2026-2031年中国数据管理平台（DMP）市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：数据管理平台（DMP）综述及数据来源说明
1.1 数据管理平台（DMP）界定
1.1.1 数据管理平台（DMP）的定义
1.1.2 数据管理平台（DMP）概念辨析
1.1.3 数据管理平台（DMP）专业术语
1.1.4 数据管理平台（DMP）所处行业
1.2 数据管理平台（DMP）分类
1.3 本报告研究范围界定说明
1.4 数据管理平台（DMP）市场监管&标准体系
1.4.1 数据管理平台（DMP）监管体系及机构职能
（1）行业主管部门
（2）行业自律组织
1.4.2 数据管理平台（DMP）标准体系及建设进程
（1）标准建设
（2）现行标准
（3）重点标准
1.5 本报告数据来源及统计标准说明
1.5.1 本报告权威数据来源
1.5.2 本报告研究方法及统计标准
（1）现状篇——
第2章：中国数据管理平台（DMP）发展现状及规模
2.1 数据管理平台（DMP）市场发展历程
2.2 数据管理平台（DMP）市场主体类型
2.3 数据管理平台（DMP）企业进场方式
2.4 数据管理平台（DMP）商业模式探索
2.5 数据管理平台（DMP）市场规模体量
2.6 第二方DMP平台（广告技术公司）
2.6.1 第二方DMP平台（广告技术公司）概述
2.6.2 第二方DMP平台（广告技术公司）市场概况
2.6.3 第二方DMP平台（广告技术公司）代表性厂商
2.6.4 第二方DMP平台（广告技术公司）发展趋势
2.7 第三方DMP平台（大数据服务商）
2.7.1 第三方DMP平台（数据提供商）概述
2.7.2 第三方DMP平台（数据提供商）市场概况
2.7.3 第三方DMP平台（数据提供商）代表性厂商
2.7.4 第三方DMP平台（数据提供商）发展趋势
2.8 第一方DMP平台（企业自有）
2.8.1 第一方DMP平台（企业自有）概述
2.8.2 第一方DMP平台（企业自有）市场概况
2.8.3 第一方DMP平台（企业自有）代表性厂商
2.8.4 第一方DMP平台（企业自有）发展趋势
2.9 数据管理平台（DMP）细分市场战略地位分析
2.10 数据管理平台（DMP）发展痛点分析
第3章：数据管理平台（DMP）架构与产业链全景
3.1 数据管理平台（DMP）的定位与功能
3.1.1 数据管理平台（DMP）的定位
3.1.2 数据管理平台（DMP）的功能
（1）数据采集功能
（2）数据管理功能

（3）数据分析功能
（4）数据应用功能
3.1.3 数据管理平台（DMP）管理流程
3.2 数据管理平台（DMP）业务架构
3.3 数据管理平台（DMP）逻辑架构
3.4 数据管理平台（DMP）产业链结构梳理
3.5 数据管理平台（DMP）产业链生态图谱
第4章：数据管理平台（DMP）数据来源
4.1 数据管理平台（DMP）数据类型
4.1.1 第一方数据——广告主自有数据
4.1.2 第二放数据——需求方服务提供者在广告投放过程中积累的业务数据
4.1.3 第三方数据——第三方独立数据供应商供应的数据
4.2 第一方数据收集
4.2.1 第一方数据概述
4.2.2 第一方数据类型
4.2.3 第一方数据使用
4.2.4 第一方数据收集
4.3 第二方数据收集
4.3.1 第二方数据概述
4.3.2 第二方数据类型
4.3.3 第二方数据使用
4.3.4 第二方数据收集
4.4 第三方数据收集
4.4.1 第三方数据概述
4.4.2 第三方数据类型
4.4.3 第三方数据使用
4.4.4 第三方数据收集
4.5 主要数据收集渠道
第5章：数据管理平台（DMP）数据管理
5.1 数据管理平台（DMP）数据采集与清洗
5.1.1 数据采集与清洗流程
5.1.2 数据清洗模型
5.1.3 数据清洗方法
5.2 数据管理平台（DMP）标签体系构建
5.2.1 数据管理平台（DMP）标签体系概括
5.2.2 数据管理平台（DMP）标签类型
5.2.3 数据管理平台（DMP）标签构建步骤
5.3 数据管理平台（DMP）数据深度挖掘
第6章：数据管理平台（DMP）数据应用
6.1 数据管理平台（DMP）数据应用系统
6.1.1 核心功能体系
6.1.2 附加功能体系
6.2 数据管理平台（DMP）应用场景&行业领域分布
6.2.1 数据管理平台（DMP）应用场景
6.2.2 数据管理平台（DMP）应用行业领域
6.3 数据管理平台（DMP）细分应用：互联网服务
6.3.1 互联网服务发展状况
（1）互联网服务发展现状
1）行业总体发展情况
2）细分领域发展情况
（2）互联网服务发展趋势
6.3.2 互联网服务领域数据管理平台（DMP）应用概述
6.3.3 互联网服务领域数据管理平台（DMP）市场现状
6.3.4 互联网服务领域数据管理平台（DMP）需求潜力
6.4 数据管理平台（DMP）细分应用：电商/跨境电商
6.4.1 电商/跨境电商发展状况
（1）电商/跨境电商发展现状
（2）电商/跨境电商发展趋势
6.4.2 电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）应用概述

6.4.3 电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）市场现状
6.4.4 电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）需求潜力
6.5 数据管理平台（DMP）细分应用：新媒体
6.5.1 新媒体发展状况
（1）新媒体发展现状
（2）新媒体发展趋势
6.5.2 新媒体领域数据管理平台（DMP）应用概述
6.5.3 新媒体领域数据管理平台（DMP）市场现状
6.5.4 新媒体领域数据管理平台（DMP）需求潜力
6.6 数据管理平台（DMP）细分应用：其他
6.6.1 零售
6.6.2 快消
6.6.3 金融
6.6.4 汽车
6.7 中国数据管理平台（DMP）细分应用市场战略地位分析
第7章：全球及中国数据管理平台（DMP）企业案例解析
7.1 全球数据管理平台（DMP）企业案例分析（不分先后，可指定）
7.1.1 SAP
（1）企业基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务架构
（4）企业数据管理平台（DMP）业务布局
（5）企业全球市场布局及在华策略
7.1.2 IBM
（1）企业基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务架构
（4）企业数据管理平台（DMP）业务布局
（5）企业全球市场布局及在华策略
7.1.3 Oracle
（1）企业基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务架构
（4）数据管理平台（DMP）业务布局
（5）企业全球市场布局及在华策略
7.1.4 Adobe
（1）企业基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务架构
（4）企业数据管理平台（DMP）业务布局
（5）企业全球市场布局及在华策略
7.1.5 Google
（1）企业基本信息
（2）企业经营情况
（3）企业业务架构
（4）数据管理平台（DMP）业务布局
（5）企业全球市场布局及在华策略
7.2 中国数据管理平台（DMP）企业案例分析（不分先后，可指定）
7.2.1 阿里巴巴集团控股有限公司-阿里达摩盘
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.2 腾讯控股有限公司-腾讯广点通
（1）企业基本信息
1）基本信息

2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.3 百度集团股份有限公司-百度观星盘
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
1）全域数据洞察
2）全链路资产沉淀
3）全媒体策略触达
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.4 上海智子信息科技股份有限公司——智子云
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.5 秒针信息技术有限公司——秒针系统
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.6 北京巨量引擎网络技术有限公司——巨量引擎
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.7 北京明略软件系统有限公司——营销数据中台DMP
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.8 北京腾云天下科技有限公司——TalkingData
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）功能
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.9 恩亿科（北京）数据科技有限公司——nEqual
（1）企业基本信息
1）基本信息

2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）客户名单
（5）企业业务布局优劣势分析
7.2.10 北京深演智能科技股份有限公司——AlphaData
（1）企业基本信息
1）基本信息
2）股权结构
（2）企业经营情况
（3）企业数据管理平台（DMP）概况
（4）企业数据管理平台（DMP）亮点
（5）企业业务优劣势分析
1）展望篇——
第8章：中国数据管理平台（DMP）发展环境洞察&SWOT分析
8.1 中国数据管理平台（DMP）经济（Economy）环境分析
8.1.1 中国宏观经济发展现状
（1）中国GDP情况
（2）中国三次产业结构
（3）中国第三产业增加值
8.1.2 中国宏观经济发展展望
（1）国际机构对中国GDP增速预测
（2）国内机构对中国宏观经济指标增速预测
8.1.3 数据管理平台（DMP）发展与宏观经济相关性分析
8.2 中国数据管理平台（DMP）社会（Society）环境分析
8.2.1 中国数据管理平台（DMP）社会环境分析
（1）中国网民规模及互联网普及率
（2）中国数字经济规模及GDP占比
8.2.2 社会环境对数据管理平台（DMP）发展的影响总结
8.3 中国数据管理平台（DMP）政策（Policy）环境分析
8.3.1 国家层面数据管理平台（DMP）政策规划汇总及解读
8.3.2 国家重点规划/政策对数据管理平台（DMP）发展的影响
（1）《“十四五”广告产业发展规划》
（2）《“十四五”数字经济发展规划》
8.3.3 政策环境对数据管理平台（DMP）发展的影响总结
8.4 中国数据管理平台（DMP）SWOT分析
第9章：中国数据管理平台（DMP）市场前景及发展趋势洞悉
9.1 中国数据管理平台（DMP）发展潜力评估
9.2 中国数据管理平台（DMP）未来关键增长点
9.3 中国数据管理平台（DMP）发展前景预测
9.4 中国数据管理平台（DMP）发展趋势洞悉
9.4.1 市场竞争趋势
9.4.2 技术创新趋势
9.4.3 细分市场趋势
第10章：中国数据管理平台（DMP）投资战略规划策略及建议
10.1 中国数据管理平台（DMP）进入与退出壁垒
10.1.1 数据管理平台（DMP）进入壁垒分析
（1）资金壁垒
（2）技术壁垒
（3）数据资源壁垒
（4）人才壁垒
10.1.2 数据管理平台（DMP）退出壁垒分析
10.2 中国数据管理平台（DMP）投资风险预警
10.2.1 法律和合规风险
10.2.2 数据质量和可靠性风险
10.2.3 技术风险
10.2.4 宏观经济风险
10.3 中国数据管理平台（DMP）投资机会分析
10.3.1 数据管理平台（DMP）产业链薄弱环节投资机会

10.3.2 数据管理平台（DMP）区域市场投资机会
10.3.3 数据管理平台（DMP）产业空白点投资机会
10.4 中国数据管理平台（DMP）投资价值评估
10.5 中国数据管理平台（DMP）投资策略建议
10.6 中国数据管理平台（DMP）可持续发展建议

图表目录

图表1：企业使用数据管理平台（DMP）达成的效果
图表2：DMP与CDP辨析
图表3：数据管理平台（DMP）行业专业术语
图表4：《国民经济行业分类与代码》中数据管理平台（DMP）行业归属
图表5：数据管理平台（DMP）分类
图表6：本报告研究范围界定
图表7：中国数据管理平台（DMP）行业主管部门
图表8：中国数据管理平台（DMP）行业自律组织
图表9：截至2025年中国数据管理平台（DMP）行业标准体系建设（单位：项）
图表10：截至2025年中国数据管理平台（DMP）行业现行标准汇总-行业标准
图表11：截至2025年中国数据管理平台（DMP）行业现行标准汇总-地方标准
图表12：截至2025年中国数据管理平台（DMP）行业现行标准汇总-团体标准
图表13：截至2025年中国数据管理平台（DMP）行业现行标准汇总-企业标准
图表14：《大数据 数据挖掘平台技术要求与测试方法》中数据挖掘平台技术要求
图表15：本报告权威数据资料来源汇总
图表16：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表17：中国数据管理平台（DMP）市场发展历程
图表18：数据管理平台（DMP）市场主体类型
图表19：数据管理平台（DMP）企业进场方式
图表20：数据管理平台（DMP）商业模式探索
图表21：2018-2025年中国数据管理平台（DMP）市场规模（单位：亿元）
图表22：第二方DMP平台（广告技术公司）概述
图表23：2018-2025年中国第二方DMP平台（广告技术公司）市场规模（单位：亿元）
图表24：第二方DMP平台（广告技术公司）部分代表性厂商
图表25：第二方DMP平台（广告技术公司）发展趋势
图表26：第三方DMP平台（数据提供商）概述
图表27：2018-2025年中国第三方DMP平台（数据提供商）市场规模（单位：亿元）
图表28：第三方DMP平台（数据提供商）部分代表性厂商
图表29：第三方DMP平台（数据提供商）发展趋势
图表30：第一方DMP平台（企业自有）概述
图表31：第一方DMP平台（企业自有）市场概况
图表32：第一方DMP平台（企业自有）发展趋势
图表33：数据管理平台（DMP）细分市场战略地位分析
图表34：中国数据管理平台（DMP）发展痛点分析
图表35：数据管理平台（DMP）的定位
图表36：数据管理平台（DMP）的功能--数据采集功能
图表37：数据管理平台（DMP）的功能--数据管理功能
图表38：数据管理平台（DMP）的功能--数据分析功能
图表39：数据管理平台（DMP）的功能--数据应用功能
图表40：数据管理平台（DMP）管理流程
图表41：数据管理平台（DMP）业务架构
图表42：数据管理平台（DMP）逻辑架构
图表43：数据管理平台（DMP）产业链结构梳理
图表44：数据管理平台（DMP）产业链生态图谱
图表45：数据价值化路径
图表46：第一方、第二方、第三方数据区别
图表47：第一方数据定义
图表48：第二方数据界定

图表49：第一方数据图示
图表50：第一方数据组成
图表51：第一方数据用途
图表52：第二方数据类型
图表53：第二方数据用途
图表54：第三方数据类型
图表55：第三方数据用途
图表56：主要数据收集渠道
图表57：代表性网络分析工具介绍
图表58：数据采集与清洗流程
图表59：常见的数据清洗模型
图表60：数据清洗方法
图表61：数据管理平台（DMP）标签类型
图表62：数据管理平台（DMP）标签体系构建步骤
图表63：数据管理平台数据深度挖掘的方法和技术：
图表64：数据管理平台（DMP）核心功能体系
图表65：数据管理平台（DMP）附加功能体系
图表66：数据管理平台（DMP）应用场景
图表67：数据管理平台（DMP）应用行业领域
图表68：2020-2025年中国规模以上互联网企业业务收入（单位：亿元）
图表69：中国互联网服务行业发展趋势分析
图表70：互联网服务领域数据管理平台（DMP）应用概述
图表71：互联网服务领域数据管理平台（DMP）市场现状
图表72：互联网服务领域数据管理平台（DMP）需求潜力分析
图表73：2017-2025年中国跨境电商行业交易规模（单位：万亿元）
图表74：中国电商/跨境电商行业发展趋势分析
图表75：电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）应用概述
图表76：电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）市场现状
图表77：电商/跨境电商领域数据管理平台（DMP）需求潜力
图表78：2021-2025年中国新媒体各个领域用户规模统计（单位：亿人，%）
图表79：中国新媒体行业发展趋势分析
图表80：新媒体领域数据管理平台（DMP）应用概述
图表81：新媒体领域数据管理平台（DMP）市场现状
图表82：新媒体领域数据管理平台（DMP）需求潜力
图表83：数据管理平台在零售行业的应用概况
图表84：数据管理平台在快消行业的应用概况
图表85：数据管理平台在金融行业的应用概况
图表86：数据管理平台在汽车行业的应用概况
图表87：数据管理平台（DMP）细分应用波士顿矩阵分析
图表88：SAP公司基本信息表
图表89：2020-2025年财年SAP公司主要经济指标分析（单位：十亿欧元）
图表90：2022财年SAP公司业务架构（单位：%）
图表91：SAP数据管理框架
图表92：SAP数据管理解决方案
图表93：SAP企业在华策略
图表94：IBM公司基本信息表
图表95：2020-2025年财年IBM公司主要经济指标分析（单位：亿美元）
图表96：2022财年IBM公司业务架构（单位：%）
图表97：IBM数据库管理的作用
图表98：IBM企业在华策略
图表99：Oracle公司基本信息表
图表100：2020-2025年财年Oracle公司主要经济指标分析（单位：亿美元）
图表101：2023财年Oracle公司业务架构（单位：%）
图表102：Oracle数据管理平台（DMP）产品优缺点分析
图表103：Oracle企业在华策略
图表104：Adobe公司基本信息表
图表105：2020-2025年财年Adobe公司主要经济指标分析（单位：亿美元）
图表106：2023上半财年Adobe公司业务架构（单位：%）
图表107：Adobe数据管理平台（DMP）产品优缺点分析

图表108：Adobe企业在华策略
图表109：Google公司基本信息表
图表110：2020-2025年财年Google公司主要经济指标分析（单位：亿美元）
图表111：2022财年Google公司业务架构（单位：%）
图表112：Google数据管理平台（DMP）产品优缺点分析
图表113：Google企业在华策略
图表114：阿里巴巴集团控股有限公司基本信息表
图表115：截至2025年阿里巴巴集团控股有限公司股权结构（单位：%）
图表116：2020-2025年财年阿里巴巴集团控股有限公司经营情况（单位：亿元）
图表117：阿里达摩盘架构
图表118：阿里巴巴集团控股有限公司数据管理平台（DMP）功能介绍
图表119：达摩盘四大定制化服务能力升级方案
图表120：阿里巴巴集团控股有限公司业务布局优劣势分析
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！