

2006年第3季度中国网络广告市场季度监测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年第3季度中国网络广告市场季度监测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2729627296.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

Key Findings 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。

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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2729627296.html>