

2022年广告技术市场研究报告 - 涵盖类型、应用、地区、及企业分析

产品名称	2022年广告技术市场研究报告 - 涵盖类型、应用、地区、及企业分析
公司名称	湖南贝哲斯信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	开福区新河街道晴岚路68号北辰凤凰天阶苑B1E1区N单元10楼10033号
联系电话	18163706525 19918827775

产品详情

2022年全球广告技术市场销售额达到了1572.04亿元人民币，预计2028年将达到4629.91亿元，年均复合增长率（CAGR）为19.56%。

全球范围内广告技术厂商主要包括iClick Interactive Asia Group Ltd, Adobe, Mobvista, Tremor International, Amazon, The Trade Desk, Brightcove, MediaMath, Magnite, Criteo, Verizon等。报告包含全球和中国广告技术行业主要企业广告技术销售量、销售额、市场份额等数据分析，帮助用户了解行业当下竞争格局。

区域层面来看，报告主要对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲、中东和非洲等重点地区及国家进行分析。中国广告技术市场在2022年市场规模为282.02亿元人民币，是亚太地区的主要消费市场之一。

出版商: 湖南贝哲斯信息咨询有限公司

广告技术市场主要企业包括：

iClick Interactive Asia Group Ltd

Adobe

Mobvista

Tremor International

Amazon

The Trade Desk

Brightcove

MediaMath

Magnite

Criteo

Verizon

广告技术类别划分：

内部部署

基于Web的

基于云的

广告技术应用领域划分：

大型企业

中小型企业（SME）

报告聚焦于全球与中国广告技术行业发展现状、产业规模趋势、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、biaogan企业市场表现、市场发展空间、及发展策略等，同时分析了广告技术行业将面临的机遇与挑战，并对广告技术行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。

报告研究了全球与中国广告技术行业竞争格局、前端企业发展历程，以图表形式呈现主要企业广告技术销量、收入、价格、毛利率、市场份额等关键指标，拆解各龙头企业的差异性，对比分析各企业份额占比及竞争策略，并总结未来商业模式的潜在变化趋势，帮助广告技术行业企业和潜在进入者准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点、机会点、增长点、及威胁点。通过掌握市场各项数据和各类信息及市场趋势，帮助企业正确制定发展战略，形成良好的可持续发展优势，有效规避相关风险。

不同地区广告技术市场份额分布、市场机遇及发展优劣势大不相同。从全球来看，本报告对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲、中东、非洲等细分区域逐一分析，报告同时也着重分析了guoneishichang，探讨全球各区域以及国内广告技术市场现状、行业规模、市场份额占比、及未来发展趋势。

区域细分：北美（美国、加拿大、墨西哥）

欧洲（德国、英国、法国、意大利、北欧、西班牙、比利时、波兰、俄罗斯、土耳其）

亚太（中国、日本、澳大利亚和新西兰、印度、东盟、韩国）

拉丁美洲，中东和非洲（海湾合作委员会国家、巴西、尼日利亚、南非、阿根廷）

广告技术市场分析报告各章节内容如下：

第一章：广告技术行业简介、市场规模和增长率（按主要类型、应用、地区划分）、全球与中国广告技术市场发展趋势；

第二章：广告技术市场动态、竞争格局、PEST、供应链分析；

第三章：全球与中国广告技术主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额、TOP3企业SWOT分析；

第四章：2017-2028年全球与中国广告技术主要类型分析（发展趋势、销售量、销售额、市场份额及价格走势）；

第五章：2017-2028年全球与中国广告技术最终用户分析（下游客户端、市场销量、值及市场份额）；

第六章：2017-2022年全球主要地区（中国、北美、欧洲、亚太、拉美、中东及非洲市场）广告技术产量、进口、销量、出口分析；

第七至第十章：分别对北美、欧洲、亚太、拉丁美洲，中东和非洲地区广告技术主要类型、应用格局、主要国家市场销量与增长率分析；

第十一章：列举了全球与中国广告技术主要生厂商，涵盖企业基本信息、产品规格特点、及2017-2022年广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率分析；

第十二章：广告技术行业前景与风险。

目录

第一章 行业概述及全球与中国市场发展现状

1.1 广告技术行业简介

1.1.1 广告技术行业界定及分类

1.1.2 广告技术行业特征

1.1.3 全球与中国市场广告技术销售量及增长率（2017年-2028年）

1.1.4 全球与中国市场广告技术产值及增长率（2017年-2028年）

1.2 全球广告技术主要类型市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.2.1 内部部署

1.2.2 基于Web的

1.2.3 基于云的

1.3 全球广告技术主要终端应用领域市场规模及增长率（2017年-2028年）

1.3.1 大型企业

1.3.2 中小型企业 (SME)

1.4 按地区划分的细分市场

1.4.1 2017年-2028年北美广告技术消费市场规模和增长率

1.4.2 2017年-2028年欧洲广告技术消费市场规模和增长率

1.4.3 2017年-2028年亚太地区广告技术消费市场规模和增长率

1.4.4 2017年-2028年拉丁美洲，中东和非洲广告技术消费市场规模和增长率

1.5 全球广告技术销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及预测 (2017年-2028年)

1.5.1 全球广告技术销售量、价格、销售额、毛利、毛利率及发展趋势 (2017年-2028年)

1.6 中国广告技术销售量、价格、销售额及预测 (2017年-2028年)

1.6.1 中国广告技术销售量、价格、销售额及预测 (2017年-2028年)

第二章 全球广告技术市场趋势和竞争格局

2.1 市场趋势和动态

2.1.1 市场挑战与约束

2.1.2 市场机会与潜力

2.1.3 全球企业并购信息

2.2 竞争格局分析

2.2.1 产业集中度分析

2.2.2 广告技术行业波特五力模型分析

2.2.3 广告技术行业PEST分析

2.3 广告技术行业供应链分析

2.3.1 主要原料及供应情况

2.3.2 广告技术行业下游情况分析

2.3.3 上下游行业对广告技术行业的影响

第三章 全球与中国主要厂商广告技术销售量、销售额及竞争分析

3.1 全球与中国广告技术市场主要厂商2021和2022年销售量、销售额及市场份额

3.1.1 全球与中国广告技术市场主要厂商2021和2022年销售量列表

3.1.2 全球与中国广告技术市场主要厂商2021和2022年销售额列表

3.1.3 全球与中国广告技术市场主要厂商2021和2022年市场份额

3.2 广告技术全球与中国TOP3企业SWOT分析

第四章 全球与中国广告技术主要类型销售量、销售额、市场份额及价格（2017年-2028年）

4.1 主要类型产品发展趋势

4.2 全球市场广告技术主要类型销售量、销售额、市场份额及价格

4.2.1 全球市场广告技术主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.2.2 全球市场广告技术主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.2.3 全球市场广告技术主要类型价格走势（2017年-2028年）

4.3 中国市场广告技术主要类型销售量、销售额及市场份额

4.3.1 中国市场广告技术主要类型销售量及市场份额（2017年-2028年）

4.3.2 中国市场广告技术主要类型销售额及市场份额（2017年-2028年）

4.3.3 中国市场广告技术主要类型价格走势（2017年-2028年）

第五章 全球与中国广告技术主要终端应用领域市场细分

5.1 终端应用领域的下游客户端分析

5.2 全球广告技术市场主要终端应用领域销售量、值及市场份额

5.2.1 全球市场广告技术主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.2.2 全球广告技术市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

5.3 中国市场主要终端应用领域广告技术销售量、值及市场份额

5.3.1 中国广告技术市场主要终端应用领域销售量及市场份额（2017年-2028年）

5.3.2 中国广告技术市场主要终端应用领域值、市场份额（2017年-2028年）

第六章 全球主要地区广告技术产量，进口，销量和出口分析（2017-2022年）

6.1 中国广告技术市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.2 北美广告技术市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.3 欧洲广告技术市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.4 亚太广告技术市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

6.5 拉美，中东，非洲广告技术市场2017-2022年产量、进口、销量、出口

第七章 北美广告技术市场分析

7.1 北美广告技术主要类型市场分析（2017年-2028年）

7.2 北美广告技术主要终端应用领域格局分析（2017年-2028年）

7.3 北美主要国家广告技术市场分析和预测（2017年-2028年）

7.3.1 美国广告技术市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

7.3.2 加拿大广告技术市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

7.3.3 墨西哥广告技术市场销售量,销售额和增长率(2017年-2028年)

第八章 欧洲广告技术市场分析

8.1 欧洲广告技术主要类型市场分析（2017年-2028年）

8.2 欧洲广告技术主要终端应用领域格局分析(2017年-2028年)

8.3 欧洲主要国家广告技术市场分析(2017年-2028年)

8.3.1 德国广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.2 英国广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.3 法国广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.4 意大利广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.5 北欧广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.6 西班牙广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.7 比利时广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.8 波兰广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.9 俄罗斯广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

8.3.10 土耳其广告技术市场销售量、销售额和增长率(2017年-2028年)

第九章 亚太广告技术市场分析

9.1 亚太广告技术主要类型市场分析(2017年-2028年)

9.2 亚太广告技术主要终端应用领域格局分析(2017年-2028年)

9.3 亚太主要国家广告技术市场分析 (2017年-2028年)

9.3.1 中国广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.2 日本广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.3 澳大利亚和新西兰广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.4 印度广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.5 东盟广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

9.3.6 韩国广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第十章 拉丁美洲，中东和非洲广告技术市场分析

10.1 拉丁美洲，中东和非洲广告技术主要类型市场分析 (2017年-2028年)

10.2 拉丁美洲，中东和非洲广告技术主要终端应用领域格局分析 (2017年-2028年)

10.3 拉丁美洲，中东和非洲主要国家广告技术市场分析 (2017年-2028年)

10.3.1 海湾合作委员会国家广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.2 巴西广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.3 尼日利亚广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.4 南非广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

10.3.5 阿根廷广告技术市场销售量、销售额和增长率 (2017年-2028年)

第十一章 全球与中国广告技术主要生产商分析

11.1 iClick Interactive Asia Group Ltd

11.1.1 iClick Interactive Asia Group Ltd基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.1.2 iClick Interactive Asia Group Ltd广告技术产品规格、参数、特点

11.1.3 iClick Interactive Asia Group Ltd广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.2 Adobe

11.2.1 Adobe基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.2.2 Adobe广告技术产品规格、参数、特点

11.2.3 Adobe广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率 (2017-2022年)

11.3 Mobvista

11.3.1 Mobvista基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.3.2 Mobvista广告技术产品规格、参数、特点

11.3.3 Mobvista广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.4 Tremor International

11.4.1 Tremor International基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.4.2 Tremor International广告技术产品规格、参数、特点

11.4.3 Tremor International广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.5 Amazon

11.5.1 Amazon基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.5.2 Amazon广告技术产品规格、参数、特点

11.5.3 Amazon广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.6 The Trade Desk

11.6.1 The Trade Desk基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.6.2 The Trade Desk广告技术产品规格、参数、特点

11.6.3 The Trade Desk广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.7 Brightcove

11.7.1 Brightcove基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.7.2 Brightcove广告技术产品规格、参数、特点

11.7.3 Brightcove广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.8 MediaMath

11.8.1 MediaMath基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.8.2 MediaMath广告技术产品规格、参数、特点

11.8.3 MediaMath广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.9 Magnite

11.9.1 Magnite基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.9.2 Magnite广告技术产品规格、参数、特点

11.9.3 Magnite广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.10 Criteo

11.10.1 Criteo基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.10.2 Criteo广告技术产品规格、参数、特点

11.10.3 Criteo广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

11.11 Verizon

11.11.1 Verizon基本信息介绍、生产基地、销售区域、竞争对手及市场地位

11.11.2 Verizon广告技术产品规格、参数、特点

11.11.3 Verizon广告技术销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率（2017-2022年）

第十二章 广告技术行业投资前景与风险分析

12.1 广告技术行业投资前景分析

12.1.1 细分市场投资机会

12.1.2 区域市场投资机会

12.1.3 细分行业投资机会

12.2 广告技术行业投资风险分析

12.2.1 市场竞争风险

12.2.2 技术风险分析

12.2.3 政策影响和企业体制风险

该报告收集了全面的全球及中国广告技术市场数据和最新的技术变化情况，可简化企业战略规划并识别新的市场趋势。通过参考该报告可以获得zuijia指导，以优化业务流程和制定重要战略，帮助行业所有者更好地在竞争激烈的市场中管理自身业务，发现潜在的威胁和机会以实现收益最大化。

报告编码：2171760