

2015-2020年中国DSP市场分析预测及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国DSP市场分析预测及战略咨询报告》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/163145.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

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GDP15

二、消费价格指数CPI、PPI15

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、2013年世界经济运行基本情况 40

二、2013年世界经济运行的主要特点44

三、对2014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 2012-2014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 2015-2020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 2011-2014年中国DSP行业市场规模分析	125
一、2012-2014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 2015-2020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 2012-2014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--SEMWinner186
- 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、AdWise208

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BasicTargeting212

7、高阶定向AdvancedTargeting213

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、MoCast218

4、MoCity218

5、hdtDXP219

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：ADMonitor224
- 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 2015-2020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 2015-2020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：2009-2013年国内生产总值和增长速度 15

图表：2013年居民消费价格指数月度增长幅度16

图表：2013年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度16

图表：2013-2014年工业生产者出厂价格跌涨幅情况 17

图表：2013-2014年工业生产者购进价格跌涨幅情况 17

图表：2013-2014年生产资料出厂价格跌涨幅情况 18

图表：2013-2014年生活资料出厂价格跌涨幅情况 18

图表：2014年6月份工业生产者价格主要数据20

图表：2009-2013年农村人均纯收入 21

图表：2009-2013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：2013年规模以上工业增加值增速 26

图表：2009-2013年建筑业增加值 27

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度28

图表：2013年固定资产累计投资增速29

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 29

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力30

图表：2013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：2009-2013年我国公共财政收入 31

图表：2009-2013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：2013年社会消费品零售总额环比增速 33

图表：2013年全年社会消费品零售总额主要数据 34

图表：2009-2013年货物进出口总额 35

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度 35

图表：2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 36

图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 36

图表：2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度37

图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 37

图表：2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 38

图表：2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 38

图表：2009-2013移动用户数量 39

图表：2013年7国集团GDP增长率 40

图表：2013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：2015-2020年互联网广告产业市场份额及预测 109

图表：2015-2020年美国RTB展示广告市场规模及预期120

图表：2013年欧洲RTB广告支出分布情况121

图表：2012年/2013年英、德、法RTB广告占网络展示广告比重121

图表：2015-2020年日本RTB展示广告市场规模 122

图表：2015-2020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--2014年中国DSP展示类网络广告投放市场规模125

图表：2012-2014年DSP各细分市场规模126

图表：2012-2014年DSP各细分市场占比126

图表：2015-2020年中国DSP展示类网络广告定价方式占比表 127

图表：2015-2020年中国DSP展示类网络广告定价方式占比图 127

图表：2015-2020年中国第三方DSP广告购买方式占比表 127

图表：2015-2020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：2015-2020年中国DSP行业市场规模预测 133

图表：2015-2020年中国DSP行业细分市场规模预测 133

图表：2015-2020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/163145.html>