



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国网络营销市场 及投资机会研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国网络营销市场及投资机会研究年度报告》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/42634.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 】

报告推荐

网络营销是利用电子信息技术进行营销活动的一种先进方式。随着网络的飞速发展，网络营销的应用成本日益降低，以往只有实力强大的大公司参与的网络营销，现在已有大量中小企业正纷纷加入。网络营销以其传播范围广、速度快、不受时空限制、投入产出比高等特点，成为企业整体营销战略的重要组成部分，成为企业信息化建设中必不可少的环节。

中国网络营销的整体规模和结构怎样？目前个人和企业消费者对网络营销的消费行为和消费偏好分别是怎样的？未来的发展趋势如何？市场盈利模式怎样？有哪些投资机会？这是目前业内比较关注的问题。同时，面对众多的网络营销方式，如何选择最好的营销组合以获得最大的营销收益？所有参与网络营销的企业都急切寻求答案。

《2005-2006年中国网络营销市场及投资机会研究年度报告》，正是为了解答行业内存在的各种问题，基于自身对互联网市场特别是网络营销市场的多年积累，结合业内专业完整的数据库，在对业界资深人士进行深访和权威资料科学分析基础上，倾力打造的一本极具参考价值和指导意义的研究报告。

帮助互联网企业更好了解网络营销市场和发展趋势；明确市场竞争格局和自身竞争地位以便更好制定竞争策略；为投资机构和潜在市场进入者提供有效的市场信息并协助其制定市场投资和进入策略；协助传统企业选择最有效的网络营销手段/组合，是《2005-2006年中国网络营销市场及投资机会研究年度报告》的写作目的。

报告亮点

* 通过权威统计网络营销市场规模和结构，帮助网络企业全面掌握网络营销市场，同时为网络营销用户企业参与网络营销提供最佳素材。

* 通过剖析网络营销竞争格局、点评主力网络营销服务企业，为网络企业在网络营销市场

的竞争策略提供制定依据，为企业用户选择网络营销企业合作伙伴提供科学的选择标准。

* 通过全面分析消费者行为和深入研究消费者营销方式，为网络营销服务提供商研发面向客户端的产品和解决方案提供依据，同时为企业级用户在选择网络营销的过程中提供借鉴。

* 通过企业网络营销盈利模式和盈利状况的剖析，发掘市场投资机会，为投资机构和市场进入者提供制定投资和进入策略的依据。

【 目录 】

研究对象 1

主要结论 2

一、2005年全球网络营销市场现状与特点 3

(一) 发展现状与特点 3

1、市场规模与增长 3

2、市场特点 4

(二) 重点国家和地区发展概要 5

1、美国：网络营销发展迅猛，中小商务公司网络营销支出增加 5

2、日本：完善基础设施建设，加强网络营销应用及深化 6

3、欧洲：在线广告投资首次突破100亿美元大关 6

4、亚太（除日本）：网络营销市场即将迎来爆炸式增长 7

二、2005年中国网络营销市场发展状况 8

(一) 市场现状与特点 8

1、规模与增长 8

2、特点 9

(二) 市场结构 12

1、产品结构 12

2、区域结构 12

3、行业结构 13

三、2005年中国网络营销市场重点企业市场竞争力评价 15

(一) 竞争力评价指标体系 15

(二) 重点企业市场竞争力评价 16

1、新浪 16

2、搜狐 18

3、百度 20

4、Google 21

5、卓越 22

6、腾讯 23

7、阿里巴巴 24

四、中国网络营销市场用户消费行为分析 26

(一) 影响消费者选择营销方式因素研究 26

(二) 消费者对不同类型营销方式认知度研究 27

(三) 消费者使用网络营销方式排名 27

(四) 消费者对不同类型营销方式满意度研究 29

(五) 企业网络营销效益评估 30

五、2006 - 2010年中国网络营销市场发展趋势分析及预测 31

(一) 发展趋势 31

1、无线网络营销增长强劲 31

2、商务平台营销渐成主流 31

3、搜索引擎营销竞争激烈，中小企业成为主要目标客户 31

4、网络广告模式创新深入发展 32

5、电子邮件营销亟需突破瓶颈 32

6、网络营销新概念不断出现 33

(二) 市场预测 33

1、市场规模预测 33

2、细分市场规模预测 34

3、市场结构预测 39

六、中国网络营销市场投资机会分析 41

(一) 盈利模式和盈利状况 41

1、网络广告营销 41

2、搜索引擎营销 42

3、电子邮箱营销 44

4、无线网络营销 46

5、商务平台营销 47

(二) 投资价值评估 48

1、指标体系 48

2、投资价值评估 49

(三) 投资机会分析 51

1、网络广告营销：网络广告联盟营销潜力巨大 51

2、搜索引擎营销：商业搜索应用前景广阔 52

3、电子邮件营销：应用起步阶段，接受程度低、垃圾邮件以及服务商水平欠缺阻碍增长 52

4、无线网络营销：服务商眼中的下一座金矿 53

5、商务平台营销：市场竞争激烈，找准切入点是关键 53

6、新兴网络营销模式：营销潜力巨大，但商业模式仍不明朗 53

七、建议 55

(一) 加深用户需求理解，提高产品专业性与实用性 55

(二) 加强消费者教育，增强用户消费积极性 55

(三) 适应产业链发展，增强自身在产业链中的影响力 55

(四) 适应融合趋势，合作创造共赢 56

报告说明 57

表目录

表1 赛迪顾问网络营销分类 1

表2 网络营销企业竞争力评价指标体系 15

表3 新浪市场竞争力评价 16

表4 搜狐市场竞争力评价 18

表5 百度市场竞争力评价	20
表6 Google市场竞争力评价	21
表7 卓越市场竞争力评价	22
表8 腾讯市场竞争力评价	23
表9 阿里巴巴市场竞争力评价	24
表10 2006 - 2010年中国互联网广告营销市场规模预测	34
表11 2006 - 2010年中国搜索引擎营销市场规模预测	35
表12 2006 - 2010年中国电子邮件营销市场规模预测	36
表13 2006 - 2010年中国无线网络营销规模预测	37
表14 2006 - 2010年中国商务平台营销规模预测	38
表15 中国网络营销市场投资价值评估指标体系	48
表16 中国网络营销市场投资价值评价	51

图目录

图1 2002 - 2005年全球网络营销规模和增长	3
图2 2002 - 2005年美国网络营销市场规模和增长	5
图3 中国网络营销市场规模	8
图4 2001 - 2005年中国中小企业平均搜索引擎营销支出	10
图5 2005年中国网络营销市场结构	12
图6 2005年中国网络营销企业数量区域结构	13
图7 2005年中国网络营销应用行业结构	14
图8 影响消费者选择网络营销模式因素	26
图9 消费者对不同网络营销方式认知度	27
图10 过去一年中消费者使用网络营销方式排名	28
图11 消费者对不同网络营销方式满意度	29
图12 企业网络营销效益	30
图13 中国网络营销规模预测	34
图14 2006 - 2010年中国网络广告营销市场规模预测	35
图15 2006 - 2010年中国搜索引擎营销市场规模预测	36
图16 2006 - 2010年中国电子邮件营销市场规模预测	37
图17 2006 - 2010年中国无线网络营销规模预测	38
图18 2006 - 2010年中国商务平台营销规模预测	39

图19 2010年中国网络营销结构预测	40
图20 中国网络广告市场盈利状况	42
图21 中国搜索引擎市场盈利状况	43
图22 中国电子邮件营销市场盈利状况	45
图23 中国无线网络营销市场盈利状况	46
图24 中国商务平台营销营销盈利状况	48

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42634.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。