



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国网络联盟广告专题报告

一、调研说明

《2007年中国网络联盟广告专题报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42197.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

研究范畴

本报告涉及的技术领域为：新媒体 - 互联网 - 网络广告

本报告涉及的厂商主要包括：百度联盟、谷歌联盟、雅虎联盟、搜狗联盟、中搜联盟、太极联盟、好耶联盟、窄告联盟等、亿起发联盟、易特联盟、弈天联盟、窄告联盟、成果网等。

本报告研究的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。

研究方法

本报告主要通过运用定性和定量方法，研究市场的一手和二手信息得到相关结论。

报告中的一手数据和信息主要有两个来源：

 第一个来源，通过易观网络联盟广告固定样本组等渠道获得的相关业务经营数据。

 第二个来源，易观采用深度访谈的方式和网络联盟广告价值链各环节的资深人士进行了深入的交流，相关信息如下：

 网络联盟企业资深人士6位

 网络联盟广告市场相关环节企业人士8位

 机构互联网观点库

 机构互联网数据库

报告中的二手信息主要通过下述方式获得：

 行业公开信息

 行业资深专家公开发表的观点

 政府数据与信息

 相关的经济数据

 企业年报、季报

 经济分析师的财务分析报告

 网络信息

机构在报告中的数据和信息都是经过反复的交叉检查获得的结果，易观相信报告中的数据和信息是精确且有意义的。

【 目 录 】

1 定义及研究范畴 1

1.1 网络联盟广告定义及划分 1

1.2 分类与特征 2

1.3 研究范畴 3

1.4 专业术语 4

2 中国网络联盟广告发展现状 5

2.1 中国网络联盟广告市场发展背景 5

2.2 网络联盟广告的优势 6

2.3 网络联盟广告存在的问题 7

2.4 网络联盟广告市场容量与规模 8

3 网络联盟广告产业链主要环节特点分析 9

3.1 联盟网站分析 10

3.2 联盟站长特征分析 13

3.2.1 站长基本特征分析 13

3.2.2 站长使用和需求特征 16

3.2.3 广告主特征分析 27

4 中国网络广告联盟市场发展趋势分析 28

4.1中国网络联盟广告市场规模预测	28
4.2影响中国网络联盟广告市场的促进因素	29
4.3影响中国网络联盟广告市场的阻碍因素	30
4.4中国网络联盟广告市场主要发展趋势	31
4.4.1联盟广告渐成趋势，广告联盟逐渐形成差异	31
4.4.2广告联盟逐渐走向集中化，行业从点状市场向块状市场演进	31
4.4.3广告的“精准投放”成为联盟平台和站站长提高竞争力的重要因素	32
4.4.4广告监测效果标准的完善	32

5中国网络联盟广告效果与价值评估 33

5.1评估标准	33
5.2成功关键要素分析	35
5.3评估方法	36

6中国网络联盟广告厂商分析 40

6.1自建型联盟（1）：百度联盟	41
6.2自建型联盟（2）：谷歌联盟	43
6.3自建型联盟（3）：联盟系联盟	44
6.4第三方联盟（1）：T2C太极联盟	46
6.5第三方联盟（2）：好耶智易联盟	49
6.6第三方联盟（3）：窄告联盟	50

附录：易观数据采集流程和方法论 52

1总体介绍	52
2消费者市场的研究方法	53
3不同类型企业市场的研究方法	55
4数据分析流程与方法	56

图目录

图2-1 2006年中国网络联盟广告市场分布(按联盟类型划分)	8
图3-1网络联盟广告市场产业链	9
图3-2 站长成立时间统计	13

图3-3 站长年收入规模统计	14
图3-4 站长员工规模	14
图3-5站长所属行业	15
图3-6站长所属互联网领域分布	15
图3-7 站长使用广告联盟时间	16
图3-8站长目前主要合作的自建型网络联盟	17
图3-9 站长目前主要合作的第三方网络联盟	17
图3-10站长通过何种方式知道广告联盟	18
图3-11 谷歌联盟站长满意度统计	19
图3-12百度联盟站长满意度统计	19
图3-13太极联盟站长满意度统计	20
图3-14好耶联盟站长满意度统计	20
图3-15 265联盟站长满意度统计	21
图3-16 站长使用的广告联盟产品统计	21
图3-17站长选择广告联盟服务商主要考虑统计	22
图3-18 站长目前使用的联盟广告的计费方式（多选）	23
图3-19站长偏好的费用结算方式统计	24
图3-20 站长在本网站投放联盟广告的位置	24
图3-21 联盟广告收入占站长总收入的份额	25
图3-22 站长希望广告联盟服务商提供的增值服务	26
图4-1 2007-2009年中国网络联盟广告市场规模预测	28
图5-1 网络联盟广告投放计划流程	36
图6-1 2006年网络联盟广告市场实力矩阵	40
图6-2 2006Q1-2007 Q2百度联盟成本(TAC)	41
图6-3 2006年T2C广告收入分布情况（按行业划分）	46
图6-4 1999-2007 T2C流量情况	47

表 目 录

表3-1 中国主要联盟网站及特点一览表	11
表5-1网络联盟主要广告标准类型	33
表5-2 确立网络广告投放目标的方法	37
表6-1 T2C定义的作弊行为	48

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42197.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。