

搜索营销与电子商务投入差异电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/549/2021\\_2022\\_\\_E6\\_90\\_9C\\_E7\\_B4\\_A2\\_E8\\_90\\_A5\\_E9\\_c40\\_549924.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/549/2021_2022__E6_90_9C_E7_B4_A2_E8_90_A5_E9_c40_549924.htm) 3月5日下午，CNNIC在京发布搜索引擎用户行为研究报告和市场广告主研究报告。以下为《2008年中国搜索引擎市场广告主研究报告》广告主在搜索引擎营销与电子商务网站上的投入差异：整体而言，企业投放在5000元以下时，选择电子商务网站的企业更多，企业投放在10000元以上时，考|试/大搜索引擎又占绝对优势。投放量在2001-5000元之间的有44.0%的企业选择了搜索引擎。而在搜索引擎营销上投放量在10001-50000元的占41.1%。企业对搜索营销投放量高于电子商务网站。企业营业额决定了营销投放额的基数，随着企业营业额的增大，企业采用搜索营销与电子商务网站的投入在增大的同时也表现出不同的模式。考|试/大随着企业营业额的增大，企业在搜索引擎营销的高额投放量一直高于电子商务网站，但是企业营业额在5000万以上时，电子商务网站异军突起，其高额投放量显著增加，高于搜索引擎营销的投放量。F8F8" 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)