



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年第一季度体育用品类网络 广告季度报告

一、调研说明

《2007年第一季度体育用品类网络广告季度报告》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/70393.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

Page3——I 研究方法

Page4——II 概念定义

Page5——III 报告摘要

Page6——IV 报告正文

Page6——1. 中国网络广告行业总体分析

Page6——1.1 中国网络广告总体分析

Page6——1.1.1 网络广告投放费用分析

Page7——1.1.2 网络广告主数量分析

Page8——1.1.3 网络广告投放天次分析

Page9——1.1.4 网络广告主平均投放费用分析

Page10——1.1.5 网络广告主平均投放天次分析

Page11——1.2 中国网络广告各大市场分析与发展趋势研究报告

Page11——1.2.1 各行业网络广告投放费用分析

Page13——1.2.2 各行业网络广告主数量分析

Page15——1.2.3 各行业网络广告投放天次分析

Page17——1.2.4 各行业网络广告主平均投放费用分析

Page19——1.2.5 各行业网络广告主平均投放天次分析

Page21——2. 体育用品类行业网络广告总体分析

Page21——2.1. 网络广告投放费用分析

Page23——2.2. 网络广告主数量分析

Page24——2.3. 网络广告投放天次分析

Page25——2.4. 广告主平均投放费用分析

Page26——2.5. 广告主平均投放天次分析

Page27——3. 体育用品类细分行业网络广告分析

Page27——3.1. 细分行业网络广告投放费用分析

Page29——3.2. 细分行业网络广告主数量分析

Page31——3.3. 细分行业网络广告投放次数分析

Page33	——4. 体育用品类网络广告形式分析
Page33	——4.1. 各广告形式投放费用分析
Page35	——4.2. 各广告形式广告主数量分析
Page37	——4.3. 各广告形式投放天次分析
Page39	——5.体育用品类网络广告地区分析
Page39	——5.1. 不同地区网络广告投放费用分析
Page41	——5.2. 不同地区广告主数量分析
Page42	——5.3. 不同地区广告投放天次分析
Page44	——6. 体育用品类网络广告投放媒体分析
Page44	——6.1. 不同媒体网络广告投放费用分析
Page46	——6.2. 不同媒体网络广告主数量分析
Page48	——6.3. 不同媒体网络广告投放天次分析
Page50	——6.4. 不同媒体频道分析
Page53	——7. 体育用品类网络广告主分析
Page53	——7.1. 网络广告主投放费用分析
Page55	——7.2. 网络广告主投放天次分析
Page57	——8. 体育用品类网络广告主产品活动分析
Page57	——8.1. 广告主产品活动投放费用分析
Page59	——8.2. 广告主产品活动投放天次分析
Page61	——9. 典型体育用品类网络广告主——三六一度分析
Page61	——9.1.网络广告投放情况分析
Page63	——9.2.网络广告投放媒体及广告形式分析
Page66	——9.3.产品活动网络广告投放分析
Page68	——法律声明

图表目录

Page7	——图1-1 06Q1-07Q1中国网络广告投放费用及增长率
Page8	——图1-2 06Q1-07Q1中国网络广告主数量及增长率
Page9	——图1-3 06Q1-07Q1中国网络广告投放天次及增长率
Page10	——图1-4 06Q1-07Q1中国网络广告主平均投放费用及增长率
Page11	——图1-5 06Q1-07Q1中国网络广告主平均投放天次及增长率
Page12	——图1-6 07Q1中国各大行业网络广告投放费用排名TOP10
Page13	——图1-7 06Q1 - 07Q1中国各大行业网络广告投放费用TOP10

Page14——图1-8 07Q1中国各大行业网络广告主数量排名TOP10

Page15——图1-9 06Q1 - 07Q1中国各大行业网络广告主数量TOP10

Page16——图1-10 07Q1中国各大行业网络广告投放天次排名TOP10

Page17——图1-11 06Q1 - 07Q1中国各大行业网络广告投放天次TOP10

Page18——图1-12 07Q1中国各大行业网络广告主平均投放费用排名TOP10

Page19——图1-13 06Q1 - 07Q1中国各大行业网络广告主平均投放费用TOP10

Page20——图1-14 07Q1中国各大行业网络广告主平均投放天次排名TOP10

Page21——图1-15 06Q1 - 07Q1中国各行业网络广告主平均投放天次TOP10

Page22——图2-1 2002-2006年中国体育用品类网络广告投放费用及增长率

Page23——图2-2 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告投放费用及增长率

Page24——图2-3 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告主数量及增长率

Page25——图2-4 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告主投放天次及增长率

Page26——图2-5 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告主各季度平均投放费用及增长率

Page27——图2-6 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告主各季度平均投放天次及增长率

Page28——图3-1 07Q1中国体育用品类细分行业网络广告投放费用

Page29——图3-2 06Q1-07Q1中国体育用品类细分行业网络广告投放费用情况

Page30——图3-3 07Q1中国体育用品类细分行业网络广告主数量

Page31——图3-4 06Q1-07Q1中国体育用品类细分行业网络广告主数量

Page32——图3-5 07Q1中国体育用品类细分行业网络广告投放天次

Page33——图3-6 06Q1-07Q1中国体育用品类细分行业网络广告投放天次

Page34——图4-1 07Q1中国体育用品类各广告形式投放费用

Page35——图4-2 06Q1-07Q1中国体育用品类不同网络广告形式投放费用

Page36——图4-3 07Q1中国体育用品类各广告形式广告主数量

Page37——图4-4 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告形式各季度的广告主数量对比

Page38——图4-5 07Q1中国体育用品类各广告形式投放天次

Page39——图4-6 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告形式各季度的投放天次对比

Page41——图5-1 07Q1中国不同地区体育用品类网络广告投放费用排名

Page42——图5-2 06Q1-07Q1中国不同地区体育用品类网络广告投放费用对比

Page43——图5-3 07Q1中国不同地区体育用品类网络广告主数量排名

Page44——图5-4 07Q1中国不同地区体育用品类网络广告投放天次排名

Page45——图5-5 06Q1-07Q1中国不同地区体育用品类网络广告投放天次对比

Page46——图6-1 07Q1中国体育用品类网络广告投放费用媒体排名

Page47——图6-2 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告投放费用媒体排名TOP10
Page48——图6-3 07Q1中国体育用品类网络广告主数量媒体排名
Page49——图6-4 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告主数量媒体排名TOP10
Page50——图6-5 07Q1中国体育用品类网络广告投放天次媒体排名
Page51——图6-6 06Q1-07Q1中国体育用品类网络广告投放天次媒体排名TOP10
Page55——图7-1 07Q1中国体育用品类广告主投放费用排名TOP10
Page56——图7-2 06Q-07Q1中国各大体育用品类网络广告主投放费用TOP10
Page57——图7-3 07Q1中国体育用品类网络广告主投放天次排名TOP10
Page58——图7-4 06Q1-07Q1中国各大体育用品类网络广告主投放天次TOP10
Page59——图8-1 07Q1中国体育用品类网络广告主产品活动投放费用排名TOP10
Page61——图8-2 07Q1中国体育用品类网络广告主产品活动投放天次排名TOP10
Page63——图9-1 06Q1-07Q1三六一度网络广告投放费用及增长率
Page64——图9-2 06Q1-07Q1三六一度网络广告投放天次及增长率
Page66——图9-3 06Q1-07Q1三六一度各季度网络广告投放费用
Page67——图9-4 06Q1-07Q1三六一度网络广告形式各季度投放费用
Page52——表6-1 07Q1体育用品类广告主网络广告投放费用媒体频道排名TOP10
Page53——表6-2 06Q1-07Q1体育用品类广告主网络广告投放费用媒体频道排名比较
Page60——表8-1 06Q1-07Q1 IT产品类产品活动投放费用TOP10的广告主各季度费用投放情况
Page62——表8-2 06Q1-07Q1 IT产品类产品活动投放天次TOP10的广告主各季度投放天次
Page65——表9-1 06Q1-07Q1三六一度媒体网络广告投放费用比较
Page68——表9-2 06Q1-07Q1三六一度产品活动投放费用比较
Page69——表9-3 07Q1三六一度产品宣传活动网络广告媒体频道分布情况
B005

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70393.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。