

# 中国DSP工业行业供需态势全景调研与未来发展 前景预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国DSP工业行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wujihuagong/228435228435.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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-SidePlatform ) , 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AdExchange账号, 甚至DSP可以帮助广告主来管理AdExchange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。到2014年底, 预计通过DSP投放的互联网广告规模约将达到58.6亿元人民币, 预计同比增长153.68%, 其中展示广告为38.8亿人民币, 搜索类广告12.6亿人民币, 社交类广告不到6.9亿人民币。

中国报告网发布的《中国DSP工业行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实, 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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势, 洞悉行业竞争格局, 规避经营和投资风险, 制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

### 【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

第一节DSP基本概念

第二节DSP发展历程

第三节DSP的特点

一、硬件特点

二、技术特点

三、DSP处理器同GPP通用处理器的异同

第四节我国DSP产业发展现状

## 第五节DSP发展趋势

### 第二章中国DSP行业发展环境分析

#### 第一节国内经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、中国汇率调整
- 九、社会消费品零售总额
- 十、对外贸易&进出口
- 十一、交通、邮电和旅游

#### 第二节国际经济环境分析

- 一、2015年世界经济运行基本情况
- 二、2015年世界经济运行的主要特点
- 三、对2015年世界经济的初步判断

#### 第三节政策环境分析

- 一、宏观政策环境
- 二、行业政策影响分析
- 三、相关行业标准分析
  - 1、中国互联网广告推荐使用标准
  - 2、《中国互联网定向广告用户信息保护行业框架标准》
  - 3、广告审核标准准则
  - 4、广告准则
- 四、行业相关法律法规

#### 第四节技术环境分析

#### 第五节DSP行业地位分析

- 一、行业对经济以及社会的影响
- 二、行业关联度情况

#### 第六节DSP行业发展的"波特五力模型"分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力

#### 四、进入威胁

#### 五、替代威胁

### 第七节影响DSP行业发展的主要因素分析

#### 一、影响行业发展的因素

#### 二、未来发展的积极因素

#### 三、未来发展的消极因素

### 第三章DSP产业发展现状分析

#### 第一节产业链产品构成

#### 第二节产业特点

#### 第三节产业竞争分析

#### 第四节产业技术水平

##### 一、技术发展路径

##### 二、当前市场准入壁垒

#### 第五节2013-2015年产业规模

#### 第六节近期产业政策

### 第四章国外DSP产业发展情况

#### 第一节美国DSP行业发展状况

#### 第二节欧洲DSP行业发展状况

#### 第三节日本DSP行业发展状况

### 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

#### 第一节我国DSP市场结构分析

#### 第二节2013-2015年中国DSP行业市场规模分析

##### 一、2013-2015年中国DSP展示类网络广告投放市场规模

##### 二、DSP定价方式分析及预测

##### 三、DSP购买方式分析及预测

#### 第三节中国DSP行业区域市场规模分析

##### 一、中国DSP行业区域发展现状

##### 二、东北地区市场规模分析

##### 三、华北地区市场规模分析

##### 四、华东地区市场规模分析

##### 五、华中地区市场规模分析

##### 六、华南地区市场规模分析

##### 七、西部地区市场规模分析

#### 第四节2015-2020年中国DSP行业市场规模预测

## 第六章DSP产业链整合策略研究

### 第一节当前产业链整合形势

#### 一、DMP

#### 二、TradingDesk

#### 三、SSP

#### 四、RTB

### 第二节产业链整合策略选择

### 第三节不同企业在产业链整合中的威胁与机遇

#### 一、大型生产企业

#### 二、中小生产企业

## 第七章DSP企业资源整合策略研究

### 第一节DSP企业存在问题

#### 一、内部资源问题

#### 二、外部资源成本问题

#### 三、资源管理机制问题

#### 四、企业产业链利用水平

### 第二节典型企业资源整合策略分析

#### 一、外部产业链协作

#### 二、成本管理

#### 三、集约化管理

### 第三节企业信息化管理

#### 一、财务信息化

#### 二、生产管理信息化

### 第四节企业资源整合经典案例

#### 一、案例一悠易互通企业资源整合

#### 二、案例二品友互动企业资源整合

#### 三、案例三亿玛企业资源整合

## 第三部分DSP行业竞争格局分析

## 第八章2013-2015年中国DSP经典案例分析

### 第一节某国际知名化妆品牌目标人群找寻

### 第二节海尔商城有效流量转化

### 第三节三全龙舟粽海量人群曝光

### 第四节跨屏DSP助力奥迪A

### 第五节欧珀莱三款产品智能投放

### 第六节紫荆花漆品牌投放

## 第七节博士伦隐形眼镜人群定位营销

### 第九章DSP重点企业分析

#### 第一节易传媒

##### 一、企业概况

##### 二、企业主营业务分析

##### 三、企业产品和服务分析

###### 1、展示广告网络

###### 2、视频广告网络

###### 3、网络电视WebTV

###### 4、社交（SNS）网络

###### 5、电子商务

###### 6、公关网络

###### 7、移动无线网络

##### 四、企业DSP市场竞争优势分析

##### 五、企业SWOT分析

#### 第二节好耶

##### 一、企业概况

##### 二、企业产品和服务分析

##### 三、企业SWOT分析

#### 第三节亿玛

##### 一、企业概况

##### 二、企业产品与服务分析

###### 1、亿起发

###### 2、购物客

###### 3、亿玛--亿告

###### 4、亿玛--易博EMARBOX

###### 5、EMARBOX旗舰产品--SEMWinner

###### 6、亿玛--易购网

###### 7、亿玛--效果整合营销

###### 8、亿玛--KA全程营销

##### 三、企业SWOT分析

##### 四、企业最新动向

#### 第四节品友互动

##### 一、企业概况

##### 二、企业产品和服务分析

1、需求方平台(DSP)

2、视频需求方平台(VDSP)

3、品友大算盘(SDSP)

4、富媒体人群网络(RAN)

5、供应方平台(SSP)

三、企业竞争优势分析

1、中国RTB市场领导者

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

3、具有国际化管理团队服务全球企业

四、企业SWOT分析

第五节聚胜万合MediaV

一、企业概况

二、企业产品与服务分析

三、企业SWOT分析

第六节悠易互通

一、企业概况

二、企业产品与服务分析

1、AIR(AudienceInvestmentReturners)悠选广告平台

2、DNA ( DataNerveofAudience ) 悠众数据中心

3、ASK ( AudienceSEMKit ) 悠效搜索营销

4、AIM ( AudienceInventoryManager ) 悠胜广告管家

5、ACT ( AudienceCommunicationsTransformer ) 悠跃广告系统

三、企业SWOT分析

四、企业动向分析

第七节WiseMedia ( 新数网络 )

一、企业概况

二、企业主要产品分析

1、RTB(Real-TimeBidding)

2、DSP(Demand-SidePlatform)

3、AdWise

4、重定向综合决策引擎

三、企业技术解决方案分析

1、品牌提升

2、实效营销

3、用户数据库维护



#### 4、行业研究

#### 5、数据监测

#### 第八节传漾

##### 一、企业概况

##### 二、企业产品和服务分析

##### 三、企业技术解决方案分析

##### 1、Dolphin广告发布协作平台

##### 2、Eagle广告监测协作平台

##### 3、Vertical广告智能管家

##### 4、SamBa（桑巴）富媒体广告协作平台

##### 5、EagleMobile移动广告监测协作平台

##### 6、基础定向BasicTargeting

##### 7、高阶定向AdvancedTargeting

##### 四、企业营销平台分析

##### 五、企业动向分析

#### 第九节互动通

##### 一、企业概况

##### 二、企业技术解决方案分析

##### 1、iCast网络富媒体广告解决方案

##### 2、iFocus网络用户定向广告解决方案

##### 3、MoCast

##### 4、MoCity

##### 5、hdtDXP

#### 第十节艾维昂动

##### 一、企业概况

##### 二、企业主营业务

##### 1、产品介绍

##### 2、业务介绍

##### 三、企业竞争优势

##### 1、专业手游评估

##### 2、全球发行

##### 3、专业本地化服务

##### 4、7x24小时多语种客服支持

##### 5、资深数据研究

##### 6、技术支持团队

## 第十一节 泰一指尚

### 一、企业概况

### 二、企业产品平台分析

#### 1、互联网精准广告智能投放平台：CCM

#### 2、移动互联网精准广告智能投放平台：手指客

#### 3、XAD

#### 4、社会化媒体营销平台：SNS+

#### 5、广告口碑及效果管理平台：ADMonitor

## 第十章 我国DSP行业投资价值与投资策略咨询

### 第一节 行业SWOT模型分析

#### 一、优势分析

#### 二、劣势分析

#### 三、机会分析

#### 四、风险分析

### 第二节 DSP行业投资价值分析

#### 一、DSP行业发展前景分析

#### 二、投资机会分析

### 第三节 DSP行业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、技术风险分析

#### 三、政策和体制风险

## 第十一章 DSP发展前景预测

### 第一节 行业发展趋势预测

### 第二节 2015-2020年行业市场容量预测

### 第三节 影响未来行业发展的主要因素分析预测

### 第四节 未来企业分工趋势

### 第五节 行业资源整合趋势

### 第六节 产业链竞争态势发展预测

### 第七节 技术发展趋势

### 第八节 专家观点

## 第十二章 DSP行业竞争格局分析

### 第一节 DSP行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节DSP行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

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

第一节DSP行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节对我国DSP品牌的战略思考

一、DSP品牌的重要性

二、DSP实施品牌战略的意义

三、DSP企业品牌的现状分析

四、我国DSP企业的品牌战略

五、DSP品牌战略管理的策略

第三节DSP经营策略分析

一、DSP市场细分策略

二、DSP市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、DSP新产品差异化战略

第十四章2015-2020年中国DSP行业投资建议

第一节政策和体制风险

第二节技术发展风险

第三节市场竞争风险

第四节经营管理风险

第五节专家观点

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wujihuagong/228435228435.html>