

07年网络营销成互联网产业的关键词 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/222/2021\\_2022\\_07\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_BD\\_91\\_E7\\_BB\\_c40\\_222230.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/222/2021_2022_07_E5_B9_B4_E7_BD_91_E7_BB_c40_222230.htm) 目前，互联网产业的关键词，除业内人士都熟悉的WEB2.0外，我认为最值得关注是网络营销，以及相关的搜索引擎、网络广告。其次是电子商务。从B2B、网络购物领域，以及阿里巴巴、淘宝、ebay易趣、卓越、当当、拍拍等电子商务企业看，都有不同程度的举措。从整个电子商务瓶颈的解决看，国家也出台了一些相应的政策、指引、办法。整个行业都在加大推动中国电子商务发展的力度。有人提出“商业互联网”的概念，里面的道理就是互联网作为产业必须遵循商业运作规律。概念的提出与某些显著特征有关。首先，之前创业者、风投等业内人士对创新模式的炒作比较显著。但目前大家对商业的认识更加深刻了，不管是企业还是风险投资，以及互联网公司，更多探讨怎样提供商业化服务。其次，传统行业也开始注重互联网，比如国美等传统企业巨头开始注重建立电子商务平台。可以说，“商业互联网”是概念更为广泛的关键词。07年网络广告成媒体主要收入源 近期，网络营销行业有很多特点。首先，新的营销手段如图文结合营销、互动营销、富媒体营销等受到广告主的青睐。其次广告网络媒体的形式更加丰富。门户网站、大众媒体、新媒体，新媒体包括像数字杂志、客户端软件、手机无线广告等都将是大家关注的热点。从艾瑞的数据来看网络营销的特征可以总结如下：（1）从市场规模的角度，四个字“快速增长”。06年中国网络营销市场规模艾瑞数据是超过65亿，网络广告达到46亿，达到48%的增长

。（2）从市场前景看，也是四个字“潜力巨大”。艾瑞的数据表明：网络广告市场规模占整个广告市场规模的3.1%，但是与美国网络广告市场的5.4%相比，我们还有很大的提升空间；此外，06年美国网民的网络消费均值是80美金，合600多元人民币，而中国网民消费均值才52元人民币，存在10倍的差距。仅从以上两个角度我们看到中国网络广告营销市场的巨大潜力。从门户网站到垂直媒体，从大众媒体到新兴媒体，网络广告收入目前和未来都将不同程度地成为他们的主要收入来源。我对中国广告营销的市场非常看好，网络营销相关领域也是艾瑞研究和服务的核心竞争力领域。营销大事件：ADU在产业需求下诞生 过去网络营销领域的大事件，仁者见仁，智者见智。我比较关注的有Google在中国授权了一些代理商等实质性举措，尤其ADU应该也算是重大事件。06年9月，软银赛富对中国13家网络营销渠道巨头整合重组、进行战略投资，成立了一家新的网络营销渠道公司爱迪友联（AD-UNION）。爱迪友联的成立，对于上游技术厂商来说，其产品只要能进入ADU的渠道体系，就有可能成功进入全国数十万家企业。因此，爱迪友联意在创造中国互联网业内的“国美模式”、“苏宁模式”，对中国网络营销行业将产生深远的影响。业内人士对此更多的是肯定态度。因为ADU事件的出现解决了大家比较关注的渠道问题。之前渠道存在一些问题，如技术厂商实力雄厚，话语权较强，而代理商比较分散，规模较小，这导致相应渠道在话语权方面会弱一些，以及渠道企业、服务质量和水准、业务人员能力的良莠不齐。作为企业和客户之间的桥梁，这会影响到给客户提供服务的质量。从企业的角度看，建立的渠道网络的财务和管理成

本都相当高，而反之却有极端的否定说法为：“成也渠道，败也渠道”。目前一些渠道在长期跟技术厂商沟通过程中，以及同行竞争过程中意识到如何与同行保持很好的竞合关系。总之，我认为这个合作是在特定形式条件之下，在很多需求的催生下产生的。但是大家都不确定这个公司运作模式、如何管理的问题。不过各方来看都是一个美好愿望的结果。

站在行业角度力求咨询的客观性 艾瑞是一家专注于网络媒体、电子商务等新经济领域，为网络行业及传统行业客户提供市场调查研究和战略咨询服务的调研机构。06年发展非常有起色。通过我们自己也看到了06年一些市场研究及咨询公司的特点。目前，越来越多的领域开始重视市场研究和咨询，更多互联网企业在网站运营和产品改进过程中，日益注重用户体验。比如很多企业开始重视基于网络的行为研究。艾瑞已经推出了网民行为监测产品（IUserTracker），长期对互联网网民使用互联网的行为习惯进行跟踪和监测。中国市场研究与国外相比起步比较晚，现在国内市场咨询公司数量比较多，提供的质量、客户满意度良莠不齐。咨询公司的定位是第三方公司，包括数据的采集和结论，包括对某行业或某公司的看法，不是分析师自己的判断或对某公司的主观判断，整合和代表一个行业的呼声和认识。这需要基于行业各环节的沟通，符合自身第三方的角色。我们获取数据的渠道和国际大研究公司比较类似，我们基于长期的数据产品、行业研究以及一些调研获取数据，尤其以连续性的监测来支撑我们的数据来源，数据说服力更强。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)