



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年第3季度中国网络广告市场季度监测

一、调研说明

《2006年第3季度中国网络广告市场季度监测》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/42423.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

【 描述 】

2006年3季度网络广告整体市场规模为12.09亿，其中关键字广告为4.16亿；广告位广告7.04亿；其他广告为0.08亿。与2006年第二季度相比，关键字广告市场规模增速放缓，2006年第三季度市场规模为4.16亿元，占整体市场收入比例为34.4%。

新浪2006年第三季度广告营收比上一季度增长11%，同比增长42%，主要原因是其增强了体育频道的内容，如与欧足联的合作，以及与意大利国际米兰俱乐部建立了战略合作伙伴关系。其次重新推出了新浪宽频频道，并提供了比较广泛的视频内容。

搜狐2006年第三季度广告营收的增长主要是由于加强了体育频道的投入，例如与阿迪达斯战略合作。其次其推出将音视频、传统的文字和图片整合在一起的Web2.0社区也带来了流量的增长。

中搜与上季度相比，三季度主要的营销策略和措施是定向广告，该策略增加了中小企业客户；另外停止划词搜索业务。

【 目录 】

Table of Contents

0 研究定义

1 关键发现

2 市场规模

3 厂商排名

4 厂商市场活动跟踪

List of Tables

2-1 网络广告整体市场规模与增长率

- 2-2 网络广告广告主数量与增长率
- 2-3 广告位广告市场规模与增长率（按广告平台划分）
- 2-4 关键字广告市场规模与增长率（按展现平台划分）
- 2-5 关键字广告市场规模与增长率（按销售方式划分）
- 3-1 关键字广告厂商收入与增长率（单位：亿元）
- 3-2 广告位广告厂商收入与增长率（单位：亿元）
- 3-3 公关广告厂商收入与增长率（单位：亿元）
- 4-1 厂商市场活动跟踪

List of Figures

- 2-1 2006年第3季度网络广告整体市场规模（单位：亿元）
- 2-2 2006年第3季度网络广告各类型市场收入比例（单位：%）
- 2-3 2006年第3季度网络广告各细分市场增长率（单位：%）
- 2-4 2006年第3季度网络广告广告主数量（单位：万）
- 2-5 2006年第3季度广告位广告市场规模（按广告平台划分）（单位：亿元）
- 2-6 2006年第3季度广告位广告各平台市场增长率（单位：%）
- 2-7 2006年第3季度关键字广告市场规模（按展现平台划分）（单位：亿元）
- 2-8 2006年第3季度关键字广告市场规模（按销售方式划分）（单位：亿元）
- 3-1 2006年第3季度关键字广告厂商收入排名（单位：亿元）
- 3-2 2006年第3季度关键字广告厂商收入比例（单位：%）
- 3-3 2006年第3季度关键字广告厂商收入增长率（单位：%）
- 3-4 2006年第3季度广告位广告厂商收入排名（单位：亿元）
- 3-5 2006年第3季度广告位广告厂商收入比例（单位：%）
- 3-6 2006年第3季度广告位广告厂商收入增长率（单位：%）
- 3-7 2006年第3季度公关广告厂商收入排名（单位：亿元）
- 3-8 2006年第3季度公关广告厂商收入比例（单位：%）
- 3-9 2006年第3季度公关广告厂商收入增长率（单位：%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42423.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专业提供投资咨询报告、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。