



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年奥运营销监测报告

## 一、调研说明

《2008年奥运营销监测报告》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/49390.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

奥运会作为人类历史上最大规模的体育盛会，已经不仅仅是单纯的体育盛事，历届奥运会通过与营销的完美结合，而成为展示人类经济、社会和文明的盛会。2008年奥运会在北京的成功举行，使其再次成为国内外企业共同关注的焦点。

本报告分为四个章节，分别讨论了奥运对网络媒体价值、营销效果影响、对网络广告市场规模影响；奥运期间网民浏览行为分析；奥运期间主要行业广告主微观营销行为分析（网络媒体选择、广告形式、投放目的）；以及有传统行业背景的网络新闻媒体营销实力分析。

### 【 目录 】

page3—— . 奥运期间网民网络消费行为调研背景

page4—— . 研究方法

page5—— . 概念定义

page6—— . 报告摘要

page8—— . 报告正文

page8——1. 奥运对网络营销的影响

page8——1.1 提升网络媒体价值

page8——1.1.1 网民对网络使用超预期

page11——1.1.2 网民对网络认可度提升

page12——1.2 奥运使网络营销效果提升

page16——1.3 未来事件网络营销前景看好

page17——1.4 刺激网络广告市场加速发展

page17——1.4.1 网络广告整体市场

page21——1.4.2 门户奥运营销

page24——2. 奥运带动网络服务发展

page24——2.1 网民浏览行为

page25——2.2 网民对不同类别网站使用态度

page27——2.3 网民对同类网站使用情况

page29——2.4 网民对在线视频网站使用情况

page31——3 . 广告主奥运营销状况描述

page31——3.1 典型品牌广告主奥运期间营销行为监测分析

page31——3.1.1 饮料行业

page35——3.1.2 金融行业

page38——3.1.3 体育用品行业

page42——3.1.4 IT行业

page45——3.2 奥运期间赞助商营销效果监测分析

page45——3.2.1 赞助商身份认知

page46——3.2.2 广告印象度

page48——4 . 网络媒体奥运营销资源分析

page48——4.1 传统媒体网站的营销价值

page49——4.2 具有传统媒体背景的网络媒体平台价值

page49——4.2.1 cctv.com

page51——4.2.2 凤凰网

page52——4.2.3 新华网

page53——法律声明

## 图目录

page8——图1- 1 2008年网民获取奥运信息的最主要媒体选择

page9——图1- 2 2008年奥运期间，不同年龄网民使用网络时长、频次情况

page10——图1- 3 2008年奥运期价，不同月收入网民使用网络时长、频次情况

page11——图1- 4 2008年奥运过后，网民对网络媒体的态度

page12——图1- 5 2008年网民对企业奥运事件营销行为的态度

page13——图1- 6 2008年奥运结合网络广告对用户网络广告接受度的影响

page14——图1- 7 2008年与奥运结合的网络互动活动对网民参与活跃度的影响

page15——图1- 8 2008年网民对投放奥运网络广告企业的态度

page16——图1- 9 未来会主要通过网络了解社会热点事件的网民比例

page18	——图1- 10 2008年主要类别网站广告收入
page19	——图1- 11 主要城市广告主网络广告费用
page20	——图1- 12 2008年1-8月主要行业网络广告费用
page21	——图1- 13 2008.08.01-2008.08.24四大门户的2008年奥运赞助商广告主数量
page22	——图1- 14 2008.08.01-2008.08.24赞助商与非赞助商在四大门户投放网络广告天次
page23	——图1- 15 2008.08.01-2008.08.24部分赞助商于四大门户投放网络广告天次
page24	——图2- 1 2008年奥运期间，网民对主要网络服务使用情况
page25	——图2- 2 2008年网民认为同类网站无区别比例
page26	——图2- 3 2008年不同月收入网民认为同类网站奥运信息无区别的比例
page27	——图2- 4 2008年网民同时使用2个及以上同类网站的比例
page28	——图2- 5 2008年不同月收入网民使用2个以上同类主要网站比例
page29	——图2- 6 2008年网民获取奥运赛事视频信息的媒体选择
page30	——图2- 7 2008年网民获取奥运赛事在线视频信息的方式
page32	——图3- 1 2008年奥运期间，部分饮料广告主网络广告费用媒体分布
page33	——图3- 2 2008年奥运期间，部分饮料广告主网络广告费用媒体分布
page35	——图3- 3 2008年奥运期间，部分金融广告主网络广告费用媒体分布
page36	——图3- 4 2008年奥运期间，部分金融广告主不同形式网络广告费用占比
page39	——图3- 5 2008年奥运期间，部分体育用品广告主网络广告费用媒体分布
page40	——图3- 6 2008年奥运期间，部分体育用品广告主不同形式网络广告费用占比
page42	——图3- 7 2008年奥运期间，部分IT广告主网络广告费用媒体分布
page43	——图3- 8 2008年奥运期间，部分IT广告主不同形式网络广告费用占比
page45	——图3- 9 2007、2008年奥运赞助商认知度对比
page46	——图3- 10 2008年网民对奥运期间赞助商网络广告印象
page47	——图3- 11 2008年赞助商的广告引起网民注意的原因

## 表目录

page34	——表3- 1 典型饮料品牌奥运期间网络广告目的
page37	——表3- 2 典型金融品牌奥运期间网络广告目的
page41	——表3- 3 典型体育用品品牌奥运期间网络广告目的
page44	——表3- 4 典型IT品牌奥运期间网络广告目的
page50	——表4- 1 2008年8月央视网用户浏览属性部分指标
page51	——表4- 2 2008年8月央视网用户浏览属性部分指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49390.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](http://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。