



# 2016上半年中国移动DSP 行业发展研究报告

2016H1 China Mobile DSP Development  
Research Report  
( 内部精简版 )





## 2016上半年移动DSP发展概况

### 移动广告定义

Mobile Advertising



“移动广告是通过移动设备访问移动应用或移动网页时显示的广告”

### 移动DSP发展历程



数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



## 2016上半年移动DSP发展概况

### 移动广告投放环节



广告主

移动广告产业链初始端，需依靠中间机构，将广告传达至受众。

广告中间环节

广告策划创意

这一环节主要包括移动广告平台（包括DSP）

广告传播介质

和媒体。

广告效果评估

受众

受众是整个移动广告产业链的核心。说服受众购买相关产品是广告的最终目的。

### 移动DSP定义

“以中介的形式连接移动应用开发者和广告主，通过各种数据的整合和分析，为广告主提供跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放平台”。



## 2016上半年移动DSP行业宏观环境分析

P

政策

多项法律政策规范市场行为  
科技服务企业仍享受扶持政策

相关  
法规

《促进大数据发展行动纲要》  
《移动互联网应用程序信息服务管理规定》  
《互联网广告管理暂行办法》

### 政策解读

- ✓ 大数据的发展和应用受到高度重视，惠及数字营销行业
- ✓ 政府鼓励创新创业，鼓励技术创新、万众创新
- ✓ “APP新规”严格落实应用开发者信息安全管理责任
- ✓ 严管移动互联网虚假广告、恶意扣费、信息诈骗等行为
- ✓ 鼓励党政机关、企事业单位、各人民团体积极运用APP
- ✓ 严格管控推销商品或服务的互联网商业广告



# 2016上半年移动DSP行业宏观环境分析



## 经济

2016上半年中国经济继续“探底”

中国互联网经济潜力可观

移动营销市场规模不断扩大，竞争加剧

移动互联网企业争先开拓海外市场

### 2016年第一季度

国内生产总值：160710.2

单位：亿元

第三产业



90925

第二产业



60982.2

第一产业



8803

### 2016年第二季度

国内生产总值：179926.6

单位：亿元

第三产业



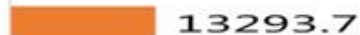
93364.7

第二产业



73268.2

第一产业



13293.7

注：本页数据来源于中国统计年鉴，并由艾媒咨询分析师整理。

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 2016上半年移动DSP行业宏观环境分析

## 互联网普及率稳健增长



社会

网民往移动端集中，手机上网主导地位强化  
网上支付线下产品不断丰富，线上理财持续升温

截止2016上半年  
中国手机网民规模

手机网民规模**7.01亿**

截止2016上半年  
中国智能手机用户规模

用户规模**6.308亿**

## 互联网

网上支付&大众理财

网上支付用户规模增长率

**9.3%**

互联网理财用户规模增长率

**12.3%**

互联网+公共服务

互联网公共服务类应用：

在线教育

网上预约出租车

在线政务服务

用户规模均突破 **1亿**

注：本页数据来源于中国互联网络发展状况统计报告及艾媒咨询机构，并经过艾媒咨询分析师整理。

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 2016上半年移动DSP行业宏观环境分析



技术

移动程序化场景营销

Look-alike相似人群扩展技术

LBS技术、数据挖掘、程序化购买等技术应用

跨屏设备识别技术新发展

## Look-alike相似人群扩展技术



种子用户

描绘用户画像

Lookalike扩展用户

## 跨屏识别技术快速发展



数据来源：iiMedia Research

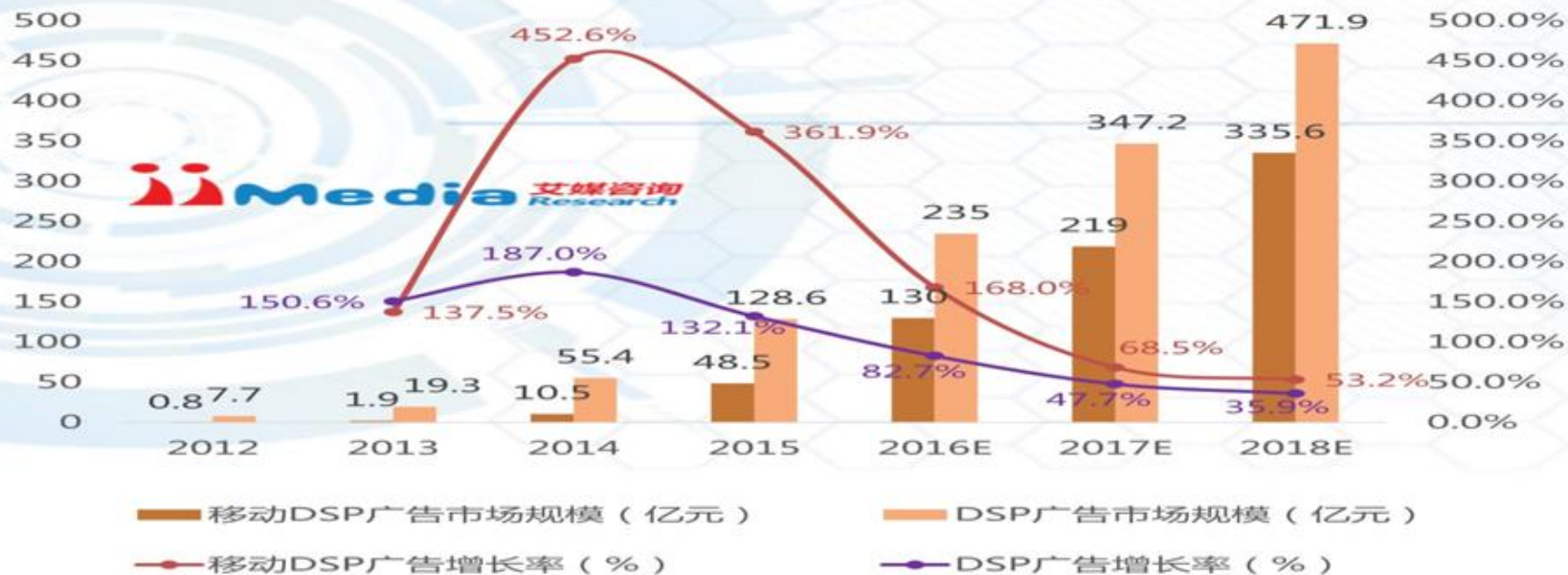
Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 移动DSP市场持续增长，但增速放缓

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2016年中国DSP广告投放市场规模达235.0亿元。近年来移动互联网的发展带动移动DSP广告的发展，2016年移动DSP广告的市场规模或将达到130.0亿元，近乎占据DSP广告一半的市场份额。但随着未来移动DSP广告市场渐趋饱满，增速将减缓。

### 2012-2018年中国移动DSP广告投放市场规模及预测



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved





## 2016上半年移动DSP平台融资情况盘点

2016年上半年移动DSP平台整体融资数目不多，艾媒咨询分析师认为这与行业发展和融资周期匹配有一定关系，大部分平台均已在此前拿到大额融资，目前处于资金布局阶段。业内知名平台如品友互动、力美科技等均已在2015年底成功完成战略资本运作，品友互动于2015年底获5亿Pre-IPO融资，而力美科技则于2015年9月完成拆解VIE，并于2016年9月正式挂牌新三板。

### 2016上半年中国部分移动DSP平台融资情况一览表

公司名称	成立时间	融资时间	融资金额	投资方
畅思广告	2014.11	2016.1.13	1.5亿 人民币	晨晖资本 景林投资
新数网络	2011.8	2016.3.4	3000万 人民币	游族网络
旺翔传媒	2011.8	2016.3.24	1001万 人民币	APUS
摩邑诚 MEX	2014.3	2016.4.15	2000万 美元	麦腾创投



## 电商类广告主最为青睐DSP平台

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2016上半年公司DSP平台广告主行业分布方面, 电商类广告主以19.1%占比居首位, 居二三位的游戏和金融类广告主分别占比17.4%和12.9%。电商行业受众广, 广告转化为实际消费速度快、效果好, 成为广告主最为青睐的广告投放领域。

2016上半年公司DSP平台广告主行业分布



数据来源: iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 移动广告分布集中一线城市

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 移动DSP平台广告主城市分布上差别较大, 一线城市为首, 二三线城市仍处于市场开发阶段。北上广深杭广告主占比较多, 分列前五, 占据移动广告投放总量七成以上比例。作为全国性门户城市, 其移动广告普及率高, 技术相对成熟, DSP行业分布密集, 拥有大量高质受众和良好消费环境, 在广告主优质广告资源争夺战上处于重要战略地位。

2016年上半年公司移动DSP平台广告主城市分布TOP10及占比情况



数据来源: iiMedia Research

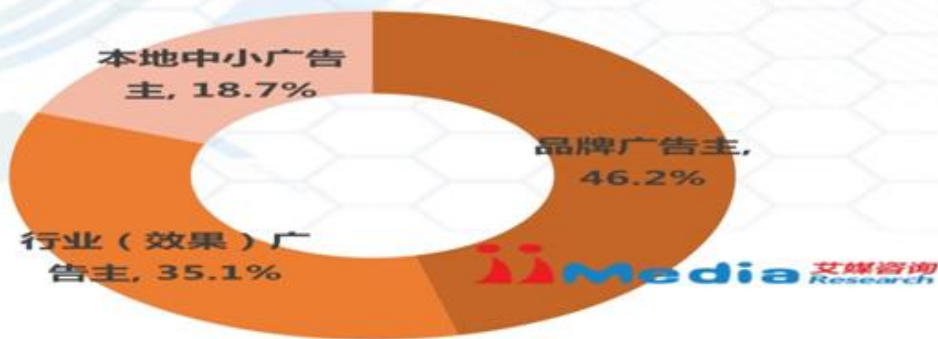
Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 品牌广告主在移动DSP平台占近一半份额

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 品牌广告主在投入费用总量上占据近一半份额, 效果广告主以35.1%占比位居第二, 本地中小广告仅占18.7%。艾媒咨询分析师认为, **品牌广告主**主要通过传统的长期大量投放策略建立品牌形象、传达品牌理念, 需要相对高的稳定性和优先级。**效果广告主**以中小企业为主, 考虑单次投放效果, 提高长尾资源利用率以实现利益最大化。以往移动DSP平台以效果广告为主, 在多元化交易背景下, 品牌广告主保留原有的投放方式和流程, 迅速介入移动广告市场, 且品牌广告主体量大, 在投入费用总量上超越效果广告主成为移动DSP平台行业的新增长极。

2016上半年公司移动DSP平台广告主投入费用占比



数据来源: iiMedia Research

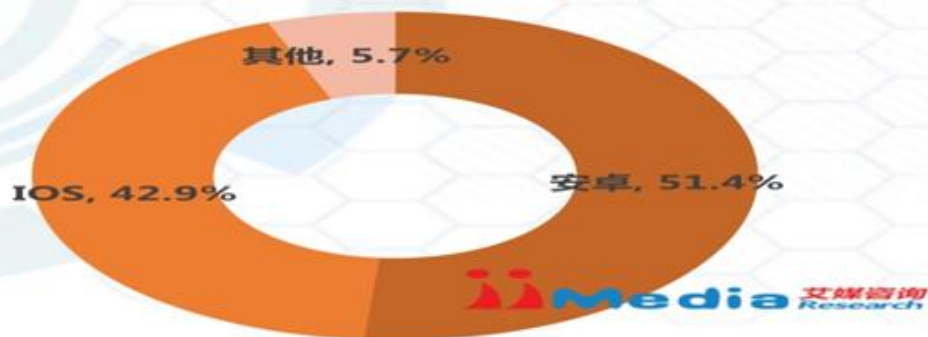
Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 安卓系统与苹果系统广告需求均衡

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在移动DSP平台广告主投放终端需求上, 安卓终端广告主投放需求占比51.4%, 苹果终端广告主投放需求占比42.9%, 两大系统总占比在九成以上, 且分布比较均匀。艾媒咨询分析师认为, 尽管安卓系统用户规模上占据优势, 广告投放范围广, 但苹果系统用户相对高端, 广告主也将苹果系统用户作为重点发展的目标人群进行推广。苹果系统用户需求不容忽视。

2016上半年公司移动DSP平台广告主投放终端需求占比





## 汽车类广告主乐于“砸钱”

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在不同类型移动广告费用投入比例上，汽车类广告主投入费用最高，占比15.5%；电商类广告主次之，占比14.3%；第三、四为游戏类与快消品类广告主，占比分别为12.6%和12.1%，差距不大。艾媒咨询分析师认为，汽车类广告较早进入移动营销市场，根据用户属性精准营销精准定位，预算高，发展已非常成熟。电商和游戏近年来发展势头迅猛，消费者接受度高，是移动互联网时代的吸金行业。广告主将紧抓当前发展趋势，触及更大范围的消费人群。

2016上半年公司移动DSP平台广告主各类型移动广告费用投入占比分布



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询（iiMedia Research）All Rights Reserved



## 游戏类应用广告发布数量最多

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016上半年, 移动DSP平台广告主发布游戏类广告量最多, 达19.5%; 其次是社交类、新闻资讯类、视频类, 分别占比17.3%、14.3%、12.6%; 女性类、财经类、汽车类也占据一定的比例。艾媒咨询分析师认为, 游戏类广告用户停留时间长, CTR (点击率) 高, 广告性价比高, 广告主投放意愿强, 而其他垂直领域类的广告由于受众小, 广告投放量相对少。

2016上半年公司移动DSP平台广告主发布的移动广告类型分布





## 1 品牌

多次荣获行业权威表彰，行业内品牌影响力大。

## 2 地位

公司DSP排名位居行业前列。

## 3 经验

率先推出移动DSP平台，三年的运营经验积累，成熟的投放解决方案。

核心优势

## 4 数据

12亿台独立移动设备连续一年的投放数据；累计人群数量34亿，打上人群标签的人群数量12亿，平均每个人包含15个标签，累计人群标签180亿个。

## 5 流量

中国移动DSP流量标杆，在合作优先机会、质量、规模均保持领先。





## 2016年移动DSP新趋势

### 移动营销渠道成为广告行业新焦点

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年智能手机网民规模仍处于不断增长中, 智能手机网民占总体手机网民比例约九成, 手机上网早已成为居民的生活方式之一。这也让移动营销行业迅速发展, 移动端流量激增, 电商、金融、互联网等行业均将目光投向移动端, 未来移动DSP平台的发展将成为广告行业发展的新增长点。

2015Q1-2016Q2中国智能手机用户规模



### BAT争先布局, 移动营销一片“红海”

移动DSP行业巨大的发展空间, 让近些年移动DSP平台如雨后春笋。BAT依靠自身强大的用户资源、媒体资源、数据资源、技术资源等资源优势, 将会进一步加剧整个行业的竞争态势。

数据来源: iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 2016年移动DSP新趋势

### 程序化购买，助力精准化广告投放



移动营销整个过程涉及到广告主、移动广告平台和媒体的大量参与，需要解决的终极问题是在合适的时间、合适的地点对合适的受众传递有效的品牌和产品信息。数字营销模式的快速升级和计算机技术的发展，已经能够实现移动广告自动化投放这一过程。一方面，依据第三方数据平台，能够精准触达目标受众。另一方面，程序化购买采用实时竞价技术，整个竞价过程能在非常短的时间内完成，实现了效率的最大化。程序化购买或将是未来移动营销的发展趋势。

发展  
优势

实现“剩余流量”变现，提高投放效率  
实时数据反馈，调整广告投放  
数据积累有助精准定位受众

数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 2016年移动DSP新趋势

### 程序化场景营销成发力点

场景化营销是指针对消费者在具体的现实场景中所具有的心理状态或需求进行的营销行为。随着 iBeacon、LBS、大数据、移动支付、O2O等新技术的发展，移动互联网进入场景营销时代。



#### 企业布局



#### 场景营销1.0

LBS技术定位+信息推送

公共场所Wifi接入口

+  
广告推送、内容运营、  
商家服务



#### 场景营销2.0

大数据平台

+  
数据挖掘 (用户画像)

+  
RTB (实时竞价技术)

线上线下场景布局  
跨场景营销策略

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



## 2016年移动DSP新趋势——盘点

### 行业趋势

- ◆ 移动互联网行业潜力可观，中小型移动营销企业纷纷涌现。
- ◆ 巨头布局移动营销行业，整合资源，加剧行业竞争，促进实力分化。
- ◆ 行业并购成趋势，抢占优质资源。

- ◆ 本地化精细化营销。
- ◆ 移动程序化场景化营销。
- ◆ 升级产品、整合资源、加大线上线下数据融合，促进一站式营销。
- ◆ 布局海外营销市场。

### 企业发展

### 技术革新

- ◆ Look-alike相似人群拓展技术。
- ◆ “Deferred Deeplink” APP推广新科技。
- ◆ 终端产品丰富：VR虚拟现实技术、可穿戴设备、智能手表等。

「因为专注，所以专业！」  
Since 2010, We focus on mobile Internet!」

全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

