

2025-2030年中国数据管理平台（DMP）市场前景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 第二方数据——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 第三方数据收集
- 4.3.1 第三方数据概述
- 4.3.2 第三方数据类型
- 4.3.3 第三方数据使用
- 4.3.4 第三方数据收集
- 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2024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2024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2024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2024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2024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: 2017-2024年中国数据管理平台（DMP）市场规模（单位：亿元）
- 图表22: 第三方DMP平台（广告技术公司）概述
- 图表23: 2017-2024年中国第三方DMP平台（广告技术公司）市场规模（单位：亿元）
- 图表24: 第三方DMP平台（广告技术公司）部分代表性厂商
- 图表25: 第三方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: 2017-2024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、第三方、数据区别
- 图表47: 第一方数据定义
- 图表48: 第三方数据界定

- 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: 2019-2024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: 2016-2024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: 2020-2024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: 2019-2024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: 2019-2024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: 2019-2024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: 2019-2024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: 2019-2024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2024年阿里巴巴集团控股有限公司股权结构（单位：%）
图表116: 2019-2024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！