

案例分析:博客开始数钞票国内网站初现三大盈利模式 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E6_A1_88_E4_BE_8B_E5_88_86_E6_c40_61957.htm 嚷嚷了一阵的博客经济日前终于收获了一个“很大”的果实，一位博客宣布获得厦门某公司六位数以上的广告费。在这之前，去年11月底，和讯网与博客Keso签署合同，为期3个月，广告费为几千元。随着博客的日益走红，后面的果实将会越来越大。和讯网酝酿在3月成立博客广告联盟，在全球首批选择1000个博客，和讯网将代理个人博客广告的批发销售，先将博客广告批发卖给广告主，再把广告所得收入按流量或广告投放效果与之分成。3月14日，新浪也表示，将在最近考虑博客的广告模式。据业内人士介绍，目前，博客类网站的主要收入来源基本包括广告收入、无线增值服务和向博客用户提供增值服务和应用程序收取的服务费，基本上都属于WEB1.0时代的盈利模式，也是网络通用的盈利模式。在中国博客类网站浏览率排名第一的博客网的收入来源中，广告依然占有最大比重，其次是来自无线博客和个人博客营销平台方面的收入，企业博客也是博客网正在推广的产品之一。目前，专家们普遍认为，博客经济的前途必须具备必要的用户基础，只有博客用户规模达到一定的数量级，才能产生由量变到质变的过程，博客经济自身的核心魅力才可能显现，在这个发展的过程，传统的网络广告、游戏、短信等很多运用仍然会成为博客经济需要借力的盈利模式，只要博客用户的规模会达到一个理想水平，真正博客特有的盈利模式就会浮出水面。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