额主要数据 34

图表：2011-2015年货物进出口总额 35

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度	35
图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度	36
图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度	36
图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	37
图表：2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度	37
图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度	38
图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度	38
图表：2011-2015年移动用户数量	39
图表：2015年7国集团GDP增长率	40
图表：2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP增长率	41
图表：全球及主要经济体制造业和服务业PMI	43
图表：全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数	43
图表：DSP行业关联度模型	88
图表：波特五力模型	88
图表：影响DSP行业发展的主要因素	93
图表：DSP改变广告投放模式对比	95
图表：DSP产业链全景	97
图表：2011-2015年互联网广告产业市场份额及预测	109
图表：2011-2015年美国RTB展示广告市场规模及预期	120
图表：2015年欧洲RTB广告支出分布情况	121
图表：2014年/2015年英、德、法RTB广告占网络展示广告比重	121
图表：2011-2016年日本RTB展示广告市场规模	122
图表：2011-2016年日本RTB展示广告市场结构	123
图表：广告交易平台运营商的产业链布局	124
图表：2011-2015年中国DSP展示类网络广告投放市场规模	125
图表：2012-2015年DSP各细分市场规模	126
图表：2012-2015年DSP各细分市场占比	126
图表：2012-2015年中国DSP展示类网络广告定价方式占比表	127
图表：2012-2015年中国DSP展示类网络广告定价方式占比图	127
图表：2012-2015年中国第三方DSP广告购买方式占比表	127
图表：2012-2015年中国第三方DSP广告购买方式占比走势图	128
图表：中国DSP行业区域市场份额占比	128
图表：东北地区市场规模	129
图表：华北地区市场规模	130
图表：华东地区市场规模	130

图表：华中地区市场规模	131
图表：华南地区市场规模	132
图表：华中地区市场规模	132
图表：西部地区市场规模	132
图表：华中地区市场规模	132
图表：2017-2022年中国DSP行业市场规模预测	133
图表：2017-2022年中国DSP行业细分市场规模预测	133
图表：2017-2022年中国DSP行业细分市场占比预测	134
图表：TradingDesk的特点	136
图表：SSP流程图	138
图表：RTB标准处理流程	139
图表：RTB实时竞价流程	140
图表：悠易互通企业资源整合情况	152
图表：品友互动企业资源整合情况	153
图表：亿玛企业资源整合情况	154
图表：投放周期内曝光量和点击成本	156
图表：投放关键行动成本	157
图表：二跳率	159
图表：曝光转化率	159
图表：关键字流程度	161
图表：媒体投放过程	164
图表：投放结果	164
图表：品牌投放流程	166
图表：定位流程	167
图表：用户每日跳出率	168
图表：每日新访问次数比例	168
图表：企业DSP流程图	169
图表：DSP展示广告需求方平台优势	173
图表：DSP视频广告需求方平台优势	173
图表：DSP移动广告需求方平台优势	174
图表：企业SWOT分析矩阵	174
图表：企业SWOT分析矩阵	181
图表：企业SWOT分析矩阵	189
图表：企业SWOT分析矩阵	199
图表：企业SWOT分析矩阵	201

图表：企业SWOT分析矩阵	205
图表：AdWise流程	209
图表：重定向综合决策引擎示意图	209
图表：广告市场生态系统	232
图表：DSP广告投放生态系统	233
图表：现状RTB	234
图表：DSP带来的市场变革	235
图表：竞争格局分析	238
图表：影响未来行业发展的主要因素分析预测	244
图表：未来企业分工趋势	245
图表：行业资源整合趋势	245
图表：产业链的变革趋势	247
图表：企业集中度	261
图表：区域集中度	262

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301893.html>